

LOW-COST AVIO-SAOBRAĆAJ KAO DETERMINANTA RAZVOJA TURIZMA

Filip Ž. Bugarčić

Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu

Kragujevac, Srbija

f.bugarcic@kg.ac.rs

Marijana Bugarčić

Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu

Kragujevac, Srbija

msimic@kg.ac.rs

Apstrakt

Avio saobraćaj kao organizovani oblik pružanja usluga, naročito u prevozu putnika, može imati značaj za povećanje posete inostranih turista. Globalizacija i razvoj informacionih tehnologija doprineli su razvoju poslovnog modela avio kompanija koji je omogućio znatno smanjenje troškova putovanja vazдушnim saobraćajem i ubrzani razvoj ove industrije. Zato se akcenat stavlja na globalni trend razvoja niskobudžetnih (low-cost) avio kompanija, njihov način poslovanja i efekte koje ostvaruju na razvoj turizma. Porast broja niskobudžetnih avio kompanija ima višestruke efekte na razvoj međunarodnog turizma i prevoz putnika usled jeftinijeg transporta koji je omogućen unapređenjem konkurentnosti avio saobraćaja nakon njegove deregulacije. Osim toga, niže cene i bolja logistička pozicija mogu doprineti povećanju broja stranih turista i većem prihodu ove industrijske grane, kao i ostalih povezanih privrednih delatnosti. Cilj ovog rada jeste da se kroz teorijski i empirijski uvid ispita da li postoji uticaj niskobudžetnih avio prevoznika na obim vazdušnog saobraćaja i intenzitet prevoza putnika, sa akcentom na sagledavanje postojeće literature, kao i empirijskom potvrdom na primeru Republike Srbije. Sprovedeno istraživanje ima važne implikacije, budući da se u pandemijskim uslovima očekuje da će dalji razvoj niskobudžetnih avio kompanija doprineti oporavku vazdušnog saobraćaja i turizma.

Ključne riječi: Low-cost, avio transport, turizam, Srbija.

LOW-COST AIR TRAFFIC AS A DETERMINANT OF TOURISM DEVELOPMENT

Abstract

Air transport as an organized form of service provision, especially in passenger transport, can be important for increasing the number of foreign tourists. Globalization and the development of information technologies have contributed to the development of the business model of airlines, which has enabled a significant reduction in the cost of air travel and the accelerated development of this industry. Therefore, the emphasis is placed on the global trend of development of low-cost airlines, their way of doing business and the effects they have on the development of tourism. The increase in the number of low-budget airlines has multiple effects on the development of international tourism and passenger transport due to cheaper transport, which is made possible by improving the competitiveness of air transport after its deregulation. In addition, lower prices and a better logistical position can contribute to an increase in the

number of foreign tourists and a higher income for this industry, as well as other related economic activities. The aim of this paper is to examine through theoretical and empirical insight whether there is an impact of low-cost airlines on the volume of air traffic and the intensity of passenger transport, with an emphasis on existing literature, as well as empirical confirmation on the example of Serbia. The conducted research has important implications, since in pandemic conditions, further development of low-budget airlines is expected to contribute to the recovery of air traffic and tourism.

Key words: Low-cost, air transport, tourism, Serbia.

JEL codes: Z32

UVOD

Saobraćajna infrastruktura i turizam čine komplementarni neraskidivi deo koji doprinosi uzajamnom međusobnom razvoju. Dobra infrastrukturna povezanost i jeftinija cena transporta do neke turističke destinacije ili regiona može uticati na rast frekvencije turista ka toj destinaciji i njenoj većoj posećenosti. Velika konkurencija i rast obima prometa avionskog saobraćaja omogućili su smanjenje troškova avionskog prevoza i pojavu takozvanih low-cost kompanija koje nude usluge prevoza po znatno nižim troškovima. Kako saobraćaj i obim prometa putnika i robe ima uticaj na mnoge privredne delatnosti, tako se ova činjenica može odraziti i ispoljiti cenovne efekte na mnoge industrije u okviru jedne privrede pa tako i na turizam. Avio saobraćaj naročito je usmeren na međunarodni promet, tako da ovaj vid transporta potencijalno doprinosi razvoju međunarodnog turizma.

U postojećoj literaturi umnogome je istaknuta važnost saobraćaja i saobraćajne infrastrukture na razvoj jedne nacionalne privrede i generalno na razvoj turizma. Takođe, više puta su dokazani efekti low-cost avio kompanija na cene avionskog transporta i posredno na ostale segmente privrede. Gep u postojećoj literaturi identifikovan je u nedovoljnom isticanju efekata i važnosti svih oblika saobraćaja na razvoj međunarodnog turizma u smislu povećanja broja inostranih turista, naročito kada su u pitanju efekti povećanja broja turista koji su rezultat početka poslovanja niskobudžetnih avio prevoznika. Turizam, transport i druge poslovne usluge učestvuju u ukupnom izvozu usluga u svetu sa 75%, pri čemu turizam ostvaruje najveće učešće od 28%. Turizam kao delatnost zauzima značajno mesto u svetskoj privredi [1]. Ovaj podatak dovoljno govori o značaju turizma sa međunarodnog aspekta kao i generalno gledajući sektora usluga, koji beleži intenzivnije učešće u međunarodnoj trgovini na globalnom nivou ali i na nivou pojedinačnih privreda.

Međunarodni turizam ističe se kao značajno područje privrednog razvoja i bitan faktor u međunarodnoj ekonomskoj razmeni usluga. Prema procenama svetske turističke organizacije, procentualno učešće turizma u bruto društvenom proizvodu sveta iznosi oko 10%. Uz to, posredstvom turizma realizuje se 7% ukupnog svetskog izvoza i oko 30% svetske trgovine uslugama. Odmah iza prometa nafte i naftnih derivata, i proizvoda hemijske industrije, turizam kao grana industrije nalazi se na četvrtom mestu po učešću u međunarodnoj trgovini robom i uslugama. U 2018. godini ostvareno je dodatnih 121 milijardi američkih dolara prihoda od izvoza od međunarodnog turizma (putovanja i putnički prevoz) u poređenju sa 2017. godinom. Prihodi od izvoza od međunarodnog turizma važan su izvor stranih prihoda za mnoge

destinacije u svetu. Turizam je važna komponenta raznolikosti izvoza kako za zemlje u nastajanju, tako i za privredu neke razvijene ekonomije, sa snažnim kapacitetom za smanjenje trgovinskih deficita i nadoknadu štete za slabije izvozne prihode od drugih dobara i usluga [2].

