Utjecaj niskobudžetskih avio kompanija na poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Šagovac, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:826005

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ANA ŠAGOVAC

Utjecaj niskobudžetnih aviokompanija na poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ANA ŠAGOVAC

TEMA

Završni rad

JMBAG: 0303066683, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentorica: doc.dr.sc. Tamara Floričić

Pula, rujan 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera _____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom _____ _____ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

_____

Sadržaj

SAŽETAK 1

1. UVOD 2

2. POSLOVANJE UGOSTITELJSKIH PODUZEĆA 3

2.1. Menadžment u ugostiteljstvu 4

2.2. Međudjelovanje niskobudžetnih aviokompanija i ugostiteljskih poduzeća 5

3.NISKOBUDŽETNE AVIONSKE KOMPANIJE 6

3.1. Ryanair 7

3.2. Easyjet 8

3.3. Tuifly 10

3.4. Wizz Air 11

4. Prednosti i nedostatci niskobudžetnih avionskih kompanija 14

4.1. Prednosti 14

4.2. Nedostatci 17

5. JeftinoPutovati.com 18

6. Utjecaj niskobudžetnih aviokompanija na turizam 19

6.1 Utjecaj na hrvatski turizam 20

7. Niskobudžetne aviokompanije u Hrvatskoj 22

7.1. Utjecaj niskotarifnih aviokompanija na poslovanje Zračne luke Zagreb 23

8. Budućnost niskobudžetnog zračnog prijevoza u Hrvatskoj i svijetu 25

9. ZAKLJUČAK 26

10. LITERATURA 28

POPIS SLIKA 29

SAŽETAK

Niskobudžetne avionske kompanije bave se transportom ljudi, prtljage te različitih proizvoda na određene udaljenosti uz niže cijene karata. Danas je zastupljen velik broj niskobudžetnih avionskih kompanija diljem svijeta. Neke od njih su: Ryanair, Easyjet, Tuifly, Wizz Air, Eurowings, SkyEurope itd. Povijest niskobudžetnih avionskih kompanija započinje 1949.godine u SAD-u. Način rada zasnovan na niskim cijenama karata utemeljen je devedesetih godina te je i danas u primjeni. Niskobudžetne avionske kompanije ostvaruju profit postavljanjem većeg broja sjedala u putničkoj kabini.Preporučeno vrijeme za kupnju karata u niskobudžetnim avionskim kompanijama je 3-6 mjeseci prije putovanja. Niskobudžetne avionske kompanije imaju velik broj prednosti kao što je kupovina aviokarata online, pružanje pogodnosti redovitim putnicima, posjeduju minimalan broj radnika itd. Niskobudžetne avionske kompanije kao i svaka djelatnost, usluga, proizvod imaju svoje nedostatke a neki od njih su: skučenost avionskog prostora, cijene prehrambenih proizvoda u avionu su visoke, prtljaga se dodatno naplaćuje itd. U svrhu pronalaska niskobudžetne avionske kompanije koja putuje u određenu zemlju pokrenut je blog JeftinoPutovati.com. Taj blog stekao je 2012.godine status Superbrands partnera zbog ostvarenog broja posjetitelja i korisnika bloga. Niskobudžetne avionske kompanije pronašle sudobar pravac prema ostvarivanju profita, pridonose razvoju kulture putovanja i upoznavanja kulture drugih zemalja nudeći niske cijene karata. Turizam je jedan od najvažnijih segmenata koji čini zemlju prepoznatljivom te joj daje mogućnost za konkuriranje na tržištu i postizanje velikog broja posjećenosti. Temelj efikasnog razvoja turizma se sve više ogleda kroz poslovanje s niskobudžetnim aviokompanijama te njihovo konstantno privlačenje na hrvatsko tržište čime bi se ostvarila sigurnost napretka same zemlje.

1.UVOD

Interes za pokretanjem niskobudžetnih avionskih kompanija koje osiguravaju oblik prijevoza namijenjen različitim skupinama kupovne moći neprestano se povećava. Poduzetnici postaju sve uspješniji u svijetu zahvaljujući brzim i efikasnim prilagodbama promjenama na tržištu. Poduzetnici u niskobudžetnim avionskim kompanijama koriste izraz benchmarking što označava mjerenje učinkovitosti njihova rada u odnosu na konkurenciju te im je takav način najviše pomogao u postizanju dobre konkurentske pozicije na tržištu. Ovakav oblik prijevoza pruža jednake mogućnosti prijevoza putnika, prtljage, životinja kao i velike aviokompanije, no uvelike se razlikuje u cijeni. Sa ekonomskog gledišta ove su kompanije za korisnike najbolji način prijevoza na velike udaljenosti jer uz nisku cijenu pružaju i uslugu koja je zadovoljavajuća. U svijetu postoji više od šezdeset niskobudžetnih aviokompanija čije linije dosežu u većinu država svijeta. Niskobudžetne avionske kompanija donose veliku zaradu poduzetnicima koji se nalaze u tom poslu jer bez obzira na nisku cijenu karata zarađuju na pružanju usluge transporta putnikove prtljage ili usluge hrane. Završni rad sadržavat će u prvom dijelu nešto općenito o poslovanju ugostiteljskih poduzeća te o menadžmentu i povezanosti niskobudžetnih aviokompanija i ugostiteljskih poduzeće odnosno njihovo međudjelovanje, drugi dio će sadržavati općenite zajedničke karakteristike niskobudžetnih aviokompanija, kako one posluju, gdje su sve rasprostranjene zatim u trećem djelu prednosti i nedostatke koje one nude korisnicima, stranicu koja pomaže pri pronalasku ovakvih aviokompanija. Slijedi pregled utjecaja niskobudžetnih aviokompanija na turizam te konkretno na hrvatski turizam, prikaz aviokompanije prisutnih u hrvatskoj i kako to utječe na poslovanje zračne luke Zagreb te što se očekuje u budućnosti od niskobudžetnih aviokompanija. Velik je broj niskobudžetnih aviokompanija stoga će biti detaljno obrađene četiri aviokompanije: Ryanair, Easyjet, Tuifly i Wizz Air. Detaljnim proučavanjem internetskih stranica dobit će se podatci potrebni za završni rad. Radom se želi ukazati na učinkovitost niskobudžetnih avionskih kompanija na turizam te obrazložiti činjenicu da cijena nije uvijek pokazatelj kvalitete koja se pruža.

2.POSLOVANJE UGOSTITELJSKIH PODUZEĆA

Turizam predstavlja jednu od najznačajnijih gospodarskih grana koja doprinosi promicanju gospodarskog rasta neke zemlje. Ugostiteljstvo kao jedno od najzastupljenijih turističkih djelatnosti obuhvaća pripremu i pružanje usluga smještaja, hrane i pića, a ugostiteljske usluge pružaju se u ugostiteljskim objektima. Osim navedenih osnovnih usluga, ugostiteljska poduzeća pružaju i određene sporedne i pomoćne usluge koje su prikazane na slici br.1.Ugostiteljska poduzeća postaju sve više rasprostranjena jer poduzetnici uočavaju značaj za razvoj turizma i mogućnosti povećanja dolaska većeg broja turista. Suvremeno ugostiteljstvo koristi se dostignućima znanosti, tehnike i tehnologije i tako ulazi u proces ubrzanih promjena, posebno na području novih tehnologija, tehnike poslovanja i ugostiteljskog menadžmenta. Istraživanje postojećeg stanja, unapređenje poslovanja, praćenje i proučavanje razvojnih trendova, istraživanje tržišta i edukacija kadrova neke su od bitnih čimbenika koji utječu na razvoj poslovanja poduzeća[1]. Turistička kretanja u svijetu ukazuju na sve veću potrebu za prilagođavanjem ugostiteljske ponude sve većim zahtjevima potražnje potrošača. Podjela ugostiteljskih poduzeća se odnosi na podjelu prema vrsti usluga i tehnološkog procesa rada (hotelijerstvo i restoraterstvo), vrsti ugostiteljskih potrošača (opće i turističko), vremenskom razdoblju obavljanja djelatnosti (stalno i sezonsko poslovanje), dužine boravka gostiju (prolazno i pansionsko), mjesta pružanja usluga (stacionarno i pokretno), komercijalnosti poslovanja (komercijalni i nekomercijalni) i prema vlasništvu (državno, privatno i mješovito).

