

ГЕОГРАФИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

УДК 911.37

Е.С. Павлуская¹, Н.А. Слука²

ГЛОБАЛЬНЫЕ ГОРОДА В ПРОСТРАНСТВЕННО-ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЕ КРУПНЕЙШИХ АВИАКОМПАНИЙ МИРА (НА ПРИМЕРЕ «ЛЮФТГАНЗА ГРУПП»)

Важным следствием модернизации мировой системы в условиях глобализации стало возникновение транснациональной урбанистической системы, главными элементами которой выступают глобальные города. В реализации связей между ними особую роль играет воздушный транспорт и крупнейшие авиакомпании мира. Сложившаяся конфигурация глобальных центров не только определяет общий каркас современного мирового геополитического, геоэкономического и социокультурного пространства, но и задает главный вектор трансформации корпоративной географии. Охарактеризованы глобальные города как ведущие авиаходы мира, приводятся сведения о современной иерархии авиакомпаний, решается локальная исследовательская задача по оценке уровня сопряженности развития системы глобальных городов и филиальной сети одного из крупнейших авиаперевозчиков мира — германского концерна «Люфтганза Групп». Аргументируется действие большой совокупности факторов на формирование пространственно-организационной структуры авиакомпаний.

Ключевые слова: глобальные города, крупнейшие авиаходы, ведущие авиакомпании мира, «Люфтганза Групп», пространственно-организационная структура, суперпозиция сетей.

Введение. В условиях глобализации происходят быстрая модернизация мировой системы и трансформация ее пространственной организации, в том числе по пути усиления опорно-каркасных функций городов. Фундаментальное значение для географической науки имеет возникновение транснациональной урбанистической системы, строящейся на основе сете-узловых структур. Ее главными элементами выступают глобальные города. Один из основных признаков этой системы — сопряженность развития городов. Согласно сложившимся представлениям, они выступают в качестве фокусов общепланетарных потоков людей, информации, капиталов, товаров, услуг, базирующихся на технических и организационных возможностях телекоммуникаций и различных видов транспорта [13–15].

Перманентное уплотнение связей между мировыми центрами придает дополнительный импульс развитию воздушного транспорта — наиболее дорогостоящего, но отличающегося скоростными возможностями. По темпу роста пассажирских перевозок оночно занимает первое место среди всех видов транспорта. За последние 50 лет доля авиа-транспорта в мировом пассажирообороте выросла с 1,2 до 10,1%, общая протяженность воздушных путей превысила 9,5 млн км, а число регуляр-

ных рейсов по всему миру — 28,2 млн. Только за 2000—2007 гг. объем пассажироперевозок воздушным транспортом в мире увеличился с 3,6 до 4,8 млрд человек. Значительная его часть — более 1/3 в 2006 г. — регулярно приходится на долю 50-ти крупнейших авиакомпаний [8, 48].

Богатство и неограниченные возможности глобальных центров чрезвычайно привлекательны для размещения в них бизнес-структур ТНК. Иными словами, сложившаяся конфигурация сети глобальных городов задает не только общий каркас современного мирового геополитического, геоэкономического и социокультурного пространства, но и главный вектор развития, преобразования филиальной сети глобальных фирм. Проблема модернизации исторически сложившейся корпоративной географии и максимально эффективной адаптации к новым реалиям особенно остро стоит перед крупнейшими авиакомпаниями мира, которым обслуживание постоянно растущего пассажиропотока сулит немалые выгоды. Верное определение территориальных приоритетов роста — залог дополнительной прибыли и повышения конкурентоспособности на рынке авиаперевозок.

