

A diszkont légitársaságok szerepe napjaink turizmusában

Készítette: a KPMG Tanácsadó Kft. Utazás, Szabadidő és Turizmus Csoportja¹

A diszkont légitársaságok kialakulása világszerte megváltoztatta a turizmus arculatát. Annak ellenére, hogy ezek a légitársaságok Magyarországon még csak igen rövid múltra tekinthetnek vissza, új piaci szegmenst hoztak létre, új úti célok elérését tették lehetővé, továbbá arra készítették a hagyományos légitársaságokat, hogy újragondolják üzleti modelljeiket és árképzési stratégiájukat. De vajon megváltoztatták-e a diszkont légitársaságok a magyarok utazási szokásait, illetve a légi közlekedésben résztvevő utazóközönség megnövekedett száma teremtett-e új, jövedelmező lehetőségeket az idegenforgalmi ágazat különböző szektorai számára?

A KPMG közép- és kelet-európai regionális irodájának Utazás, Szabadidő és Turizmus csoportja átfogó tanulmányt készített, amely elsősorban azt elemzi, hogy milyen hatást gyakoroltak a diszkont légitársaságok a magyarországi piacra, és a fapados légitársasági szegmens további növekedése és fejlődése milyen előnyökkel járhat az idegenforgalmi ágazatra nézve.

Jelen tanulmány a dokumentum legfontosabb megállapításait tartalmazza, amely kiegészül a diszkont légitársaságok lehetséges piaci hatásaira vonatkozó egyes következtetésekkel.

1. A tanulmány módszertana

A KPMG tanulmánya elsődleges és másodlagos kutatások eredményeire épül. Az elsődleges adatfelvétel 2005. január és február folyamán történt, és az alábbiakat foglalta magában:

- Kérdőíves felmérés, személyes interjúk és mélyinterjúk budapesti szállodaigazgatók, utazási irodák vezetői, légitársaságok, illetve piacvezető hazai és nemzetközi cégek képviselői körében.
- A magyarországi felnőtt lakosság körében végzett reprezentatív, 1000 fős, telefonos megkérdezés;
- A Ferihegyi repülőtérre érkező és onnan induló diszkont légitársaságok utasai körében végzett, 400 fős, kérdőív segítségével történő személyes megkérdezés.

Elemzéseink során figyelembe vettük a hazai és a nemzetközi turisztikai szervezetek, a diszkont légitársaságok, a Központi Statisztikai Hivatal, valamint a Budapest Airport statisztikáit és utasforgalmi adatait.

2. Mit mutatnak a nemzetközi tapasztalatok?

Az elmúlt években a diszkont légitársaságok népszerűsége jelentős mértékben nőtt Európában. Európa, kedvező piaci adottságai miatt – mint például a kulturálisan sokszínű, nagy lélekszámú népesség; a bővülő Európai Unió, valamint a nagyvárosok közötti kis távolság – a diszkont légitársaságok számára további nagy lehetőségeket rejt. Emiatt a diszkont légitársaságok térhódítása a következő években várhatóan felgyorsul Európában.

A Magyar Turizmus Rt. által rendelkezésünkre bocsátott adatok alapján a diszkont légitársaságok részese-dése Írországban a legnagyobb, bár szinte teljes egészében az Írország és Egyesült Királyság közötti utaknál jelentkezik. Az Egyesült Királyságban a diszkont légitársaságok részaránya mind a belföldi, mind az Európán belüli viszonylatban megközelíti a 40%-ot.

Németország belföldi piacán különösen éles a verseny, amely jól tükrözi a gazdasági viszonyokat: több

1. táblázat

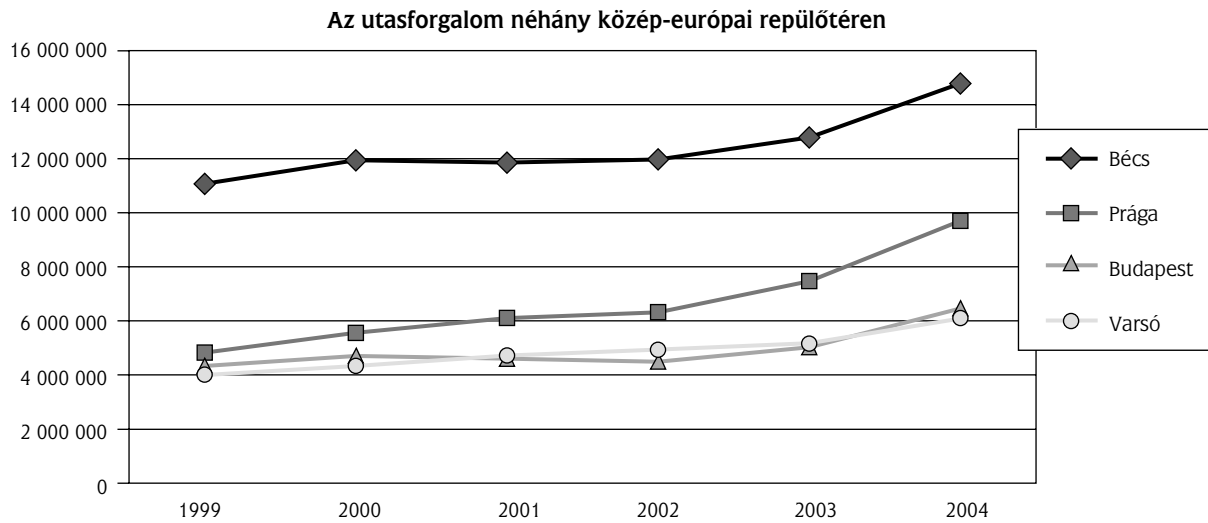
A kétféle üzleti modell néhány tipikus jellemzője

