

*Бела Мухи*

*Универзитет Едуконс, Факултет пословне економије  
Сремска Каменица - Нови Сад*

## **ТРЖИШТЕ АВИО УСЛУГА У СРБИЈИ У НОВИМ ЕКОНОМСКО-ПОЛИТИЧКИМ УСЛОВИМА – ДОЛАЗАК НИСКОТАРИФНИХ АВИО-КОМПАНИЈА**

### **Сажетак**

*Једно од најпропулзивнијих сегмената транспортног тржишта у последњих 20-так година свакако представља тржиште авио услуга. Од првобитног мита о Дедалу и Икару, да човек може да лети, па до првог модела авиона браће Рајт и све до данашњих суперсоничних авиона, авио саобраћај је мењао много лица, али је задржао основну сврху, а то је да људе, што је брже и безбедније могуће превезе до њиховог одређеног места. Светски ваздушни саобраћај је одавно изашао из почетне фазе развоја и економски се осамосталио, а директне државне интервенције су све мање оријентисане на инвестиције и субвенције (поготово у развијеним земљама где је дошло до консолидације ваздушног саобраћаја).*

*Србија (као и земље региона) је постала интересантно тржиште за многе националне и нискотарифне авио-компаније. Тек ће се борба на овом тржишном сегменту развити, с обзиром да су многе велике и познате компаније већ успоставили летове, а многи најавили своје присуство. У овом раду се дају основна обележја пословних модела националних и нискотарифних авио-компанија, при том фокусирајући се на тржиште Србије и на ваздухопловну политику у оквиру укупне економске, саобраћајне и развојне политике земље.*

*Кључне речи: нискотарифне авио-компаније, националне авио-компаније, тржиште авио услуга*

## УВОД

На почетку 21. века ситуација је драстично промењена на светском авио-тржишту. Светски и европски авио-саобраћај се по обиму удвостручио, али је у многоне изменио и своју структуру и пословну филозофију, а конкуренција је изузетно поштрена. Драматичне промене су настале и на тржишту југоисточне Европе.

Дугогодишње пропадање привреде Србије у годинама санкције и ратова у великој мери се одразило и на сектор авио услуга. Некада успешна и велика компанија (и у европским и светским оквирима) ЈАТ се нашао у великим проблемима. Сада са вишком капацитета и персонала, са организацијом која није прилагођена новим тржишним условима, са флотом која је добрим делом застарела практично се из почетка укључује у светски саобраћај који је у међувремену битно промењен. Додатни притасак предавања и улазак нискотарифних авио-компанија на тржиште Србије, са којима ЈАТ треба да се такмичи.

Присуство и понуда нискотарифних авио-компанија ће свакако подстицати путовања у Србију и из Србије, а умногоме ће помоћи и грађанима Србије да лакше, брже и знатно јефтиније путују. Остаје да се види како ће се снаћи у овим динамичним условима домаћа авио-компанија којој ће бити све теже да држи корак са модерним пословањем нискотарифних авио-превозника.

### *1. ГЛОБАЛНИ РАЗВОЈ ВАЗДУШНОГ САОБРАЋАЈА*

Сама појава потребе за ваздушним превозом јавио се у ери када се живот почео одвијати неупоредиво бржим темпом. Морало се појавити и саобраћајно средство које ће – у почетку макар и са мање сигурности и удобности, те уз више цене – задовољити управо ту потребу за брзином. По томе се са ваздушним не може мерити ни железнички, ни друмски, ни водени саобраћај. Зато је појава авиона, тог најмлађег средства у редовном путничком промету, изазвала не само нову саобраћајну него и економску револуцију.

Реализација човековог сна да полети била је омогућена техничким напретком крајем 19. и на почетку 20. века. Прави почетак ове врсте путовања обележен је изумом авиона. Но, од првих

експеримената прошло је доста времена док је конструисан авион способан за дужи лет. Блериов лет 1909. године преко канала Ла Манш био је први велики догађај на том пољу, али је много већи подухват учинио амерички пилот Чарлс Линдберг, када је потпуно сам прелетео океан и савладао удаљеност од Њујорка до Париза. Авиону се од тада почела посвећивати све већа пажња, јер је већ од почетка имао брзину по којој му није било равно ни једно друго превозно средство.