[1]Galičić, V. (2012.): Uvod u ugostiteljstvo, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, str. 46

Slika 1. Ugostiteljske usluge

OSNOVNE	SPOREDNE	POMOĆNE
Usluge smještaja	Prijem i ispraćaj gostiju	Održavanje ugostiteljskih objekata i opreme
Usluge prehrane	Prijenos stvari i prijevoz osoba	Održavanje okoliša ugostiteljskih objekata
Usluge pića	Davanje obavijesti	Pranje, peglanje ugostiteljskog rublja
	Primanje i otpremanje pošte	Pekarske usluge
	Čuvanje vrijednosti gostiju	Usluge pripreme mesa, povrća i dr.
	Čišćenje odjeće i obuće	Usluge garažiranja i popravak automobila gostiju
	Prodaja roba i predmeta	
	Sportske, zabavne, usluge animacije i dr.	
	Pružanje frizerskih, brijačkih, zdravstvenih usluga i dr.	

Izvor: Ekonomika ugostiteljstva, https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/336bf151d59118c7a345bff1aa29609951.pdf

2.1. Menadžment u ugostiteljstvu

Ugostiteljska poduzeća se trebaju što prije prilagoditi novim načelima te implementirati nove menadžerske trendove u cilju što djelotvornijeg uklapanja u međunarodne gospodarske tokove.[2] Da bi se menadžment uspješno nosio sa izazovima koje donosi tržište bitno je da dobro poznaje tehnologiju, ima sposobnost vođenja u dinamičnim i nepredvidivim okolnostima te da upravlja ljudskim potencijalima koji posjeduju različite potencijale. Svaki menadžer koji želi biti uspješan treba stvarati motivatore koji pokreću ljude na ugostiteljsku potrošnju. Niskobudžetne aviokompanije su ključan faktor koji utječe na odluku potrošača da posjete određenu destinaciju. U suvremenom društvu upravo je postizanje višeg stupnja kvalitete usluga glavni motiv povezivanja i suradnje koja proizlazi iz povezivanja različitih elemenata u lancu usluga.

[2]Galičić, V. (2012.): Uvod u ugostiteljstvo, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, str. 256

2.2. Međudjelovanje niskobudžetnih aviokompanija i ugostiteljskih poduzeća

Suradnja između poslovnih subjekata se smatra drugom najboljom opcijom za povećanje konkurentskih sposobnosti, a prva je svakako samostalan prodor na tržište temeljem konkurentske prednost. [3] Niskobudžetne aviokompanije formirajuputničke aranžmane vezane za kružna putovanja. To omogućuje putniku da posjeti veći broj gradova u jednoj turističkoj turi i upozna različitu kulturu, običaje, gastronomiju i povijest pojedine turističke destinacije. Cijena leta sa niskobudžetnim avioprijevoznicima je povoljna, odnosno primjerena potrošačkim mogućnostima. Gledajući globalno, zračni promet jedna je od gospodarskih grana koja se tehnološki brzo razvija. Elementi koji pospješuju takav razvoj ogledavaju se prvenstveno u razvoju informatike i telekomunikacijskih sustava te razvoju modernih zrakoplovnih motora koji smanjuju potrošnjugoriva, a povećavaju dolet i brzinu leta.Tehnologija je bitan čimbenik suradnje aviokompanija i ugostiteljskih poduzeća jer omogućuje veću fleksibilnost putnika, odnosno postoji mogućnost da se rezervira prenoćište ujedno sa rezervacijom leta.Povezanost prometa i turizma proizlazi iz same definicije turizma u kojoj se ističe postavka "putovanje izvan mjesta stalnog boravka", a upravo promet omogućava turistima komunikaciju, upoznavanje i otkrivanje novih područja, stjecanje novih saznanja te stvaranje i proširivanje spoznaja“ (Goleš, 2017: 27).

[3] https://repository.fthm.uniri.hr/islandora/object/fthm%3A1737/datastream/FILE0/view

3.NISKOBUDŽETNE AVIONSKE KOMPANIJE

Niskobudžetne aviokompanije zasnovane su na principima formiranja cijena temeljem ostvarivanja nižih troškova prijevoza, što je ujedno i doslovno značenje formiranog izraza uvriježenog u turističku terminologiju (eng.) low-cost. Budući da je njihov cilj smanjenje troškova, da bi prevezli velik broj putnika postavljaju veći broj sjedala u putničkoj kabini, lete sa aerodroma na kojima su niske takse i na najprofitabilnijim linijama te na svojim letovima ne služe besplatna jela i pića.Karte se prodaju putem interneta ili call centra. Idealno vrijeme za putovanje ovim kompanijama su zima i proljetni mjeseci kad je cijena karte niža i od 10 eura. Najpoznatiji niskobudžetni prijevoznici su Ryanair, Easyjet, Tuifly, Eurowings i Wizz Air. Niskotarifne kompanije štede na troškovima koristećipoint-to-point model prijevoza koji se sastoji od direktnih letova do odredišne rute.[4] Njihovo stalno poslovanje usmjereno je na ukidanje linija od kojih nema značajnog profita i stvaranje novih. Svoje poslovanje kompanije će morati mijenjati s vremenom jer se s vremenom sve mijenja i pronalaze se novi načini zadovoljavanja želja i potreba kupaca. Osoblje ovih kompanija ima jednaku plaću te profesionalnost kao i osoblje u konvencionalnim aviokompanijama. Najveća ušteda tih kompanija je zapošljavanje manjeg broja radnika tj. ovakve kompanije nemaju velik broj radnika u velikim gradovima. Za kupnju karata u ovakvim kompanijama preporuča se 3-6 mjeseci prije polaska na putovanje jer je promotivna aktivnost u začetku manje učinkovita. Rezervacija aviokarata može se izvršiti najkasnije 4 sata prije polaska kada se rezervacijaobavlja internetskim putem te 2 sata prije polaska za telefonske rezervacije.Pri rezervaciji karata postoje dobne skupine za plaćanje. Takav način poslovanja najviše ovisi o načinu poslovanja kompanije. Kompanija sama određuje cijenu karte koju plaća određena skupina kao što je to praksa i u cestovnom i vodenom prometu. U većini kompanija odraslim se smatraju putnici iznad dvanaeste godine života. U RH osim u Zagreb,niskobudžetne aviokompanije slijeću i u Split, Rijeku, Pulu, Zadar i Dubrovnik. Jedna od najvažnijih prijevoznika iz područja niskobudžetnih

[4]http://www.aviokarta.net/aviokompanije/164-lowcost-aviokompanije/

aviokompanija za područje RH je EasyJet.[5] Ta kompanije je u posljednje vrijeme uvela najveći broj linija u Hrvatsku.

