



ЦЕНОВИ ПРАКТИКИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАЗАР НА ПЪТНИЧЕСКИ ВЪЗДУШНИ ПРЕВОЗИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА ПРЕД БЪЛГАРСКИТЕ АВИОКОМПАНИИ

Йовко ЙОЦЕВ

aba@tea.bg

Асоциация на българските авиокомпании, гр. София, летище София, сграда на ИВТ
БЪЛГАРИЯ

Резюме: Засилената конкуренция между авиокомпаниите на европейския пазар, растящите цени на петрола, както и тенденцията за влошаване на пазарната конюнктура на пазара на въздушни превози след върховата 2007г. карат авиокомпаниите непрекъснато да усъвършенствуват своята търговска и ценова политика, да влизат в различни видове съглашения помежду си, да предлагат все по-съвършени тарифи от гледна точка на отделния клиент. С отпадането на предпазната клауза в областта на въздушния ни транспорт, българските превозвачи ще могат безпрепятствено да работят и на пазара на ЕС извън страната ни, ако успеят да внедрят в дейността си най-добрите практики на европейските авиокомпании в областта на експлоатацията и техническата поддръжка на въздухоплавателните средства, в областта на човешките ресурси, търговската, ценовата и финансовата политика.

Ключови думи:

интерлайн – приемане от една авиокомпания на документите за пътуване, издадени от друга авиокомпания, за превози извършвани от първата авиокомпания;

програма за чести пътувания – услуга, предлагана от много от авиокомпаниите за насърчаване на лоялността на клиентите;

споразумение за споделяне на кодовете – при условията на споразумение за споделяне на кодовете авиокомпаниите могат да представят общи полетни номера;

споразумения за блокиране на места – при това споразумение дадена авиокомпания може предварително да закупи определен брой места на договорена цена от опериращ превозвач и в зависимост от условията на споразумението впоследствие да продаде тези места на избрана от авиокомпанията цена

УВОД

Членството на страната ни в ЕС и очакваното през есента на 2008г. отпадане на предпазната клауза, която бе наложена в областта на въздушния ни транспорт, откриват пред българските авиокомпании нови хоризонти за изява, но и ги поставя в по-конкурентна среда. Това налага необходимостта от детайлно познаване на отрасловата структура на цената на пътническите превози, за да могат превозвачите ни да предлагат качествени услуги на конкурентни цени, при това без да се засяга

икономическата стабилност на авиокомпаниите ни.

СТРУКТУРА НА РАЗХОДИТЕ НА АВИОКОМПАНИИТЕ

За да могат авиокомпаниите правилно да определят цените на предлаганите от тях услуги по превоз на пътници те трябва да са наясно както със структурата на собствените си разходи, така и с отрасловата структура на

разходите (т.е. каква е структурата на разходите на основните играчи на дадения пазар).

Нормална практика за авиокомпаниите е да разделят своите отчети на оперативни и неоперативни категории. Целта на това разделяне е да се определят като “неоперативни” елементи всички онези приходи и разходи, които не са директно свързани с осъществяването на основната дейност на авиокомпанията.

Според класификацията на Международната организация за гражданска авиация (ICAO) като неоперативни могат да се обособят следните 5 елемента (могат да носят както приходи, така и разходи на превозвача):

- приходи или разходи в резултат на извеждането от употреба на собственост или оборудване (авиационно и не-авиационно). Възникват когато има разлика между амортизираната балансова стойност на определен актив и стойността, която се реализира при извеждане от употреба или продажба на този актив;

- лихви по заеми или лихви върху банкови депозити на авиокомпанията;

- всички печалби или загуби, възникващи от дъщерни компании на превозвача (някои от дъщерните компании могат да бъдат директно свързани с въздушния транспорт);

- различни от горните три елемента - например загуби или печалби от обмяна на валута, продажба на дялове или акции;

- директни или индиректни правителствени субсидии или данъци върху печалбата или други корпоративни данъци.

Природата на неоперативните приходи и разходи на всяка авиокомпания най-вероятно е уникална дотолкова, доколкото много от неоперативните елементи се влияят от обстоятелства, които са много специфични за дадената компания. Като резултат, извършването на сравнения между авиокомпаниите чрез използването на нетната печалба или общите разходи нямат почти никакво практическо значение.