Paralelno sa tim, cena usluga u turističkoj privredi značajan je element kojim se određuju preferencije turista i na tržišni način suočava sa konkurencijom. Povećanje cena svih turističkih usluga, pa tako i transporta, negativno se reflektuje na dinamiku i stepen intenziteta tražnje [3]. S tim u vezi, jeftiniji prevoz putnika od strane low-cost kompanija potencijalno doprinosi smanjenju troškova prevoza i povećanju konkurentnosti turističke destinacije. Ovo može dati prostora industriji turizma da uz iste, ili čak više troškove svojih usluga, ukupan iznos usluge za turiste bude niži. Zato je važno identifikovati uticaj niskobudžetnih avio prevoznika na postojeći turistički ambijent i broj turista.

Imajući u vidu napred navedeno, predmet istraživanja rada je važnost low-cost avio kompanija u međunarodnom turizmu. Cilj rada jeste da se kroz teorijski i empirijski uvid ispita da li postoji uticaj niskobudžetnih avio prevoznika na obim vazdušnog saobraćaja i intenzitet prevoza putnika, sa akcentom na sagledavanje postojeće literature, kao i empirijskom potvrdom na primeru Republike Srbije. U skladu sa definisanim predmetom i ciljem istraživanja, u radu se testiraju sledeće hipoteze:

H1: Ukupan obim prometa avionskog saobraćaja povećan je sa dolaskom low-cost kompanija.

H2: Broj turista u Srbiji porastao je nakon deregulacije domaćeg vazdušnog saobraćaja.

Rad se sastoji od pet sekcija. Nakon uvodnog dela, ispituje se uticaj saobraćajne logistike i infrastrukture na razvoj turizma. Treći deo bavi se avionskim saobraćajem kao organizovanim oblikom pružanja usluga, a četvrti deo rada akcentat stavlja na low-cost avio transport. Peti deo ispituje efekte niskobudžetnih avio kompanija na razvoj turizma i daje pregled situacije u Srbiji nakon liberalizacije tržišta i dolaska low-cost avio prevoznika. Poslednji deo rada sumira zaključke i definiše moguće pravce daljih istraživanja.

UTICAJ SAOBRAĆAJNE LOGISTIKE NA RAZVOJ TURIZMA

Prostorna promena mesta turista jedan je od najvažnijih uslova za realizaciju turističkog putovanja, a samim tim i za razvoj turizma u celini. Saobraćaj, kao privredna delatnost omogućuje prevoz turista od mesta njihovog stalnog boravka do turističke destinacije i nazad [4]. Veza između turizma i saobraćaja je veoma kompleksna i komplementarna, iz razloga što turizam ne može postojati bez putovanja i prevoza putnika odnosno, bez aktivnog učešća kompanija iz oblasti prevoza robe i putnika. Saobraćajna infrastruktura i transportne kompanije omogućavaju velikom broju putnika savladavanje prostornih razlika i čini im dostupnim određene destinacije. Na taj način saobraćaj omogućava turistima zadovoljavanje različitih potreba i predstavlja jedan od najvažnijih činilaca koji mogu unaprediti ili ograničiti razvoj neke turističke destinacije [5].

U literaturi je više puta istaknut značaj saobraćajne infrastrukture i prevoznika u funkciji razvoja turizma. Prema Lajperu [6], saobraćaj se u svom pristupu turizmu posmatra upravo kao integralni deo turističke ponude koji spaja tržišta što se reflektuje kroz obim putovanja. Lamb i Dejvidson [7] povezuju turizam, saobraćaj i zadovoljstvo putnika i upozoravaju na važnost međuzavisnosti saobraćaja i zadovoljstva turista kao i zahteva putnika za sigurnim, efikasnim i jeftinim oblikom prevoza u okviru turizma. Dobra saobraćajna infrastruktura omogućuje fizičku dostupnost turističke destinacije, kretanje unutar nje, ali isto tako i sam prevoz može biti turistička atrakcija [8].

Pored funkcije prevoza putnika bitan element za razvoj turizma jeste i uloga saobraćaja u prevozu robe sa ciljem da omogući bržu i efikasniju dostavu svih vrsta prehrambenih, industrijskih i drugih vrsta trgovačke robe koja čini sastavni deo turističke destinacije, efikasnosti i ponude njenih sadržaja. Upravo iz tog razloga, saobraćajna politika i logistički plan putne infrastrukture jedne privrede predstavlja izabrani model postizanja logističkih ciljeva a kao determinante ove politike izdvajaju se geografsko-saobraćajni položaj zemlje, geo-politički položaj, reljefna obeležja i oblik prostora, kao i saobraćajna tražnja i regionalni položaj [9]. Konkretan razvoj turističke destinacije zavisiće od stepena razvijenosti njene saobraćajne infrastrukture, infrastrukture njenih ciljanih tržišta, kao i saobraćajne i logističke opremljenosti konkurenata na turističkom tržištu. Kakva saobraćajna infrastruktura je potrebna pojedinim turističkim destinacijama zavisi od njenog geografskog položaja, strukture turista koji posećuju tu destinaciju i zemlji porekla turista [9]. Izbor konkretnog saobraćajnog sredstva koji će turista odabrati određen je u skladu sa udaljenošću destinacije, trajanju putovanja, postojećim mogućnostima prevoza i njegovoj ceni.

