



dr Dariusz Tłoczyński
Wyższa Szkoła Gospodarki
w Bydgoszczy

Segmentacja rynku lotniczego w kształtowaniu oferty usług lotniczych.

Przewoźnicy lotniczy

Wprowadzenie

W ciągu ostatnich kilku lat przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku usług transportu lotniczego zaczęły rozumieć, jak wielkie znaczenie ma segmentacja rynku. Doskonale przecież wiadomo, że prawidłowo przeprowadzony podział rynku i w następstwie dopasowana oferta usług lotniczych prowadzi przede wszystkim do usatysfakcjonowania klientów, a dla przedsiębiorstwa oferującego usługę lotniczą zapewnia określony poziom dochodów. Coraz powszechniej jest też akceptowanie twierdzenie o istnieniu zależności między segmentacją rynku a rentownością usługi.

1. Istota segmentacji rynku usług transportu lotniczego

Proces segmentacji rynku polega na podziale klientów lub potencjalnych klientów w obrębie rynku na grupy, czyli segmenty, w których wszyscy klienci mają te same lub podobne wymagania zaspokajane swoistą kompozycją marketingową.

O ile definicja rynku opisuje potrzebę klienta w sposób obejmujący wszystkie alternatywne produkty czy usługi, które zdaniem klientów mogą zaspokoić tę potrzebę, o tyle „segmenty” wiążą się z konkretnymi produktami czy usługami – a także pozostałymi elementami kompozycji marketingowej – których różne grupy klientów poszukują na rynku, chcąc zaspokoić swoje szczególne potrzeby. Zatem podstawowa różnica pomiędzy rynkiem a segmentem polega na tym, że konkretna strategia marketingowa może być określona tylko w odniesieniu do segmentu, podczas gdy w przypadku rynku możemy jedynie wyliczać alternatywne produkty czy usługi.

Podobnie jak na innych rynkach, także w odniesieniu do transportu lotniczego, segmentacja jest twórczym procesem, którego celem jest coraz lepsze zaspokojenie potrzeb klienta, a tym samym osiągnięcie przez firmę przewagi nad konkurencją. Jest określana przez potrzeby i wymagania klienta, a nie firmy i wymaga okresowego powtarzania.

Proces segmentacji pomaga dostrzegać nowe możliwości działania przedsiębiorstw transportu lotniczego zarówno pod względem produktów, jak i rynków.



Logistyka - nauka

Przedsiębiorstwa transportu lotniczego, chcąc zidentyfikować rodzaje swoich klientów oraz skategoryzować szczególne wymagania, muszą posłużyć się więcej niż jednym poziomem kryteriów segmentacji. Przewoźnicy i porty lotnicze a także producenci sprzętu lotniczego przekonali się, że proces segmentacji musi obejmować wszystkie możliwe sposoby podziału rynku.

Największe możliwości stwarzają przedsiębiorstwom segmenty rynku rozwijające się i rentowne, w których firmy potrafią najlepiej zaspokajać obecne potrzeby klientów lub też są w stanie opracować produkty czy usługi zaspokajające przyszłe potrzeby.

Kierując się doбором docelowych segmentów rynku, przedsiębiorstwa transportu lotniczego mogą opracować prawidłowo zorientowane strategie marketingowe. Planowe podejście do zaspokajania potrzeb klientów oznacza postawę aktywną, umożliwiającą wykorzystanie szans stwarzanych przez rynek i osiągnięcie przewagi konkurencyjnej.

Należy zauważyć, że o ile proces segmentacji jest zorientowany na zewnątrz, w kierunku rynku, o tyle firmy zabiegające o efektywne zaspokajanie potrzeb klientów powinny również rozważyć zagadnienia wewnętrzne, na przykład dostosowanie personelu czy struktury działów do wybranych segmentów.

