

Top 10 trend, melyek jelentősen befolyásolják az üzleti utazásokat 2009-ben

Írta: David Grossman¹

Egy évvel ezelőtt az emelkedő olajárak az utazással járó költségeket új magasságokba emelték, amelynek hatását az üzleti utazók is érezték. A jelenlegi globális válság hatására az utazási költségek újra csökkennek, és a légitársaságok, a szállodák, az autóbérléssel foglalkozó cégek mind-mind nagy erőfeszítéseket tesznek a túlélésért. Az alábbiakban tíz, a globális válság által generált trendről számolunk be, és ezek várható hatásairól a hivatásturisztikai piacra 2009-ben.

1) Eladó légiközlekedés

A légitársaságok kétségbeesetten próbálják megtölteni a gépeiket ebben a rohanó gazdaságban. 2007 januárjától 2008 júliusáig az amerikai légitársaságok 32-szer emelték áraikat a FareCompare.com szerint. Csupán két hónappal az új év kezdete után, az amerikai légitársaságok 25-ször kezdeményeztek kiárusítást, és az árak jelenleg a 2007 előtti szinten vannak sok piacon. Ha Önnek vannak tartalékai az utazásra szánt éves keretében, most érdemes repülnie.

2) Folyamatos kapacitáscsökkentés

A csökkenő utazási kedv ellensúlyozására az amerikai légitársaságok egyre csökkentik a járataik számát, legtöbbjük eddig belföldi járatai 10-20%-át törölte. Az Air Transport Association előrejelzése szerint, a hét legnagyobb amerikai légitársaság részéről további 3-10%-os csökkentés várható még ez év során. Ez azt jelenti, hogy egyre több last-minute jegyvásárlási lehetőség lesz, és egyre nőni fog a szükségszerűségből visszautasításra kerülő utasok száma a túltöltött repülőkön.

3) Az extra költségek térhódítása

Bár a repülőjegyek alapdíjai csökkennek, nem valószínű, hogy a légitársaságok lemondanak azokról, a vendégek számára zavaró extra költségekről, mint például a bőrönd feladása, a snack-ek és italok, a repülés közbeni szórakoztatás, a helyválasztás, stb. A United Airlines arra számít, hogy 2009-ben 1,2 milliárd dollár bevétele lesz csupán ezekből a kiegészítő díjakból. Az utasoknak nehéz kiküszöbölni ezeket az extra díjakat, hacsak nem elit kategóriájú tagjai az adott légitársaság hűségprogramjának.

¹ David Grossman egy tapasztalt üzleti utazó, aki korábban vezető pozíciót töltött be különböző légitársaságoknál. Jelenleg a hivatásturisztikával kapcsolatos rovatot vezet.

Sajnos, a hotelek is tanulnak a légitársaságoktól, lemásolják és bevezetik ezeket a sikeres, ám igen népszerűtlen extra költségeket. Néhány szálloda észrevétlenül eltünteti a bekészítéseket, mint például a csokoládét és gyümölcsöt a lobby-ból, illetve újságokat és piperecikkeket a vendégszobákból. Más esetekben a szállodák elkezdtek olyan szolgáltatásokért is számlázni, amelyek korábban a vendégek számára ingyenesek voltak (pl. internet).

4) Az utazási költségek csökkentése

Az Association of Corporate Travel Executives nemrég készült felmérése szerint a vállalatok több, mint 70%-a 10-20%-kal csökkenti utazási kiadásait ebben az évben. Sok vállalat olcsóbb kategórián (például business osztály helyett turista osztályon) utaztatja munkatársait a hosszú repülőutakon, és szállodák közül is inkább közepkategóriájú házakat választják az üzleti utazók részére. Azok, akik elég szerencsések ahhoz, hogy business osztályon repüljenek és felső kategóriájú szállodában lakjanak, könnyebben jutnak majd repülőjegyhez és szállodai szobához egyaránt.

5) Az üzleti utazók előtérbe helyezése

Nehéz időkben az idegenforgalmi szolgáltatók is a legjobb vásárlóinkra koncentrálnak, vagyis azokra, akik a legtöbb bevételt és profitot hozzák az adott cégnek. Még ebben a nehéz gazdasági helyzetben is sok légitársaság bővíti ki az első és business osztályok szolgáltatásait, elsősorban a tengerentúli járataikon. Az üzleti utazók előtérbe helyezése azonban nem csak a tengerentúli repülőutakon és a globális légitársaságoknál érzékelhető. A Southwest nemrég bevezette, hogy a teljes árú jeggyel utazó Business Select utasok beszálláskor elsőbbséget élvezhetnek, és ingyenes koktélt is kínálnak nekik. A kisgyermekes családok így hátrébb szorulnak a beszállási folyamatban. A Southwest továbbá konnektorokat és USB kimeneteket helyezett el a kapuk előtti várótermekben, illetve jelenleg tesztelik a repülés közbeni wi-fi használat lehetőségét.