Статья посвящена анализу суперпозиции двух сете-узловых структур: с одной стороны, глобальных городов, а с другой — представительств раз-

¹ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, географический факультет, кафедра географии мирового хозяйства, аспирантка, e-mail: pavlutskaia@yandex.ru

² Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, географический факультет, кафедра географии мирового хозяйства, вед. науч. сотр., докт. геогр. н., e-mail: gwe@geogr.msu.su

ного ранга одного из лидеров мирового рынка перевозок воздушным транспортом — германской авиакомпанией «Люфтганза Групп». Пошагово рассмотрены сложившаяся иерархия и характер размещения глобальных городов, их роль в системе современного воздушного транспорта мира; место «Люфтганза Групп» среди крупнейших в мире авиаперевозчиков, особенности ее функциональной и пространственной организации; количественно оценена и интерпретирована взаимосвязь между сетью глобальных городов и сетью филиалов авиакомпании.

Источники информации и методы. Исследование опирается на материалы и классификацию городов, содержащиеся в разработках обладающей международным авторитетом Группы исследования глобализации и мировых городов [8], а также на данные специализированных международных организаций и ежегодных отчетов о деятельности корпорации «Люфтганза Групп». В работе использованы статистический и сравнительно-географический методы. Уровень соответствия (подобия сетей) отражается коэффициентом корреляции, который и дает представление о «жесткости конструкции». Его высокие значения означают преобладание глобальных факторов в формировании корпоративной географии, относительно низкие — существенную роль внутрифирменных факторов.

Иерархия и размещение центров транснациональной урбанистической системы. Согласно одной из наиболее авторитетных в международных кругах классификаций [17], выделено 55 глобальных городов, а также 59 центров, имеющих достаточный потенциал, чтобы в будущем приобрести статус глобальных. По значимости, определяемой по большой совокупности показателей, глобальные города подразделяются на три ранга (α , β , γ) и параллельно на 12 категорий (12-я — наивысшая, первая — низшая). К первому (α -группа, категории 10—12) и ко второму рангу (β -группа, категории 7—9) относится по 10 городов, к третьему (γ -группа, категории 1—6) — остальные 35. Высшую позицию в иерархии (α -группа, категория 12) занимают только четыре города — Лондон, Нью-Йорк, Париж, Токио.

Глобальные города размещены неравномерно, точно соответствуют экономически наиболее развитым и богатым странам и регионам мира. Их элитный «квартет» — Лондон, Нью-Йорк, Париж, Токио — выступает в качестве главных ядер трех основных зон концентрации глобальных городов: Западноевропейской, Североамериканской и Азиатско-Тихоокеанской, каждая из которых имеет свою специфику. Для остальных регионов мира категория глобальных городов представлена лишь единичными центрами: Сан-Паулу, Рио-де-Жанейро и Буэнос-Айрес — в Южной Америке, Йоханнесбург — в Африке, Сидней — в Австралии и некоторые другие.

Главная особенность Западноевропейской зоны концентрации глобальных городов — самая продолжительная история урбанистического развития, на протяжении которой происходит формирование городов — лидеров региональной и глобальной экономики, а также их постоянная ротация. В свое время первенствовали Антверпен, Венеция, Генуя и ряд других центров. В настоящее время в регионе высока конкуренция за лидерство между столицами Великобритании и Франции, хотя большинство специалистов отдают предпочтение Лондону, который как мировой центр сформировался еще в XVII—XIX вв. За длительную историю развития в регионе возникла густая сеть глобальных городов различного ранга. В совокупности они образуют своего рода трансевропейскую дугу, протянувшуюся от Дублина через Лондон, Париж, города в долине Рейна до Милана и Рима. Более того, как отмечают исследователи, в 1990-е гг. начала формироваться вторая — восточная — ось глобальных городов на территории Центральной Европы, состоящая в основном из столичных центров.

Североамериканская зона концентрации глобальных городов гораздо моложе, но, пожалуй, самая крупная и глубоко втянутая в систему мирового хозяйства. Ее основу составляет сложная сеть центров США, здесь представлены глобальные города всех рангов. Расположенные по контуру страны, они образуют кольцо глобальных центров. Ключевые позиции среди них занимают Нью-Йорк, Лос-Анджелес и Чикаго, которые тесно взаимодействуют с глобальными центрами других стран и регионов мира. Многие североамериканские города имеют огромный потенциал и в будущем претендуют на статус глобальных.

