

ФЕНОМЕНЪТ „НИСКОТАРИФНИ АВИОКОМПАНИИ“ – РОЖБА НА СВОБОДНИЯ ПАЗАР ИЛИ НА СУБСИДИИ?¹

МАЯ ИВАНОВА

Нискотарифните авиокомпании (Low-cost carriers/LCC) се появяват в края на 20в. и коренно променят консервативния до тогава пазар на пътническият въздушен транспорт. Тяхната основна стратегия е да минимизират всички възможни разходи, за да предложат същинската си услуга (превоз на пътници) на най-ниска възможна цена. За целта те използват множество инструменти като: стандартизирана флота/самолети, кратко време за почистване на салона, използване на второстепенни и третостепенни летища, избягване на продажби чрез агенти, намалени разходи за труд и липса на предлагане на безплатни допълнителни услуги и екстри на борда². Това прави нискотарифните превозвачи доста агресивни в отношенията им с летищата и партньорите. В същото време потребителските предпочитания се променят в полза на индивидуалното пътуване и ограничен бюджет, с което допълнително подхранват бизнес модела на LCC. Освен това, използването на периферни летища силно увеличава туристопотока към тях, което повлиява положително на туристическата индустрия в тези региони. Като резултат много дестинации започват да гледат на LCC като панацея за развитието на туризма³. Но дали действително развитието на нискотарифните превозвачи се дължи на промените в пазарните

условия, или на нещо друго, като например целенасочени субсидии? Настоящият Zangador report ще се опита да даде някои насоки за размисъл по този въпрос.

Субсидирането във въздушния транспорт

Първоначално традиционните авиокомпании са започнали като държавни превозвачи, поради което са били изцяло субсидирани. Летищната инфраструктура обикновено също принадлежи на държавата, която има грижата да я създава и поддържа. В наши дни ситуацията е доста променена. От края на 70-те авиотранспортът е либерализиран, повечето авиокомпании стават публични дружества, а летищата започват да се оформят и като привлекателни бизнес центрове, а не просто транспортни възли.

В момента държавите продължават да подпомагат главно второстепенните летища, защото те изпълняват предимно социални функции, предоставяйки транспорт и връзки до тези отдалечени райони. При тези летища броят на потенциалните пътници е твърде малък, за да бъде рентабилна редовна въздушна линия⁴. Ето защо правителствата и регионалните власти имат специални фондове за финансиране и подпомагане поддържането на редовни линии до периферните летища, за да може местното население да има транспортни връзки и достъп до по-отдалечените територии. Такива програми има както в Европейския съюз (Public Service Obligations (PSO)), така и в САЩ (Essential Air Service (EAS) и Small Community Air Service Development Grant Program (SCASDG)), Австралия (Remote Air Service Subsidy Scheme) и много други държави.

Подпомагането или субсидирането на авиокомпаниите по принцип не е официално регламентирано, защото противоречи на основните пазарни закони. Все пак съществуват различни други недиректни начини за предоставяне на такава помощ – намалени държавни такси, споделен риск, целенасочени фондове, помощ за маркетингови кампании,

Иванова, М. (2018). Феноменът „нискотарифни авиокомпании“ – рожба на свободния пазар или на субсидии? *Zangador Report* №014.

http://zangador.eu/?page_id=382

Ivanova, M. (2018). Low cost carriers' growth: Market- or subsidies-driven? *Zangador Report* №014. http://zangador.eu/?page_id=382

двустранни договорености и други⁵. Европейският съюз се опитва да диференцира позволените от непозволените стимули чрез специална директива⁶, защото в един момент този тип подпомагане започва да се възприема като „нормално“ за авиоиндустрията.

Нискотарифните авиокомпани и развитието на туризма във второстепенните дестинации

Нарасналият брой нискотарифни авиокомпани провокира конкуренция между второстепенните летища, където те обикновено оперират. Започва надпреварване между периферните дестинации в привличането на ЛСС, главно с цел популяризиране на района за туризъм, съживяване на икономиката и цялостен растеж. Местните власти, които са главните заинтересовани от спечелване на нискотарифни превозвачи, се кооперират с летищата, за да успеят. Заедно те „ухажват“ нискотарифните авиокомпани като им предлагат различни отстъпки и изгодни условия. В крайна сметка нискотарифните авиокомпани започват да очакват и дори да изискват подобни подобрени условия, преди изобщо да започнат преговори с някоя нова дестинация.

Такава инициатива съществува и в България. В края на 2016г. в Бургас бе учреден Регионален фонд за стимулиране на самолетните полети в Югоизточния регион⁷. Като цяло проектът получи обществена подкрепа, но до момента не са известни конкретни постижения в тази посока, с изключение на няколко публикации за учредяването на фонда.

В Европейския съюз, и не само, има доста такива фондове и летища, които се позиционират като „регионални“ или „отдалечени“, тъй като имат по-малко от 3 милиона пътници годишно (съгласно официалната дефиниция на ЕС за „отдалечено летище“/или периферно). Те разчитат именно на нискотарифните авиокомпани за съживяване на регионите и развитие на туристическа дейност. Таблица 1 показва примери от цял свят на специални програми за привличане на нискотарифни авиокомпани.