3.1. Ryanair

Ryanair je jedna od najpoznatijih i najvećih niskobudžetnih aviokompanija u Europi koja dolazi iz Irske.[6] S obzirom na to može se zaključiti da za održavanje dobrog položaja koristi najbolje načine poslovanja tj. istražuje potencijalne konkurente te pronalazi način za njihovo suzbijanje izdavanjem npr. nižih cijena karata,boljim uslugama tijekom leta i stručnim zaposlenicima. Velik broj dnevnih letova, novi zrakoplovi, velik broj korisnika te profesionalni zaposlenici (više od 10000 visokokvalificiranih zrakoplovnih profesionalaca) bitna su obilježja koja utječu na razvoj poslovanja Ryanair kompanije.[7] Ryanair je pokrenut davne 1985.godine od strane obitelji Ryan s temeljnim kapitalom od 1 dolar te 25 zaposlenika. U toj prvoj godini rada Ryanair je prevezao 82000 putnika i time postao konkurencija drugim niskobudžetnim aviokompanijama. Ova kompanija posjeduje sjedišta u Dublinu i Londonu. Zbog povećanog doprinosa u najprometnije zračne luke Dublin i London (19% veća godišnja dobit) one su postale glavna sjedišta Ryanair-a jer se na tim zračnim lukama ostvarivao najveći broj putnika. U RH ova kompanija formira letove iz Rijeke, Zadra, Pule, a od 2014.godine i iz Osijeka.Prosječan godišnji promet ove kompanije je oko 50 milijuna putnika.[8] Za širenje ove kompanije značajno je i otvaranje europskog tržišta te razvoj interneta i tehnologije. Prosječna cijena karte je oko 47 eura. Od 2014. godine uz baze u Dublinu i Londonu otvorene su i baze u Bratislavi, Kölnu, Gdansku, Glasgow-u i Varšavi.[9] Otvaranjem europskog tržišta otvorile su se brojne mogućnosti za poslovanje svih prometnih grana pa tako i u zračnom prometu. Ryanair koristi samo zrakoplove Boeing 737-800. Ta flota pomaže u smanjenju troškova i povećanju sigurnosnih

---

[5] https://airport-pula.hr/en/easyjet-nastavlja-investirati-u-hrvatsku/

[6] https://www.google.com/search?sxsrf=ACYBGNQXsbwzimKbe7lxv-oUyk1ZqjEVJw%3A1568649736941&ei=CLJ_XeGLOY3fwQKqpqboDw&q=ryanair&oq=ryanair&gs_l=psy-ab.3..0l10.3325.5257..6206...1.2..0.129.779.0j7.....0....1..gws-wiz.....0i71j0i19j0i22i30i19.fP0ATyUROYM&ved=0ahUKEwjhr-PS29XkAhWNb1AKHSqTCf0Q4dUDCAs&uact=5

[7] https://www.ryanair.com/hr/en/useful-info/about-ryanair/about_us

[8] http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0350-0373/2011/0350-03731103109P.pdf

[9] http://corporate.ryanair.com/about-us/history-of-ryanair/

standarda. Ryanair trenutno ima preko 300 zrakoplova koji se prosječno mogu koristiti 5,5 godina. Tvrtka je naručila 183 zrakoplova Boeing 737-800 i još 100 zrakoplova Boeing 737 MAX 200. Do 2024. Ryanair će imati preko 520 zrakoplova u pogonu i moći će prevesti 160 milijuna putnika godišnje.[10] U razdoblju od 2018.-2019. godine Ryanair je preuzeo 75% udjela u austrijskoj aviokompaniji Laudamotion koja je u Austriji i Njemačkoj otvorila baze leteći zrakoplovima Airbus. Sestrinska firma, Ryanair Sun nastavila je rasti s 5 zrakoplova koji su obavljali čarter letove iz Poljske prema Sredozemlju. Ryanairje pokrenuo politiku zaštite okoliša, u kojoj se zalaže za uklanjanje svih plastičnih materijala koji se ne mogu reciklirati u sljedećih pet godina (bez plastike do 2023.). Ryanair je također odlučio uvesti nove baze u Londonu Southend, Marseille i Bordeaux i pokrenuti nove letove za Ukrajinu, Bosnu i Hercegovinu, Jordan i Tursku.[11] Ryanair ima minimalnu potrošnju goriva pri transportu putnika što ukazuje na to da je ta niskobudžetna avionska kompanija više ekološki osviještena od ostalih i da na taj način štedi pri transportu.



Slika 2. Ekološki osviještena kompanija

3.2. EasyJet

EasyJet je osnovana u Velikoj Britaniji sa sjedištem na aerodromu Luton izvan grada Londona. Tvrtku je 1995. godine osnovao SteliosHaji-Ioannou. Tvrtka posluje u sklopu grupe easyGroup i ima više od dvije stotine redovnih letova za više od 130 odredišta. Niskobudžetne aviokompanije slijeću na manje frekventne zračne luke gdje su manje dostupne konvencionalne aviokompanije. EasyJet koristi tri različite strategije od kojih se prva odnosi na to da ne nudi last-minute ponude, druga da nudi jedinstvenu klasu i omogućava da cijena bude jedina varijabla koja kontrolira potražnju, i treća strategija govori o vremenu u kojem se karte prvi put nude na prodaju (trajanje prodaje). Prve dvije politike su u velikoj suprotnosti s tradicionalnim strategijama određivanja cijena

[10] https://www.ryanair.com/ro/ro/informatii-utile/despre-ryanair/flota-ryanair
[11] https://corporate.ryanair.com/about-us/history-of-ryanair/

zrakoplovnih kompanija. Mnoge zrakoplovne tvrtke nude last-minute ponude, bilo izravno ili putem prodavača. Drugo, kao bitno obilježje svih aviokompanija uzima se kontrola potražnje kojom se raspoređivanjem mjesta u različite klase, a ne nudeći jednu klasu formiraju cijene karata. U 2012.godini EasyJet pristupa Advisory Group,odnosno grupi koja pruža pomoć i pruža praktične savjete putnicima.[12]Upravo to je pomoglo da se ova kompanija proširi i postane poznata u svijetu jer sva putovanja u većini slučajeva polaze upravo od Advisory Group.[13]EasyJet raspolaže sa 142 aviona Airbus A319 i sa 50 aviona Airbus A320, koji su raspoređeni na dvadesetak baznih aerodroma širom Europe. Kapacitet A319 je 156 putnika, dok A320 može primiti 180 putnika. Mogućnost korištenja zrakoplovaiznosi 4,5 godine.[14] Avioni Airbus A320 su novijeg datuma dvije godine starosti). Putnici na easyJetovim letovima moraju se prijaviti (obaviti check-in) online ako žele izbjeći da im se naplati prijava u zračnoj luci. Online prijava otvara se 30 dana prije polijetanja i zatvara se 2 sata prije zakazanog vremena odlaska. Putnici se također mogu prijaviti putem aplikacije besplatno dostupne i na iPhoneu i Androidu. Oni koji koriste mobilnu aplikaciju za prijavu dobit će putničku kartu na mobilni uređaj.Putnici moraju platiti unaprijed prijavljenu prtljagu za let. Provjerena prtljaga na letovima easyJet mora imati kombiniranu dužinu, širinu i visinu od 275 cm, plus težinu manju od ukupne mase od 20 kg. Međutim, putnici mogu platiti više da mogu ponijeti veću prtljagu u avion. Trošak za to je još veći ako se ne plati prije dolaska u zračnu luku. EasyJet ostvaruje najveći broj putnika u Francuskoj, Italiji, Velikoj Britaniji, Njemačkoj, Švicarskoj i Španjolskoj, no svoje rute ima i u još nekoliko zemalja gdje ostvaruje znatno manji broj putnika. Taj pokazatelj nije značajan samo za ovu kompanije, većina kompanija ostvaruje najveći broj putnika u ovim zemljama jer su to zemlje s većom kupovnom moći.