Азиатско-Тихоокеанская зона концентрации глобальных городов — самая молодая по времени образования — формируется по оси Токио—Сингапур. Для нее типична, с одной стороны, явно доминирующая роль столицы Японии, а с другой — многочисленность и высокая динамика роста «второстепенных» мировых центров. Это преимущественно крупнейшие города быстро развивающихся, так называемых новых индустриальных стран — Бангкок, Сингапур, Сянган (Гонконг), Тайбэй, Сеул, Манила и другие [14, с. 69—71].

Глобальные города — крупнейшие авиаходы мира. Согласно данным Международной организации гражданской авиации (ИКАО), на долю глобальных городов приходится 24 из 30, или 4/5, крупнейших аэропортов мира по объему пассажироперевозок. Более того, все ведущие глобальные города, как правило, располагают не одним, а несколькими аэропортами и представляют собой сверхкрупные авиационные узлы. Например, в Большом Нью-Йорке действуют два аэропорта международного класса (Дж. Кеннеди и Ньюарк Либерти), один регионального и два местного значения. В Лон-

Таблица 1
Крупнейшие аэропорты мира
по объему международных пассажирских перевозок,
2007 г., по данным [18]

| Город | Страна | Аэропорт | Число пас- сажиров, млн человек |
|--------------------|----------------|-----------------------|---------------------------------------|
| Лондон | Великобритания | Хитроу | 62,1 |
| Париж | Франция | Руасси—Шарль де Голль | 54,9 |
| Амстердам | Нидерланды | Схипхол | 47,7 |
| Франкфурт-на-Майне | Германия | Франкфурт-на-Майне | 47,1 |
| Сянган (Гонконг) | КНР | Сянган | 46,3 |
| Сингапур | Сингапур | Чанги | 35,2 |
| Токио | Япония | Нарита | 34,2 |
| Дубай | ОАЭ | Дубай | 33,5 |
| Бангкок | Таиланд | Суваннабхуми | 31,6 |
| Лондон | Великобритания | Гатвик | 31,1 |

доне функционируют пять аэропортов, в Токио и Париже — по два крупных международных аэропорта. Общий объем пассажирских перевозок авиа-транспортом в 2007 г. в Париже и Нью-Йорке превысил 85 млн человек, а в Токио — 104 млн человек. Безоговорочным мировым лидером в этом отношении уже длительное время остается Лондон, объем пассажирских авиаперевозок которого достиг в 2007 г. 127 млн человек. В последние годы только на эти четыре глобальные города регулярно приходится около 1/10 всех перевезенных в мире авиапассажиров [11, 12, с. 125; 18].

Не менее важны еще два аспекта. Во-первых, глобальные центры специализируются на обслуживании внешних рейсов авиасообщения, служат «воротами» во внешний мир. Не случайно современный рейтинг аэропортов по масштабам трансграничных пассажироперевозок возглавляют представители из первой десятки глобальных городов (α -группа). В 2007 г. они обеспечили более 1/5 всего объема всех международных перевозок пассажиров (табл. 1). Во-вторых, глобальные города — важные организационные цент-

ры в обеспечении глобального воздушного сообщения. Именно в них размещаются штаб-квартиры многих крупнейших авиакомпаний. Например, в лондонском аэропорту Хитроу базируется «British Airways», в парижском Орли — «Air France-KLM», в Токио — «Japan Airlines» и т.д. [4–6]. С учетом размещения региональных представительств и филиалов более низкого ранга глобальные центры представляют собой «мультикорпоративные ареалы» услуг авиасообщения, которые становятся важной и динамичной составной частью мировой системы современного воздушного транспорта.