Diszkont légitársaságok	Hagyományos légitársaságok
Egyszerű márka: alacsony repülőjegyárak	Összetett márka: ár + szolgáltatások (például reptéri utasváró üzleti utasoknak, törzsutas program stb.)
Repülőjegy akár egy útra is	
Rövid távú, közvetlen járatok	Rövid távú és tengeren túli járatok, csatlakozási szolgáltatással
Jegyvásárlás közvetlenül a légitársaságnál az interneten vagy telefonon keresztül (elsősorban)	Jegyvásárlás főleg utazási irodáknál
Repülőgépek nagy kihasználtsága (rövid fordulók)	Repülőgépek alacsonyabb kihasználtsága
A jegyek visszaváltása vagy a foglalás törlése nem lehetséges	Az ár/szolgáltatási csomagtól függően a jegyek visszaválthatók vagy a foglalás törölhető

Forrás: KPMG

¹ A tanulmánnyal kapcsolatban további információ Drimmer Judittól, a KPMG Tanácsadó Kft. munkatársától kérhető. Telefon: 887-7349.

1. ábra



Forrás: repülőterek adatai

kisebb, alacsony jegyárakat kínáló – bár nem feltétlenül diszkont – légitársaság között folyik a verseny. Németországban a vizsgálat tárgyát képező szegmenst tekintve a belföldi piaci részesedés a legmagasabb a kontinentális Európában, míg az Európán belüli viszonylatokban a részarány az elmúlt három év során a nulláról 16,3%-ra nőtt.

Míg a diszkont légitársaságok terméke nem differenciált („csak ülőhely – semmi más”), a hagyományos légitársaságok összetettebb termékeket kínálnak, amelyek földi vagy fedélzeti kiegészítő szolgáltatásokat is magukban foglalnak. A piaci verseny azonban a viteldíjak csökkentésére kényszerítette a hagyományos légitársaságokat is. Ezen túlmenően ahhoz, hogy árakat alacsonyan tartsák, és továbbra is versenyképesek maradjanak, a hagyományos légitársaságok arra kényszerülnek, hogy javítsák működésük hatékonyságát, és újragondolják üzleti modelljüket.

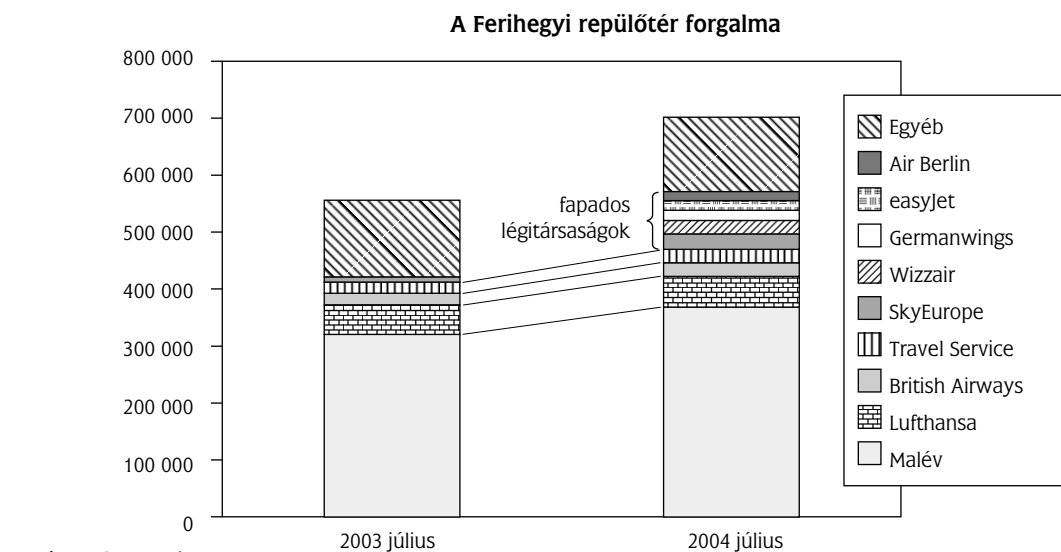
3. Az utasforgalom alakulása a Ferihegyi repülőtéren

