

НОВИТЕ РЕАЛНОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПЪТУВАНИЯ

доц. д-р Ирена Емилова

Нов български университет

Резюме: В настоящата статия се разглеждат въпросите, свързани с влиянието на круизната индустрия и нискотарифните авиокомпаниите върху моделите на туристически пътувания. Установява се връзката и взаимозависимостта между двата типа компании, като се извеждат техните основни предимства, които имат пряко значение за развитието на туризма. Отделя се място и на основните тенденции при туристическите пътувания с разглежданите видове транспорт.

Ключови думи: круизни пътувания, нискотарифни авиокомпаниите, модели на туристически пътувания, тенденции

NEW REALITIES IN TRAVEL AND TOURISM

Assoc. Prof. Irena Emilova, PhD

New Bulgarian University

Abstract: The article examines the issues related to the impact of cruise companies and low cost airlines on models of traveling. Establish the relationship and interdependence between both companies, displaying their main advantages that have direct relevance to the development of tourism. This article pay attention and the main trends in tourist trips with these two kinds of transport.

Keywords: cruises, low cost airlines, traveling models, trends

Увод

Туристическата индустрия е една от най-бързо развиващите се индустрии в световен мащаб. През последните десетилетия туризмът се превръща в универсален икономически двигател за развитието на различен по вид, местоположение и ресурси дестинации. Той оказва пряко влияние върху социалното, икономическото, политическото и

екологичното състояние на държавите и регионите. **Туристическият сектор се характеризира като един от най-динамичните** и вследствие на засилването на глобализационните процеси. Непрекъснатото му развитие налага изграждането на допълнителна туристическа инфраструктура и суперструктура (транспортни съоръжения, места за настаняване и средства за подслон, заведения за хранене и развлечения), внедряването на специализиран софтуер в управлението на бизнес процесите в туристическите организации, използването на различни информационни и комуникационни канали и др. **Желанията, потребностите и начините за информирание на туристите също се променят непрекъснато, което поражда налагането на нови модели в туристическите пътувания в отговор на тези промени.**

1. Въздействие на круизната индустрия върху съвременните модели на туристически пътувания

Като една от основните тенденции в контекста на съвременните туристически пътувания е **все по-нарастващото влияние на круизния туризъм и превръщането му в един от най-потребяваните видове туризъм.** Доскоро круизният туризъм бе доста непознат за българските потребители, но през последните няколко години интересът към него се увеличи значително, както от страна на туристите, така и от страна на туристическите агенции, предлагащи круизни пътувания. В световен мащаб круизният туризъм е един от най-доходоносните специализирани видове туризъм и търпи съществено развитие, което се наблюдава както по отношение на големината на корабите и лайнерите, които круизните компании строят, така и по отношение на атрактивността на пътуванията, които се предлагат от тях на силно конкурентния туристически пазар.

В света има над 150 круизни компании - италиански, испански, американски, датски, норвежки. Сред тях най-популярните

ca Carnival Cruise Lines, Celebrity Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Line.

Също така значително се увеличава броят на круизните туристи на годишна база. Ако през 1980 год. броят на участниците в морски круизи е 1,5 млн. души, през 1993 год. вече е 4,5 млн., 2003 год. - 9 млн., през 2009 год. - 15 млн. души, а **през 2016 год. броят на круизните туристи се очаква да достигне 24,2 млн. души,** което е с близо 1 млн. души повече от предходната година [6]. Само в Северна Америка интерес към круизния туризъм през изминалата 2015 год. са проявили 11 млн. туристи, следвани от немските туристи - 1,8 млн. туристи, Великобритания – 1,78 млн. туристи, Австралия – 1 млн. туристи, Китай – близо 1 млн. туристи.