[12]http://www.easyjet.com/en/policy/accessibility
[13]https://advisory-group.com/
[14]https://www.aviokarta.net/easyjet/flota/

Slika 3. Postotak EasyJet putnika



Izvor: https://careers.easyjet.com/central-teams

3.3. TUI fly

TUI fly je druga belgijska zrakoplovna kompanija po veličini s najmlađom i najmodernijom flotom. Tvrtka ima preko 200 ruta te slijeće na više od 120 zračnih luka.TUI fly je tvrtka čije se poslovanje poboljšava iz godine u godinu, a o tome svjedoči činjenica da je u 2018.godini prevezeno više od 7,1 milijuna putnika. Tvrtka posluje na temelju jednostavnog koncepta, ako putnik ima vlastiti smještaj u inozemstvu ili putuje iz poslovnih razloga može kupiti kartu po vrlo niskoj cijeni. Sjedište ove kompanije je u Hannoveru i ima baze na još nekoliko zračnih luka u Njemačkoj. Nastala je spajanjem Hapag-Lloyd Express i Hapagfly 2007.godine tijekom ljeta, no ti brendovi danas više nisu u funkciji.[15]TUI fly osnovan je krajem 2003. godine, a prvih pet aviona uzletilo jeu ožujku 2004. Tvrtka je dio TUI grupe, najveće turističke grupacije. [16]

[15]http://jeftinoputovati.com/niskotarifne-kompanije/tuifly/
[16]https://www.tuigroup.com/en-en/about-us

Putniku se na dugim putovanjima nudi osobni zabavni sustav naslona sjedala, prepun filmova i TV emisija kako bi putniku osigurali bezbrižno putovanje.[17] TUIfly leti na mjesta diljem Sredozemlja, Kanarskih otoka, Madeire i Egipta za TUI i druge turoperatore. TUI fly aviokompanija ima svoju web stranicu putem koje pruža mogućnost pronalaska hotela i najma automobila po niskim cijenama za vrijeme boravka u određenoj turističkoj destinaciji. TUI fly nudi visoku kvalitetu po povoljnim cijenama te se zalaže za pouzdanost,točnost i sigurnost. TUI fly slijeće na aerodrome u Rijeci, Dubrovniku, Splitu, Puli, Zagrebu i Zadru i time nudi velik broj zračnih veza s Njemačkom. S obzirom na to da se postotak prevezenih putnika nije previše povećavao,ova kompanija je pripojena kompaniji Air-Berlin.[18]

Slika 4. Matrica flota TUI fly aviokompanije

Aircraft Type	Current	Future [2]	Historic	Avg. Age	Total
Airbus A319	1			15.8 Years	1
Airbus A321	1			17.9 Years	1
Boeing 737	36	6	63	10.9 Years	105
Boeing 767			3		3
Total	38	6	66	11.2 Years	110

Izvor: Fleet matrix, https://www.planespotters.net/airline/TUIfly

3.4. Wizz Air

Wizz Air je niskobudžetna aviokompanija koja je pokrenutana temelju profesionalne stručnosti pojedinaca te je pokrenuta u lipnju 2003. godine. Nakon samo tri mjeseca tvrtka je bila registrirana i spremna za let. Prvi let je

[17] https://www.google.com/search?q=What+airlines+TUI+use%3F&sa=X&ved=2ahUKEwisnpiVw8nkAhXn-yoKHUX1CpsQzmd6BAgQEAo&biw=1424&bih=779
[18] http://jeftinoputovati.com/niskotarifne-kompanije/tuifly/

zabilježen 19. svibnja 2006. godine iz Katowica.Wizz Air ima u ponudi preko 600 ruta na kojima leti iz svojih 25 baza.[19] Nakon 10 godina uspješnog poslovanja, Wizz Air je postala jedna od najvećih niskobudžetnih aviokompanija Srednje i Istočne Europe. Tvrtka se trenutno nalazi na LSE-u[20] pod imenom Wizz i zapošljava više od 3000 ljudi.Wizz Air je 11. svibnja 2015. godine proslavio 11. obljetnicu postojanja te je najavljen novi zrakoplov. Broj putnika u kolovozu 2018. godine porastao je za 16% nakon što su dodane nove rute za Ukrajinu, Gruziju, Veliku Britaniju i Austriju, te je brojčano zabilježeno 4,03 milijuna putnika[21].Wizz Air je 04. lipnja 2018. godine dobio svoj stoti zrakoplov u floti, Airbus A321 s kapacitetom od 230 sjedala.[22] Niskobudžetna aviokompanija Wizz Air je tvrtka koja ima avione s najmanjom prosječnom starošću od 5,43 godine. Trenutno ima najmoderniju flotu aviona tipa Airbus A320. Nove avione održava Lufthansa Technik[23] i time omogućava kompaniji održavanje visokog standarda usluge za putnike. Wizz Air slijeće na više zračnih luka, odnosno na primarne, sekundarne i regionalne pružajući pri tome visoku uslugu kupcima za niske troškove.

[19] https://wizzair.com/en-gb/information-and-services/about-us/company-information
[20] https://www.londonstockexchange.com/exchange/prices-and-markets/stocks/summary/company-summary/JE00BN574F90JEGBXSTMM.html
[21] https://www.lse.co.uk/news/WIZZ/wizz-air-august-passenger-number-soar-16-vst10kp8pb36pm8.html
[22] https://avioradar.hr/index.php/hr/svijet/1281-pregled-novosti-iz-svijeta-u-2018-godini
[23] https://www.lufthansa-technik.com/

Motori nove generacije aviona tipa Airbus A321neo i ekonomičan dizajn kabine donose uštedu u gorivu od 20 posto. Model A321neo nudi velike ekološke prednosti, kao što su smanjenje buke od blizu 50 posto i 50 posto manju emisiju dušikova-monoksida. [24]

Slika 5. Stoti zrakoplov Airbus A321 sa posebnim bojama



Izvor: Pregled novosti iz svijeta u 2018.godini, https://avioradar.hr/index.php/hr/svijet/1281-pregled-novosti-iz-svijeta-u-2018-godini

[24] https://www.aviatica.rs/wizz-air-ima-jednu-od-najmladjih-flota-na-svetu/

4.Prednosti i nedostatci niskobudžetnih avionskih kompanija

Kao što svaka djelatnost, zanimanje, proizvod, usluga, ljudi imaju svoje prednosti i nedostatke tako ih imaju i niskobudžetne aviokompanije. Prednosti i nedostatci najčešće proizlaze iz iskustava ljudi jer let niskobudžetnih aviokompanija i njihovi prihodi ne bi bili mogući bez putnika pa su putnici značajan činitelj prihoda. Prednosti i nedostatci su značajan činitelj za pojedinca,tvrtku itd. jer pojedine prednosti potiču na poboljšanje kvalitete na veća ulaganja, trud,a samim time se ostvaruje i veći prihod. Nedostatci su također korisni jer se mogu sagledati određene nepravilnosti te ih je moguće ispraviti. Da bi se spriječilo potencijalno nezadovoljstvo potrošača uslugama, postoje odjeli u tvrtkama koji se bave kontrolama kvalitete usluga te implementiranjem suvremenih usluga i tehnologija kako bi se zadovoljili zahtjevi potrošača. Ključ uspjeha pojedine tvrtke je u praćenju novih trendova te njihovu implementiranju, u suprotnom tvrtka gubi svoju visoku poziciju na tržištu.

4.1. Prednosti

Većina zrakoplova niskobudžetnih aviokompanija je izrađena tako daomogući prijevoz većeg broja putnika, stoga se u zrakoplovima nalazi velik broj sjedala što rezultira većom iskorištenosti zrakoplova i manjim brojem posade. Niskobudžetne aviokompanije kao i konvencionalne aviokompanije moraju podmiriti troškove održavanja,osiguranja,aerodroma i goriva no lakše im je podmiriti te troškove upravo zbog većeg kapaciteta aviona. Održavanje je također olakšano zbog toga što niskobudžetne aviokompanije posjeduju avione samo jednog tipa ili flotu svode na manji broj različitih modela.[25] Tako se smanjuju troškovi obuke radnika jer su radnici stekli iskustvo na jednom modelu aviona. Još jedna od prednosti ovih kompanija je ta što rade outsourcing[26], prepuštaju određeni posao vanjskoj tvrtki za određenu naknadu,imaju manji broj zaposlenih,opreme, te svoje prostore iznajmljuju u svrhu poslovnog ureda tj. prostorije. Činjenice je da je najveća ušteda niskobudžetnih aviokompanija u administraciji,proviziji,rezervaciji i prodaji. Broj radnika je na minimumu stoga nemaju velik teret pri raspodjeli plaća,nemaju određene posrednike pri