W przypadku linii lotniczych segmentacja często jest określana wewnętrznymi strukturami firmy i przebiegającymi w niej procesami. Punktem wyjścia do przeprowadzenia segmentacji jest klient – pasażer linii lotniczych. Podobnie jest w przypadku portów lotniczych. Wówczas orientacja na klienta ujawnia się głównie w działaniach marketingowych, np. opracowanie konkretnych kampanii reklamowych albo ustalenie szczegółowej polityki taryfowej.

Staranne przeprowadzenie segmentacji wymaga zazwyczaj bardzo wielu informacji, które można zestawić następująco:

- informacje pozwalające zrozumieć funkcjonowanie rynku;
- dane (przynajmniej szacunkowe) o wielkości rynku i jego podziale na konkurencyjne produkty i usługi;
- charakterystyki opisowe różnych grup klientów obecnych na rynku (profile klientów);
- informacje o podstawowych wymaganiach stawianych produktowi czy usłudze przez klientów;
- informacje o korzyściach zapewnianych przez cechy produktu czy usługi;
- informacje o względnym znaczeniu tych korzyści dla różnych grup klientów obecnych na rynku.



2. Kryteria segmentacji przewoźników lotniczych

Ponieważ segmentacja rynku ma zasadnicze znaczenie dla strategii firmy i wpływa na wszystkie obszary jej działania, a na dodatek każda funkcja może wnieść wkład w proces segmentacji, należy ją przeprowadzać na wszystkich poziomach organizacji. Na poziomie strategicznym konieczna jest segmentacja korporacyjna odpowiadająca misji firmy lub ułatwiająca jej opracowanie, następnie na poziomie strategicznych jednostek biznesu oraz na poziomie grup klientów.

W oparciu o dwa zasadnicze kryteria podziału, rynek transportu lotniczego możemy sklasyfikować w odniesieniu do klienta indywidualnego – pasażera oraz do klienta instytucjonalnego, np. przewoźnika, portu lotniczego.

Pasażerowie z zależności od statusu, celu podróży mają zróżnicowane oczekiwania w odniesieniu do usługi lotniczej (tabela 1).

Tabela 1. Oczekiwania pasażerów wobec przewoźników lotniczych

Przewoźnik	Cel podróży	Segment rynku	Oczekiwania pasażera wobec przewoźnika
niskokosztowy	turystyczny	młodzież, studenci, młode małżeństwa, emeryci	Niskiej ceny biletów, dostępności, zniżek dla dzieci, możliwości zabrania nietypowego bagażu np. narty, deski windsurfingowej, atrakcyjnej siatki połączeń
	odwiedziny rodziny, znajomych	młodzież, studenci, małżeństwa,	niskiej ceny biletów, dostępności, zniżek dla dzieci, możliwości zabrania większej ilości bagażu
	służbowy	pracownicy firm, szefowie kierownicy, właściciele małych firm	atrakcyjnej siatki połączeń, dogodnego czasu wylotu/przylotu, możliwość zapłaty wyższej ceny, bezpośredniości, dostępności, pomocy w transferze do/z portu lotniczego, wyższego komfortu podróży, dodatkowych pakietów usług, cateringu,
	losowy	rodziny	bezpośredniości, przylotu na lotniska położone blisko dużych aglomeracji, pomocy w transferze do/z portu lotniczego
	okolicznościowy	osoby podróżujące samotnie, osoby lubiące życie rozrywkowe	niskiej ceny biletu, możliwości rezerwacji w ostatniej chwili, dogodnych godzin przylotu i odlotu
	zarobkowy	studenci, średnia klasa, osoby pracujące za granicą, bezrobotni	niskiej ceny biletów, dostępności, niższego komfortu podróżowania, możliwości zabrania większej ilości bagażu
tradycyjny	turystyczny	osoby podróżujące do miast, które nie obsługują przewoźników niskokosztowych	niskiej ceny, pomocy w transferze do/z portu lotniczego, cateringu, zwiększonego limitu bagażu, „otwartego biletu”, zniżek dla dzieci
	odwiedziny rodziny, znajomych	klasa średnia i wyższa	bezpieczeństwa, pomocy w transferze do/z portu lotniczego, bezpośredniości, urozmaiconego cateringu, „otwartego biletu”