Заедно с нарастването на броя на туристите, нараства и броя на круизните кораби. В средата на 80-те години техният брой е 120, през 1994 год. - 175, през 2003 год. – 327 , а **през 2015 год. – 448 лайнера,** от които 279 кораба за морски и 169 кораба за речни круизи. **Само през 2015 год. за изграждането на новите 27 кораба са инвестирани 40 млрд. долара и са осигурени близо 1 млн. работни места.**

Важно е да отбележим, че двата основни региона за морски круизни пътувания са Карибския басейн (34,7% през 2015 г.) и Средиземно море (19,4% през 2015 г.). Основно предимство на Карибите е възможността да се организират круизи през цялата година, а продължителността на маршрутите варира от 3 дни до две седмици. В Европа се предлагат круизи в Средиземно море, чийто маршрути обхващат няколко европейски държави едновременно. Доста популярни са и круизите край бреговете на Великобритания, Скандинавския полуостров и Русия. Има и компании, които организират околосветски пътешествия с продължителност над 120 дни.

Ръстът на круизната индустрия обаче се изразява не само в количествено, но и в качествено отношение. Круизните кораби

стават все по-комфортни, все по-комплексно оборудвани и надпреварващи се да предоставят все по-разнообразни услуги на своите гости. Всъщност последните построени кораби представляват истински плаващи мегаполиси, предоставящи на туристите всички удобства на градската среда, но без съпътстващите я недостатъци.

Трябва да маркираме, че независимо от отбелязаните звезди при круизните кораби категоризацията е условна (т.е. неофициална) и служи само за ориентация на гостите при избор на кораб и каюта. Както хотелите обаче, така и круизните кораби се оценяват ежегодно по редица критерии и показатели от световно признати независими круизни експерти, което позволява получаването на звезди. Според оборудването и удобствата морските круизни кораби се разделят на 3 категории: стандартните са между 2 и 4 звезди, премиум класата е 5* и 5*+, а по-големият брой звезди се присъжда на луксозните лайнери.

През последните години все повече се наблюдава тенденцията на изграждане на големи и свръхголеми круизни кораби. Ако преди няколко години най-големият круизен лайнер бе 17-палубният Voyager of the Seas с капацитет 2200 туристи и 1180-членен екипаж, собственост на круизната компания Royal Carribbean, днес това е круизният кораб Harmony of the Seas на същата компания, който може да посрещне над 6000 туристи и разполага с над 2200 души екипаж.

Тенденцията на изграждане и пускане в експлоатация на нови кораби всяка година оказва значително влияние върху търсенето на круизни туристически продукти. **Според данни на Международната асоциация на круизните компании (CILA)[6] инвестициите в нови плавателни съдове ще нараснат с 6 млрд. евро през следващите няколко години. Очаква се в периода 2016-2020 г. да бъдат пуснати в експлоатация над 40 нови круизни кораба.**

Само през настоящата 2016 год. в експлоатация за круизни туристически пътувания са пуснати седем нови круизни кораба:

➤ **Koningsdam[7]**

- Круизна компания - Holland America;
- Първо плаване - април 2016 год.;
- Маршрут – Карибски басейн;
- Иновации - благодарение на съвместната работа с винарна от Вашингтон на кораба ще бъде предоставен широк набор от висококачествени вина, театрални представления, кулинарен център, специални семейни кабинни.

➤ ***Ovation of the seas[8]***

- Круизна компания - Royal Caribbean;
- Първо плаване - април 2016 год.;
- Маршрут – Австралия/ Нова Зеландия;
- Иновации - на борда се предлагат услуги като високоскоростен интернет, скайдайвинг, специализирана обсерватория, Бионик Бар (барманите са заместени от роботи), цирк, специални зали за почивка, предлагащи 360 градусова гледка към океана.

➤ ***Carnival Vista[9]***

- Круизна компания - Carnival Cruise Line;
- Първо плаване – май 2016 год.;
- Маршрут – Западно Средиземноморие;
- Иновации - Корабът предоставя възможност за SKY RIDE, първото IMAX кино на круизен кораб и различни специализирани каюти – Havana и Family Harbor.

➤ ***Harmony of the seas[10]***

- Круизна компания - Royal Caribbean;
- Първо плаване – юли 2016 год.;
- Маршрут – Европа/Северно Средиземноморие;
- Иновации - интерактивен аква парк за деца, Бионик бар, продукцията на Бродуей и няколко специални заведения, вдъхновени от различни кътчета на света.

