

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous, Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritys ja taloushallinnon juridiikka

Maija Kymäläinen

HALPALENTOYHTIÖIDEN HINNOITTELU SEKÄ LENTOMATKUSTAJIEN OIKEUDET

Opinnäytetyö 2012

Tiivistelmä

Maija Kymäläinen

Halpalentoyhtiöiden hinnoittelu sekä lentomatrustajien oikeudet, 60 sivua, 1 liite
Saimaan ammattikorkeakoulu, Lappeenranta

Liiketalous, Liiketalouden koulutusohjelma

Yritysten ja taloushallinnon juridiikan suuntautumisvaihtoehto

Opinnäytetyö 2012

Ohjaaja: Lehtori Saara Heikkonen

Opinnäytetyössä tutkitaan halpalentoyhtiöiden hinnoittelua ja markkinointia sekä lentomatrustajien oikeuksia. Teoreettisessa tutkimuksessa käydään läpi yleisesti halpalentoyhtiöiden toimintatapoja ja hinnoittelukeinoja. Siinä käsitellään myös yhtiöiden markkinointia ja halpojen lentojen mahdollistamista. Lisäksi käsitellään lentomatrustajien oikeuksia, ja miten EU on niitä säännellyt. Teoriaosuus koostuu aiheeseen liittyvistä internetjulkaisuista ja artikkeleista, kirjallisuudesta sekä laeista.

Opinnäytetyössä tutkittiin neljän halpalentoyhtiön lippujen hintoja, ja mitä yhtiöiden halvimmat liput sisältävät. Yhtiöt valittiin tunnettuuden ja sen perusteella, että ne operoivat lentojaan Euroopan sisäisillä reiteillä.

Tutkimusosassa toteutettiin asiakaskysely halpalentoyhtiöiden käyttäjistä. Lappeenrannan lentoasemalta lähtevillä matrustajilla oli mahdollisuus vastata kyselyyn. Vastauksia saatiin yhteensä sata kappaletta. Kyselyyn vastanneet matrustajat lensivät AirBalticin tai Ryanairin lennoilla. Kyselyssä selvitettiin lentomatrustajien mielipiteitä käyttämistään halpalentoyhtiöistä sekä joutumisestaan ongelmatilanteisiin lennoilla.

Tutkimustulokset osoittivat, että Lappeenrannan lentoaseman matrustajien mielestä lentoyhtiön valintaan vaikuttaa selvästi eniten hintataso. Seuraavaksi tärkein valintakriteeri oli lähtö- ja saapumiskaupungin sijainti. Kyselyssä selvisi, että internet on nykypäivänä kuluttajien näkökulmasta mieluisin paikka ostaa lentolippu. Lentojen ongelmatilanteisiin joutuneista matrustajista puolet oli sitä mieltä, ettei lentoyhtiön tiedottaminen matrustajan oikeuksista ollut riittävää.

Asiasanat: halpalentoyhtiöt, hinnoittelu, lentolippu, matrustajien oikeudet

Abstract

Maija Kymäläinen

Low-cost Airline Pricing and Air Passenger Rights, 60 pages, 1 appendix

Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta

Faculty of Business Administration

Specialisation in Corporate and Financial Law

Bachelor's thesis 2012

Instructor: Saara Heikkonen, Senior Lecturer

The purpose of this thesis was to study low-cost airline pricing and marketing, and also air passenger rights were included in the study. General procedures, marketing and price formation in low-cost airlines were examined in the theory part of the study. Also the possibilities of offering low prices to consumers were determined. In addition, passenger rights and EU legislation on the matter were examined. The theory part of the study consists of Internet articles, literature, laws and publications related to the subject.

Four low-cost airlines and their cheapest flight tickets were examined in the thesis. The companies were chosen for their recognisability and the fact that they operate their flights inside the EU.

The purpose of the empirical part was to study passengers' opinions and knowledge of low-cost airlines. This part of the study was carried out at the Lappeenranta airport by handing out a questionnaire to passengers. The total number of answers was 100. Passengers who answered the questionnaire were travelling by AirBaltic or Ryanair.

The result of the inquiry showed that when choosing an airline, the price level is the most important factor in decision making. The next important factor is the location of the departure or arrival city. The inquiry also showed that nowadays consumers prefer to buy their flight ticket on the Internet. Half of the passengers who had been in flight disruption situations felt that guidance from the airlines was insufficient at that moment.

Keywords: low-cost airlines, pricing, flight ticket, passenger rights

Sisältö

1	JOHDANTO	6
1.1	Opinnäytetyön tavoite ja rajaus	7
1.2	Tutkimusmenetelmät	7
2	HALPALENTOYHTIÖT	8
2.1	Halpalentoyhtiön määritelmä	8
2.2	Työssä tutkittavat halpalentoyhtiöt.....	9
2.3	Halpalentoyhtiöiden historiaa	10
3	HINNOITTELU HALPALENTOYHTIÖSSÄ	11
3.1	Erytyspiirteet lentoliikennealalla.....	11
3.2	Revenue managementin synty ja päätavoite	12
3.3	Revenue managementin keinot.....	14
3.3.1	Hinnoitteluhallinta.....	15
3.3.2	Lentoliikennealan kapasiteetin ongelmat ja hallinta	16
3.3.3	Palvelutoimitusprosessien hallinta	17
4	MARKKINOINTI	18
4.1	Kuluttajaviraston linjaus lentojen markkinointia varten	19
4.1.1	Markkinoinnissa annettavat hintatiedot	20
4.1.2	Tarjouslippujen saatavuus	21
4.1.3	Lentojen varaaminen internetin kautta.....	22
4.1.4	Vakiosopimusehdot sekä erityisehdot.....	22
4.1.5	Virheiden korjaaminen ja seuraamukset	23
4.2	Markkinointia koskevat lait ja säännökset.....	24
5	MATKUSTAJIEN OIKEUDET	24
5.1	Lainsäädäntö matkustajien oikeuksista	24
5.2	Lennon peruuntuminen.....	25
5.3	Lennon viivästyminen	26
5.4	Lennolle pääsyn epääminen.....	27
5.5	Lennon ylivaraus	28
5.6	Matkatavarat.....	28
5.6.1	Matkatavaroiden katoaminen	29
5.6.2	Matkatavaroiden viivästyminen	29
5.6.3	Matkatavaroiden vahingoittuminen	30
6	HALPALENTOYHTIÖIDEN LENTOLIPUT.....	30
6.1	Ryanair	30
6.2	AirBaltic	32
6.3	Blue1	32
6.4	Norwegian	33
6.5	Yhteenveto lentolippujen hinnoista.....	34
7	KYSELYTUTKIMUS.....	35
7.1	Tutkimusmenetelmä ja toteutus.....	35
7.2	Tutkimuksen tulokset.....	35
8	POHDINTA	53
	LÄHTEET.....	59

LIITTEET

Liite 1 Lentoaseman matkustajakysely

1 JOHDANTO

Yksi Euroopan Unionin periaatteista on, että ihmiset, tavarat, palvelut ja raha voivat liikkua vapaasti toisesta jäsenmaasta toiseen sisämarkkinoilla. Sisämarkkinoiden toimintaa on tehostettu säännöin, ja siten halutaan varmistaa jokaisessa EU:n maassa terve kilpailu. Nämä kyseiset säännöt liittyvät Euroopan yhteisön perustamissopimukseen, jossa kielletään kaikki yritysten väliset kilpailua rajoittavat tai vääristävät sopimukset sekä yrityksen määräävän markkina-aseman väärinkäyttö. Näillä asioilla varmistetaan tehokas kilpailu, mikä taas näkyy jokapäiväisessä elämässä hintojen alentumisella, laadun paranemisella sekä valintamahdollisuuksien laajuudella. (Euroopan Komissio 2011.)

1980-luvulta alkaen alettiin EU:ssa toteuttaa lentoliikenteen kilpailun vapauttamista. Tavoitteena tässä oli terveen kilpailun saaminen markkinoille. Vuonna 1992 Euroopan Neuvosto sopi, että lentoliikenteen liikenneluvat tullaan myöntämään jokaisessa jäsenmaassa yhdenmukaisin ehdoin, kaikkien jäsenmaiden liikenteenharjoittajat pystyvät kilpailemaan jokaisella EU:n sisäisillä reiteillä ja että myös hinnoittelu vapautettaisiin täydellisesti. 1. heinäkuuta 1997 tulivat voimaan lentoliikenteen yhtenäismarkkinat. (Euroopan Komissio 2011.)

Ennen 1990-lukua lentoliikennettä hallitsivat pelkästään kansalliset lentoyhtiöt. Niiden välillä oli käytännössä hyvin vähäisesti kilpailua. Tämä vähäinen kilpailu aiheutti sen että lentolippujen hinnat olivat huomattavasti nykypäivää kalliimpia. Kun lentoliikenne siis vapautettiin, kuluttajille hyödyt olivat suuret. Palveluita tarjoavien lentoyhtiöiden määrä on kasvanut sekä reittejä on tullut lisää. Hinnat ovat nykyisin edullisempia ja kuluttajilla on valinnanvaraa. Myös suosituilla reiteillä pienet lentoyhtiöt ovat lisänneet huomattavasti kilpailua. Nykyisin halpalentoyhtiöt ovat hyvin yleisiä ja kuluttajat valitsevatkin useasti halpalentoyhtiöt lentoja etsiessään. (Euroopan Komissio 2011.)

Lentoliikenteen kasvu ja lentoyhtiöiden suuri valinnanvara tuo myös ongelmia kuluttajille. Ongelmia voivat aiheuttaa lentoyhtiöiden erilaiset käytännöt sekä palveluiden rajoitettu saatavuus. Kuluttajien täytyisi olla tietoisia eri lentoyhtiöiden käytännöistä ja palveluista lentoyhtiötä valitessaan. Lentomatrustajien sekä lentojen suuri määrä aiheuttaa sen, että lentoliikenteen aikataulut ovat tiukkoja.

Siksi on tärkeää, että matkustajat ovat perillä oikeuksistaan, jos matkalla sattuu jotakin menemään vikaan. Tämän vuoksi EU:n lainsäädäntö matkustajien oikeuksista on hyvin tärkeää kaiken matkustamisen kannalta.

1.1 Opinnäytetyön tavoite ja rajaus

Opinnäytetyössä tutkitaan ensisijaisesti halpalentoyhtiöiden hinnoittelua sekä lentomatkustajien oikeuksia. Myös lentoyhtiöiden markkinointi kuuluu tähän työhön. Opinnäytetyön idea tuli työskennellessäni Lappeenrannan lentoasemalla, josta liikennöi kaksi halpalentoyhtiötä, Ryanair sekä AirBaltic.

Tavoitteena opinnäytetyössä on selvittää, miten halpalentoyhtiöiden hinnoittelu käytännössä toimii, mitä lentolippujen hintaan sisältyy ja miten nykypäivän halpojen hintojen tarjoaminen on mahdollista. Opinnäytetyössä käsiteltäviksi lentoyhtiöiksi on valittu Ryanair, AirBaltic, Norwegian sekä Blue1. Nämä yhtiöt ovat laajalti tunnettuja Suomessa että koko Euroopassa. Opinnäytetyössä tutkitaan näitä lentoyhtiöitä siltä osin, mitä niiden lentolippujen hintaan tosiasiasa kuuluu. Työssä tutkitaan myös lentoyhtiöiden markkinointia, ja minkälaisia säännöksiä markkinointiin liittyy. Myös lentomatkustajan oikeudet liittyvät opinnäytetyöhön.

Opinnäytetyön empiirisessä osuudessa tutkitaan Lappeenrannasta lähtevien lentomatkustajien tietämystä halpalentoyhtiöiden hinnoittelusta, markkinoinnista sekä oikeuksistaan matkustajana. Kyselyn päätavoitteena on selvittää matkustajien mielipiteitä ja tyytyväisyyttä lentoyhtiöistä sekä ongelmatilanteisiin joutumista.

1.2 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyössä tutkittavat lentoyhtiöt on rajattu pelkästään EU:n sisällä toimiiviin lentoyhtiöihin, joten kaukomatkat ja EU:n ulkopuolella toimivat halpalentoyhtiöt eivät kuulu työhön. Työ ei ota kantaa siihen, mikä halpalentoyhtiö on matkustajalle kannattavin vaihtoehto, vaan se pyrkii selventämään yhtiöiden käytäntöjä kuluttajien hyväksi selventämällä, mitä lippujen hintaan kuuluu sekä selittämään hinnoittelua ja markkinointia kuluttajille. Opinnäytetyötä varten tehty kysely toteutettiin Lappeenrannan lentoasemalla, jossa sieltä lähteviltä matkus-

tajilta oli mahdollisuus vastata kyselyyn lentoaseman lähtöaulassa. Kysely tehtiin sekä suomen että englannin kielelle, jotta vastauksia saataisiin muiltakin kuin Suomen kansalaisilta. Tavoitteena kyselyssä oli saada yhteensä 100 vastausta.

2 HALPALENTOYHTIÖT

Tässä luvussa käydään läpi halpalentoyhtiöiden pääperiaatteita ja historiaa, sekä mikä määrittelee halpalentoyhtiön.

2.1 Halpalentoyhtiön määritelmä

Halpalentoyhtiön tunnistaa siitä, että kyseinen yritys on poistanut melko lailla kaiken ylimääräisen palvelun pois tuotteistaan. Siten yritys onnistuu pitämään lentolippujen hinnat alhaisena eikä palveluita järjestetä turhaan. Nykyisin on yleistä myös se, että perinteiset ns. normaalit lentoyhtiöt ovat alkaneet karsia palvelujaan, joten halpalentoyhtiöiden ja tavallisten lentoyhtiöiden raja voi olla häilyvä. (Halpalennot 2012.)

Halpalentoyhtiöille on normaalia, että osa lentolipuista myydään suoraan tappiollisena. Yhtiöt pystyvät kuitenkin kattamaan omat varsinaiset kulunsa myymällä erikseen muita palveluja. Näitä voivat olla mm. matkatavara, lennoilla tarjottu ruoka tai korkeat hinnat liikakiloista. Halpalentoyhtiöillä on yleensä myös vain yksi matkustajaluokka, kun perinteisillä lentoyhtiöillä on tarjottavana useita eri matkustajaluokkia. Halpalentoyhtiöiden lippujen myynti toimii usein pelkästään Internetin kautta, minkä vuoksi yhtiöt säästävät tässä tapauksessa työvoimakuluissa, kun asiakaspalvelussa ei tarvitse olla monta myyjää töissä. (Halpalennot 2012.)

Lennot halpalentoyhtiöissä ovat suorita, jotkut yhtiöt myyvät niin kutsuttuja point-to-point –lentoja, eivätkä siis myy ollenkaan jatkolentoja. Tällä periaatteella matkustajan täytyy itse selvittää ja huolehtia matkatavaransa jokaisella vaihtokentällä ja joka kerta uudestaan. Lentoyhtiö myös vähentää omaa vastuutaan myymällä lippuja point-to-point –periaatteella, sillä siinä tapauksessa se ei ole vastuussa lennon myöhästymisestä aiheutuneista kuluista. Näitä voivat olla

mm. korvaavien jatkolentojen hinta. Kuluja ei myöskään saateta korvata, vaikka jatkolennon lentäisi sama halpalentoyhtiö. (Halpalennot 2012.)

Koneiden käännöt pyritään halpalentoyhtiöissä tekemään mahdollisimman nopeasti. Nämä seikat mahdollistavat sen, että lentokoneiden keskittäminen ei ole tarpeellista sekä nopeiden kääntöjen ansiosta lentokoneet ovat mahdollisimman paljon ilmassa eli tuottamassa rahaa. Halpalentoyhtiöiden kohteet ovat usein myös suurlentoasemien ulkopuolella jollakin syrjäisemmällä lentokentällä, sillä nämä pienemmät ja vähemmän ruuhkaiset lentoasemat ovat edullisempia. (Halpalennot 2012.)

2.2 Työssä tutkittavat halpalentoyhtiöt

Työssä tutkitaan muutamia halpalentoyhtiöitä. Yhtiöt ovat Ryanair, AirBaltic, Blue1 sekä Norwegian eli tunnetuimmat Suomessa toimivat halpalentoyhtiöt. Yhtiöillä on useita reittejä Suomesta Eurooppaan, ja uusia kohteita ja reittejä syntyy jatkuvasti. Yhtiöt on valittu juuri tunnettavuuden vuoksi ja siksi että ne toimivat Euroopassa. Siten näitä yhtiöitä sitovat EU:n lait ja säädökset. Työssä selvennetään, mitä kunkin yhtiön lentolippujen hintaan kuuluu.

Ryanair on irlantilainen yhtiö, ja se on suurin sekä myös ehkä tunnetuin Euroopassa toimiva halpalentoyhtiö. Kohteita yhtiöllä on lähes 200, niistä vilkkaimmat ovat Lontoo - Stansted, Dublin, Milano - Bergamo, Bryssel - Charleroi sekä Alicante. Ryanair on perustettu vuonna 1985. Tuona vuonna Ryanairin matkustajamäärä oli 5 000 matkustajaa. Tavoitteena Ryanairilla sitä perustettaessa oli haastaa Irlannin ja Iso-Britannian välisessä lentoliikenteessä toimiva Aer Lingus ja sen johtoasema. Vuonna 1986 Ryanair sai viranomaisilta luvan aloittaa liikennöinti Dublinin ja Lontoon välillä. Tätä lentoväliä hallinnoi tuohon aikaan kaksi lentoyhtiötä kalliilla hinnoilla: British Airways ja Aer Lingus. Tästä alkoi ensimmäinen lentolippujen hintasota Euroopassa. Vuonna 1997 Ryanair avasi reittejä Brittein saarten ulkopuolelle muualle Eurooppaan. Uudet lentokohteet olivat Pariisiin, Brysseliin, Tukholmaan ja Osloon. Tämän jälkeen uusia reittejä ympäri Eurooppaa avattiin ja Ryanair jatkoi kasvuaan. Vuonna 2010 matkustajamäärä oli yli 73 miljoonaa matkustajaa, ja keskivertohinta lentolipulle oli 39 € (Ryanair Ltd 2012a.)

AirBaltic Corporation on latvialainen osakeyhtiö, josta Latvian valtio omistaa 99,8 prosenttia osakekannasta. AirBaltic on perustettu vuonna 1995, ja se liikennöi kolmen Baltian maan pääkaupungista eli Riiasta, Vilnasta sekä Tallinnasta. Vuonna 2011 airBaltic kuljetti yli 3,3 miljoonaa matkustajaa. Yhtiö tarjoaa lentoja yli 60 kohteeseen. (AirBaltic Corporation 2012.)

Suomalaista halpalentoyhtiötä edustaa tässä työssä Blue1, joka on kuulunut SAS Group -konserniin vuodesta 1998 asti. Yhtiö lentää sekä Suomen sisäisiä että Skandinaviaan ja Eurooppaan suuntautuvia reittejä. Vuonna 2010 Blue1:lla nousi matkustajamäärä yli 1,6 miljoonaan. Tällä hetkellä Blue1 on Suomen toiseksi suurin lentoyhtiö ja kuuluu ainoana suomalaisena lentoyhtiönä Star Alliancen, joka on maailman suurin lentoyhtiöliittouma. Star Alliance tarjoaa lentoyhteyksiä yli 1 000 kohteeseen maailmalla. (Blue1 2012.)

Norwegian on vuonna 1993 perustettu norjalainen halpalentoyhtiö. Tällä hetkellä Norwegian on Skandinavian toiseksi suurin lentoyhtiö, ja reittejä yhtiöllä on melkein 300 hieman yli sataan kohteeseen. Vuonna 2010 yhtiö kuljetti 13 miljoonaa matkustajaa. (Norwegian Air Shuttle ASA 2012.)