Planiranje saobraćajne logistike za potrebe neke turističke destinacije zavisi od spoljne saobraćajne dostupnosti, unutrašnja saobraćajne dostupnosti unutar same destinacije i pratećih uslužnih objekata [8]. Uzimajući u obzir saobraćajne politike u destinaciji, Lumsdon je definisao dve međusobno suprotstavljene koncepcije pristupa organizaciji saobraćaja za potrebe turizma. Prva koncepcija - Transport za turizam (engl. Transport for Tourism) je pristup organizaciji saobraćaja gde sam prevoz nije cilj već sredstvo odnosno način prevoza putnika i savladavanja prostorne udaljenosti. Sa druge strane, koncepcija Transport kao turizam (Transport as Tourism) posmatra usluge transporta kao integralni deo turističke ponude pri čemu je troškovni model manje dominantan jer prevoz u tom slučaju predstavlja sastavni deo turističke usluge [10]. Integrisanjem optimalne logistike određene turističke destinacije omogućava se formiranje konkurentskih prednosti nekog mesta i stvara mogućnost efikasne razmene informacija i resursa između svih poslovnih subjekata. Pored toga, ostvaruju se niži troškovi zbog ravnoteže poslovanja, ekonomije obima i povećanja turističkog toka. Planiranje i određivanje prioriteta, efikasna upotreba različitih vrsta resursa rezultiraju izbalansiran turistički tok po sezoni i integrisanje proizvođača turističkih usluga, turoperatora, putničkih agenata i kupaca u jedan logistički sistem. Pododnosti dobre logističke infrastrukture nekog regiona ili konkretne destinacije ogledaju se u pružanju kvalitetnih logističkih usluga turistima, kroz razvoj standardizovanih poslovnih procesa i transporta robe i putnika što dovodi do povećanja broja putnika i veće angažovanosti najpogodnijih vrsta prevoza [11].

Zastupljenosti pojedinih vrsta prevoza u turizmu razlikuje se na globalnom, regionalnom i lokalnom nivou dok je, generalno gledano, na međunarodnom nivou najzastupljeniji avionski transport sa čak 58% učešća u ukupnom saobraćaju. Učešće avio saobraćaja je poraslo sa 46% u 2000. godini na sadašnjih 58% u 2018., dok je ukupni kopneni transport zabeležio pad u ukupnom učešću sa 49% na 39% za isti period. Avionski i kopneni prevoz imaju dominantnu ulogu i zajedno čine preko 90% ukupnog prevoza za potrebe međunarodnog turizma. Razlog tome je što je poslednjih nekoliko godina porastao udeo avio saobraćaja u međunarodnom turizmu usled znatnog porasta udela niskobužetnih (low-cost) avio kompanija u prevozu za potrebe turizma [12].

Tabela 1. Struktura korišćenja prevoznih sredstava u međunarodnom turizmu u 2018. Godini

Vrsta prevoza	Udeo u međunarodnom turizmu
Avionski	58 %
Drumski	37 %
Vodeni	4 %
Železnički	2 %

Izvor: Svetska turistička organizacija (UNWTO, Tourism Highlights 2018)

LOW-COST AVIO TRANSPORT

Kao ubedljivo najdominantiji vid transporta u međunarodnom turizmu, čije učešće u međunarodnom prevozu putnika beleži rastući trend svake godine, potrebno je posebno ispitati efekte i uticaj avio saobraćaja kao organizovanog oblika pružanja usluga transporta u turizmu. Pri odabiru načina prevoza svaki turista teži da svoje putovanje realizuje što brže, udobnije i što jeftinije. Razvoj turizma je na taj način uslovljen razvojem različitih vidova transporta, pri čemu se avio transport svojim kvalitetom i brzinom izdvaja od ostalih načina prevoza [3]. Avionski saobraćaj jedan je od dominantnih oblika prevoza, naročito u relativno daljim destinacijama, i pokretač razvoja turizma, za čije potrebe konkretno možemo izdvojiti sledeće oblike avionskog putničkog prevoza [9]: Redovan, odnosno linijski saobraćaj; Niskobudžetni (low-cost) avionski saobraćaj; Putnički saobraćaj privatnim avionom; Panoramski vazdušni letovi; Usluge avio saobraćaja putnicima sa posebnim zahtevima (padobranski skokovi); Helikopterski saobraćaj; Letenje paraglajdingom i drugim sličnim letelicama turističke ponude; Turistički letovi u svemir; Aeromitinzi kao deo turističke ponude.

Globalizacija, veći broj putnika i razvoj informacionih tehnologija doprineli su razvoju poslovnog modela avio kompanija koji je omogućio znatno smanjenje troškova putovanja vazdušnim saobraćajem i ubrzani razvoj ove industrije. Niskobudžetne kompanije uslovljavaju veću konkurenciju čime su tradicionalne kompanije prinuđene da se prilagode i izbere sa trendovima, i sve to u korist putnika, transformacijom high-cost u low-cost model. Niskobudžetne avio kompanije nametnule su se na tržištu, a dobre strane svog poslovanja prenele su i na druge industrije kao što je turizam, koji umogome zavisi od efikasnosti i troškova prevoza putnika.

Nastanak low-cost modela u avio saobraćaju prvi put je primećen u Sjedinjenim Američkim Državama 1949. godine, pri čemu su pioniri ove vrste usluge bile kompanije Pacific Southwest i Southwest. Ideja ovih kompanija bila je da promovišu avio transport naspram drugih, u to vreme dominantnih vidova drumskog saobraćaja, ali i konkurentna borba sa ostalim kompanijama iz oblasti prevoza putnika vazdušnim saobraćajem. Pacific Southwest je ovu uslugu primenio još tokom 50-tih godina dvadesetog veka, a 1967. godine ovakvom modelu pridružila se i kompanija Southwest. Kasnije, krajem 70-tih godina prošlog veka, zvanični početak pojave niskobudžetnih kompanija vezuje se za deregulaciju i liberalizaciju tržišta avio saobraćaja, prvenstveno u SAD i Južnoj Koreji, a kasnije i na teritoriji Evrope [13]. Ono što izdvaja low cost kompanije od tradicionalnog modela jeste model njihovog poslovanja koji se ogleda u pružanju jednostavne usluge prevoza, bez dodatnih usluga (hrana, piće, prtljag itd.), ili uz mogućnost njihove doplate. Pored toga, velika prednost niskobudžetnih kompanija jeste njihovo pozicioniranje kao troškovnog lidera na tržištu, uz niske operativne troškove rada i nižih aerodromskih taksi odnosno, visoke cenovne efikasnosti koje postižu ugovaranjem letova sa manjih aerodroma sa nižim taksama i najčešće u svojoj floti poseduju jedan ili dva tipa aviona što im takođe daje troškovnu prednost usled specijalizacije osoblja i servisiranja. Masovna upotreba internet platformi za rezervacije i kupovinu karata, veća iskorišćenost kapaciteta i osoblja, tačnost i generalno niži troškovi poslovanja, daju ogromnu konkurentsku prednost low-cost kompanijama na tržištu vazdušnog saobraćaja. Ovakav vid poslovanja izdvaja dve vrste low-cost avio prevoznika i to, kao nezavisne avio kompanije ali pojavljuju se i kao filijale tradicionalnih avio kompanija koje time ulaze u konkurentsku borbu sa nezavisnim low-cost prevoznicima [3].