[25] http://www.aviokarta.net/aviokompanije/164-lowcost-aviokompanije/
[26] https://www.moj-posao.net/Vijest/60807/Outsourcing-sto-je-i-zasto-se-koristi/

obavljanju djelatnosti, a samim time nemaju obvezu isplate provizija. Rezervacija i prodaja se obavljaju najčešće putem interneta ili telefonskim putem(najviše putem interneta). Rezervacija i prodaja aviokarata putem interneta jedna je od glavnih pogodnosti koje pružaju niskobudžetne aviokompanije jer se automatski dobiva potvrda na e-mail da se obavila rezervacija te se dobivaju dodatne informacije o letu, a tako i telefonskim putem. Niskobudžetne aviokompanije uvijek putuju jednom rutom point to point [27] odnosno od početne do završne točke bez presjedanja i kružnog letenja.[28] Taj način putovanja smanjuje putnicima stres i u potpunosti su sigurni da nemaju nikakvih dodatnih obveza vezanih za putovanje. Piloti i kabinsko osoblje podjednako su plaćeni kako oni kod konvencionalnih aviokompanija. Niskobudžetne aviokompanije najčešće tijekom putovanja nude in-flight časopise koji su besplatni kako bi putnicima osigurali što bezbrižniji put. Niskobudžetne aviokompanije posjeduju program nagrađivanja lojalnih putnika,što znači da redovnim putnicima daju određene pogodnosti tijekom putovanja. Što je najvažnije od svega,niskobudžetne aviokompanije su kao i klasične aviokompanije regulirane od strane nadležnih svjetskih i lokalnih institucija te su jednako sigurne kao klasične aviokompanije. Zadržavanje aviona na pojedinim aerodromima je svedeno na minimum i stoga postoji velik broj dnevnih letova. Početna cijena leta je niska i omogućuje veliku uštedu. Na sljedećoj slici je prikazan način uštede niskobudžetnih aviokompanija i njihova produktivnost.

[27] https://www.aviokarta.net/lowcost-aviokompanije/
[28] http://www.aviokarta.net/aviokompanije/164-lowcost-aviokompanije/

Slika 6. Produktivnost i ušteda niskobudžetnih aviokompanija



Izvor: Pravila običnih i low-cost aviokompanija, https://www.jutarnji.hr/life/pravila-obicnih-i-low-cost-kompanija/8283389/, Lana Mindoljević

4.2. Nedostatci

Iako su niskobudžetne aviokompanije vrlo razvijene i imaju dobre kvalitete na što najbolje ukazuje velik broj putnika koji se koriste ovim oblikom prijevoza, ove kompanije imaju i određene negativne strane. S obzirom na to da niskobudžetne aviokompanije posjeduju avione s velikim brojem sjedala i tako imaju velik broj putnika,taj čimbenik govori i o tome da je to ujedno i nedostatak jer putnik nema dovoljno prostora. Usluga tokom leta je ogromna zarada niskobudžetnim aviokompanijama, no nedostatak za putnike jer si putnici sami moraju kupiti hranu i piće, a cijene prehrambenih proizvoda su veoma visoke. Ne postoji zabava u vidu ugrađenih elektronskih uređaja, no pojavila se mogućnost iznajmljivanja iPod-a kojeg je također potrebno dodatno platiti. Potrebno je prije putovanja točno naznačiti veličinu ručne prtljage (uobičajeno je besplatna), a ako odstupanje iznosi i jedan centimetar postoji mogućnost da će se putniku prtljaga naplatiti i bit će odložena u dio za prtljagu. Općenito, prtljagu je potrebno dodatno platiti i ona nije uračunata u cijenu karte. U plaćanju prtljage postoje također određena pravila jer su različite cijene za prtljagu ako se ona prijavljuje pri kupnji karte putem interneta, kasnije putem call centra i prije samog putovanja.[29] Niskobudžetne aviokompanije imaju veoma razrađena pravila za putovanje dostupna na internetu što putnicima omogućuje lakši uvid. Nezadovoljni putnici su zasigurno oni koji nisu upoznati s pravilima ovakvih kompanija pa ih iznenadi određena nadoknada za prtljagu, hranu itd. Niskobudžetne aviokompanije u većinskislijeću na manje zračne luke što stvara dodatan trošak određenim putnicima jer moraju platiti određeni tip javnog prijevoza kako bi došli do odredišta. U budućnosti bi nedostatak mogao proizaći iz velikog broja kompanija koje se neprestano razvijaju; neće biti dovoljno putnika za sve kompanije pa će se određene kompanije morati zatvoriti.

[29] http://www.aviokarta.net/aviokompanije/164-lowcost-aviokompanije/

5. JeftinoPutovati.com

Blog je pokrenut zahvaljujući ljubavi prema putovanju novinara Luke Ljubičića. Na taj način želio je promovirati sebe kao osobu te se tako razviti i pokrenuti nekakav posao, a samim time omogućiti ljudima koji su u slabijem financijskom stanju da si mogu omogućiti putovanje avionom. Zahvaljujući stalnom pristupu blogu, blog je 2007.postao mjesto za ozbiljan rad i širenje informacija vezanih za putovanja. Blog se proširio i na facebook stranicu te tamo nudi online informacije koje nudi i upravo na ovoj stranici,a one se odnose na cijene redovnih aviokarata te na cijene karata niskobudžetnih prijevoznika,organizaciju putovanja i brojne druge informacije vezane za putovanje. Osnovao je i program uštede uz Jeftinoputovati u kojem su također naglašene pogodnosti tj. niski troškovi putovanja. Ovaj portal stekao je 2012.godine status Superbrands partnera zbog ostvarenog broja posjetitelja i korisnika bloga te uloženog truda u dokazivanje kulture putovanja. Ta mu je značajka zasigurno osigurala neupitno širenje na tržištu jer Superbrands označuje međunarodnu organizaciju koja predstavlja svjetskog vođu koji ne ovisi o nikome u području određenih marki proizvoda. Odluku o primanju u organizaciju donijeli su timovi iz medija, marketinga, komunikacija i industrije.

6. Utjecaj niskobudžetnih aviokompanija na turizam

Pojava niskobudžetnih aviokompanija značajno utječe na rast i razvoj cjelokupnog svjetskog turizma. Takav način poslovanja utjecao je na stupanj korištenja zračnog prometa. Podatci govore da raste broj korisnika niskotarifnih zrakoplovnih prijevoznika, pri čemu valja naglasiti već istaknutu činjenicu kako su većina korisnika njihovih usluga u svijetu turisti.Putnici koji kupuju jeftine karte uglavnom se odlučuju za hotele srednje kategorije. Također, putnici najčešće nisu veliki izvanpansionski potrošači, pa treba inzistirati na otvaranju hotela s dvije ili tri zvjezdice. EasyJet je primjer aviokompanije koja je svoj uspjeh kao zrakoplovna tvrtka odlučila pokazati kroz otvaranje hotela Easy hotel, odnosno Budget hotela i restorana. Tvrtka je odlučila pokrenuti još jedan posao na način da onaj tko rezervira određeni stol u restoranu putem interneta dobiva 50% popusta na cjelokupni račun te time potrošačima pružaju dodatnu ponudu i određenu stimulaciju, a sebi osiguravaju zaradu. Jeftiniji zračni prijevoz pruža mogućnost ekonomskog i društvenog razvoja te preobrazbe određene regije. Cjelogodišnja usluga omogućuje razvoj turizma, ali i poslovnih djelatnosti, jeftinija putovanja poslovnih ljudi, nove lokacije tvrtki, zapošljavanje lokalnog stanovništva, kako u zračnim lukama tako i u sektoru vezanom uz turizam, trgovinu, ugostiteljstvo itd. Letovi koji su dostupni cijelu godinu omogućuju razvoj turističke ponude te svojom rasprostranjenošću ukazuju na jednostavnost da određenu destinaciju turist posjeti bez velikih troškova. Ponude svojih putovanja aviokompanije sve više žele približiti ljudima te su uveli mogućnost online rezervacije leta kako bi putniku ukazali na efikasnost, fleksibilnost i ozbiljnost poslovanja koju nude kao kompanija. Razvoj niskobudžetnih aviokompanija pridonosi razvoju turističkih djelatnosti zbog povećanog broja stranih turista te se razvijaju citybreak[30] aranžmani koji su posebno prisutni kad su putovanja jeftina. Poznata je činjenica da niskobudžetne aviokompanije trenutno prevoze više od jedne trećine putnika te da će njihov trend stalno rasti jer doprinose kontinuiranom porastu turizma. Danas Hrvatska ima mnogo potencijala za brz razvoj turizma i ugostiteljstva koji su glavni čimbenici podmirenja turističkih potreba. Kod poslovanja

[30] http://hotspots.net.hr/2013/11/city-break-turizam-u-stalnom-porastu/

niskobudžetnih aviokompanija velik je broj različitih konkurentskih strategija, jer se aktivnosti svakog poduzeća prilagođavaju internim okolnostima i industrijskom okruženju. Menadžeri sagledavaju različite tržišne uvjete te način kako najbolje prilagoditi strategiju tim uvjetima. Menadžeri imaju različita razmišljanja o metodama za upravljanje konkurentima. Upravo zbog takvih razloga, postoje različiti pristupi konkurentskim strategijama od kojih low-cost strategija i lanac vrijednosti[31]predstavljaju polazne strategije u niskotarifnom zračnom prijevozu putnika.

