



საქართველოს საავიაციო უნივერსიტეტი

ბიზნესის ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამა

სამაგისტრო ნაშრომი: სამოქალაქო ავიაციის ბაზარზე აღმოცენებული
ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ფენომენის როლი ეკონომიკის განვითარებაში

ავტორი: თორნიკე აბაზაძე

ხელმძღვანელი: გიორგი ევგენიძე

თბილისი

2021

განაცხადი

სამაგისტრო ნაშრომი, „სამოქალაქო ავიაციის ბაზარზე აღმოცენებული ბიუჯეტური ავიაკომპანიების როლი ეკონომიკის განვითარებაში“ წარმოადგენს, ჩემს სამეცნიერო, ორიგინალ, ნამუშევარს და როგორც, წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი „არ შეიცავს, სხვა ავტორების მიერ, აქამდე, გამოქვეყნებულ, დასაცავად წარდგენილ და გამოსაქვეყნებლად მიღებულ, მასალებს, რომლებიც, ნაშრომში, არ არის აღნიშნული, ან ციტირებული, სათანადო წესების შესაბამისად.

პატივისცემით,

თორნიკე აბაზაძე

..... 2021

აბსტრაქტი

თანამედროვე ეპოქაში საჰაერო ტრანსპორტი ერთ-ერთი ძირითადი ელემენტია მსოფლიო ეკონომიკის განვითარების საქმეში, ყოველწლიურად იზრდება მსოფლიო ტურისტული ბაზარიც, რაც გარკვეულ წილად ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ბაზარზე გამოჩენამ და დამკვიდრებამ განაპირობა. ბიუჯეტური ავიაკომპანიების პოლიტიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტი ეფუძნება ტურისტული სექტორის განვითარებას, რადგან ავიაცია არის ბიზნესი, რომელიც მსოფლიო მაშტაბით საკმაოდ დიდი შემოსავლების გენერირებას ახდენს, ხოლო დასაქმების კუთხით ერთ-ერთი მოწინავე სექტორია. სამოქალაქო ავიაცია ახდენს სხვადასხვა ბიზნეს სექტორების თანამშრომლობის სტიმულირებას, რაც ქვეყნებს საკუთარი ეკონომიკების განვითარებისა და მსოფლიო მასაშტაბით პოზიციონირების გაუმჯობესების საშუალებას აძლევს. რადგანაც ტურიზმის სფერო საქართველოს შემოსავლების მნიშვნელოვან წილს იკავებს, ხოლო ტურიზმი უშუალოდაა დამოკიდებული სამოქალაქო ავიაციაზე, შესაბამისად ავიაცია მიჩნეულია ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტულ სფეროდ აღნიშნულიდან გამომდინარე საქართველო ცდილობს სფეროს განვითარებას, რათა მსოფლიო ტურისტებისათვის მიმზიდველ პროდუქტთან წვდომის მისაღები პირობების შეთავაზებით მოახდინოს საქართველოს მიმართ ინტერესის სტიმულირება. მსგავსი ღონისძიება დადებითად იმოქმედებს ტურისტთა რაოდენობის გაზრდაზე, რაც ტავისთავად შეუძლებელი იქნებოდა იმ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების სერვისების გარეშე, რომლების ოპერირებენ საქართველოს ბაზარზე.

ქვეყნისათვის მნიშვნელოვანია ძლიერი ავიაცია, რაც მეტ დასაქმებულს და დამატებით შემოსავალს ნიშნავს. ეკონომიკის განვითარების კუთხით უცხოური ავიაკომპანიების შემოსვლა ბაზარზე ქმნის დამატებით ინვესტიციების მოძიების საშუალებას, ასევე ბიუჯეტური ავიაკომპანიები ხელს უწყობს მეორადი აეროპორტების განვითარებას და რეგიონის პოპულარიზაციას უწყობს ხელს. აეროპორტებს და ავიაკომპანიებს აქვთ მნიშვნელოვანი დამსაქმებლებს როლი, რითიც ახდენენ გავლენას როგორც კონკრეტული ქვეყნის ასევე მსოფლიოს ეკონომიკაში. აეროპორტის მიერ მოხდენილი გავლენა რომელიც ეკონომიკაზე აისახება ორი კომპონენტისაგან შედგება. პირველი, დასაქმების ზრდის ტენდენციის, ინვესტიციების და გაზრდილი შემოსავლების მიერ რეგიონზე სტიმულირებული პირდაპირ ეკონომიკურ გავლენა; ხოლო მეორეს მხრივ აეროპორტის გეოგრაფიული მდებარეობით შექმნილი გარემო, რომელიც სხვადასხვა სფეროებს შორის თანამშრომლობას უწყობს ხელს.

კვლევის საფუძველზე დადგინდა, რომ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების არსებობა ქვეყნის ეკონომიკაზე დადებითად მოქმედებს, ქმნის ბიზნეს სექტორების ურთიერთკავშირს, ქვეყანაში უცხოური ინვესტიციებით შემოსული თანხა ქვეყანას აძლევს საშუალებას გახდეს ეკონომიკურად ძლიერი და სტაბილური, რაც მსოფლიოს ბაზარზე ქვეყნის პოპულარიზაციას და მეტ ინვესტიციას ნიშნავს.

Abstract

Nowadays, Air transport is one of the fundamental elements which affects development of the world's economy, tourism industry, related businesses and market. Create and establish "Budget Airlines" is one of the keypoint to achieve such a development.

One of the most important achievement of a budget airline is increasing rate of employment and revenues.

Collaboration between Civil aviation and related sectors in tourism industry, allowing countries to develop and improve their own global ranking.

As the tourism sector accounts for a significant share of Georgia's revenue, and tourism is directly dependent on civil aviation, aviation is considered as high priority field of development for the country's economic. Georgia is developing a sector to provide attractive productions for tourists which could directly impact on increasing the number of international visitor arrivals, revenue generated by tourism which would not have been possible without the services of budget airlines operating in the Georgian market.

სარჩევი

<u>აბსტრაქტი</u>	<u>3</u>
<u>ABSTRACT</u>	<u>5</u>
<u>შესავალი.....</u>	<u>7</u>
<u>1. ლიტერატურული მიმოხილვა.....</u>	<u>10</u>
2.1. ბიუჯეტური ავიახაზები - ყველაზე წარმატებული მოდელი?.....	12
2.2. ევროპის სატრანსპორტო ბაზრის ლიბერალიზაცია.....	13
2.3. ევროპის ავიახაზების ინდუსტრია	15
2.4 ევროპის ბიუჯეტური ბაზრის მიმოხილვა.....	17
2.5. ბიუჯეტური გადამზიდების საექსპლოატაციო თავისებურებანი	19
2.5.1. ხარჯების შემცირება.....	20
2.5.2. შემოსავლის გაზრდის ხერხები.....	22
2.5.3. მოთხოვნა დაბალბიუჯეტურ საჰაერო მგზავრობაზე.....	23
2.5.4. განვითარება-მოლოდინი, არსებული რეალობა.....	25
2.3. აეროპორტების ეკონომიკური ფაქტორები.....	28
2.3.1 ურთიერთობა დაბალბიუჯეტურ ავიაკომპანიებსა და აეროპორტებს შორის.	30
2.4 ბიუჯეტური საავიაციო გადაზიდვები და რეგიონალური ტურიზმი	32
2.5 ბიუჯეტური ავიაკომპანიები საქართველოს საავიაციო ბაზარზე.....	34
<u>კვლევითი მეთოდები.....</u>	<u>37</u>
<u>დასკვნა</u>	<u>38</u>
<u>ბიბლიოგრაფია</u>	<u>41</u>
<u>დანართები</u>	<u>44</u>

შესავალი

21-ე საუკუნეში ბიუჯეტური ავიაკომპანიები საკმაოდ დიდ წარმატებას აღწევენ მაღალი მგზავრთბრუნვის შენარჩუნებით, ხოლო მათი როლი მსოფლიო ეკონომიკაში საკმაოდ მაღალია: მგზავრთ ნაკადმა და შემოსავლებმა 2019 წლის მსოფლიო პანდემიამდე, საგრძნობი მატება განიცადა. კვლევითი დაწესებულებები და სამეცნიერო ჟურნალ-გაზეთები აღნიშნული საკითხის მიმართ ინტერესს გამოხატავენ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ოპერირებისა და სამომავლო პერსპექტივების შესწავლა-ანალიზითა და მრავალრიცხოვანი სტატიების გამოცემით.

მიუხედავად იმისა, რომ ბიუჯეტური ავიაკომპანიებმა საქართველოს საავიაციო ბაზარზე, მომხმარებელთა საკმაოდ დიდი წილი ბოლო დეკადის განმავლობაში დაიჭირა, მსოფლიოსთვის საჭაერო მგზავრობა სულაც არ არის ბოლო რამოდენიმე წლის მოტანილი სიახლე. 1978 წლის აშშ-ს ავიაკომპანიების დერეგულირების აქტმა განაპირობა ის ფაქტი, რომ 30 წელიწადზე მეტი ხნის განმავლობაში აშშ მთავრობა საჭაერო სივრცის კომერციულ მხარეში არ ერევა. 1993 წელს მომხდარი ევროპული სატრანსპორტო ბაზრის ეგრეთწოდებული ლიბერალიზაციის შედეგად წარმოიშვა ე.წ. „მესამე კალათი“, რომელმაც შესაძლებელი გახადა ფასების თავისუფალი დაწესება. 2002-ში ევროპის კონტინენტზე აღმოცენებულმა დაბალბიუჯეტურმა ავიაკომპანიებმა საჭაერო მგზავრობა საკმაოდ პოპულარული გახადა.

21-ე საუკუნის მთავარი გამოწვევების შედეგად ნიღბული დარტყმის მიუხედავად, მსოფლიო ავიაცია ნელ-ნელა, მაგრამ სისტემატურად დაუბრუნდა ჩვეულ რითმს და მოსახლეობის ზრდასთან ერთად მოახერხა საავიაციო გადაყვანებზე მოთხოვნის ზრდის სტიმულირება. ბიუჯეტური ავიაკომპანიები, სერვისის ხელმისაწვდომობის საფუძველზე, ნელ-ნელა და მეთოდურად ზრდიდნენ თავიანთი მოცულობის წილს მსოფლიო სამოქალაქო ავიაციის ბაზარზე

თემის აქტუალობა

მსოფლიო ავიაციაში არსებული ვარდნის ტენდენციების მიუხედავად, იმ დროს როდესაც 11 სექტემბრის მოვლენამ, ერაყის ომმა და მძიმე მწვავე რესპირატორულმა სინდრომმა (მმრს), დრამატული ზეგავლენა იქონია საჰაერო ტრანსპორტის ინდუსტრიაზე, დაბალბიუჯეტურ ავიაკომპანიებს აღმოაჩნდათ შესაძლებლობა ამგვარი გარემო ცვლილებების მიუხედავად წარმატებით განეხორციელებინათ შემოსავლებისა და მგზავრთნაკადის მოცულობის გაზრდა.

მეტიც, ბიუჯეტური საჰაერო მგზავრობის საქმიანობის მიმართ ინტერესი აშკარაა საფონდო ბირჟაზე, რაც გამოიხატება მათი ავიაკომპანიების უზარმაზარი საბაზრო კაპიტალიზაციით. 2002 წლის ივნისში Ryanair-ის საბაზრო კაპიტალიზაცია 4.9 მილიარდ ევროს შეადგენდა, ბოლო მონაცემებით 2021 წლის ივნისის მონაცემების მიხედვით კომპანიის საბაზრო კაპიტალიზაცია 24.08 მილიარდ ევროს შეადგენს.

ბიუჯეტური ავიაკომპანიების სეგმენტის განთიადზე, მიღწეულმა წარმატებამ საჰაერო ტრანსპორტის ბაზარზე განაპირობა ახალი ბიუჯეტური ავიაკომპანიების რაოდენობის ზრდა, რომლებიც ცდილობდნენ პირველადი ბიუჯეტური ავიაკომპანიების სტრატეგიის მორგებასა და მათივე წარმატების გამეორებას. საგულისხმოა ფაქტი, რომ ბიუჯეტურმა ავიაკომპანიებმა მოახდინეს ახალი მოთხოვნის სტიმულირება, რომელიც ტრადიციული გადამზიდების მომხმარებელთა გადაბირებაში კი არ გამოიხატებოდა, არამედ გულისხმობდა ახალ მომხმარებელთა ფორმირებას. საჰაერო სივრცე სულ უფრო და უფრო იტვირთება და ამიტომ ტრადიციულმა ავიაკომპანიები ახდენენ რეაგირებას ბიუჯეტური ავიაკომპანიების გამო ჩამოყალიბებულ კონკურენციაზე განსაკუთრებულად კი ბიზნეს მოგზაურობის სფეროში.

ჩვეულებრივ, ბიუჯეტური ავიაკომპანიები ფრენებს ახორციელებენ მცირე, ეგრეთწოდებულ მეორადი აეროპორტებიდან, რომლებიც ნაკლებ ან საერთიდაც ნულოვან გადასახადებს აწესებენ რადგანაც მგზავრთა ნაკადი ზრდის მათ შემოსავლებს და წარმოადგენს რეგიონალური ტურისტული ინფრასტრუქტურის პოტენციურ მომხმარებელს. უმეტესად ეს ისეთი აეროპორტების ინტერესებში შედის, რომლებიც მდებარეობენ ნაკლებად განვითარებულ რეგიონებში.

აეროპორტებმა და ტურისტულმა ინფრასტრუქტურამ უნდა მოახდინოს ადაპტაცია მომხმარებელთა გაზრდილი რაოდენობის მიმართ, რაც გამოიხატება საკუთარი ინფრასტრუქტურის გაზრდა-გაუმჯობესებაში, ეს კი თავისთავად მოითხოვს დამატებით ინვესტიციებს. რამდენადაა სარწმუნო ის ფაქტი, რომ ტურისტთა გაზრდილი რაოდენობა

რეგიონში შენარჩუნდება დიდი ხნის მანძილზე, რათა მოხდეს ინვესტიციების სამომავლო უკუგება?

კვლევის მიზანი

არსებობს ძალიან ბევრი ლიტერატურა დაბალბიუჯეტურ ავიაკომპანიებსა და მათ ამოცანებზე გრძელვადიან პერიოდზე სიცოცხლისუნარიანობის შესახებ, მაგრამ საკმოდ მცირედი ლიტერატურაა გამოცემული იმის შესახებ თუ რა ზეგავლენას ახდენს აეროპორტზე და რეგიონალური ტურიზმის განვითარებაზე ბიუჯეტური ავიაკომპანიის არსებობა. თემის მიზანია გამოიკვლიოს ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მომავლის პერსპექტივები და მათი როლი რეგიონალური აეროპორტებისა და ეკონომიკის განვითარების სფეროში. შესაბამისად იბადება კვლევის აქტუალური კითხვა:

წარმოადგენდა თუ არა ბიუჯეტური ავიაკომპანიები, მცირე აეროპორტებისა და მათ მიერ სტიმულირებული ეკონომიკების განვითარების მიზეზს

ამ საკითხზე პასუხის გაცემის მიზნით, თემაში განიხილება ბიუჯეტური ბაზრის განვითარების თეორიები, ისევე როგორც ზეგავლენის ანალიზი აეროპორტსა და რეგიონზე.