Tabela 2: Komparacija karakteristika poslovnog modela najznačajnijih low cost avio kompanija

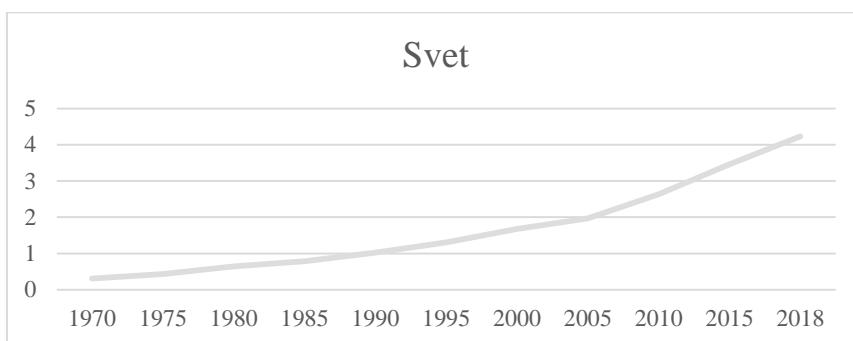
Karakteristike low-cost avio- kompanija	Low-cost avio-kompanije					
	Southwest	JetBlue	AirTran	WestJet	easyJet	Ryanair
1. Jedan tip aviona	+	-	-	+	-	+
2. „point to point“ sistem	-	-	-	-	+	+
3. nepostojanje sindikata, niže zarade zaposlenih	-	+	-	+	-	+
4. nepostojanje prve klase	+	+	-	+	+	+
5. sedišta u avionu su bez oznaka	+	-	-	-	+	+
6. redukovanje osnovnih usluga	-	-	-	-	+	+
7. nepostojanje programa za povećanje lojalnosti putnika	-	-	-	-	+	+

Izvor: Belobaba, P., Odoni, A., & Barnhart, C. (Eds.). (2015). The global airline industry. John Wiley & Sons.

Konkretan efekat low cost kompanija i njihov značaj i uticaj na turizam do sada je više puta i teorijski dokazan. Još 1992. godine Whinston i Collins [14] otkrili su da je

ulazak niskobudžetnog start-up prevoznika, People Express, rezultirao padom prosečnih cena za 34% na 15 linija tokom perioda 1984-1985. godina. Kasnije, Bennett i Craun [15], u svojoj studiji za Ministarstvo saobraćaja Sjedinjenih Država, ispitali su uticaj niskobudžetnog prevoznika Southvest Airlines na mnogim tržištima u Kaliforniji. Autori su, na primer, otkrili da je ulazak kompanije Southwest na put Oakland-Burbank unutar Kalifornije 1990. godine rezultirao padom cene od 55% i šestostrukim povećanjem putničkog saobraćaja. Najzad, Vindle i Dresner [16], koristeći podatke za period od 1991. do 1994. godine, otkrili su da je ulazak Southwest-a na tržište doveo do prosečnog pada cene od 48% i povećanja saobraćaja od čak 200%. Upravo nakon liberalizacije i deregulacije avio saobraćaja, može se primetiti konstantno intenziviranje ukupnog obima avionskog saobraćaja od 70-tih godina dvadesetog veka do danas, što već potvrđuje hipotezu H1 da je ukupan obim prometa avionskog saobraćaja povećan sa dolaskom low-cost kompanija. Na Grafikonu 1, na osnovu podataka Svetske banke, primećuje se ovaj rast broja putnika u avio saobraćaju u poslednjih pola veka.

Grafikon 1: Avio transport, prevoz putnika u milijardama (1970-2018. godina)



Izvor: Podaci Svetske banke (World Development Indicators – podaci preuzeti sa: <https://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.PSGR>)

Prema poslednjim podacima, godišnjim globalnim statističkim izveštajima ICAO-a, ukupan broj prevezenih putnika na redovnim linijama u vazdušnom saobraćaju u 2018. godini porastao je na 4,3 milijarde, što je za 6,4 posto više u odnosu na prethodnu godinu, dok je broj odlazaka u 2018. godini dostigao 37,8 miliona, što je povećanje za 3,5%. U okviru toga, niskobudžetne avio kompanije prevezle su prema procenama 1,3 milijarde putnika u 2018. godini, što je otprilike 31 procenat ukupnog svetskog prevoza putnika. Ovo ukazuje na 8,7% rasta u poređenju sa brojem putnika koji su prevozili niskobudžetni prevoznici u 2017. godini, što je oko 1,4 puta više od stope ukupnog svetskog rasta putnika u svetu [17]. Što se tiče relativnog tržišnog udela kada je reč o kapacitetu različitih prevoznika, izveštaj Evropske komisije o podobnosti avio kompanija [18] sugerise da, dok je većina putničkih sedišta (65,6%) pripadala klasičnim prevoznicima 1992. godine, za razliku od 1,5% udela niskobudžetnih kompanija, vremenom je došlo do velikog pomeranja ovog odnosa. Konkretno, niskobudžetne avio kompanije su prvi put premašile kapacitete postojećih avio prevoznika u 2011. godini, a uzlazni trend se nastavio, sa 44,8% tržišnog udela

koji pripadaju niskobudžetnim avio kompanijama (engl. low-cost companies, LCC), za razliku od 42,4% za tradicionalne avio kompanije u 2012. godini. U narednoj tabeli dat je prikaz najvećih niskobudžetnih avio kompanija u Evropi prema broju prevezenih putnika, na osnovu čega se izvodi zaključak da sve niskobudžetne avio kompanije beleže snažan rast broja prevezenih putnika i to po godišnjoj stopi od više od 10%, pri čemu je ostvaren višestruki rast broja prevezenih putnika u periodu od 2010. do 2018. godine kod ova tri niskobudžetna avio prevoznika.

