

Online értékesítés a légi személyfuvarozásban¹

A légitfuvarozás piaca jelentős átalakuláson megy keresztül.

Új szolgáltatói kategóriában jelennek meg új légitársaságok, illetve többen átalakítják tevékenységüket.

Az információtechnológia, a kommunikáció is jelentősen fejlődik, melyek együttesen új piaci lehetőségeket teremtenek a légitársaságok számára.

Ehhez jelentős marketingmunkára van szükség, különösképpen online formában. De milyen is a jó online reklám? Hogyan segítheti egy vállalkozás jövedelmezőségét?

Hogyan működik az online jegyfoglalás és értékesítés a légitársaságok gyakorlatában?

EGY HONLAP MEGKÖZELÍTÉSE

Vitathatatlan, hogy az online megoldások döntő többsége az internethez köthető. Informál és a kereskedelmi feladatban is részt vállal. Ennek elengedhetetlen eszköze a reklám, melynek célja – a többi médiumhoz hasonlóan – az, hogy a fogyasztókhöz eljuttassa a reklámüzeneteket, ezzel elősegítse a fogyasztó és vevő között kialakuló adás-vételi kapcsolat létrejöttét. A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény vonatkozik az online reklámra is. E jogszabály 2. § g) pontja szerint a gazdasági reklám „olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség (a továbbiakban: áru) értékesítését vagy más módon történő igénybevételét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő”.

Az internetes reklámokra részben más szabályok vonatkoznak, mint a hagyományos médiumokban elhelyezett hirdetésekre. A világhálón a reklám a nap 24 órájában bárhol célba érhet, és a reklámok fogadtatása azonnal lemérhető a felhasználók körében, így ha szükséges, azonnal be lehet avatkozni. Az online reklámozás eszköztárát képező megoldások sokfélék lehetnek, folyton változnak, fejlődnek, és nemegyszer új irányt szabnak az egész szakma további fejlődésének (<http://hirek.prim.hu/cikk/49646/>).

Internetes felületen megjelenni manapság egyre természetesebb követelmény. A megjelenés módja szempontjából tesztelni kell a keresőkben a konkurencia által készített oldalakat, hogy az adott iparágban előforduló kulcsszavakra hogyan teljesítenek. Ki kell próbálni, hogy mennyire könnyen kezelhetőek, milyen gyorsan töltődnek le, stb. Ezzel párhuzamosan figyelni kell a célok kitzűzését, a határidők megjelölését, hiszen óriási dinamikájú területről van szó, rövid idő alatt aktualitását veszítheti munkánk, üzleti konkurenciánk megelőzhet minket. (Nagy, 2000)

¹ A cikk a Marketing Oktatók 2007. évi konferenciáján prezentált „Az online értékesítés marketing vizsgálata a légi személyfuvarozás területén” című előadás átdolgozott változata.

Különösen érdemes odafigyelni a web-ergonómiai szempontokra. Ne hagyjuk figyelmen kívül weboldalunk szövegét sem, hiszen ez lesz, az egyik legfontosabb, ami elad majd „bennünket”. Nem kizárólag a tartalma a lényeges, bár gyakran látni olyan kifogásolható honlapot, amelynek nyitóoldalán a cég múltjával, jelenével és jövőjével kívánják elkápráztatni az olvasót, bár valószínűsíthető, hogy nem ez lesz a vásárlás legfőbb motivációja. Az értéket adó információt nem szabad figyelmen kívül hagyni, de ugyanúgy lényeges szempont a szöveg megjelenítése. A jól olvasható, a monitoron keresztül bizonyítottan „szembarát” betűtípusokról és szí-

„Ne hagyjuk figyelmen kívül weboldalunk szövegét sem, hiszen ez lesz az egyik legfontosabb, ami elad majd 'bennünket'. Nem kizárólag a tartalma a lényeges, bár gyakran látni olyan kifogásolható honlapot, amelynek nyitóoldalán a cég múltjával, jelenével és jövőjével kívánják elkápráztatni az olvasót, bár valószínűsíthető, hogy nem ez lesz a vásárlás legfőbb motivációja.”

nekről, a szövegek elrendezéséről számtalan kutatási adat és tanulmány áll rendelkezésére (Zeff-Aronson, 2000).