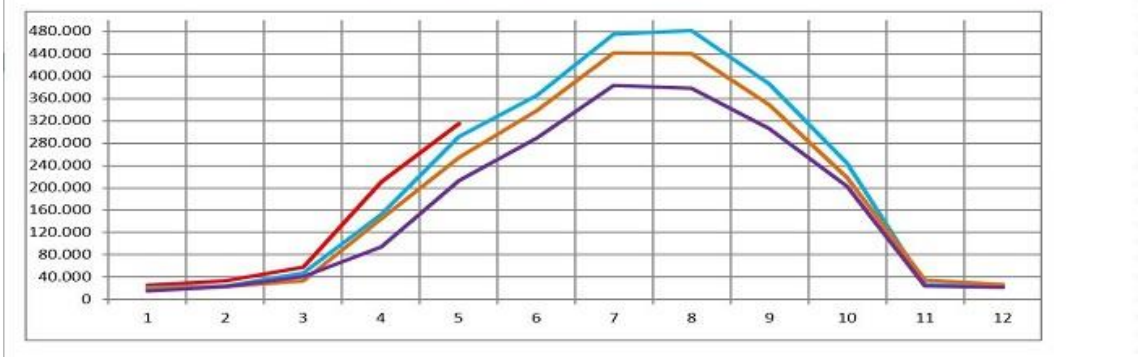
6.1 Utjecaj na hrvatski turizam

Niskobudžetne aviokompanije su uvelike utjecale na rast turizma u Hrvatskoj. U svim zračnim lukama prevladavaju niskobudžetni i čarter zrakoplovni prijevoznici koji su sveprisutni u vrijeme turističke sezone, a posebno u srpnju i kolovozu za vrijeme turističke sezone. Posebno se ističu zračne luke Rijeka i Zadar s izrazitom orijentacijom na niskotarifne prijevoznike uz znatniji rast putničkog prometa niskotarifnih zrakoplovnih prijevoznika u Zadru. Navedene zračne luke su primijetile doprinos koji za turizam donose niskobudžetne aviokompanije te su odlučile sve više ulaganja usmjeriti na stvaranje čvrstih poslovnih odnosa s navedenim aviokompanijama. U zračnim lukama Dubrovnik i Split niskotarifni zračni prijevoz je u znatnijem porastu tijekom ljetne turističke sezone kad je broj putnika desetak puta veći nego u zimskim mjesecima. Zračna luka Pula u svojem poslovanju izrazitije je orijentirana na čarter zrakoplovne prijevoznike. Niskobudžetne avionske kompanije označavaju potencijalan porast broja turista te njihov cjelogodišnji dolazak. Navedene činjenice govore o važnosti poticanja rasta i razvoja ovih aviokompanija te o važnosti privlačenja istih na hrvatske zračne luke. Na sljedećem grafikonu bit će prikazan broj putnika u zračnoj luci Dubrovnik kao jednoj od najskupljih turističkih destinacija u Hrvatskoj.

[31]Krajnović, A., Nekić, N., Bolfek, B. (2014) Low-cost strategija u zračnom prijevozu putnika

Grafikon 1.: Kretanje ukupnog broja dolaznih putnika po mjesecima u zračnoj luci Dubrovnik po mjesecima u 2016., 2017., 2018. i 2019. godini

Year	Siječanj january	Veljača februar	Ožujak march	Travanj april	Svibanj may	Lipanj june	Srpanj july	Kolovoz august	Rujan septemb	Listopad october	Studeni novemb	Prosinac decemb	TOTAL
2016	15.666	22.615	41.664	94.632	213.321	288.809	383.032	378.473	305.900	202.703	24.284	22.144	1.993.243
2017	19.329	22.813	33.834	143.920	253.928	338.729	442.122	440.789	348.749	218.088	34.090	26.674	2.323.065
2018	22.280	24.074	47.684	151.661	291.453	365.348	474.643	481.863	386.365	244.187	26.615	23.239	2.539.412
2019	26.323	33.765	57.880	210.803	315.037								643.808



Izvor: Statistika;mjesečni tijek putnika, https://www.airport-dubrovnik.hr/index.php/hr/o-nama/poslovne-informacije/statistika

Udio korištenja zrakoplova za dolazak turistau Primorsku Hrvatsku iznosi oko 8%zbogpovezanosti zračnih luka i pristaništa niskotarifnim zračnim prometom. Bitno je naglasiti činjenicu da danas svaki drugi turist na putovanje odlazi koristeći se uslugama niskobudžetnih prijevoznika. Utjecaj niskobudžetnih aviokompanija je manje prisutan u zračnim lukama Zagreb i Split gdje većinom prevladavaju konvencionalne aviokompanije zbog činjenice da su to dva najveća hrvatska grada te je nedopustivo da u potpunosti preuzmu tržište niskobudžetne aviokompanije.

7. Niskobudžetne aviokompanije u Hrvatskoj

Potpuna liberalizacija zračnog prometa utjecala je na slobodu kabotaže.[32] Liberalizacija zračnog prometa stupila je na snagu 1. srpnja 1997. godine, te se od te godine u potpunosti počeo pojavljivati niskobudžetni avionski prijevoz u Hrvatskoj. Činjenica koja kaže da je broj prevezenih putnika u predratnom razdoblju iznosio 5,5 milijuna putnika, a trenutan broj iznosi oko 5 milijuna govori o tome da se bez obzira na učestalost korištenja zračnog prometa kao trenutno uobičajenog oblika prijevoza aerodromski kapaciteti nedovoljno koriste. Konvencionalne aviokompanije konstantno bilježe pad broja prevezenih putnika što ujedno utječe na njihov opstanak i mogućnost razvoja u budućnosti. Potrebno je osigurati takvu mrežu zračnih ruta i ostalih tehnoloških i prometnih čimbenika koji bi utjecali na položaj hrvatskih aviokompanija na tržištu. Potrebno je uočiti i potrebu za razvojem zračnih luka prilagođenih ovakvim vrstama aviokompanija, te početi razvijati hrvatske niskobudžetne aviokompanije koje bi konkurirale postojećim. To je jedna od potencijalno racionalnih investicijskih ulaganja kojima bi Hrvatska kao jedna turistički poznata destinacija mogla doprinijeti još većem razvoju svojih potencijala i većem broju dolaska putnika.

[32] http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=29702

Slika 7. Top 10 niskobudžetnih aviokompanija prema udjelu sjedišta u 2016. i 2017. godini

	Airline	2016	2017
1.	Croatia Airlines	30%	27%
2.	easyJet	8%	10%
3.	Eurowings*	7%	9%
4.	Ryanair	6%	5%
5.	Norwegian	5%	5%
6.	Lufthansa	5%	5%
7.	Turkish Airlines	3%	3%
8.	Vueling	3%	3%
9.	Austrian	3%	3%
10.	Jet2.com	2%	3%
All others		28%	29%

Izvor: Croatia Airlines: Zagreb hub strength, but growing LCC competition & high CASK a challenge, https://centreforaviation.com/analysis/reports/croatia-airlines-zagreb-hub-strength-but-growing-lcc-competition--high-cask-a-challenge-357542

Pojava niskobudžetnih aviokompanija znači cjelogodišnji dolazak turista i porast broja njihova dolaska. Današnji udio korištenja zrakoplova za dolazak turista u Primorsku Hrvatsku od gotovo 8% postignut je zahvaljujući povezivanju zračnih luka i pristaništa niskobudžetnim zračnim prometom.