➤ ***Seven seas explorer[11]***

- Круизна компания - Regent seven Seas Cruises;
- Първо плаване – юли 2016 год.;

- Маршрут – Европа/ Карибски басейн;
- Иновации - Интериорът и обзавеждането на кораба са вдъхновени от концепцията „all suite, all balcony ship” - основните каюти за настаняване. Акцентът се поставя върху ресторантьорското обслужване – „Steak House”, различни италиански и испански ресторанти, кулинарен център [5].

Въпреки уникалността на всяко круизно пътуване, по-голямата част от тях са стандартизирани по отношение на общоприетите правила за сигурност, поведение и протичане на самото круизно пътуване. Освен това в цената, която пасажерите заплащат предварително, обикновено се включват определен брой (пакет) услуги, като на борда туристите могат да заплатят допълнителни услуги, между които СПА терапии, напитки, екскурзии на брега. По-голямата част от круизните компании определят набора от включените услуги на база направения избор на каюта – вътрешна, външна с балкон, suite. Например на корабите на круизната компания Costa Cruise [12] изборът на каюти от клас Premium предоставя възможности като по-добро разположение и по-голяма квадратура на каютата, безплатна закуска в каютата, 24 часа рум сервиз без заплащане на услугата, предимство при резервация на вечеря в ресторантите и 10% отстъпка при следващ круиз в рамките на две години. Изборът на апартамент от друга страна предоставя на пасажерите предимство при регистрация и качване на борда в първия ден на круиза; поднасяне на вино и плодове в каютата за добре дошли; избор на възглавница; ежедневна доставка в каютата на меню за обяд и вечеря в ресторантите.

Друга водеща круизна компания MSC cruises предлага два класа каюти - Bella и Fantastica. В клас Fantastica се предлагат услуги като безплатна промяна на имена и дати след потвърдена резервация за круиз; предимства при избор на време и място за хранене в основните ресторанти (за разлика от клас Bella); 50% отстъпка за спортни занимания с инструктор, 24 часа рум сервиз, закуска в каютата,

специално организирани занимания за деца без допълнително заплащане.

Интерес представлява и зависимостта между големината на кораба и маршрута на пътуването. Малките и по-стари кораби в повечето случаи предлагат по-интересни маршрути в сравнение с по-големите и по-нови лайнери, като по този начин се търси баланс между огромното разнообразие от атракции и активности на борда на по-големите кораби и по-ограничените възможности на по-малките кораби.

Една от основните ясно очертаващи се тенденции в сферата на круизните пътувания е акцентирането върху добавената стойност за туриста независимо от повишаването на цената на пътуването. Най-често тази добавена стойност намира израз във включването на допълнителни услуги като високоскоростен интернет, пакети с напитки, билети за театрални постановки. От практиката е известно, че голяма част от круизните компании се отказват от добре познатите „last minute“ оферти, въпреки че голяма част от пътуващите търсят именно такъв тип оферти, тъй като са по-достъпни[5]. Компаниите обаче, все по-често са по-склонни да не продават всички каюти вместо да намаляват цените си в последните седмици преди отплаването.

Според професионалния туристически сайт Travel Agent Central, осем от десет **туристически агенции, продаващи круизни пътувания на основните круизни компании в световен мащаб очакват значително увеличение на продажбите през 2016 год. [4].** Влияние върху увеличението на тези продажби оказва и повишаването на комисионните за туристическите агенции, продаващи продуктите на основните круизни компании в бранша. Освен по-високите комисионни круизните компании се стремят да стимулират все по-вече своите агенти, предоставяйки им преференциални цени за лично ползване на круизните пътувания.

През април 2016 год. туристическият сайт Cruise Complete [13], чиято основна цел е предоставянето на пълна и актуална информация за круизните пътувания, провежда проучване, целящо да установи **основните тенденции при избор на круизна компания, кораб и маршрут от страна на туристите.** В таблица 1 са представени обобщени резултати от проучването, като са изведени петте най-търсени круизни компании, кораби, региони, начални пристанища, най-посещаваните пристанища, дестинации на брега, предпочитани каюти, групирани в две категории – стандартни круизни пътувания и луксозни круизни пътувания.

Таблица 1

Основни тенденции при избора на круизни пътувания за 2016 г.