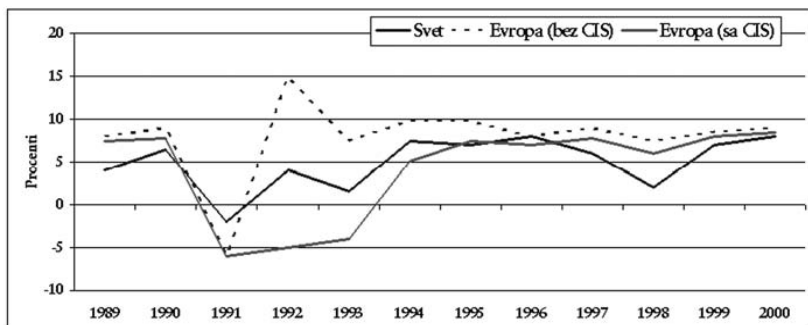
Ипак авион је још дуго остао несигурно, неудобно и скупо саобраћајно средство, да би се у путничком промету авион почео појављивати 1930. године, а до шире примене авиона дошло тек 50-их година прошлог века, као редовног саобраћајног средства. У том периоду већином се одвијао унутрашњи авионски саобраћај на домаћим линијама појединих држава, нарочито оних развијенијих. Врло брзо са појавом све савршенијих и већих авиона почео да јача и међународни авионски саобраћај, прво на континенталним линијама, а касније и на интерконтиненталним линијама (највећим делом између Европе и Северне Америке).<sup>1)</sup>

У последњих 40 година прошлог века обим ваздушног саобраћаја се повећавао просечном стопом раста од близу 10% годишње, без обзира на краће кризне периоде који су се циклично понављали приближно сваких 10 година (као последица економских и енергетских криза, ратних сукоба и терористичких напада). Ваздушни саобраћај је и данас један од транспортних сектора са најбржим развојем у светској економији. Већина прогноза указује да ће се у првој декади 21. века наставити раст ваздушног саобраћаја са годишњим стопама од преко 5%, (скоро двоструко брже од стопе глобалног раста друштвеног производа). То значи да се очекује дуплирање обима авио-превоза у наредних 10 до 15 година.<sup>2)</sup>

1) Види Ј. Лазих, К. Кошић, *Туристичка географија*, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, 2004. стр. 89-94.

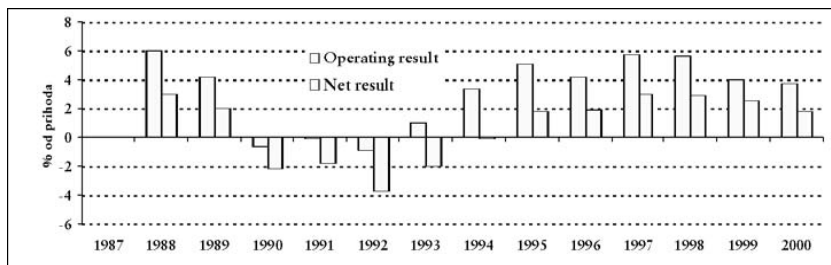
2) Опширније види Б. Крстић, Ј. Степановић, *Авио-саобраћај у турбуленцијама - неки елементи за формирање ваздухопловне политике*, Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004.

Табела 1. Стопе раста европског редовног ваздушног саобраћаја у периоду од 1989. до 2000. године, са државама бившег Совјетског Савеза (ЦИС) и без њих и упоређене са светским просеком



(извор: ICAO, World of Civil Aviation 2000.)

Табела 2. Светски авио саобраћај – кретање оперативних резултата и профита



(извор: ICAO, World of Civil Aviation 2000.)

## 2. ВАЗДУХОПЛОВНА ТРАДИЦИЈА СРБИЈЕ

Србија, односно Југославија има дугу и богату традицију у развоју авијације у најширем смислу и ваздушног саобраћаја посебно. Спадамо у мали број земаља које су од самих почетака авијације биле активно укључене у његов развој и примену у војне и цивилне сврхе. Српска војска је међу првима увела ваздухопловство у свој састав и применила га у ратне сврхе још у балканским ратовима и наравно много више у Првом светском рату. Србија је међу првим земљама у свету, још пре Првог светског рата, донела Уредбу о ваздушној пловидби, којом је озаконила заштиту суверенитета свог ваздушног простора и регулисала коришћење ваздухоплова у цивилне сврхе. Захваљујући наслеђеној традицији и образованим кадровима, и поред ратних разарања у Другом светском рату,

у новој Југославији је брзо обновљено напредно ваздухопловство у свим његовим облицима (спортско, саобраћајно, пољопривредна и лака авијација, ратно ваздухопловство, ваздухопловна индустрија). Југословенски ваздушни саобраћај је био интегрални део глобалног светског авио-саобраћајног система и заузимао угледно место у овом делу света по обиму превоза и савремености флоте. Југословенска ваздухопловна индустрија је добила велики замах у производњи летилица за потребе цивилног и војног ваздухопловства, а укључила се и у кооперантске односе са најпознатијим произвођачима путничких авиона (Бојинг и Доуглас), захваљујући наручбинама које су наше авио-компаније имале код тих фирми (на тај начин су се неке наше фабрике, на пример Соко, Утва, Прва петолетка, укључиле у светску поделу рада).