Tabela 3: Putnički saobraćaj vodećih low-cost kompanija u Evropi (u milionima)

Avio prevoznik	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ryanair	72.7	76.4	79.6	81.4	86.4	101.4	106.4	120	137.3
easyJet	49.7	55.5	59.2	61.4	65.3	69.9	75.2	80.8	88
Wizz Air	5.8	7.8	9.6	11.2	12	19.2	22.8	28.3	33.8

Izvor: Akgüç, M., Beblavý, M., & Simonelli, F. (2018). CEPS Research Report

Međunarodni kapaciteti avio prevoznika povećani su za 113% u periodu od 2002. do 2017. godine. Međutim obrasci širenja kapaciteta nisu homogeni na teritoriji cele Evrope. Tržište vazdušnog saobraćaja u pogledu kapaciteta u prevozu putnika je očigledno razvijenije u Zapadnoj Evropi u poređenju sa regionom Srednje i Istočne Evrope (CEE), iako su poslednji godina primećeni i veliki obrasci širenja u regionu CEE. Na primer, Poljska je povećala kapacitet za 460%, a Rumunija je porasla za 399% u poređenju sa 54% rasta kapaciteta u Francuskoj. Povećanje kapaciteta od 379 miliona sedišta, 269 miliona pripalo je LCC-ima, što naglašava da upravo sektor avio saobraćaja pokreće međuevropsku povezanost. Na primer, u zemljama poput Velike Britanije, Irske, Španije, Italije, Mađarske i Poljske, broj mesta koja nude LCC-ovi je veći nego broj tradicionalnih prevoznika u 2017 [19]. Tržište LCC-a relativno je razvijenije u Velikoj Britaniji, gde je udeo LCC veći nego u drugim velikim zemljama EU kao što su Francuska, Nemačka i Španija. S tim u vezi, Reichmuth i saradnici [20] sugeriše da je najveći porast kapaciteta LCC primećen u Velikoj Britaniji, za razliku od ostalih zemalja tokom ranih 2000-ih. Nedavno širenje vazdušnog saobraćaja u Srednjoj i Istočnoj Evropi usko je povezano sa pristupanjem zemalja iz tog regiona Evropskoj uniji, što je dovelo do većeg putovanja između istoka i zapada koristeći usluge niskobudžetnih avio prevoznika. Na primer, kada se Poljska pridružila Evropskoj uniji 2004. godine, kapacitet sedišta u međunarodnim letovima bio je 4,6 miliona, od čega je 9% odlazilo na LCC. Od 2017. godine, kapacitet koji nudi LCC na međunarodnim letovima porastao je na više od 10 miliona sedišta i iznosio je 59% kapaciteta. Ovo sugeriše da je dostupnost LCC-ova verovatno stvorila novu potražnju u Evropi [19]. Ovakav trend razvoja avio saobraćaja, i tendencija smanjenja cene prevoza, uz povećanje dostupnih destinacija i kapaciteta, svakako doprinosi većem protoku ljudi što umnogome pogoduje intenziviranju putovanja i razvoju turizma. U kojoj meri će neka turistička destinacija biti atraktivna zavisi od velikog broja faktora, ali uz infrastrukturnu pristupačnost lokalnih aerodroma i konkurentnu cenu prevoza,

moгуćnost korišćenja usluga niskobudžetnih avio prevoznika od strane turista trebalo bi značajno da podstakne rast posećenosti neke konkretne destinacije. Određeno mesto ili region, uz veću frekvenciju putnika, ima mogućnost da obezbedi potpunu iskorišćenost svih svojih kapaciteta i sadržaja.

EFEKAT LOW-COST KOMPANIJA NA RAZVOJ TURIZMA – OSVRT NA REPUBLIKU SRBIJU

Avio prevoz je u prošlosti bio luksuzno dobro rezervisano samo za grupu relativno dobrostojećih pojedinaca. Ulazak velikog broja low-cost kompanija na tržište vazdušnog prevoza otvorio je avio prevoz za širi krug korisnika. Prema objavljenim podacima Svetske turističke organizacije Ujedinjenih nacija [12], međunarodni dolasci turista u Evropu pokazali su snažan rast u poslednje dve decenije, kao što je prikazano u Tabeli 4. Ovaj rast međunarodnih dolazaka turista poklapa se sa vremenskim periodom razvoja poslovanja low-cost avio prevoznika, koji u istom periodu beleži porast broja novih učesnika na tržištu vazdušnog prevoza, naročito posle liberalizacije i deregulacije ovog vida saobraćaja. Posmatrajući podatke, čini se da postoji značajna razlika u dolascima turista između različitih regiona, što bi moglo biti povezano sa različitim ekonomskim i političkim kretanjima u Evropi. Na primer, relativna nepromenjenost turističkih dolazaka u preiodu od 2005. do 2010. u Severnu Evropu mogla bi da bude povezana sa ekonomskom krizom 2008., jer je turizam u velikoj meri povezan i sa ekonomskim performansama. S druge strane, stalni porast broja međunarodnih turista u regiji Centralne i Istočne Evrope (CEE) sa 70 miliona u 2000. godini na oko 133 miliona u 2017, verovatno je vezan za širenje EU na zemlje CEE, čime se povećavaju veze između zapada i istoka kontinenta, povećava stepen ekonomske ali i turističke integracije, i zapaža brzo širenje LCC prevoznika na istočnoevropske zemlje u kojima one mogu biti privlačne putnicima sa relativno nižim nivoima prihoda.

Tabela 4: Međunarodni dolasci turista po regionima (u milionima, 2002-2017. godina)

Region (prema UNWTO)	2000	2005	2010	2015	2016	2017	Promena u % 2000-2017
Evropa	392.9	452.7	487.5	604.9	619.3	671.1	70.8
Severna Evropa	44.8	54.7	56.6	69.8	73.8	77.6	73.2
Zapadna Evropa	139.7	141.7	154.4	181.5	181.5	193.4	38.4
Centralna i Istočna Evropa	69.6	95.3	98.5	122.2	126.9	133.3	91.5
Južna Evropa i Mediteran	139.0	161.1	178.1	231.4	237.1	266.8	91.9
EU-28	336.8	367.5	382.8	478.3	500.1	537.8	59.7