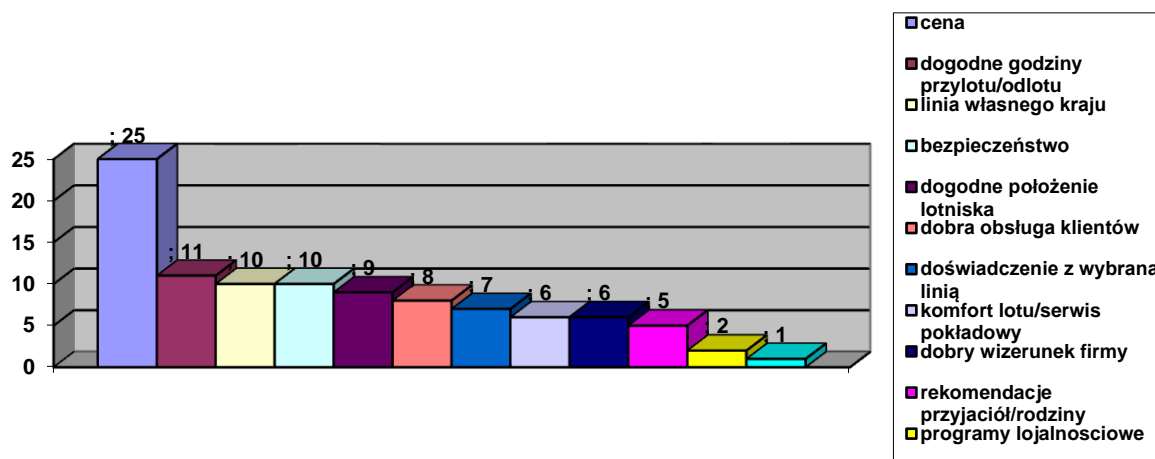


Logistyka - nauka

slużbowy	kadra kierownicza, dyrektorzy, prezesi przedsiębiorstw, politycy	podróży w klasie biznes, urozmaiconego catering, szybkiej odprawy w portach lotniczych, dostępności, pomocy w transferze do/z portu lotniczego, wysokiego komfortu podrózowania
losowy	rodziny	bezpośredniości, przylotu na lotniska położone blisko dużych aglomeracji, pomocy w transferze do/z portu lotniczego,
okolicznościowy	biznesmeni	podróży w klasie biznes, urozmaiconego catering, szybkiej odprawy w portach lotniczych, dostępności, pomocy w transferze do/z portu lotniczego, wysokiego komfortu podrózowania
zarobkowy	studenci	niskiej ceny, „otwartego biletu”

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań marketingowych.

Oczekiwania pasażera, jego preferencje stanowią podstawę dla przewoźnika do zaoferowania
pożądaney oferty przewozowej (por. rys. 1).



Rys. 1. Preferencje pasażerów przy wyborze linii lotniczej

Źródło: TGI, SMG/KRC

Z analizy badań wynika, że, pasażerowie dokonując wyboru danego przewoźnika, najczęściej kierują się ceną przelotu – 25 % oraz dogodnymi godzinami przylotu i odlotu – 11%.

Dokonując segmentacji przewoźników uwzględnia się kilka kryteriów. Szczegółowa analiza została w tabeli 2.



Tabela 2. Wybrane kryteria segmentacji przewoźników lotniczych

Kryterium	Segment 1	Segment 2	Segment 3
przedmiotu przewozu	pasażerski	cargo	poczta
odległości	przeloty krótkodystansowe	przeloty średniodystansowe	przeloty długodystansowe
obsługi rynku	tradycyjni	niskokosztowi	czarterowi
sposobu zorganizowania przewozu	regularne	czarterowe	turystyczne
własności	państwowe	prywatne	

Źródło: opracowanie własne

Przewoźnicy mają określone oczekiwania względem zarządców infrastruktury. I tak przewoźnicy operujący dużymi samolotami, np. Airbus A380 wykonają operacje lotnicze, przypadku posiadania przez lotnisko kategorii 4F. Zaś przewoźnicy dysponujący małymi samolotami będą wykonywać operacje na wszystkich typach lotnisk. Kategoryzację lotnisk według ICAO przedstawiono w tabeli 3.