Място	Стандартни круизни пътувания	Луксозни круизни пътувания
<i>Най-популярна круизна компания</i>		
1	Carnival Cruise Lines	Oceania Cruises
2	Royal Caribbean	Cunard Line
3	Princess Cruises	Silversea Cruises
4	Norwegian Cruise Lines	Azamara Club Cruises
5	Celebrity Cruises	Regent Seven Seas Cruises
<i>Най-предпочитан круизен кораб</i>		
1	Oasis of the seas	Queen Mary 2
2	Allure of the seas	Oceanina Riviera
3	Regal Princess	Oceania Insignia
4	Norwegian Escape	Azamara Journey
5	Norwegian Getaway	Crystal Serenity
<i>Най-предпочитан регион за круизно пътуване</i>		
1	Кариби	Европа
2	Северна Америка	Средиземноморие
3	Европа	Северна Америка
4	Централна Америка	Кариби
5	Средиземноморие	Южна Америка
<i>Най-предпочитани пристанища за отплаване</i>		
1	Маями (САЩ)	Маями (САЩ)

2	Форт Лодърдейл (САЩ)	Ню Йорк (САЩ)
3	Порт Канаверал (САЩ)	Саутхемптън (Великобритания)
4	Лос Анджелис (САЩ)	Чивитавечиа (Италия)
5	Галвстън (САЩ)	Пирея (Гърция)
<i>Най-предпочитано посетено пристанище</i>		
1	Козумел (Мексико)	Дубровник (Хърватия)
2	Насау (Бахами)	Монте Карло (Монако)
3	Джуно (Аляска- САЩ)	Санторини (Гърция)
4	Кетчикан (Аляска - САЩ)	Палма Де Майорка
5	Филипсбърг (САЩ)	Ливорно (Италия)
<i>Най-предпочитана дестинация за екскурзия на брега</i>		
1	Мексико	Италия
2	Бахами	САЩ
3	САЩ	Испания
4	Нидерландски Антили	Гърция
5	Вирджински острови	Франция
<i>Най-предпочитан тип каюта</i>		
1	Каюта с балкон	Каюта с балкон
2	Вътрешна каюта	Външна каюта
3	Външна каюта	Вътрешна каюта
4	Малък апартамент	Малък апартамент
5	Апартамент	Апартамент

Източник: Young, S.J. (2016) 'Cruise Trend: Bundling', *Travel Agent*, 347, 5, Masterfile Premier, EBSCOhost

Ежегодните инвестиции от милиарди долари в изграждането и поддържането на круизните кораби, както и стремглавото нарастване на потреблението на круизни пътувания в световен мащаб ни дават основание да твърдим, че **круизният туризъм ще продължи да бъде едно от основните направления в развитието на туризма като ще продължи да оказва пряко влияние върху туристическите потоци и моделите на пътуване в бъдеще.**

Освен круизните компании, обаче, съществено значение за моделите на туристическите пътувания оказват и **нискотарифните**

авиокомпаниите, които през последните години спомогнаха пряко за популяризирането на дестинациите, до които редовно извършват полети, и за нарастването на броя пристигащи туристи на териториите им.

2. Въздействие на нискотарифните авиокомпаниите върху съвременните модели на туристически пътувания

Нискотарифните авиокомпаниите са сравнително нов тип компании за въздушен транспорт. Създателите на този модел авиопревози стигнат до заключението, че могат да намалят голяма част от разходите, които съпътстват традиционните полети на авиокомпаниите. Нискотарифните авиокомпаниите, известни още като „low cost“, предлагат значително по-евтини цени на самолетните билети, спрямо редовните превозвачи [2]. Освен това, възползвайки се от предимствата на Интернет и новите информационни технологии, нискотарифните авиокомпаниите спестяват средства и от поддържането на офиси и заплащането на агентски комисиони.