Като следствие от горните процеси, обаче, се стига до известно изопачаване и възползване от предприетите мерки. От една страна, много периферни летища се позиционират като „отдалечени“, само за да се възползват от предоставените за това субсидии на регионално и национално ниво. От друга страна, досега няма нарочни изследвания, които да докажат *post factum* така афиширания положителен ефект от ЛСС върху местния икономически и туристически растеж. Дори напротив – коментира се известна подобряване в краткосрочен план⁸, но в дългосрочен период нещата остават същите или дори се влошават, заради канибализация на вече съществуващите транспортни мрежи и връзки⁹.

Тук идват и **главните въпроси**:

- ✓ Дали главоломният растеж на нискотарифните авиокомпани е подхранен от промените в пазара, след като според статистическите данни броят на потенциалните пътници (специално във второстепенните региони, където ЛСС основно оперират) е силно ограничен?
- ✓ Дали съществуващите програми за подкрепа/субсидии не стимулират нискотарифните превозвачи към „изкуствен“ растеж?
- ✓ Дали всички тези инициативи всъщност не създават нечестна пазарна среда и нелоялна конкуренция на авиопазара?

Отговорите на тези въпроси не са еднозначни. Те водят до допълнителни други въпроси като например: *Дали бизнес моделът на нискотарифните превозвачи изобщо е жизнеспособен и ефективен? Или досегашните позитивни ефекти се дължат по-скоро на съвместните маркетингови усилия на местните власти и летищата? Анализът по-горе до голяма степен доказва, че успехът на нискотарифните превозвачи не е само тяхна заслуга, а и на допълнителни стимули, идващи от местните летища, общини, дестинации, правителства¹⁰. Така че решението за развитие на туризма в дадена дестинация всъщност зависи от общите усилия на всички заинтересовани страни, а не само от единични играчи като авиокомпани.*

Иванова, М. (2018). Феноменът „нискотарифни авиокомпани“ – рожба на свободния пазар или на субсидии? *Zangador Report* №014. http://zangador.eu/?page_id=382

Ivanova, M. (2018). Low cost carriers' growth: Market- or subsidies-driven? *Zangador Report* №014. http://zangador.eu/?page_id=382

Таблица 1. Примери на програми за местно стимулиране и привличане на нискотарифни авиокомпани

Дестинация	Година на създаване на фонда	Име на фонда/програмата за подпомагане
Belfast, Northern Ireland	2016	Air Route Development Fund
UK	2016	Regional Air Connectivity Fund
Colorado resort, USA	2016	Colorado Flights Organization
Ireland	2015	Ireland's Regional Airports Programme 2015 – 2019
Bari, Brindisi, Italy Aeroporti di Puglia	2016	Commercial Policy for the Development of Aeroporti di Puglia Network
Lithuania	2016	Route Development Fund
Iceland	2015	Route Development Fund
Miami, USA	2015	Air Service Incentive Program (ASIP)
India	2016	Regional Connectivity Fund Under UDAN To Stimulate Growth And Development of Civil Aviation Sector
Bulgarian Black Sea Coast – Varna, Bourgas	2016	Regional Fund for the development of air connections
Barcelona, Spain	2015	Barcelona Air Route Development Committee (BARDC)

Литература:

- ¹ Настоящият Zangador report е базиран на публикацията Ivanova, M. (2018). Low-Cost Carriers' Growth: Market- or Subsidies-driven? In Marinov, V., Vodenska, M., Assenova, M. and Dogramadjieva, E. (Eds.) *Traditions and Innovations in Contemporary Tourism*, (pp. 221-237), Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- ² Button, K. (2012). Low-cost airlines: A failed business model? *Transportation Journal*, 51(2), 197-219.
- ³ Echevarne, R. (2016). The impact of attracting low cost carriers to airports. In Graham, A., Papatheodorou, A., & Forsyth, P. (Eds.). *Aviation and tourism: implications for leisure travel*. London: Routledge. (pp 171-191).
- ⁴ Duval, D. T., & Winchester, N. (2011). Cost Sharing in Air-Service Provision. *Journal of Air Law and Commerce*, 76, 77-98.
- ⁵ Wittman, M. (2014). Public Funding of Airport Incentives: The Efficacy of the Small Community Air Service Development Grant (SCASDG) Program. MIT Small Community Air Service White Paper No. 4 Report No. ICAT-2014-01
- ⁶ European Commission (2014). Community guidelines on state aid to airports and airlines. Official Journal of the European Union, C 99/03, 3-34.
- ⁷ Бедросян, Д. (2017). Целогодишни международни полети от Летище - Бургас още от 2017. Дарик Нюз. URL: http://www.dariknews.bg/print_article.php?article_id=1635751 (Последен достъп 11 януари 2017).
- ⁸ Heymann, E. and Karollus, A. (2015). Germany's regional airports under political and economic pressure. Deutsche Bank research. URL: https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD000000000359528/Germany%E2%80%99s_regional_airports_under_political_and_ec.PDF
- ⁹ Hvass, K. A. (2014). To fund or not to fund: A critical look at funding destination marketing campaigns. *Journal of Destination Marketing and Management*, 3(3), 173-179.
- ¹⁰ Ivanova, M. (2018). Low-Cost Carriers' Growth: Market- or Subsidies-driven? In Marinov, V., Vodenska, M., Assenova, M. and Dogramadjieva, E. (Eds.) *Traditions and Innovations in Contemporary Tourism*, (pp. 221-237), Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.