Zgodnie z międzynarodową klasyfikacją *ICAO* lotniska dzieli się na klasy w zależności od kodu referencyjnego. Polska przyjęła również klasyfikację zgodną z *ICAO*, która została wprowadzona na podstawie rozporządzenia ministra transportu i gospodarki morskiej¹. W tej klasyfikacji wyróżnia się klasy techniczne lotnisk określane poprzez parametry drogi startowej.

Tabela 3. Klasyfikacja lotnisk według ICAO – kod referencyjny lotniska

Litera (pierwszy element) kodu referencyjnego lotniska		Cyfra (drugi element) kodu referencyjnego lotniska		
Cyfra kodu	Referencyjna długość startu samolotu (w metrach)	Litera kodu	Rozpiętość Skrzydeł (w metrach)	Odległość pomiędzy zewnętrznymi krawędziami skrajnych kół głównego podwozia (w metrach)
1	poniżej 799	A	poniżej 14,99	poniżej 4,49
2	od 799 do 1199	B	od 15 do 23,99	od 4,5 do 5,99
3	od 1200 do 1799	C	od 24 do 35,99	od 6 do 8,99
4	powyżej 1800	D	od 36 do 51,99	od 9 do 13,99
		E	od 52 do 65,99	od 9 do 13,99
		F	powyżej 65	powyżej 14

Źródło: ICAO, *Annex 14. Airports*.

¹ Rozporządzenie Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 31 sierpnia 1998 w sprawie przepisów techniczno-budowlanych dla lotnisk cywilnych. Dz. U. Nr 130, poz. 859.



Logistyka - nauka

Każde lotnisko posiada swój kod referencyjny, składający się z dwóch elementów: cyfry i litery, np. lotnisko w Gdańsku oznaczone jest kodem 4D. W zależności od kodu określone są pozostałe elementy infrastruktury, np. szerokość, pochylenie drogi startowej, odległości od terminalu i innych obiektów.

Przewoźnicy oczekują od operatorów zarządzających infrastrukturą oprócz odpowiedniej infrastruktury także wysokiego poziomu obsługi.

Proces obsługi płytowej jest szczególnie krytycznym procesem obsługi naziemnej. Zawiera on w sobie trzy kategorie obsługowe, które muszą być wykonane w czasie 20-30 minut. Dlatego też do bezpiecznego, prawidłowego i skutecznego wykonania obsługi płytowej niezbędna jest odpowiednia ilość wykwalifikowanych pracowników oraz wsparcie techniczne w postaci specjalistycznego sprzętu. Sprawny przebieg opisanego procesu komplikowany jest dodatkowo przez występowanie dobowych szczytów w ruchu lotniczym.

W zakres obsługi kabinowej wchodzi następujące czynności:

- mycie i sprzątanie statku powietrznego wewnątrz i na zewnątrz;
- dostarczanie na pokład wody użytkowej do toalet;
- wyposażenie statku powietrznego w gazety, materiały do rozrywki;
- dostarczanie żywności i napojów;
- mycie okien, wyrzucanie śmieci, dezodoryzacja i dezynfekcja;
- czyszczenie ładowni;
- ogrzewanie lub chłodzenie kabiny.