კვლევის ამოცანები

იმისათვის, რომ კვლევის მთავარი კითხვის პასუხს მივაკვლიოთ და მოვახდინოთ ნაშრომის ლოგიკური სტრუქტურირება, აუცილებელია შემდეგი საკითხების განხილვა:

- დავადგინოთ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების გაჩენის გამომწვევი ფაქტორები
- დავრწმუნდეთ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მიერ საჰაერო მგზავრობაზე მოთხოვნის ზრდაში
- გავანალიზოთ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ზრდის ტენდენციის სტაბილურობა;
- მივუსადაგოთ მიღებული შედეგები კვლევის მთავარ კითხვას

1. ლიტერატურული მიმოხილვა

საჭაერო მგზავრობა შედგება მიწოდებისა და მოთხოვნისაგან. თავის მხრივ მოთხოვნა ფორმირდება სამგზავრო და სატვირთო გადაზიდვებად. ხოლო მიწოდება ავიაკომპანიების, აეროპორტებისა და სხვა სამსახურებისაგან, რომლებიც უზრუნველყოფენ საჭაერო მგზავრობას.

არსებობს ავიაკომპანიების შემდეგი მოდელები (Pompl,2002): ტრადიციული ჩარტერები, ბიუჯეტური და სატვირთო გადაზიდვები. ხოლო აეროპორტების განზოგადოება შეიძლება შემდეგნაერად: ძირითადი ჰაზები, მეორადი და რეგიონალური აეროპორტები. ქვემოთ განიხილება აეროპორტების პოზიციონირება უფრო დააწვრილებით.

ამ ნაშრომში მთავარი როლი ენიჭება ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მოდელებს, მათ ურთიერთობას აეროპორტებთან და მათ გავლენას ტურიზმისა და შესაბამისად ეკონომიკის განვითარებაზე. დანიშნულების ადგილის მიხედვით საჭაერო ტრანსპორტის მნიშვნელოვანი გავლენა აისახება ტურიზმზე, უფრო ზუსტად კი რეგიონალურ ტურიზმზე. საჭაერო ტრანსპორტი, სასურველ დანიშნულების ადგილს, კომფორტულად და დროის მოკლე მონაკვეთში ხდის ხელმისაწვდომს, რაც ტურიზმის წინაპირობაა. ტურიზმის ზეგავლენა რეგიონზე კი შესაძლებელი დავეყოთ სუბკატეგორიებად: ეკონომიკური, სოციალურ-კულტურული და გავლენა გარემოზე, ეს უკანასკნელი ამ ნაშრომში არ განიხილება.

მეორეს მხრივ არსებობს საჭაერო მგზავრობის გავლენა მრეწველობის სხვადასხვა სახეებზე. იქიდან გამომდინარე, რომ აეროპორტები თავისი პოზიციონირებით ესაზღვრებიან ურბანულად მჭიდროდ განვითარებულ ტერიტორიებს, რითაც სხვადასხვა სფეროს, მცირე და საშუალო მეწარმეებს ეძლევათ იქ დაარსების და ხელმისაწვდომი ინფრასტრუქტურებიდან შემოსავლის მიღების საშუალება. დამატებით არსებობს ტურიზმის მიერ გამოწვეული არაპირდაპირი გავლენა მრეწველობის სხვადასხვა სახეებზე, რასაც მოგვიანებით განვიხილავთ.

ეკონომისტები აგრეთვე გამოყოფენ მიკრო და მაკრო ეკონომიკურ გავლენას. მიკროეკონომიკური გავლენა ეხება ფირმას, მომხმარებელს, წარმოებასა და გაყიდვას, საქონლის მოთხოვნა მიწოდებას. მაკროეკონომიკურ ზეგავლენას კი თავის მხრივ შეხება აქვს სახელმწიფოებრივ ეკონომიკასთან, დასაქმება-უმუშევრობასთან, ინფლაციასთან, სახელმწიფო წარმოებასა და მოხმარებასთან და ა.შ.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, ყურადღება გამახვილებულია ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მიმართულებით, შევეხებით მიკროეკონომიკურ გავლენას, მაკროეკონომიკურიდან კი შევეხებით მხოლოდ დასაქმების საკითხს. მეტიც, ნაშრომი

შეზღუდულია ტურიზმისა და ტურიზმთან დაკავშირებული მრეწველობის ანალიზშიც.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, საჭაერო მგზავრობა და მისი გავლენა დანიშნულების ადგილზე, არის კვლევის საკმაოდ ფართო სფერო. ამიტომ კვლევის საგანი უნდა შეიზღუდოს და თემა შეეხება მხოლოდ სამგზავრო გადაზიდვებს.

2.1. ბიუჯეტური ავიახაზები - ყველაზე წარმატებული მოდელი?

საჰაერო ტრანსპორტის სექტორი მნიშვნელოვანი ნაწილია არა მხოლოდ ტურიზმის ინდუსტრიისათვის, არამედ ასევე მსოფლიო ეკონომიკისათვის. საჰაერო ტრანსპორტის ღირებულებას პირდაპირი გავლენა აქვს ტურიზმის პროდუქტებსა და დანიშნულების ადგილის შერჩევაში. საჰაერო მგზავრობის ღირებულების შემცირებით, იგი ტურისტებისთვის უფრო მეტად კონკურენტუნარიან ტრანსპორტად იქცევა. ღირებულების და შესაბამისად საჰაერო გადასახადების შემცირება, შესაძლებელი გახდა ტექნოლოგიების გასაუმჯობესების (საჰაერო ხომალდი გაიზარდა ზომაში და შესაბამისად შეუძლია უფრო მეტი მგზავრის გადაყვანა უფრო სწრაფადაც), ასევე გამომდინარე იქიდან რომ ავიაკომპანიებმა განაახლეს თავისი ფლოტი, ხელმისაწვდომი გახდა მეორადი საჰაერო ხომალდები (იაფად, კარგ მდგომარეობაში) შეძენა სხვა ავიაკომპანიებისათვის (Pender 2001).

ევროპული საჰაერო მგზავრობის ბაზარი ფიქსირებული ფასების მიერ იყო რეგულირებული და დომინირებული . ამ ბაზარზე ბიუჯეტური ავიაკომპანიების შესვლის წინაპირობას ევროპული საჰაერო მგზავრობის ბაზარის ლიბერალიზაცია წარმოადგენდა. მომდევნო ქვეთავში აღწერილია აღნიშნული ლიბერალიზაციის პროცესი, მეტიც, წარმოდგენილია ევროკავშირის საავიაციო ინდუსტრიის მიმოხილვა ბიუჯეტური ბაზრის ჩათვლით.

დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანიების ზრდა უბიძგებს ზოგიერთ ავტორს განცხადებებისკენ, რომ ევროპის საავიაციო ტრანსპორტის ბაზარზე ყველაზე დრამატულ ზეგავლენას იქონიებს სწორედ ის რომ სწრაფად მზარდი ბიუჯეტური ავიაკომპანიები და არა ტრადიციული ავიაკომპანიები (*Doganins 2001*). ამ თავში უტარდება ანალიზი აღნიშნულ ზრდას და მოწმდება თეორიები შემდეგ კითხვასთან დაკავშირებით: ახდენენ თუ არა ბიუჯეტური ავიაკომპანიები მოთხოვნის სტიმულირებას, თუ უბრალოდ ართმევენ მგზავრებს ტრადიციულ ავიაკომპანიებს.

და ბოლოს, ამ თავში შევისწავლით ბიუჯეტური ავიაკომპანიების განვითარებას. *არის თუ არა ეს ახალი მდგრადი მოდელი, თუ უბრალოდ ფენომენი, რომელიც ადრე თუ გვიან გაქრება?* აეროპორტებმა და რეგიონალურმა კომპანიებმა დიდი მოცულობითი ფულადი ინვესტიციები განახორციელეს, რადგანაც ბიუჯეტური ავიაკომპანიებისაგან ელოდებიან მეტი სტუმრის მიღებას. ამოტიმაც ვანიჭებ სასიცოცხლო მნიშვნელობას ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ზრდის მდგრადობისა და არსებობის ანალიზს.

2.2. ევროპის სატრანსპორტო ბაზრის ლიბერალიზაცია

ახალი ათასწლეული შეიძლება განვიხილოთ როგორც ევროპის ავიახაზების ინდუსტრის გლობალურად მოქმედ ქსელამდე განვითარების მასტიმულირებელ ეპოქად. ეს ცვლილება ევროპული საავიაციო ბაზრის ლიბერალიზაციის შედეგია. ბაზრის ლიბერალიზაციამდე, საავიაციო ინდუსტრიის მახასიათებელი მაღალი გადასახადები და დაბალი ეფექტურობა იყო. ავიაკომპანიები დაფრინავდნენ საკუთარი დროშის ქვეშ, რითაც წარმოაჩინებდნენ საკუთარი ქვეყნის ძალასა და პრესტიჟს, რის სანაცვლოდაც ხშირად ფინანსდებოდნენ საკუთარი ქვეყნის მიერ.

საავიაციო რეგულირების ლიბერალიზაციისაკენ მიმართული მნიშვნელოვანი ნაბიჯებია „ამერიკის შეერთებული შტატების ავიაკომპანიების დერეგულირების აქტი 1978 წელს და ევრო კავშირის „მესამე კალათა“, რომელიც ძალაში 1993 წელს შევიდა. აღნიშნული კალათის ძირითადი მახასიათებლები ფასების განთავისუფლება და სრული კაბოტაჟია, რაც საბოლოოდ 1997 წლის აპრილში დაინერგა (Chang & Williamns, 2002).

„დოგანის“-ის მიხედვით: „წევრი ქვეყნების ავიაკომპანიებს შეუძლიათ იმოქმედონ „თავისუფალი ჰაერი“-ს სრული გამოყენებით ევრო კავშირის ნებისმიერ მარშრუტზე, როდენობრივი შეზღუდვის გარეშე თუნდაც ფრენა მათი ქვეყნის საზღვრებს გარეთ ხდებოდეს“ (Doganis, 2001, pg. 39).

„მესამე კალათი“-სა და „ღია ცის“ რეჟიმის შექმნასთან ერთად, გაქრა ევროკავშირის საავიაციო ბაზარზე მოსახვედრი ხელოვნური ბარიერები, რამაც სასიცოცხლო ზეგავლენა იქონია ავიახაზების ინდუსტრიაზე და უამრავი ავიაკომპანიის პრივატიზება განაპირობა. ავიაკომპანიების ძირითად მიზანს წარმოადგენდა ინოვაციური სტრატეგიების შემუშავება, ბაზარზე ადაპტირებისა და კონკურენტული გარემოს გამოწვევების მისაღებად (ევროკომისია, 1999).

ლიბერალიზაციამ მნიშვნელოვნად შეუწყო ხელი ახალი ავიაკომპანიების აღმოცენებას, და ბაზარზე გაჩნდა „ბიუჯეტური ავიაკომპანიის“ ფენომენი, წარმოდგენილი ახალი კერძო და არსებული ავიაკომპანიების „შვილობილი“ კომპანიების სახით. თავდაპირველი ყოყმანის შემდეგ, ბაზარზე ბიუჯეტური კომპანიების მირ შექმილი კონკურენციის საპასუხოდ ტრადიციულმა ავიაკომპანიებმაც გახსნეს პირდაპირ ან არაპირდაპირი მფლობელობაში არსებული ბიუჯეტური ხაზები.

ევროკავშირის ფარგლებში არსებული თავისუფალი ბაზარი არ მოიაზრებდა იგივე თავისუფლებებით სარგებლობას მისი საზღვრების გარეთ. Chang & Williams-ის მიხედვით ავიაკომპანიებს ჩვეულებრივ არ შეეძლოთ სხვა ქვეყნის ავიაკომპანიების შექმნა ან მათთან

შერწყმა, რადგან შეზღუდულნი იყვნენ შესაბამისი რეგულაციებით საკუთრების შესახებ, რომლებიც ასახული იყო ხელშეკრულებებში საჭაერო მომსახურების შესახებ. აღნიშნული კომერციული ხარვეზის დასაძლევად ავიაკომპანიებმა შეიმუშავეს თანამშრომლობის სხვადასხვა სახეები: კოდების გაცვლა, ფრანჩაისი, სტრატეგიული ალიანსი (Chang & Williams, 2002).

2.3. ევროპის ავიახაზების ინდუსტრია

ევროპის საჰაერო ტრანსპორტის ინდუსტრია დღესდღეისობით შედგება -ზე მეტი აეროპორტისაგან შემდგარი ქსელისაგან, რომელსაც ემსახურება 130-ზე მეტი ავიაკომპანია. (IATA, 2003) ავიაკომპანიების რაოდენობის ზრდის ტენდენცია 1993 წელს დაიწყო და გასტანა 1998 წლამდე, როდესაც ავიაკომპანიების რაოდენობა 132-დან 164-მდე გაიზარდა შემდეგ კი მათი რაოდენობამ შემცირება დაიწყო, რაც გამოწვეული იყო სხვადასხვა ფაქტორებით, მათგან აღსანიშნავი 11 სექტემბრის ტერაქტი, ფინანსური და ნავთობის კრიზისებია, რამაც თავის მხრივ მოახდინა ავიაკომპანიების შერწყმა ან ბაზრიდან გასვლა .

კონსოლიდაციისაკენ მიმართული აღნიშნული ტენდენციამ დიდი როლი ითამაშა არამარტო გეგმიური და ჩარტერული ფრენების ბიზნესისთვის, არამედ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების სექტორისათვისაც. 2002 წლის ზაფხულში “Easy Jet”-ის მიერ ბიუჯეტური ავიაკომპანია “GO”-ს შესყიდვას მოჰყვა „Ryanair”-ის მიერ დანიური ავიაკომპანია “Buzz”-ის შესყიდვა 2003 წლის თებერვალში. ორი უდიდესი ბიუჯეტური ავიაკომპანია იბრძოდა ბაზრის ლიდერობისათვის და ამგვარი შენაძენით ბაზრის კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება სცადეს. შემდეგ თავში დაწვრილებითაა განხილულია ევროპის ბიუჯეტური ბაზარი.

IATA-ს ცხრილების მიხედვით, 1991 წლის გამოკლებით, მოთხოვნა საავიაციო მგზავრობაზე იზრდებოდა ყოველწლიურად 2000 წლამდე (IATA, 2002). მომდევნო წლების განმავლობაში მომხდარმა შემთხვევებმა (11 სექტემბერი, ერაყის ომი და მმრს) დრამატული ზეგავლენა იქონია საავიაციო ინდუსტრიაზე.

დანართი 1: გვაჩვენებს ევროკავშირის უდიდესი ავიაკომპანიების შემოსავლებს 2001-სთვის, და აგრეთვე სუფთა მოგების მაჩვენებელს 2001/2000 წლების მიხედვით. “Air France”-ის, “Iberia Group”-ის და “Finnair”-ის გამოკლებით ყველას შედეგი უარყოფითია.

მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის მიხედვით 11 სექტემბრის დარტყმამ მოახდინა „იმ ფაქტის შენიღბვა, რომ დარტყმის მომენტამდე ავიაკომპანიებს უკვე გააჩნდათ სიძნელეები“ ძალიან საინტერესოა ის ფაქტი, რომ ამ კონტექსტში, 2001 წლის ტენდენციის მიუხედავად დაბალბიუჯეტურ ბიზნესს აღმოაჩნდა იმუნიტეტი იხილეთ **დანართი 2:** “Ryanair”-სა და “Easyjet”-ის შედეგები დადებითია, მეტიც, უკეთესია წინა წლის მაჩვენებელს შედარებით.

11 სექტემბრის შედეგებისაგან გამოცოცხლების შემდეგ, 2003 წელს ერაყის ომის შედეგებმა ევროპულ სამგზავრო ბაზარზე იქონია ფართოდ გავრცელებული ნეგატიური გავლენა. IATA-ს წინასწარი შეფასებით 2002 წლის აპრილისთვის აჩვენა მსოფლიო

მგზავრთნაკადის 18.5% ვარდნა. IATA-ს მაშინდელი გენერალური დირექტორის, ჯოვანი ბისიგნანის შეფასებით „ერაყის ომი და მმრს-მ იქონია კატასტროფული ზეგავლენა მსოფლიო საჰაერო ტრანსპორტის ინდუსტრიაზე, რომელიც თავისი მაშტაბით მიახლოებულია 11 სექტემბრით გამოწვეულ შედეგებთან (IATA, 2003)

შესრულებული მზავრ/კმ-დან მიღებული მოგება (შემდგომში RPK) განსაზღვრავს ფაქტიურ მგავრთნაკადს. **დანართი 3:** ასახავს 2002 წლის პერიოდის RPK ესრულებული მზავრ/კმ-დან მიღებული მოგების პროცენტულობას.

2002 წლის იანვარი-აპრილის საანგარიშო პერიოდთან შედარებით 2003 წლის იანვარი-აპრილის საანგარიშო პერიოდში ევროპული გადამზიდების მაჩვენებელი არ შეცვლილა. 2003 წლის აპრილის მონაცემით, მიუხედავად იმისა, რომ მათ განიცადეს 4.8% შემცირება, ცხრილი ნათლად ასახავს, რომ ერაყის ომი და მძიმე მწვავე რესპირატორულმა სინდრომმა (მმრს) უდიდესი ზიანი ჩრდილო ამერიკულ და აზიურ გადამზიდებს მიაყენა.

ზოგადად, ეკონომიკური კრიზისი დაუყოვნებლივ აისახება ავიაკომპანიებზე. ეს აიხსნება საჰაერო მგზავრობაზე მოთხოვნისა და მსოფლიო ეკონომიკურ ზრდას შორის არსებული კავშირით. „დოგანის“-ის მიხედვით, როგორც ჩანს საჰაერო გადაზიდვების ზრდის მაჩვენებელი მსოფლიო მსოფლიო შიდა პროდუქტი (მშპ) პროპორციულია (Doganis 2001). სხვა წყარო, Hatty & Hollmeier კი ამტკიცებს, რომ „საჰაერო გადაზიდვების რაოდენობრივი ზრდის მაჩვენებელს გააჩნია მაღალი ხარისხის ციკლურობა. ეს ციკლურობა პირდაპირ კავშირშია ეკონომიკის ზრდის ციკლებთან, რომელთა გაზომვა ხდება მთლიანი შიდა პროდუქტით,“ (Hatty & Hollmeier, 2003, გვ. 51)

აღნიშნული თეორიის თვალსაჩინოებისთვის იხილეთ **დანართი 4:** დემონსტრირებას უკეთებს მშპ-სა და RPK-ს წლიური ზრდის დამოკიდებულებას.

2000 წლის დასაწყისში ეკონომიკური პროგნოზი მსოფლიო მშპ-ს წლიურ 2.5%-დან 3% ზრდას ვარაუდობდა, ასე რომ საავიაციო მგზავრთნაკადის წლიური ზრდა 5%-დან 6%-დე იყო ნავარაუდები. 1999 დან 2001 წლის ჩათვლით დოგანისი და ჰანლონი რეგულარულ ფრენებზე მოთხოვნის ზრდა გაგრძელდებოდა 5%-დან 7%-მდე მაჩვენებლით. (Doganis, 2001, Hanlon, 1999). 2001 წლის შემდეგ არცერთ ავტორს არ შეეძლო საავიაციო ინდუსტრიის სამომავლო ზრდის პროგნოზის გამოცნობა. Tarry & O'Toole-ის განცხადებით „სავიაციო ინდუსტრიაში პროგნოზების გაკეთებას ყოველთვის შეეძლო ზიანის მოტანა, მაგრამ არასდროს ყოფილა ისეთი სახიფათო საქმიანობა, როგორც მაშინ. (Tarry & O'Toole, 2002,).

2.4 ევროპის ბიუჯეტური ბაზრის მიმოხილვა

პირველი ბიუჯეტური ავიაკომპანია, რომელიც ევროპის ბაზარზე გამოჩნდა იყო “Ryanair”, რომელიც 1985 წელს დაარსდა და ემსახურებოდა ირლანდია-გაერთიანებული სამეფოს ბაზარს. უმეტესწილად კომპანიის კლიენტები საზღვარგარეთ მომუშავე მგზავრები იყვნენ, რომლებიც სახლში ოჯახების სანახავად ბრუნდებოდნენ. “Ryanair”-ი მათ სთავაზობდა უფრო დაბალ ფასებს ვიდრე გააჩნდათ „Brithish Airways”-სა და “Aer Lingus”-ს და რეისებს ისეთ მარშრუტებზე ასრულებდა, რომლებსაც არ წარმოადგენდენ ინტერესის სფეროს ტრადიციული ავიაკომპანიებისათვის. იქიდან გამომდინარე, რომ მოთხოვნა მარშრუტზე ირლანდია-გაერთიანებულ სამეფო იყო ძალიან მაღალი, „Ryanair”-ი ძალიან სწრაფად გაფართოვდა. მაგრამ გაზრდილი მოთხოვნის მიუხედავად, 1991 წელს ავიაკომპანია კინალამ გაბანკროტდა და რამაც მისი ბიზნეს სტრატეგიის შეცვლა განაპირობა (Calder, 2003).

“Southwest Airlines”-ის მაგალთის მსგავსად Ryanair”-მა წარმოადგინა ბიუჯეტური კონცეფცია. მოახდინა ფლოტის სტანდარდიზაცია და არამომგებიანი რეისების გაუქმება. სამაგიეროდ ავიაკომპანიის სერვისის ფასმა დაიწია ხოლო ფრენების რაოდენობამ იმატა. ამგვარად Ryanair”-მა გაერთიანებული სამეფოში შექმნა საავიაციო ბაზრის ახალი სეგმენტი, მას მიყვნენ ახლად შექმნილი „Easy Jet” და “GO”. “GO” იყო ტრადიციული ავიაკომპანიის „British Airways“ მიერ დაარსებული პირველი ბიუჯეტური ავიაკომპანია. **დანართი 5-ში** ნაჩვენებია ევროპის მთავარი ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ჩამონათვალი 2002 წლისთვის.

2003 წელს ბიუჯეტური ფრენების ტენდენციამ შეაღწია კონტინენტურ ევროპაშიც. ახალი და დამოუკიდებელი ბიუჯეტური ავიაკომპანიების გარდა შესამჩნევია ორი ძირითადი ტენდენცია: უკვე არსებული ავიაკომპანიები ცვლიდნენ თავიანთ ბიზნეს ტრატეგიებს ან ტურ-ოპერატორები და ტრადიციული ავიაკომპანიები ერთობლივად აარსებდნენ საკუთარ დაბალბიუჯეტურ ავიაკომპანიებს.

მაგალითისათვის „Easy Jet”-ს ჰქონდა “dba”-ს შეძენის ვარიანტი, მაგრამ ბოლო მომენტში იმარჯვა გერმანული საფეიქროს მეპატრონემ და ხელში ჩაიგდო კომპანია (Die Welt, 2003). 2002 წლის შემდეგ ავიაკომპანიამ შეცვალა თავისი სტრატეგია ბიუჯეტური კონცეფციით. მეორეს მხრივ კი 2002 წელს ასევე შეიქმნა “British Midland”-ის მიერ სუბსიდირებული ბიუჯეტური ავიაკომპანია „BMI baby”, და “Germanwings” რომელიც შეგვიძლია “Lufthansa”-ს შვილიშვილად მოვიაზროთ. 2002 წელს “Lufthansa”-ს ყოფილმა აღმასრულებელმა დირექტორმა იურგენ ვებერმა უარი განაცხადა დაბალბიუჯეტურ ბაზარში მონაწილეობის მიღებაზე. თუმცადა, აღსანიშნავია ფაქტი, რომ 2002 წლის ნოემბრიდან

“Germanwings”-ი ოპერირებდა „Eurowings“-ის სუბსიდირებით, ხოლო “Lufthansa”-ს ფლობდა „Eurowings“-ის წილის 24.9% (Machatschke, 2003).

ბიუჯეტური ბაზრის მთავარი მოთამაშეები “Ryanair” და „Easy Jet“ იბრძოდნენ საავიაციო ბაზრის პირველობისათვის. როგორც უკვე აღვნიშნე, 2003 წელს “Ryanair”-მა შეიძინა ავიაკომპანია „Buzz“, ზუსტად ერთი წლის შემდეგ, რაც „Easy Jet“-მა 544 მილიონ დოლარად შეიძინა ავიაკომპანია „GO“. ეს შენაძენები განსაზღვრული იყო ევროპის ბიუჯეტური სექტორის კონსოლიდირების მთავარ ნაწილად (Pilling & O’Toole, 2003). **დანართი 6** აჩვენებს ევროპის ბაზრის 2 ძირითადი ბიუჯეტური ავიაკომპანიის შედარებას.

იმის მიუხედავად, რომ „Easy Jet“-ი ექსპლოატაციას უწევდა უფრო დიდ ფლოტ და დასაქმებული ჰყავდა უფრო მეტი თანამშრომელი, „Ryanair“ მას ფინანსური მდგომარეობით სჯობნიდა, შესაბამისად შემოსავლების, მოგებისა და გადაყვანილი მგზავრების რაოდენობით შეგვილია დავასკვნათ რომ “Ryanair” იმჟამიდელი ბაზრის ლიდერი იყო

მეტიც, “Ryanair” უკეთესად ახორციელებდა კაპიტალის ბრუნვას თანამშრომელთა ნაკლები რიცხვით და მომხმარებლებისთვის „Easy Jet“-ზე ნაკლები ტარიფის შეთავაზებაც შეეძლო. შემდეგ თავში განხილულია ბიუჯეტური ავიაკომპანიების სტრატეგიები, რომლებიც მიმართული იყო სერვისის ფასის დაწვევისაკენ.

2.5. ბიუჯეტური გადამზიდების საექსპლოატაციო თავისებურებანი

ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მიმართ მომხმარებლის დაინტერესება ძირითადი მიზანი გამოიხატება შემდეგში, მომხმარებელს აქვს საშუალება ძალიან დაბალ ფასად შეიძინოს ბილეთი მაგრამ გარკვეული შეზღუდვებით, რაც გამოიხატება შემდეგში: მგზავრს არ აქვს საშუალება მოახდინოს შექმნილი ბილეთის გადაცვლა, ძირითადად მხოლოდ ერთი მიმართულებით არის შესაძლებელი ბილეთის ყიდვა. ასევე მგზავრი თანახმაა დაბალი ფასის სანაცვლოდ იმგზავროს ნაკლებ კომფორტულად რაც გამოიხატება სავარძლებს შორის შემცირებულ მანძილში, რაც მომხმარებლისათვის არის გარკვეულწილად არაკომფორტული. ევროპაში ბიუჯეტური ავიაკომპანიების გამოჩენამდე, ტრადიციული ავიაკომპანიების მიერ შეთავაზებული დაბალფასიანი ბილეთებით მგზავრობა დაკავშირებული იყო სხვადასხვა დისკომფორტთან, აღნიშნულიდან მნიშვნელოვანია გამოვყოთ ფაქტი რომელიც საკმაოდ არაკომფორტული იყო მგზავრებისათვის. მგზავრებს დაბალი ფასის სანაცვლოდ უწევდათ რამოდენიმე დღით იძულებითი დარჩენა ჩაფრენის ქვეყანაში. სრულიად მოქნილი მგზავრობა დამოკიდებულია გამარტივებული ფასის სტრუქტურებზე, რომელიც რეგულირდება მოთხოვნის შესაბამისად, მაგალითად, ერთი გზისა და ადვილად დასაბრუნებელი ბილეთების ხელმისაწვდომობა.

პროდუქტი რომელსაც ბიუჯეტური ავიაკომპანია გვთავაზობს ყოველგვარ დამატებით მომსახურებას არის მოკლებული. საჰაერო ხომალდში ადგილების რაოდენობის გაზრდის მიზნით სავარძლებს შორის არსებული მანძილი არის საკმაოდ მცირე რაც მომხმარებლისათვის არის დისკომფორტი. ფრენის დროს დამატებითი მომსახურება როგორცაა სასმელი და საკვები მოთხოვნის შემთხვევაში მგზავრმა დამატებითი გადასახადი უნდა გადაიხადოს. არ არსებობს მუდმივი კლიენტების წამახალისებელი აქციები. ზემოაღნიშნული ფაქტორები ბიუჯეტურ ავიაკომპანიებს სანაცვლოდ აძლევს საშუალებას მომხმარებელს შესთავაზონ ბილეთებზე დაბალი ფასები.

2.5.1. ხარჯების შემცირება

ბიუჯეტური ავიაკომპანიები, საწარმოო ხარჯების მინიმალიზირების საფუძველზე მომხმარებლებს სთავაზობდნენ ტრადიციულ ავიაკომპანიებზე 50-70%-ით ნაკლებ ტარიფებს, „დოგანის“-ის მიხედვით დაბალბიუჯეტურ ავიაკომპანიებს ტრადიციულ ავიაკომპანიებთან შედარებით გააჩნდათ თვითღირებულების ხარჯების შემდეგი მეთოდები:

საექსპლუატაციო	
სავარძლების გაზრდილი რაოდენობა	-16%
ს/ხ მაქსიმალური გამოყენება	-3%
ეკიპაჟების დაბალი ხელფასები	-3%
იაფი, მეორადი აეროპორტები	-6%
ტექ.მომსახურების აუტოსორსინგი/ ერთი ტიპის საჰაერო ხომალდები	-2%
პროდუქტი/მომსახურების თავისებურებანი	
მინიმალური სააეროპორტო გადასახადები/ ტექნიკური მომსახურების აუტოსორსინგი	-10%
უფასო კატერინგის არ არსებობა	-6%
მარკეტინგული განსხვავებანი	
აგენტისათვის საკომისიოს არ არსებობა	-8%
დაწეული გაყიდვის/რეზერვაციის ფასები	-3%
სხვა	
დაბალი საადმინისტრაციო ხარჯები	-2%
ჯამი	-59%

საექსპლუატაციო სპეციფიკიდან გამომდინარე, თვითღირებულების შემცირება მიიღწეოდა სავარძლების გაზრდილი რაოდენობითა და საჰაერო ხომალდის ყოველდღიური მაქსიმალური უტილიზაციით. ბიზნეს კლასის არ არსებობა და სავარძლებს შორის მანძილის შემცირება, რიგ შემთხვევაში 15%-ით მეტი სავარძლების არსებობის საშუალებას იძლეოდა, ამით თვითოეულ რეისზე მეტი ბილეთის გაყიდვა და თვითოეული ბილეთის ფასის დაწევა ხდებოდა შესაძლებელი. მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ მცირე, მეორად აეროპორტებში საპორტო და მიწისზედა მომსახურების დაბალი გადასახადები. როგორ უკვე აღვნიშნე “Ryanair”ს ხარჯები 60%-ით უფრო დაბალი იყო ვიდრე „Easy Jet Grp“-ისა, ეს ძირითადად

გამოწვეულია იმ ფაქტით, რომ „Easy Jet“ დაფრინავდა ცენტრალური აეროპორტებიდან (სადაც საეროპორტო მოსაკრებლები მაღალი იყო), ხოლო „Ryanair“ კი მეორადი აეროპორტებიდან.