На практика, в години, когато са налице спадащи печалби, много авиокомпаниите си “донастройват” своите неоперативни разходи или приходи, за да си подобрят общия финансов резултат. Често срещано е при авиокомпаниите в затруднено положение да се продават някои от техните самолети и след това да се лизинговат обратно. Това генерира съществен паричен поток, който се появява в

счетоводния баланс като неоперативен елемент и който може да се използва за офсет на някакви оперативни загуби. Поради тази аномалия, когато се анализират приходите и разходите на авиокомпаниите е по-добре да се изключват неоперативните приходи и разходи и да се оценяват оперативните.

По-долу е представена накратко една “традиционна” категоризация на оперативните разходи на авиокомпания.

A. ПРЕКИ ОПЕРАТИВНИ РАЗХОДИ

1. Летателна експлоатация

- заплати и разходи за летателните екипажи;
- гориво-смазочни материали;
- летищни такси и такси прелитания;
- застраховки на самолетите;
- наемане/лизинговане на оборудване/екипажи за изпълнение на определени полети.

2. Техническо обслужване и ремонти

- разходи за инженерен състав;
- резервни части;
- администриране на техническото обслужване.

3. Амортизация

- летателно оборудване;
- наземно оборудване и собственост;
- допълнителна амортизация (извън историческата амортизация на разходите);
- амортизация на разходите за развитие и обучение на екипажите;

Б. НЕПРЕКИ ОПЕРАТИВНИ РАЗХОДИ

4. Терминални и наземни разходи

- разходи за наземен персонал;
- сгради, оборудване, транспорт;
- разходи към външни хендлинг организации.

5. Обслужване на пътниците

- заплати и разходи за кабинен състав (cabin crew – стюарден състав);
- други разходи по обслужване на пътниците;
- застраховка на пътниците.

6. Издаване на билети, разходи по продажби и инициативи по насърчаване на продажбите

7. Общи и административни разходи

8. Други оперативни разходи

Когато авиокомпаниите са наясно със собствената и отрасловата структура на

оперативните разходи, те са в състояние и по-правилно да определят цените на своите билети. Разбира се, в съвременните условия на изключително ожесточена конкуренция, определянето на цената на билетите зависи най-вече от наложилата се на пазара конкурентна цена за аналогичен превоз, а авиокомпанията трябва да прецени дали е в състояние да вмести своите разходи, така че те да бъдат покрити при продажби на нивото на конкурентната цена. За съжаление, при осъществяването на редовните превози съществуват безброй комбинации от възможни полети, предлагани класи, допълнителни услуги при превозите и е много трудно да се извършват директни сравнения между съотношенията цена/полезен ефект за различни авиокомпаниите. Това, обаче е повече проблем на пътниците, отколкото на авиокомпаниите, защото самите превозвачи имат възможност да създават сравнително диференцирани продукти, между които е трудно да се правят директни сравнения. В този смисъл конкуренцията между авиокомпаниите до голяма степен може да се счита за “монополистична” конкуренция¹.

За определяне на цените по дадено направление авиокомпаниите вземат предвид както собствените си разходи по даденото направление, така и цените на конкурентните предложения, а в същото време и мястото на съответния превоз в общия продуктов микс, който предлагат.

Определянето на цените по чартърните превози обикновено става по значително по-опростена методика. Най-често авиокомпанията определя цената за даден чартърен полет като се съберат ставките за АСМІ², гориво-смазочни материали, такси кацане и прелитане, хендлинг и върху тази сума се наложи определен процент надбавка (като печалба за покриване на част от постоянните разходи на авиокомпанията и счетоводна печалба).

За да могат да се отправят предложения към пътници на пазари, които авиокомпаниите не обслужват директно, превозвачите прибегват до различни типове съглашения помежду си. Най-високата форма на

интеграция между тях са т.нар. алианси. Съществуват множество алианси в света, като самите европейски превозвачи участват в различни алианси, в зависимост от своите интереси и цели. Нерядко един превозвач преминава от един алианс в друг, в зависимост от пазарната конюнктура и достъпа до пазара, който се осигурява с членството в конкретните алианси.³ Не всички авиокомпаниите, могат да станат членове на даден алианс – за това се изисква те да отговарят на определени критерии. Българските авиокомпаниите за момента не са заявили конкретно желание за участие в определен алианс, но и най-вероятно все още не са достатъчно мощни, за да бъдат обект на интерес от страна на самите алианси. За сметка на това, на тяхно разположение са други форми на сътрудничество с други превозвачи, които могат да им бъдат много полезни за разработването на конкурентно-способни цени и да им осигурят достъп до пазари, които те не могат да обслужват със собствените си самолети.

СЪТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ АВИОКОМПАНИИТЕ ПРИ ОПРЕДЕЛЯНЕТО НА ТАРИФИ

Сътрудничеството между авиокомпаниите по отношение на тарифирането се проявява основно при изпълнение на редовните полети и то между авиокомпаниите, работещи най-вече по класическата схема.

При нискоразходните превозвачи в Европа, поне засега, не се наблюдава тенденция за поява на постоянни форми на сътрудничество между авиокомпаниите, още по-малко това се отнася до сътрудничество в областта на тарифирането. В известен смисъл, това се дължи на изключително острата конкуренция между самите нискоразходни превозвачи, както и между нискоразходните превозвачи и класическите авиокомпаниите. В тази конкурентна борба нискоразходните компании разчитат на изключителното опростяване на предоставяната услуга (и на тази база максималното поевтиняване на тази услуга) – цената за това е липсата на широко съгласуване на разписания, тарифи, търговски политики на нискоразходните превозвачи с тези на други авиокомпаниите.

Що се отнася до чартърните полети, при тях начините за ценообразуване са подобни

¹ “монополистичната конкуренция” е нещо различно от “монопол”. Виж Мичева, Е., (1993г.) Пазари, цени, маркетинг, ДФ ”Полиграфически комбинат”, София

² АСМІ – разходи за един блок час по елементите: aircraft, crew, maintenance, insurance

³ В момента най-силни алианси са: Star Alliance, Sky Team, One World

между превозвачите, без да има открояващи се форми на сътрудничество между авиокомпаниите. Конкуренцията между авиокомпаниите за спечелване на поръчките на туроператорите е изключително висока.

Веднъж спечелила доверието на даден туроператор, една авиокомпания може дълго да се радва на лоялността на клиента, като от нея се иска да поддържа високо качество на услугата и висока точност на изпълнение на полетите (без закъснения). Това е валидно най-вече при голям брой полети, поръчани от даден туроператор – при единични полети обикновено цената има решаващо значение.

В таблица 1 са дадени общите типове сътрудничество между авиокомпаниите, както и в по-детайлен аспект – отделните степени в рамките на тези типове.

При разработването на тарифите за въздушни превози, авиокомпаниите от Европа се възползват и от възможностите, които им дава работата на Конференцията по тарифите към Международната асоциация по въздушен транспорт – IATA.

Ползите, които осигурява на авиокомпаниите участието в координирането на тарифите са следните:

► Намаляване на разходите на авиокомпаниите

- срещите между авиокомпаниите водят до спестяване на необходимостта от множество двустранни преговори, както и време и разходи по пътуването;

- намаляват се изискванията за представянето на индивидуални тарифи, като се намаляват и разходите по дистрибуцията на тарифите;

- осигурява се изискването стандартите за тарифи в бранша да отговарят на нуждите на авиокомпаниите;

► Осигуряване на възможности за пътуването на клиентите на авиокомпаниите до всички пазари

- предлагането на стандартни тарифи за интерлайн дават възможност за предоставянето на пътнически услуги по маршрути до всички точки в света.

► Поддържане на стандарти по отношение на:

- правила за изработване на тарифи;
- регулиране на валутни въпроси;
- разстояния;
- правила при превоза на багажите;
- условия по тарифите;
- електронен обмен на данни;

- правила при автоматизиране;

- разпространение на тарифите по интернет.

Работата на Тарифната конференция по изработването на стандартни IATA тарифи между определени градове прави възможно функционирането на т.нар. Interline споразумения.

Интерлайн споразуменията дават следните възможности:

► Осигуряване на опции за пътуване като:

- напълно гъвкави тарифи;

- промени в последната минута, както и маршрутиране с други авиокомпани;

- осигуряване на единен билет и съответно тарифа по отношение на пътуване, изпълнено с 2 или повече превозвача;

- осигуряване на трансфер на багажа в свързващите точки.

