



КОНКУРЕНЦИЯТА МЕЖДУ АВИОКОМПАНИИТЕ – ЕФЕКТИ ВЪРХУ ДОСТЪПНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ

Ирена Кирилова Емилова

iemilova@nbu.bg

*Нов български университет
ул. Монтевидео 21, гр. София, Р БЪЛГАРИЯ*

Ключови думи: въздушен транспорт, конкуренция, нискотарифни авиокомпани, достъпност, България, авиационен пазар, туристически потоци, сезонност, инфраструктура, устойчив туризъм

Резюме: Въздушният транспорт е ключов фактор за развитието на туризма, тъй като определя достъпността на дестинациите и влияе върху динамиката на туристическите потоци. Настоящата статия анализира ролята на конкуренцията между традиционните и нискотарифните авиокомпани, сезонните колебания и инфраструктурните предизвикателства в България. Обсъдени са също възможностите за устойчиво развитие чрез въвеждане на зелени практики и управление на качеството в авиацията. Резултатите подчертават необходимостта от балансиран подход, който съчетава пазарна ефективност и екологична отговорност.

УВОД

Въздушният транспорт заема ключово място в развитието на съвременния туризъм, като осигурява бърз достъп до национални и международни дестинации. За България, която е разположена в периферията на основните европейски туристически потоци, авиационната свързаност се явява решаващ фактор за привличането на туристи и за разширяване на пазарите. Конкуренцията между авиокомпаниите, включително нискотарифните и традиционните превозвачи, променя не само динамиката на цените и достъпността, но и структурата на туристическите потоци към страната.

През последните години българският авиационен пазар се характеризира с нарастващо присъствие на множество авиокомпани, които оперират както на основните летища (София, Варна, Бургас, Пловдив), така и чрез сезонни линии, свързани с морските и зимните курорти. Това разнообразие създава предпоставки за по-голяма конкурентоспособност на България като туристическа дестинация, но същевременно поставя предизвикателства пред управлението на инфраструктурата, устойчивостта и качеството на услугите.

Настоящата статия има за цел да анализира влиянието на конкуренцията между авиокомпаниите върху достъпността на туристическа дестинация България. В този контекст ще бъдат разгледани теоретични и практически аспекти на въздушната свързаност, спецификите на българския авиационен пазар и отражението върху развитието на туризма.

ТЕОРЕТИЧНА РАМКА И ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРАТА

Взаимовръзката между транспортната свързаност и развитието на туризма е широко изследвана в научната литература. Достъпността се разглежда като ключов фактор за конкурентоспособността на туристическите дестинации, тъй като тя определя времето, разходите и удобството за придвижване на туристите [9]. Транспортът не е само средство за физическо придвижване, а и структурен елемент, който влияе върху цялостното преживяване на пътуването и избора на дестинация [6; 9].

Въздушният транспорт заема особено важно място в тази зависимост, тъй като свързва международните пазари с дестинации, които иначе биха останали труднодостъпни. Авиацията генерира не само директен икономически ефект чрез пътнически превози, но и значителен мултиплициращ ефект върху туризма и свързаните индустрии [7]. В докладите на Световната организация по туризъм се подчертава, че въздушната свързаност е критичен елемент за устойчивото развитие на туризма, особено в периферни и сезонно зависими дестинации [10].

Конкуренцията между авиокомпаниите е друг ключов елемент, който влияе върху достъпността и пазарната динамика. Навлизането на нискотарифни превозвачи води до значително понижаване на цените на билетите и разширяване на маршрутните мрежи, което създава условия за увеличаване на туристическите потоци [3]. Конкуренцията в авиационния сектор променя не само ценовата структура, но и бизнес моделите, като стимулира традиционните авиокомпании да адаптират предлагането си [5]. В европейски контекст, се акцентира върху ролята на либерализацията на пазара и интегрирането на нискотарифните авиокомпании като двигател за растеж в туризма [4]. Особено показателен е примерът на страните от Централна и Източна Европа, където навлизането на нискотарифни авиокомпании след 2004 г. радикално промени достъпността и туристическите потоци. В Полша и Унгария, например, Ryanair и Wizz Air създават нови маршрути към второстепенни летища, които до този момент са били с ограничено значение [8]. Подобна тенденция се наблюдава и в Румъния и България, където либерализацията на пазара доведе до бързо нарастване на броя на международните връзки, особено към Великобритания, Германия и Италия – основни изходни пазари за туристи. Тези процеси показват, че конкуренцията между авиокомпаниите има не само ценови ефект, но и структурно въздействие върху разпределението на туристическите потоци в региона.