Највећи пад у својој историји, наше ваздухопловство вероватно је доживело у 90-тим годинама прошлог века. Међународни ваздушни саобраћај је већи део тог времена био под ембаргом, превозници су искључени из међународне сарадње, обустављен је рад ваздухопловне индустрије, прекинути извозни послови и кооперација са великим светским произвођачима авиона, напуштен је рад на пројектима нових војних и цивилних авиона.<sup>3)</sup>

### 3. НАЦИОНАЛНА АВИО КОМПАНИЈА ЈАТ

Ваздушни саобраћај у СФРЈ био је у непрестаном успону током периода после Другог светског рата. Захваљујући политици отварања према Западу, нарочито у економском смислу, СФРЈ је била у пуној мери укључена у међународни ваздушни саобраћај. Држава је равноправно сарађивала у светским и регионалним ваздухопловним организацијама, а превозници су поседовали флоту западне технологије, били су активни чланови одговарајућих удружења (ИАТА<sup>4)</sup>, АЕА<sup>5)</sup> и др.) и обављали саобраћај по међународним стандардима и процедурама.

ЈАТ (Југословенски Аеротранспорт) је национални превозник, формиран 1947. године и наследио је традицију предратног „Аеропут”-а који је основан 1927. године. Основна делатност је

3) Опширније видети Б. Крстић, Љ. Степановић, *Авио-саобраћај у турбуленцијама - неки елементи за формирање ваздухопловне политике*, Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004.

4) *International Air Transport Association (IATA)* - Међународна асоцијација за авио транспорт

5) *Association of European Airlines (AEA)* - Европска асоцијација авио-превозника

био редовни превоз на домаћим и међународним линијама. Чартер превоз му је био додатна делатност чија је сврха, пре свега, било допунско коришћење капацитета, као и уходавање неких нових линија у периоду још нерегулисаног редовног статуса или неизвесне комерцијалне оправданости.

У билатералним уговорима са другим државама, ЈАТ је био одређени превозник за експлоатацију договорених међународних линија. Поред домаћих линија које су повезивале све аеродроме у Југославији, ЈАТ је развио разгранату мрежу међународних линија у еврамедитеранској области, а од 70-тих година се укључио и у дуголинијски саобраћај који је обухватао на северноатлантској рути већи број тачака у САД и Канади, а на источној рути у Аустралији, Азији и на Средњем истоку.

Цела мрежа линија је била повезана у јединствен систем који је обезбеђивао везе са свим домаћим аеродромима преко транзитних центара у Београду и Загребу, а у мањој мери и преко Љубљане. Развијени су такође и снажни међународни транзитни токови путника и робе повезивањем линија у правцу источних и западних дестинација са добрим везама у оба правца на Београдском аеродрому, који је почео да добија карактеристике транзитног центра.<sup>6)</sup>

ЈАТ је током седамдесетих и осамдесетих година прошлог века отворио многа представништва у свету, и превозио годишње пет милиона путника. Развијао и модернизовао своју техничку делатност, али истовремено је развијао и терцијалне делатности, попут привредне авијације, хотелијерства, као и сопствени школски центар за обуку кадрова, али и школовање сопственог пилотског кадра. Улагао у развој инфраструктуре (гради велики хангар за пријем широкогрупних авиона, пробни сто за испитивање млазних мотора, осваја ревизије мотора и других компонената за савремену флоту). Такође ЈАТ је склопио и врло успешне уговоре о сарадњи са многим компанијама у такозваном „трећем свету”, постепено је развијао свој информациони систем, уводио аутоматизовану продају карата.<sup>7)</sup>

Авиони ЈАТ-а саобраћали су крајем осамдесетих година на више од 300 линија, од којих су две трећине биле међународне. У годинама рекорда, 1987/88/89, ЈАТ је повезивао Југославију са 61

6) Опширније видети Б. Крстић, Љ. Степановић, *Авио-саобраћај у турбуленцијама - неки елементи за формирање ваздухопловне политике*, Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004.

7) <http://www.jat.com/>

дестинацијом света на пет континената, превозећи годишње 5 милиона путника и 46 хиљада тона робе.

Упоређење ЈАТ-а са осталим редовним и националним превозницима у свету и Европи показује да је крајем 80-тих година прошлог века ЈАТ по обиму саобраћаја био рангиран приближно у првој трећини (31. место у свету) на листи тадашњих 112 чланица ИАТА и на половини листе (12. место у Европи) међу тадашњим 21 чланом АЕА. ЈАТ је био члан Међународне асоцијације за авио транспорт (*International Air Transport Association*) од 1961. године а члан Европска асоцијација авио-превозника (*Association of European Airlines*) од 1971. године. У односу на остале редовне компаније из земаља југоисточне Европе, ЈАТ је имао најсавременију флоту и највећи обим саобраћаја после грчког *Olympic Airlines*.