Izvor: Prema podacima UNWTO 2018

Iz ovog ugla, značaj vazdušnog saobraćaja u rastu turističkog sektora prepoznaje se i s obzirom na to da avio prevoz predstavlja više od polovine svih međunarodnih turističkih dolazaka, u poređenju s drugim vidovima prevoza [21]. Paralelno sa tim, brza ekspanzija low-cost kompanija tokom poslednjih decenija povećala je i broj međunarodnih turista. Pored toga, fokusiranjem na usluge “od tačke do tačke”, LCC-ovi su poboljšali dostupnost ne samo većih gradova, već i sekundarnih destinacija u koje turisti manje putuju. Na primer, nove rute koje niskobudžetne avio kompanije nude u regionima Istočne Evrope pokrenule su sve više i više turističkih putovanja ka glavnim gradovima kao što su Budimpešta, Prag, Krakov, Riga kao i drugi relativno manji gradovi u regionu CEE, koji promovišu svoje kulturno nasleđe turistima iz Zapadne Evrope [22]. Prema tome, jedan od glavnih doprinosa low cost povezanosti u Evropi mogao bi se pripisati činjenici da su tokom proteklih decenija otvorili većinu novih ruta koje prethodno nije koristila nijedna druga avio kompanija [23]. Ako posmatramo efekte niskobudžetnih avio prevoznika na turizam, možemo uočiti da su ove kompanije pomogle u stvaranju novih turističkih centara što je povećalo koheziju i stepen integrasinosti zemalja i regiona evropskog kontinenta. Brojne studije pronalaze pozitivan uticaj low-cost kompanija na turizam u Italiji, Španiji i Portugalu, posebno kroz povećanje broja turista, raznolikost njihovog porekla, načine putovanja i potrošnje. Istovremeno, jeftinije avio karte privlače segment putnika koji su možda osetljiviji na razlike u cenama, koji pritom mogu potrošiti manje novca na turističke usluge na odredištima, što zauzvrat može umanjiti potrošnju po turisti u poređenju sa prosekom. Ipak, ukupni uticaj low-cost kompanija na turizam je i dalje pozitivan jer niskobudžetne kompanije služe, ne samo popularnim destinacijama, već i manje atraktivnim regionima, koji su zauzvrat svedoci sve većeg broja turista [19].

Još jedna zanimljiva karakteristika i efekat koji sa sobom nosi pojava niskobudžetnih avio prevoznika je da oni mogu „desezonirati“ turizam nudeći letove do udaljenih područja u vansezonskim periodima i tokom nedelje, što može pomoći lokalnim ekonomijama da imaju koristi od turizma tokom cele godine. Slično tome, dostupnost udaljenih područja tokom vansezonskih perioda takođe može privući drugačiju kategoriju putnika, kao što su penzioneri, koji bi zimi bili voljni da putuju u sunčanije krajeve. Zaista, podaci putnika Ryanair-a sugerišu da takve osobe, uglavnom iz Velike Britanije, Nemačke ili Irske, uglavnom putuju na jug Španije ili Portugala tokom prolećnih meseci ili rane jeseni, kada su relativno manje gužve, a periodi toplog vremena i dalje traju na tim destinacijama. Kao korisnici usluga niskobudžetnih kompanija iz oblasti avio saobraćaja, ističe se naročito mlađa populacija kao i studenti na svojim putovanjima, pre svega zbog cenovne pristupačnosti. Sve popularnija vrsta rekreativnog turizma su “gradske pauze” (engl. City breaks). Prema nalazima Dunne, Bucklei i Flanagan [24] u istraživanju putnika, pristup i dostupnost jeftinih letova jedan su od glavnih podsticaja gradskog turizma. Podaci segmenta kupaca iz Ryanair-a sugerišu da su ovi turisti skoro svi mladi (u dobi od 19 do 35 godina), ekonomični i putuju u gradove sa socijalnim atrakcijama (npr. noćnim životom), poput Londona, Madrida, Budimpešte, Ibice i Edinburga. Ovakva putovanja se obično dešavaju tokom vikenda a usluge niskobudžetnih kompanija im to omogućavaju.

Uz sve to, može se tvrditi da turizam ima potencijalne višedimenzionalne mrežne efekte u povezivanju ljudi. Turisti mogu da otkriju i nauče od lokalnog stanovništva o kulturi odredišta, ali mogu se i sresti i družiti sa drugim turistima koji posećuju istu

destinaciju u isto vreme. Na taj način, lokalno stanovništvo može otkriti i druge kulture interakcijom sa posetiocima. Sve takve interakcije mogle bi dodatno potaknuti radoznalost i spremnost da se otkriju drugi delovi Evrope, što omogućava niskobudžetnim avio prevoznicima da prošire svoju logističku mrežu i destinacije u ponudi, kojom povezuju ne samo velike gradove, već i udaljena područja. Sve ovo može pokrenuti multikulturne interakcije što zauzvrat omogućava posetiocima da otkriju nove regione i zemlje, čime istovremeno podstiču evropski identitet i integraciju [19]. Povećanje broja low-cost avio kompanija u Evropi je ostavilo svoj trag na evropski avio saobraćaj. Zahvaljujući uspehu svojih poslovnih modela, low-cost avio kompanije proširuju svoje mreže i beleže značajno povećanje tržišnog učešća. Pre 2000. godine, postojalo je samo nekoliko low-cost avio kompanija, dok danas posluje oko 60 [3]. Njihovo poslovanje pre svega je usmereno na one reginone gde za ovim uslugama postoji potreba i tržište. Razvoj ovih kompanija značajno je promenio model poslovanja vazdušnog saobraćaja i doprinelo razvoju manjih aerodroma i ruralnih regiona, ali i gradskih područja.

Deregulacijom i liberalizacijom domaćeg avio saobraćaja i potpisivanjem Sporazuma o otvorenom nebu, Srbija se obavezala da će omogućiti svim avio-kompanijama, koje zadovoljavaju kriterijume sa stanovišta standarda i kvaliteta, da pružaju usluge prevoza putnika na domaćim aerodromima. Ovime je početkom 2010. godine omogućen dolazak i poslovanje niskobudžetnih avio kompanija što je rezultiralo u povećanju obima prometa putnika u vazdušnom saobraćaju za 20 procenata već nakon prvog meseca od njihovog ulaska na domaće tržište [3]. Ovakav trend povećanja prometa i prevoza putnika nastavio se i narednih godina. Primera radi, promet putnika u vazdušnom saobraćaju u 2009. godini bio je 926 hiljada, dok je 2016. dostigao record od skoro 2,5 miliona putnika na domaćim aerodromima, prema podacima Svetske banke. Sa druge strane, što se tiče broja inostranih turista koji su posetili Srbiju u istom periodu, primetan je takođe pozitivan trend rasta broja stranih turista. Poredeći isti vremenski opseg, 2009. godine, dakle neposredno pre početka poslovanja low-cost avio kompanija, broj stranih turista u zemlji iznosio je 645 hiljada dok je nakon toga, uz stalan rast, 2017. ovaj broj dostigao 1,5 milion turista. Najveći rast obe varijable ostvaren je 2014. godine kada je prevoz putnika u vazdušnom saobraćaju porastao za skoro milion putnika (WorldBank).