Авиакомпании — главные акторы мирового рынка перевозок воздушным транспортом — очень различны по многим параметрам, включая масштаб деятельности и итоговые финансовые результаты, функциональный профиль, основные направления обслуживания (линии), внутреннюю организацию и т.д. В мире насчитывается более 1300 авиакомпаний. Среди них есть лидеры и аутсайдеры, что хорошо фиксируется в многочисленных рейтингах, которые по различным признакам составляют специализированные международные организации³. Крупнейших компаний не так уж много. В первой десятке уже традиционно доминируют фирмы из стран Центра мирового хозяйства — 6 из США и 3 из стран Европы, включая флагман воздушного транспорта Германии — «Люфтганза Групп». Азию уже длительное время в этом списке представляет японская авиакомпания «Japan Airlines» (табл. 2).

Таблица 2
Деятельность десяти крупнейших авиакомпаний мира в 2006 г., по данным [16]

| Название авиакомпании | Страна | Штаб-квартира | Пассажирооборот, млн пасс./км | Число перевезенных пассажиров, млн человек | Число воздушных судов, ед. |
|------------------------|----------------|--------------------|-------------------------------|--|----------------------------|
| «American Airlines» | США | Форт-Уэрт | 224 295 | 98,1 | 673 |
| «Air France — KLM» | Франция | Париж | 199 510 | 73,5 | 363 |
| «United Airlines» | США | Чикаго | 188 649 | 69,3 | 401 |
| «Delta Airlines»* | США | Атланта | 186 858 | 106,6 | 434 |
| «Continental Airlines» | США | Хьюстон | 127 415 | 48,8 | 368 |
| «Northwest Airlines»* | США | Миннеаполис | 116 823 | 54,8 | 372 |
| «British Airways» | Великобритания | Лондон | 112 851 | 33,1 | 234 |
| «Lufthansa» | Германия | Франкфурт-на-Майне | 110 330 | 53,4 | 243 |
| «Southwest Airlines» | США | Даллас | 108 915 | 83,8 | 497 |
| «Japan Airlines» | Япония | Токио | 95 786 | 57,5 | 232 |

*В 2008 г. принято решение об объединении этих компаний.

³ Помимо главных показателей — общего объема перевозок, а также пассажиро- и грузооборота — авиакомпании ранжируются по многим другим признакам. Самостоятельное значение имеют оценки размера парка воздушных судов и их среднего возраста, протяженность маршрутной сети. Важные критерии — безопасность и пунктуальность полетов, уровень обслуживания пассажиров и др. Подобные рейтинги регулярно составляют такие организации, как Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA), ИКАО, а также ряд специализированных печатных изданий.

Если положение североамериканских и европейских перевозчиков в иерархии весьма устойчиво, то на азиатском рынке нарастает межфирменная конкуренция со стороны китайских авиакомпаний и авиакомпаний из стран Персидского залива, которые переживают бурный рост, получая крупные государственные субсидии [1, 2].

Крупнейшие авиакомпании мира как целостные корпоративные системы имеют сложную организацию. Это хорошо иллюстрирует пример «Люфтганза Групп», по итогам 2008 г. занимающей 7-е место в мировом рейтинге авиаперевозчиков по объему пассажироперевозок и 8-е — по пассажирообороту. Совместно с региональными партнерами эта компания выполнила более 775 тыс. регулярных рейсов. Масштабы корпорации колоссальны: число занятых — 106,4 тыс. человек, общая прибыль — более 28 млрд евро (2008). Структурно она разделена на пять функциональных блоков: пассажирские авиалинии («Lufthansa Passage Airlines»), грузовые перевозки («Lufthansa Cargo»), служба технического осмотра и ремонта («Lufthansa Technik»), подразделение информационных технологий; подразделение, обеспечивающее питание на борту (кейтеринг). Организация каждого из этих специализированных, но тесно взаимодействующих бизнес-сегментов имеет специфику. Главную роль в корпорации играет пассажирское подразделение, результатом деятельности которого в 2008 г. стала перевозка 57,1 млн пассажиров. В этом подразделении занято 40% сотрудников, формируется около 2/3 объема ежегодного дохода компании⁴ [3, 9].