Ne felejtjük el azt sem, hogy meg is kell, hogy találjanak bennünket. Óriási szerepe van a „beszédese” honlapcímnek, illetve a különböző keresőkkel a találati valószínűségnek, sőt a találatok közötti – lehetőleg – első néhány oldalon szereplésnek. Tudjuk, hogy a böngésző felhasználó a lapok számának növekvő sorrendjével fordított arányban fordít figyelmet az ott találtakra. 8–10 oldal után már csak a szerencsében bízhatunk, hogy felhasználónk kitartó és nem szerepelt előttünk konkurens cég.

Ebben az esetben is gyakran megállapítható, hogy egy sikeres weboldal nem annyira pénz, mint inkább felhasználóbarát gondolkodás és elszántság kérdése. Tehát nem csak sok pénzzel lehet – jó esetben – még több pénzt csinálni, hanem alaposan átgondolt és jól megtervezett, valamint „pénztárcabarát” módon, precízen kivitelezett felhasználó-centrikus weboldallal is. Az előzőekben felsorolt „hozzávalók” hiánya, mind a website készítőik hibái közé sorolható. Így például az a cég, amelyik a leglényegesebb információkat nem jeleníti meg nyitólapján, az olyan, mintha egy lefátyolozott standdal venne részt egy kiállításon (Cronin, 1997).

NÉHÁNY TAPASZTALAT A LÉGI SZEMÉLYFUVAROZÁS TERÜLETÉN

Vizsgálatom sokkal szélesebb körben történt, azonban – terjedelmi okok miatt – jelen publikációmban csak egy hagyományos (MALÉV) és egy „low cost” (WIZZ AIR) légitársaság tevékenységén keresztül mutatom be az online marketing néhány érdekességét, eredményét.

Alapvetően fontos, hogy a nyitólapon le kell írni, miért érdemes üzletelni! Azt kell megfogalmazni néhány bekezdésben, hogy mi az a legnagyobb előny, amit látogatók megszerezhetnek, ha a céggel üzletelnek, és ezt az előnyt kell kilátásba helyezni, ha a látogatók továbbolvasnak.

Felmérések szerint, ha a látogatók 60%-a eddig úgy távozott, hogy csak a nyitólapot látta, de mostantól a nyitólapon minden látogató megismeri a cég legerősebb érveit, akkor ez azt jelenti, hogy mostantól két és félszer annyi látogatóhoz fog eljutni a cég értékesítési üzenete! 2,5-szeresére növelheti eredményességét, anélkül, hogy akárcsak egyetlen forintot is el kellene költenie a látogatottság növelésére! Mindezt pedig néhány jól megfogalmazott bekezdéssel elérheti, amiből már a nyitólapon kiderül, hogy miért érdemes a szóban forgó céggel üzletelni! (Janal, 1998)

A Malév honlapján is vonzó ajánlatok keltik fel az utazni vágyók figyelmét. Az egyik nagyszabású akció keretében kéthetente megújuló városkínálattal és igen kedvező árakkal tette a légitársaság még vonzóbbá a honlapjukon történő jegyvásárlást. 9900 Ft-ért kínáltak korlátozott számban repülőjegyeket. Az ilyen akciós online jegyértékesítést a légitársaságok általában szigorú feltételekhez kötik. Nem elég a kedvezményes jegyvásárláshoz csupán az, hogy az Interneten történik a jegyrendelés, hanem a légitársaság további feltételeket is szab az igénybevétel lehetőségével kapcsolatban. A Malév „Páratlan város” akciójának keretében az utazásokra megadott időintervallumon belül kerülhetett sor, mely perióduson belül az utazást meg kellett kezdeni, illetve a visszautat is be kellett fejezni.

Itt is megfigyelhető tehát az online vásárlás ösztönzésének gyakorlata, hiszen ezt az akciós alapdíjat speciális feltételekkel csak online vásárlás esetén

egy útszakaszra biztosítja a légitársaság. Nem tartalmazza a jegykezelési költséget, a repülőtéri illetékek és egyéb díjak összegét. Az akciók jellemzően csak a Malév által üzemeltetett járatokra érvényesek, oda-vissza útra szóló repülőjegy online (azaz a Malév internet-oldalon történő) megvásárlása esetén. További feltétel lehet, hogy az utazás csak budapesti kiindulással kezdhető meg. A repülőjegy maximum 12 napig érvényes, nem visszatéríthető, nem módosítható, a foglalási alosztályok nem kombinálhatóak, 0-12 éves korig 25% gyerekkedvezmény érvényesíthető. A megjelölt árból további kedvezmények nem adhatók. A repülőjegyeket a foglalással egy időben kell kifizetni. Az utazás további feltétele: minimum egy szombat éjszaka adott célállomáson történő eltöltése, amely jelentős szegmentáló tényező. (<http://www.malev.hu/BP/HUN/NEWS/2006-0922-1516-59XDTT.asp>)