Тези изследвания показват, че достъпността на една туристическа дестинация не може да бъде разглеждана изолирано от динамиката на авиационния сектор. Конкуренцията между авиокомпаниите оформя пространственото разпределение на туристическите потоци, определя сезонността и влияе върху икономическата ефективност както на дестинациите, така и на самите превозвачи. В този контекст България предлага интересен пример за анализ, тъй като съчетава характеристики на развиващ се туристически пазар с висока зависимост от международните авиолинии.

След като бе разгледан европейският и централно- и източноевропейският контекст, в следващата част се фокусира вниманието върху спецификата на българския авиационен пазар, неговата структура, летищата и основните авиокомпании, които оформят достъпността на туристическите дестинации в страната.

АВИАЦИОНЕН ПАЗАР В БЪЛГАРИЯ

България разполага с четири основни международни летища – София, Варна, Бургас и Пловдив, които обслужват както бизнес, така и туристически потоци. София е водещото летище по брой пътници, като през последните години нарастването се движи основно от международни полети, докато Варна и Бургас са сезонно ориентирани и обслужват предимно туристите, насочени към черноморските курорти.

Пловдив се характеризира с по-малък обем, но с нарастващо значение за нискотарифните и чартърни полети, свързани със специфични туристически събития.

На българския пазар оперират множество авиокомпаниии, които могат да се групират в два основни сегмента:

1. **Традиционни превозвачи** – Lufthansa, Austrian Airlines, Turkish Airlines и др., които осигуряват стабилни, но по-малко гъвкави връзки към основните европейски центрове.
2. **Нискотарифни авиокомпаниии** – Ryanair, Wizz Air, easyJet, Flydubai, които са двигател на растежа в туризма чрез по-ниски цени и разнообразни маршрути към регионалните летища.

Конкуренцията между тези два сегмента създава различни ефекти върху достъпността: намаляване цените на билетите, увеличаване броя на директните връзки и разширяване на сезонността на туристическите потоци. Особено важно е влиянието на нискотарифните авиокомпаниии върху черноморските курорти, които благодарение на тези полети осигуряват движението на туристическите потоци извън активния (летен) сезон.

Сезонността е ключов фактор на българския авиационен пазар – докато София поддържа стабилен поток през цялата година, Варна и Бургас се характеризират с пикови периоди между юни и септември. Това създава както икономически възможности, така и предизвикателства за управление на капацитета, инфраструктурата и качеството на услугите.

В този контекст България предлага уникален пример за влияние на конкуренцията между авиокомпаниите върху достъпността на туристическите дестинации, комбинирайки ефектите на традиционните превозвачи и нискотарифните компаниии върху пазарните потоци и икономиката на туризма.

КОНКУРЕНЦИЯТА И ЕФЕКТИТЕ ВЪРХУ ТУРИЗМА

Конкуренцията между авиокомпаниите в България оказва пряко влияние върху достъпността на туристическите дестинации, ценовата динамика и маршрутната мрежа. Нискотарифните компаниии стимулират туристическия поток чрез значително по-ниски цени и предлагане на нови директни връзки, особено към регионални летища. Това позволява на по-широк кръг туристи да достигнат до българските курорти, като се разширява както сезонността, така и туристическият обхват на посещенията.

Традиционните авиопревозвачи, въпреки че предлагат по-ограничен набор от маршрути и по-високи цени, допринасят за стабилността на пазара и обслужването на основни международни връзки. Комбинацията от нискотарифни и редовни авиокомпаниии създава конкурентна среда, която води до:

- **намаляване цените** за пътуващите;
- **разширяване маршрутната мрежа**, включително до второстепенни летища;
- **увеличаване туристическите потоци** и продължителността на сезонния период;
- **подобряване разнообразието от дестинации** за международни и за вътрешни туристи;
- **стимулиране на инвестициите в летищната инфраструктура**, обслужването и допълнителните туристически услуги (трансфери до курортите, логистика, хотелиерство).

Особено важно е наблюдението на сезонните тенденции – летния пиков период при Варна и Бургас се стимулира главно от нискотарифните превозвачи, докато София запазва постоянен поток през цялата година. Тази динамика също така показва взаимовръзката между авиационната конкуренция и регионалното икономическо

развитие – районите с по-добри транспортни връзки привличат повече туристи, което води до растеж на местния бизнес и създаване на работни места. Тази динамика показва, че конкуренцията е не само ценова, но и структурна – тя оформя картата на туристическите посещения и влияе върху инвестициите в инфраструктурата и услугите в регионите.

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ПЕРСПЕКТИВИ

Конкуренцията между авиокомпаниите създава значителни възможности за развитие на туризма, но поставя и редица предизвикателства. **Основните проблеми включват инфраструктурното натоварване на летищата**, особено в пиковите месеци на активния сезон, което изисква инвестиции в разширение на терминали, модернизация на обслужването и оптимизация на транспортната логистика до курортите.