2.3 Halpalentoyhtiöiden historiaa

1980-luvun lopulla alettiin Euroopassa vapauttaa lentoliikenteen kilpailua vaiheittain. Silloin Euroopan Yhteisö alkoi purkaa säännöstelyä. Lentoliikenteen kilpailuasteita poistettiin monissa eri vaiheissa. Vuonna 1987 löysennettiin hinnoittelun rajoituksia, osana ensimmäistä säännöspakettia. Silloin lentoyhtiöt myös saivat yhteistoimintaan lisävapauksia. Vuonna 1990 tuli Euroopan Yhteisöjen Neuvoston asetus lentoliikenteen harjoittajien pääsystä yhteisön sisäisille lentoliikenteen reiteille. Silloin useimmilla Euroopan sisäisillä lennettävillä lennoilla sallittiin välilasku kolmannessa EU-maassa, ja tämän välilaskun aikana sai vaihtaa matkustajia. Kapasiteetti- ja hinnoittelusäännöksiä löysennettiin entisestään. Vuonna 1992 Euroopan Neuvosto sopi, että lentoliikenteen liikenneluvat myönnetään jäsenmaissa yhdenmukaisin ehdoin. Euroopan liikenteenharjoittajat pystyivät tästä eteenpäin kilpailemaan jokaisella EU:n sisäisellä reitillä ja hinnoittelu vapautettaisiin täydellisesti. Tämä asetus tuli voimaan 1.1.1993. Asetusta sovellettiin sellaisenaan kaikissa Euroopan jäsenvaltioissa. Täten len-

toyhtiöt saivat käytännössä katsoen melkein täydet vapaudet matkojensa hinnoitteluun. Vuonna 1997 heinäkuun ensimmäisenä päivänä tulivat voimaan lentoliikenteen yhtenäismarkkinat. Tällöin kaikki toimiluvan omaavat lentoyhtiöt saivat lentää sisäisiä reittejä kaikissa EU-maissa. (Euroopan komissio 2012; Lapp 2008.)

3 HINNOITTELU HALPALENTOYHTIÖSSÄ

Tässä luvussa käsitellään lentoliikennealan erityispiirteitä sekä lentoyhtiöiden hinnoittelua. Luvussa käydään läpi lentoyhtiöiden hinnoitteluperiaatteita sekä sitä miten yhtiöt pystyvät nykyisin tarjoamaan halpoja lentolippuja.

3.1 Erityispiirteet lentoliikennealalla

Matkailualalla tarjottavien palvelujen erityispiirteet aiheuttavat ongelmia, joilla on suora vaikutus yrityksen kannattavuuteen. Näitä erityispiirteitä ovat muun muassa kysynnän sesonkivaihtelut, erittäin korkeat kiinteät kustannukset, ilmastolliset sekä paikalliset tekijät, riippuvuus erilaisten alihankkijoiden suorituksista, palvelujen aineettomuus sekä tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus. Palvelujen aineettomuus vaikeuttaa asiakkaan näkökulmasta osto- tai valintahetkellä palvelun arviointia. Asiakkaan on hankala arvioida ennalta palvelun elämyksellisyyttä tai turvallisuutta. Tämä johtaa taas suurempiin riskeihin valinta- ja ostotilanteissa. Silloin myös palveluntarjoajan on vaikeaa viestiä palvelun laadusta. Palvelujen aineettomuus vaikuttaa myös niiden varastoitumiseen. Esimerkiksi lentoliikennealalla palvelut ovat sellaisia, ettei niitä pysty varastoimaan. Lentoliput ovat juuri tällaisia, sillä myymättä jääneet liput katoavat hetkessä eikä niitä enää ole mahdollista myydä. (Albanese 2004, 8–11.)

Tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus vaikuttaa palveluihin monin eri tavoin. Asiakas on aina läsnä palvelutapahtuman aikana, mikä johtaa siihen, että hänellä on suuri vaikutus koko palvelutapahtumaan ja sen laatuun. Esimerkiksi lentokoneessa yksikin henkilö voi muuttaa koko palvelutapahtuman negatiiviseksi muiden matkustajien silmissä häiriköimällä tai aiheuttamalla vaaratilanteen. Lentoyhtiöillä on myös erityisen korkeat kiinteät kustannukset. Reittilennot

lähtevät joka tapauksessa määränpäähensä huolimatta siitä, kuinka paljon tai vähän matkustajia lentokoneessa on. (Albanese 2004, 8–11.)

Lentoyhtiöt ovat riippuvaisia alihankkijoidensa suorituksista. Vaikkei kyseessä olisi valmismatka, johon kuuluvat hotellit ja muut kuljetuspalvelut, pelkkä lentokin on riippuvainen alihankkijoista. Lentoasemalla on maahuolintayhtiö, joka hoitaa lentokoneen lastauksen ja purkamisen sekä koneen käännön. Lentoasemalla on myös lähtöselvitys sekä turvapalvelut, jotka kaikki vaikuttavat matkustajan lentokokemukseen. Huono asiakaspalvelu lentoasemalla voi myös vaikuttaa asiakkaaseen luomalla hänelle negatiivisen mielikuvan käyttämästään lentoyhtiöstä. (Albanese 2004, 8–11.)

Matkailussa ilmastolliset ja paikalliset tekijät vaikuttavat myös suuresti. Muutokset säässä saattavat vaikuttaa asiakkaan kokemaan laatuun ratkaisevasti. Huonot sääolosuhteet saattavat myöhästyttää lentoa. Matkailualalla on myös huomattavaa kausivaihtelua, kuten että eri kohteisiin lennetään eri aikaan vuodesta. (Albanese 2004, 8–11.)

3.2 Revenue managementin synty ja päätavoite

Tuottojohtaminen, revenue management, on yksi ratkaisu matkailualojen yritysten kapasiteetin ja kannattavuuden ongelmiin. Revenue managementin käytännöt ja periaatteet ovat lähtöisin lentoliikennesektorilta. Yhdysvalloissa tapahtui 70-luvun lopulla lentoliikenteen kannalta olennainen säännöstelyn poistaminen. Siitä alkoi kilpailu lentoliikennesektorilla kiristyä sekä lentoyhtiöiden kannattavuus romahtaa, mikä pakotti perinteiset lentoyhtiöt muuttamaan näkökulmaansa hinnoitteluun ja kapasiteettiin nähden. (Albanese 2004, 18–20.)

Ennen säännöstelyn poistamista Yhdysvalloissa lentoyhtiöiden hinnat olivat suurilta osin kiinteitä, sekä hintaerot samalla reitillä perustuivat pelkästään esimerkiksi ensimmäiseen ja toiseen luokkaan. Vuonna 1978 tuli voimaan säännöstelyn poistamislaki, minkä johdosta kilpailu lentoliikennesektorilla vapautui. Laki myös avasi mahdollisuudet uusille lentoyhtiöille, samaan tapaan kuin Euroopassa 1990-luvulla. Tästä seurasi voimakasta hintakilpailua, mikä oli vahingollista perinteisille lentoyhtiöille. (Albanese 2004, 18–20.)

Monet perinteiset lentoyhtiöt välttivät konkurssin revenue managementiin perustuvan myyntistrategian ja kanta-asiakaskerhojen avulla. Vaikka lentoliikenteeseen liittyy korkeat kiinteät kustannukset, matalien myyntirajakustannusten ansiosta yhden ylimääräisen lentolipun myyminen aiheuttaa vain pieniä muuttuvia kustannuksia. Sen ansiosta myynti on aina kannattavaa. Tämä yhdistettynä palvelujen varastoimattomuuteen tarkoittaa sitä, että jos lentolippu on vaarassa jäädä myymättä, se kannattaa myydä, vaikka hinta olisi kuinka alhainen tahansa. (Albanese 2004, 18–20.)

Perinteiset lentoyhtiöt ymmärsivät myös sen, että eri asiakastyypit arvostavat palvelua eri tavoin. Liikematkustajat ja vapaa-ajan matkustajat tuntevat lentoliikennepalvelun arvon erilaisiksi. Liikematkustajat arvostavat enemmän työhön sopivia aikatauluja, suoria yhteyksiä tärkeisiin liikekohteisiin sekä lyhyitä perilläoloaikoja. Näistä edellä mainituista ominaisuuksista liikematkustajat maksavat enemmän verrattuna vapaa-ajan matkustajiin. Näiden perusteella vapaa-ajan matkustajille alettiin kehittää normaalihintaisia halvempia palveluita, jotka olivat kuitenkin rajoitetumpia. Myös liikematkustajia varten kehitettiin uusia palveluja, kuten kanta-asiakaskerhoja sekä business- ja lounge-palveluja. Siten saatiin normaalihintaisten palvelujen arvo nousemaan. (Albanese 2004, 18–20.)

Revenue managementin kehittymiseen vaikutti suuresti myös informaatioteknologian laaja hyväksikäyttö. Informaatioteknologian avulla pystyttiin luomaan suuret varausjärjestelmät. Tietojärjestelmiin yhdistettynä ne helpottavat revenue managementiin pohjautuvaa päätöksentekoprosessia. Siten kysyntää voidaan ennakoida helpommin kuin aikaisemmin, kapasiteetin hallinta sekä luokittelu toimivat reaaliajassa, sekä jokaisessa yksittäisessä lennossa ja hintaluokassa hinnan määrittäminen helpottuu. Perinteiset lentoyhtiöt alkoivat käyttää kaikkia edellä mainittuja keinoja ja kilpailla uudella hintaporrastusstrategialla. Hinnoittelussa alettiin kiinnittää entistä enemmän huomiota kysynnän ennusteisiin sekä kilpailijoiden markkinointitoimenpiteisiin. (Albanese 2004, 18–20.)

Revenue management ei ole pelkästään hinnoittelua, vaan myös kapasiteetin hallintaa sekä keino hallita alennuksia. Revenue managementin avulla voidaan myös toteuttaa yrityksen markkinointi- sekä myyntistrategioita. Keskeinen ajatus strategioissa on pystyä kontrolloimaan kysyntää ja yrittää ohjata kysynnän muu-

toksia. Pää tavoitteena revenue managementissa on maksimoida tuotot. Siihen tavoitteeseen päästään kontrolloidulla ja tasapainoisella hinnoittelulla sekä hallitsemalla kapasiteettia. Revenue managementia käyttävä yritys seuraa tarkasti varaus- ja kysyntätilannetta. Jos kysyntä on korkealla, myyntiä erikoishinnoin pienennetään, ja sitä vastoin jos kysyntä on alhaista, myynti erikoishinnoin nostetaan. Siten yritys pystyy kontrolloimaan katoavaa kapasiteettia sopeuttamalla sitä ajankohtaiseen kysyntätilanteeseen. (Albanese 2004, 20–22.)

3.3 Revenue managementin keinot

Hinnoittelun hallinta on yksi revenue managementin pääkeinoista. Hinnoittelun hallinta perustuu hintarakenteen luomiseen sekä siihen sopivien hintasääntöjen ja palvelukäyttörajoitusten järjestelmään. Hintarakenne luodaan käyttämällä erilaisia hintaluokkia. Tärkeää hinnoittelun hallinnassa on ottaa huomioon kilpailijoiden käyttämät hinnat ja sitä myöten verrata niitä oman yrityksen palveluiden hinta-laatusuhteeseen. Yrityksen täytyy myös huomioida kysyntä ja sen mahdollisten muutosten ennustaminen. (Albanese 2004, 24–26.)

Kapasiteetinhallinta on myös tärkeä keino revenue managementissa. Kapasiteetinhallinta perustuu siihen, että yritys pystyy kontrolloimaan omaa kapasiteettiaan sekä suoritettavissa olevia palvelutoimitusprosesseja. Jotta yritys pystyisi tähän, sen on ymmärrettävä asiakkaita ja muun muassa näiden varauskäyttämistä. Kapasiteetinhallinnalla revenue management määrittää tarjottavaa kapasiteettia sekä kohdentaa sitä. Lisäksi kapasiteetin käyttöä tehostetaan sekä optimoidaan hinnoittelua toimitusprosessien hallinnan avulla. Optimoinnin tarkoituksena yrityksellä on maksimoida jokaisesta tehdystä kaupasta saatavia tuottoja. (Albanese 2004, 24–26.)

Kolmas revenue managementin pääkeinoista on palvelutoimitusprosessien hallinta. Se liitetään usein kapasiteetin hallinnan osa-alueisiin. Palvelutoimitusprosessien hallinnan tavoitteena on vähentää palvelutoimitusprosessien suorittamisesta seuraavaa epävarmuutta sekä niihin liittyviä taloudellisia riskejä. Kun toimitusprosesseja hallitaan oikein, tuloksena on yrityksen kapasiteetin käytön tehostaminen ja sen kautta tuottojen nousu. (Albanese 2004, 24–26.)

3.3.1 Hinnoitteluhallinta

Hinnoitteluhallinnalla tarkoituksena on luoda kysynnän segmentoinnin pohjalta erilaistettu hintarakenne sekä siihen yhteensopiva palvelukäyttö- ja hintasääntöjärjestelmä. Erilaistettu hinnoittelu on olennainen keino tuottojen maksimoinnin saavuttamiseksi revenue managementia käytettäessä. (Albanese 2004, 47–51.)

Asiakkaat ovat eri tavoin maksukykyisiä, toiset ovat valmiita maksamaan samasta palvelusta korkeamman hinnan kuin toiset. Jos yritys esimerkiksi myy palveluita kiinteällä hinnalla, joka on alhaisempi, kuin tietyt asiakkaat ovat valmiita maksamaan, nämä asiakkaat hyötyvät hinnoittelusta. Tämä muodostaa kuluttajan ylijäämän, jolla tarkoitetaan maksuvalmiuden ja maksetun hinnan välistä erotusta. Kuluttajan ylijäämä muodostaa siis sen osan, minkä kuluttajat todellisuudessa hyötyvät vaihdannasta. Jos palvelu myydään tällä kiinteällä hinnalla, niin osa asiakkaista muodostaa ylijäämää ja osa maksaa juuri sen hinnan, jonka he olivat alun perinkin valmiita maksamaan palvelusta. Kun osa asiakkaista muodostaa kuluttajan ylijäämää, se tarkoittaa yritykselle sitä, ettei se hyödynnä kaikkia potentiaalisia tuottomahdollisuuksiaan. (Albanese 2004, 47–51.)

Kiinteä hinnoittelu vaikuttaa myös toisella tavalla, osa asiakkaista saattaa pitää hintaa liian korkeana eikä ole valmis maksamaan palvelusta kyseistä hintaa. Siksi osa kaupoista jää tekemättä ja tuottomahdollisuus yrityksellä pienenee. Erilaistetulla hinnoittelulla nämä potentiaaliset tuottomahdollisuudet on mahdollista saada paranemaan. Jos yritys myisi samaa palvelua esimerkiksi kolmeen eri hintaan, käyttöaste sekä tuotot kasvavat. Erilaistettu hinnoittelu mahdollistaa yrityksen saamaan käyttöönsä osan kuluttajan ylijäämästä. Lisäksi yritys kasvattaa käyttöastetta tarjoamalla samaa palvelua myös halvemmalla asiakkaille, jotka eivät olisi valmiita maksamaan palvelusta yhtä kiinteätä hintaa. Varsinkin lentoliikenteessä on voimakkaat kausivaihtelut, mikä aiheuttaa kysynnän nousua ja laskua eri aikoina. Tällöin erilaistetulla hinnoittelulla yritys pystyy nostamaan kysyntää hintaherkkien ja palvelun käytössä joustavien asiakkaiden osalta, kun se tarjoaa hiljaisilla kausilla edullisempia hintoja. (Albanese 2004, 47–51.)

3.3.2 Lentoliikennealan kapasiteetin ongelmat ja hallinta

Kapasiteetin hallinnan tarkoituksena yrityksellä on pyrkiä entistä tehokkaampaan kapasiteetin tarjontaan sekä palvelutoimitusprosessien kontrollointiin. Kannattavamman kapasiteetin käyttö on keskeistä revenue managementin käytössä. Revenue managementin lähestymistavan mukaisesti kapasiteettihallinnassa on kaksi ongelmakohtaa. Nämä liittyvät asiakkaiden osto- ja varauskäyttäytymiseen sekä mahdolliseen palvelupaikkaan saapumatta jättämiseen. (Albanese 2004, 12, 83–89.)

Eri asiakasryhmissä voi olla suuria eroja varaus- ja ostokäyttäytymisessä. Lentoliikenteessä asiakkaat, jotka ovat vähemmän maksukykyisiä, tekevät lentovaraukset aikaisemmin kuin ne asiakkaat, jotka ovat maksukykyisempiä. Nämä vähemmän maksukykyiset asiakkaat myös varaavat lentoja, jotka ovat hinnaltaan halvempia tai alennettuja. Ajoissa tehdyt varaukset sekä erilaiset osto- ja varauskäyttäytymiset luovat yritykselle ongelman, jossa yrityksen tulee päättää, myykö se omaa kapasiteettiaan ennakkoon halvemmalla vai myykö se viimeisinä varauspäivinä kalliilla. Revenue management ratkaisee tätä ongelmaa sopeuttamalla kapasiteettia asiakkaiden osto- ja varauskäyttäytymiseen varausrajoitusten käytöllä. (Albanese 2004, 12, 83–89.)

Lentoyhtiöissä kapasiteetin käyttö saattaa olla tehotonta tilanteissa, joissa lentomatikustaja ei saavukaan paikalle ja jättää lentolippunsa käyttämättä. Nämä ovat niin sanottuja no show -tapauksia, matkustajat vain jättävät lentolippunsa käyttämättä ilman ilmoitusta lentoyhtiölle. Varsinkin halpalentoyhtiöissä näitä no show -matkustajia voi olla usein. Tämä johtuu siitä, että liput ovat halpoja, joten ne jäävät eri syistä usein käyttämättä eikä taloudellinen menetys ole suuri. Moni lentoyhtiö käyttääkin ylibuukkausjärjestelmää ehkäistäkseen no show -tapaukset. Silloin yritys ottaa enemmän varauksia vastaan, kuin sillä on kapasiteettia. Yleisesti halpalentoyhtiöt eivät käytä ylibuukkausta liiketoiminnassaan, sillä niiltä usein puuttuu peruutusosoikeus eikä käyttämättömistä palveluista saa takaisinmaksua. (Albanese 2004, 12, 83–89.)

Näitä kahta ongelmaa ja niiden riskejä kapasiteettihallinnassa revenue management pyrkii selvittämään sekä sisällyttämään päätöksentekoprosesseihin.

Tuloksena tulisi olla mahdollisimman tehokas kapasiteetin käyttö sekä sen myynti kannattavaa. Tämä tapahtuu kolmen eri vaiheen kautta. Ensimmäinen vaihe on määrittää tarjottava kapasiteetti ilman peruutusta paikalle tulematta jättävien asiakkaiden varalta. Sen jälkeen toisessa vaiheessa täytyy kohdentaa alustavasti määritelty kapasiteetti erilaisille hintaluokille. Viimeisessä vaiheessa tulee siirtää kohdennettu kapasiteetti hintaluokasta toiseen kysynnän tai muiden olosuhteiden muuttuessa. (Albanese 2004, 12, 83–89.)

3.3.3 Palvelutoimitusprosessien hallinta

Palvelutoimitusprosesseihin liittyy epävarmuutta ja piileviä riskejä. Näitä riskejä voidaan pienentää lyhentämällä palvelujen käyttöaikojen kestoja sekä odotusaikoja. Jotta palvelutoimitusprosesseja voidaan hallita, yrityksen tulee vähentää palvelun käyttöaikojen kestoon liittyviä riskejä. (Albanese 2004, 26–28, 118–124.)

Esimerkiksi lentoliikennetoiminnassa halvemmassa hintaluokassa matkustava asiakas ei käytä tätä samaa palvelua montaa päivää peräkkäin. Kun asiakas on käyttänyt lentolippunsa ja saapunut määränpäähensä, hän jättää jälkeensä istumapaikan, joka on muiden asiakkaiden ostettavissa. Palvelun käyttö kestää siis lentoliikennetoiminnassa vain lentomatkan ajan. Tämän perusteella lentoliikenteessä ei pitäisi olla ongelmaa palvelun käyttöaikojen kestossa. (Albanese 2004, 26–28, 118–124.)

Joissakin lentoyhtiöissä esiintyy palvelun käyttöaikojen kestossa ongelmia. Jotkin lentoyhtiöt keskittävät liikennöintinsä tiettyyn pääasemaan, josta se liikennöi edelleen eri kohteisiin. Tämän reittiverkoston reuna-alueen kohteista tulee pääasemalle asiakkaita, jotka jakautuvat sitten eteenpäin eri lentokoneisiin ja edelleen määränpäähensä. Suomessa hyvä esimerkki tällaisesta lentoyhtiöstä on Finnair, jonka pääasema on Helsinki - Vantaan lentoasema, jonka syöttöliikenne tulee eri puolelta Suomea. Helsinki - Vantaalta asiakkaat jatkavat eri kohteisiin ympäri maailmaa. Tämä tarkoittaa sitä, että yhdellä lentoreitillä matkustava asiakas voi syrjäyttää useampia perättäisiä lentoreittejä eli jatkolentoja käyttäviä asiakkaita. Tämän tilanteen taloudelliset vaikutukset korostuvat tilanteissa, jois-

sa kysyntä ylittää tarjonnan. Tällaisia tilanteita esiintyy sesonkien aikana tai muutoin vilkkaina lentojenkäyttöaikoina. (Albanese 2004, 26–28, 118–124.)