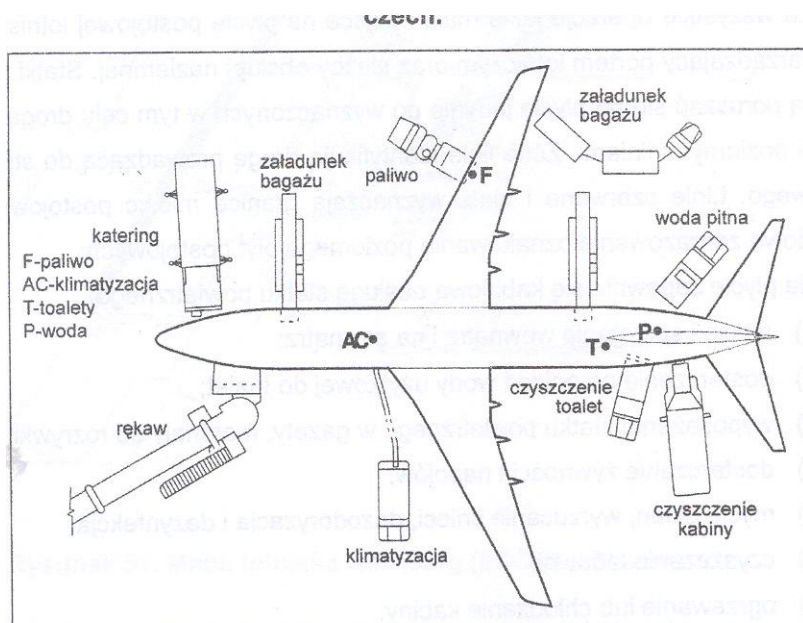
W zakres obsługi płytowej statków powietrznych wchodzi:

- ustawianie statku powietrznego na ziemi po lądowaniu;
- blokowanie statku powietrznego na ziemi po lądowaniu;
- dostarczanie naziemnego źródła zasilania;
- zapewnienie łączności pomiędzy statkiem powietrznym a agentem rampowym;
- rozładunek i wyładunek samolotu:



- dostarczenie odpowiednich schodów dla pasażerów i załogi;
- zapewnienie i obsługa pomostów ładunkowych dla bagażu i towarów;
- umożliwienie i nadzorowanie przemieszczania statku powietrznego;
- podstawienie i odprowadzenie odpowiednich urządzeń do holowania;
- dostarczenie odpowiedniego sprzętu do wypychania statku powietrznego;
- odladzanie;
- dostarczanie paliwa, smarów i innych niezbędnych materiałów;
- utrzymywanie bezpieczeństwa operacji, w tym ochrona statku powietrznego przed wtargnięciem osób niepowołanych oraz przed uszkodzeniem².

Przykładowe rozmieszczenie sprzętu i urządzeń do obsługi samolotu na płycie postojowej przedstawiono na rys. 2.



Rys.2. Rozmieszczenie sprzętu i urządzeń do obsługi samolotu na płycie postojowej

Źródło: P. Podwysocki: *Standardowe wyposażenie i funkcjonowanie lotniska pasażerskiego*. AON, Warszawa 2006, s. 42.

Ruch lotniczy jest planowany. Wszystkie statki powietrzne mają określone godziny odblokowania (zgody na start) i na lądowanie. Planowana sytuacja ruchowa jest operacyjnie

² A. Kazda, R.E. Caves: *Airport Design and Operations*. Elsevier, Oxford 2007, s. 173.



koordynowana siecią AFTN³ przez centrum CFMU⁴ (w Europie: Bruksela lub Paryż). Realizacja ruchu jest nadzorowana przez służby kontroli ruchu ATM⁵.

W tabeli 4 podano średnie czasy wykonywania operacji lotniczych w rejonie portu lotniczego i średni czas obsługi pasażerów.

Tabela 41. Średni czas wykonywania operacji lotniczych w rejonie lotniska F. Chopina

Typ operacji	Średni czas wykonywania operacji bez zakłóceń (w min.)
Podejście do lądowania	3,3
Lądowanie	2,1
Kołowanie po lądowaniu	7,5
Obsługa naziemna	45
Kołowanie przed startem	7,3
Start	1,2
Wznoszenie	3,5

Źródło: M. Malarski: *Inżynieria ruchu lotniczego*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2006, s. 142 i 148.