A légitársaság hosszú távú sikeres működésének záloga lehet, hogy 2005. november 21-én meghívást

kapott a Oneworld Szövetségbe. A Oneworld a világ három nagy légitársasági szövetsége közül a legsikeresebb, hiszen sem a Star Alliance, sem a Sky-Team nem tudott az elmúlt évben olyan üzleti eredményt hozni, mint ez a csapat. A Malév 2007. április 1-től a Oneworld teljes jogú tagja, a tagság egyik feltétele az elektronikus jegyrendszerre való áttérés, az online ügyintézés. Az elektronikus jegy bevezetése a magyar nemzeti légitársaság utasainak gyorsabb és kényelmesebb jegyvásárlást tesz lehetővé, a vállalat számára pedig költségmegtakarítást, valamint egyszerűbb és pontosabb elszámolást biztosít. A Malév utasai ma már teljes körűen intézhetik jegyvásárlásukat és utazási előkészületeiket az interneten. A Malév 2005. júniusában kezdte meg az elektronikus jegyek értékesítését három útvonalra – Berlin, Tel Aviv, Madrid –, majd decembertől újabb hét városba – Amszterdam, Frankfurt, Hamburg, London, München, Szófia és Stuttgart –, melyek esetében az utasok választhatnak, hogy hagyományos

MALÉV - Microsoft Internet Explorer

Fájl Szerkesztés Nézet Kedvencek Eszközök Súgó

← Vissza → Keresés Kedvencek

Cím <http://www.malev.hu/bp/hun/index.asp> Ugrás Hivatkozások

FOGLALÁS
 JÁRATOK, MENETREND
 KÉSZÜLJÖN FEL!
 UTAZÁS A MALÉVVEL
 DUNA CLUB
 ÜGYFÉLSZOLGÁLAT
 RÉGINFORMÁCIÓ

MALEV Hungarian Airlines

Az év légitársasága 2006-ban*

Select language

REPÜLŐJEGY **SZÁLLÁS** **AUTÓBÉRLÉS**

Honnan → Kérjük, válasszon kiinduló állomást!
 Hova →

Utazási időszak
 Retúr Egyirányú

Odaúti dátum: 2007 szeptember 9. Adott nap
 Visszaúti dátum: 2007 szeptember 9. Adott nap

Utasok száma: 1 Gyermekekkel utazik?
 Rugalmas kondíciók Legjobb ár

AKTUÁLIS AJÁNLATOK

Utazzon és nyerjen!

Budapest - Peking
 oda-vissza: 130 000 Ft -tól*

Budapest - Torontó
 oda-vissza: 130 000 Ft -tól*

Budapest - New York
 oda-vissza: 79 900 Ft -tól*

Szabadon költöhet, szabadon repülhet

*Az árak alapdíjak, részleteikért kattintson az ajánlatra.

Foglalás-ellenőrzés
 Menetrend
 Partnereinknek

MALÉV HÍREK | ARCHÍVUM

- November 1-én csatlakozik a Dragonair a oneworld globális légitársasághoz
- E-jegy "boom" a Malévnál
- Kétfélszáz Malév-utas - egy héttel korábban
- A MALÉV LEGNAGYOBB REPÜLŐGÉPE A DUNA FELETT
- Beindult a Budapest - Amman járat
- LGT zenekar Malévvle utazott erdélyi

DUNA CLUB

Azonosító
 PIN kód
 Egyenleg

Mehet

UTAZÁSTERVEZŐ

Sydney
 A Malév és a Dantas légitársaság közös járatának köszönhetően jelentősen lerövidült az út Budapest és Sydney között. Fedezze fel most Auszália csodálatos városait, és páratlan természeti szépségeit!
 Tovább>

MALEV citibank

SZABADON KÖLTHET
 SZABADON REPÜLHET

Malév Café
 Hírlévi-regisztráció

oneworld member

Infononál (Magyarországon): 06-40-212121
 Nemzetközi elérhetőségeink megtekintéséhez kattintson ide.

Ügyfélszolgálat | Impresszum | Jogi nyilatkozat
 *Az Utazó magazin közvélemény-kutatása alapján.