Важно е да се отбележи обаче, че първоначално ниските цени на билетите могат да достигнат и по-високо равнище на база допълнителните такси, които понякога се налага да заплащат пътниците. Пример за такива такси е издаването на бордна карта на място преди полета, в случай че пътникът не се е възползвал предварително от безплатното онлайн разпечатване. Понякога тази такса дори би могла да е равностойна на цената на билета за някои от по-достъпните дестинации. Един от основните начини за намаляване на разходите е по отношение на чекирането на багажа, който не се включва в цената на билета или ограничаване на обема и теглото му. В по-голямата част от случаите чекирането на багажа се определя от дестинацията, теглото му, предварителното заплащане или заплащането на място на летището преди полета. Намаляването на разходите се определя и от факта, че по време на полет с

нискотарифна авиокомпания в цената на билета не е включен кетъринг, което от своя страна води до по-кратък престой на летището, намаляване на екипажа и по-кратко време за почистване на самолета. Като основни причини за намаляването на разходите можем да посочим и отдалечеността на летищата, на които кацат самолетите, както и строгите правила при връщането на суми или обезщетяването на пътниците.

Въпреки идентифицираните недостатъци на тези полети, **нискотарифните компании бележат ръст в продажбите и всяка година печалбата им нараства.** Налице е също така увеличаване броя на полетите до някои дестинации и разширяване на пазарните позиции посредством въвеждане на полети до нови дестинации.

Интерес представляват и някои **закономерности** в развитието на тези компании по отношение на:

- същността на компанията – всяка авиокомпания има своя стратегия, печалби и разходи, които до голяма степен зависят от състоянието на местната икономика. От една страна се смята, че нискотарифните компании се развиват положително в периодите на икономическа криза, тъй като хората избират по-евтини варианти за пътуване, а от друга - се обръща внимание на факта, че в тези периоди намалява потреблението от страна на пътниците, които пътуват по-рядко и са привлечени единствено от цената, като по този начин те представляват основните клиенти на разглежданите компании;

- географските особености – печалбите на нискотарифните авиокомпания се влияят от географското положение. Например, маршрутите, свързващи Източна Европа с останалата част от континента са най-слабо търсени, докато пазарът на Североизточна Европа и Средиземноморието е най-развит;

- големината на летищата – наблюдава се тенденция, при която колкото по-голямо или популярно е летището, толкова по-голям интерес има от страна на пътниците;

- разстоянието – по-кратките полети са по-неконкурентоспособни в сравнение с по-дългите полети поради наличието на други видове транспорт – автомобилен, железопътен;
- броят на местата – с колкото повече места разполага един самолет, толкова по-високи приходи ще реализира съответната авиокомпания [3].

Най-големите нискотарифни авиокомпани, опериращи на европейския пазар са RyanAir, EasyJet, Norwegian и WizzAir. В таблица 2 са представени данни за дейността им през изминалата 2015 год. [2].

Таблица 2

Данни за дейността на най-големите нискотарифни авиокомпани на европейския пазар

Авиокомпания	Брой пътници	Брой дестинации	Брой маршрути	Брой дневни полети
RyanAir	81,4 млн.	185	1600	1600
easyJet	61,4 млн.	139	689	1163
Norwegian	20,7 млн.	128	395	423
WizzAir	13,5 млн.	95	303	238

Източник: Lück M., S. Gross (2013), *The Low Cost Carrier Worldwide*, Burlington, Vt: Routledge, eBook Collection (EBSCOhost)

Ryanair е ирландска нискотарифна авиокомпания, заемаща водещо място сред нискобюджетните авиопревозвачи в Европа. Седалището на компанията е в Дъблин, а другата ѝ най-голяма база е лондонското летище Станстед. Авиокомпанията е създадена през 1985 г. от Лиам Лонерган, Кристофър Райън и ирландския бизнесмен Тони Райън, който дава името ѝ. Главен изпълнителен директор на компанията е Майкъл О’Лиъри. След неговото пристигане в управлението на Ryanair компанията започва да се развива бързо, използвайки успешния бизнес модел на нискобюджетен

авиопревозвач – евтини самолетни билети за пътуване в икономичен клас с идентичен тип самолети. Ryanair изпълнява полети до над 190 дестинации, като всички те са до европейски летища, с изключение на пет дестинации в Мароко – Агадир, Фес, Маракеш, Надор и Танжер. Компанията оперира на по-малки летища в близост до големите европейски градове – южното летище на Брюксел, Шарлероа, летище Веце на 70 км от Дюселдорф, летище Франкфурт-Хан, летище Бове-Тиле близо до Париж и др. В България Ryanair изпълнява полети от летище Пловдив до Лондон-Станстед и до Франкфурт-Хан в Германия, а от март 2016 г. лети и от летище София (до Станстед и италианския град Пиза).