მცირე ზომის, მეორადი/რეგიონალური ნაკლებად დატვირთული აეროპორტის გამოყენება ბიუჯეტურ ავიაკომპანიებს საჰაერო ხომალდის ყოველდღიურად მაქსიმალურად დატვირთული გრაფიკით უტილიზების საშუალებას აძლევს. მცირე აეროპორტებში რეისის მომსახურება, როგორც წესი, უფრო სწრაფად ხორციელდება, ხოლო იმის გათვალისწინებით, რომ საჰაერო ხომალდში ადგილების დაკავება თავისუფალი წესით ხდებოდა, მცირდებოდა ჩასხდომის დროც.

ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ფლოტი ყოველთვის ერთგვაროვანია, რაც ამცირებს ეკიპაჟებისა და ტექნიკური პერსონალის მომზადების ფასს. ასევე შემცირებულია გადასახადები ტექნიკური მომსახურებაზე და სათადარიგო ნაწილების მარაგზე. ახალი საჰაერო ხომალდების შესყიდვა კი ტექნიკური მომსახურების მოცულობას ამცირებს. 2003 წლის თებერვლის მონაცემებით, მომსახურების გაფართოების მიზნით „Ryanair“-მა შეუკვეთა 100 ბოინგ 737-800, სამომავლოდ კიდევ 50-ის დამატების პერსპექტივით.

ფასის დაწვეის კიდევ ერთი საშუალებას, ელექტრონული მარკეტინგული საქმიანობის წარმართვა წარმოადგენდა ბილეთები იყიდებოდა ინტერნეტის საშუალებით, რაც ბილეთების გაყიდვაზე დასაქამებული პერსონალის ხარჯზე საწარმოო ხარჯის კიდევ მეტად შემცირებას ნიშნავდა.

და ბოლოს, ფასის დაწვეის ტრატეგიაში გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭებოდა ეკიპაჟზე გაღებულ ხარჯებს. ფრენის დროს მომსახურების ისეთი სერვისი არ არსებობდა, რომელსაც ტრადიციული ავიაკომპანიები სთავაზობდნენ მგზავრებს, ბიუჯეტური ავიაკომპანიები ფრენებს ახორციელებდნენ ბორტგამყოლთა მინიმალური რაოდენობით.

2.5.2. შემოსავლის გაზრდის ხერხები

ისევე როგორც ტრადიციული ავიაკომპანიების, დატვირთვის მაღალი მაჩვენებელი ბიუჯეტური ავიაკომპანიებისათვისაც წარმოადგენს კრიტიკული მნიშვნელობის ცვლადს რეისის შესრულებიდან მიღებული მოგების მაქსიმალიზაციის ფორმულაში. საშუალოდ რეისი უნდა იყოს დატვირთული 75%-ით, რომ ჩაითვალოს წაუგებლად. ტრადიციული ავიაკომპანიებისაგან განსხვავებით ბიუჯეტურ ავიაკომპანიებს გააჩნიათ ასევე განსხვავებული „Yield“ მენეჯმენტი, თავიდან იციდება ყველაზე იაფიან ბილეთები (რეკლამის შესაბამისად) ხოლო რეისის მოახლოვების პარალელურად ფასი ძვირდება. ამგვარად თუ ვინმეს სურს ბილეთის ყიდვა უშუალოდ რეისის წინ, მას მოუწევს რეკლამირებულ ფასზე საგრძნობლად მეტის გადახდა.

ამასთან, ბილეთების პირდაპირი გაყიდვის შემთხვევაში, მგზავრებს უწევდათ ბილეთის საკრედიტო ბარათით ყიდვა. შეუძლებელია იყო რეზერვაციის გაკეთება ბილეთის საფასურის გადახდის გარეშე, რაც ნიშნავს იმას, რომ ავიაკომპანია ღებულობდა ფულს იმაში, რაც ჯერ არ ჰქონდა გაუკეთებული. ეს ხელს უწყობდა ფინანსების ბრუნვას, და ასევე, ავიაკომპანიას საბანკო ანგარიშებიდან საპროცენტო დანამატების მიღების საშუალებას აძლევდა.

ავიაკომპანიების პოლიტიკის გათვალისწინებით რეზერვაციის შეცვლა, როგორც წესი, შეუძლებელი იყო და რიგ შემთხვევაში რეისზე არ გამოცხადების შემთხვევაში ავიაკომპანია იტოვებდა ბილეთის საფასურს. „Ryanair“-ს შემთხვევაში არ გამოცხადების მაჩვენებელი შეადგენდა 9%, რაც მიახლოებით 900.000 მგზავრია. თუ გადავამრავლებთ ამ რიცხვს ბილეთის საშუალო ფასზე 50 ევრო, მივიღებთ 45 მილიონ ევროს, რომელიც 2002 წლის მაჩვენებლით (Ryanair) ავიაკომპანიამ მიიღო არაფერში, რადგანაც არ გამოცხადებული მგზავრის ადგილის რეისის გაფრენამდე რამოდენიმე წუთით ადრე კომპანია ყიდის კიდევ ერთხელ. და ბოლოს, ტრადიციული ავიაკომპანიებისაგან განსხვავებით, ბიუჯეტური კომპანიები არ იხდიან სააეროპორტო მოსაკრებლებს თვითოეულ გამოუცხადებელ მგზავრზე.

2.5.3. მოთხოვნა დაბალბუჯეტურ საჰაერო მგზავრობაზე

ბიუჯეტურ საჰაერო მგზავრობაზე მოთხოვნას განაპირობებს სამი ძირითადი ფაქტორი: შემოსავალი, ხარჯები და შეთავაზებული სერვისები. ამასთან ერთის შეხედვით შემოსავალის ზრდა/კლება ყველაზე მჭიდროდაა დაკავშირებული მოთხოვნის ზრდა/კლებასთან.

ბიუჯეტური საჰაერო მგზავრობა იმდენად მიმზიდველია მომხმარებლისთვის, რომ მშპ-ს შემცირებისას, როდესაც ტრადიციულ ავიაკომპანიებს აქვთ უარყოფითი შედეგები, ბიუჯეტური ავიაკომპანიები მაინც ახერხებენ და მოგებაზე მუშაობენ.

ბიუჯეტური ავიაკომპანიები მოთხოვნის სტიმულირებას ახდენენ დაბალი ფასებით, რეისების სიხშირით და ისეთი რეისების შესრულებით, რომელებიც უგულვებელყოფილია კონკურენტების მიერ, ხოლო მიზნობრივი ჯგუფი კი შედგება „ფასზე ორიენტირებული“ (დასვენება/საქმიანი) მგზავრებისაგან. იბადება კითხვა, მოახდინა თუ არა დაბალმა ტარიფებმა მომხმარებელთა ახალი ტიპის ჯგუფის ფორმირებს თუ ბიუჯეტურმა ავიაკომპანიებმა გადმოიბირეს ტრადიციული ავიაკომპანიებისა და სხვა ტიპის ტრანსპორტის მომხმარებლები

განვიხილოთ მაგალითები: „Ryanair“ ზეგავლენა დუბლინის გავლით მგზავრობისაკადის ზრდაზე. სტატისტიკურად, 1986 წელს დუბლინის აეროპორტის წლიური ბრუნვა შეადგენდა 2 მილიონ მგზავრს, 1997 წლის მონაცემებით კი ეს მაჩვენებელი გაიზარდა 7 მილიონამდე. რა თქმა უნდა ეს ცვლილება მთლიანად “Ryanair”ს დამსახურება არ არის, მაგრამ უნდა აღინიშნოს რომ ავიაკომპანიამ კატალიზატორის როლი ითამაშა, რასაც თან დაემთხვა მთავრობის მიერ ტურიზმის გაუმჯობესების პოლიტიკის შემოღება (Pender & Baum, 2000).

2002 წლის სტრასბურგის აეროპორტიში ჩატარული კვლევის თანახმად, მას შემდეგ რაც „Ryanair“-მა გასნა რეისი სტრასბურგი-ლონდინი (2002 წლის 31 ოქტომბერი), 2001 წლის მონაცემებთან შედარებით მგზავრობის ბრუნვა გაიზარდა 3.5-ჯერ. მაგრამ მეორეს მხრივ „Air France“-ს, რომელიც ასრულებდა ფრენებს იგივე მიმართულებით, აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში არ დაუკარგია მგზავრობისაკადი. ამაზე დაყრდნობით, სტრასბურგის საერთაშორისო აეროპორტის მარკეტინგის დირექტორმა მარკ ნელისმა გააკეთა დასკვნა, რომ “Ryanair”ს ფრენებმა რეგიონში მომხმარებელთა ახალი ტიპის შექმნას შეუწყო ხელი (Nelis, 2003)

მრავლადაა იმის მაგალითები, რომ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მიერ დაწყებული ფრენის ახალმა მიმართულებებმა გამოიწვია მომხმარებელთა რიცხვის გაზრდა

ტრადიციული ავიაკომპანიების მომხმარებელთა გადაბირების გარეშე. „ახალი მოთამაშეები თავისთავად ზრდიან ბაზრის მოცულებას და არა უბრალოდ „იპარავენ“ მომხმარებლებს“ (Lawton, 1999. გვ. 581).

ვინ არიან ბიუჯეტური ავიაკომპანიის მომხმარებლები?

- ადამიანები, რომლებიც უცხო ქვეყანაში ახლობლების მოსანახულებლად მიდიან

ამ ჯგუფში შემავალ მომხმარებელთა მიერ ფორმირებული მოთხოვნა შეიძლება ჩაითვალოს ირლანდიასა და გაერთიანებულ სამეფოს შორის დსმ-ს შექმნა, რომელიც შემდეგ გაფართოვდა ახლო და შორ მანძილებზე მიმავალ დამსვენებელთა საშუალებით (Swarbrook & Horner, 2001).

- ტურისტები

ტურისტების მიერ წარმოქმნილი მოთხოვნა ბიუჯეტური საჰაერო მოგზაურობის მიმართ მუდმივად მზარდია

- საზღვარგარეთ სასწავლებლად/სამუშაოდ წამსვლელები

ფასზე ყველაზე მეტად ორიენტირებული მომხმარებელთა ჯგუფი

- საქმიანი მგზავრები

საშუალო და მცირე ზომის კომპანიის თანამშრომლები, რომლებიც დიდი ზომის კომპანიების მსგავსად არ ახდენენ თანამშრომელთა მგზავრობის სერვისზე ორიენტირებას.

2.5.4. განვითარება-მოლოდინი, არსებული რეალობა

2003 წლის შემდეგ სპეციალისტების აზრით მოთხოვნა ბიუჯეტურ საჰაერო მგზავრობაზე რამოდენიმე წლის განმავლობაში გაიზრდებოდა 10-20%-ით. რაც, მაშინდელი გადმოსახედიდან საკმაოდ დამაჯერებელად ჟღერდა ევროკავშირის გაფართოებითა და ეკონომიკური ზრდის პროგნოზის გათვალისწინებით. აგრეთვე სამომავლო პერსპექტივაში იყო კონტინენტური ბაზრის ათვისება. ნახაზი 3-დან ჩანს რომ ევროპის ბიუჯეტური სამგზავრო გადაზიდვების ბაზრის უდიდესი წილი 25-30% პროცენტი ირლანდიას, ბელგიასა და გაერთიანებულ სამეფოს უჭირავთ. **იხილეთ დანართი 7:**

მოთხოვნის ზრდასთან ერთად იზრდებოდა კონკურენცია დაბალბიუჯეტურ კომპანიებს შორის. 2002-2003 წლების შემდეგ ბაზარზე გამოჩნდა უამრავი ბიუჯეტური ავიაკომპანია. ბაზრის ლიდერობა “Ryanair”-ის და “EasyJet”-ის ხელში იყო, რომლებიც სხვადასხვა ბაზარზე მუშაობდნენ. “Ryanair” გერმანიასა და ავსტრიაზე იყო ორიენტირებული, ხოლო “EasyJet” კი ესპანეთზე. “Buzz”-სა და “Go”-ს შემენისა და ახალი კონკურენტების გამოჩენის შემდეგ საჰაერო სივრცე ნელნელა ვიწროვდებოდა.

საჰაერო ტრანსპორტის დერეგულირება აშშ-ში ევროპასთან შედარებით 20 წლით ადრე მოხდა. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ აშშ ბაზარზე დერეგულირების მერე შექმნილი ავიაკომპანიების უმეტესობამ მხოლოდ რამოდენიმე წელი იარსება. 1991-2001 წლებში ზოგიერთი ავიაკომპანიის გადარჩენის მიუხედავად, დაბალბიუჯეტურმა ინდუსტრიამ “Southwest Airlines”-ის გამოკლებით განიცადა ზარალი 1 მილიარდი აშშ დოლარის ოდენობით (Bingelli & Pompeo, 2002).

ექსპერტთა სხვა შედარებების მიხედვით, საფონდო ბირჟაზე ბიუჯეტური ავიაკომპანიების უზარმაზარი საბაზრო კაპიტალიზაცია ჰგავს 90-იანი წლების ბოლოს არსებული ინტერნეტ კომპანიების ტენდენციას. 2002 წლის ივნისის მონაცემებით “Ryanair”-ის საბაზრო კაპიტალიზაცია შეადგენდა 4.9 მილიარდ ევროს, რაც 45%-ით მეტი იყო ვიდრე „British Airways”-ის მაჩვენებელზე, ამ უკანასკნელის შემოსავლების 20-ჯერ მაღალი მაჩვენებლის გათვალისწინებით. მედია კომპანიების მსგავსად “Ryanair”-ის თანამშრომლებს აქციების შექმნასა და ამით დამატებითი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობას აძლევდა, რაც ზრდიდა მათ მოტივაციასა და საქმეში ჩართულობის

გრძნობას (Doganis 2001). საფონდო ბირჟის დაცემის შემდეგ უამრავი კომპანია გაბანკროტდა და ბაზარზე მხოლოდ ძირითადი მოთამაშეები დარჩნენ.

ორივე მაგალითს მივყავართ დასკვნამდე, რომ საბოლოოდ ბაზარზე ორი ან სამი ბიუჯეტური ავიაკომპანია დარჩება. მაგრამ რომლები და როგორ? რამდენად მდგრადია ბიუჯეტური კონცეფცია? ლაუტონი ხაზგასმით აღნიშნავს „დასამახსოვრებელია ის ფაქტი, რომ ძირითადი რისკები ბიუჯეტური სტრატეგიის დევნისას, არის ფასების ომი და მინიმალური მარჟა. ამიტომ ძალიან მნიშვნელოვანია იყო ლიდერი და არა ერთერთი ბევრთაგანი“ (Lawton, 1999, გვ. 580).