Почетком деведесетих година следи најтежи период у послератној историји бивше Југославије - рат, распад земље и санкције које су се прво и најтеже одражавале управо на националног авио-превозиоца. Убрзо после почетних трагичних дешавања ЈАТ се вратио на тржиште и почео да хвата корак са светом. Већ 1994. обновио је дестинације и кренуо у нову епоху свог развоја, означену борбом за опстанак на светском небу. Сваке године резултати су били све бољи, да би 2006. године ЈАТ превезао 1.207.712 путника, 3556 тона робе и 689 тона поште и први пут после 1991. позитивно завршио пословну годину, са нето добитком од 3,8 милиона евра.<sup>8)</sup>

Табела 3. Обим редовног превоза АЕА компанија из југоисточне Европе у 1989. године

	MILIONI PUTNIČKIH KILOMETARA				HILJADE PUTNIKA
	Domaće linije	Evropske linije	Interkont. linije	Ukupno redovni	UKUPNO REDOVNI
JAT	845	1327	2772	4944	3240
AUSTRIAN AIRLINES	394	1560	378	2332	2070
MALEV	211	1168	—	1379	1233
OLYMPIC AIRLINES	1701	2694	3620	8015	6632

(извор: Б. Крстић, Ј. Степановић, *Авио-саобраћај у турбуленцијама - неки елементи за формирање ваздухопловне политике*, Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004.)

8) <http://www.jat.com/>

#### 4. ПОЈАВА НИСКОТАРИФНИХ АВИО-ПРЕВОЗНИКА

На почетку 21. века, ситуација је битно промењена на светском авио-тржишту. Светски и европски авио-саобраћај се по обиму удвостручио, али је у многоме изменио и своју структуру, а конкуренција је изузетно пооштрена. Драматичне промене су настале и у југоисточној Европи.

На простору бивше СФРЈ је настало више држава које имају своје националне авио-компаније и авио тржиште је испарцелисано. Од редовних превозника у Србији је остао ЈАТ са великим проблемима због смањеног тржишта, уназађен вишегодишњим ембаргом на саобраћај и суспензијом сарадње са западним земљама. Међутим појавила се још једна велика претња на тржишту авио-услуга националној авио-компанији, а то су нискотарифне авио-компаније.

Нискотарифне авио-компаније (*low-cost companies, low-cost carriers – LCC*) се најлакше могу дефинисати као авио-компаније које послују на релативно кратким рутама, у одређеним регионима и које не нуде никакве додатне услуге.<sup>9)</sup> Основна идеја *low cost* лета се налази у самом имену - нискотарифни лет, брз и сигуран превоз до одредишта уз приступачну цену. Оно што је најбитније је то да сама безбедност лета и путника није угрожена смањењем цене. За све летове се примењује прописана регулатива Европске уније (остале регије нпр, Америка и Канада имају своје прописе који се такође поштују).<sup>10)</sup>

Појава нискотарифних авио-превозника се везује за либерализацију ваздушног превоза током 80-их и посебно током 90-их година прошлог века, када се почеле да се оснивају нискотарифне авио компаније. У то време многобројни национални превозници (конвенционални авио-превозници), који су по правилу били у државном власништву, пословали су са високим трошковима и ниском фреквенцијом летова. Улазак на тржиште нискотарифних превозника је довело до боље повезаности између аеродрома (дестинација), нижих цена летова и веће фреквенције летова.<sup>11)</sup>

9) Опширније у Air Transport Group, Europe's Low-cost Airlines, Cranfield University, Cranfield, 2000.

10) О томе видети European air transport policies – the need for a truly „One Sky Europe“; Council of Europe – Committee on Economic Affairs and Development; June 2000.

11) С. Аћимовић, „Од националних авио превозника до low cost компанија – Ефекти успешне промене маркетинг стратегије“, Маркетинг, 2009, број 3, стр. 145-154.



Начин пословања данашњих нискотарифних авио компанија постављен је у САД-у са уласком компаније *Southwest Airlines* још 1967. године на тржиште. Успех регионалне авио компаније *Southwest Airlines* је постигнут ниским ценама и укидајућим луксузом (са много мање услуга и комфора за путнике).

Последњих двадесетак година на готово свим тржиштима (посебно Европе и САД) оснивали су се *low cost* авио-компаније, које имају другачију пословну стратегију у односу на класичне, националне авио-превознике. Са поступком либерализације, тј. применом „Споразума о отвореном небу“ (*Open Sky Agreement* уговора) повећава се тржишно учешће, као и профит нискотарифних авио-компанија.

Интерконтинентални споразум „Отворено небо“ ступио је на снагу 30. марта 2008. године. Данас је Споразумом предвиђено да све авио-компаније, које имају интерес могу да лете из Европе у САД са било ког аеродрома из Европске уније, а не само са аеродрома из матичних земаља, чиме се значајно повећава степен конкуренције и додатно либерализује систем формирања цена на једној релацији.<sup>12)</sup>

У поређењу са тржиштем Северне Америке где је учешће *low cost* компанија око 30%, у Европи 28%, у Азији је тржишно учешће око 9% и представља велики потенцијал за развој нискотарифних превозника.<sup>13)</sup>

Табела 4. Најпознатије светске нискотарифне авио-компаније

ЕВРОПА	САД	АФРИКА	АЗИЈА	БЛИСКИ ИСТОК
RyanAir	Southwest Airlines	Kulula	Air Asia – Malezija	Jazeera
EasyJet	West jet	Mango	Nok Air – Tajland	Air Arabia
Maersk Air	Jazz	Itime	Tiger Airways Singapore	
AirOne	Viva Aerobus		Spring Air - Kina	
WizzAir	Jet Blue		Lion Air- Indonezija	

(извор: EUROCONTROL, Forecast Monitor, November 2008.)