Предпочитани полети на нискотарифната авиокомпания RyanAir са тези с по-дълъг маршрут, като се наблюдава тенденция на увеличаване броя на дневните полети между северозападните летища в Европа и летищата, обслужвани само от тази компания. При сезонните полети търсенето се запазва всяка година [3].

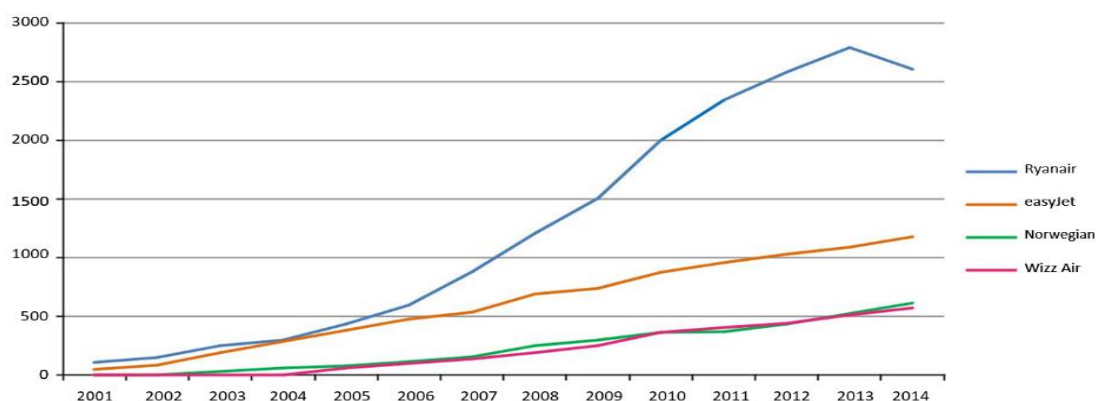
EasyJet е британска нискотарифна авиокомпания, която осъществява дейността си от 1995 год. Авиокомпанията е и един от най-големите нискотарифни авиопревозвачи в цяла Европа. Главното ѝ седалище се намира на лондонското летище Лутън. Още с началото на създаването си, EasyJet извършва редица полети от и до най-популярните бизнес дестинации и туристически направления в Стария континент. EasyJet е една от най-предпочитаните авиокомпани, притежаваща 120 самолета от Airbus A319 и Boeing 737. Авиокомпанията предлага билети за над 600 маршрута в 30 държави. Самолетите ѝ летят както на територията на Европа, така и до летища в Египет, Мароко, Кипър, Израел, Йордания и Турция.

Norwegian Air Shuttle е втората по големина скандинавска авиокомпания и на четвърто място сред нискотарифните авиокомпани в Европа. Авиокомпанията предлага полети до 126 дестинации в Европа, Близкия Изток, Северна Африка и САЩ. В България изпълнява сезонни полети до Бургас и Варна. Историята на

авиокомпанията датира от 1967 год. Първоначално името ѝ е Busy Bee Airstervice, но се променя и през през 1993 год. авиокомпанията обявява фалит. През 2002 г. е създадена новата Norwegian със седалище в Осло. Най-големите приходи на нискотарифната авиокомпания Norwegian се генерират от полети до малки или второстепенни летища, на които не оперират основните превозвачи.

Нискотарифната авиокомпания **Wizz Air** е полско-унгарска компания със седалище в Будапеща, Унгария. Създадена е през юни 2003 год. и притежава 39 самолета Airbus 320-232, които обслужват полети предимно до по-малките европейски летища с по-ниски такси на обслужване. Понастоящем компанията предлага самолетни билети до 220 направления в Европа, включително до три дестинации в Азия – Тел Авив (Израел), Кутаиси (Грузия) и сезонни полети до Анталия. В последните години нейни самолети летят и до Дубай.