მიუხედავად უამრავი მოსაზრებისა და ვარაუდებისა ბიუჯეტური ავიაკომპანიები წარმატებით ასრულებდნენ რეისებს მსოფლიოს მამტაბით, ამას ადასტურებს სტატისტიკა-2015 წელს გლობალურმა საავიაციო ქსელმა 3,5 მილიარდი მგზავრი გადაიყვანა 34 მილიონი რეგულარული რეისის შესრულებით. 21-ე საუკუნის პირველი დეკადის ბოლოს არსებული პროგნოზების თანახმად, 2030 წლისთვის მოსალოდნელია ამ ციფრების გაორმაგება, ბიუჯეტურმა გადამზიდველებმა დიდი როლი ითამაშეს ბოლო მეოთხედი საუკუნის განმავლობაში საავიაციო ბაზრის მოცულობის გაფართოებაში და ყველა მოლოდინი არსებობს, რომ ისინი ამას გააგრძელებენ. დაბალი ღირებულების გადამზიდვებმა 2019 წელს 1.4 მილიარდი მგზავრი გადაიყვანეს, რაც მთლიანი მსოფლიოში დაგეგმილი მგზავრების 31 პროცენტია. აღნიშნული მიუთითებს 2018 წელთან შედარებით 5.3 პროცენტით ზრდაზე, რაც იმას ნიშნავს, რომ იაფი ავიაკომპანიები განიცდიდნენ მგზავრთა ზრდის ტემპს, რაც დაახლოებით ერთნახევარჯერ მეტია მსოფლიოში მთლიანი საშუალო მგზავრის ზრდის ტემპით.

როგორია ბიუჯეტური ავიაკომპანიების წარმატების ისტორია?

პირველი, ბიუჯეტური საჰაერო გადაზიდვების სეგმენტის ზრდამ ხელი შეუწყო ბაზრის ლიბერალიზაციას. იმის გამო, რომ ბევრ ქვეყანაში შიდა ავიაციის ბაზრები თანდათანობით დერეგულირდებოდა და საავიაციო მომსახურების შესახებ შეთანხმებები სულ უფრო ახალი საერთაშორისო ნორმა ხდებოდა, ბიუჯეტური საჰაერო გადამზიდებმა გამოიყენეს შესაძლებლობა და მომხმარებლებს შესთავაზეს ინოვაციური საჰაერო მომსახურება, რამაც გამოიწვია მგზავრთა ახალი სეგმენტის გაჩენა. მაგალითად, Ryanair- მა, easyJet- მა და სხვა ევროპულმა, ბიუჯეტურმა საჰაერო გადამზიდებმა ისარგებლეს ევროკავშირში საერთო საავიაციო ზონის შექმნით და 2015 წელს ევროპაში განხორციელებული ფრენების სავარძლების ტევადობის 41% მოიცვეს.

მეორე დაკვირვება: მიუხედავად იმისა, რომ ბიუჯეტური საჰაერო გადამზიდები არაერთგვაროვან ბიზნეს მოდელს მისდევდნენ, ყველასთვის საერთო იყო მომხმარებელზე ლაზერული ფოკუსირება: იმის განსაზღვრა, თუ რას აფასებენ ავიაკომპანიის პოტენციური

მომხმარებლები ყველაზე მეტად - ანუ რისთვისაც ისინი მზად არიან გადაიხადონ საფასური, რომ შემდეგ მათ დახვეწონ და შესთავაზონ პროდუქტი აღნიშნული მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად.

მესამე: ინდუსტრია, რომლის მოცულობა ციკლური ცვალებადობით გამორჩევა და საწვავის ღირებულების ცვალებადობას მწვავედ განიცდის, რომ არაფერი ვთქვათ კრიზისებზე, როგორცაა ტერორისტული თავდასხმები და ჯანმრთელობის შეშინება, ბიუჯეტური საავიაციო გადამზიდები მიხვდნენ, რომ კონკურენტული უპირატესობის შენარჩუნება მოითხოვს ხარჯების კარდინალურ შემცირებას, შემოსავლების ზრდისა და მაქსიმალური ეფექტიანობის მისაღწევად.

2.3. აეროპორტების ეკონომიკური ფაქტორები

21-ე საუკუნის დასაწყისიდან საჰერო მგზავრობის სისტემაში დიდი როლის მქონე ელემენტება - აეროპორტებმა განიცადეს შესამჩნევი ცვლილებები. ძალიან ბევრმა აეროპორტმა მოახდინა მარკეტინგული კონცეფციისა და სტრატეგიების შეცვლა. ისევე როგორც ავიაკომპანიების ინდუსტრიაში, ამ სისტემაშიც განვითარდა პრივატიზირების ტენდენცია, და აეროპორტების მართვის სტატუსი სახელმწიფოებრივიდან კომერციულით შეიცვალა. პრივატიზირებულ გარემოში მოხვედრილმა აეროპორტებმა დაიწყეს არასაავიაციო საქმიანობიდან შემოსულ შემოსავალზე აქცენტირება. მგზავრს, როგორც მომხმარებელს უფრო მეტი ყურადღება ექცევა, ამიტომაც ტრადიციული ურთიერთობის მოდელი „ავიაკომპანია-აეროპორტი-მგზავრი“ საკმაოდ შეიცვალა.

უფრო მეტად შეიცვალა ავიაკომპანიებსა და აეროპორტებს შორის ევროპის ურთიერთობა ბაზარზე ბიუჯეტური ავიაკომპანიების გამოჩენის შემდეგ. ამ თავში განიხილება აეროპორტის ბიზნესის მნიშვნელოვანი ასპექტები, საბაზრო სტატუსი, ეკონომიკური ფაქტორები და ავიაკომპანიებსა და აეროპორტებს შორის ურთიერთობა.

აეროპორტები მგზავრებსა და ავიაკომპანიებს სთავაზობს კომპლექსურ საავიაციო და არა საავიაციო სერვისებს. დამატებითი რეისები და მგზავრობის აეროპორტის ეკონომიკაზე ახდენს გავლენას, ზრდის აეროპორტის შემოსავალს ისევე როგორც თანამშრომელთა რაოდენობას და ტერმინალის ინვესტირებას. შესაბამისად მათ ინტერესებში შედის მეტი ავიაკომპანიის მოზიდვა.

აეროპორტის შემოსავალი შეიძლება დავეყთ საავიაციო და არასაავიაციო შემოსავლებად. მაშინ, როცა დიდი ყურადღება ეთმობა არასაავიაციო შემოსავლების გაზრდას, საავიაციო შემოსავლებს მაინც სასიცოცხლო ფუნქცია აკისრია. არსებობს დამოკიდებულება აეროპორტის ზომასა და შემოსავლის გენერირებას შორის. პატარა ზომის აეროპორტები მთიანად საავიაციო შემოსავლებზე არიან დამოკიდებულნი. ხოლო გაზრდილ მგზავრობასთან ერთად ხდება არასაავიაციო შემოსავლების წილის ზრდაც.

საავიაციო და არასაავიაციო შემოსავლები შეიძლება დავეყთ შემდეგნაირად: არასაავიაციო შემოსავლები წყაროს წარმოადგენს საცალო ვაჭრობა, მანქანის პარკირება, სასტუმროები, რეკლამის განთავსება, მანქანის დაქირავება, კვების ობიექტები და სხვა.

საავიაციო შემოსავლებს კი მიეკუთვნება აფრენა/დაფრენის საფასური, გადასახადი მგზავრებზე, ბილეთებიდან შემოსული ანაზღაურება, გადასახადი ტვირთებზე, მიწისზედა მომსახურება, სადგომი და ა.შ.

აეროპორტების გაზრდილი მგზავრთნაკადი დადებითად მოქმედებს შემოსავალზე, ზრდის მას მოცულობაში და ამრავალფეროვნებს მისი არასაავიაციო შემოსავლის წყაროებს. შემოსავლების გაზრდა მონეტის ერთი მხარეა. მეორეს მხარეს არსებობს ერთეულზე გაწეული ხარჯების შემცირების აუცილებლობა. 2002წ. ევროკომისიის მიერ დაფინანსებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ერთეულზე გაწეული ხარჯები შესამჩნევად მცირდება თუ აეროპორტის გამტარუნარიანობა გაიზრდება წლიურ 0.5-2მლნ. მგზავრამდე (1მლნ-კრიტიკული მასა), რადგანაც თითოეული მგზავრის მომსახურების ხარჯი სწრაფად მცირდება დამატებითი მგზავრების მომსახურების დაბალი ზღვრული ფასის გამო.

2.3.1 ურთიერთობა დაბალბიუჯეტურ ავიაკომპანიებსა და აეროპორტებს შორის.

ბიუჯეტური ავიაკომპანიები ახდენენ მოთხოვნის სტიმულირებას და ზრდიან მგზავრთნაკადს, რაც აეროპორტისათვის თავისთავად შემოსავლის ზრდას ნიშნავს. მოთხოვნის ზრდასთან ერთად აეროპორტებს არ შეუძლიათ ფასების ზრდა საკუთარი მაშტაბიდან გამომდინარე. ფიქსირებული ფასების გამო აეროპორტები სარგებელს დამატებითი მგზავრების საშუალებით ნახულობენ. პატარა მეორადი აეროპორტები შემოსავლების 70%-ზე მეტს საავიაციო მომსახურების საფასურად იღებენ, ამიტომ მათთვის აუცილებელია მგზავრთა „კრიტიკული მასა“. როდესაც აეროპორტი არაძირითადი საქმიანობიდან უფრო მეტი შემოსავლის მიღებას დაიწყებს, ვიდრე ძირითადი საქმიანობიდან, შეიძლება ჩაითვალოს რომ, აეროპორტმა გაზარდა მთლიანი შემოსავალი და საცალო გაყიდვების, კვების ობიექტებისა და ავტოსადგომის გადასახადები შემოსავლის რეალური წყაროა.

დანართი 8: ნათლად ასახავს ლონდონის ლუტონის აეროპორტის მგზავრთბრუნვის ზრდას მას შემდეგ რაც 1995-96 წლიდან იქიდან “Easy Jet”- მა დაიწყო ფრენები.

ლუტონის აეროპორტის მაშინდელი დირექტორმა პოლ კელჰომ წარმოადგინა შემოსავლების სტრატეგია აეროპორტებისათვის, რომლებიდანაც ბიუჯეტური ავიაკომპანიები ახორციელებდნენ ფრენებს, საავიაციო მომსახურებიდან აქცენტის გადატანა არასაავიაციოზე;

- ავტოსადგომი;
- საცალო ვაჭრობა;
- კვების ობიექტები;
- რეკლამა;

საავიაციო მომსახურებიდან მიღებული შემოსავალი ყოველთვის იარსებებს, რადგანაც ეს აეროპორტის არსია, მაგრამ იდეა მდგომარეობს იმაში, რომ უნდა მოხდეს არასაავიაციო საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლის მაქსიმალიზაცია. ბიუჯეტური აეროპორტების მომხმარებელი ძირითადად „ფასზე ორიენტირებული“ მომხმარებელია, რომელიც ფულის დაზოგვის მიზნით სარგებლობს ბიუჯეტური მომსახურებით. აქედან გამომდინარე ლოგიკურია აზრი, რომ საცალო გაყიდვებისა და კვების ობიექტებიდან შემოსავალი მიღება შეუძლებელია. მაგრამ, როგორ ჩანს, ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მომხმარებლები

აეროპორტებში უფრო მეტს ხარჯავდნენ ვიდრე ტრადიციული ავიაკომპანიების მომხმარებლები. **იხილეთ დანართი 9:** რომელიც შედგენილია ლუტონის აეროპორტის 1998 წლის კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით

ბიუჯეტური ავიაკომპანიის მომხმარებელმა იცის რომ, მისი ბილეთის საფასურში არ შედის საკვები და სასმელი და სურვილის შემთხვევაში მას მოუწევს მაღალი საფასურის გადახდა ავიაკომპანიისათვის. ამიტომაც იგი იჭერს თადარიგს და აეროპორტის კვების ობიექტებში იმარაგებს პროვიზიას მოთხოვნილების შესაბამისად. ეს კი უკვე დამატებითი შემოსავალია აეროპორტისათვის, რომელიც ბიუჯეტური ავიაკომპანიის არსებობითაა გამოწვეული.

ამგვარი დამატებითი შემოსავლის მოლოდინში, აეროპორტები ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მოსაზიდად სთავაზობენ მათ დაბალ სააეროპორტო გადასახადებს და სხვადასხვაგვარ ფასდაკლებებს.

2.4 ბიუჯეტური საავიაციო გადაზიდვები და რეგიონალური ტურიზმი

იაფი საჰაერო ტრანსპორტი მოისაზრება რეგიონალური ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ ხელშემწყობ ფაქტორად. გრეჰემის მიხედვით, ევროპა იყოფოდა ტურიზმის ნაკადის გენერირებისა და მის მიმღებ ზონებად. მაგალითისათვის ხმელთაშუა ზღვის სანაპიროს ქვეყნები და ალპური ზონა შეიძლება განვიხილოთ მომღებად, ხოლო ევროპული ტურისზმის ნაკადის გენერირების ქვეყნები კი გერმანია და გაერთიანებული სამეფოა (Graham, 1999).

მცნება ტურიზმი გულისხმობს პიროვნების მიერ წელიწადზე ნაკლები დროის განვალობაში, საკუთარი სამშობლოს საზღვრებს გარეთ განხორციელებულ მოგზაურობასა და დარჩენას დასვენების, საქმის წარმოებისა ან სხვა მიზნებისათვის. ტრანსპორტი მოისაზრება საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების მნიშვნელოვან ხელისშემწყობ ფაქტორად, მისი განუყრელი ნაწილია დაამარტივებს მოგზაურთა, დამსვენებელთა, საქმოსანთა გადაადგილებას. ტრანსპორტი ხელს უწყობს ტურიზმის გენერირებისა და მიმღები ქვეყნების ერთმანეთთან დაკავშირებას. სატრანსპორტო საშუალებებმა, კერძოდ კი მოსპო ტრანსპორტმა გააქრო მანძილით გამოწვეული ბარიერები და დროის მოკლე მონაკვეთში მსოფლიოს თითქმის ნებისმიერ წერტილში მოხვედრა გახადა შესაძლებელი, რასაც რეგიონალური ტურიზმის განვითარებისათვის სასიცოცხლო მნიშვნელობა გააჩნია.

რეგიონალურ განვითარებაზე ტურიზმის ზემოქმედების გარშემო არსებულმა დებატებმა, თავის დროს საკმაო რაოდენობის ლიტერატურა დაბეჭდვას შეუწყო ხელი. ტურისტები ხარჯავენ ფულს მრავალფეროვანი საქონლისა და მომსახურების შესაძენად: საცხოვრებელი, სასმელი და საკვები, ტრანსპორტი, კომუნიკაციები, გართობა, საქონელი საცალო გაყიდვების ობიექტებიდან, სამოგზაურო მომსახურებები და სხვა. ტურიზმის სექტორი ახდენს უცხოური ვალუტის გენერირებას, ხოლო მისი მომსახურების შრომატევადობიდან გამომდინარე ხდება ახალი სამუშაო ადგილების ფორმირება. ტურისტების მიერ გაწეული ხარჯები და მათ მომსახურებასთან დაკავშირებული საქონლის ექსპორტ-იმპორტი ახდენს მასპინძელი ქვეყნის შემოსავლის გენერირებას და ინვესტირების სტიმულირებას.