Useat halpalentoyhtiöt, kuten Ryanair eivät myy jatkolentoja välttääkseen tällaiset tilanteet. Siten yritys pystyy maksimoimaan tuotot reittikohtaisesti. Palvelutoimitusprosessien hallintaan liittyy myös odotusajan vähentäminen palvelutahtumien välillä. Tämä mahdollistaa useiden asiakkaiden palvelun tietyn ajan sisällä sekä sitä kautta parantaa yrityksen kannattavuutta. Lentoliikennetoiminnassa ja erityisesti halpalentoyhtiöissä terminaalipalveluihin käytetyn ajan lyhentäminen on nykyisin yksi tärkeimmistä operatiivisista päätöksistä. (Albanese 2004, 26–28, 118–124.)

Halpalentoyhtiöt usein valitsevat pienemmät lentoasemat kohteisiinsa, sillä niissä on pienempi todennäköisyys viivästyksiin verrattaessa suuriin ja vilkkaampiin lentoasemiin. Lisäksi pienillä lentoasemilla maapalvelukulut ovat vähäisempiä. Pienten lentoasemien käytöllä yhtiöt pystyvät pitämään lentokoneensa ilmassa tuottamassa tuloja yritykselle mahdollisimman paljon. (Albanese 2004, 26–28, 118–124.)

4 MARKKINOINTI

Halpalentoyhtiöiden markkinointi on näkyvää sekä mahdollisimman paljon kuluttajia houkuttelevaa ja toisinaan myös shokeeraavaa. Halpoja hintoja näyttää olevan tarjolla vaikka millä mitalla ja hinnat ovat edullisia. Kuitenkin lentojen markkinoinnissa on usein ollut puutteita sekä markkinointi on joissain tapauksissa saattanut olla harhaanjohtavaa. Useimmat halpalentoyhtiöt myyvät lippujaan joko kokonaan tai suurilta osin Internetissä, joka aiheuttaa haasteita kuluttajalle. Verkkosivut voivat olla epäselviä, ja kielitaitoa vaaditaan joidenkin yhtiöiden lippuja varattaessa.

Kuluttajansuojalaki sekä EU-asetukset asettavat yrityksille tietyt, samanlaiset pelisäännöt kaikille yrityksille. Markkinoinnissa ei saa väittää mitään sellaista, mikä ei pidä paikkaansa, eikä markkinoitaessa saa johtaa kuluttajaa harhaan. Kuluttajansuojalaista löytyy myös tarkempia sääntöjä hintojen ja alennusten

ilmoittamisesta. Kuluttaja-asiamies on puuttunut myös lentolippujen markkinointiin, jos se on ollut harhaanjohtavaa. (Kuluttajavirasto 2012.)

Aikaisemmin varsinkin internetin kautta tapahtuva lentolippujen myynti on ollut ongelmallista. Euroopan komissio käynnisti vuonna 2007 projektin, jossa tavoitteena oli poistaa lentolippuja myyviltä verkkosivuilta ongelmalliset kohdat, jotka vaikeuttivat kuluttajan toimintaa. Vuoden 2007 syyskuussa Euroopan unionin kuluttajansuojaa valvovat viranomaiset tutkivat harhaanjohtavaa markkinointia eurooppalaisten lentoyhtiöiden verkkosivuilla. Tällöin viranomaiset tarkastivat yli 400 nettisivua, josta tulokset saatiin. Tuloksena oli, että yli puolilla verkkosivusta oli harhaanjohtavia tietoja. Suurimmat ongelmat löytyivät hintojen ilmoittamisesta sekä sopimusehdoista. (Kuluttajavirasto 2007; Kuluttajavirasto 2008; Kuluttajavirasto 2009.)

Syyskuun valvontaiskusta yrityksillä oli neljä kuukautta aikaa reagoida huomautuksiin ja korjata verkkosivustonsa. Vuonna 2008 järjestettiin uusi valvontaisku, jonka tarkoituksena oli tarkistaa vuoden 2007 valvonnassa huomautuksen saaneet yritykset ja niiden korjaustoimet. Näistä sivuista yli puolet oli korjattu. Lopuilla yrityksillä oli vielä harhaanjohtavia tietoja verkkosivuillaan. Tämän valvonnan jälkeen kuluttaja-asioista vastaava komissaari Meglena Kuneva kertoi odottavansa harhaanjohtavaa tietoa antavien sivustojen korjaavan tietonsa viimeistään toukokuuhun 2009 mennessä, tai muutoin komissio tulee puuttumaan näiden yhtiöiden toimintaan. Vuonna 2009 projekti tuli päätökseensä, jolloin suurin osa verkkosivustojen puutteista oli korjattu. Vuoden 2009 maaliskuussa komissio tutki 67:n eri lentoyhtiön markkinointia ja näistä 52:lle komissio antoi puhtaat paperit ja kehotti niitä säilyttämään sivustonsa nykyisen tason tai vaati selvittämään toimenpiteet, joilla ne korjaavat sivustonsa mahdolliset puutteet. (Kuluttajavirasto 2007; Kuluttajavirasto 2008; Kuluttajavirasto 2009.)

4.1 Kuluttajaviraston linjaus lentojen markkinointia varten

Marraskuussa vuonna 2011 kuluttaja-asiamies laati päivitettyt linjaukset lentojen markkinointia varten. Linjauksen mukaan lentolippujen hinnat on markkinoinnissa ilmoitettava kokonaishintoina, ja näihin hintoihin on sisällyttävä kaikki lippuun sovellettavat pakolliset maksut ja verot. Markkinoinnin katsotaan olevan har-

haanjohtavaa, jos markkinoinnissa käytetään sellaisia hintoja, joilla ei saa ostettua itselleen lentolippua. Erityisesti halpalentoyhtiöitä koskee se, että kun markkinoidaan tarjoushintaisia lippuja, on keskeiset ehdot ja rajaukset ilmoitettava selvästi. Tarjoushintaisia lippuja on oltava ostettavissa markkinoinnin laajuuteen nähden kohtuullinen määrä. Kuluttaja-asiamiehen linjaus kertoo, mitä vaatimuksia lainsäädäntö asettaa lentojen markkinoinnille sekä internetin kautta varatuille lennoille. Tätä linjausta ei sovelleta valmismatkalain piiriin, vaan lentoyhtiöiden ja matkatoimistojen markkinointiin ja varausjärjestelmiin. (Kuluttajavirasto 2011a.)

4.1.1 Markkinoinnissa annettavat hintatiedot

Kaikessa hintailmoittelussa, joka koskee esimerkiksi lehtiä, esitteitä, tv:tä, radioa ja internetiä, on lentolipun lopullinen hinta ilmoitettava. Lopullisella hinnalla tarkoitetaan kuluttajan lipusta maksamaa kokonaishintaa, joka sisältää lentohinnan lisäksi kaikki muut lippuun sovellettavat pakolliset maksut, verot, lisämaksut ja palvelumaksut. Pakollisia maksuja ovat sellaiset maksut, joita peritään jokaiselta matkustajalta, eikä matkustaja pysty omilla valinnoillaan vaikuttamaan näiden maksujen perimiseen. Näitä voi olla esimerkiksi polttoainelisämaksut sekä lentoasemamaksut. (Kuluttajavirasto 2011a.)

Lentoyhtiöiden välillä on erilaisia käytäntöjä matkatavaroista perittävistä maksuista. Yleensä perinteisillä lentoyhtiöillä matkustajan lentolipun hintaan kuuluu 1 – 2 ruumaan menevää matkalaukkuja. Yleinen käytäntö halpalentoyhtiöillä on se, että ruumamatkatavarasta veloitetään erikseen. Yhtiön tulee hintailmoittelussa ilmaista selvästi kuuluuko matkalaukku lentolipun hintaan vai ei. Käsimatkatavaroista ei voi matkustajalta periä erillistä lisämaksua, vaan kohtuullisen kokoisten käsimatkatavaroiden tulee kuulua lipun hintaan. Yksityiskohtaiset tiedot matkatavaran mahdollisista maksuista, muista ehdoista sekä painorajoista on annettava vähintään lentoyhtiön internetsivuilla tai lippujen myyntipisteissä. Markkinoinnissa on oltava viittaus näihin lisätietoihin. (Kuluttajavirasto 2011a.)

Erillismaksujen ja kokonaishinnan lisäksi markkinoinnissa on eriteltävä kokonaishinnan osat. Nämä osat ovat verot, lentohinta, lentoasemamaksu ja muut maksut, palvelumaksut tai lisämaksut siinä suuruudessa, kuin maksuja sisältyy

lopulliseen hintaan. Internetiä käytettäessä tämän voi hoitaa niin, että hinnan erittely avautuu hintaa klikkaamalla uuteen ikkunaan. Jos kyseessä on esimerkiksi lehtimainos, siinä tulee mainita, mistä kuluttaja voi löytää erittelyn. (Kuluttajavirasto 2011a.)

4.1.2 Tarjouslippujen saatavuus

Kuluttajan oikeuksiin kuuluu se, että hän pystyy luottamaan mainostetun tuotteen saatavuuteen. Siksi markkinointi on suunniteltava niin, että koko tarjouksen kestoaikana lippuja on varattavissa, kun otetaan huomioon markkinoinnin laajuus, kohtuullinen kysyntä sekä lentojen hinta. Jos esimerkiksi lentolippuja markkinoidaan voimakkaasti ja erityisen näkyvällä tavalla, on lippuja oltava tarjolla runsain määrin. Markkinoijalta edellytetään ammattitaitoa ja huolellisuutta tässä asiassa, mikä tarkoittaa sitä, että markkinoija osaa mitoittaa markkinointitoimenpiteet vastaamaan oletettua kysyntää mahdollisimman hyvin. (Kuluttajavirasto 2011a.)

Kuluttajaa ei saa johtaa missään nimessä harhaan hintahoukuttimilla. Kun kuluttaja tutkii mainoksia, hänen tulee saada realistinen käsitys siitä, missä määrin edullisia lentolippuja on tarjolla ja miten täytyy toimia, jotta näitä lippuja voisi ostaa. Tilanteessa, jossa tarjoushintaista lentolippuja on kuluttajan ostettavissa vain vähän, ja niiden kesken loppuminen on todennäköistä, lippujen saatavuutta koskevat rajoitukset on esiteltävä markkinoinnissa. Käytännössä jos yhdelle reitille on myynnissä 10 tarjoushintaista lippua, se tulee ilmoittaa selvästi mainonnassa. (Kuluttajavirasto 2011a.)

Nykyään mainonnassa käytetään paljon alkaen-hintaa tai hintahaarukkaa. Kun näitä käytetään, on myös noudatettava sitä periaatetta, jonka mukaan lippuja on oltava saatavilla runsas määrä kysyntää ja markkinointia kohden. Heti, kun tarjoushintaisten lentoliput ovat loppuneet tai tarjoushinta on mennyt vanhaksi, markkinointia ei saa enää jatkaa. Tämä on tärkeää varsinkin internetiä käyttäessä, silloin markkinointia on mahdollista päivittää nopeasti lippujen vähentyessä tai tarjouksen loppuessa. (Kuluttajavirasto 2011a.)

4.1.3 Lentojen varaaminen internetin kautta

Kun käytetään internetiä, lopullisen hinnan on tultava esille heti, kun kuluttaja on valinnut lennon, sen kohteet ja päivämäärät sekä henkilömäärän. Lopullisen hinnan, sisältäen pakolliset maksut, ilmi tuleminen vasta varausmenettelyn loppuvaiheessa on kiellettyä. Lisämaksut, jotka ovat valinnaisia ja joita lentoyhtiöt perivät eri menetelmin, ovat ilmoitettava selvästi heti varausmenettelyn alussa. Kuluttajalla on oltava oikeus hyväksyä itselleen haluamansa valinnaiset palvelut, kuten vapaaehtoinen vakuutus ja peruutusturva. Siten valmiiksi rastitetut hyväksyntäruudut verkkosivuilla lippuja varattaessa ovat kiellettyjä. Myöskään varausjärjestelmässä ei saa olla rastitettua ruutua, jossa kuluttaja antaisi suostumuksensa suoramarkkinoinnin vastaanottamiseen. (Kuluttajavirasto 2011a.)

Varausmenettelyssä on lopullisen hinnan lisäksi eriteltävä vähintään seuraavat hinnan osat: verot, lentoasemamaksut, lentohinta, muut maksut, palvelumaksut tai lisämaksut. Jos esimerkiksi lentolipun hintaan kuuluu useita veroluonteisia maksuja, on nämä verot eriteltävä ja kerrottava selvästi, mitä ne ovat. Siten yksi verojen yhteismäärä ei pelkästään riitä. Kuluttajalle lentolipun hinnan erittely on tärkeää, erityisesti silloin jos kuluttaja peruuttaa matkan, ja sen jälkeen vaatii lipun hinnan palauttamista. Peruutustapauksissa kuluttajalle kuuluu hyvittää takaisin verot, lentoasemamaksut ja muut vastaavat maksut, riippumatta siitä, saako kuluttaja lipun ehtojen mukaan lipun hintaa takaisin. (Kuluttajavirasto 2011a.)

4.1.4 Vakiosopimusehdot sekä erityisehdot

Vakiosopimusehdot sekä erityisehdot on ilmoitettava selvästi kuluttajalle helpolla tavalla heti varausmenettelyä aloitettaessa. Peruutusehtojen osalta täytyy yhtiön ilmoittaa vähintään se, mikä osan lipun hinnasta kuluttajalla on oikeus saada takaisin, jos hän itse peruuttaa matkan. Internetin varausjärjestelmää käytettäessä nämä ehdot voivat olla luettavissa erillisen linkin kautta. Yhtiöiden on annettava kuluttajalle mahdollisuus tutustua kaikkiin lentolippuja koskeviin sopimusehtoihin ennen varauksen tekemistä. Ehdot on esitettävä samalla kielellä jota käytetään varausmenettelyssäkin. Ellei kaikkia sopimusehtoja ole kuluttajan saatavilla esimerkiksi verkkosivuilla tai varausta tehtäessä, nämä ehdot

eivät tule sopimuksen osaksi eivätkä siten sido kuluttajaa. (Kuluttajavirasto 2011a.)

Lentolippua varattaessa on kuluttajalle selvästi tultava ilmi mikä lentoyhtiö suorittaa lennon. Jos lentoon sisältyy koneenvaihtoja, on kuluttajaa informoitava, kirjoitetaanko hänelle useampia lentolippuja. Silloin on kuluttajalle myös kerrottava erillislipun merkitys hänen oikeusasemansa kannalta. Matkustajalle on kerrottava, että jos hänellä on useita erillisiä lentolippuja, joista yksi peruuntuu tai myöhästyy, jää riski jatkolennolle pääsystä hänelle itselleen. Lippuja tulee tarjota EU:n alueella kaikille ihmisille samaan hintaan, huolimatta asuinpaikasta, kansalaisuudesta tai lipunmyyjän sijoittautumispaikasta riippumatta. Tämä pätee myös internetissä, kuluttajalla on oltava mahdollisuus ostaa toisen EU-maassa sijaitsevan verkkosivun tarjoamia lentoja samaan hintaan kuin sivuston kotimaan kansalaisetkin. (Kuluttajavirasto 2011a.)

Lippuja myytäessä on yksilöitävä tarkasti lennon lähtöpaikka sekä määränpää, käyttämällä lentokentän virallista nimeä. Siten kuluttajia ei johdeta harhaan esimerkiksi mainostamalla lentoa Lontooseen, jos tosiasiansa laskeudutaankin monen kymmenen kilometrin päähän Lontoosta pienelle lentoasemalle. Kaikissa lentojen myyntipisteissä ja internetissä on oltava yhteenveto tärkeimmistä matkustajia ja matkatavaroihin sovellettavista korvausvastuuta koskevista säännöksistä. Lentolippujen myyjän nimien ja yhteystietojen on oltava selvästi esillä. (Kuluttajavirasto 2011a.)

4.1.5 Virheiden korjaaminen ja seuraamukset

Kuluttajalla on oikeus luottaa tietoihin, joita markkinoinnissa on hänen tietoonsa tullut. Hänellä on oikeus luottaa lippujen riittävään saatavuuteen sekä siihen, että on mahdollista saada lippuja mainostettuun hintaan. Jos mainoksessa ilmenee virhe, on mainostajan välittömästi aloitettava oikaisutoimenpiteet. Virheellinen tieto on korjattava täysin samaa kautta, missä virhe on huomattu ja virheen sisältävä mainos välitetty. Internetmarkkinoinnissa varsinkin on tärkeää virheiden välitön korjaus. Mainostaja voi joutua korvausvastuuseen kuluttajalle aiheutuneesta vahingosta, jos kampanja on suunniteltu huolimattomasti tai siinä ilmenneet virheet on jätetty korjaamatta. (Kuluttajavirasto 2011a.)

4.2 Markkinointia koskevat lait ja säännökset

Kuluttajansuojalaki koskee kulutushyödykkeiden myyntiä, tarjontaa ja markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Kuluttajansuojalakia sovelletaan myös silloin kun ulkomainen yritys markkinoi Suomeen. Kuluttajansuojalain 2 luvun 1 §:n mukaan markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastausta eikä siinä saa käyttää sopimatonta menettelyä, joka voisi aiheuttaa vahinkoa kuluttajalle. Lain 2 luvun 6 § kieltää antamasta totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja markkinoinnin kautta. 7 § koskee olennaisten tietojen antamatta jättämisestä. Markkinointi ei saa olla sellaista, että siitä jää antamatta kuluttajalle olennaisia tietoja. 8 § koskee tiedonantovelvollisuutta eli sitä, kun tarjotaan yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan, jolloin markkinoinnissa on käytävä ilmi kulutushyödykkeen pääominaisuudet, kokonaishinta ja hinnan erittely, sopimusehdot, peruutusoikeus sekä myyjän tiedot. (Kuluttajansuojalaki 2. luku.)

Markkinointia koskee myös Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1008/2008 lentoliikenteen harjoittamisen yhteisistä säännöistä. Tämä asetus tuli voimaan marraskuun 2008 alussa. Asetuksen 23 artikla sisältää säännöksiä lentolippujen ilmoittamisesta kokonaishintana sekä hintojen erittelystä. Kokonaishintaa sekä hintojen erittelyä koskevat yksityiskohdat esiteltiin edellä mainitussa kuluttajaviranomaisen linjauksessa tarkemmin. (Asetus EY N:o 1008/2008 23 artikla.)

5 MATKUSTAJIEN OIKEUDET

Lentomatkustukseen kuuluvat yllättävät tilanteet, eikä niihin välttämättä voi itse vaikuttaa. Suuret matkustajamäärät ja tiukat aikataulut aiheuttavat joskus ongelmatilanteita. Lento voi peruuntua, viivästyä tai pääsy lennolle voidaan evätä. Matkatavarat voivat myös jäädä jälkeen, kadota tai vahingoittua.

5.1 Lainsäädäntö matkustajien oikeuksista

Ilmakuljetukseen liittyvät mahdolliset vahingot ja niiden korvaukset määräytyvät pääasiallisesti Montrealin yleissopimuksen sekä EY:n neuvoston asetuksen mukaan. Montrealin yleissopimus tehtiin 28.5.1999, ja se tehtiin ilmakuljetusta

koskevien sääntöjen yhtenäistämiseksi. EY-asetus, joka koskee matkustajien oikeuksia, on asetus 261/2004. Tämä koskee matkustajille annettavia korvauksia lennolle pääsyn epäämisen, lentojen peruuttamisen tai pitkäaikaisen viivästymisen johdosta. Sillä asetuksella säännellään matkustajille kuuluvat vähimmäisoikeudet lentoihin liittyvissä ongelmatilanteissa. Asetusta sovelletaan kaikkiin lentomatkustajiin, jotka lähtevät EU:n jäsenvaltion alueella sijaitsevalta lentoasemalta tai saapuvat sille. Seuraavissa luvuissa esitellään nämä vähimmäisvaatimukset. (Kuluttajavirasto 2011b, Asetus EY N:o 261/2004.)