Пространственная организация пассажирского подразделения «Люфтганза Групп» имеет многоуровневое, сеть-узловое строение. По данным на первое полугодие 2007 г., авиакомпания располагала 185 офисами различного класса в 97 странах⁵. Ее главная штаб-квартира находится во Франкфурте-на-Майне, где сосредоточены все аналитические, административные и управляющие отделы, стратегические службы корпорации, а также подразделение, обеспечивающее перевозки на внутреннем рынке (табл. 3). В ее непосредственном подчинении с он-лайновой связью находится четыре региональных представительства, обслуживающие международные рейсы. Сегмент зарубежной Европы курирует представительство в Лондоне; Северной и Южной Америки — в Нью-Йорке; Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока и Африки — в Дубае, а остальной Азии и островов Тихого океана — в Сингапуре. Центры размещения региональных штаб-квартир выбраны экспертами корпо-

рации исходя из их экономико-географического положения, численности населения, столичности (официальный или неофициальный статус), экономического потенциала и функций, особенностей политической обстановки, наличия современного аэропорта и т.д. Соответственно к основным функциям региональных штаб-квартир компании относятся полный цикл обслуживания рейсов в аэропорту (технические проверки и частичный ремонт самолетов, питание на борту, регистрация пассажиров на рейсы); разветвленная сеть продажи авиабилетов (прямые, агентские, он-лайновые продажи); сбор, систематизация и анализ поступающей информации; контроль и административные функции.

Региональные представительства авиакомпании «Люфтганза» курируют деятельность внешних филиалов различных рангов. Высшую категорию филиалов составляют крупные подразделения, отвечающие за регион, страну или группу стран и размещенные, как правило, в столицах или крупных экономических центрах. Им непосредственно подчиняется вторая категория филиалов двух типов, различающихся по присутствию и интенсивности деятельности компании. Первый тип (табл. 3, тип А) объединяет филиалы, расположенные в городах — крупных авиационных узлах, в которых частота рейсов авиакомпании «Люфтганза» особенно высокая (до 150—180 в неделю в европейских авиаузлах и 30—45 — в азиатских и американских центрах) и организована разветвленная сеть офисов по оказанию разнообразных услуг пассажирам, развитию рекламы и т.д. В некоторых случаях эти центры на равных конкурируют с филиалами более высокого ранга, но по ряду показателей, в том числе экономическим, все-таки им уступают. Филиалы второго типа (табл. 3, тип Б) — менее крупные по численности персонала — размещены в пунктах с меньшей частотой рейсов авиакомпании «Люфтганза». Они отличаются прежде всего тем, что в них функции продажи и продвижения продукта компаний совмещены с операционной функцией аэропорта. Такие подразделения находятся в прямом подчинении у региональных представительств, но имеют меньше возможностей в принятии решений, планировании и управлении. В свою очередь филиалы второго ранга координируют деятельность третьей категории подразделений компании — довольно большой группы офисов, в функции которых входит лишь обслуживание 1—2 рейсов в неделю. В них занято минимальное число сотрудников, а все операционные

⁴ В силу особой значимости именно на примере пассажирского подразделения «Люфтганза» целесообразно анализировать ее пространственную организацию. Полная характеристика по всем бизнес-сегментам концерна, к сожалению, лимитируется объемом статьи.

⁵ Учитывая совместные рейсы с авиакомпаниями-партнерами по глобальному альянсу «Star Alliance», «Люфтганза» осуществляла рейсы в 841 аэропорт 157 стран.