Устойчивостта на авиацията също е ключов въпрос. Нарастващите полети и сезонни пикове водят до повишени емисии и екологичен натиск върху дестинациите. Това изисква интегриране на зелени практики и стимули за използване на по-ефективни самолети, както и стратегии за компенсиране на въглеродния отпечатък. Управлението на качеството е не само инструмент за постигане на високи стандарти, но и основа за устойчивото развитие на транспортната система [1].

От друга страна, конкуренцията открива перспективи за стратегическо развитие на туристическия пазар. Нискотарифните компании разширяват сезонността и увеличават достъпността за нови пазари, а традиционните превозвачи осигуряват стабилност и връзки към ключови международни центрове. Публично-частните партньорства могат да оптимизират инвестициите в летищната инфраструктура и допълнителни туристически услуги, като същевременно се увеличава икономическият ефект за регионите. Публично-частното партньорство е ключов механизъм за осигуряване на финансиране и развитие на транспортната инфраструктура в България, което е от съществено значение за устойчивото развитие на туризма [2].

В дългосрочен план, интегрирането на авиационната политика с туристическата стратегия на България е ключово за поддържане на конкурентоспособността на страната. Това включва развитие на нови маршрути, насърчаване на сезонни пакети, стимулиране на вътрешния туризъм и оптимизиране на транспортната свързаност между летищата и курортите. По този начин конкуренцията между авиокомпаниите се превръща не само в икономически фактор, но и в инструмент за устойчиво и стратегическо развитие на туристическите дестинации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализът показва, че конкуренцията между авиокомпаниите има двоен ефект – от една страна повишава достъпността и стимулира туристическия поток, а от друга поражда сезонни и екологични предизвикателства. Нискотарифните превозвачи разширяват географския обхват на дестинациите, но създават рискове от свръхконцентрация и зависимост от ограничен брой пазари. За да се гарантира устойчивост, е необходимо интегриране на зелени технологии, стимули за по-ефективен флот и механизми за управление на качеството. В този смисъл конкуренцията в авиацията трябва да се разглежда не само като пазарен феномен, а като стратегически инструмент за повишаване на международната конкурентоспособност на България в туризма.

ЛИТЕРАТУРА:

- [1] Гергова, Н. (2020). *Управление на качеството и механизми за устойчиво развитие*. Научно списание Механика, Транспорт, Комуникации, София: ВТУ „Т. Каблешков“, том 18 (2), статия №1918, стр. IV-1 – IV-6, ISSN 1312-3823 (print), ISSN 2367-6620 (online).
- [2] Тодорова, Д. (2015). „Възможности за икономическо развитие на България чрез публично-частно партньорство“. *MEST Journal*, 3(1), 1–6. ISSN: 2334-7058.
- [3] Dobruszkes F., *Low-Cost Carriers in Europe: Analysis of Growth and Competition*, Journal of Air Transport Management, Elsevier, 2013.
- [4] Eurocontrol, *European Aviation Liberalization Report 2021*, Eurocontrol, Brussels, 2021.
- [5] Graham A., Shaw J., *Airline Competition: Market Structures and Pricing*, Ashgate Publishing, Farnham, 2008.
- [6] Goeldner C. R., Ritchie J. R. B., *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 12th Edition, Wiley, Hoboken, 2012.
- [7] IATA, *Air Transport and Tourism: Economic and Operational Impact*, IATA Publications, Montreal, 2023.
- [8] Malighetti P., Paleari S., Redondi R., *The Impact of Low-Cost Airlines on Central and Eastern Europe*, Transportation Research Part A, Elsevier, 2016.
- [9] Rodrigue J.-P., *The Geography of Transport Systems*, 5th Edition, Routledge, New York, 2020.
- [10] UNWTO, *International Tourism Highlights 2022 Edition*, UNWTO, Madrid, 2022.

COMPETITION AMONG AIRLINES – EFFECTS ON THE ACCESSIBILITY OF BULGARIA AS A TOURIST DESTINATION

Irena Kirilova Emilova, Associate Professor, PhD

*New Bulgarian University
21 Montevideo St., Sofia, Bulgaria*

Key words: air transport, competition, low-cost carriers, accessibility, Bulgaria, aviation market, tourist flows, seasonality, infrastructure, sustainable tourism.

Abstract: Air transport plays a pivotal role in tourism development by determining destination accessibility and shaping the dynamics of tourist flows. This article examines the impact of competition between full-service and low-cost carriers, the challenges of seasonality, and the infrastructural constraints in Bulgaria. It also highlights the importance of sustainability through the integration of green practices and quality management in aviation. The findings emphasize the need for a balanced approach that combines market efficiency with environmental responsibility, positioning air transport as a strategic factor for enhancing Bulgaria's international competitiveness in tourism.