2004-ben a Ferihegyi repülőtéren rekordszámú utast regisztráltak: a Budapestre érkező és az innen elutazó utasok száma elérte a csaknem 6,5 millió főt, ami 2003-hoz képest több mint 28%-os növekedést jelent. Így Ferihegy – Bécs és Prága után – Közép-Európa harmadik legforgalmasabb légitikötőjévé vált (1. ábra).

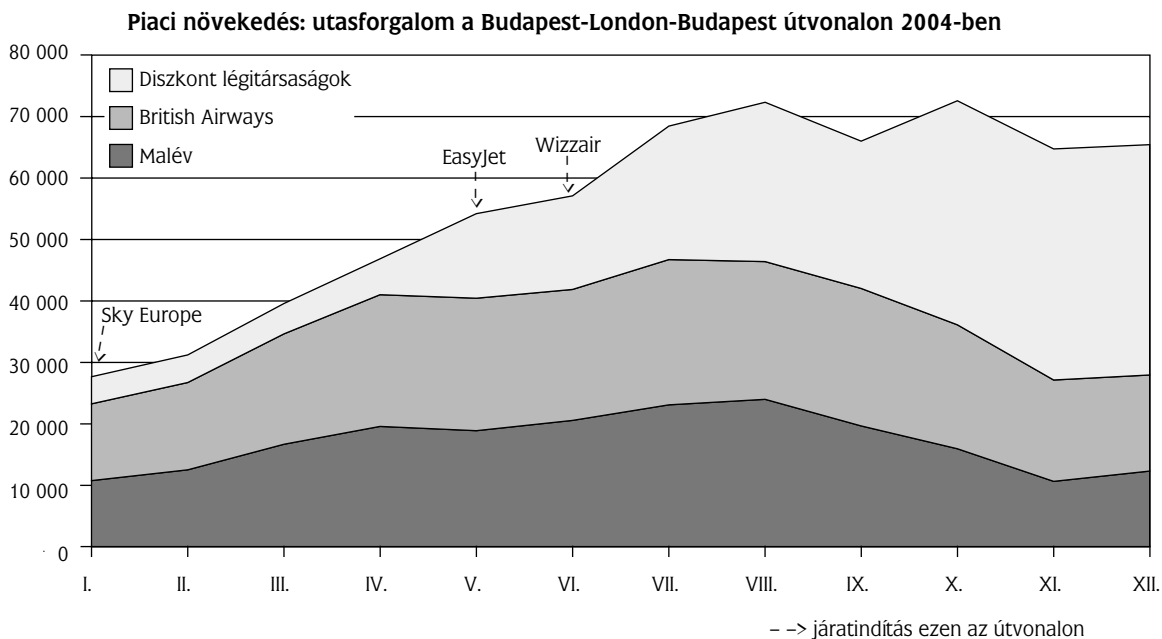
A diszkont légitársaságok látványos növekedést értek el az elmúlt évben: másfél évi magyarországi működés után a Ferihegyi repülőtéren már a teljes utasforgalmi piac 15%-át mondhatják magukénak.

Hangsúlyozni kell azt is, hogy a diszkont légitársaságok jelentősen hozzájárultak a légi utazás piacának növekedéséhez azáltal, hogy új utazói szegmenst céloztak

2. ábra



Forrás: Budapest Airport



Forrás: Budapest Airport

meg. Bár kétségtelenül érvényesül ezeknek a légitársaságoknak az „elszívó” hatása is, de a nemzetközi tapasztalatok, valamint a budapesti repülőtér utasforgalma is azt mutatja, hogy a diszkont légitársaságok az egész piac növekedését előmozdítják.