5.2 Lennon peruuntuminen

Kun lento perutaan, on valittavana kaksi vaihtoehtoa. Ensimmäinen on lennon uudelleenreititys, ja toinen on lennon peruuttaminen. Uudelleenreititys toimii siten, että lentoyhtiön on tarjottava matkustajalle korvaava lento perutun tilalle. Lennon tulee olla vastaavilla ehdoilla mahdollisimman pian tai myöhäisempänä ajankohtana edellyttäen, että paikkoja on vielä vapaana. Lennon voi myös kokonaan perua, jos siitä ei ole enää matkasuunnitelman kannalta mitään hyötyä. Lentoyhtiö on velvoitettu maksamaan lentolipun hinta takaisin kuluttajalle seitsemän vuorokauden kuluessa. Lentoyhtiön on palautettava lipun hinta kultakin matkan osalta sekä jo tehdyiltä osilta matkaa, jolloin matkustaja on oikeutettu ilmaiseen paluulentoon lentolipun näyttämään lähtöpaikkaan, jos matkustaja joutuu perumaan matkan välilaskun aikana. (Kuluttajavirasto 2011b.)

Lentoyhtiöltä matkustaja voi vaatia vakiokorvausta, kun lento peruutetaan. Kuitenkaan oikeutta tähän vakiokorvaukseen ei ole, jos peruutus johtuu poikkeuksellisista olosuhteista ja sen välttäminen olisi mahdotonta tai kun peruutuksesta on ilmoitettu ajoissa. Poikkeuksellisia olosuhteita voivat olla mm. työtaistelu, turvallisuusriski, epäsuotuisat sääolosuhteet, poliittiset epävakaat olot tai ilmailukenteen hallintaa koskeva päätös, joka aiheuttaa peruuttamisen. Teknistä vikaa ei ole pidettävä ylivoimaisena esteenä ellei tekninen vika johdu tapahtumista jotka eivät olleet lentoyhtiön hallittavissa. (Kuluttajavirasto 2011b.)

Lentoyhtiöllä on aina näyttövelvollisuus siitä, jos viivästys johtui poikkeuksellisista olosuhteista eikä yhtiö olisi voinut näihin millään tavalla vaikuttaa. Peruutuksesta ilmoittaminen katsotaan tehdyksi ajoissa, kun siitä on ilmoitettu vähintään

kaksi viikkoa ennen lähtöaikaa. Myös lyhyempi ilmoitusaika riittää, vähintään seitsemän päivää ja enintään kaksi viikkoa ennen tehty ilmoitus riittää kun silloin tarjotaan vaihtoehtoista kuljetusta kohteeseen, joka lähtee enintään kaksi tuntia aikaisemmin tai saapuu alle neljä tuntia myöhemmin määränpäähän. Alle seitsemän päivää aiemmin tehty ilmoitus riittää, kun tarjotaan vaihtoehtoista kuljetusta kohteeseen, joka lähtee enintään kaksi tuntia aiemmin tai saapuu kaksi tuntia aiemmin kohteeseen. (Kuluttajavirasto 2011b.)

Kun lento reititetään uudelleen, lentoyhtiön tulee tarjota odotusaikana matkustajalle huolenpitoa, kuten aterioita ja virvokkeita, mahdollisesti hotellimajoituksen, kuljetukset sekä ilmaiset puhelut. Jos uudelleenreitityksestä aiheutuu matkustajalle vahinkoa, hänellä on oikeus hakea vahingonkorvausta. Tätä korvausta voi saada vain toteennäytetyistä kuluista, kuten esimerkiksi viivästyksen vuoksi käyttämättä jääneestä junalipusta. Harmista tai mielipahasta ei vahingonkorvaussummaa voi vaatia. Tämä vahinko tulee varautua näyttämään toteen esimerkiksi kuittien avulla. (Kuluttajavirasto 2011b.)

Viivästyksestä saatavien korvausten ylärajaksi on asetettu noin 4635 €. Vahingonkorvaus voidaan kuitenkin vähentää mahdollisesti matkustajalle maksetusta vakiokorvauksesta. Vahingonkorvausta ei yleensä saa viivästyksistä, jotka ovat aiheutuneet sääolosuhteista, turvallisuusriskistä tai esimerkiksi lennonjohtajien lakosta. Korvausta ei myöskään myönnetä, jos lentoyhtiö pystyy osaltaan näyttämään toteen sen tehneen kaikki mahdolliset toimenpiteet vahingon välttämiseksi, eikä se ole tällöin vastuussa vahingosta. (Kuluttajavirasto 2011b.)

5.3 Lennon viivästyminen

Lennon viivästyessä matkustajalla on joissain tapauksissa oikeus lentoyhtiön tarjoamaan huolenpitoon. Tähän kuitenkin vaikuttaa matkan pituus sekä viivästyksen kesto. Seuraavassa taulukossa (taulukko 1) esitellään näiden tekijöiden vaikutukset lentoyhtiön tarjoamaan huolenpitoon. Näitä lentoyhtiön tarjoamia huolenpitotoimenpiteitä ovat ateriat ja virvokkeet, puhelut, faksit ja sähköpostiviestit sekä hotellimajoitus ja kuljetukset hotellin ja lentoaseman välillä. (Kuluttajavirasto 2011b.)

Taulukko 1 Matkan pituuden ja viivästyksen määrän vaikutus huolenpitoon (Kuluttajavirasto 2011b.)

Matkan pituus km	Arvioitu viivästys määränpäässä	Huolenpito			
		A	B	C	D
alle 1500	Yli 2 h	x	x		
1500 - 3500	Yli 3 h	x	x		
Yli 3500	Yli 4 h ja EU:n ulkopuolinen lento	x	x		
Kaikki lennot	yli 5 h	x	x	x	x

A=Aterioita ja virvokkeita kohtuullisessa suhteessa odotusaikaan.
 B=Ilmaiseksi kaksi puhelua, faksia tai sähköpostiviestiä.
 C=Hotellimajoitus sekä kuljetus lentoaseman ja hotelliin välillä, kun yöpyminen on välttämätöntä.
 D=Kuluttaja voi valita, haluaako peruuttaa lennon kokonaan ja saada lipun hinnan takaisin vai toteuttaa matkan.

Jos lentomatkustaja saapuu määränpäähensä vähintään kolme tuntia aikataulun mukaista ajankohtaa myöhemmin, hän on oikeutettu hakemaan vakiokorvausta, joka on samanlainen kuin lennon peruuntuessa. Kuitenkaan, jos viivästys johtuu poikkeuksellisista oloista, joita ei olisi millään voitu välttää, vaikka lentoyhtiö olisikin tehty kaikki mahdolliset toimenpiteet, ei vakiokorvaus ole mahdollinen. Tämä perustuu EU-tuomioistuimen antamaan ennakkoratkaisuun, jonka se on antanut vuonna 2009. Tätä ratkaisua eivät kaikki lentoyhtiöt noudata, vaan ne kyseenalaistavat sen lainmukaisuuden. Sen vuoksi asiassa odotetaan tälläkin hetkellä EU-tuomioistuimen linjausta asiaan. Mahdollinen korvaussumma määräytyy lennon pituuden ja viivästyksen mukaan. Samoin tavoin kuin lennon peruuntuessa, mahdollisista viivästyksistä aiheutuneista vahingoista voi matkustaja hakea vahingonkorvausta. Tällainen vahinko kuitenkin tulee tässäkin tapauksessa näyttää toteen, vahingoksi ei lasketa mielipahaa tai harmia vaan todellisia kuluja. (Kuluttajavirasto 2011b.)

5.4 Lennolle pääsyn epääminen

Matkustajan pääsy lennolle voidaan evätä hyväksyttävin syin, kun syynä on esimerkiksi lentoyhtiön antamien ohjeiden noudattamatta jättäminen, matkustusasiakirjojen puuttuminen, lähtöselvityksestä tai koneeseenoususta myöhästyminen, lipun voimassaolon lakkaus maksun puuttumisen tai varauksen vahvistamattomuuden vuoksi tai matkustajan muodostama uhka. Tällaiseksi uhaksi

voidaan katsoa matkustajan päihtymys, uhkaava käytös, terrorismikytkökset tai muut asiat, jotka voivat aiheuttaa vaaran kanssamatkustajille. Nämä syyt ovat myös riittäviä jättämään matkustaja ilman korvauksia. (Kuluttajavirasto 2011b.)

5.5 Lennon ylivaraus

Joskus tulee eteen tilanteita, kun lennot ovat ylivarattuja. Silloin matkustajia on enemmän kuin käytettävissä olevia paikkoja. Ensimmäiseksi lentoyhtiön on ky-
syttävä vapaaehtoisia, jotka olisivat valmiita luopumaan paikoistaan. Jos tässä tilanteessa löytyy vapaaehtoisia, lentoyhtiö ja matkustaja voivat keskenään so-
pia, minkälaisia etuuksia matkustaja saa, kun hän luopuu paikastaan. Jos taas vapaaehtoisia ei löydy ja lentoyhtiö epää matkustajan lennolle lähdön ilman hy-
väksyttävää syytä, valintana on uudelleenreititys tai lipun hinnan palautus. (Ku-
luttajavirasto 2011b.)

Uudelleenreititystä odottaessaan matkustaja on oikeutettu huolenpitoon sekä vakiokorvaukseen. Matkustajat, jotka ovat vapaaehtoisesti jääneet lennolta pois tai he jotka on vasten tahtoaan jätetty lennolta pois, voivat vaatia lentoa vaihto-
ehtoisella reitityksellä sekä vastaavilla ehdoilla matkakohteeseen tai he voivat perua lennon. Matkustajalla on oikeus vaatia korvaava lento mahdollisimman pian, tai vaihtoehtoisesti myöhempänä ajankohtana, jos paikkoja näillä myöhäi-
semmillä lennoilla on vielä jäljellä. Jos matkustaja haluaa perua lennon, hänellä on oikeus saada lentolipun hinta seitsemän päivän kuluessa takaisin. Tällöin matkustaja myös luopuu oikeudestaan lentoyhtiön tarjoamaan huolenpitoon. Lennolle pääsyn epäämisen johdosta matkustajalla voi olla oikeus 125–600 eu-
ron suuruiseen korvaukseen, kun matkustaja on jätetty lennolta pois vasten tah-
toaan ilman hyväksyttävää syytä. Korvauksen määrä riippuu lennon pituudesta ja uudelleenreititystä edeltävistä viivästyksistä. (Kuluttajavirasto 2011b.)

5.6 Matkatavarat

Varsinkin suurilla lentoasemilla, joilla kulkee tuhansia matkustajia päivittäin, on melko yleistä, että matkatavarat saattavat joutua väeriin paikkoihin tai kadota hetkellisesti kokonaan. Matkatavaroita kuljetetaan lentoasemilla matkatavara-
hihnoja pitkin, niitä kuljetetaan ajoneuvoissa sekä henkilökunta nostelee niitä, joten vahingoiltakaan ei aina voi välttyä.

Jos matkatavarat katoavat, ovat myöhässä tai vahingoittuvat, on matkustajalla oikeus enintään noin 1 220 €:n suuruiseen korvaukseen. Tapauksissa, jossa kadonneiden tavaroiden arvo ylittää tämän korvauksen enimmäismäärän, lisäkorvausta voi halutessaan hakea vakuutusyhtiöltä. Ennen matkaa voi lentoyhtiön kanssa sopia korkeammasta korvausvastuusta, mutta siitä matkustaja joutuu maksamaan lisämaksun. (Kuluttajavirasto 2011b.)

5.6.1 Matkatavaroiden katoaminen

Jos matkatavarat eivät saavu oletettuun kohteeseen 21 vuorokauden kuluessa lennon saapumisesta, ne katsotaan kadonneeksi. Kadonneesta matkatavarasta tulee matkustajan itse tehdä korvausvaatimus lentoyhtiölle. Korvausvaatimukseen tulee liittää luettelo matkalaukun sisällöstä, jokaisen tuotteen arvosta sekä hankinta-ajankohdasta. Korvausvaatimukseen tulee myös liittää PIR-lomake (Property Irregularity Report, PIR). Lomakkeita on jokaisen lentoaseman saapumisaulassa tai niitä saa henkilökunnalta. PIR-lomakkeesta matkustajan kannattaa aina ottaa itselleen kopio tulevaisuutta varten. Lentoyhtiö voi vaatia matkustajalta näyttöä kadonneiden tavaroiden arvosta kuittien avulla. Ellei matkustajalta löydy kuitteja, luettelossa kannattaa ilmoittaa tuotteiden ostoajankohta sekä ostohinta. Korvauksissa huomioidaan käytetyn tavaran arvonalennus sekä käyttöhyöty. (Kuluttajavirasto 2011b.)

5.6.2 Matkatavaroiden viivästyminen

Matkatavarat ovat myöhässä, kun ne eivät ole kohteessa samalla lennolla matkustajan kanssa. Matkustajan tulee ilmoittaa tästä välittömästi lentoaseman saapumisaulassa ja täyttää PIR-lomake. Oikeus korvaukseen riippuu myös siitä, tapahtuuko myöhästyminen meno- vai paluulennolla. Kun viivästyminen tapahtuu menolennolla, voi lentoyhtiöltä vaatia korvauksia välttämättömistä hankinnoista, kuten esimerkiksi hygieniatuotteista ja vaatetuksesta, joilla matkustaja selviää odotuksen ajan matkakohteessa. Kuitenkin matkustajalla on velvollisuus minimoida aiheutuneet kustannukset, joten vaatevaraston kokonaan uusiminen ei tule kysymykseen. Paluulennolla viivästyneet matkatavarat eivät yleensä aiheuta samankaltaista ongelmaa kuin menolennolla myöhästyneet, minkä vuoksi korvaus on harvoin saatavissa. Kun viivästynyt matkatavara on toimitettu, tulee

matkustajan tehdä 21 vuorokauden kuluessa kirjallinen korvausvaatimus taloudellisista menetyksistä. Lentoyhtiö ei kuitenkaan ole vastuussa matkatavaroiden viivästyisestä, jos se pystyy näyttämään toteen, että yhtiö on tehnyt kaiken mahdollisen vahingon välttämiseksi. Vahingonkorvausta ei saa, jos viivästys aiheutuu sääolosuhteista, turvallisuusriskistä tai lakosta. (Kuluttajavirasto 2011b.)

5.6.3 Matkatavaroiden vahingoittuminen

Vahingoittuneista matkatavaroista tulee tehdä ilmoitus lentoyhtiölle välittömästi lennon jälkeen. Jos matkatavara on vahingoittunut, kadonnut tai tuhoutunut sinä aikana, kun sen on ollut lentoyhtiön huostassa, lentoyhtiö on vastuussa tästä. Jos vahingoittumisesta ei tee välittömästi lennon jälkeen ilmoitusta, on mahdollista myöhemmin todistaa vahingoittumisen tapahtuneen matkatavaran ollessa lentoyhtiön hallussa. Lentoyhtiö ei ole vastuussa viasta, jos se on todennäköisesti johtunut matkalaukun huonosta kunnosta tai laadusta. Käsimatkatavaran vahingosta lentoyhtiö on vastuussa vain siinä tapauksessa, jos käsimatkatavaran vahinko johtui lentoyhtiön tai lentoyhtiön työntekijän huolimattomuudesta. (Kuluttajavirasto 2011b.)

6 HALPALENTOYHTIÖIDEN LENTOLIPUT

Kaikkia lentoyhtiöitä velvoittaa EY:n asetus 261/2004 tilanteissa, joissa lento perutaan, se viivästyy tai matkustajan pääsy lennolle evätään. Halpalentoyhtiöt eivät siis ole erityisasemassa korvausvastuusta. Asetus kertoo vähimmäisvaatimukset, mitä erityistilanteissa tulee korvata ja asetus sitoo kaikkia lentoyhtiöitä Euroopassa. Käytännössä siis korvausmenetelmät ovat samanlaiset lentoyhtiöissä. Tässä luvussa tutkitaan sitä, mitä kunkin yhtiön lentolipun hintaan kuuluu ja mitä niin sanottuja ylimääräisiä maksuja lipun hintaan tulee.

6.1 Ryanair

Ryanairilla on periaate, jonka mukaan yritys ei ylivaraa lentojaan. Siten on hyvin epätodennäköistä, että matkustaja joutuisi tilanteeseen jossa hän ei mahdu lennolle. Kuitenkin Ryanair etsii tällaisessa tilanteessa ensin vapaaehtoisia jotka

olisivat valmiita jäämään lennolta pois, ennen kuin matkustajilta evätään pääsy lennolle vastoin heidän tahtoaan. Näissä tapauksissa, kuten lennon viivästyessä tai peruuntuessa matkustajilla on samat korvausoikeudet, jotka EY:n asetus määrää. (Ryanair 2011.)

Kun Ryanairin internetsivuilla varaa lentolipun, matkustuspäivien, kohteen ja henkilömäärän valinnan jälkeen näkyville tulee lentolipun hinta. Sivulla on eritelty varsinainen lennon hinta sekä siihen kuuluvat lisämaksut. Näitä ovat Ryanairin lennolla internet check-in, EU 261 ja ETS -maksut sekä verot ja muut maksut. Internet check-in -maksu lisätään aina lipun hintaan, kuten muutkin edellä mainitut maksut. (Ryanair 2012b.)

Ryanair lisäsi vuonna 2011 lippujen hintaan EU 261 -lisämaksun, joka on niin sanotusti Euroopan Unionin vastaiseksi tehty maksu. Tämän lisämaksun tarkoituksena on kompensoida EU:n asetusten lentoyhtiöille aiheuttamia kustannuksia. EU:n asetuksen 261/2004 mukaisesti lentoyhtiön on tarjottava matkustajalle majoitus- tai huolenpitopalveluja, ellei lentokone lähde ajallaan esimerkiksi sääilmiöiden vuoksi. Ryanair kuitenkin kertoo sivuillaan luopuvansa maksusta, jos Euroopan komissio muuttaa tätä lakia. (Ryanair 2012b.)

ETS-maksua, eli Emission Trading Scheme -maksua, on myös alettu periä Ryanairilla EU:n päästökaupan johdosta. Ryanair katsoo, ettei Euroopan ilmailun tulisi olla osallisena ETS-päästökaupassa, koska se aiheuttaa vain alle 2 % maailman hiilidioksidipäästöistä. (Ryanair 2012b.)

Lopuksi hintaan kuuluvat vielä muut verot ja maksut. Näihin sisältyy PRM-, Aviation Insurance- sekä lentokenttämaksut. PRM-maksulla, katetaan lentokentällä tapahtuvat erityisavustukset matkustajille, jotka ovat liikkumisesteisiä. Aviation Insurance -maksu tuli lentoliikenteeseen 9/11 terroristi-iskujen jälkeen. Tuon päivän jälkeen lentoyhtiöiden vakuutusmaksut nousivat suuremmiksi, minkä jälkeen monet lentoyhtiöt alkoivat periä tällaista maksua. Näiden maksujen lisäksi Ryanair perii matkustajalta erikseen maksun matkatavaroista. Matkatavaran otto ei kuitenkaan ole pakollista, asiakas voi matkustaa pelkästään käsimatkatavara mukanaan. (Ryanair 2012b.)

Lisämaksusta on mahdollista myös varata lentokoneesta paikka tai mennä jonnottamatta ensimmäisenä koneeseen. Lippua varattaessa sivuilta on mahdollista myös ostaa matkavakuutus, hotellipalveluja, autonvuokrausta tai lentolaukkuja. Ryanairin lennoilla ei myöskään lipun hintaan kuulu ruokatarjoilua eikä sitä ole mahdollista etukäteen ostaa. Lennoilla kuitenkin tarjoillaan syötävää ja juotavaa. (Ryanair 2012b.)

6.2 AirBaltic

AirBaltic on perinteisen lentoyhtiön ja halpalentoyhtiön sekoitus. Halpalentoyhtiöillä normaalisti on vain yksi matkustusluokka, AirBalticilla on mahdollisuus matkustaa business-, economy- tai perusluokassa. Business-luokassa matkustettaessa lentolipun hintaan kuuluu kolme ruumalaukkuja, täysi palvelu koneessa sekä joustava lippu, eli päivämäärää voi muuttaa ilman lisämaksuja. Economy-luokassa matkustaja saa lisämaksusta muuttaa lennon päivämäärän tai lunastaa lipun takaisin ja hintaan kuuluu yksi ruumalaukku. Alimmassa perusluokassa hinta on halvin, mutta päivämäärää ei enää varauksen jälkeen voi muuttaa ja ruumalaukusta täytyy maksaa erikseen. (AirBaltic Corporation 2012.)