12) Опширније видети С. Аћимовић, “Од националних авио превозника до *low cost* компанија – Ефекти успешне промене маркетинг стратегије“, Маркетинг, 2009, број 3, стр. 145-154.

13) EUROCONTROL, Forecast Monitor, November 2008.

## 5. ПОСЛОВНИ МОДЕЛИ НИСКОТАРИФНИХ АВИО-КОМПАНИЈА

Екстремно ниске цене које нуде нискотарифне авио-компаније привлаче све више путника и одвлаче их од авио-компанија са потпуном услугом (националне авио-компаније). Једна од највећих предности нискотарифних авио-компанија лежи у њиховом *point-to-point* (од тачке до тачке – од аеродрома до аеродрома) начину путовања. Директним путовањима на краткотрајним летовима повећава се корисност и употреба авиона, при том елиминишу се потребе за додатним услугама које се иначе очекују на дужим релацијама, а при том је и шанса губљења пртљага сведена на минимум.

Нижи трошкови радне снаге су још један у низу вида смањења трошкова у поређењу с конвенционалним превозницима. Према истраживањима пилоти low cost авио-компанија у просеку лете 25% времена више од пилота националних авио-компанија. Осим дужег летења, пилоти и посада имају мање времена за одмор и обављају још неке додатне задатке - планирање лета, надгледање утовара кофера и точења горива, чишћење авиона и сл. Смањење трошкова особља укључује и *outsourcing* свих нелетачких дужности.<sup>14)</sup>

Избор low cost авио-компанија да спајају незагушене аеродроме може се протумачити као оптимална употреба слободног капацитета аеродрома. Бирајући секундарне аеродроме времена укрцавања, техничког прегледа, точења горива итд. су мања што је резултат мањег промета на аеродрому. Тиме се осигурава максимална употреба авиона. Нискотарифне авио-компаније заказују летове већином рано ујутро или касно увече да би избегли загушења на фреквентнијим аеродромима и искористили ниже трошкове слетања.

Извор смањења трошкова представља и корисничка *on-board uslugа* (услуге у авиону). Нискотарифне компаније не осигуравају бесплатну храну и пиће, већ их продају путницима. Пртљак се добро контролише, обично је дозвољен један комад преданог пртљага и један ручног, при чему је максимална тежина мања него код конвенционалних превозника. Додатни пртљак се наплаћује (обич-

14) S. Steiner, A. Vidović, R. Škurla, *Impact of low-cost airlines on the European air transport market*, Faculty of Transport and Traffic sciences, Zagreb, 1998.

но према тежини). На тај начин се добија додатан приход, а при том се смањује и време рада са *catering* службама на аеродрому.<sup>15)</sup>

Употребом само једног типа авиона увелико се смањују трошкови одржавања, сервисирања и обуке посаде. Нискотарифне авио-компаније нуде само једну класу без могућности резервације седишта, чиме се подстичу путници да се сместе што раније и тако смање време које авион проведе на земљи. Још једна предност лежи у *check in*-у путника (пријављивање путника на аеродрому), који је много једноставнији због укидања карата. Довољно је појавити се на шалтеру са пасошем и бројем резервације. Више од 97% карата *low cost* авио-компаније продају путем Интернета, заобилазећи притом продају путем посредника (туристичких агенција, резервационих система) и на тај начин се избегава плаћање провизије.<sup>16)</sup>

Нижи трошкови и већа попуњеност седишта у авиону омогућавају нискобуџетним авио-компанијама да понуде и 50-70% ниже цене од традиционалних авио-компанија. Просечна цена карте нискобуџетних авио-компанија на континенталним летовима (између дестинација у Европи) износи од 50 до 100 еура (чак и мање) наспрам 180-200 евра код националних авио-компанија.<sup>17)</sup>

Пословни концепт који најчешће практикују нискобуџетне авио-компаније:<sup>18)</sup>

- јединствена путничка класа;
- јединствени модел авиона (најчешће *Airbus A320* или *Boeing 737*);
- минимални сет додатне опреме у авиону;
- јединствена цена карата (карта у једном смеру износи тачно половину цене повратног путовања, цена карте се повећава сразмерно повећању попуњености авиона, а посебно се на грађују ране резервације карата);

15) Види R. Doganis, *The Airline Business in the 21st Century*, Routledge, London, 2001, pp. 174-185.

16) Види T. Coies, M.C. Hall, "Effectively planing and managing European airport capacity", *International Business and Tourism*, Routledge, 2008, pp. 60-75.