4. A diszkont légitársaságok jövőben várható forgalma

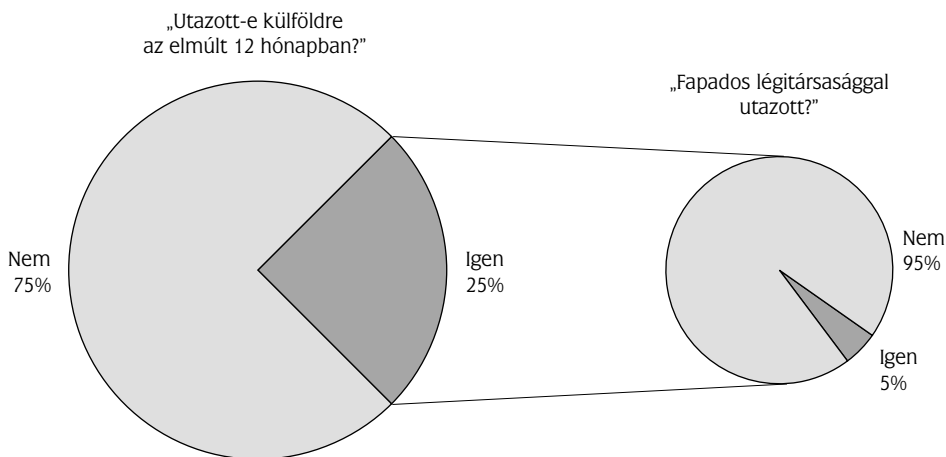
A diszkont légitársaságok magyarországi megjelenése óta a légitársaságok között egyre élesedő verseny tapasztalható bizonyos útvonalakon: jelentősen megnőtt a heti

járatsűrűség, egyúttal csökkentek a jegyárak, még a hagyományos légitársaságoknál is.

Mivel Magyarországon mind a szabadidős célú, mind az üzleti utazók nagyon érzékenyek, az elkövetkezendő években a diszkont légitársaságok forgalmának további növekedése várható.

Felmérésünk azt mutatta, hogy a 2005. évben többen választják majd a diszkont légitársaságokat, mint 2004-ben. Míg 2004-ben a külföldre utazó magyarok 5%-a utazott valamelyik diszkont légitársasággal, addig 2005-ben az utazást tervezők mintegy 14%-a választja az utazásnak ezt a módját.

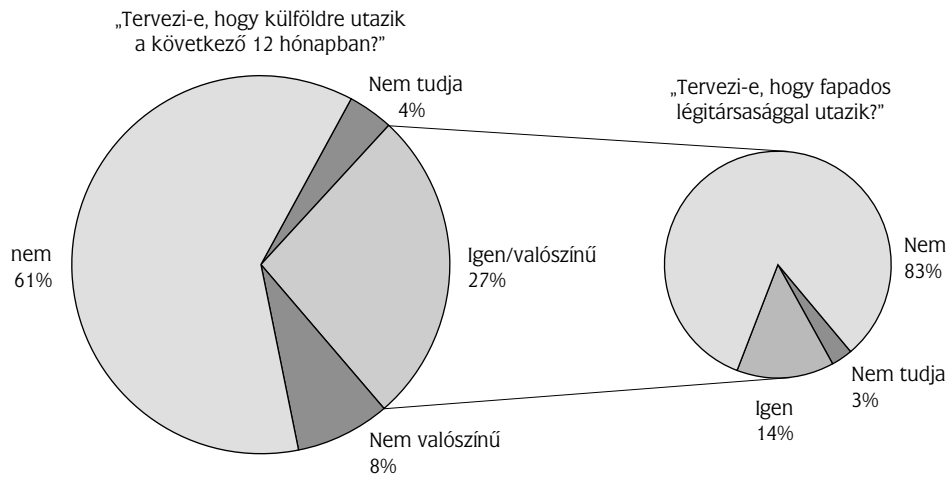
A diszkont légitársaságok szerepe a külföldi utazásokban, 2004



Forrás: KPMG telefonos reprezentatív felmérés Magyarországon

5. ábra

A diszkont légitársaságok szerepe a külföldi utazásokban, 2005



Forrás: KPMG telefonos reprezentatív felmérés Magyarországon

5. A diszkont-légitársaságok utazási szokásokra gyakorolt hatása

A magyarok többsége továbbra is autóval utazik külföldre: a 2004. évben külföldre látogatók 68%-a autóval indult útnak. A második legnépszerűbb közlekedési eszköz az autóbusz, majd a légi közlekedés és a vasút következik. Az ország méretét és földrajzi elhelyezkedését figyelembe véve nem meglepő, hogy a közúti közlekedés jóval megelőzi a légi közlekedést.