Internetsivut erittelevät hinnan selkeästi. Esimerkiksi Lappeenrannasta Riikaan lennettäessä hintaan kuuluu varsinaisen lennon hinnan lisäksi polttoainemaksu, Suomen turvamaksu sekä matkustajamaksu, Latvian matkustajapalvelumaksu sekä turvavero ja toimitusmaksu. AirBalticin lennoille on mahdollista tilata etukäteen ruokatarjoilu, tai sen voi ostaa lennon aikana. (AirBaltic Corporation 2012.)

6.3 Blue1

Blue1:lla on myynnissä neljää eri matkustusluokkaa: Economy Saver, Economy Flex, Blue1 Premium sekä Business. Economy Saver on matkustusluokista edullisin, mutta niukin palveluiltaan. Tässä matkustusluokassa jälleenvaraus, takaisinmaksu tai nimenmuutos eivät ole mahdollisia, eikä lennolla ole ruokatarjoilua ilmaiseksi, kylläkin ostettavissa. Yksi ruumalaukku kuuluu kuitenkin tähän hintaan. Economy Flex -luokassa muutoksia voi tehdä lentolippuun maksua vastaan. Tässä luokassa lennolla hintaan kuuluu ilmainen kahvi tai tee, ja muita ruokia ja juomia on mahdollista ostaa. Blue1 Premium -luokan jälleenvaraus on maksutonta, istumapaikka on mahdollista varata aikaisemmin, nimenmuutos on

maksullista ja hintaan kuuluu täysi takaisinmaksu. Ruumamatkalaukkuja tähän luokkaan kuuluu kaksi kappaletta. Lennon aikana tarjoillaan lämmin tai kylmä ateria sekä aikakauslehtiä. Business -luokassa on samat ehdot kuin Premium -luokassa, lisäksi ruumalaukuissa on suurempi painoraja kuin muissa luokissa. Business -luokassa matkustavat pääsevät lentoasemilla myös niin sanottuihin vip-tiloihin joilla sellaiset on, sekä nopea pääsy lähtöselvitystiskeille ja turvatarkastukseen ovat taattu. (Blue1 2012.)

Lennon hintaan sisältyy Blue1:lla polttoainemaksu, turvatarkastusmaksut, matkustajamaksut sekä matkustajapalvelumaksut. Luottokortilla tai internetissä varatessa hintaan tulee myös lisämaksut. Blue1 soveltaa SAS Passenger Service Commitment -sitoumusta, mikä tarkoittaa sitä, että lentovaraus on mahdollista peruuttaa 24 tunnin sisällä varaushetkestä. Tämä on mahdollista tehdä ilman ylimääräisiä kuluja riippumatta matkustajaluokasta. Jos varaus on tehty internetissä ja maksettu suoraan ja se perutaan 24 tunnin aikana, saa matkustaja koko summan takaisin. Jos asiakas peruuttaa muuna aikana varauksen, Premium ja Business -luokassa matkustavat ovat oikeutettuja saamaan maksun takaisin. Economy – matkustajaluokassa matkustavat saavat matkustajamaksut takaisin, lukuun ottamatta polttoainelisämaksua. Myös maksun palauttamisesta peritään toimistokuluja. (Blue1 2012.)

6.4 Norwegian

Norwegian tarjoaa kaksi hintavaihtoehtoa lentolippua ostettaessa, Full Flex -lippuja sekä tarjoushintoisia lippuja. Full flex -lippuja on mahdollista muuttaa ja perua veloitusetta. Tähän luokkaan sisältyy mahdollisuus varata istumapaikka sekä yksi ruumalaukku. Tarjouslippuja on myös mahdollista muuttaa, mutta tällöin muutoksista peritään erilliset maksut. Tarjouslippujen hintaa ei myöskään voida hyvittää. Lipun hintaan internetsivuilla lisätään polttoainelisämaksu sekä lentokenttämaksu. Norwegianin tarjoushintoisia lippuja varatessaan asiakkaalla on neljä tuntia lipun ostamisesta mahdollisuus muuttaa mieltään ja peruuttaa kauppa. (Norwegian Air Shuttle 2012.)

Norwegianin lennoille on mahdollista lipun oston yhteydessä ostaa peruutusturva, hinnaltaan 5 - 9 € matkan pituuden mukaan. Peruutusturva auttaa esimer-

kiksi sairastumistapauksissa. Mikäli lähettää lääkärintodistuksen ja peruu lennon viimeistään 30 minuuttia ennen lähtöä, matkustaja saa lipun hinnan takaisin. Peruutusturvamaksua ei kuitenkaan palauteta. (Norwegian Air Shuttle 2012.)

6.5 Yhteenveto lentolippujen hinnoista

Alla olevasta taulukosta (taulukko 2) ilmenee, mitä edellä mainittujen lentoyhtiöiden lippujen hintaan kuuluu. Yhtiöiden, joilla on useampi hintaluokka valittavana, taulukkoon on valittu halvin hintaluokka.

Taulukko 2 lentoyhtiöiden lippujen hinnan sisältö

	Matkatavara	Ateria	Paikkavaraus	Nimenmuutos	Lennon pvm:n muutos	Lennon peruutus
Ryanair	Ei	Ei	10 €	110 €	30-60 €	Ei
Airbaltic	Ei	Ei	3 €	75 € ¹	Ei	Ei
Blue1	1 kpl	Ei	Ei	60 €	60 € ²	Ei
Norwegian	Ei	Ei	6-11 €	31 €	31 €	Ei

1: Ennen 18.4.2012 varatuilla lennoilla nimenmuutos mahdollinen 75 € hintaan, tämän jälkeen varatuissa lipuissa muutos ei ole mahdollista

2: Päivämäärän muutokset kotimaan lennoilla eivät onnistu, ulkomaan lennoilla viimeistään 1 tunti ennen aikataulun mukaista lähtöaikaa 60 € maksua vastaan. Koskee vain 25.4.2012 ja sen jälkeen tehtyjä varauksia.

Taulukosta 2 nähdään, että vain Blue1:n halvan hintaluokan lippuun kuuluu matkatavara veloituksetta lipun hintaan. Muilla lentoyhtiöillä ruumalaukuista joutuu maksamaan. Minkään lentoyhtiön hintaan ei kuulu aterioita lennon aikana, kaikilla lentoyhtiöillä on lennon aikana kuitenkin mahdollisuus ostaa virvokkeita sekä syötävää. AirBalticin lennoilla on mahdollisuus tilata ateria etukäteen lentoa varten maksua vastaan. Aterioita on mahdollista tilata vain yli 90 minuuttia kestäville lennoille. Ryanairilla, AirBalticilla sekä Norwegianilla on mahdollisuus lippua ostettaessa varata mieleisensä istumapaikka maksua vastaan. Blue1:lla tämä onnistuu vain, jos kuuluu SAS EuroBonus -Kulta-jäseniin. AirBalticilla, Norwegianilla sekä Blue1:lla istumapaikat jaetaan lähtöselvityksessä. Ryanairilla on niin kutsuttu vapaa istumisjärjestys eli istumapaikat täytetään sitä mukaa kun matkustajat nousevat koneeseen. Missään lentoyhtiössä matkustaja ei saa varsinaista lipun hintaa takaisin peruessaan lennon. Verot ja muut maksut on

kuitenkin mahdollista pyytää lentoyhtiöiltä takaisin. (AirBaltic Corporation 2012, Blue1 2012, Norwegian Air Shuttle 2012, Ryanair Ltd 2012a.)

7 KYSELYTUTKIMUS

Opinnäytetyöhön tehtiin teoreettista tutkimusta sekä empiirinen tutkimus, jota tässä kappaleessa käsitellään ja esitellään sen tulokset. Teoreettisessa tutkimuksessa tutkittiin pääosin lentoliikenteeseen liittyviä Euroopan Unionin aseuksia, aiheeseen liittyvää kirjallisuutta sekä lentoyhtiöiden omia sivuja. Empiirisen tutkimuksen avulla pyrittiin selvittämään lentomatrustajien mielipiteitä sekä kokemuksia lentoyhtiöistä.

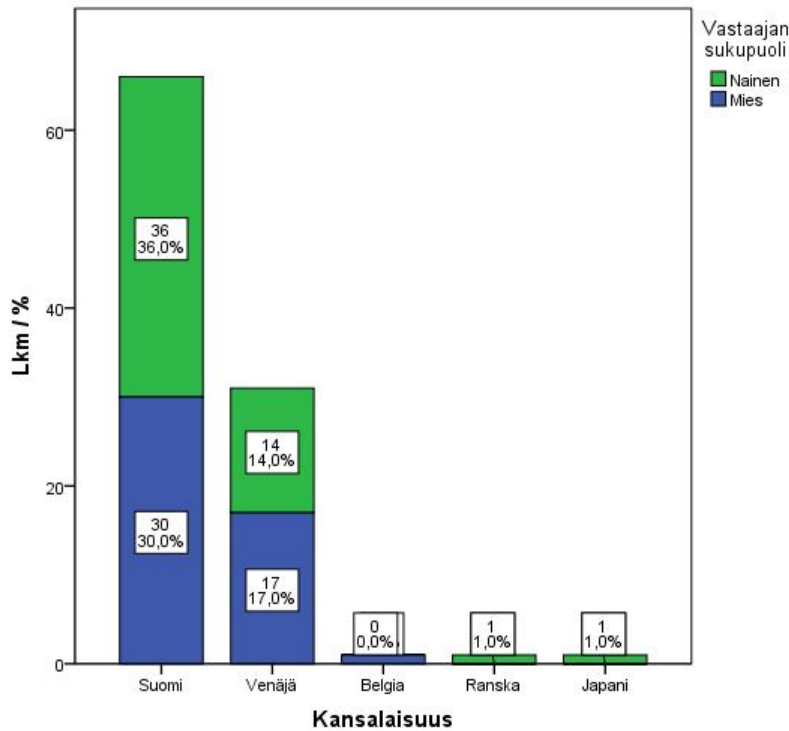
7.1 Tutkimusmenetelmä ja toteutus

Tutkimusmenetelmäksi valittiin matkustajille tehtävä kyselytutkimus. Asiakas-kyselyssä oli yhteensä 17 kysymystä, kahdessa näistä kysymyksistä oli useita alakysymyksiä, jotka koskivat asiakkaiden mielipiteitä. Asiakaskysely tehtiin paperiversioksi, jota tulostettiin sata kappaletta. Kysely toteutettiin huhtitoukokuussa 2011 Lappeenrannan lentoasemalla. Lappeenrannan lentoasemalta lähtevillä matkustajilla oli mahdollisuus vastata kyselyyn lentoaseman lähtöaulassa. Kysely tehtiin kahdelle kielelle, suomeksi sekä englanniksi. Tavoitteena kyselylle oli saada 100 vastausta. Kysely lopetettiin, kun 100 vastausta saatiin kerättyä. Kaikki vastaukset otettiin mukaan tutkimustulosten analysointiin. Tulokset analysoitiin käyttämällä SPSS Statistics 19.0 -ohjelmaa.

7.2 Tutkimuksen tulokset

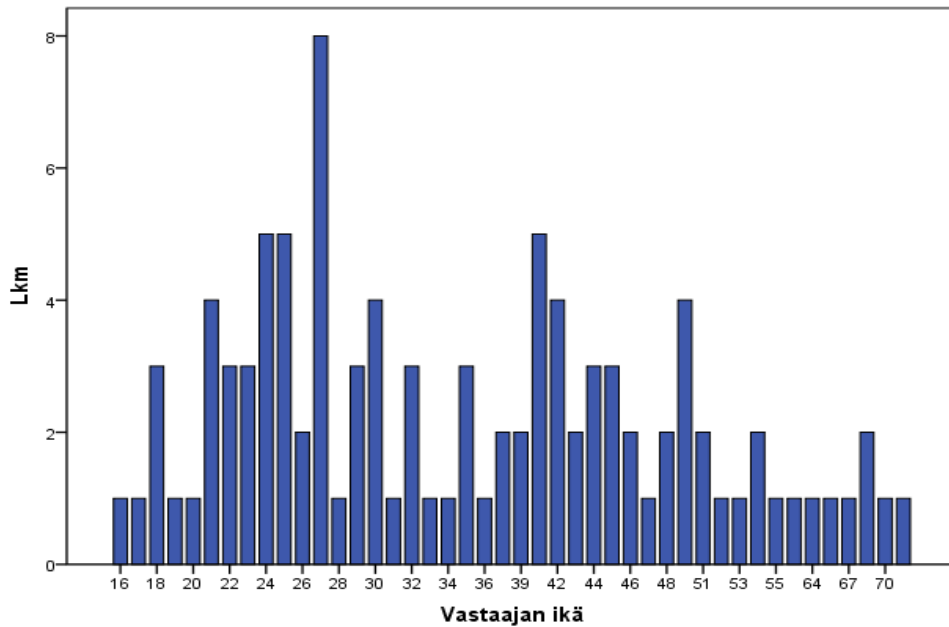
Lomakkeen ensimmäiset kysymykset liittyivät vastaajien taustatietoihin. Lomakkeessa kysyttiin perustietoina vastaajan ikää, sukupuolta sekä kansalaisuutta. Tällöin saatiin selville kyselyyn vastanneiden ikäjakauma, sekä kuinka monta eri kansalaisuutta kyselyyn vastasi. Kysely oli matkustajien saatavilla suomeksi sekä englanniksi, sillä oli tärkeää saada mielipiteitä monista eri maiden lentoyhtiöistä ja eri kansalaisuuksien mielipiteitä. Lomakkeen alussa kysyttiin myös, mitä lentoyhtiötä kukin vastaaja sillä hetkellä käyttää. Lappeenrannan lentoasemalla vaihtoehtoina tässä kysymyksessä olivat AirBaltic tai Ryanair.

Kyselyyn saatiin vastauksia yhteensä 100 lentomatikustajalta, joista 48 oli miehiä ja 52 naisia. Kyselyyn vastanneilla oli kansalaisuutena Suomi, Venäjä, Belgia, Ranska ja Japani. Kuten alla olevasta kuviosta (kuvio 1) huomataan, suurin osa vastaajista, 66 prosenttia oli Suomen kansalaisia. Seuraavaksi suurin ryhmä oli Venäjän kansalaiset, 31 prosenttia vastaajista. Kuviosta huomataan myös miesten ja naisten tasainen jakautuminen.



Kuvio 1 Vastaajien kansalaisuus ja sukupuoli

Seuraavasta kuviosta (kuvio 2) huomataan, että kyselyyn vastanneiden ikä vaihtelee 16 ikävuodesta 75 ikävuoteen. Vastauksia on saatu melko tasaisesti kaikilta ikäluokilta.



Kuvio 2 Vastaajien ikäjakauma

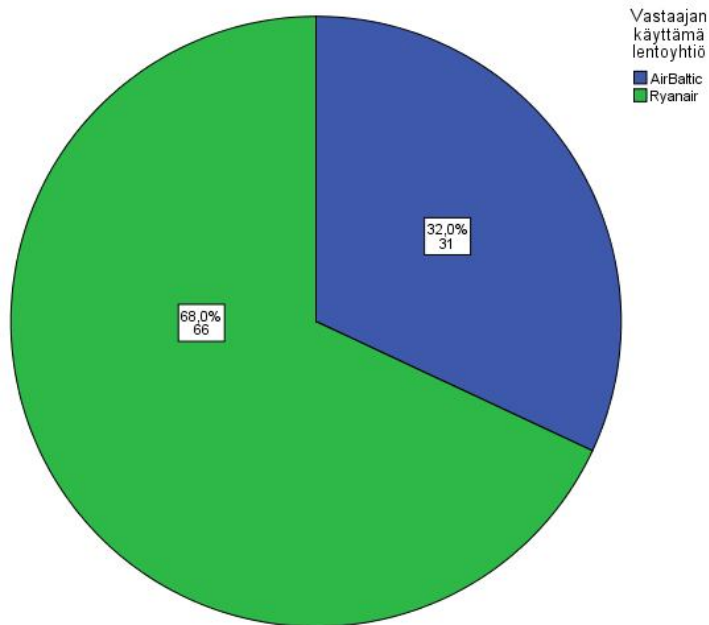
Taulukosta 3 nähdään vastaajien senhetkisen matkan tarkoitus. Suurin osa vastaajista on lomamatkailijoita, heitä oli 96 prosenttia vastaajista. Vain 4 prosenttia vastaajista oli sillä hetkellä työmatkalla.

Taulukko 3 Matkan tarkoitus vastaamishetkellä

Matkan tarkoitus	
	%
Työmatka	4,0
Vapaa-ajan matka	96,0
Yhteensä	100,0

Kyselylomakkeessa tiedusteltiin myös, mitä lentoyhtiötä matkustaja käyttää sillä hetkellä. Vaihtoehtoina olivat AirBaltic tai Ryanair. Seuraavasta kuviosta (kuvio 3) nähdään jakauma näiden kahden lentoyhtiön välillä. Matkustajista 32 pro-

senttia lensi AirBalticilla Riikaan ja 68 prosenttia matkustajista lensi Ryanairilla Milanoon, Düsseldorfin tai Brysseliin. Kyselystä saatiin siis enemmän mielipiteitä Ryanairista.



Kuvio 3 Vastaajien käyttämä lentoyhtiö

Lomakkeen kysymyksessä 6, joka oli kaksiosainen, kysyttiin, kuinka usein matkustaja lentää vuoden aikana vapaa-ajan matkoja tai työmatkoja. Seuraavasta taulukosta (taulukko 4) nähdään, että suurin osa vastaajista, eli 74,2 prosenttia ei matkusta ollenkaan työmatkoja lentäen. 13,4 prosenttia matkustaa lentäen kerran vuodessa työmatkoja. Yhteensä noin 11 prosenttia vastaajista matkustaa lentäen kahdesta kymmeneen kertaa vuodessa.

Taulukko 4 Vastaajien tekemät työmatkat vuoden aikana

Työmatkat vuoden aikana	Havaintojen lkm	%
0	72	74,2
1	13	13,4
2	2	2,1
3	2	2,1
5	3	3,1
6	1	1,0
7	1	1,0
10	2	2,1
30	1	1,0
Yhteensä	97	100,0

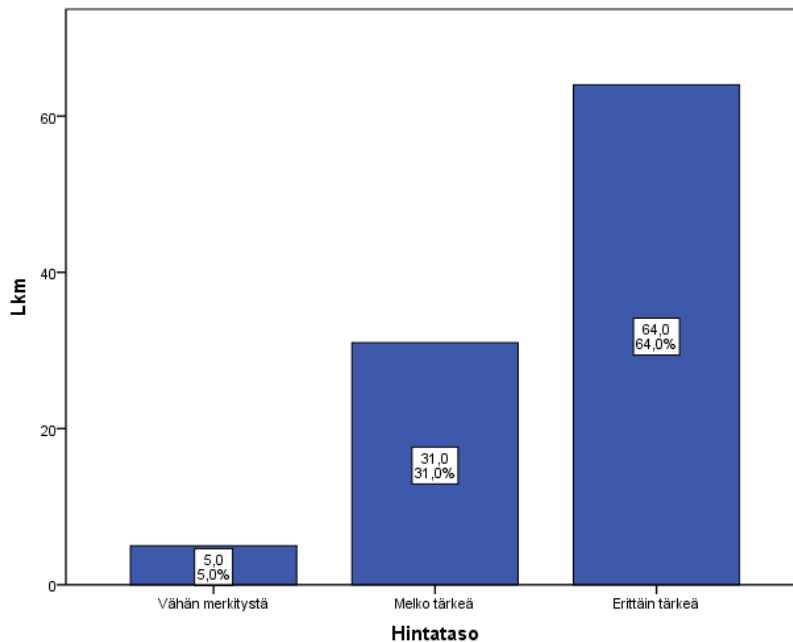
Alla olevan taulukon (taulukko 5) mukaan kaksi kertaa vuodessa lomamatkoja lentävien osuus on suurin eli 32 prosenttia kaikista vastaajista. Toiseksi eniten on kerran vuodessa lomamatkoja lentävät, heitä on lähes 28 prosenttia vastaajista. Vain yksi vastaaja ilmoitti, ettei tee ollenkaan lomamatkoja lentäen vuoden aikana. Tästä voidaan päätellä lentämisen olevan nykypäivänä hyvin suosittu ja helppo tapa monella lähteä lomalle. Loput vastaajista matkustavat vapaa-ajan matkoja kahdesta kuuteen kertaa vuodessa.