► Директната тарифа, установена между всеки два града може да се използва за комбинация от директни полети, свързващи полети на една авиокомпания или свързващи полети на различни авиокомпани.

► При свързващи полети тарифата по интерлайн е обикновено по-ниска от сбора от тарифите на всеки от свързващите полети.

► Договорите за интерлайн осигуряват клиентите с допълнителни опции, когато:

- не са налични директни полети в деня или времето, в което желае да пътува пътникът;

- първият избор на пътника е вече продаден;

- пътникът желае да направи междинно спиране;

- пътникът желае да използва различни авиокомпани по отсечките за отиване и връщане.

Участието на авиокомпаниите в интерлайн споразумения дава и редица ползи на пътниците:

► Осигурява се достъп до мрежите на множество авиокомпани с един билет, платен в една валута.

► Позволява на пътниците да изберат маршрут или авиокомпани, които най-добре отговарят на техните интереси в рамките на 120% от дистанцията на най-директния маршрут.

► Пътниците могат да сменят своите полети, авиокомпани, маршрути и/или свързващи летища, дори след като полетът е започнал;

► Ако пътниците използват интерлайн тарифа на IATA, те могат:

- да върнат билета и да получат обратно парите си;
- да тръгнат със или без резервация за връщане;

- да добавят или да премахват междинни точки на спиране.

Пропорционално разпределение по интерлайн договори		Тактическо споразумение
Взаимно наземно обслужване		
Участие в общи програми за чести пътувания (Frequent Flyer Programme)		Търговски алианс
Споделяне на кодовете (Code Share Agreement)		
Споразумения за блокиране на места(Block Space Agreements)		
Общи продажби		Стратегически алианс
Планиране/ Координиране на капацитета		
Общо техническо обслужване		
Съвместни полети		
Франчайзинг		
Общи търговски марки		Пълно сливане
Общи пътнически услуги		
Обмяна на акции в рамките на алианса		
Пълно сливане		

Таблица 1. Възможности за сътрудничество между авиокомпаниите

Източник: Авторът

При издаването на билета по интерлайн издаващата авиокомпания получава комисионна от 9%, но тя се заплаща не от пътника, а от другите авиокомпани, които участват в интерлайн споразумението.

Много често при сключването на споразумения за интерлайн, авиокомпаниите не разпределят приходите помежду си на база на стандартни ИАТА тарифи, а по друг начин. Това се уговаря в рамките на т.нар. ”Специално споразумение за пропорционално разпределение” (SPA – Special Prorate Agreement).

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД БЪЛГАРСКИТЕ АВИОКОМПАНИИ НА ЕВРОП

Сключеното на 20 декември 2005г. споразумение за Общо европейско авиационно пространство (ЕСАА – European civil aviation area) трябваше да предостави права на българските превозвачи да оперират свободно в рамките на подписалите го страни. Реципрочни права то предоставя и на всички чуждестранни превозвачи по отношение на достъпа да българския пазар.

Наложената предпазна клауза в областта въздушен транспорт при започване на членството на България в Евросъюза, обаче, не даде възможност българските авиокомпани да се възползват от статута на “европейски превозвачи” с произтичащите от това права, съгласно Третия либерализационен пакет на ЕС от 1993г.

Очаква се в началото на есента на 2008г. предпазната клауза да отпадне, с което да

отпадат и всички търговски ограничения пред българските превозвачи.

Навлизането на нискоразходните превозвачи у нас е вече сериозно. Wizz Air и Sky Europe вече оперират до/от български летища повече от две години. Повече от година оперира и ниско разходната авиокомпания на Lufthansa – Germanwings.

От скоро на българския пазар стъпи и втория по големина в Европа нискоразходен превозвач – easyJet, който веднага успя да се вклини в пазара на полетите между България и Великобритания. През последните месеци в България заработи и швейцарски нискоразходен превозвач Baboo.

Wizz Air обяви дори, че в началото на есента на 2008г. ще започне изпълнението на вътрешни полети в рамките на България.