На фиг.1 е показан средният брой полети през летните месеци на основните нискотарифни компании, опериращи на европейския пазар в периода 2001 – 2014 год. От фигурата става ясно, че **след кризата от 2008 г. всяка една от четирите авиокомпани бележи ръст**, като най-бързо се развива нискотаривната авиокомпания RyanAir.



Фиг. 1 Брой полети на основните нискотарифни компании, опериращи на европейския пазар в периода 2001 – 2014г.

Източник: <http://www.routesonline.com/>

Представеният ръст в обема на полетите на разгледаните нискотарифни авиокомпани ни дава основание да твърдим, че тези компании оказват силно вличение върху моделите на турисически пътувания и биха могли да определят избора на дестинация от страна на туристите.

В подкрепа на това твърдение в следващата таблица (табл.3) е представена извадка от проведено изследване относно потребителското търсене на нискотарифни полети, при което са проучени възрастта, броя на пътуващите, мотивите за пътуване, мястото на престой, в случаите, когато се отчита дали пътуващите са избрали дестинацията заради достъпността на цената на полета или тази дестинация е била предварителна цел на пътуването.

Таблица 3

Профил на потребителите на нискотарифни полети

Възраст	„Нискотарифни туристи“	„Туристи, верни на дестинацията“
под 25 г.	25,5%	0%
25 – 34 г.	25,5%	16,6%
35 – 44 г.	19,6%	26,7%
45 – 54 г.	19,6%	30%
55 – 64 г.	7,8%	20%
над 65 г.	2%	6,7%
Брой пътуващи	„Нискотарифни туристи“	„Туристи, верни на дестинацията“
Един	5,6%	6,7%
Двама	52,9%	70%
Трима	11,8%	3,3%
Повече от трима	29,4%	20%
Тип на групата	„Нискотарифни туристи“	„Туристи, верни на дестинацията“
Семейства с деца до 13 г.	43,1%	50%
Семейства с деца от 13 до 17 г.	5,9%	13,3%
Семейства с деца над 17 г.	2%	0%
Приятелите на и над 35 г.	11,8%	0%

Приятел под 35 г.	5,9%	34,4%
Приятел под 26 г.	17,6%	0%
Приятел между 26 г. и 35 г.	3,9%	3.30%
Приятел над 35 г.	7,8%	0%
Непознати	2%	0%
Тип настаняване	„Нискотарифни туристи“	„Туристи, верни на дестинацията“
Къмпинг	7,8%	13,3%
Приятел или роднини	5,9%	20%
Хотел	66,7%	40%
Наета къща/апартамент	17,6%	10%
Собствен дом	0%	13,3%
Друго	2%	3,4%

Източник: Clavé S., Ò. Saladié, I. Cortés-Jiménez, A. Fernandez Young, R. Young, (2015), 'How different are tourists who decide to travel to a mature destination because of the existence of a low-cost carrier route?', *Journal Of Air Transport Management*, 42, pp. 213-218, ScienceDirect, EBSCOhost

От данните в таблицата може да се направи заключението, че типичният потребител на нискотарифни полети е млад, използващ авиокомпаниите поради достъпността на цената, а не толкова заради конкретна дестинация; който обикновено пътува с близки приятели в малки групи и се настанява основно в хотели. **Основният извод, който можем да направим от направеното проучване, е че ниските цени на самолетните билети, предлагани от нискотарифните авиокомпани могат да повишат привлекателността на дадена туристическа дестинация и да бъдат основна причина за нейното посещение. Връзката между развитието на туризма и развитието на транспорта и по-конкретно на въздушния е безпорна. Безспорен факт е и че нискотарифните полети реструктурират въздушните маршрути и имат определящо значение за туристическите потоци. Колкото по-развит е достъпа до дадена туристическа дестинация, толкова по-популярна и леснодостъпна е тя.**

Появата на нискотарифните (бюджетни) авиопревозвачи е отговор на силното развитие на технологиите, растящото търсене на

авиационни услуги в глобален мащаб и либерализацията на авиационния пазар. Едно от предимствата на нискотарифните авиопревозвачи е оперативния подход за организиране на техните полети, при което чрез задълбочени маркетингови проучвания те могат в сравнително кратки срокове да създадат или прекратят авиолиния на база на потенциалната или достигната икономическа ефективност. Увеличаващата се конкуренция в сегмента на нискотарифните превозвачи, създава условия да се предлагат все по-широк кръг от платени допълнителни услуги и възможности за обслужване, с което да се привлекат по-голям брой потребители.