Taulukko 5 Vastaajien tekemät vapaa-ajan matkat vuoden aikana

Lomamatkat vuoden aikana	Havaintojen lkm	%
0	1	1,0
1	27	27,8
2	31	32,0
3	18	18,6
4	8	8,2
5	10	10,3
6	2	2,1
Yhteensä	97	100,0

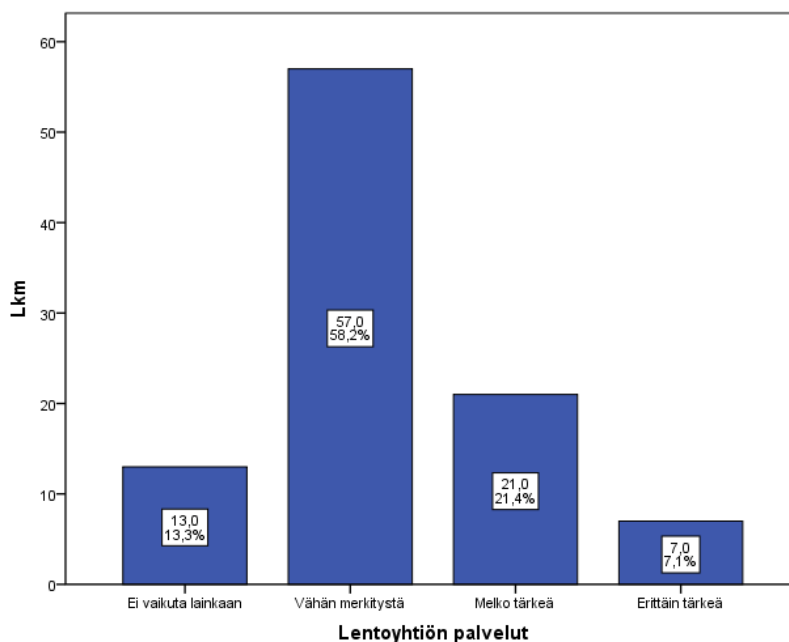
Kysymyksessä 7 tiedusteltiin, kuinka paljon eri tekijät vaikuttavat kyseisellä vastaajalla lentoyhtiön valintaan. Valintaan vaikuttavia tekijöitä kysymyksessä oli yhteensä viisi. Nämä tekijät olivat: hintataso, lentoyhtiön tarjoamat palvelut, aiemmat kokemukset lentoyhtiöstä, lähtö- tai saapumiskaupungin sijainti sekä lentoaikataulun sopivuus.

Alla olevasta kuviosta (kuvio 4) nähdään hintatason vaikutus lentoyhtiön valintaan. Kuviosta huomataan, että 64 prosenttia vastaajista on sitä mieltä, että hintataso on erittäin tärkeä lentoyhtiötä valittaessa. 31 prosenttia pitää hintatasoa melko tärkeänä ja 5 prosenttia on sitä mieltä, että hintatasolla on vähän merkitystä lentoyhtiön valintaan. Kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, ettei hintatasolla olisi ollenkaan vaikutusta valintaan.



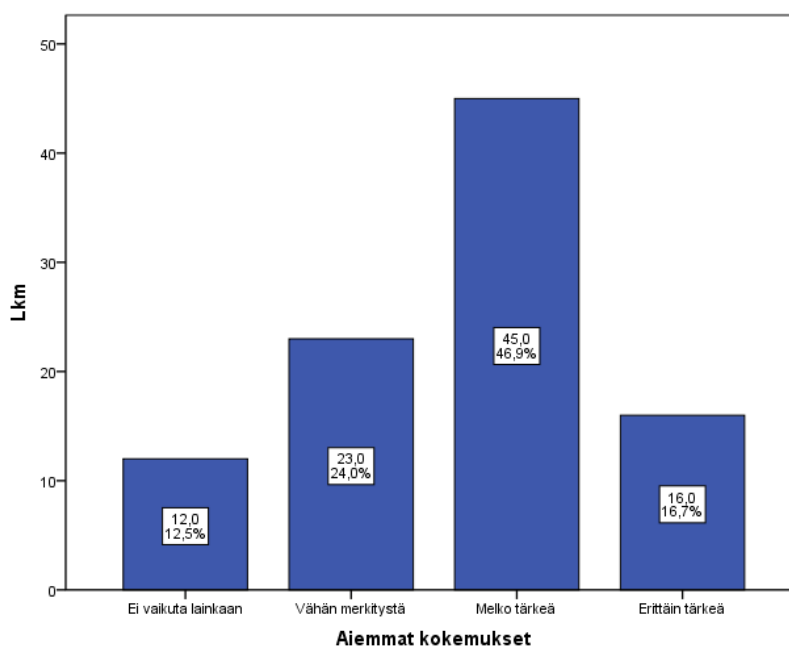
Kuvio 4 hintatason vaikutus lentoyhtiön valintaan

Seuraavasta kuviosta (kuvio 5) nähdään, minkälainen vaikutus lentoyhtiön tarjoamilla palveluilla on lentoyhtiön valintaan vastaajien mielestä. Suurin osa, 58,2 prosenttia vastaajista, oli sitä mieltä että lentoyhtiön tarjoamilla palveluilla on vähän merkitystä valintaan. 21,4 prosenttia piti palveluita melko tärkeinä, 13,3 prosentilla palvelut eivät vaikuta lainkaan valintaan ja 7,1 prosenttia pitää lentoyhtiöiden palveluita erittäin tärkeinä valittaessa lentoyhtiötä.



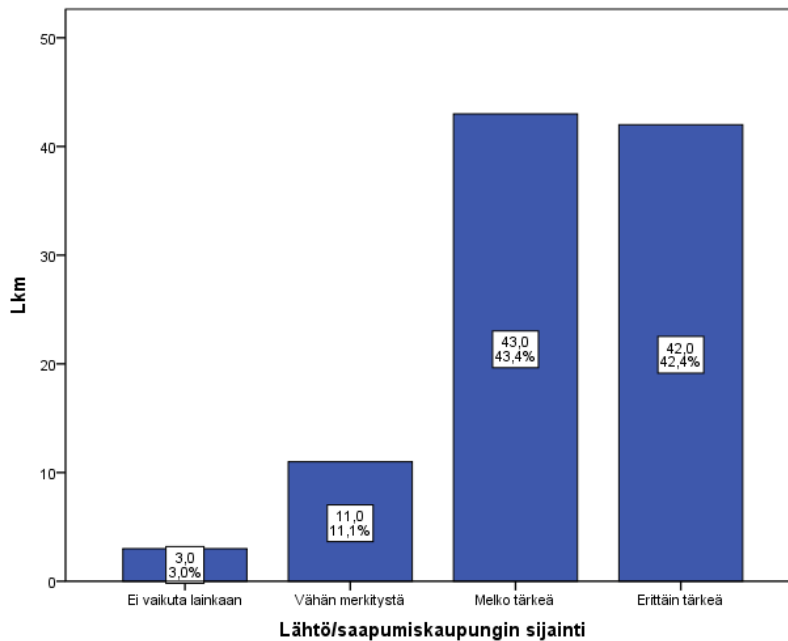
Kuvio 5 Lentoyhtiön tarjoamien palveluiden vaikutus lentoyhtiön valintaan

Kuviosta 6 tulee ilmi aiempien kokemusten vaikutus lentoyhtiön valintaan. Lähes 47 prosenttia vastaajista piti aiempia kokemuksia lentoyhtiöstä melko tärkeinä valittaessa lentoyhtiötä. Vastaajista 24 prosenttia oli sitä mieltä, että aiemmillä kokemuksilla oli vain vähän merkitystä, 16,7 prosenttia piti niitä erittäin tärkeinä ja 12,5 prosentin osalta ne eivät vaikuttaneet lainkaan.



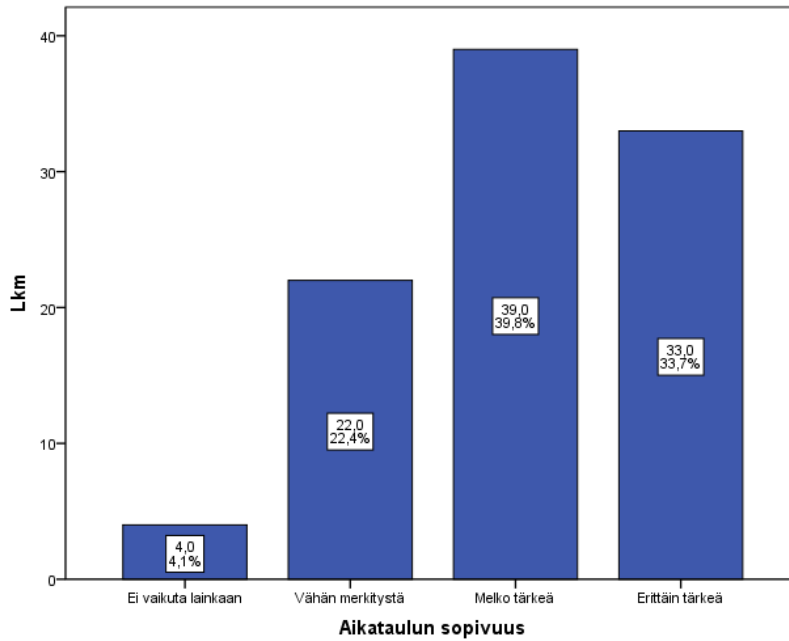
Kuvio 6 Aiempien kokemusten vaikutus lentoyhtiön valintaan

Seuraavaksi kysyttiin, kuinka paljon vaikuttaa lähtö- tai saapumiskaupungin sijainti lentoyhtiön valintaan. Seuraavasta kuviosta (kuvio 7) huomataan, että 43,4 prosenttia vastaajista piti sijaintia melko tärkeänä valintakriteerinä ja 42,4 prosenttia erittäin tärkeänä. 11,1 prosenttia oli sitä mieltä että sijainnilla oli vähän merkitystä, ja vain 3 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, ettei sijainnilla ole lainkaan vaikutusta valintaan.



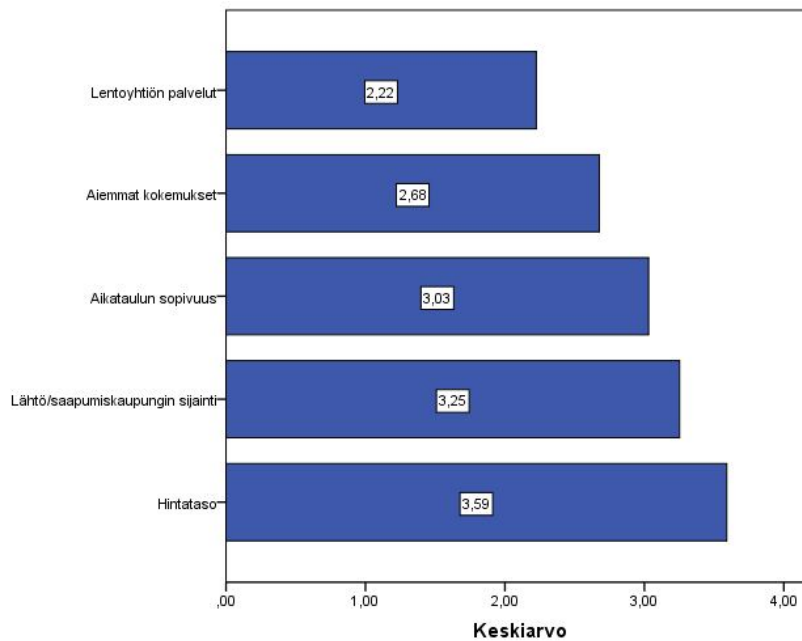
Kuvio 7 Lähtö- tai saapumiskaupungin sijainnin vaikutus lentoyhtiön valintaan

Seuraavasta kuviosta (kuvio 8) selviää, miten lentoaikataulun sopivuus vaikuttaa lentoyhtiön valintaan vastaajien keskuudessa. Lähes 40 prosenttia vastaajista piti aikataulun merkitystä melko tärkeänä ja 33,7 prosenttia erittäin tärkeänä. 22,4 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että aikataululla oli vähän merkitystä valintaan. Vastaajista 4,1 prosentilla aikataulu ei vaikuttanut lainkaan lentoyhtiön valintaan.



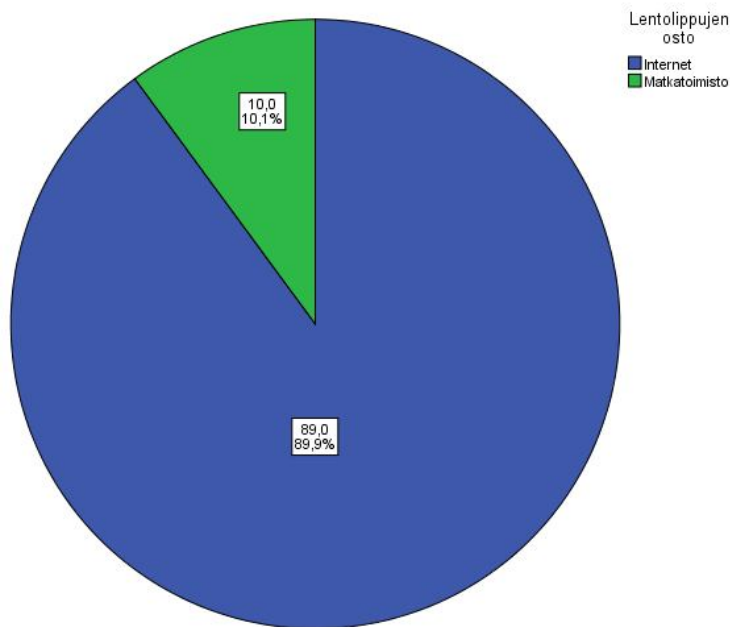
Kuvio 8 Lentoaikataulun sopivuuden vaikutus lentoyhtiön valintaan.

Seuraavassa kuviossa (kuvio 9) on yhteenveto valintaan vaikuttavista tekijöistä. Asteikko kuviossa on yhdestä neljään, 4 on erittäin tärkeä ja 1 ei vaikuta lainkaan valintaan. Kuvioista nähdään hintatason olleen tärkein valintakriteeri ja lentoyhtiön tarjoamat palvelut vaikuttavat vähäisimmin lentoyhtiön valintaan.



Kuvio 9 Lentoyhtiön valintaan vaikuttavien tekijöiden keskiarvot

Kyselyssä tiedusteltiin matkustajilta, mistä he mieluiten ostavat lentolippunsa. Vaihtoehtoina kysymyksessä oli internet, matkatoimisto tai lentoasema. Kuten alla olevasta kuviosta (kuvio 10) huomataan. Lähes 90 prosenttia kyselyyn vastanneista ostaa mieluiten lentolippunsa internetistä. Loput 10,1 prosenttia käyttää mieluiten matkatoimiston palveluja lentolippujen ostamisessa. Kukaan vastaajista ei mieluiten osta lippujaan suoraan lentoasemalta. Kyselyn tuloksesta huomataan, kuinka tärkeää nykyisin on internetin käyttö mainonnassa sekä lentolippujen myynnissä. Kuten opinnäytetyössä on jo edellä käsitelty internetissä markkinointia sekä lentolippujen myyntiä, huomataan kyselyn myötä asian tärkeys ja selkeät mainokset ja hinnoittelu.



Kuvio 10 Lentolippujen ostopaikka

Kysymyksessä 9 selvitetään, onko matkustaja koskaan joutunut tilanteeseen, jossa hänen lentonsa on myöhästynyt, peruttu tai ylivarattu tai onko hän itse myöhästynyt lennoltaan. Seuraavasta taulukosta (taulukko 6) selviää, että 37,4 prosenttia kysymykseen vastanneista on joutunut johonkin edellä mainittuun tilanteeseen. Kysymys 10 ja 11 liittyivät edelliseen kysymykseen. Jos matkustaja ei ollut aiemmin joutunut edellä mainittuihin ongelmatilanteisiin, sai hän siirtyä kysymykseen 12. Kysymyksessä 10 pyydettiin matkustajaa kertomaan omin sanoin, minkälaiseen ongelmatilanteeseen hän on joutunut, mitä lentoyhtiötä hän käytti sillä hetkellä ja saiko hän korvauksia tilanteesta.

Taulukko 6 Lentojen viivästyminen, peruuntuminen ym. ongelmatilanteet

Ongelmatilanteeseen joutuminen	Havaintojen lkm	%
Kyllä	37	37,4
Ei	62	62,6
Yhteensä	99	100,0

Kysymyksellä 11 pyrittiin selvittämään matkustajan tyytyväisyyttä lentoyhtiön tiedottamiseen matkustajan oikeuksia sekä mahdollisuuksista korvauksiin ongelmatilanteessa. Alla olevasta taulukosta (taulukko 7) saadaan selville, että kaikki 37 vastaajaa, jotka olivat joskus aiemmin joutuneet ongelmatilanteisiin lentojen kanssa, vastasivat kysymykseen lentoyhtiön riittävästä tiedottamisesta. 37 matkustajasta 48,6 prosenttia oli sitä mieltä, ettei lentoyhtiö tiedottanut riittävän hyvin matkustajan oikeuksista tai mahdollisuuksista korvauksiin asiakkaalle. Matkustajista 51,4 prosenttia oli tyytyväisiä lentoyhtiön tiedottamiseen.

Taulukko 7 Lentoyhtiön riittävä tiedottaminen

Lentoyhtiön tiedottaminen riittävää	Havaintojen lkm	%
Kyllä	19	51,4
Ei	18	48,6
Yhteensä	37	100,0

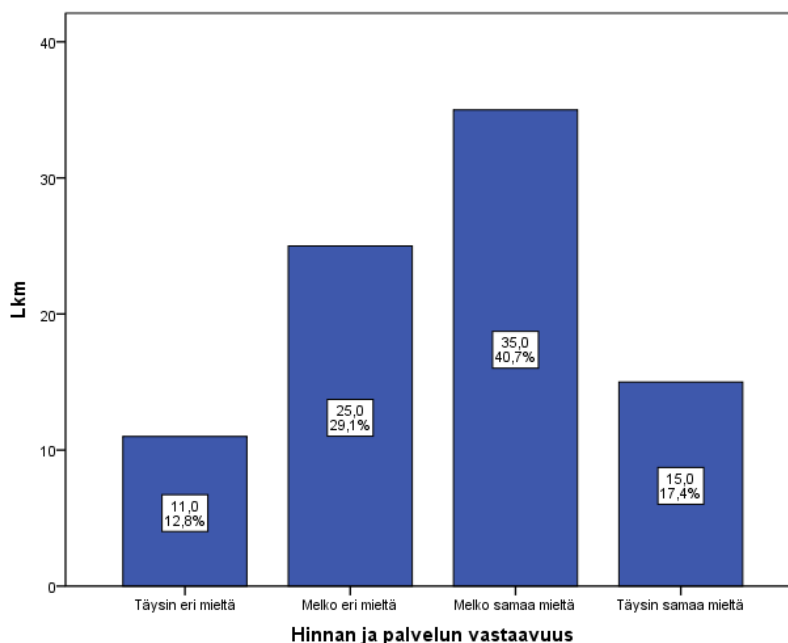
Kysymyksessä 12 tiedusteltiin vastaajilta, ovatko heidän matkatavaransa koskaan saapuneet myöhässä, vahingoittuneet tai kadonneet matkustettaessa. Seuraavasta taulukosta (taulukko 8) nähdään, että 28,3 prosentilla vastaajista on aiemmin ollut ongelmia matkatavaroiden kanssa. Vastaajista 71,7 prosenttia ei ole koskaan joutunut ongelmatilanteisiin matkatavaroiden kanssa. Kysymyksessä 13 pyydettiin vastaajia kertomaan omin sanoin, mitä matkatavaroille on tapahtunut ja mikä lentoyhtiö oli tuolloin kyseessä.