Tabela 5: Prevoz putnika u vazdušnom saobraćaju i broj stranih turista u zemlji – Republika Srbija, u hiljadama (2009-2017)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Broj putnika u avio-saobraćaju	926	985	1,149	1,240	1,241	2,187	2,427	2,486	2,442
Broj stranih turista u zemlji	645	683	764	810	922	1,029	1,132	1,281	1,497

Izvor: Podaci Svetske banke (World Development Indicators– podaci preuzeti sa: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=RS>)

Na osnovu predstavljenih vrednosti možemo uočiti da je broj turista u Srbiji porastao nakon deregulacije domaćeg vazdušnog saobraćaja, što upućuje na povezanost ovih veličina i dokazuje hipotezu H2. Ovaj posledični odnos mora se uzeti sa rezervom budući da postoje i brojni drugi faktori koji ostvaruju uticaj na rast broja turista, ali je evidentno da je prisutan pozitivan odnos i međusobni uticaj deregulacije i liberalizacije vazdušnog saobraćaja odnosno, dolaska low-cost avio kompanija na teritoriju Srbije, i broja inostranih turista koji posećuju Srbiju.

ZAKLJUČAK

Veliki značaj turizma za nacionalnu privredu nameće konstantnu potrebu za unapređenjem turističke ponude, kvaliteta usluge i povećanje broja turista. Naročito je važan njegov međunarodni aspekt koji u velikoj meri može popraviti spoljnotrgovinski bilans jedne zemlje i dovesti do priliva deviza, delujući tako kao supstitut izvozu. U tom smislu, zapažamo da je veoma važno stvoriti potrebne preduslove za razvoj turizma uključujući i logističku podršku kroz razvoj najpogodnijih vidova saobraćaja koji će omogućiti bolju povezanost ka određenim turističkim destinacijama, po nižim cenama, i samim tim doprineti razvoju turizma i povećanju broja turista. Značaj saobraćajne infrastrukture veoma je veliki u kontekstu razvoja neke ekonomije. Njegova uloga u turizmu vezuje se pre svega za olakšanje dostupnosti pojedinih regiona i destinacija i njihove fizičke pristupačnosti što većem broju turista. Bolja dostupnost neke destinacije nedvosmisleno će usloviti prilivom većeg broja turista i time omogućiti bolje iskorišćenje turističkog potencijala i povećanje turističkih prihoda. Na ovaj način zaključujemo da je razvoj saobraćajne i logističke infrastrukture neophodan uslov razvoju turizma.

Kao najzastupljeniji vid putničkog saobraćaja u međunarodnim okvirima, sa rastućim trendom razvoja iz godine u godinu, izdvaja se vazdušni saobraćaj. Ovaj oblik prevoza putnika ima dominantu ulogu zbog svoje efikasnosti, brzine prevoza i cenovne pogodnosti u međunarodnim okvirima. Karakteristike avio saobraćaja naročito pogoduju razvoju turizma gde kroz međusobnu uslovljenost transporta i destinacije, potreba za avionskim prevozom turista dobarinosa razvoju vazdušnog saobraćaja, i obratno, novi modeli avio prevoza, naročito oni nastali deregulacijom i liberalizacijom vazdušnog saobraćaja, doprineli su oživljavanju turizma, povećanju intenziteta saobraćaja i sveukupnom razvoju međunarodnog turizma. Upravo liberalizacija vazdušnog saobraćaja, najpre na teritoriji Sjedinjenih američkih država, a kasnije i u Evropi, doprinela je nastanku low-cost avio kompanija koje su dokazano oborile cene vazdušnog saobraćaja i u velikom broju slučajeva dovele do povećanja obima vazdušnog prevoza putnika. Ova situacija pogodovala je i razvoju različitih oblika turizma, kako ka dalekim destinacijama, tako i ka poznatim turističkim mestima gde je sada omogućen dolazak po znatno nižoj ceni. Pored toga, low-cost avio saobraćaj doveo je do razvoja manjih vazdušnih luka i aerodroma u ruralnim područjima pri čemu je omogućena njihova bolja dostupnost većem broju ljudi i na taj način ostavren ravnomenan regionalni razvoj.

Razvoj vazdušnog saobraćaja i niskobudžetnih avio kompanija doneo je sa sobom novi model prevoza putnika koji je svoje prednosti ispoljio kroz niže cene usluge čime

je postao znatno konkurentniji od tradicionalnih avio prevoznika. Ovo je dalje uslovalo povećanjem popularnosti low-cost kompanija i njihov već sada dominantan položaj kada je reč o kapacitetu i broju prevezenih putnika koji iz godine u godinu raste. Ovakav epilog, sa prostora Severne Amerike i Zадapne Evrope proširio se i na zemlje Centralne i Istočne Evrope koje su se suočile sa istim scenarijom nakon deregulacije i liberalizacije svog vazdušnog saobraćaja i pružanjem mogućnosti za ulazak na tržište niskobudžetnih avio prevoznika. Ovaj potez doveo je do snažnog razvoja i povećanja intenziteta avionskog prevoza putnika što je omogućilo rast turizma u ovim regionima i dalo dodatnu šansu za razvoj turističkih destinacija i privlačenje stranih turista iz drugih zemalja. Različiti oblici turizma doživljavaju uspon nakon početka poslovanja niskobudžetnih avio kompanija što vidimo kroz primer rasta broja putnika u vazdušnom saobraćaju na svetskom ali i lokalnim nivoima koji se poklapaju sa periodima ulaska low-cost kompanija na tržište. Podsticaj low-cost avio saobraćaja može poslužiti i kao podsticaj razvoja turizma u uslovima nakon pandemije COVID 19, čime bi bilo omogućeno oporavak turizma. Ovakav slučaj može se videti i na primeru Republike Srbije gde je sa ulaskom low-cost kompanija početkom 2010. godine, zabeležen konstantan rast broja prevezenih putnika i omogućeno putovanje ka novim evropskim destinacijama. Takođe, u ovom periodu dolazi i do rasta broja stranih turista koji posećuju teritoriju Srbije i na taj način još jednom je potvrđena pozitivna veza low-cost avio saobraćaja kao determinante unapređenja i razvoja turizma. S tim u vezi, dalje unapređenje turističkog potencijala zavisice od povećanja broja novih destinacija, zadržavanja postojećih niskobudžetnih prevoznika ali i privlačenja novih, uz unapređenje sveukupne vazdušne logističke infrastrukture i modernizaciju postojećih aerodroma. Ograničenja rada ogledaju se u nemogućnosti tačnog kvantitativnog određivanja efekta koji su isključivo niskobudžetni avio prevoznici ostvarili na razvoj turizma i povećanje broja turista, usled postojanja većeg broja faktora koji svoj uticaj ostvaruju na razvoj međunarodnog turizma. Dalji pravci istraživanja mogu se usredsrediti na ispitivanje i uporednu analizu efekata low-cost avio prevoznika u različitim zemljama nakon liberalizacije vazdušnog saobraćaja.