Таблица 3

Иерархическая структура зарубежной филиальной сети «Люфтганза Групп», 2007 г., по данным [7, 9, 17]

| Региональные штаб-квартиры | Представительства компании | | |
|----------------------------|----------------------------|--|--|
| | Первого порядка | Второго порядка | |
| | | Тип А | Тип Б |
| Лондон | <i>Будапешт</i> | <i>Варшава, Прага</i> | Белград, Бухарест, Загреб, София |
| | <i>Мадрид</i> | Лиссабон | |
| | <i>Милан</i> | Венеция, Рим | |
| | <i>Москва</i> | Санкт-Петербург | Алма-Ата, Ашхабад, Баку, Екатеринбург, Казань, Киев, Минск, Нижний Новгород, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Уфа, Тбилиси |
| | <i>Париж</i> | <i>Амстердам, Брюссель</i> | |
| | <i>Стокгольм</i> | <i>Копенгаген, Осло, Хельсинки</i> | Рига |
| | Вена | | |
| | <i>Цюрих</i> | <i>Женева</i> | |
| Нью-Йорк | <i>Нью-Йорк</i> | <i>Бостон</i> | |
| | <i>Чикаго</i> | Денвер, Детройт | |
| | <i>Даллас</i> | <i>Атланта</i> | |
| | <i>Вашингтон</i> | <i>Майами, Шарлотт</i> | |
| | <i>Сан-Франциско</i> | <i>Лос-Анджелес, Портленд</i> | |
| | <i>Торонто</i> | Ванкувер, Монреаль | |
| | <i>Сан-Паулу</i> | <i>Буэнос-Айрес</i> | Ла-Пас, Монтевидео |
| | | <i>Каракас</i> | Богота, Кито, Лима, Санто-Доминго |
| | | <i>Сан-Паулу</i> | <i>Сантьяго-де-Чили</i> |
| | | <i>Мехико</i> | Гватемала, Панама, Сан-Сальвадор, Сан-Хосе, Тегусигальпа |
| Дубай | Афины | Никосия | |
| | <i>Стамбул</i> | Анкара, Измир | |
| | Тель-Авив | | |
| | Дубай | Абу-Даби, Карачи, Манама, Маскат | Доха, Эль-Кувейт |
| | Тегеран | | |
| | Эр-Рияд | Джидда | |
| | Каир | Амман, Бейрут | Аддис-Абеба, Александрия, Алжир, Асмэра, Касабланка, Ла-Валлетта, Саны, Триполи, Тунис, Хартум |
| | <i>Йоханнесбург</i> | Дурбан, Виндхук, Кейптаун | |
| | Лагос | Абуджа, Аккра, Порт-Харкорт | |
| Сингапур | <i>Шанхай</i> | <i>Гуанчжоу, Пекин, Сянган (Гонконг), Тайбэй</i> | |
| | <i>Токио</i> | <i>Нагоя, Осака</i> | |
| | Нью-Дели | Мумбай (Бомбей), Ченнай (Мадрас), Банглор, Хайдарабад, Колката (Калькутта) | |
| | <i>Сеул</i> | Пусан | |
| | <i>Сингапур</i> | <i>Джакарта, Окленд, Сидней</i> | <i>Куала-Лумпур</i> |
| | <i>Бангкок</i> | <i>Манила</i> | Хошимин |

Примечание. Полужирный шрифт — глобальные города α-группы, полужирный курсив — β-группы, курсив — γ-группы.

работы проводят местные компании по договору с концерном⁶.