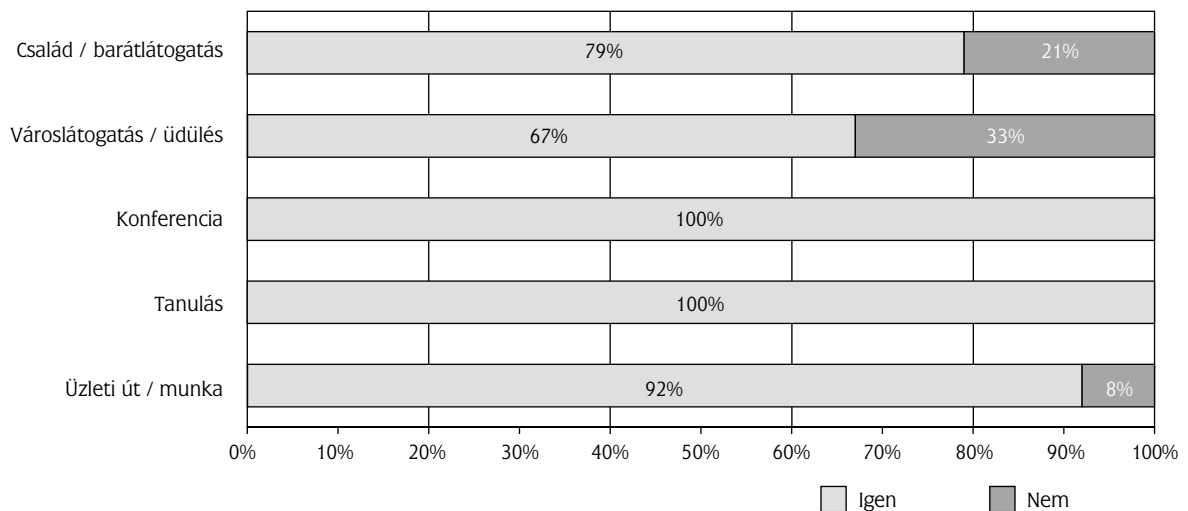
Felmérésünk arra is rámutatott, hogy a diszkont légitársaságoknak köszönhetően bővült az utazók köre Magyarországon: a turisták közel egynegyede és az üzleti utazók 8%-a máskülönben nem utazott volna.

6. A fapados légitársasággal történő utazás indokai

A legtöbb utazó az alacsony jegyár miatt választotta a diszkont légitársaságokat. Ugyanakkor a válaszadók 24%-ának jobban megfelelt a fapados társaság menetrendje, mint a többi társaságé, 9%-uk esetében pedig csak a fapados társaságoknak volt járata a kívánt célállomásra. Néhány üzleti utazó azt is megemlítette, hogy egyre több üzleti partnerük nyit irodát vagy végzi üzleti tevékenységét a fapados légitársaságok által használt repterek közelében.

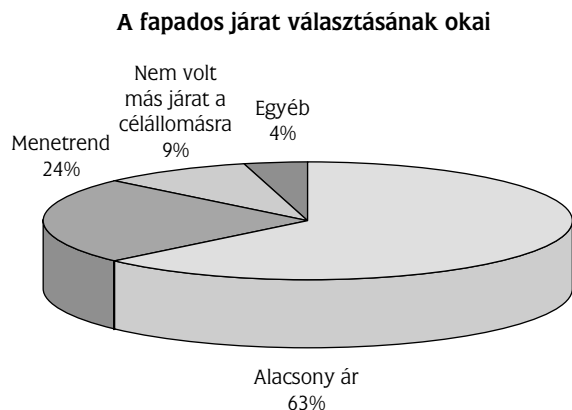
6. ábra

„Utazott volna külföldre akkor is, ha nincs fapados járat?”



Forrás: KPMG felmérés a fapados repülővel hazatérő magyar utasok körében

7. ábra



Forrás: KPMG felmérés a fapados repülővel hazatérő magyar utasok körében

7. A diszkont légitársaságok megítélése az üzleti utazók körében

Kutatásunk során megállapítottuk, hogy a nagyvállalatok többsége üzleti utazásokra vonatkozó belső szabályozásában még nem számol a diszkont légitársaságokkal. A válaszadók elmondták, hogy a cégvezetők magas színvonalú repülőtéri és fedélzeti szolgáltatásokat várnak el (például üzleti váró, törzsutasprogramban való részvétel, ellátás a fedélzeten stb.).

Az üzleti utazóknak gyakran az utolsó pillanatban kell utazásuk dátumát megváltoztatniuk, ezért rugalmasabb jegyfoglalásra van szükségük. Emellett a diszkont légitársaságok gyakran olyan repülőtereket használnak, mint Beauvais (Franciaország), Charleroi (Belgium), Stansted (Egyesült Királyság) vagy Bergamo (Olaszország), amelyek az adott nagyváros (Párizs, Brüsszel, London, Milánó) központjától távolabb fekszenek. Ez magyarázatként szolgál arra is, hogy az üzleti utak alkalmával a fapados légitársaságok révén megtakarítható költségeket gyakran miért becsülik túl.