7.1.Utjecaj niskotarifnih aviokompanija na poslovanje Zračne luke Zagreb

Pojava i razvoj niskobudžetnih zrakoplovnih kompanija utjecali su na povećanje prometa u Zračnoj luci Zagreb. Prvi niskobudžetni prijevoznik u zračnoj luci Zagreb bio je Eurowingskoji je u prvoj fazi uveo linije za Stuttgart i Koln. Ako bi se analizirala zrakoplovna flota niskobudžetnih kompanija koje lete prema

Zagrebu može se utvrditi da je ona u obje kompanije sastavljena od zrakoplova Airbus 319 i Airbus 320.[33] Croatia Airlines posjeduje servisnu stanicu za popravak aviona što osigurava niskobudžetne aviokompanije sigurnima.U zračnoj luci Zagreb je uočena razlika u broju prevezenih putnika konvencionalnim aviokompanijama u odnosu na niskobudžetne aviokompanije te je utvrđeno da se od ukupnog broja prevezenih putnika 7-8% odnosi na putnike prevezene niskotarifnim zrakoplovnim kompanijama. Postotak je dosta visok te bi potencijalno mogao ugroziti stabilnost Croatia Airlines kompanije. Unatoč tome što je Zagreb manje turistički orijentiran grad te posluje s dvije niskobudžetne aviokompanije on ostvaruje velik postotak prijevoza putnika niskobudžetnim aviokompanijama. Na sljedećem grafikonu prikazan je broj prevezenih putnika u Zračnoj luci Zagreb. Broj putnika se iz godine u godinu povećava, te je bitno istaknuti činjenicu da u zračnu luku Zagreb slijeće minimalan broj niskobudžetnih aviokompanija, te su konvencionalne aviokompanije u stalnom usponu.

Slika 8. Broj prevezenih putnika u 2018. i 2019. godini zabilježen u Zračnoj luci Zagreb

	Broj putnika	
	2018	2019
Sijecanj	191.276	191.197
Veljaca	170.658	181.154
Ozujak	223.642	232.978
Travanj	253.843	280.790
Svibanj	300.676	311.368
Lipanj	331.533	336.618
Srpanj	379.308	366.242
Kolovoz	372.590	376.026
Rujan	345.770	
Listopad	318.074	
Studeni	234.075	
Prosinac	214.865	
Ukupno	3.336.310	2.276.373

Izvor: Statistika za 2019.godinu, http://www.zagreb-airport.hr/poslovni/b2b-223/statistika/statistika-za-2019-godinu/506

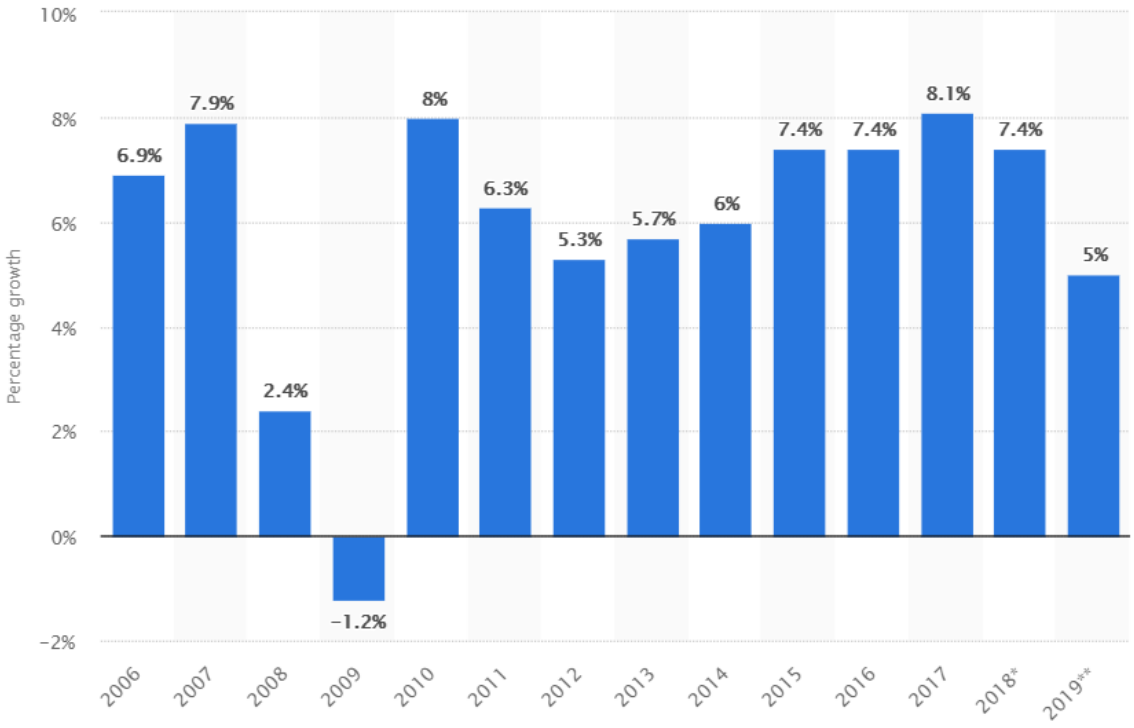
[33]https://www.croatiaairlines.com/hr/O-nama/Korporativne-informacije/flota/Airbus-A-319-100/

8. Budućnost niskobudžetnog zračnog prijevoza u Hrvatskoj i svijetu

Zrakoplovna industrija je jedna od vodećih industriji značajnih za globalnu povezanost. Upravo to nam ukazuje na potrebu što efikasnijeg razvoja aviokompanija koje su preduvjet svjetskog poslovanja. Prema prognozama Airbus-a za razdoblje 2009.-2028. godine, očekuje se rast globalnoga putničkog prometa u zračnom prometu po stopi od4,7% godišnje [34] . Za budućnost zračnog prometa u Republici Hrvatskoj bitna je modernizacija zračne navigacije i zrakoplovne flote. U svrhu ostvarivanja tih ciljeva potrebno je okrenuti se istraživanju, razvoju i zaštiti okoliša u suradnji s Vladom Republike Hrvatske u obliku posebnih fondova. Potrebno je što više pozornosti posvetiti primjeni inovacija te postizanju sukladnosti s novim tehnološkim standardima. Neke od strateških smjernica važnih za budućnost zračnog prometa u Hrvatskoj odnose se na modernizaciju dubrovačke zračne luke, prilagodbu zračnih luka zahtjevima sigurnosti i upravljanja, povećana briga za okoliš te unaprjeđenje pristupa zračnim lukama jer velik broj putnika do zračnih luka dolazi osobnim automobilom ili putem taxi službe. Istraživanja i nove ideje su sastavni dio uspješnih tvrtki kojim zadovoljavaju posebne skupine zahtjevnijih potrošača. Jedna od potencijalnih vrijednosti zrakoplova u budućnosti mogla bi se odnositi na ekološku osviještenost, te je stoga potrebno razvoj samih aviokompanija usmjeriti na ekološku osviještenost koja je trenutno aktualna. Zrakoplovni prijevoznici će u budućnosti sve više ulagati u fleksibilnost i prilagodljivu potražnju i veći broj zračnih ruta s prilagodljivim cijenama. Bitno je naglasiti da niskotarifni prijevoznici ostvaruju značajno veći udio u hrvatskoj od konvencionalnih kompanija. Glavna tržišta za niskobudžetne aviokompanije u Europi su Velika Britanija, Njemačka, Španjolska, Italija i Francuska, a prošlih godina najveći rast u zračnom prometu niskobudžetnih aviokompanija zabilježen je u Slovačkoj, Španjolskoj, Njemačkoj, Nizozemskoj i Turskoj, zatim u Mađarskoj Latviji, Poljskoj i Makedoniji, dok je Hrvatska svrstana u skupinu zemalja s umjerenijim napretkom zajedno s Velikom Britanijom, Češkom i

Grčkom, a jedine države u kojima je po podacima EUROCONTROL-a[35]došlo do pada su Danska, Belgija i Luksemburg. Iz godine u godinu raste broj niskobudžetnih aviokompanija čiju je poziciju moguće održati samo ukoliko se prate stalni zahtjevi potrošača i na zahtjeve se odgovara bolje od suparnika, odnosno konvencionalnih aviokompanija.