О суперпозиции сете-узловых структур глобальных городов и «Люфтганзы». Филиальная сеть авиакомпании «Люфтганза» в значительной мере ориентирована на сложившуюся систему глобальных городов, об этом свидетельствует анализ данных табл. 3. Из 55 глобальных городов, выделяемых Группой исследования глобализации и мировых городов, только в двух — Миннеаполисе и Мельбурне — отсутствуют представительства «Люфтганзы». Иными словами, уровень подобия рассматриваемых структур, исчисляемый как присутствие глобальных центров в списке филиалов авиакомпании, составляет 96,4%. Даже при вовлечении в исследование расширенного перечня глобальных городов, включая формирующиеся, значение показателя остается высоким — 69,3%. Закономерно, что основную часть (18 из 32) «выпавших» из филиальной сети компании центров составляют города Европы — региона со сверхвысокой конкуренцией на рынке авиаперевозок. Более того, обнаруживается довольно существенная корреляционная связь между сетями глобальных городов и представительствами компаний, рассчитанная с учетом принципа иерархичности. Величина коэффициента ранговой корреляции составляет 0,6016. Таким образом, чем выше ранг города, тем выше статус представительства компании и наоборот. Из этого следует, что обслуживание глобальных городов — один из приоритетов в деятельности компании.

Географически важен и другой подход к оценке сложившейся филиальной сети и масштаба деятельности компании вне ориентации на систему глобальных центров. Он позволяет точнее определить соотношение в системе понятий национальный — региональный — глобальный перевозчик. В рамках этого направления детальный анализ и привлечение дополнительной информации, в частности о частоте регулярных рейсов, высвечивает внутрифирменную специфику в пространственной организации авиакомпании «Люфтганза». Ее сфера влияния, формируясь на многофакторной основе, далеко не ограничивается признанными глобальными городами, она гораздо шире. Только общее число офисов в зарубежных странах в 2,5 раза превосходит число ключевых мировых центров. В структуре филиалов весьма весом, например, сегмент «Ближний Восток и Африка» — регион с очень богатыми и самыми бедными странами, но не представленный глобальными городами; хорошо выражено латиноамериканское направление, а также отмечена нацеленность на развитие обслуживания крупнейших

городов многонаселенных и динамично развивающихся стран Азии, прежде всего КНР и Индии. Такая модель размещения филиалов подчеркивает глобальность корпорации.

Вместе с тем обслуживание трансконтинентальных рейсов (в страны Азии, Африки, Океании, Северной и Южной Америки) дает только около 1/3 консолидированного дохода компании. Иными словами, дальнемагистральные перелеты — важная, но пока не доминирующая сфера специализации. Как ни парадоксально, «Люфтганза» во многом позиционируется как региональный и национальный перевозчик. Главным функциональным полигоном для нее исторически остается Европа, на долю которой приходится чуть менее 30% зарубежных филиалов компании, но более 3/4 всех регулярных рейсов и почти 50% полученной в 2007 г. чистой прибыли от деятельности за пределами национального рынка. Внушительны позиции «Люфтганзы» в Германии, где она представлена офисами практически во всех крупных городах. Здесь формируется свыше 30% всего консолидированного дохода компании. Но роль внутреннего рынка постепенно снижается — если в 2000 г. удельный вес сегмента в объеме пассажироперевозок составлял 2/5, то в 2007 г. — только чуть более 1/3 [3, 9].

Заключение. С углублением процессов глобализации многократно возрастает роль воздушного транспорта в реализации трансграничных связей и глобальных фирм как основных акторов на международном рынке авиаперевозок. Крупнейшие авиакомпании имеют сложную функциональную структуру, а в пространственной организации деятельности четко опираются на сложившийся каркас глобальных городов. Как показал опыт исследования на примере компании «Люфтганза Групп», сеть и иерархия ее филиалов и ведущих мировых центров почти полностью совпадают. В то же время на формирование современной корпоративной географии ощутимо влияют и иные факторы, в том числе исторические. В результате в пространственной сфере деятельности «Люфтганзы» отсутствуют четко выраженные предпочтения, налицо паритет трех главных территориальных сегментов рынка авиаперевозок — компания одновременно выступает как глобальный, региональный и национальный перевозчик.