როგორც უკვე ავლიშნეთ, ტურიზმი და საავიაციო ინდუსტრიები მჭიდროდაა ერთმანეთთან დაკავშირებული. ის ფაქტი, რომ ავიაციას შეუძლია ეკონომიკური ზემოქმედების მოხდენა, ხაზგასმითაა IATA-ს მიერ აღნიშნული.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე შესაძლებელია განხადება იმისა, რომ აეროპორტებს და ავიაკომპანიებს აქვთ მნიშვნელოვანი დამსაქმებლებს როლი, რითიც ახდენენ გავლენას როგორც კონკრეტული ქვეყნის ასევე მსოფლიოს ეკონომიკაში. აეროპორტის მიერ მოხდენილი გავლენა რომელიც ეკონომიკაზე აისახება ორი კომპონენტისაგან შედგება. პირველი, დასაქმების ზრდის ტენდენციის, ინვესტიციების და გაზრდილი შემოსავლების მიერ რეგიონზე სტიმულირებული პირდაპირ ეკონომიკურ გავლენა; ხოლო მეორეს მხრივ აეროპორტის გეოგრაფიული მდებარეობით შექმნილი გარემო, რომელიც სხვადასხვა სფეროებს შორის თანამშრომლობას უწყობს ხელს.

2.5 ბიუჯეტური ავიაკომპანიები საქართველოს საავიაციო ბაზარზე

2012 წლიდან ქუთაისის აეროპორტიდან ფრენების შესრულება დაიწყო ბიუჯეტურმა ავიაკომპანია „Wizz Air“-მა, თავდაპირველად ქალაქ კიევის მიმართულებით, ხოლო 2019 წლისთვის საქართველოდან 15 მიმართულებით ასრულებს რეისებს მსოფლიოს სხვადასხვა აეროპორტებში.

თემაში მოცემული კვლევის შედეგების გათვალისწინებით სავარაუდოა, რომ გაიზრდება ქუთაისის აეროპორტის მგზავრთბრუნვა რაც ქუთაისის აეროპორტის განახლებით არის განპირობებული.

TR Business რომელიც სიახლეებს ძირითადად აეროპორტების არასავიაციო კომერციულ ობიექტებზე წერს, მის სტატიაში აღნიშნავს, რომ ქუთაისის განახლებულ აეროპორტს რომელიც Covid-პანდემიის პერიოდში განახლდა, შესაძლებლობა აქვს ბევრად მეტი მგზავრი მიიღოს, რაც ბიუჯეტურ ავიაკომპანია „Wizz Air“-ს აძლევს საშუალებას, რომ მეტი მოგება მიიღოს.

უცხოურ მოდელებზე დაყრდნობით თავისუფლადაა შესაძლებელი განცხადება, რომ „Wizz Air“-ის მიერ რეგიონის მიმართ ინტერესისა და საკუთარის ფასების პოლიტიკის შენაჩუნების შემთხვევაში, ტურიზმიდ დეპარტამენტის აქტიური მუშაობისა და ავტომაგისტრალის მშენებლობის დასრულების შემთხვევაში, რამოდენიმე წლის შემდეგ ქუთაისის აეროპორტი წარმოდგება გაზრდილი მგზავრთნაკადითა და საერთაშორისო ბაზარზე ახალი სტატუსით, რაც თავისთავად რეგიონის ტურისტული სექტორის განვითარებას შეუწყობს ხელს.

დავით აღმაშენებლის სახელობის, ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტმა 2019 მგზავრთნაკადის ზრდით ევროპაში მეორე ადგილი დაიკავა. ევროპის აეროპორტთა საერთაშორისო საბჭოს (ACI Europe) მონაცემებით, 2019 წელს ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტი წინა წელთან შედარებით, 41.6 % მეტ მგზავრს მოემსახურა. საუბარია იმ

აეროპორტებზე, რომელთა მგზავრთნაკადი ხუთ მილიონზე ნაკლებია. ინფორმაციას საქართველოს აეროპორტების გაერთიანება ავრცელებს.

გერმანულმა დაბალბიუჯეტოანმა ავიაკომპანია Eurowings-მა საქართველოში ოპერირება დაიწყო. ეკონომიკის სამინისტროს ცნობით, Eurowings-ი დიუსელდორფსა და თბილისს შორის, 4 ივლისიდან ოპერირებას კვირაში ორი სიხშირით მოახდენს. უწყების ინფორმაციით, ფრენები კვირაში 2-ჯერ, AIRBUS A320 ტიპის საჰაერო ხომალდით შესრულდება.

აღსანიშნავია, რომ ეს არის გერმანიის მესამე მიმართულება, რომელიც თბილისის საერთაშორისო აეროპორტში სრულდება. აქამდე ფრენები სრულდებოდა ბერლინისა და მიუნხენის მიმართულებებით. როგორც ეკონომიკის სამინისტროში აღნიშნავენ, მიმდინარე წლის აგვისტოდან მიმართულებებს დაემატება ასევე ფრანკფურტი. „ევროპის დაბალბიუჯეტოანი ავიაკომპანია Eurowings - თან, რომელიც „ლუფთჰანზას ჯგუფის“ წევრი ავიაკომპანიაა, მოლაპარაკება საქართველოს ბაზარზე ჩამოსაყვანად დაიწყო ჯერ კიდევ პანდემიამდე, მაგრამ ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ გადაწყვეტილება ფრენების შესახებ კომპანიამ მიიღო პანდემიის დროს - ეს არის ქვეყნის ეკონომიკისათვის ძალიან მნიშვნელოვანი საკითხი რაც ჩვენი ქვეყნის ტურისტული ინდუსტრია მაღალი ტემპებით განაგრძობს მოღვაწეობას და ავიაციაც კვლავ მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების კუთხით. ავიაკომპანიის მომხმარებელთა ძირითად სეგმენტს წარმოადგენენ გერმანელი ახალგაზრდები, რომლებიც საჰაერო ტრანსპორტს ტურისტული მიზნებით იყენებენ პირველი რეისი საქართველოში ავიაკომპანიამ სავსე საჰაერო ხომალდით (172 სავარძელი) შეასრულა. დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანია სავსე მიმზიდველი და ხელმისაწვდომი იქნება ასევე საქართველოს მოქალაქეებისთვის, რომლებიც გერმანიაში დაფრინავენ სამუშაოდ, სამკურნალოდ ან უბრალოდ ტურისტული მიზნებისთვის. კომპანიის მიერ დიუსელდორფიდან შესრულდებულ პირველ ავიარეისს თბილისის საერთაშორისო აეროპორტში ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრი ნათია თურნავა, მინისტრის მოადგილე მარიამ ქვრივიშვილი, გერმანიის ელჩი საქართველოში ჰუბერტ ქნირში, საქართველოს აეროპორტების გაერთიანების დირექტორი თამარ არჩუაძე, „ლუფთჰანზა ჯგუფის“ რეგიონალური მენეჯერი რენე კონცაკი, Eurowings - ის საავიაციო ბიზნესგანვითარების მენეჯერი ივან ორეკი და „ტავ ჯორჯიას“ გენერალური მენეჯერი თეა ზაქარაძე დახვდნენ. აღსანიშნავია ის ფაქტი რომ საქართველოში კიდევ ერთი ბიუჯეტური ავიაკომპანია შემოდის, და პარალელურად Wizz Air-ი კი რეისებს აახლებს. ეს ინფორმაცია საქართველოს ეკონომიკის სამინისტრომ გაავრცელა. დავიწყოთ ახალი დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანიით, რომელიც ფრენებს ქუთაისიდან შეასრულებს. საუბარია ყაზახურ „ფლაიარისტანზე“. აქტაუ, ატირაუ და ნურ-სულთანი – ეს ის სამი ახალი მიმართულებაა, საიდანაც ქუთაისის აეროპორტში რეგულარული ფრენები განხორციელდება. 2 მაისიდან

თითოეულ მიმართულებაზე რეისები კვირაში ორჯერ, დაინიშნება. ბილეთების ყიდვა ავიაკომპანიის ვებგვერდზე უკვე შესაძლებელია. (interpressnews.ge, 2021)

„2020 წელს, რომელიც თავისი გამოწვევებით ერთ-ერთი ურთულესი იყო, საქართველოს მთავრობამ ორი საერთაშორისო აეროპორტის განახლება-გაფართოება შეძლო, მათ შორის არის ქუთაისის დავით აღმაშენებლის სახელობის აეროპორტი, რომლის მგზავრთა გამტარუნარიანობაც გაოთხმაგდა, რაც ქვეყანაში კიდევ ერთი დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანიის ოპერირების დაწყების მნიშვნელოვანი საფუძველია. ცნობისთვის, ყაზახური ავიაკომპანიის შემოსვლაზე საუბარი ჯერ კიდევ 2019 წელს დაიწყო. (forbes.ge, 2021)

საქართველოს ბაზარზე ასევე შემოვიდა არაბთა გაერთიანებული საემიროების დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანია Air Arabia Abu Dhabi, რომელიც ფრენებს აბუ-დაბი – თბილისი – აბუ-დაბის მიმართულებით განხორციელებს Airbus 320 ტიპის საჰაერო ხომალდით. რეისების განხორციელება მთელის ზაფხულის სეზონის განმავლობაშია დაგეგმილი

ზაფხულის სეზონიდან საქართველოში ავიარეისების განხორციელება დაიწყეთ უკრაინულმა დაბალბიუჯეტურმა ავიაკომპანიებმა FlyArystan-მა, Bees Airline-მა და ომანის სახელმწიფო ავიაკომპანია OMAN AIR.

ახალი ავიაკომპანიების შემოსვლის ტენდენცია ორი რამით აიხსნება, შეზღუდვების მოხსნით გააქტიურებული საავიაციო და ტურისტული სექტორები და საქართველოს, როგორც ტურისტული ადგილის მიმზიდველობა რიგი ქვეყნებისათვის. ორივე ძალზედ დროული და მნიშვნელოვანია საქართველოს ეკონომიკისათვის, რადგანაც გასზრდილი მგზავრთნაკადები გამოაცოცხლებს პანდემიის გამო რეცესიაში შესულ ტურისტულ სექტორს.

კვლევითი მეთოდები

სამაგისტრო ნაშრომის შესასრულებლად გამოყენებულია თვისობრივი კვლევის ტიპი, აგრეთვე დედუქციური და ინდუქციური კვლევის მეთოდები. ემპირიულ მონაცემთა სისტემატიზაცია, მათი ვერბალური განხილვა, მიღებული შედეგების, ზოგად დასკვნებსა და კანონზომიერებებს შორის ურთიერთკავშირის ფორმალურ–ლოგიკური აღწერა; სინთეზისა და ანალიზის, ლოგიკურისა და ისტორიულის ერთიანობა, შედარებითი ანალიზი. აგრეთვე, მსოფლიო და საქართველოს მგზავრთბრუნვის მოცულობის მიხედვით შევეცადეთ გამოგვეტანა რიგი დასკვნები და დაგვესახა სამომავლო პერსპექტივები. უცხოური მაგალითები იძლევა იმის საშუალებას, რომ ბოლომდე გამოვიყენოთ ბიუჯეტური ავიაკომპანიების პოტენციური ტურისტული სექტორისა და შესაბამისად ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში, ვუპასუხოთ ახალ გამოწვევებს, შევქმნათ კონკურენტ უნარიანი გარემო, როგორც ქართველ, ასევე უცხოელ მომხმარებელს შევთავაზოთ მაღალი ხარისხის მომსახურება და არჩევანის დიდი თავისუფლება.

კვლევა განხორციელდა ძირითად და მეორად ინფორმაციის წყაროებზე დაყრდნობით. ლიტერატურის განხილვის თეორიული ფონის უზრუნველსაყოფის ძირითადი ინსტრუმენტია პირველადი მონაცემები რომლებიც საზოგადოებისათვის ღია წყაროებიდან: ინტერნეტი, სტატისტიკური სამსახურები, ჟურნალ გაზეთები და ინტერნეტიდან მოპოვებული ინფორმაცია.

ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მიმართ არსებული ინტერესიდან გამომდინარე არსებობს უმრავი მასალა ბეჭდური ლიტერატურის სახით. ევროკავშირისა და მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის შეკვეთით ჩატარებულია უამრავი კვლევა, რომელთა შედეგები შესულია სასწავლო მეთოდოლოგიურ სახელმძღვანელოებში, რომლებიც გამოიყენება ევროპის მრავალ სასწავლო დაწესებულებაში.

სანდოა სამეცნიერო ჟურნალ-გაზეთებიდან ამოღებული სტატიებიც. გამოყენებულია ასევე კომპანიების და ახალი ამბების საიტებიც და მოპოვებული ინფორმაცია.

გათვალისწინებულია ის ფაქტი, რომ ბიუჯეტური ავიაკომპანიები საზოგადოდ ხელმისაწვდომს ხდიან ინფორმაციის მხოლოდ იმ ნაწილს, რომელის გავრცელება მათი აზრით მიზანშეწონილია;

დასკვნა

ტრადიციული ავიაკომპანიები ბაზირებას ყოველთვის პირველად აეროპორტებში ახდენენ. მათ არ გააჩნიათ დიდი ინტერესი მეორადი აეროპორტების მიმართ, რომლებიც ძირითადად რეგიონებში მდებარეობენ. ასეთი მეორადი აეროპორტებისა და მათი მდებარეობის რეგიონის ტურისტული სექტორის განვითარება დაკავშირებულია ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ბაზირებაზე.

აშშ-ს ბიუჯეტური ბაზრზე მომხდართ თუ ვიხელმძღვანელებთ, შეიძლება ვიფიქროთ, რომ ევროპის დაბალბიუჯეტურ ბაზარზეც მხოლოდ ორი-სამი დიდი მოთამაშე დარჩება, მაგრამ მანამდე ამ ბაზრის „სერვისმეიქერები“ საგრძნობლად განითარებენ იმ რეგიონებს სადაც ისინი ახდენენ ბაზირებას. აეროპორტისათვის აუცილებელია იმ ფაქტის გათვალისწინება, რომ გაზრდილ მგზავრთბრუნვასთან ერთად ისინი ვერ შესძლებენ სერვისის საფასურის საგრძნობ მომატებას, რადგანაც ეს ფაქტი დაბალბიუჯეტურ ავიაკომპანია დააკარგვინებს კომერციულ ინტერესს აღნიშნული აეროპორტის მიმართ.

რეგიონში ბიუჯეტური ავიაკომპანიების შემოსვლა ყოველთვის მისასალმებელი ფაქტია, რადგან აღნიშნული ფაქტი ქვეყნის ეკონომიკაზე დადებითად აისახება.