Kész Internet

vagy elektronikus jeggyel szeretnének utazni. A választási lehetőséggel bíró utasok többsége a kényelmesebb és olcsóbb e-jegyet választotta.

Újabb előrelépés, hogy a Malév internetes portálján is lehet elektronikus jegyet váltani az American Airlines hálózatának egy részére. A Oneworld-tag American Airlines-szal való együttműködés eredményeként a legnagyobb amerikai légitársaság atlantai,

„Az IATA egy felmérésben kimutatta, hogy az elektronikus jegyrendszer 100%-os bevezetése esetén évi 2,8 milliárd dolláros megtakarítás érhető el iparági szinten. A Nemzetközi Légifuvarozók Szövetségének felmérése szerint egy papírajegy ugyanis tízszer drágább, mint egy elektronikus jegy. Ennek fényében az IATA taglégitársaságok számára 2007 végéig írja elő az e-Ticket teljes körű bevezetését, vagyis 2007. december 31-én végképp búcsút mondhatunk a papír alapú repülőjegyeknek – nemcsak a Malév járatain.”

bostoni, chicagói, clevelandi, dallasi, detroiti, Los Angeles-i, San Francisco-i és washingtoni járataira, valamint a Miami szülő repülőútra vásárolhatnak a magyar utasok jegyet a Malév internetes portálján. A Malév közleménye emlékeztet arra, hogy az elektronikus jegyszolgáltatáshoz szükséges interline kapcsolatot a magyar légitársaság kiépítette a Oneworld légiszövetség tagjaival: az American Airlines mellett a British Airways-zel, a spanyol Iberiával, a finn Finnairrel, a dél-amerikai LAN csoporttal, a japán Japan Airlines-szal, a hongkongi Cathay Pacific-kal és az ausztrál Qantas-szal. Legfrissebb hírek szerint a Dragon Air Légitársaság még az idén csatlakozik a stratégiai szövetséghez erősítve a délkelet-ázsiai jelenlétet és – várhatóan – növekvő forgalmat. (http://www.malev.hu/BP/HUN/II_NEWS/2007-0903-0948-27_TFSX.asp) Az e-jegy bevezetése és használatának kiterjesztése minőségi változást jelent mind az utasok, mind pedig a Malév számára. Előnyei között szerepel például magyarországi indulás esetén a nulla forintos jegykiállítási díj, valamint, hogy a jegyvásárlás teljes folyamata kényelmesen, interneten keresztül, akár otthonról is intézhető. Nincs tehát külön papírajegy, melyre vigyázni kell, helyette e-mailen érkezik az igazoló kódot tartalmazó elektronikus értesítés, amely egy A/4-es lapra könnyedén kinyomtatható. Ez a jegy nem veszíthető el, nem lehet ellopni, külön

kérésre e-mailen vagy egy jegyirodában bármikor pótolható (Janowszky, 2006).

A Malév egyébként 2003-ban tette elérhetővé a repülőjegy vásárlását az interneten. Az interneten vásárolt jegyek ugyanakkor még kizárólag papír repülőjegyek voltak, melyeket egy jegyirodában vagy a repülőtéren kellett személyesen átvennie az utasnak, vagy futár szállította házhoz. Jelenleg az utasoknak azon-

ban már nem kell a jegy átvételével foglalkozniuk. A szolgáltatás az első pillanattól kezdve népszerű lett az utasok körében, már a bevezetés első napján, első órájában vásároltak e-jegyeket. Az e-ticket bevezetésének egyik legmeghatározóbb feltétele a különféle repülőtéri informatikai rendszerekkel való megfelelő kommunikáció biztosítása. A Malév jelenleg 15-féle különböző repülőtéri informatikai rendszert használ célállomásain. Többek között ezért sem lehetett egyszerűen az egész hálózaton meg-

kezdeni az elektronikus jegyek értékesítését. Fontos továbbá a partner légitársaságokkal való informatikai együttműködés kialakítása is részben a code-share (közös üzemeltetésű) járatok tekintetében, később pedig valamennyi átszálló utasunk számára. Először a Finnair, British Airways, valamint a KLM járatain lehetett Malév elektronikus jeggyel utazni. A légitársaságokkal való e-ticket együttműködést a Malév folyamatosan építette, építi ki.