17) Према World Air Transport Statistics; IATA; 2002. [www.iata.org](http://www.iata.org) – International Air Transport Association (Међународно удружење за ваздушни саобраћај)

18) Опширније види С. Аћимовић, „Од националних авио превозника до *low cost* компанија – Ефекти успешне промене маркетинг стратегије”, *Маркетинг*, 2009, бр. 3, стр. 145-154.

- коришћење јефтинијих, секундарних аеродрома, који су понекад удаљени и до 100 километара од саме дестинације;
- поласци у раним јутарњим или касним вечерњим сатима како би се избегла кашњења и искористили нижи трошкови полетања и слетања авиона;
- поједностављене руте (најчешће директни летови, без трансфера у великим авио чвориштима, чиме се смањује и ризик изгубљеног пртљага);
- тежиште на директној продаји карата (посебно преко Интернета, чиме се избегавају трошкови и провизије путничким агенцијама и резервационом системима);
- избегавање пружања посебних услуга путницима (не служе се бесплатни оброци);
- наплаћивање додатних услуга (чување пртљага, приоритетно укрцавање, храна и пиће у авиону итд.);

Све више националних авио-превозника под притиском жестоке конкуренције нискотарифних авио-компанија почела је да усваја принципе пословања low cost превозника. Као одговор на пословне моделе многе националне авио-компаније су отворили ћерке фирме које потпуно послују по принципима рада нискотарифних авио компанија (нпр. *Lufthansa* је основала *Germanwings*, *British Airways* компанију *Go* итд.) Такође одговор конвенционалих авио-компанија јесте њихово удруживање у алијансе, како би се смањили трошкови, пре свега код преламања транспорта на далеким дестинацијама при преласку са једног на други лет. Може се закључити да разлике у пословању конвенционалних и нискотарифних авио-компанија полако нестају.

Табела 5. Индикатори продуктивности нискотарифних авио-компанија

КОМПАНИЈА	ПОПУЊЕНОСТ АВИОНА	ДНЕВНИ БРОЈ ЛЕТОВА	РУТЕ	БРОЈ ЛЕТЕЛИЦА
Ryanair	81.2%	1099	712	166
Easyjet	83.3%	1045	340	163
Norwegian	80%	200	140	36
Flybe	75%	520	163	69
Clickair	68.9%	150	55	25
Transavia	76.3%	90	90	34

WizzAir	85%	62	117	18
Sterling	75%	137	124	26
Jet2	81%	104	90	30
Sky Europe	75%	107	77	15
Myair	67%	41	42	12
Sverige-fly	80%	54	14	9

(извор: ELFAA - The European Low Fares Airline Association)

Табела 6. Позиције нискотарифних авио компанија у Европи (према броју летова изведених у једној недељи – подаци из 2008. године)

Позиција	Авио превозник	Летови	Седишта	Руте
1	Ryanair	7,639	1,443,771	1,222
2	Easyjet	6,534	1,026,519	639
3	Air Berlin ( LCC-segment )	3,485	543,420	330
4	Flybe	3,047	238,714	300
5	Norwegian	1,564	239,294	287
6	Aer Lingus	1,439	272,993	167
7	Germanwings	1,434	206,496	252
8	Meridiana	1,122	149,548	104
9	TUIfly ( LCC-segment )	1,093	171,492	230
10	Vueling	1,036	186,480	114

(извор: Deutsches Zentrum für Luft und Raumfahrt)

Нискотарифне авио-компаније су драстично промениле и маркетинг приступ на тржишту авио-превоза, што им је континуирано унапређивало тржишну позицију и пословне резултате. Промене у маркетинг стратегијама low cost компанија биле су револуционарне и у правом смислу речи су последица препознавања реалних потреба клијената који користе услуге авио превоза. Успех нискотарифних авио-превозника све више тера националне авио-компаније да своје инструменте маркетинга прилагођавају новом моделу пословања.

Елементи маркетинг микса (7п) нискотарифних авио компанија:<sup>19)</sup>

*Цена* – формирана на правилима економије обима;

19) Према С. Ађимовић, „Од националних авио превозника до low cost компанија – Ефекти успешне промене маркетинг стратегије”, *Маркетинг*, 2009, број 3, стр. 145-154.

*Услуга* (производ) – основна услуга је само превоз, све друго се посебно плаћа по жељи путника;

*Процес услуживања* – широк спектар маркетиншких повољности (нпр. чекирање од куће, куповина карата посредством Интернета);

*Услужни амбијент* – коришћење удаљених, мање фреквентних аеродрома, лакши улазак за линије нове компаније, мање преседања, мањи број типова авиона у флоти (често један) итд;

*Људи* – Максималне уштеде на нелетачком особљу (*outsourcing*);

*Канали дистрибуције* – максимално фаворизовање Интернет букирања и продаје карата;

*Интегрисане комуникације* – углавном посредством Интернета, коришћење авиона као рекламног паноа (и споља и унутра);

## 6. ДОЛАЗАК НИСКОТАРИФНИХ АВИО-КОМПАНИЈА У СРБИЈУ

У почетку тржиште Југоисточне Европе био је неинтересантан сегмент за већину нискотарифних авио-превозника. Прва озбиљна присуства *low cost* компанија у региону се бележи у великим градовима и туристичким центрима, пре свега западних држава регије, оних код којих су визна либерализација и процес приступања Европској унији били бржи.