Taulukko 8 Matkatavaroiden ongelmatilanteisiin joutuminen

Matkatavaroiden ongelmatilanteet	Havaintojen lkm	%
Kyllä	28	28,3
Ei	71	71,7
Yhteensä	99	100,0

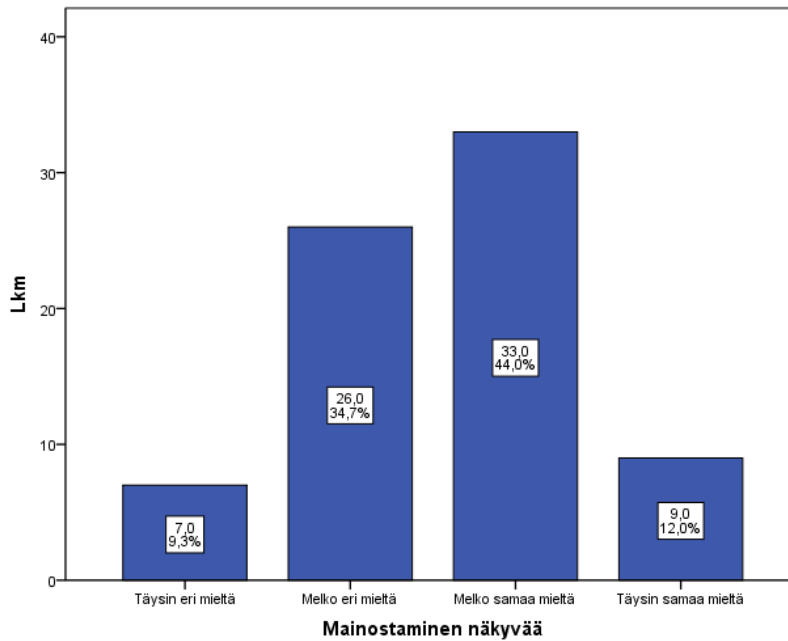
Kysymyksessä 14 tiedusteltiin vastaajien mielipiteitä heidän sillä hetkellä käyttämästään lentoyhtiöstä viidestä eri asiasta. Seuraavista kuvioista (kuviot 11–15) nähdään vastaukset kysymyksiin.

Alla olevasta kuvioista (kuviot 11–15) huomataan, että 40,7 prosenttia vastaajista oli melko samaa mieltä, että lentolipun hinta sekä lentoyhtiöltä saama palvelu ovat vastanneet toisiaan. 29,1 prosenttia oli melko eri mieltä hinnan ja palvelun vastaavuudesta, 17,4 prosenttia oli täysin samaa mieltä ja 12,8 prosenttia täysin eri mieltä.



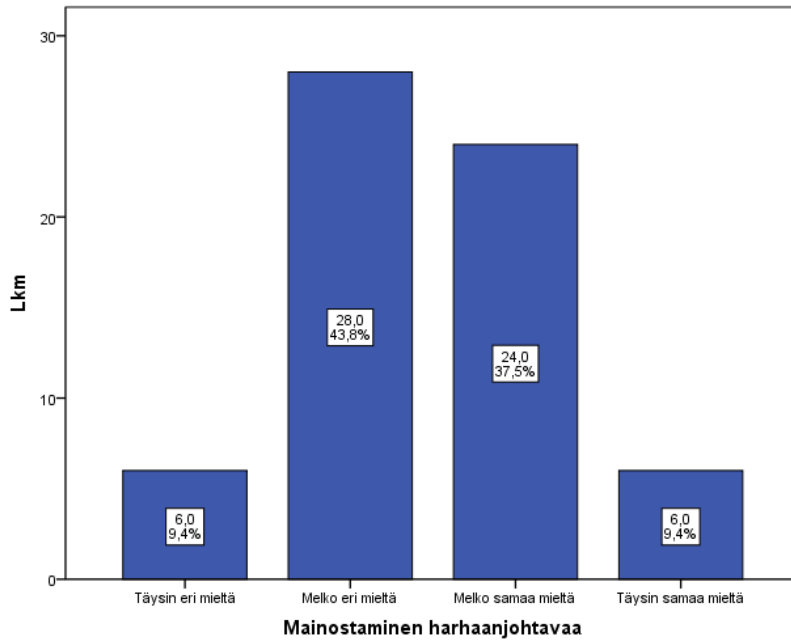
Kuvio 11 Lentolipun hinnan ja palvelun vastaavuus

Kuten alla olevasta kuviosta (kuvio 12) nähdään, niin 44 prosenttia vastaajista on ollut melko samaa mieltä, että lentoyhtiön mainostaminen on ollut riittävän näkyvää ja selkeää. Vastaajista 34,7 prosenttia oli melko eri mieltä väittämästä, 12 prosenttia täysin samaa mieltä ja 9,3 prosenttia täysin eri mieltä väittämän kanssa.



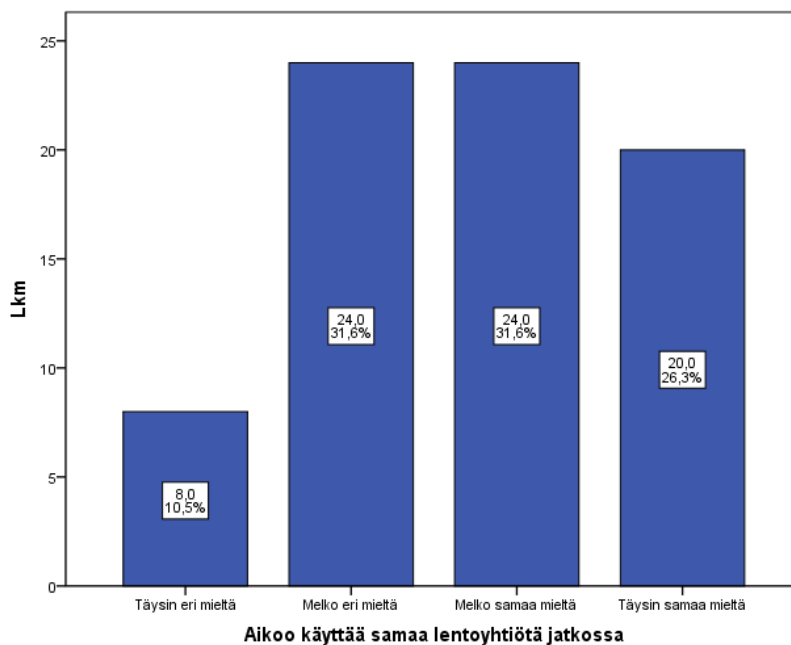
Kuvio 12 Lentoyhtiön mainostaminen on ollut riittävän näkyvää ja selkeää

Kuviosta 13 nähdään, että suurin osa vastaajista, 43,8 prosenttia, on ollut melko eri mieltä siitä, että lentoyhtiön mainostaminen olisi ollut harhaanjohtavaa. Kuitenkin myös 37,5 prosenttia vastaajista oli melko samaa mieltä väittämän kanssa. Täysin samaa mieltä ja täysin eri mieltä väittämän kanssa oli 9,4 prosenttia vastajista.



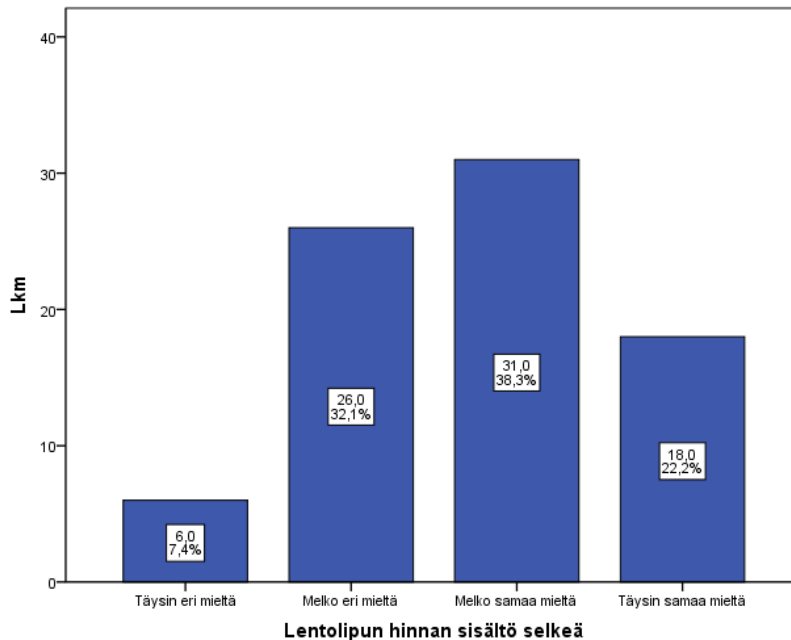
Kuvio 13 Lentoyhtiön mainostamisen harhaanjohtavuus

Kuviosta 14 nähdään, että 31,6 prosenttia vastaajista on sekä melko eri mieltä että melko samaa mieltä väittämästä, eli siitä, aikovatko he käyttää tulevaisuudessa samaa lentoyhtiötä. Vastaajista 26,3 prosenttia oli täysin samaa mieltä väittämästä, eli he aikovat myös myöhemmin käyttää samaa lentoyhtiötä. 10,5 prosenttia oli täysin eri mieltä väittämästä.



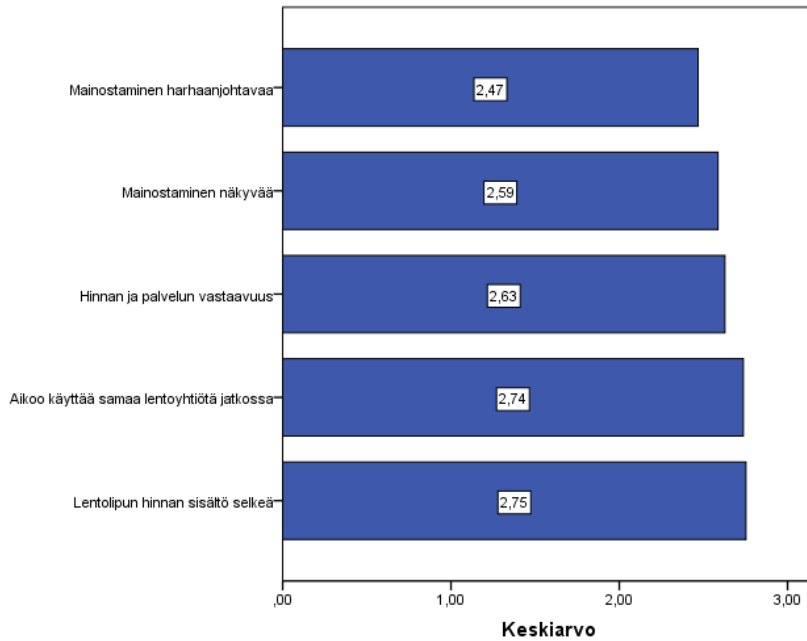
Kuvio 14 Saman lentoyhtiön käyttäminen tulevaisuudessa

Kuviosta 15 huomataan, että suurin osa vastaajista, 38,3 prosenttia, oli melko samaa mieltä väittämästä, jossa oli kyseessä lentolipun hinnan sisällön selkeys. 32,1 prosenttia vastaajista oli melko eri mieltä, 22,2 prosenttia täysin samaa mieltä ja 7,4 prosenttia täysin eri mieltä väittämästä.



Kuvio 15 Lentolipun hinnan sisällön selkeys

Seuraavaan kuvioon (kuvio 16) on kerätty yhteen kysymyksen 14 eri mielipiteet ja niiden vastausten keskiarvot, 4 ollessa täysin samaa mieltä väittämän kanssa ja 1 täysin eri mieltä väittämästä. Kuviosta 17 nähdään, että kaikkien väittämien vastaukset sijoittuvat välille melko eri mieltä ja melko samaa mieltä. Taulukosta voidaan siis tulkita, että vastaukset ovat jakautuneet melko tasaisesti kaikkien vaihtoehtojen kesken.



Kuvio 16 Keskiarvot mielipiteistä lentoyhtiötä kohtaan

Seuraavassa taulukossa (taulukko 9) on vertailtu naisten ja miesten vastauksia kysymyslomakkeen kysymykseen 7. Taulukosta 9 nähdään hintatason vaikutus lentoyhtiön valintaan naisten ja miesten osalta. Vastaukset ovat jakautuneet melko tasaisesti sekä miesten että naisten osalta. Koko kyselyyn saatiin enemmän vastauksia naisilta kuin miehiltä.

Taulukko 9 Naisten ja miesten vastausten vertailu hintatason vaikutuksesta

Hintatason merkitys lentoyhtiötä valitessa

Vastaajan sukupuoli	Hintatason merkitys			Yhteensä
	Vähän merkitystä	Melko tärkeää	Erittäin tärkeää	
Mies	2	17	29	48
Nainen	3	14	35	52
Yhteensä	5	31	64	100

Seuraavassa taulukossa (taulukko 10) on naisten ja miesten vastausten vertailu lentoyhtiön tarjoamien palveluiden vaikutuksesta lentoyhtiön valintaan. Myös tässä mielipideasiassa huomataan, että naisten ja miesten vastaukset jakautuvat tasaisesti toisiinsa nähden, suuria eroavaisuuksia ei ole. Vain yksi naisvas-

taaja pitää lentoyhtiön tarjoamia palveluja erittäin tärkeinä, kun samaa mieltä oli kuusi miesvastaajaa.

Taulukko 10 Naisten ja miesten vastausten vertailu lentoyhtiön palvelujen vaikutuksesta

Lentoyhtiön tarjoamien palveluiden vaikutus lentoyhtiön valintaan

Vastaajan sukupuoli	Lentoyhtiön palvelut				Yhteensä
	Ei vaikuta lainkaan	Vähän merkitystä	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä	
Mies	7	24	10	6	47
Nainen	6	33	11	1	51
Yhteensä	13	57	21	7	98

Alla olevasta taulukosta (taulukko 11) voidaan nähdä naisten ja miesten vastausten erot aiempien kokemusten vaikutuksesta lentoyhtiön valintaan. Myös tässä vastaukset ovat jakautuneet melko tasan. Miehistä 11 on sitä mieltä, että aiemmat kokemukset ovat erittäin tärkeitä lentoyhtiötä valittaessa. Vain viisi naisvastaajaa on tätä mieltä.

Taulukko 11 Naisten ja miesten vastausten vertailu aiempien kokemusten vaikutuksesta

Aiempien kokemusten merkitys lentoyhtiötä valitessa

Vastaajan sukupuoli	Aiemmat kokemukset				Yhteensä
	Ei vaikuta lainkaan	Vähän merkitystä	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä	
Mies	5	12	19	11	47
Nainen	7	11	26	5	49
Yhteensä	12	23	45	16	96

Kysymykseen 10, johon vastaaja sai omin sanoin kertoa, mihin ongelmatilanteeseen lennolla hän on joutunut, saatiin yhteensä 27 vastausta. Suurimmassa osassa vastauksia matkustajat kertoivat lentonsa olleen myöhässä, jolloin hei-

dän käyttämänsä lentoyhtiö tarjosi ilmaisen aterian tai ruokakuponkeja lentoasemalla. Kaksi vastaajaa kertoi itse myöhästyneensä lennoltaan, jolloin mitään korvauksia ei saatu. Kun lentomatrustaja itse myöhästyy lennoltaan, ei lentoyhtiö ole velvollinen korvaamaan matrustajalle mitään. Muutamassa vastauksessa matrustaja kertoo myöhästyneensä jatkolennotta, koska ensimmäinen lento oli myöhässä. Näissä tapauksissa matrustaja myös kertoo päässeensä uudelle lennolle määränpäähänsä ilman kuluja.

Yksi vastaajista kertoo Blue1:n lentonsa myöhästyneen kolme tuntia, minkä johdosta hän sai ruokailla ilmaiseksi lentoasemalla. Yksi vastaus koski AirBalticia. Tätä lentoyhtiötä käyttäessään matrustajan lento peruttiin ja hän kertoo jääneensä ilman korvauksia. Yksi vastaajista kertoo hänen lentonsa Karibialle myöhästyneen kuusi tuntia, minkä johdosta korvauksena matrustaja sai ilmaisen sämpylän lentoasemalla. Matrustaja kertoo tapahtumasta olleen aikaa jo yli 20 vuotta. Yksi vastaajista kertoo joutuneensa ylivaratulle lennolle, josta hänet jätettiin pois, minkä takia hän sai rahallisen korvauksen.

Kysymykseen 13, jossa tiedusteltiin matkatavaroihin liittyvistä ongelmatilanteista, saatiin yhteensä 25 vastausta. Näistä 25 vastauksesta 13 koski Finnairia. Finnairia käyttäneet matrustajat kertoivat matkatavaransa kadonneen tai saapuneen myöhässä. Matrustajat kertoivat kuitenkin laukkujen loppujen lopuksi löytyneen, minkä jälkeen Finnair toimitti matkatavarat matrustajan kotiovelle. Yksi Finnairia käyttäneistä matrustajista kertoi matkalaukkunsa hajonneen lennon aikana, jolloin Finnair maksoi laukun korjauksen paikallisessa laukkuliikkeessä.

Yksi vastaajista kertoo matkalaukkujen saapuneen lomakohteeseensa melkein vuorokauden myöhässä. Tämä matrustaja sai korvauksen hinnanalennuksen muodossa pitkän korvaushakemusten teon ja puheluiden jälkeen. Tässä tapauksessa vastaajan käyttämä lentoyhtiö oli Tunis Air. Yksi vastaajista kertoo lentäneensä United Airlines -yhtiöllä, joka kadotti hänen matkatavaransa. Tapahtumasta on puoli vuotta ja matrustaja odottaa vieläkin korvausta asiasta.

Viimeinen kyselylomakkeen kohta oli varattu vastaajan vapaalle kommentoinnille, eli mielipiteille hänen käyttämästään lentoyhtiöstä. Mielipiteensä kertoi 27

vastaajista. Vastaajista noin puolet kehui Ryanairin hyvää hinta-laatusuhdetta. Osa heistä myös eritteli sen, että he ovat osanneet varautua huonompaan palveluun lennon aikana hintojen ollessa niin halpoja. Moni sekä AirBalticin että Ryanairin matkustajista oli erittäin tyytyväinen mahdollisuuteen päästä Lappeenrannasta Eurooppaan. Pienemmälle lentokentälle on helppo tulla, parkkipaikat ovat halvempia kuin suuremmilla kentillä sekä ruuhkat lentoasemalla ovat olemattomia.

Vastaajat myös kehuivat Ryanairin täsmällisiä lähtö- ja tuloaikoja. Kolme vastaajaa kertoi olevansa tyytymättömiä ylimääräisiin maksuihin, joita lentoa varatessa tulee lipun hintaan. He toivat esille matkatavaramaksut ja sen, että ellei ole tarkkana lippuja varatessaan voi lentoasemalla yllättyä kun matkatavarat eivät kuulu hintaan automaattisesti. Yksi vastaajista korostaa vielä sitä, ettei hän ole kokenut hintatietojen tai markkinoinnin olevan harhaanjohtavaa, vaan että kuluttajan täytyy olla hyvin tarkkana lentolippuja ostaessaan. Yksi vastaajista kertoo, ettei Finnairin nykyinen taso vastaa enää hinta-laatusuhdettaan niin hyvin kuin ennen. Vastaajan mielestä aterian tulisi kuulua lentolipun hintaan, ja hän pitää 18 €:n hintaa liian korkeana yhdestä pienestä yksittäin pakatusta aterista.

8 POHDINTA

Nykypäivänä lentomatkustamisesta on tehty entistä helpompaa, vaivattomampaa ja halvempaa. Myös Suomessa Helsinki-Vantaan lentoaseman ohella pienet maakuntalentoasemat kasvavat ja nostavat suosiotaan. Ihmisistä on helppoa lähteä matkalle pieneltä lentoasemalta ruuhkia välttääkseen. Uusia reittejä ympäri Eurooppaa avataan jatkuvasti ja lentomatkustajien määrä kasvaa. Tätä myöten myös ongelmat lentoliikenteessä kasvavat. Suuret matkustajamäärät, lentoliikenteen tiukat aikataulut sekä ennustamattomissa olevat olosuhteet, kuten sääolot tai maiden poliittiset ongelmat voivat viivästyttää tai peruuttaa lentoja tai matkatavaroiden kanssa voi esiintyä ongelmia. Tämän vuoksi yhteiset pelisäännöt lentoliikenteessä ovat tärkeitä kuluttajan kannalta.