Az interneten keresztüli e-Ticket értékesítés teljesen automatikus folyamat, ami nagyban növeli a jegyértékesítés hatékonyságát. Az elektronikus jegy szolgáltatás teljes körű bevezetésével a Malév teljesítette a Oneworld csatlakozás egyik legfontosabb feltételét, biztosítva ezzel 2007. elejétől az elektronikus jegy vásárlását és használatát valamennyi Oneworld partner-légitársaság járataira. Az IATA egy felmérésben kimutatta, hogy az elektronikus jegyrendszer 100%-os bevezetése esetén évi 2,8 milliárd dolláros megtakarítás érhető el iparági szinten. A Nemzetközi Légifuvarozók Szövetségének felmérése szerint egy papírajegy ugyanis tízszer drágább, mint egy elektronikus jegy. Ennek fényében az IATA taglégitársaságok számára 2007 végéig írja elő az e-Ticket teljes körű bevezetését, vagyis 2007. december 31-én végképp búcsút mondhatunk a papír alapú repülőjegyeknek – nemcsak a Malév járatain. (<http://www>.

malev.hu/BP/HUN/II_NEWS/2006-0105-1551-03XPWQ.asp)

A „low cost” csoportból a WIZZ AIR-t választva reprezentáns esetet vizsgálhatunk. A légitársaság elindításának ötlete 2003. júniusában született meg. Hat légitársasági, illetve más iparágakban tapasztalatot szerzett szakember Váradi József vezérigazgató vezetésével alakította meg a Wizz Air-t. Alig három hónappal később a Wizz Air-t bejegyezték és készen állt a repülésre A320-as flottájával.

(http://www.wizzair.hu/about_us/fleet/)

A Wizz Air által kínált szolgáltatás lényege már eleve a nyomtatott jegy nélküli utazás, költség- és időhatékony másodlagos repülőterek használata, egysztrályos szék-konfiguráció, szabad ülőhelyválasztás, étel-ital választék fizetés ellenében.

E légitársaságnál szintén az online foglalás a legköltségkímélőbb és leggyorsabb módja annak, hogy jegyet foglaljunk a Wizz Air valamely járatára. Egyszerűen az „Online foglalás” opcióra kell kattintani

ni a honlapon, majd követni a megjelenő utasításokat. Amint megadtuk a foglalás és a fizetés összes adatát, kapunk egy visszaigazolást, amely egy egyedi foglalási kódot is tartalmaz. A visszaigazolás tartalmazza a járat számát, az utazás napját és idejét, az indulás és érkezés helyét, valamint a fizetendő díjat. A visszaigazolásban a fizetendő díj részletes bontásban szerepel; a viteldíj, a repülőtéri illetékek és az esetleges további, térítés ellenében igénybe vehető szolgáltatások ára is feltüntetésre kerül. Interneten keresztül csak érvényes, dombornyomott bank- vagy hitelkártyával rendelkező ügyfelek foglalhatnak. A Wizz Air csak Visa, American Express és Mastercard kártyákkal történő fizetést fogad el, melyre kezelési költséget számítanak fel.

ÖSSZEFOGLALÁS, KÖVETKEZTETÉSEK

A légitársaságok számára nagy lehetőséget biztosít a számítástechnika-informatika, különösképp az on-

Wizz Air - Microsoft Internet Explorer

Fájl Szerkesztés Nézet Kedvencek Eszközök Súgó

http://wizzair.com/default.asp?sid=clearlanguage=HU

Wizz wizzair.com

új úti cél: **Milánó**

online foglalás hasznos információk úticélok utazási szolgáltatások partnerek rölkünk

zások a feladott poggyászokkal kapcsolatban - További részletekért kérjük kattintson ide... Megyar

foglalás

oda-vissza egy irányban

honnán: honan

hová: hová

odaút: 09 Szept

visszaút: 09 Szept

utasok: 1 utas 14 évnél idősebb 0 gyermek 2-14 év között 0 csecsemő 0-24 hónap között

promóciós kód:

mehet >

felhasználói azonosító:

jelszó:

Kész

heti ajánlatok

Budapest felszálló ágban
október végétől még több járat
Rómába • Párizsba • Eindhovenbe
és új járat **Milánóba**

már **7290 Ft-tól** teljes ár!

Egy irányú árak, minden adót, illetéket és a foglalási díjat is tartalmazza. A feltüntetett árakon foglalható repülőgépek száma korlátozott.