Основните тенденции в бъдещото развитие на нискотарифните авиокомпаниии включват:

- увеличаване броя и капацитета на самолетите;
- растеж на пазара, концентриран върху конкуренцията при полетите на кратки разстояния;
- нарастване ролята на нискотарифните авиокомпаниии в развитието на икономиката на Северна и Южна Америка, Австралия и Европа.
- променливи цени на билетите на база промени в цената на горивото;
- приходите на нискотарифните авиокомпаниии ще продължават да растат, както поради по-голямата популярност и търсене, така и поради включването на повече допълнителни услуги и готовността на пътниците да заплащат все повече за тях (чекиран багаж, кетъринг, забавления на борда, предпочитани места и др.) пример за подобно увеличаване на приходите е авиокомпанията RyanAir, която отчита около 20% от печалбите си само от продажба на допълнителни услуги [2].

Изводи:

Въпреки стандартните условия, които предлагат круизните компаниии, въвеждането в експлоатация всяка година на нови кораби

очертава тенденцията на **все по-нарастващото търсене на подобни туристически пътувания. Зависимостта между големината на кораба и маршрута по който преминава, започва все повече да отслабва, компенсирана от многобройните и нестандартни допълнителни услуги, които се предлагат на борда** – роботизирани барове, огромни спа комплекси, екзотични ресторанти и редица екстремни преживявания.

Съществува пряка връзка между нарастването на круизните пътувания и развитието на нискотарифните авиокомпани, особено за територията на Европа. Голяма част от круизните маршрути започват от големи пристанища като това в Рим, Венеция, Барселона, Атина, до които осъществяват полети основно самолети на нискотарифните авиокомпани.

Нискотарифните авиокомпани продължават своето стремглаво развитие, предлагайки полети до нови и различни дестинации. Нараства и предлагането на допълнителни услуги, като стремежът е да се достигне високо ниво на обслужване, което по нищо да не отстъпва на редовните авиопревозвачи. **Става ясно, че голяма част от пътуващите с тези компании избират дадена дестинация заради ниската цена на билета, което превръща нискотарифните авиокомпани в определящ фактор при избора на туристическо пътуване.**

Използвана литература:

CLAVÉ, S, Ò. Saladié, I. Cortés-Jiménez, A. Fernandez Young & R. Young, "How different are tourists who decide to travel to a mature destination because of the existence of a low-cost carrier route?", Journal Of Air Transport Management, №42, pp. 213-218, 2015.

LUCK M., S. Gross, "The Low Cost Carrier Worldwide", Burlington, Vt: Routledge, eBook Collection EBSCOhost, 2013.

WIT Jaap G., J. Zuidberg, "Route churn: an analysis of low-cost carrier route continuity in Europe", Journal Of Transport Geography 50, no. Air transport liberalisation and airline network dynamics: Investigating the complex relationships, 2016.

YOUNG S.J., "Cruising into 2016" Travel Agent, 347, 3, MasterFILE Premier, EBSCOhost, 2015.

YOUNG, S.J., "Cruise Trend: Bundling" Travel Agent, 347, 5, MasterFILE Premier, EBSCOhost, 2016.

CRUISE Lines International Association - <http://www.cruising.org/> - проверен на 29.06.2016 г.

<http://koningsdam.hollandamerica.com/> - проверен на 21.06.2016

<http://www.ovationoftheseas.com.au/> - проверен на 17.06.2016

<https://www.carnival.com/cruise-ships/carnival-vista.aspx> - проверен на 02.07.2016

<http://www.royalcaribbean.com/findacruise/ships/class/ship/home.do?shipCode=HM> - проверен на 27.06.2016

<http://www.rssc.com/seven-seas-explorer/> - проверен на 22.06.2016

<http://www.costacruise.com/> - проверен на 30.06.2016

<http://www.cruisecompete.com/> - проверен на 28.06.2016

<http://www.routesonline.com/> - проверен на 02.07.2016