Grafikon 2. Prosječan rast broja putnika u zračnom prijevozu od 2016.-2019. godine



Izvor: Annual growth in global air traffic passenger demand from 2006 to 2019
https://www.statista.com/statistics/193533/growth-of-global-air-traffic-passenger-demand/

[35]https://www.eurocontrol.int/

9. ZAKLJUČAK

Razvoj prometa jedan je od presudnih čimbenika za razvoj turizma. Turizam neprestano potiče modernizaciju prometa kao presudnog čimbenika za razvoj i uspjeh pojedine turističke destinacije. Zrakoplovno okruženje u svim zemljama, a posebno u RH je sve dinamičnije i zahtjevnije. U Hrvatskoj se neprestano povećava broj niskobudžetnih aviokompanija koje nude različite mogućnosti i cijene, te posjet različitim turističkim destinacijama stvarajući pozitivnu sliku Hrvatske na međunarodnom tržištu. Zračni promet postaje sve značajniji oblik prijevoza s obzirom na brzinu kojom se obavlja transport putnika.Bez obzira na cijenu aviokarte, kako bi avionska kompanija ostvarila profit treba ulagati u svoje poslovanje na način da investira u opremu i infrastrukturu zračne luke, marketing te osmisli proizvode i usluge koje će privući potencijalne putnike. Avionske kompanije bi pri zadovoljavanju sve većih zahtjeva potencijalnih putnika glede zaštite okoliša, sigurnosti leta i sniženih troškova leta trebale započeti veću međusobnu suradnju zaposlenika u svim područjima zrakoplovstva te bi trebale u ostvarenje nauma uključiti i međunarodne institucije. Dakle, posebno mjesto u obavljanju zračnog prometa zauzimaju niskobudžetne aviokompanije. Njihova pojava značajno utječe na rast i razvoj cjelokupnoga svjetskog turizma. Strategija kojom niskobudžetne aviokompanije posluju utjecala je na povećanje stupnja korištenja zračnog prometa u svijetu. Prema statističkim podatcima raste broj prevezenih putnika, te je bitno naglasiti da veći broj čine turisti. Niskobudžetne aviokompanije osigurale su povećanje turističkog prometa u Hrvatskoj u posljednjih nekoliko godina. Promet definiramo kao utjecajni faktor u razvoju turizma svake zemlje. Zračni promet jenajmlađa prometna grana i od velike je važnosti u obavljanju turističkih prometnih tokova diljem svijeta. Zračni je promet zaslužan za razvoj međunarodnog turizma i svjetskog poslovanja. Dakle, bez prometa nema turizma i neprestano se treba boriti s konkurencijom i nuditi nešto novo, jer je formula za uspjeh na tržištu posvećenost jačanju učinkovitosti i konkurentske moći na tržištu.

10. LITERATURA

INTERNETSKE STRANICE

1. http://www.aviokarta.net/aviokompanije/164-lowcost-aviokompanije/, pristupljeno 08.08.2019.
2. https://www.ryanair.com/hr/en/useful-info/about-ryanair/about_us, pristupljeno 08.08.2019.
3. https://repository.fthm.uniri.hr/islandora/object/fthm%3A1737/datastream/FILE0/view, pristupljeno 26.08.2019.
4. https://www.ryanair.com/ro/ro/informatii-utile/despre-ryanair/flota-ryanair, pristupljeno 09.09.2019.
5. http://www.easyjet.com/en/policy/accessibility, pristupljeno 17.08.2019.
6. https://advisory-group.com/, pristupljeno 09.09.2019.
7. https://www.aviokarta.net/easyjet/flota/, pristupljeno 10.09.2019.
8. http://jeftinoputovati.com/niskotarifne-kompanije/tuifly/,pristupljeno 10.09.2019.
9. https://www.tuigroup.com/en-en/about-us, pristupljeno 10.09.2019.
10. https://www.google.com/search?q=What+airlines+TUI+use%3F&sa=X&ved=2ahUKEwisnpiVw8nkAhXn-yoKHUX1CpsQzmd6BAgQEAo&biw=1424&bih=779,pristupljeno 10.09.2019.
11. https://wizzair.com/en-gb/information-and-services/about-us/company-information, pristupljeno 12.09.2019.
12. https://www.londonstockexchange.com/exchange/prices-and-markets/stocks/summary/company-summary/JE00BN574F90JEGBXSTMM.html, pristupljeno 12.09.2019.
13. tps://www.lse.co.uk/news/WIZZ/wizz-air-august-passenger-number-soar-16-vst10kp8pb36pm8.html, pristupljeno 11.09.2019.
14. https://avioradar.hr/index.php/hr/svijet/1281-pregled-novosti-iz-svijeta-u-2018-godini, pristupljeno 13.09.2019.
15. https://www.lufthansa-technik.com/, pristupljeno 11.09.2019.
16. https://www.aviatica.rs/wizz-air-ima-jednu-od-najmladjih-flota-na-svetu/, pristupljeno 13.09.2019.
17. https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/336bf151d59118c7a345bff1aa29609951.pdf, pristupljeno 12.09.2019.
18. https://airport-pula.hr/en/easyjet-nastavlja-investirati-u-hrvatsku/, pristupljeno 12.09.2019.
19. http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0350-0373/2011/0350-03731103109P.pdf, pristupljeno 12.09.2019.
20. http://corporate.ryanair.com/about-us/history-of-ryanair/, pristupljeno 13.09.2019.
21. http://hotspots.net.hr/2013/11/city-break-turizam-u-stalnom-porastu/, pristupljeno 13.09.2019.
22. https://www.croatiaairlines.com/hr/O-nama/Korporativne-informacije/flota/Airbus-A-319-100/, pristupljeno 13.09.2019.
23. https://www.eurocontrol.int/, pristupljeno 14.09.2019.
24. https://www.moj-posao.net/Vijest/60807/Outsourcing-sto-je-i-zasto-se-koristi/, pristupljeno 14.09.2019.

KNJIGE

1. Galičić, V. (2012.): Uvod u ugostiteljstvo, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2012.
2. Galičić V. (2009.): Između ugostiteljstva i turizma, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2009.
3. Vuković I. (1999.): Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu, Dalmatina, d.o.o., Zagreb, 1999.
4. Čavleketal. (2011), Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, 2011.
5. Floričić T., Gržinić J. (2015.), Turoperatori i hotelijeri u suvremenom turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2015.

POPIS SLIKA

Slika br. 1. Ugostiteljske usluge (stranica br. 4)

Slika br. 2. Ekološki osviještena kompanija (stranica br. 8)

Slika br. 3. Postotak Easyjet putnika (stranica br. 10)

Slika br. 4. Matrica flota TUI fly aviokompanije (stranica br. 11)

Slika br. 5.Stoti zrakoplov Airbus A321 sa posebnim bojama (stranica br. 13)

Slika br. 6. Produktivnost i ušteda niskobudžetnih aviokompanija (stranica br. 16)

Slika br. 7. Top 10 niskobudžetnih aviokompanija prema udjelu sjedišta u 2016. i 2017. godini (stranica br.23)

Slika br. 8. Broj prevezenih putnika u 2018. i 2019. godini zabilježen u Zračnoj luci Zagreb (stranica br. 24)

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Kretanje ukupnog broja dolaznih putnika po mjesecima u zračnoj luci Dubrovnik po mjesecima u 2016., 2017., 2018. i 2019. godini

Grafikon 2. Prosječan rast broja putnika u zračnom prijevozu od 2016.-2019. godine