Zarządzający portami lotniczymi chcąc pozyskać nich przewoźników lotniczych dostosowują i rozbudowują infrastrukturę pod kątem obsługi kilku pokrewnych segmentów rynku, np. w zakresie obsługi wszystkich samolotów o maksymalnej masie startowej (MTOW) nie przekraczającej 70 tys. t.

Kolejnym przykładem dostosowania oferty usług do wybranego rynku usług lotniczych jest specjalizacja lotnisk w zakresie obsługi helikopterów – budowa heliportów lotniczych, np. Heliport Monte Carlo – Fontvieille, Heliport Balzers, Heliport Borgo Maggiore, czy Heliport Watykan.

Podsumowanie

Podstawą dokonania segmentacji są oczekiwania podróżnych skierowane pod adresem przewoźników. Ich wymagania, oczekiwania sprawiają, że przewoźnicy dostosowują

³ AFTM (ang. *Air Traffic Flow Management*) - służby zarządzania przepływem ruchu lotniczego.

⁴ CFMU (ang. *Central Flow Management Unit*) - system służący wspólnemu planowaniu lotów nad terytorium państw europejskich.

⁵ Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 11 października 2007 r. w sprawie przepustowości portów lotniczych i obsługi naziemnej: w kierunku bardziej skutecznej polityki. (2007/2092(INI)) i Rozporządzenie Komisji UE nr 691/2010, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, KE (UE) nr 255/2010. ATM (ang. *air traffic management*) - zarządzanie ruchem lotniczym



swoją siatkę połączeń, eksploatowany tabor, sloty w oparciu o współpracę z portami lotniczymi. Porty lotnicze także są zmuszone do przeprowadzenia podziału rynku i na tej podstawie dokonywany jest proces zarządzania infrastrukturą lotniczą. Indywidualne potrzeby pasażerów determinują określone podstawy przewoźników, a ci kierują swoje preferencje pod adresem portów lotniczych.

Porty lotnicze we współpracy z koncesjonariuszami dostosowują posiadaną infrastrukturę na potrzeby przewoźników i ich pasażerów. W tym celu budowane są, modernizowane a nawet przekształcalne są hangary celem obsługi pasażerów. Taki typowy podział obsługi obserwowany jest w portach londyńskich: Heathrow – obsługa przewoźników i pasażerów segmentu biznes, oraz podróży służbowych, Gatwick – low cost i czartery, Luton – low cost, Stansted – low cost, a City Airport – ruch GA.

Streszczenie

W artykule dokonano analizy wybranego segmentu rynku usług lotniczych – przewoźników. Ich funkcjonowanie w warunkach konkurencji powoduje, iż prawidłowe określenie rynku przyczynia się do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej. Taka sytuacja oczywiście determinuje określone warunki funkcjonowania i rozwoju portów lotniczych, które także zmuszone są do analizy segmentów rynkowych.

Segmentation air transport market in providing the air services. Air carriers

Summary

The article presents the process of carriers market segmentation. Indicated the most important criteria and the benefits for all market players. In order to present an interesting offer to the passenger travel, the air carriers adjust their fleet, network connections to potential demand. Airports also adapting to the preferences of air carriers build out infrastructure, while offering a high standard of air services.

Literatura:

1. ICAO, *Annex 14. Airports*.
2. Kazda A., Caves R.E.: *Airport Design and Operations*. Elsevier, Oxford 2007, s. 173.
3. Malarski M.: *Inżynieria ruchu lotniczego*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2006, s. 142 i 148.



Logistyka - nauka

4. Podwysocki P.: *Standardowe wyposażenie i funkcjonowanie lotniska pasażerskiego*. AON, Warszawa 2006, s. 42.
5. Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 11 października 2007 r. w sprawie przepustowości portów lotniczych i obsługi naziemnej: w kierunku bardziej skutecznej polityki. (2007/2092(INI)).
6. Rozporządzenie Komisji UE nr 691/2010, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, KE (UE) nr 255/2010.
7. Rozporządzenie Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 31 sierpnia 1998 w sprawie przepisów techniczno-budowlanych dla lotnisk cywilnych. Dz. U. Nr 130, poz. 859.