BIBLIOGRAFIJA

1. Petrović, J. (2007). Direktni makroekonomski efekti razvoja turizma u vodećim turističkim državama Mediterana. Zbornik radova PMF-Geografski institut, Beograd, 139-150.
2. UNWTO. (2018). UNWTO Annual report. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (29.12.2019.)
3. Zdravkovic, D., & Petrovic, J. (2013). Diskriminacija cenama na tržištu avio saobraćaja. Niš: Univerzitet u Nišu.
4. Unković, S. (2001). Ekonomika turizma. Beograd: Savremena administracija.
5. Prebežac, D. (1998). Prometni tokovi u funkciji razvoja hrvatskog turizma. Turizam i sport, 56.
6. Laiper, N. (1990). Tourism systems: An interdisciplinary Perspective. Palmestore North, Occasional Paper 2.
7. Lamb, B., & Davidson, S. (1996). Tourism and Transportation. Practising responsible tourism: International case studies in tourism planning, 261-276.

8. Horak, S. (2007). Turizam i promet. Zagreb: ZSM Knjiga.
9. Bartoluci, M., Čavlek, N., Kesar, O., & Prebežac, D. (2011). Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sastav. Zagreb: Školska knjiga
10. Lumsdon, L., & Page, S. (2004). Tourism and transport Issues and Agenda for the new milenium. Oxford: Elsevier.
11. Kol, O., Zigern-Korn, N., Lange, A. K., & Korablev, V. (2019, September). Integrated Logistics as a Competitive Advantage in Tourism Industry of Country. In International Conference on Digital Technologies in Logistics and Infrastructure (ICDTLI 2019). Atlantis Press.
12. UNWTO. (2018). Tourism Highlights 2018. UNWTO.
13. Petrović, J. (2011). Ekonomska politika razvijenih tržišnih privreda prema javnim preduzećima. Ekonomika poljoprivrede Institut za ekonomiku poljoprivrede.
14. Whinston, M. D., & Collins, S. C. (1992). Entry and competitive structure in deregulated airline markets: an event study analysis of People Express. *The RAND Journal of Economics*, 445-462.
15. Bennett, R. D., & Craun, J. M. (1993). The airline deregulation evolution continues: the Southwest effect. US Department of Transportation, Washington. DC (mimeo).
16. Windle, R. J., & Dresner, M. E. (1995). The short and long run effects of entry on US domestic air routes. *Transportation Journal*, 14-25.
17. ICAO. (2019). icao.int. Retrieved from <https://www.icao.int/annual-report-2018/Pages/the-world-of-air-transport-in-2018.aspx> (22.12.2019.)
18. European Commission. (2013). The airline industry fitness report. https://ec.europa.eu/transport/modes/air/internal_market/fitness_check_en (04.01.2020.)
19. Akgüç, M., Beblavý, M., & Simonelli, F. (2018). Low-Cost Airlines: Bringing the EU closer together. CEPS Research Report, 15 May 2018.
20. Reichmuth, J., Ehmer, H., Berster, P., Bischoff, G., Grimme, W., & Maertens, E. G. (2008). Analyses of the European air transport market: Airlines Business Models. German Aerospace Center. https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/modes/air/doc/abm_report_2008.pdf (02.01.2020.)
21. Evropski parlament. (2017). Low-cost carriers and tourism. European Parliamentary Research Service.
22. Dobruszkes, F. (2009). New Europe, new low-cost air services. *Journal of Transport Geography*, 17(6), 423-432.
23. Dobruszkes, F. (2013). The geography of European low-cost airline networks: a contemporary analysis. *Journal of Transport Geography*, 28, 75-88.
24. Dunne, G., Buckley, J., & Flanagan, S. (2007). City break motivation: The case of Dublin-A successful national capital. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(3-4), 95-107.
25. WorldBank. (2020.). World Development Indicators: <https://databank.worldbank.org/home.aspx> (07.01.2020.)

RESUME

Air transport as an organized form of service provision, especially in passenger transport, can be important for increasing the number of foreign tourists. Globalization and development of information technologies have contributed to development of airlines business model, which has enabled a significant cost reduction of air travel and accelerated development of this industry. Therefore, the emphasis is placed on the global trend of development of low-cost airlines, their way of doing business and

the effects they have on development of tourism. The increase in the number of low-cost airlines companies has multiple effects on development of international tourism and passenger transport due to cheaper transport, which is made possible by improving the competitiveness of air transport after its deregulation. In addition, lower prices and a better logistical position can contribute to an increase in the number of foreign tourists and a higher income for this industry, as well as other related economic activities. The aim of this paper is to examine through theoretical and empirical insight whether there is an impact of low-cost airlines on the volume of air traffic and intensity of passenger transport, with an emphasis on existing literature, as well as empirical confirmation on the example of Serbia. The conducted research has important implications, since in pandemic conditions, further development of low-cost airlines is expected to contribute to the recovery of air traffic and tourism. This paper confirms two hypotheses: H1: The total volume of air traffic has increased with the rise of low-cost companies. H2: The number of tourists in Serbia has increased after deregulation of domestic air traffic.