6) Egyre jobb nemzetközi alkuk

Az utóbbi években a légitársaságok kiterjesztették nemzetközi szolgáltatásaikat, ezzel is kihasználva a folyamatosan növekvő globális gazdaságot. A tengerentúli repülőutak piaca biztos menedék volt azon társaságok számára, akik fapados versenytársaikat akarták elkerülni saját hazájukban. Jelenleg azonban a légitársaságok mindenhol legalább 15%-kal csökkentették a kapacitásukat, ami elképzelhető, hogy nem lesz elégséges. Az International Air Transport Association jelentése szerint decemberben 13,3%-kal csökkent a prémium (első és business osztály) utasok száma az előző évhez képest. A légitársaságok válasza a nemzetközi repülési igények csökkenésére az árak meglepő arányú lecsökkentése.

7) Üres hotelszobák és parkoló bérelhető autók

A szállodai tartózkodások 40%-a a repülőgépek indulásához kötött, állítja a Promedia Travel nemrég megjelent tanulmányában. A kevesebb repülőjáratot és kevesebb utazót a szállodák és autóbérléssel foglalkozó cégek is megérik. Míg a légitársaságok relatív gyorsan le tudják csökkenteni kapacitásukat a járatok ritkításával, addig a szállodáknak és autóbérlő cégeknek sokkal nehezebb megoldást találniuk kihasználatlan kapacitásaikra. Ez további alkudozáshoz, alacsonyabb árakhoz vezet.

8) Csökkenés a rendezvények és azok résztvevőinek számában

A konferenciák és egyéb rendezvények a gazdasági válság egyik nagy áldozatai. Az MPI és az American Express legutóbbi tanulmánya szerint 2009-re a rendezvények 7%-át mondták már le, a résztvevők száma pedig előreláthatóan 5%-kal fog csökkenni. Ezek a csökkenő tendenciák természetesen a szállodaipart is negatívan érintik.

(Az MPI és az American Express tanulmánya, a FutureWatch2009 a Kongresszusi Irodától is igényelhető.)

9) A regionális repülőgépek átméretezése

A regionális repülőgépeket eredetileg arra tervezték, hogy 40-nél kevesebb utast szállítsanak, az utóbbi években azonban 50, 70, 90, sőt, néha 100 fős gépeket is építettek. Bár 50 fő alatti gépeket ma már nem használnak és nem is gyártanak, ezek a kisebb repülőgépek mégis átveszik a vezetést sok olyan útvonalon, ahol eddig csak nagy repülőgépek közlekedtek. Bár a regionális gépeken az utasoknak általában nagyobb személyi térük van, az emberek még mindig nem szeretnek kisméretű gépeken utazni. Mindemellett ezek a járatok is egyre jobban megtelnek az egyéb járatok csökkentésével.

10) Az internetes árak újjáéledése

Amikor a 9/11-es támadás után visszaesett az utazási kedv, a légitársaságok, a szállodák és az autóbérlő cégek felfedeztek egy új módszert arra, hogy megszabaduljanak a válság miatt eladhatatlan készleteiktől. Ez akkor a gyorsan fejlődő interneten keresztül történt. A szolgáltatók felismerték, hogy igen kevés ráfordítással tudják reklámozni és eladni a last-minute tartalékaikat. Az olyan honlapok, mint az Expedia, az Orbitz, a Travelocity, illetve a Hotwire és a Priceline nagyon gyors fejlődésnek indultak, hiszen az utazók a világhálón máshol elérhetetlen, kedvezményes árakra bukkanhattak. Az utazási kereslet felgyógyulásával a szolgáltatók egyre kevésbé jó árat kínáltak ezeken a csatornákon keresztül. Az ismételten csökkenést mutató piaci tendenciák miatt a kevésbé eladható tartalékok újra megjelennek ezeken a független honlapokon, és az utazók könnyebben találnak jó árakat a weben, mint amit a cégük utaztatási részlege tud kialakítani.

*Forrás: www.usatoday.com/travel
Fordította és feldolgozta: Varga Judit
2009. április*

További információ:

Varga Judit
Magyar Kongresszusi Iroda
Telefon: 06-1/488-8638
Fax: 06-1/488-8641
E-mail: varga@itthon.hu
Internet: www.hcb.hu