EU:n vapaan liikkuvuuden periaatteen sekä halpojen hintojen myötä matkustamisesta on tullut enemmän arkipäiväistä verrattuna entiseen. Eurooppaan on

helppo lähteä lentämällä, ja joissain tapauksissa lentomatka tulee halvemmaksi kuin kotimaassa junalla matkustaminen. Halpalentoyhtiöiden hintojen markkinoinnista ja ylimääräisistä maksuista on puhuttu tiedotusvälineissä paljon, ja myös Euroopan Komissio on puuttunut lentolippujen internetmyynnin epäkohtiin. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää halpalentoyhtiöiden hinnoittelua, ja miten halvat hinnat ovat tulleet osaksi matkustamista. Opinnäytetyötä varten tehdyn kyselytutkimuksen tarkoituksena oli selvittää lentomatrustajien joutumista ongelmatilanteisiin sekä heidän mielipiteitään ja tietämystään esimerkiksi lippujen hinnan sisällöstä. Kyselystä tuli ilmi muun muassa se, että matkustajat pitävät lentolipun hintaa tärkeimpänä lentoyhtiötä valittaessa, mistä voi päätellä halpalentoyhtiöiden suosion.

Lentoyhtiöt voidaan karkeasti eritellä halpalentoyhtiöiksi sekä perinteisiksi lentoyhtiöiksi. Suurin ero näissä on palvelun taso ja se, mitä lentolipun hintaan kuuluu. Halpalentoyhtiöt pystyvät pitämään hinnat alhaisena karsimalla ylimääräiset palvelut pois sekä laskuttamalla asiakasta erikseen esimerkiksi matkatavaroista. Myös lentoasemilla on vaikutusta halpojen hintojen tarjoamisen mahdollisuuteen, halpalentoyhtiöt käyttävät yleensä syrjäisempiä lentoasemia niiden edullisuuden ja vähäisen ruuhkan vuoksi. Ongelmana halpalentoyhtiöissä on, että kuluttajien tulee olla tarkkana lippuja ostaessaan ja ottaa selvää, mitä hintaan kuuluu, ettei lähtöhetkellä tule yllätyksiä.

Kyselytutkimuksessa kuitenkin saatiin selville, että useat ihmiset osaavat jo ennalta odottaa halpalentoyhtiöiltä huonompaa palvelua verrattuna perinteisiin lentoyhtiöihin. Matkustajat pitivät hinta-laatusuhdetta halpalentoyhtiöissä hyvänä. Monet matkustajista kuitenkin sanoivat yllättyneensä lentolippuja ostettaessa, kun hinnan päälle alkoi tulla useampiakin lisämaksuja ja matkatavarasta täytyi maksaa erikseen. Kyselystä selvisi myös se, että nykyisin suurin osa matkustajista ostaa mieluiten lentolippunsa internetistä. Tämä korostaa oikeiden tietojen antamisen tärkeyttä ja sitä ettei kuluttajaa johdeta harhaan lentotietoja annettaessa internetissä. Kuitenkin halpalentoyhtiöt nykyisin tiedottavat asiasta hyvin lippua varattaessa, sillä internetsivuilta on selkeästi nähtävissä erikseen tulevat maksut ja se, tarvitseeko matkatavarasta maksaa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käytiin mahdollisimman tarkasti läpi lentoyhtiöiden hinnoitteluperiaatteita sekä markkinointia. Tarkoitukseni oli selvittää sitä, miten hinnoittelu käytännössä toteutetaan lentoyhtiöissä. Työssä saatiin selvitettyä hyvin, mihin hinnoittelu perustuu ja miksi lentoyhtiöiden ei ole kannattavaa myydä lentolippuja pelkästään yhteen kiinteään hintaan. Pyrin myös selvittämään, mitä tosiasiasa kuuluu lentolipun hintaan.

Esimerkkiyrityksin otin eräistä halpalentoyhtiöstä tarkemmin selvää, ja mitä niiden lentolippujen hintaan kuuluu. Yhteenvertaustaulukosta huomaa, että halpalentoyhtiöiden halpojen lippujen muutos ja peruutusmahdollisuudet ovat melko olemattomia. Nimenmuutos lentolippuun voi tulla erittäin kalliiksi, jopa lipun hinta voi moninkertaistua, jos matkustaja joutuu tekemään lippuunsa muutoksia. Nämä seikat korostavat entisestään kuluttajan omaa valppautta ostohetkellä sekä koko matkan aikana.

Lentoasemalla työskennellessäni olen huomannut, että lentojen viivästyessä tai peruuntuessa useat matkustajat eivät ole tietoisia oikeuksistaan tai lentoyhtiön mahdollisesta korvausvelvollisuudesta. Silloin vastuu tiedottamisesta on lentoyhtiöllä. Kyselytutkimuksen tuloksista huomaa, että puolet tällaisiin tilanteisiin joutuneista matkustajista tunsivat, ettei lentoyhtiön tiedottaminen näissä tilanteissa ole ollut riittävää. Ratkaisu tähän on lentoaseman henkilökunnan osaaminen ja riittävä tieto lentoyhtiöiden säännöistä ja EU:n asetuksista. Varsinkin pienillä lentoasemilla koko lentoaseman henkilökunta lähtöselvitysvirkailijoiden lisäksi voi joutua selvittämään ongelmatilanteita ja auttamaan matkustajia. Tällöin kaikkien työntekijöiden olisi hyvä tietää matkustajien oikeuksista tarkemmin. Pohjimmiltaan säännöt ovat samat EU:n sisällä, vaikka kyseessä olisi eri lentoyhtiö, mutta esimerkiksi peruutusturvat vaihtelevat lentoyhtiöillä.

Yhteenvetona kyselytutkimuksen tulokset mielestäni osoittivat sen, että vaikka halpalentoyhtiöt ovat heikompia palveluiltaan verrattuna perinteisiin lentoyhtiöihin, ihmiset käyttävät halpalentoyhtiöitä entistä enemmän. Matkustajat myös tietävät mahdolliset puutteet palvelussa; halvalla hinnalla ei tässä tapauksessa saa parasta palvelua, kuten ilmaisia aterioita lennolla. Yleisesti ottaen matkustajat ovat tyytyväisiä halpalentoyhtiöihin juuri niiden halpojen hintojen vuoksi.

Luultavasti halpalentoyhtiöt yleistyvät entisestään tulevaisuudessa, matkustaminen ei lopu, ja EU:n vapaan liikkuvuuden periaatteet helpottavat matkustamista maasta toiseen entisestään. Niin kauan kuin tarjolla on halpoja lentoja ympäri Eurooppaa, eivät matkustajat ainakaan vähene. Varsinkin tällä hetkellä, kun Suomesta saattaa päästä halvemmalla lentämällä Eurooppaan kuin matkustamalla junalla Suomessa, ei halpalentoyhtiöiden käyttö ole loppumassa. Lappeenrannassa halpalentoyhtiöiden suurin käyttäjäkunta tulee Venäjältä. Lyhyt matka Lappeenrannasta Pietariin mahdollistaa halvat yhteydet Eurooppaan myös venäläisille. Lähitulevaisuudessa venäläisten turistien tulo Suomeen ja muualle Eurooppaan ei näytä vähentymisen merkkejä.

Opinnäytetyöprosessi kokonaisuudessaan oli mielenkiintoinen ja samalla melko haastava. Lentoliikenneala itsessään on monimutkainen ala, ja sillä on monia erityispiirteitä, joita tässä työssäkin kuvailtiin. Siksi oli mielestäni ajoittain vaikeakin yrittää hahmottaa ja selventää esimerkiksi lentolippujen hinnoittelua, sillä siihen vaikuttaa niin moni eri tekijä. Mielestäni onnistuin kuitenkin kokonaisuudessaan hyvin opinnäytetyössä ja sain tuotua esille teoriaosuudessa asioiden pääpiirteet. Kyselytutkimus oli helppo toteuttaa lentoasemalla, sillä lähtöaulassa matkustajilla on aina odottelu-aikaa ennen lennon lähtöä, jolloin heillä oli aikaa vastata kyselyyn. Olin myös tyytyväinen kyselyyn kokonaisvaltaisesti, kyselyyn vastanneet antoivat mielipiteitä laajasti ja vastauksia tuli paljon. Sain mielipiteitä myös monesta eri lentoyhtiöstä.

KUVIOT

Kuvio 1 Vastaajien kansalaisuus ja sukupuoli, s. 36

Kuvio 2 Vastaajien ikäjakauma, s. 37

Kuvio 3 Vastaajien käyttämä lentoyhtiö, s. 38

Kuvio 4 hintatason vaikutus lentoyhtiön valintaan, s. 40

Kuvio 5 Lentoyhtiön tarjoamien palveluiden vaikutus lentoyhtiön valintaan, s. 41

Kuvio 6 Aiempien kokemusten vaikutus lentoyhtiön valintaan, s. 41

Kuvio 7 Lähtö- tai saapumiskaupungin sijainnin vaikutus lentoyhtiön valintaan, s. 42

Kuvio 8 Lentoaikataulun sopivuuden vaikutus lentoyhtiön valintaan, s. 43

Kuvio 9 Lentoyhtiön valintaan vaikuttavien tekijöiden keskiarvot, s. 43

Kuvio 10 Lentolippujen ostopaikka, s. 44

Kuvio 11 Lentolipun hinnan ja palvelun vastaavuus, s. 46

Kuvio 12 Lentoyhtiön mainostaminen on ollut riittävän näkyvää ja selkeää, s. 47

Kuvio 13 Lentoyhtiön mainostamisen harhaanjohtavuus, s. 48

Kuvio 14 Saman lentoyhtiön käyttäminen tulevaisuudessa, s. 48

Kuvio 15 Lentolipun hinnan sisällön selkeys, s. 49

Kuvio 16 Keskiarvot mielipiteistä lentoyhtiötä kohtaan, s. 50

TAULUKOT

Taulukko 1 Matkan pituuden ja viivästyksen määrän vaikutus huolenpitoon (Kuluttajavirasto 2011b), s. 27

Taulukko 2 Lentoyhtiöiden lippujen hinnan sisältö, s. 34

Taulukko 3 Matkan tarkoitus vastaamishetkellä, s. 37

Taulukko 4 Vastajien tekemät työmatkat vuoden aikana, s. 39

Taulukko 5 Vastajien tekemät vapaa-ajan matkat vuoden aikana, s. 39

Taulukko 6 Lentojen viivästyminen, peruuntuminen ym. ongelmatilanteet, s. 45

Taulukko 7 Lentoyhtiön riittävä tiedottaminen, s. 45

Taulukko 8 Matkatavaroiden ongelmatilanteisiin joutuminen, s. 46

Taulukko 9 Naisten ja miesten vastausten vertailu hintatason vaikutuksesta, s. 50

Taulukko 10 Naisten ja miesten vastausten vertailu lentoyhtiön palvelujen vaikutuksesta, s. 51

Taulukko 11 Naisten ja miesten vastausten vertailu aiempien kokemusten vaikutuksesta, s. 51

LÄHTEET

AirBaltic Corporation 2012. Tietoja airBalticista. <http://www.airbaltic.com> (Luettu 26.2.2012)

Albanese, P. 2004. Revenue management – periaatteet ja käytännöt palvelu-
alalla. Helsinki: Edita.

Asetus EY N:o 1008/2008

Asetus EY N:o 261/2004

Blue1 2012. SAS Group Company. Yrityksestä. <http://www.blue1.com> (Luettu 26.2.2012)

European comission. Passenger rights.
http://ec.europa.eu/transport/passengers/air/legislation_en.htm (Luettu 4.3.2012)

Euroopan komissio 2011. EU-arjessa. Halvemmat lentoliput.
http://ec.europa.eu/finland/news/press/101/10699_fi.htm (Luettu 20.2.2012)

Halpalennot. Halpalentoyhtiöt. <http://www.halpalennot.com/halpalentoyhtiöt.htm>
(Luettu 25.2.2012)

Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38

Kuluttajavirasto 2007. Tiedotteet. <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/fea4b886-bf73-444f-927f-6bc787f11ac4.aspx?groupId=ca12b07e-d2cc-40df-b4d4-9318c32ade57&announcementId=b332c4ad-801c-4634-8ab6-5b1dfdba377e&refererUrl=%2fPage%2f84e56462-c180-4691-b8ab-ab94792d66ac.aspx> (Luettu 6.3.2012)

Kuluttajavirasto 2008. Tiedotteet. <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/348c20b1-30f9-4a8d-96dd-5fa4b8f9ad34.aspx?groupId=2809227d-50ac-4c71-8fef-7f4b502891b4&announcementId=665fea3c-9d5a-4d1c-86b4-4008b2c07a3d>
(Luettu 6.3.2012)

Kuluttajavirasto 2009. Tiedotteet. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/tiedotteet-09/?announcementId=be27b10c-8075-4e69-9fd6-66061cad55ad&groupId=08b0c10b-c228-4d97-84da-2209a2a25599> (Luettu 6.3.2012)

Kuluttajavirasto 2011 a. Kuluttajaoikeuden linjaus lentojen markkinointiin.
<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/9b0d7f98-60d3-4c92-a25e-fd318f1aa218/0/Lentojen%20markkinointi%202011.pdf> (Luettu 16.3.2012)

Kuluttajavirasto 2011 b. Lentomatikustajan oikeudet.
<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajalle/matikustaminen/lentomatikustajan-oikeudet/> (Luettu 19.3.2012)

Kuluttajavirasto 2012. Harhaanjohtava markkinointi.
<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajakasvatus/mainonta-ja-kaupallinen-media/tietoa-mainonnasta/harhaanjohtava-markkinointi/> (Luettu 25.3.2012)

Lapp, T. 2008. Halpalentotoiminnan rooli ja potentiaali Suomen lentoliikennejärjestelmässä. Tampereen teknillinen yliopisto. Tiedonhallinnan ja logistiikan laitos. Tutkimusraportti 71. <http://www.tut.fi/verne/wp-content/uploads/halpalento.pdf> (Luettu 15.3.2012)

Norwegian Air Shuttle ASA 2012. Tietoa Norwegianista.
<http://www.norwegian.com> (Luettu 27.2.2012)

Ryanair Ltd. 2011. Ilmoitus oikeuksistasi lennolle pääsysi evätessä, lentojen peruuntuessa tai niiden viivästyessä. <http://www.ryanair.com/doc/faqs/eu261-fi.pdf> (Luettu 28.2.2012)

Ryanair Ltd 2012a. About us. <http://www.ryanair.com> (Luettu 26.2.2012)

Ryanair Ltd 2012b. Making a Reservation.
<http://www.ryanair.com/fi/questions/what-is-covered-by-taxes-fees-and-charges-in-my-reservation> (Luettu 1.5.2012)



Halpalentoyhtiöiden hinnoittelu ja lentomatrustajien oikeudet

Nimeni on Maija Kymäläinen ja opiskelen Saimaan ammattikorkeakoulussa liiketalouden koulutusohjelmassa. Tämä kysely on tehty opinnäytetyötäni varten, jossa tutkin halpalentoyhtiöiden hinnoittelua sekä lentomatrustajien oikeuksia. Vastaaminen kestää muutaman minuutin. Ympyröi oikea vastausvaihtoehto tai kirjoita vastaus sille varatulle viivalle.

HUOM! Kyselyyn vastataan nimettömänä ja tulokset käsitellään luottamuksellisesti.

1. Ikä _____ vuotta
2. Sukupuoli
1 Mies
2 Nainen
3. Kansalaisuus

4. Matkan tarkoitus
1 Työmatka
2 Vapaa-ajan matka
5. Millä lentoyhtiöllä lennät nyt?
1 AirBaltic
2 Ryanair
6. a) Kuinka usein matkustat lentäen työmatkoja vuoden aikana? _____ kertaa vuodessa
6. b) Kuinka usein matkustat lentäen vapaa-ajanmatkoja vuoden aikana? _____ kertaa vuodessa

7. Merkitse kuinka paljon kukin vaihtoehto vaikuttaa lentoyhtiön valintaan matkustaessasi.

	Vaikuttaa huomattavasti valintaan	Vaikuttaa jonkin verran	Vaikuttaa vähäisesti valintaan	Ei vaikuta ollenkaan
1. Hintataso	4	3	2	1
2. Yhtiön tarjoamat palvelut	4	3	2	1
3. Aiemmat kokemukset lentoyhtiöstä	4	3	2	1
4. Lähtö- tai saapumiskaupungin sijainti	4	3	2	1
5. Lentoaikataulujen sopivuus	4	3	2	1

8. Mistä mieluiten ostat lentolippusi?

- 1** Internetin kautta
- 2** Matkatoimistosta
- 3** Lentoasemalta

9. Oletko joutunut lentäessäsi tilanteeseen, jossa lentosi on myöhästynyt, peruttu, ylibuukattu, tai olet itse myöhästynyt lennoltasi?

- 1** Kyllä
- 2** En

Jos vastasit edelliseen kysymykseen ”En”, voit siirtyä kysymykseen nro 12.

10. Kerro omin sanoin, mihin em. kysymyksessä viitattuun tilanteeseen olet joutunut, saitko mahdollisesti korvauksia tilanteessa ja mikä lentoyhtiö oli tällöin kyseessä.

11. Onko lentoyhtiö jolla matkustat nyt mielestäsi tiedottanut riittävän hyvin oikeuksistasi matkustajana esimerkiksi tapauksissa joissa lento on ollut myöhässä tai peruttu?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

12. Ovatko matkatavarasi ikinä saapuneet myöhässä, kadonneet tai vahingoittuneet matkustaessasi?

- 1 Ovat
- 2 Eivät

Jos vastasit edelliseen kysymykseen ”Eivät”, voit siirtyä kysymykseen nro 14.

13. Kerro omin sanoin, mitä matkatavaroillesi on tapahtunut, miten asia selvisi sekä mikä lentoyhtiö oli tällöin kyseessä.

14. Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä, koskien lentoyhtiötä jolla lennät nyt.

	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	Melko eri mieltä	Täysin eri mieltä
1. Lentolipun hinta sekä lentoyhtiöltä saamani palvelu ovat vastanneet toisiaan.	4	3	2	1
2. Lentoyhtiön mainostaminen on ollut riittävän näkyvää.	4	3	2	1
3. Lentoyhtiön mainostaminen on ollut harhaanjohtavaa hintatietojen osalta.	4	3	2	1
4. Aion myös jatkossa käyttää samaa lentoyhtiötä.	4	3	2	1
5. Minulle on täysin selvää, mitä lentolipun hintaan sisältyy.	4	3	2	1

Low-cost airlines, their pricing and air passenger rights

My name is Maija Kymäläinen and I'm studying at Saimaa University of Applied Sciences in business administration degree programme. This inquiry has been made for my thesis in which I study low-cost airlines' pricing and air passenger rights. Answering will take few minutes of your time. Please circle the right alternative or write the answer down on the blank lines.
You will answer this survey anonymously and the results will be handled confidentially.

- 1. Age** _____ years
- 2. Sex**
1 Male
2 Female
- 3. Nationality** _____
- 4. Purpose of trip**
1 Business
2 Vacation
- 5. What airline are you using at the moment?** 1 AirBaltic
2 Ryanair
- 6. a) How often do you travel business trips by an airplane during one year?** _____ times a year
- 6. b) How often do you travel holiday trips by an airplane during one year?** _____ times a year

7. Please mark your answer depending on how much each value affects your choice of airline.

	Very Important 4	Important 3	Not so Important 2	Not at all Important 1
1. Price level	4	3	2	1
2. Services offered by airline	4	3	2	1
3. Earlier experiences on airline	4	3	2	1
4. Departure/arrival city location	4	3	2	1
5. Convenience of flight schedule	4	3	2	1

8. Where do you prefer to buy your tickets?

- 1 Internet
- 2 Travel agency
- 3 Airport

9. Have you ever been in a situation where your flight has been cancelled, delayed, overbooked or you have arrived late to the airport?

- 1 Yes
- 2 No

If you answered to the previous question "No", please move to question number 12.

10. Please tell in what above-mentioned situation you have been and did you get any compensations and what airline were you using at the moment.

11. In your opinion, has the airline which you are using now informed you well enough as you rights as a passenger for example in cases where your flight has been delayed or cancelled?

- 1 Yes

2 No

12. Has your baggage ever arrived late, gone missing or damaged during your flight?

1 Yes

2 No

If you answered to the previous question "No", please move to question number 14.

13. Please write here what happened to your baggage, how the airline handled the situation, did you get any compensation and what airline were you using at the moment.

14. Please mark your opinion about the following statements concerning the airline you are using at the moment

	Strongly Agree	Agree	Disagree	Strongly Disagree
1. The price of the ticket and the service provided by the airline have matched each other.	4	3	2	1
2. The airlines advertising has been visible enough.	4	3	2	1
3. The airlines advertising has been misleading concerning the pricing.	4	3	2	1
4. In the future I will use the same airline as I am using now.	4	3	2	1
5. It is completely obvious to me what the flight tickets price includes.	4	3	2	1