В същото време, драстичното повишаване на цените на авиационното гориво (по летищата в Европа през август 2008г. цените на авиационното гориво Jet A1 се движат в интервала 1200 – 1400 щ.дол. за тон с включени такси за доставка до борда на самолета), както и неблагоприятните прогнози за развитие на авиационните пазари поставят българските авиокомпани пред изискването за преосмисляне на тяхната цялостна стратегия за управление на приходи, разходи, цени.

България Ер и Хемус Ер възприемат практиката на нискоразходните превозвачи за предлагане на определени ценови равнища за даден полет, като запълването на полета започва чрез билетите с най-ниски цени

(често съпоставими с тези на нискоразходните превозвачи) и с приближаване на датата за изпълнение на конкретния полет се предлагат все по-скъпите места. Така, с изключение на най-натоварените моменти (великденски празници, коледни празници, пиковите летни периоди) пътниците могат да избират между пет ценови равнища в зависимост дали си купуват билета преди 26-я, преди 21-я, преди 17-я, преди 12-я или преди 7-я ден преди датата на изпълнение на полета.

Както всички авиокомпани в света, българските авиокомпани възприемат драстични мерки за спестяване на горива, както и за свиване на всички останали разходи по дейността си. Впечатляващ, обаче, е фактът, че въпреки трудностите, българските превозвачи предприемат амбициозни програми за подновяване на самолетния си парк със самолети последно поколение, подобрявайки комфорта на пътниците и намалявайки разхода на гориво, както и престоите на земя, породени от технически дефекти.

България Ер и Хемус Ер де юре са две авиокомпани с общ собственик, но де факто работят като една авиокомпания с изцяло съгласувани търговска и финансова политика. В най-скоро време в двете авиокомпани ще заработи система за цялостно планиране дейността на авиокомпаниите, разработена от Lufthansa Systems.

Чартърните ни компании също модернизираха своя самолетен парк, старейки се да

задържат позициите си на първокласни превозвачи от/до черноморските ни летища Варна и Бургас.

По този начин българските авиокомпани успяваха да стабилизират пазарния си дял при редовните превози от и до България на нива от около 35%, а при чартърните превози от около 45%.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Българските авиокомпани успешно работят на пазара на полетите от/до България. След отпадането на предпазната клауза, за да могат да се представят успешно и на европейския пазар, превозвачите ни трябва да познават отрасловата структура на разходите, да определят конкурентни цени за конкурентен продукт, да се възползват от формите на сътрудничество при определяне на тарифите, които техните конкуренти прилагат усилено за осигуряване на достъп до по-широки пазари.

ЛИТЕРАТУРА:

[1] Doganis, R, Flying of course – The economics of international airlines, Third edition, Routledge, London, 2002.

[2] Association of European Airlines, AEA Yearbook, Brussels, 1995-2007

[3] Мичева, Елка, Пазари, Цени, Маркетинг, ДФ “Полиграфически комбинат”, гр. София, 1993г

PRICING PRACTICES ON THE EUROPEAN AIR PASSENGER CARRIAGE MARKET AND CHALLENGES TO THE BULGARIAN AIRLINES

Iovko IOTZEV

*Bulgarian Airlines Association, Sofia Airport, building of Institute of Air Transport
BULGARIA*

Abstract: *The increased competition between airlines on the European market, the soaring petrol prices, coupled with the aggravated state of affairs on the air transport market following the peak of 2007, continually drive airlines to improve their commercial and pricing policies, to join various alliances, to offer better tailored fares from the individual client's perspective. When the aviation safeguard clause is lifted for Bulgaria, the Bulgarian air carriers will be able to operate freely in the EU market out of Bulgaria provided they manage to integrate into their operation the best practice of European airlines in the fields of flight operations, aircraft maintenance, human resources, commercial, pricing and financial policies.*

Key words:

Interlining – *the acceptance by one airline of travel documents issued by another airline for carriage on the services of the first airline;*

Frequent flyer programme – *a service offered by many airlines to reward customer loyalty.;*

Code share agreement – *Under a code sharing agreement participating airlines can present a common flight number*

Block space agreement – *Under a block space arrangement, an airline will pre-buy a given number of seats at an agreed price from an operating carrier. Dependent on the terms of the agreement, the carrier is then free to sell those seats itself as whatever price it chooses*