ავიაკომპანიის ზრდასთან ერთად აეროპორტმა უნდა მოახდინოს ადაპტაცია, რაც ადგილობრივ ტურისტულ სექტორს შეავსებს მგზავრთა გაზრდილი რაოდენობით. გაზრდილი მგზავრთნაკადი არანაირად არ ნიშნავს რეგიონისათვის ანალოგიურ სტუმართა ნაკადს თუმცადა ცვლილება ყოველთვის შესამჩნევი იქნება და აისახება ქვეყნის ეკონომიკურ რგოლზე.

CAPA- ს მიერ შედგენილი მონაცემების თანახმად, ევროპის ტოპ 30 ავიაკომპანიასთან ერთად მოგზაურობისას მგზავრების წილი გაიზარდა LCC- ების მიერ 40,6% –დან 2017 წელს 42,3% –მდე 30% -იანი ზრდის ზრდა.

LCC სია შეიძლება დაიყოს ცხრა წევრ ჯგუფად, 2018 წელს 10 მილიონზე მეტი მგზავრით და რვა პატარა ავიაკომპანიის ჯგუფად. უფრო დიდ ჯგუფს, რომელსაც Ryanair და easyJet ხელმძღვანელობენ, მთელი ყურადღება ექცევა. მცირე ჯგუფი, თითქმის, ორჯერ გაიზარდა უფრო დიდი LCC- ების მაჩვენებლით, 2018 წელს.

ევროპაში ყველაზე სწრაფად მზარდი LCC არის Volotea, რომელიც უფრო სწრაფად გაიზარდა, ვიდრე ნებისმიერი LCC, რომელიც სხვა ავიაკომპანიას არ ეკუთვნის (უფრო სწრაფად გაიზარდა მხოლოდ აეროფლოტის შვილობილი კომპანია Pobeda). Volotea– მ რეგიონალურ ავიაკომპანიებსა და მთავარ LCC– ებს შორის განთავსებული სტრატეგიით, 2012 წელს გამოშვების შემდეგ მშვიდად გამოიმუშავა საკუთარი თავი და მიაღწია სწრაფ ზრდას.

აღნიშნულიდან გამომდინარე თავისუფლად შეიძლება ითქვას, რომ ბიუჯეტური საავიაციო მგზავრობის ბაზარი ბოლო დროინდელი, შეიძლება ითქვას ყველაზე მამუტაბური დარტყმის, Covid პანდემიის შედეგად მიღებულ კოლოსალურ ეკონომიკურ კრიზისსაც დასძლევს და, საკმაოდ მოკლე დროში შეძლებს ეკონომიკური ზრდისათვის აუცილებელი სიჩქარის აკრეფვას. აღნიშნულს ადასტურებს, გაეროს წარმომადგენელი დოქტორი საავიაციო პოლიტიკის საკითხებში ბეკი ლუტეს ინტერვიუც რომელშიც განხილულია “სავიაციო მიმოსვლის მომავალი COVID შემდგომ სამყაროში”(2021/03/12) სადაც აქცენტი გაკეთებულია ავიაკომპანიებისა და აეროპორტების მხრიდან უსაფრთხო მგზავრობისათვის გაწეულ ქმედებებზე რაც ხელს შეუწყობს სამომავლოდ უსაფრთხო ფრენებს. საუბარია ციფრული ჯანმრთელობის პასპორტის შემუშავებაზე, კერძოდ, ავიაციისთვის. ძირითადად ეს არის აპი, რომელიც საშუალებას აძლევს მგზავრებს სწრაფად დაინახონ რა მოთხოვნები აქვს COVID- ს იმ ქვეყნისთვის, სადაც ისინი მოგზაურობენ და ასევე ატვირთონ COVID ტესტის შედეგები ან ვაქცინაციის ჩანაწერები. აღნიშნული ხელს შეუწყობს გრძელვადიან პერიოდში საავიაციო სფეროს უსაფრთხო და შეუფერხებელ მგზავრობას, ასევე ინტერვიუში საუბარია ვაქცინის შესახებ რომელიც სავარაუდოდ 2023-2024 წლებისათვის მგზავრობისაკადის გაზრდას გულისხმობს ამას ადასტურებს ის ფაქტიც, რომ კომპანია BOEING პროგნოზირებს 43000-ზე მეტი ახალი თვითმფრინავის მიწოდების საჭიროებას მომდევნო 20 წლის განმავლობაში.

დღევანდელი მონაცემებით, საქართველოს საერთაშორისო აეროპორტებმა ჯამურად, 2019 წელს არსებული ფრენების სიხშირეებისა და მგზავრობის რაოდენობის 70 პროცენტს მიღწია. ეს თავისთავად მეტყველებს დარგის გამოცოცხლებასა და მისი განვითარების პერსპექტივების შენარჩუნებაზე. რეისების სიხშირე თავისთავად დადებითადაა ასახული ტურისტული სექტორის გამოცოცხლებაზე და შეიძლება. ზაფხულის სეზონი ჯერ კიდევ ეხლა დაიწყო და დადებითი ტენდენციის შენარჩუნებისას, იმის იმედოვნება, რომ საჰაერო ტრანსპორტით შემოსული ტურისტული ნაკადი.

მნიშვნელოვანია ის, რომ ავიაკომპანია wizzair-ი კვლავ დაბრუნდა საქართველოს ავიაბაზარზე, რადგანაც ავიაკომპანია ქუთაისის აეროპორტისთვის, საქართველოს ტურისტული სექტორისა და მთლიანად ეკონომიკის განვითარებისთვის საკმაოდ მნიშვნელოვან ძალას წარმოადგენს. ავიაკომპანიის მიერ, 2020 წლის მოვლენების მიერ ჩაშლილი გეგმის, ხელახლა განხორციელების შემთხვევაში საგულისხმოა ფაქტი, რომ მოხდება ავიაკომპანიის ბაზირება საქართველოში რაც ხელს შეუწყობს დამატებითი სამუშაო ადგილების გაჩენას. ავიაკომპანია დაასაქმებს არამხოლოდ სააეროპორტე და მიწისზედა მომსახურების სპეციალისტებს, მფრინავებს და ბორტგამყოლებს.

როგორც თემაში ავლნიშნე საქართველოს ბაზარზე დამატები, რამოდენიმე ახალი, ბიუჯეტური ავიაკომპანია გამოჩნდა, თუნდაც სეზონური ფრენის გეგმით, მაგრამ ეს უკვე რეისებისა და მგზავრთბრუნვის ზრდისკენ გადადგმული ნაბიჯია რასაც მხოლოდ დადებით გავლენა შეიძლება ჰქონდეს საქართველოს ეკონომიკაზე. გამომდინარე იქიდან, რომ პანდემიის გავლენა ავიაციაზე საკმაოდ მძიმე იყო, ჯერ კიდევ რთულია დაზუსტებით საუბარი თუ როდის დაუბრუნდება საავიაციო სფერო 2019 წლის მოცულობას, მაგრამ თავისუფალდ შეიძლება იმის თქმა, რომ წლევეანდელი ტურისტული სეზონი წლის დასაწყისში არსებული ნეგატიური პროგნოზების მიუხედავად მაინც დადებითი ტენდენციურობით გამოირჩევა. ნაშრომის მუშაობა დასრულდა ზაფხულის პირველ თვეში, შესაბამისად მოკლებულია შესაძლებლობას ნათლად წარმოაჩინოს 2021 წლის, ზაფხულის ტურისტული სეზონის განმავლობაში განხორციელებული ფრენების შედეგად მიღებული მგზავრების რიცხვი და გაკეთდეს გაანგარიშება იმ გავლენაზე რაც ტურისტულმა და საავიაციო სექტორებმა იქონიეს საქართველოს ეკონომიკაზე.

მეორეს მხრივ, არსებობს ვირუსის ხელახალი გავრცელების საფრთხე, რაც შესაძლოა სტიმულირებულ იქნებს ტურისტული ნაკადის მიერ. თუმცა აქაც რამოდენიმე ფაქტორია საგულისხმო, ერთი ის, რომ მსოფლიო მოსახლეობის სულ უფრო და უფრო მეტი მოსახლეობა იცრება ვაქცინებით, ასევე ის, რომ ავიაცია იყო ერთ-ერთი პირველი დარგი რომელმაც მიიღო თანამედროვე გამოწვევები და საერთაშორისო მარეგულირებლების მიერ გაცემული რეკომენდაციები მოკლედ დროში იქნა დანერგილი. ისევე, როგორც სხვა ნებისმიერი სახის საფრთხის ნულამდე დაწევა, ინფექციის გავრცელების ნულამდე დაწევაც ამ ეტაპზე შეუძლებელია, თუმცადა შესაძლებელია საფრთხის მისარებ დონემდე დაწევა, რაც რეკომენდირებული პრაქტიკაა სამოქალაქო ავიაციაში.

ბიუჯეტური ავიაკომპანიების შესახებ ისტორიულ ფაქტებზე დაყრდნობით, ბოლო დეკადის მონაცემების გათვალისწინებით და წლევეანდელი, საავიაციო ბაზრის მოცულობის ზრდის დადებითი ტენდენციის გათვალისწინებით ნათელია, რომ საქართველოს საავიაციო ბაზარი მზადაა ბიუჯეტური ავიაკომპანიების მეტი რაოდენობის მისაღებად, შესაბამისად რეკომენდირებული იქნებოდა ქუთაისის აეროპორტის მოცულობის ზრდა, რათა

უზრუნველყოფილ იქნას მგზავრების მაღალი გამტარიანობა და მიღებული-გაშვებული რეისების მოცულობის ზრდა. სასურველია მესტიისა და ამბროლაური აეროპორტების მგზავრთნაკადების ზრდა ტურისტების ხარჯზე, რისი მიღწევაც ჩემი აზრით კარგი მარკეტინგული კამპანიის საფუძველზე სავსებით შესაძლებელია.

ბიბლიოგრაფია

- Bull, A., 1992, **The Economics of Travel and Tourism**, Melbourne, Pitman Publishing
- Calder, S., 2003, **No Frills, The Truth Behind the Low-Cost Revolution In The Skies**, 2nd ed., London, Virgin
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd, R., Wanhill, S., 2000, **Tourism Principles and Practice**, 2nd ed., New York, Addison Wesley Longman Publishing
- Doganis, R., 1992, **The airport business**, London, Routledge
- Doganis, R., 2001, **The airline business in the 21 century**, London, Routledge
- Fletcher, J., 1999, Input-Output Models, in: Baum, T., Mudambi, R., (ed), **Economic and Management Methods for Tourism and Hospitality Research**, Chichester, New York, Weinheim, John Wiley & Sons Ltd.
- Graham, B., 1995, **Geography and Air Transport**, Chichester, New York, Brisbane, John Wiley & Sons Ltd.
- Hanlon, P., 1999, **Global Airlines: competition in a transnational industry**, Oxford, Butterworth-Heinemann
- IATA, 2002, **World Air Transport Statistics**, 46th edition, June 2002, International Air Transport Association
- Jennings, G., 2001, **Tourism Research**, Milton, John-Wiley & Sons
- Maiden, S., 1999, Liberalisation of European Aviation – Impact on BAA, in: Schriftenreihe der Deutschen Verkehrswissenschaften Gesellschaft e. V., (ed), **Open Skies '98: Konsequenzen und Erfahrungen der Liberalisierung des Europäischen Marktes in bezug auf die Flughäfen**, Bergisch Gladbach, DVWG
- Page, S. J., 1999, **Transport and Tourism**, Essex, Addison Wesley Longman Lim.
- Pender, L., 2001, **Travel, Trade and Transport, an Introduction**, London and New York, Continuum
- Pompl, W., 2002, Internationale Strategien von Luftverkehrsgesellschaften,

in: Pompl, W., and Lieb, M. G., (ed), **Internationales Tourismus-**
Oxford, Butterworth-Heinemann

Veal, A. J., 1992 **Research methods for leisure and tourism – a practical guide**, London, Pitman Publishing

WTO 1997, **International Tourism: a global perspective**, Madrid, World Tourism Organization

Bordes-Pages, G., 2003 Le miroir aux alouettes, in: **Espaces**, 201, February 2003, p. 23 - 28

Chang, Y.-C, Williams, G., 2002, European major airlines' strategic reaction to the Third Package, in: **Transport Policy**, 9 (2002), p. 129 - 142

Francis, G., Fidato, A., Umphreys, I., 2003, Airport-airline interaction: the impact of low-cost carriers on two European airports, in: **Journal of Air Transport Management**, 9 (2003), p. 267 - 273

Flottau, J., 2001 Fliegen? Ist doch Nebensache!, in: *fwvspezial*, die Airports der Zukunft, 22.06.2001, p.58 - 54

Gillen, D., Hinsch, H., 2001, Measuring the economic impact of liberalisation of international aviation on Hamburg airport, in: **Journal of Air Transport Management**, 7 (2001), p. 25 - 34

Gillen. D., Morrison, W., 2003, Bundling, integration and the delivered price of air travel: are low cost carriers full service competitors?, in: **Journal of Air Transport Management**, 9 (2003), p. 15 - 23

Graham, B., 1998, Liberalization, regional economic development and the geography of demand for air transport in the European Union, in: **Journal of Transport Geography**, Vol. 6, No. 2, p. 87 - 104

Hätty, H., Hollmeier, S., 2003, Airline strategy in the 2001/2002 crisis – the Lufthansa example, in: **Journal of Air Transport Management**, 9 (2003), p. 51 - 55

Hausberg, C., 2003, Low cost et développement local, Transformer l'essai, in: **Espaces**, 201, February 2003, p. 41 - 45

96

Jarach, D., 2001, The evolution of airport management practices: towards a multi-point, multi-service, marketing-driven firm, in: **Journal of Air Transport Management**, 7 (2001), p. 119 - 125

Lawton, T. C., 1999, The Limits of Price Leadership: Needs-based Positioning Strategy and the Long-term Competitiveness of Europe's Low Fare Airlines, in: **Long Range Planning**, Vol. 32, No. 6, p. 573 - 586

Lesage, J.-L., 2003, L'envol irrésistible des compagnies low cost, in: **Espaces**, 201, February 2003, p. 20 - 23

Machatschke, M., 2003a, Lufthansa light, in: **Manager Magazin**, 1/03, 33. Jahrgang, Germany, p. 10 -11

Machatschke, M., 2003b, Preiswert in die Pleite, in: **Manager Magazin**, 5/03, 33. Jahrgang, Germany, p. 118 -123

Mason, K., J., 2000, The propensity of business travellers to use low cost airlines, in: **Journal of Transport Geography**, 8 (2000), p. 107 - 119

Nelis, M., 2003, Une occasion à ne pas manquer, in: **Espaces**, 201, February 2003, p. 50 - 51

Pender, L., Baum, T., 2000, Have The Frills Really Left The European Airline Industry?, in: **International Journal of Tourism Research**, 2 (2000), p. 423 - 436

European Commission, 1999, **The European Airline Industry: From single market to world-wide challenges**, available from:
http://europa.eu.int/comm/transport/themes/air/english/library/com_1999_182en.pdf

European Commission, 2002a, **Communication from the Commission on the consequences of the Court judgements of 5 November 2002 for European air transport policy**, available from: http://europa.eu.int/comm/transport/air/international/doc/2002_649_en.pdf