8. A magyarországi szállodák számára levonható következtetések

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint az elmúlt év kiemelkedő volt a Magyarországra érkező turisták és a vendégéjszakák számát tekintve. Különösen a három-, négy- és ötcillagos szállodák értek el kimagasló teljesítményt: kihasználtságuk 4,6, 6,2, illetve 9,8%-kal nőtt 2003-hoz képest. A szállásdíjakból származó bevételek csaknem 11%-kal nőttek az előző évvel összehasonlítva.

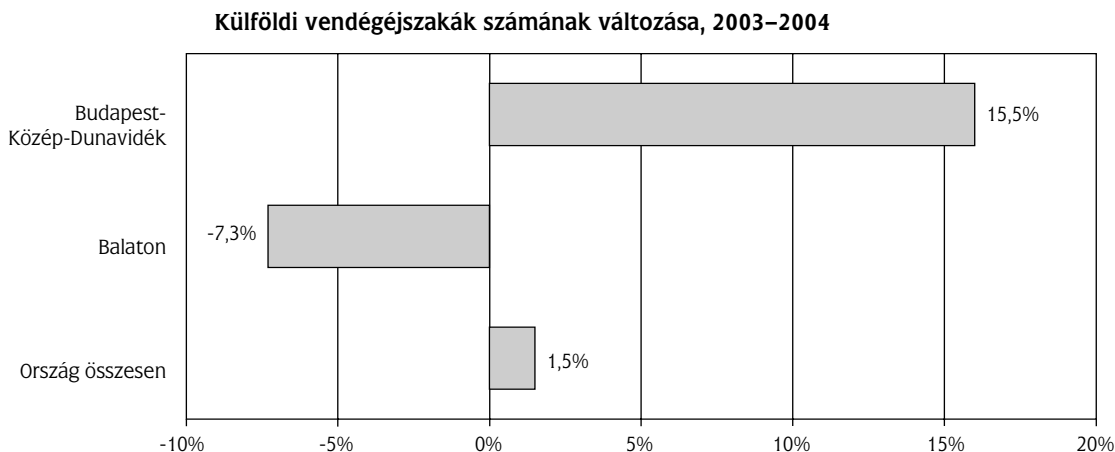
A külföldi vendégéjszakák számának és a bevételek nagyságának növekedését tekintve a Magyarországra irányuló tavalyi turistaforgalomból egyértelműen Budapest részesedett a legnagyobb mértékben. A vidéki szállodákat és az egyéb kereskedelmi szálláshelyeket kevésbé érintette a hazánkba látogatók számának növekedése.

Bár egy turisztikai desztináció forgalmát sok tényező befolyásolhatja (például Magyarország EU csatlakozása 2004 májusában, külföldön folytatott intenzív marketingtevékenység, az európai országok gazdasági teljesítményének javulása), nem kétséges, hogy Magyarország légi úton történő könnyebb elérhetősége szintén hozzájárult a 2004. évi rekord látogatószámhoz. Az Egyesült Királyság, Olaszország, Franciaország, Norvégia és Svédország például – amelyek az elmúlt évben a fapados légitársaságok legfontosabb úti céljai is voltak – a vendégéjszakák számát tekintve kiemelkedő eredményt értek el.

Felmérésünkben az is kiderült, hogy a budapesti szállodáknál valóban érezhető volt a diszkont légitársaságok hatása:

- A szállodavezetők elmondása szerint a szállodai be- és kijelentkezések időpontjai – egyértelműen a fapados légitársaságok késői érkezési, illetve korai indulási időpontjaihoz igazodva – jelentősen kitolódtak.
- 2003-hoz képest megduplázódott az internetes szállodai helyfoglalások száma.

