

שיטת התמחור של חברות הלואו-קוסט עם ההכנסות הנלוות השתלמה

Posted on 27 בפברואר 2019 by עירית רוזנבלום



בשנת 2018 גרפו חברות התעופה 65 מיליארד דולר מהכנסות הנלוות לכרטיס הטיסה

Categories: תעופה, ראשי

Tag: ריינאייר, לואו קוסט, איזי ג'ט, דלתא, WOW, הכנסות נלוות, WIZZ, יונייטד

בחמש השנים האחרונות הסכומים מהכנסות הנלוות לכרטיס הטיסה בחברות התעופה יותר מהוכפלו, כשאירופה מובילה בהכנסות. כך לפי הנתונים העדכניים של IdeaWorksCompany, חברת מחקר ויישום רעיונות יצירתיים למוצר.

חברת IdeaWorks מעריכה כי ההכנסות הנלוות של חברות תעופה בינלאומיות - כולל מדמי שליחת כבודה לבטן המטוס, מושבים שהוקצו, כיבוד, תעריף עדיפות בעליה למטוס ובידור - הסתכמה ב-65 מיליארד דולר ב-2018, לעומת 28.5 מיליארד דולר ב-2014.

"השכיחות של חברות לואו-קוסט באזור, מובילה למעשה את רמת ההכנסות הנלוות; ריכוז גבוה יותר של ספקים זולים מגביר את ההכנסות הנלוות", קבעה החברה.

לפי הנתונים האחרונים, אירופה ורוסיה מובילות בראש, כאשר חברות הלואו-קוסט תורמות כמעט 25% מההכנסות התפעוליות של האזור. מתוכן, כ-22.5 מיליארד דולר מגיעים מתוספות לכרטיס הטיסה הבסיסי, לעומת 11 מיליארד דולר ב-2014.



וויז אייר יחד עם איזי ג'ט, ריינאייר ואחרות משכו את הצרכנים האירופיים עם תמחור לפי בחירה. צילום יח"צ
החדירה הגבוהה של חברות הלואו-קוסט גם גרמה לחברות התעופה המסורתיות (חברות לגאסי) באירופה דוגמת אייר פראנס/קלם, בריטיש איירווייס וקבוצת לופטהנזה, במקום להילחם במגמה ² להצטרף אליה ולהרחיב אותה.

"נורוויג'ן, יורווינגס ו-WOW אייר, איתגרו את משטר התמחור הקיים ברחבי צפון האוקיינוס האטלנטי. בתוך אירופה, איזי ג'ט, ריינאייר, ויולינג ו-Wizz משכו את הצרכנים האירופיים עם תמחור לפי בחירה - מעין A la carte. תגובתן של החברות הוותיקות היתה החיבוק המהיר שלהן את השיטה (כולל בחברות הישראליות, ע.ר.), כשהן נופלות זו אחר זו כמו קוביות דומינו ובהן אייר פראנס/-קלם, אמריקן, בריטיש איירווייס, דלתא, לופטהנזה ויונייטד, שהציעו את הגרסאות שלהן למחיר הבסיס לכרטיס. כרגע הפעולה והתגובה מוגבלות במידה רבה לטיסות בתוך אירופה וארצות

הברית ובמסלולים הטרנס-אטלנטיים. אסיה, אפריקה והמזרח התיכון טרם הושפעו מהתפשטות התמחור הבסיסי",
נאמר במחקר.

הלואו-קוסט מתעצם גם בסין

חברות התעופה באסיה מדורגות במקום השני עם הכנסות נלוות של 18.8 מיליארד דולר, לעומת 6.5 מיליארד דולר ב-2014. באזור יש מספר לא מבוטל של חברות לואו-קוסט, שמייצרות 13.7% מסך כל ההכנסות.

"יותר פעילות לואו-קוסט מתרחשת כעת בסין עם פיתוח של 9 אייר, בייג'ינג קפיטל איירליינס, China United Airlines, לאקי אייר ווסט אייר. עם כל הפעילות הזו, מפתיע שמובילי רשתות התעופה העולמיות היו איטיים לאמץ את שיטות ההכנסה הנלוות", קובע הדו"ח.



מטוס דלתא איירליינס. שדרוג רמת ההכנסות באמצעות חיוב על בחירת מושב. צילום יח"צ
בארה"ב נרשמה חדירה של 10.5% בלבד בחברות לואו-קוסט, וההכנסות הנלוות מטיסות הסתכמו ב-16.5 מיליארד דולר ב-2018, לעומת 8.2 מיליארד דולר ב-2014. "הפיתוח האחרון של שלוש חברות התעופה הגדולות בעולם (אמריקן, דלתא ויונייטד) הוא לעודד שדרוגים למחלקת תיירים על ידי הגבלה על בחירת מושב או חיוב על הקצאתו וכך לשדרג את רמת ההכנסות הנלוות עבור חברות תעופה אלה", ציין IdeaWorks.

אפריקה והמזרח התיכון נהגו באופן מסורתי להימנע מהכנסת התמחור החדש ופעילותן של חברות לואו-קוסט באזור נשארה הרחק מאחור והיוותה 4.4% בלבד מההכנסות התפעוליות של חברות תעופה. ב-2018 נרשמה הכנסה של 4.2 מיליארד דולר מהכנסות נלוות, לעומת 1.4 מיליארד דולר ב-2014. "מצב זה מתחיל להשתנות לאט בזכות שלוש חברות התעופה של נסיכויות המפרץ אמיירטס, אתיחאד וקטאר איירווייס - המציעות דמי מושב במחיר הנמוך ביותר. חברות תעופה אלו עדיין כוללות משלוח מזוודה לבטן המטוס במחיר הכרטיס", נכתב בדו"ח.

לחברות תעופה באמריקה הלטינית מותר כעת לגבות דמי מטען בטיסות-פנים בתוך ברזיל, באמצעות Azul איירליינס, GOL איירליינס ו-LATAM. מספר חברות לואו-קוסט צצו בשנתיים האחרונות, כולל Flybondi (ארגנטינה), JetSmart (צ'ילה), נורוויג'ן אייר ארגנטינה ו-Viva אייר פרו.



לאטאם. באמריקה הלטינית מותר כעת לגבות דמי מטען בטיסות-פנים בתוך ברזיל. צילום אתר החברה
חברות הלואו-קוסט מייצגות כיום 19.7% מההכנסות התפעוליות ברחבי אמריקה הלטינית/אזור הקריביים, עם עליה מ-
1.4 מיליארד דולר ב-2014 ל-2.8 מיליארד דולר ב-2018.

"הכלכלה העולמית נוטה לספק מחירי דלק לא יציבים, שיכולים לצנוח או לעלות באופן בלתי צפוי. העתיד גם צופן
זמנים כלכליים קשים בשל חוסר ודאות פוליטית או מלחמות סחר גוברת. הכנסות נלוות, הכוללות את התגבור
שמספקת מכירה של תוספות 'א לה קארט', פועלות כמו גידור מפני כל הסיכון הזה. הוא ממתן את התנודות של מחירי
הטיסות מחלק של הכנסות חברות התעופה ומאפשר ללקוחות לבחור את התמחור המתאים עבורם. ההכנסות הנלוות
הן חיסון נגד וירוס הכשל הפיננסי, שנראה כי נוכח תמידית בביזנס של התעופה", מסכם דו"ח IdeaWorks .