Путници из Србије током претходних година су плаћали скупле услуге авио превоза због дугогодишњег одлагања реструктурирања некада, у европским размерама респектабилне, а у међувремену готово потпуно посрнуле националне авиокомпаније ЈАТ. У међувремену, чекајући боља времена наши путници у жељи да лете јефтиније су одлазили на аеродроме у региону (највише у Будимпешту).

Очекивало се да ће отварање неба изнад Србије у значајнијој мери наступити са процесом визне либерализације, који се десило крајем 2009. године. Дугогодишњи притисак од стране неких нискотарифних авио-компанија и процес убрзаног приближавања Србије Европској унији је подстакао ваздухопловне власти да у међувремену одобре летове неким нискотарифним превозницима, а

да друге позову да уђу на тржиште Србије. Први квантитативни подаци говоре у прилог томе да је само промет путника на Београдском аеродрому Никола Тесла у последњем месецу 2009. године и првом месецу 2010. године повећан за 20% у односу на исти период прошле године.

Свакако ће присуство и понуда нискотарифних авио-компанија подстицати путовања у Србију и из Србије, а умногоме помоћи и грађанима Србије да лакше, брже и знатно јефтиније путују. Low cost компаније полако отварају све европске дестинације за грађане Србије, делом директно из Београда и Ниша, делом преко Темшвара и Софије.

Међу првим low cost компанијама у Србији које су почеле да лете су *Germanwings* и *Norwegian Air*. *Germanwings*, прва low cost авиокомпанија која је почела да послује на територији Србије, за четири године обављања летова из наше земље превезла је више од 300.000 путника. За првих пет месеци ове године, превезено је 32.000, а циљ им је да до краја године цифра порасте на 79.000 путника. Просечна попуњеност авиона на летовима је 80%. *Germanwings* лети из Београда ка 16 европских дестинација (Лондон, Берлин, Барселона, Беч, Стокхолм итд.). Компанија *Norwegian Air* лети у 11 дестинација Европе. Од краја 2009. године када се Србија нашла на белој Шенген листи, почели су преговори и са другим нискотарифним авио-компанијама. Летови мађарског *Malev*-а (национална авио-компанија) и *Vizair*-а почели су да се одвијају на релацији Београд – Будимпешта. Италијански *Wind Jet* успоставио је линију Болоња - Ниш и то је једина low cost компанија која је увела линију за аеродром “Константин Велики“ у Нишу. Почетком године је и компанија *Fly Niki* из Беча увела нискотарифне летове на релацији Београд – Беч. Италијанска авиокомпанија *Air Vallee* најавила је да ће покренути редовну авионску линију између Београда и Риминија.

Још неколико нових low cost компанија најавило је своје летове из Београда. Данска авио компанија *Cimber Sterling* покреће лет на релацији Копенхаген – Београд, словеначка авио компанија *Adria Airways* успоставља летове на релацији Београд - Љубљана, а у најави је и почетак летова *Air Baltic*-а.

Тренутно, на саобраћајној мапи Србије постоје два међународна аеродрома, “Никола Тесла” у Београду и “Константин Велики” у Нишу. Шансу да пређу у ту категорију имају и војни аеродроми

“Батајница”, “Поникве” и “Лађевци” али и ваздушне луке Пилотске академије у Вршцу и локалне самоуправе у Бору, који су тренутно у категорији секундарних аеродрома. Такође, у нашој земљи постоји још 18 мањих спортских и војних аеродрома. За Београд најзначајније је да се за цивилни саобраћај оспособи батајнички аеродром одакле би летели чартери и low cost компаније, а да сурчински буде искључиво за велике (националне) авио-компаније.

Долазак нискотарифних авио-превозника и тржишна либерализација ће мотивисати и друге регионалне авио компаније да започну процес реструктурирања (*Croatia Airlines* и *Adri Airlines* су то већ започели, док тај процес тек чека поред JAT-а и *Montenegro Airlines*).

### ЗАКЉУЧАК

Доласком нискотарифних авио-компанија у Србију су рано дошли до изражаја позитивни ефекти за путнике. Међутим поставља се питање да ли држава треба да дозволи да национална авио компанија JAT пропадне? Дилема је такође и којим путем треба реструктурирати односно ревитализовати домаћег националног превозника. Свакако неопходно је за JAT изабрати адекватну комбинацију пословних стратегија. Једна од опција је и проналазак стратешког партнера и улазак JAT-а у неку јаку алијансу авио превозника (раније је било речи да ће JAT као регионални превозник ући у светску алијансу коју предводи *Lufthansa*). Спомиње се и предузимање радикалнијих мера, кроз ликвидацију постојеће и истовремено формирање нове компаније која ће бити прилагођена садашњем тржишту и условима који на њему владају.