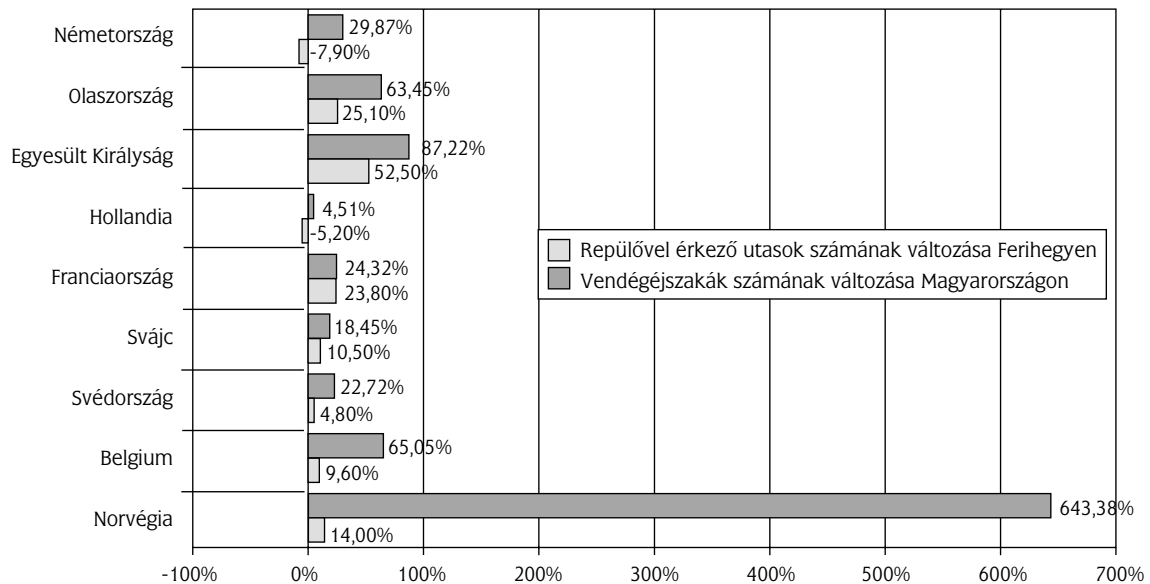
8. ábra



Forrás: KSH

9. ábra

Légiutások és vendégéjszakák számának növekedése küldő országoként 2004-ben²



Forrás: KSH

² A vendégéjszakák száma alapján rangsorolva.

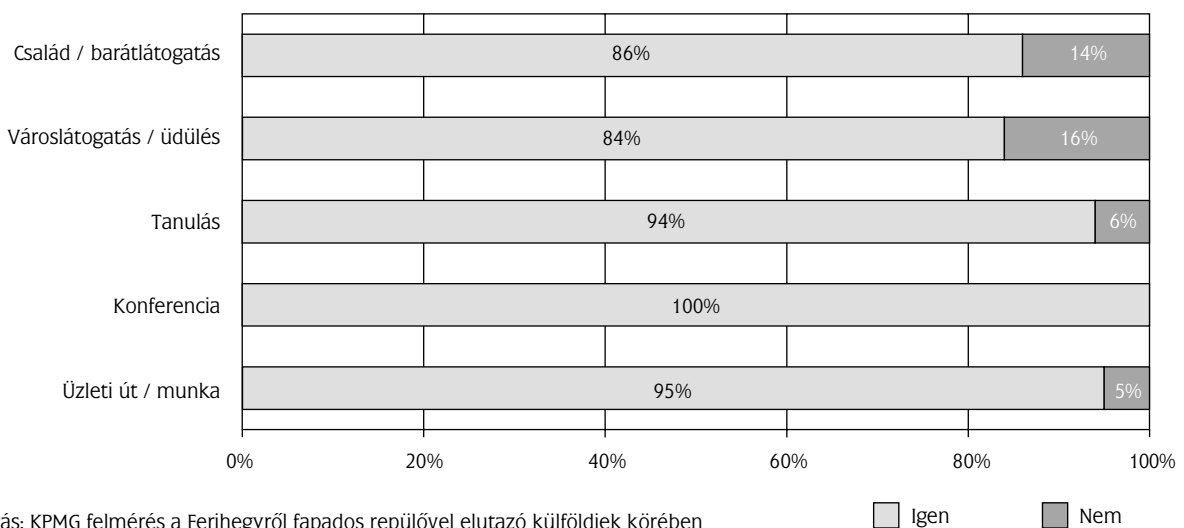
- Néhány szállodavezető megemlítette, hogy 2004 kiemelkedő év volt az Egyesült Királyságból és Skandináviából érkező vendégek számát tekintve, amit a statisztikák is tükröznek.
- Felmérésünk azt mutatja, hogy – a fapados légitársaságok általi elérhetőség miatt – Budapesten a négy- és ötcsillagos szállodákban a szezonon kívül – november és február között – nőtt a kereslet, és a kihasználtsági szint egyenletesebb eloszlást mutatott az év során.

9. A jövőben várható trendek

A légi közlekedés diszkont légitársaságok által előidézett fejlődése fokozta a versenyt az iparágban, amelynek következményeként a hagyományos légitársaságoknak új üzleti koncepciókat és új termékeket kell kialakítaniuk ahhoz, hogy meg tudjanak felelni a változó igényeknek és az új kihívásoknak. A piaci nyomás miatt a nagyobb nemzetközi légitársaságok már megkezdték működésük

10. ábra

Elutazott volna Magyarországra akkor is, ha nincs fapados járat?