В дальнейшем следовало бы исследовать пространственную организацию нескольких крупнейших авиаперевозчиков — представителей различных Центров мирового хозяйства. Такой анализ позволит определить базовые принципы позиционирования на рынке и территориальные приоритеты фор-

⁶ Иногда рейсы по направлениям совершаются по соглашению о сотрудничестве с другими авиакомпаниями. Фактически рейс обслуживает авиакомпания-партнер, предоставляя самолет и экипаж, а «Люфтганза Групп» берет на себя ответственность по продаже определенного количества мест и может участвовать финансово в организации перелета. В таком случае рейс проходит в системах бронирования под двойным номером. Например, полеты в Инсбрук (Австрия) проводятся в рамках код-шеринговых рейсов с авиакомпанией «Austrian Airlines».

мирования филиальной сети ведущих авиакомпаний мира. Его результаты можно будет использо-

вать для совершенствования деятельности российских авиакомпаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ильина Е.Н. Менеджмент транспортных услуг: индустрия авиаперевозок. М.: Советский спорт, 2005. 176 с.
2. Костромина Е.В. Авиатранспортный маркетинг. М.: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2003. 384 с.
3. Костромина Е.В. Экономика авиакомпании в условиях рынка. М.: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2005. 344 с.
4. Официальный сайт авиакомпании «Air France». URL: <http://www.airfrance.ru/> (23.12.2008).
5. Официальный сайт авиакомпании «British Airways». URL: <http://www.ba.com> (23.12.2008).
6. Официальный сайт авиакомпании «Japan Airlines». URL: <http://www.jal.com/> (23.12.2008).
7. Официальный сайт авиакомпании «Люфтганза». URL: <http://www.lufthansa.com> (28.01.2009).
8. Официальный сайт «Группы исследования глобализации и мировых городов». URL: <http://www.lboro.ac.uk/gawc/> (20.11.2008).
9. Официальный сайт концерна «Люфтганза Групп». URL: <http://konzern.lufthansa.com/> (15.01.2009).
10. Официальный сайт Международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА). URL: <http://www.iata.org/> (14.10.2008).
11. Официальный сайт Международной организации гражданской авиации (ИКАО). URL: <http://www.icao.org/> (14.10.2008).
12. Павлукская Е.С. Мировые города в системе международных авиационных узлов // Глобальный город: теория и реальность / Под ред. Н.А. Слуки. М.: ООО «Аванглион», 2007. С. 121–135.
13. Слука Н.А. Глобальный город // Эксперт. 2008. № 15 (604). С. 68–74.
14. Слука Н.А. Градоцентристическая модель мирового хозяйства. М.: Пресс-Соло, 2005. 168 с.
15. Слука Н.А. «Ключевые компетенции» глобальных городов в мировой системе // Глобальный город: теория и реальность / Под ред. Н.А. Слуки. М.: ООО «Аванглион», 2007. С. 79–103.
16. Airline Business, August 2006. N 8. P. 14.
17. Beaverstock J., Smith R., Taylor P. A Roster of World Cities // Cities N16 (6). 1999. P. 445–458.
18. World Airport Traffic Report 2007. L., 2008.

Поступила в редакцию
09.02.2009

E.S. Pavlutskaya, N.A. Sluka

GLOBAL CITIES IN THE SPATIAL ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE LARGEST AIRLINES OF THE WORLD (CASE STUDY OF THE LUFTHANSA GROUP)

Modernization of the world system in the epoch of globalization has resulted in the emergence of a transnational urban system with global cities as a main element. Their interconnections are realized mainly by air transport and the largest airline companies. The existing pattern of global cities forms the basic frame of the modern global geopolitical, geoeconomic and socio-cultural space and at the same time determines the principal vector of corporative geography transformation. The paper describes global cities as leading air hubs of the world and provides data on the hierarchy of airline companies. Correlation between the development of a system of global cities and the distribution of the Lufthansa Group affiliates (the largest airline company of the world) is also evaluated as a case study. It is argued that spatial organizational structure of the airline company is formed under the influence of a complex of factors.

Key words: global cities, the largest air hubs, leading airline companies of the world, the Lufthansa Group, spatial organizational structure, superposition of nets.