European Commission, 2002b, **Study on Competition between Airports and the Application of State Aid Rules**, available from:
http://europa.eu.int/comm/transport/air/rules/doc/cranfield_study.pdf

European Commission, 2002c, **Study on Competition between Airports and the Application of State Aid Rules – Volume 2, Country Reports**, 99 available from: http://europa.eu.int/comm/transport/air/rules/doc/cranfield_study_vol2.pdf

European Commission, 2003, **Communication from the Commission on the relation between the Community and third countries in the field of air transport**, available from: http://europa.eu.int/comm/transport/air/international/doc/com_2003_94_en.pdf

<https://www.icao.int/annual-report-2019/Pages/the-world-of-air-transport-in-2019.aspx>

<https://www.unomaha.edu/news/2021/03/the-future-of-flight-in-a-post-covid-world.php>

https://ycharts.com/companies/RYAAY/market_cap

<https://centreforaviation.com/search?term=low%20cost&page=0>

<https://www.interpressnews.ge/ka/article/664061-germanulma-dabalbiujetianma-aviakompaniam-euowings-sakartveloshi-operireba-daicqo/>

<https://forbes.ge/quthaisshi-kidev-erthi-biujeturi-aviakompania-shemodis-wizz-air-i-ki-reisebs-aakhlebs/>

დანართები

დანართი 1: ცხრილი 1 :ევროკავშირის უდიდესი ავიაკომპანიების შემოსავლები (Airline Business, 2002)

გადამზიდი	შემოსავლები 2001	მოგება 2001	მოგება 2000
Lufthansa Grp.	14.957	-567.4	635.2
BA	12.113	-187.4	119.6
Air France	11.234	137.2	382.2
KLM	5.857	-139.9	69.9
Alitalia	5.274	-812.8	-235.7
SAS Grp.	4.984	-103.1	232.9
Iberia Grp.	4.240	44.9	187.9
Finnair	1.506	6.4	100.4
Aer Lingus	1.207	-125.4	66.0
TAP Air Portugal	1.123	-39.4	-112.5
Swiss	826	-186.3	-14.8

ციფრები მოცემულია მლნ/აშშ დოლარი

დანართი 2: ცხრილი 2: ევროკავშირის ბიუჯეტური ავიაკომპანიების შემოსავლები (Airline Business 2002)

გადამზიდი	შემოსავლები 2001	მოგება 2001	მოგება 2000
Ryanair	560	134.4	94.9
Easyjet	513		34.54.54
GO	339	-----	4.1

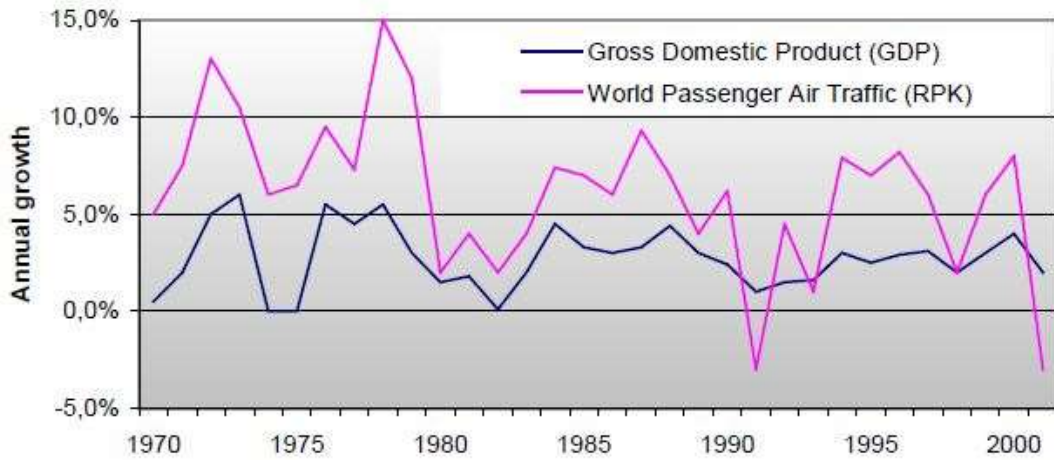
ციფრები მოცემულია მლნ/აშშ დოლარი

დანართი 3: ცხრილი 3: საერთაშორისო მგზავრთნაკადი. 2003 წლის იანვარი-აპრილის მიხედვით შესრულებული მგზ/კმ მოგების პროცენტულობის ცვლილება

გადამზიდი	RPK % იანვარი-აპრილი 2003	RPK % აპრილი 2003
ევროპა	0.0	-4.8
ჩრდ. ამერიკა	-8.5	-23.5
სამ. ამერიკა	8.3	5.3
აზია. წყნ. ოკეანეთი	-6.0	-44.8
შუა აღმოსავლეთი	4.9	-9.4
აფრიკა	-0.2	-5.3
საშუალო	-2.9	-18.5
ყველა ციფრი მიახლოებითია.		

დანართი 4 :გრაფიკი- ურთიერთამოკიდებულება მსოფლიო ეკონომიკისა და საჰაერო მოგზაურობაზე მოთხოვნას შორის (IATA, 2002)

Correlation of air travel demand (RPK) and world economy



დანართი 5: ცხრილი 4: ევროპის მნიშვნელოვანი ბიუჯეტური გადაჭიდები

ა/კ	ბაზირების აეროპორტი	დაარსდა
Ryanair (& Buzz)	ლონდონი სტანსტედი/დუბლინი	1985
Easy Jet (& GO)	ლუტონის ა/კ	1995
Virgin Express	ბრუსელი	1992
Deutsche BA (dba)	მიუნხენი	1992
BMI baby	აღმოსავლეთ მიდლენდი	2002
Germanwings	კოლონი/ზონი	2002
My TravelLite	ბელფასტი/ბირმინგემი	2002
Hapag-Lloyd Exp.	კოლონი/ზონი	2002

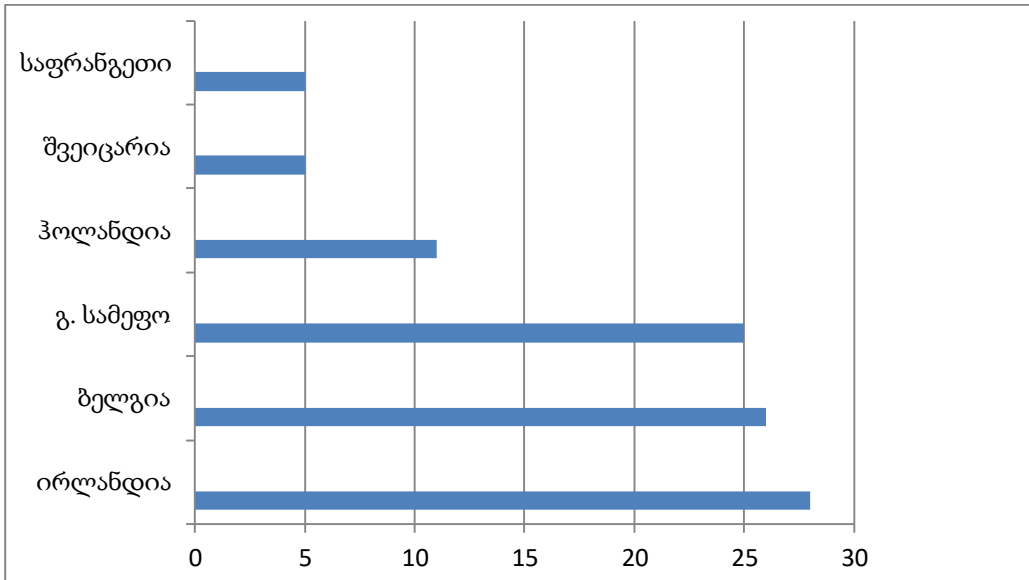
დანართი 6: ცხრილი 5: 2002/2003 წლის ფინანსური შედეგების შედარება (ინტ. მოძიებული)

გადამზიდი	შემოსავალი	მოგება	მგზ. რაოდენობა	თანამშრომ	ფლოტი
-----------	------------	--------	----------------	-----------	-------

Ryanair	842.5	239.4	15.740.000	1900	52
Easy Jet	779.2	103.6	11.400.000	3315	67

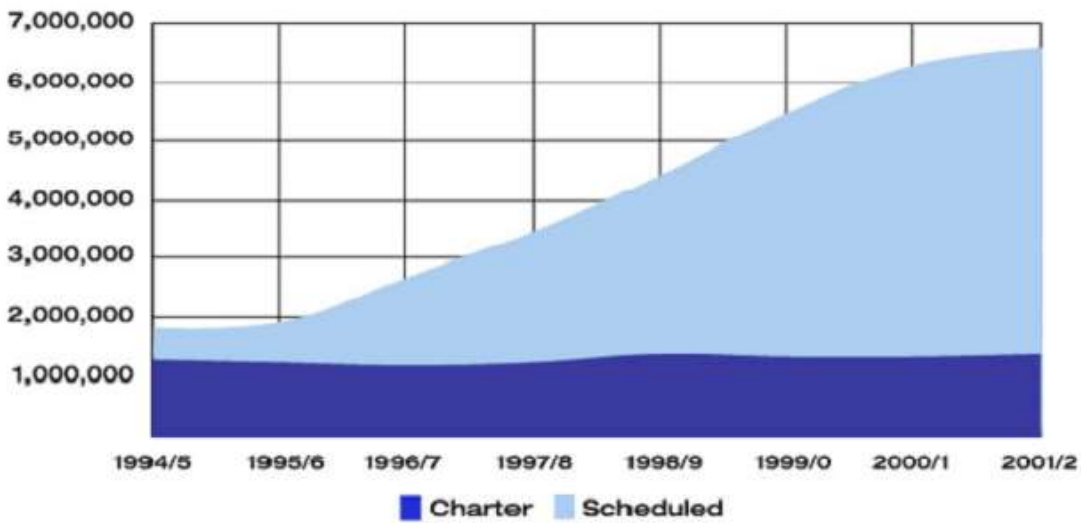
შემოსავალი მოცემულია მლნ. €. 2003 წლის მონაცემები

დანართი 7: ნახაზი : ევროპის ბიუჯეტური ბაზარი 2002წ.

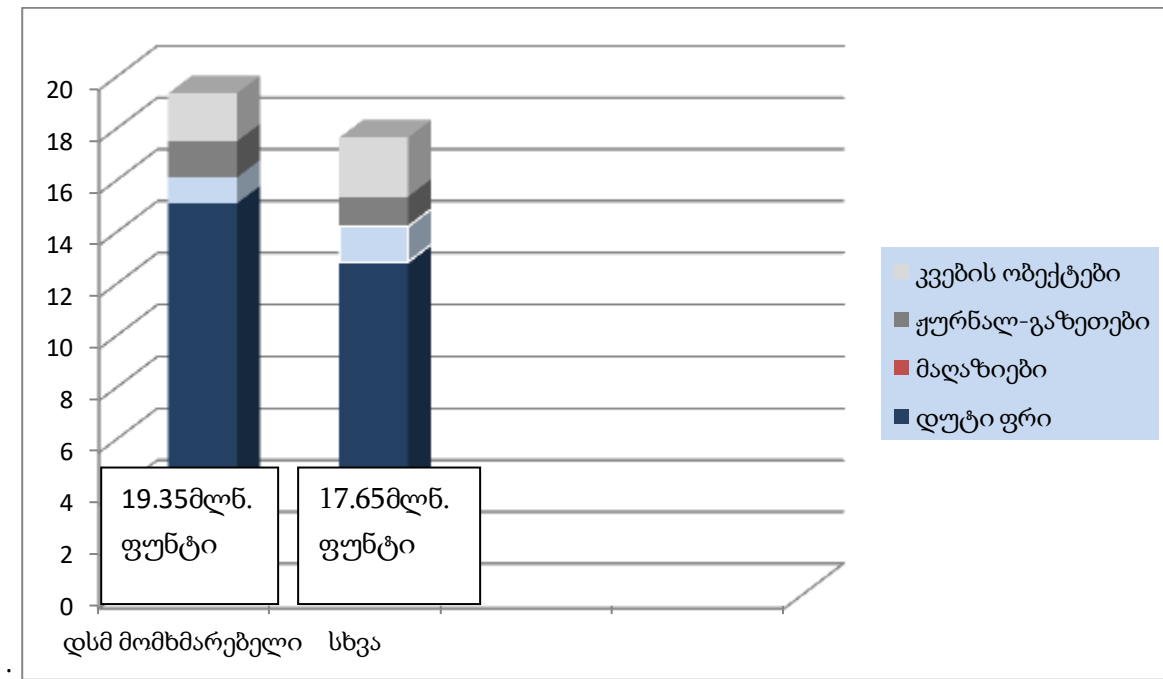


დანართი 8: : აეროპორტ ლუტონის მგზავრობა 1994-2002 (Paul Kelhoe)

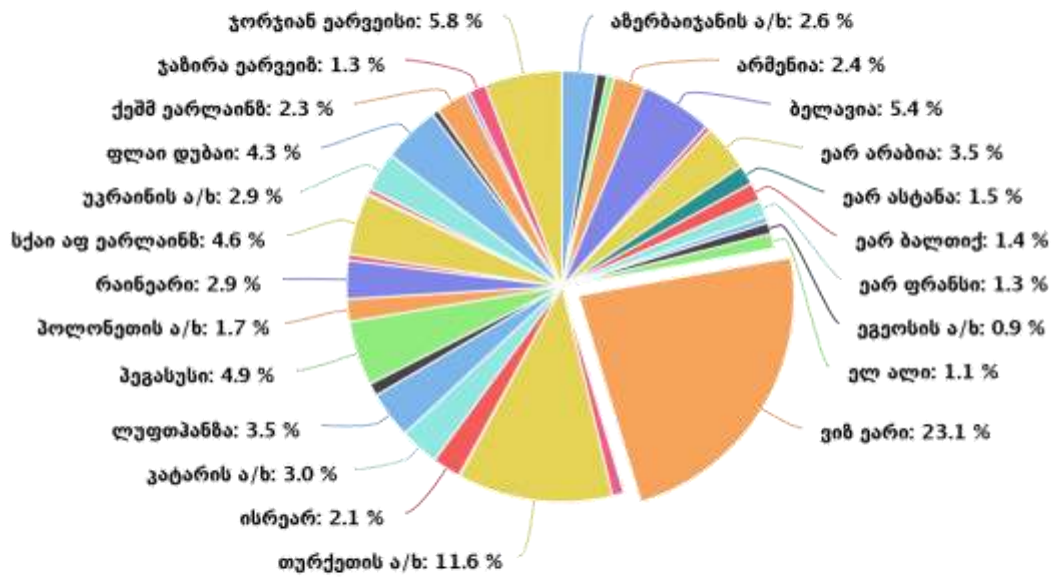
აეროპორტ ლუტონის მგზავრობა 1994-2002



დანართი 9: : ბიუჯეტური მგზავრობის მომხმარებელთა აეროპორტში ხარჯვის მაჩვენებელი. (Maiden, 1999)



დანართი 10 : ნახაზი : საქართველოს საავიაციო ბაზარზე მოქმედი ავიაკომპანიების პროცენტული წილი რეგულარული რეისებით გადაყვანილ მგზავრთა რაოდენობის მიხედვით (2020 წელი) (<https://gcaa.ge/procentuli-wili/>)



samsiani.com