útvonal hálózat

Oslo Stockholm Göteborg Malmö Edansk Hamburg-Lübeck Poznań Varso

Glasgow-Prestwick Durham Tees Valley Doncaster-Sheffield Coventry London-Stansted Dortmund

menetrend

már az internetes foglalás során is megrendelheti elsőbbségi beszállás szolgáltatásunkat és az elsők között szállhat be a repülőgépre

partnerünk ajánlata

Wizz Hotel wizzhotel.com

Gondosan válogatott hotelek nagyszerű választéka minden **Wizz Air úticélon!**

Wizz Cars wizzcars.com fueled by holidaycars.com

Hasonlítsa össze a béautók árát több mint 60 országban

Internet

line technológiák rohamos fejlődése. Az utazási portál az integráció és együttműködés megfelelő terépe lehet. Itt lehetőség nyílik újabb piaci szegmens felkutatására, értékesítésre, keresztértékesítésre, közös adatbázis létrehozására, a termékek rugalmas összekapcsolására, visszajelzések fogadására és még sorolhatnám. Megfelelő szervezéssel és összefogással a szinergikus hatások bőven kiaknázhatók.

Egyes kutatások már odáig mennek, hogy feltétlenül szükségesnek tartják egy többnyelvű turisztikai országportál kialakítását is, amely egyben tájékoztatást is nyújt, és ahol a szükséges foglалások is elvégezhetők. A turisztikai portál elkészítése előtt tanácsos azonban megismerni az internetezők utazási

„A verseny nyertesei és vesztesei ma még nem mondhatók meg egyértelműen. Az viszont látható, hogy a hagyományos légitársaságok is közelítettek a 'low cost-ok' informatikai kultúrája, fejlesztései felé, mindemellett ennek fordítottja is érzékelhető, mellyel a tradicionális szolgáltatások egy része egyre inkább megjelenik a 'fapadosoknál' is.”

szokásait és az utazással kapcsolatos szolgáltatások vásárlásának motívumait. Fontos lehet egy marketing ügyfél-adatbázis kialakítása és működtetése az oldal minél nagyobb hatékonysága érdekében. Ha készen van az internetes turisztikai weboldal, akkor szükséges a látogatói forgalom elemzése, valamint a kapott eredmények felhasználása, azaz az oldalnak a piaci igényekhez való igazítása.

Egy ilyen nemzeti vagy nemzetközi szintű integrált honlap a legvégsőkéig kielégítheti az együttműködés iránti igényt. Megszűnhetne a mostani szétaprózott állapot, mégpedig hogy az idegenforgalom szereplői több-kevesebb sikerrel elkezdtek ugyan alkalmazni az online technológiákat, de egymástól szinte teljesen függetlenül. A sok kis részegység pedig akkor működhet igazán profitábilisan és hatékonyan, ha rendszerré integrálódik.

A légi személyfuvarozás terén a verseny kíméletlen. A Sky Europe – augusztus végéig – nem hirdette meg téli menetrendjét a Budapestről induló, illetve oda érkező járatok tekintetében, a Ryanair viszont 7 új budapesti vonalat jelentett be és 2 sármelléki viszonylatát is megtartotta nem elhanyagolandó járatfrekvenciával.

Bízhatunk abban, hogy az online megoldások a komplex légifuvarozási piac segítőiként, mindennapi szereplőiként egyre inkább az utasok megelégedését szolgálják.

IRODALOMJEGYZÉK

CRONIN, MARY J. (1997): Az Internet üzleti alkalmazásai, Műszaki Könyvkiadó, Budapest

JANAL, DANIEL S (1998): Online marketing kézikönyv, Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest

JANOWSKYKYNÉ TÓTH ILDIKÓ – GÁL JÓZSEF (2006): Az online értékesítés lehetőségei és gyakorlata a légi személyszállítás és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások területén, KJF, Orosháza

NAGY ÉVA (2000): Magyar utaztatási piac, HVG, 2000/11. 61–64. o.

ZEFF, ROBIN – ARONSON, BRAD (2000): Reklám az interneten, Geomédia, Budapest

INTERNETES FORRÁSOK

http://www.wizzair.hu/about_us/fleet/ (2007. 06. 01.)

http://www.malev.hu/BP/HUN/II_NEWS/2006-0105-1551-03XPWQ.asp (2007. 06. 01.)

http://www.malev.hu/BP/HUN/II_NEWS/2006-0922-1516-59XDTT.asp (2007. 06. 01.)

<http://hirek.prim.hu/cikk/49646/> (2007. 06. 01.)

http://www.malev.hu/BP/HUN/II_NEWS/2007-0903-0948-27TFSX.asp (2007. 09. 05.)

Gál József egyetemi docens
Szegei Tudományegyetem Mérnöki Kar