Forrás: KPMG felmérés a Ferihegyről fapados repülővel elutazó külföldiek körében

□ Igen ■ Nem

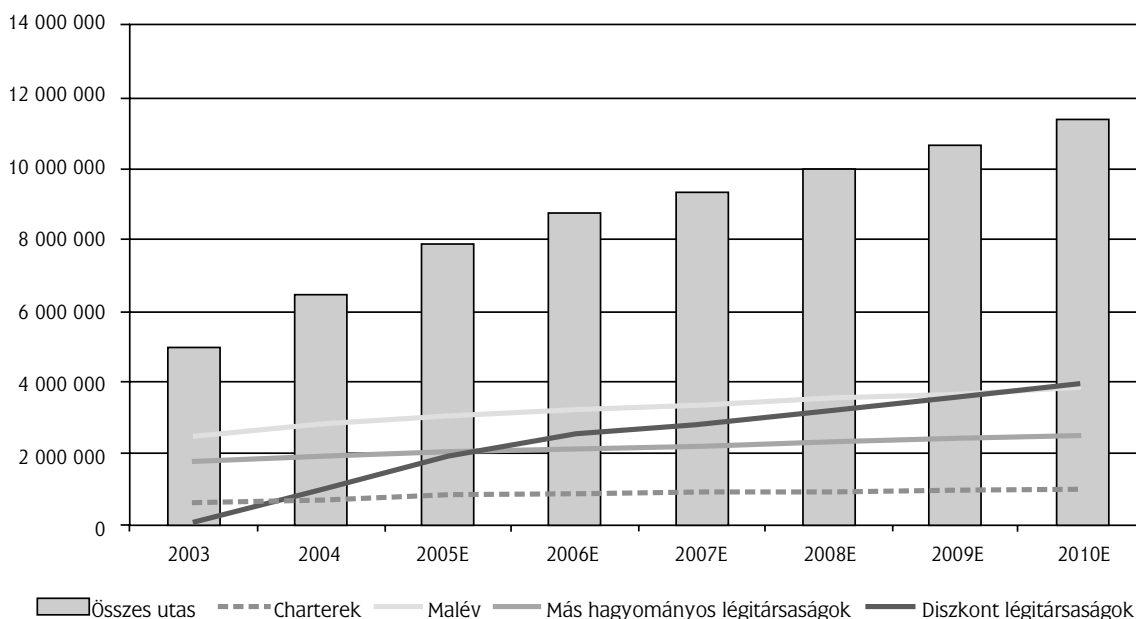
átalakítását: vagy oly módon, hogy elsősorban a színvonalas szolgáltatásokat igénylő utazói szegmensekre összpontosítanak (a British Airways és a Lufthansa például kiemelt szolgáltatásokat nyújt „business class” utasainak; a SAS pedig három utasosztályt vezetett be), vagy pedig az általuk kínált termékek egyszerűsítésével igyekeznek versenyképességüket növelni (az Air Lingus megszüntette például a „business class”-t, és most a fapados utazókat célozza meg).

és a fapados légitársaságokkal utazók száma 2010-re várhatóan eléri a 4 milliót (ami 35%-os piaci részesedést jelent).

A légitársaságok közötti fokozódó verseny sürgetően hat a repülőtéri fejlesztésekre: mind a Ferihegyi repülőtéren, mind a városközpont felé irányuló közlekedésben jelentős fejlesztésekre lesz szükség ahhoz, hogy Budapest sikeresen nézzen szembe a bővülő légi közlekedési piac kihívásaival.

11. ábra

A légi utasforgalom várható növekedése 2005 és 2010 között



Forrás: Budapest Airport, KPMG becslés

Feltételezéseink szerint a légitársaságok közötti verseny az elkövetkező években élesedni fog és néhány további fapados légitársaság is belép majd a magyarországi piacra. Idővel a diszkont légitársaságok piaci részesedése is növekedni fog. Várakozásaink szerint – a más nyugat-európai piacokon megfigyelhető trendet követve – a fapados légitársaságok a növekvő charterforgalom egy részét elhódítják majd azáltal, hogy olcsó repülőjegyeket kínálnak a népszerű idegenforgalmi célállomásokra. Előrejelzéseink szerint a Malév és a többi hagyományos légitársaság piaci részesedése közötti különbség csökkenni fog,

A szállodáknak és az idegenforgalmi ágazat többi szereplőjének jobban oda kell majd figyelniük a fapados légitársaságok utazóira, és szolgáltatás-kínálatukat e növekvő szegmens igényeihez kell igazítaniuk. Az olyan kezdeményezések, mint a „Fly & Bus” program mindenképpen elősegíthetik azt, hogy a vidéki szállodák is részesüljenek a látogatószám növekedésének előnyeiből, de a regionális repülőterek is hozzájárulhatnak a helyi turisztikai fejlesztésekhez. Ezen túlmenően a szállodák a diszkont légitársaságokkal közös utazásösztönző ajánlatokkal is lendíthetnek üzletükön.