Да би се процениле могућности оптималног развоја авио-саобраћаја генерално на тржишту Србије у наредним годинама неопходно је да се врло прецизно и студиозно испитају потенцијалне могућности ваздушног саобраћаја у оквиру прогнозе општег економског и политичког развоја земље, као и међународној интеграцији (посебно ка Европској унији). У складу са таквом визијом потенцијала развоја, Србија треба да формира своју ваздухопловну политику и обезбеди институционалне оквире и инструменте за њено спровођење у оквиру укупне економске, саобраћајне и развојне политике земље и да се омогући да се ваздушни саобраћај реструктурира у складу са новим околностима, да искористи потенцијалне могућности које пружа локално, регионално и ме-



ђународно тржиште (поготово тржиште Европске уније) и да се оспособи за равноправну конкуренцију на будућем интегрисаном европском тржишту, које ће донети нове развојне могућности, али исто тако и нова искушења.

**Bela Muhi**

## **SERBIAN AIR MARKET IN NEW ECONOMIC-POLITICAL CONDITIONS – COMING OF LOW COST AIRLINES**

### **Summary**

*One of the most propulsive segments of the transport market in the last 20 years is certainly the air service market. Since the myth of Daedalus and Icarus, that the man can fly, until the first Wright brothers aircraft model and up to today's supersonic aircraft, air traffic changed many forms, but kept the basic purpose, which is that people, as quickly as can safely transport to their destinations. World air traffic has moved from the early stages of economic development and became independent, so direct state interventions and investments are subsidies (especially in developed countries where there is a consolidation of air traffic).*

*Serbia (and countries in the region) has become an interesting market for many national and low-cost airline companies. The battle on this market segment are developing. Many large and famous companies have already established flights, and many have announced their presence. This paper presents the main features of business models airline companies, with the focus on the Serbian market and the airline policy in the overall economic, transportation and development policies of the country.*

*Key words: low cost airlines, national airlines, the market for air services*

### **ЛИТЕРАТУРА**

- AETF – Airline Economic Task Force – Radna grupa IATA za ekonomiku aviokompanija
- Air Transport Group, Europe's Low-cost Airlines, Cranfield University, Cranfield, 2000.
- Б. Крстић, Љ. Степановић, *Авио-саобраћај у турбуленцијама - неки елементи за формирање ваздухопловне политике*, Центар за либерално-демократске студије, Београд, 2004.
- V. Božić, *Ekonomija saobraćaja*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2009.

- World Air Transport Statistics; IATA; 2002. [www.iata.org](http://www.iata.org) – International Air Transport Association (Međunarodno udruženje za vazdušni saobraćaj)
- Deutsches Zentrum für Luft und Raumfahrt (DLR) - <http://www.dlr.de>
- ELFAA - The European Low Fares Airline Association <http://www.elfaa.com>
- ELFAA, Liberalization of European Air Transport: The Benefits of Low Fares Airlines to Consumers, Airports, Regions and the Environment, European Low Fares Airlines Association, Brussels, 2004.
- EUROCONTROL, Forecast Monitor, November 2008.
- European air transport policies – the need for a truly „One Sky Europe“; Council of Europe – Committee on Economic Affairs and Development; June 2000.
- ICAO, World of Civil Aviation 2000.
- J. C. Holloway, „The Business of Tourism“, Prentice Hall, 2002.
- Л. Лазих, К. Кошић, *Туристичка географија*, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, 2004. стр. 89-94.
- Low cost Carriers in the European Aviation Single Market, ECA Industrial Sub Group, Bruxelles 2002.
- R. Doganis, *The Airline Business in the 21st Century*, Routledge, London, 2001, pp. 174-185
- С. Аћимовић, „Од националних авио превозника до low cost компанија – Ефекти успешне промене маркетинг стратегије“, *Маркетинг*, 2009, број 3, стр. 145-154.
- S. Steiner, A Vidović, R. Škurla, *Impact of low-cost airlines on the European air transport market*, Faculty of Transport and Traffic sciences, Zagreb, 1998.
- T. Coies, M.C. Hall, „Effectively planing and managing European airport capacity“, *International Business and Tourism*, Routledge, 2008, pp. 60-75
- <http://www.aea.com> – Evropska asocijacija avio prevoznika AEA
- <http://www.air-transport.org> – Air Transport Association
- <http://www.easyjet.com>
- <http://www.germanwings.com>
- <http://www.jat.com>
- <http://www.low-cost.rs>
- <http://www.lufthansa.com>
- <http://www.ryanair.com>
- <http://www.southwest.com>

---

Овај рад је примљен јуна 2010. а прихваћен за штампу на састанку Редакције 12. августа 2010. године.