

Triển vọng cổ phiếu hàng không thế hệ mới ASEAN

(ĐTCK) Các hãng hàng không giá rẻ và hàng không chi phí thấp đang được ưa chuộng tại ASEAN, buộc các hãng bay truyền thống phải thay đổi chiến lược kinh doanh của mình. Năm 2016, cổ phiếu của một loạt hãng bay giá rẻ trong khu vực tăng trưởng mạnh.

Vietjet Air tăng trưởng rất nhanh trong 5 năm trở lại đây

(ĐTCK) Các hãng hàng không giá rẻ và hàng không chi phí thấp đang được ưa chuộng tại ASEAN, buộc các hãng bay truyền thống phải thay đổi chiến lược kinh doanh của mình. Năm 2016, cổ phiếu của một loạt hãng bay giá rẻ trong khu vực tăng trưởng mạnh.

Bên lề Hội nghị Invest ASEAN 2017 vừa qua tại Singapore, phóng viên Báo Đầu tư Chứng khoán đã có cuộc trao đổi với ông Mohshin Aziz, Giám đốc phân tích thị trường vốn, Maybank Kim Eng (Malaysia) về triển vọng của ngành hàng không ASEAN nói chung và Việt Nam nói riêng.

Theo ông, vì sao các hãng hàng không giá rẻ và chi phí thấp lại thành công đến vậy tại Đông Nam Á, đặc biệt là Việt Nam?

Năm 2016 là một năm đại thắng của hàng không giá rẻ, chi phí thấp tại Đông Nam Á, khi cổ phiếu của các hãng Air Asia, Nok Air và Cebu Air đều tăng trưởng tốt, góp công lớn vào mức tăng 11% của toàn khu vực châu Á. Tại Việt Nam, cổ phiếu hãng hàng không chi phí thấp Vietjet đã tăng hơn 16% từ lúc niêm yết vào cuối tháng 2/2017.

Theo nghiên cứu của chúng tôi, các hãng hàng không này được ưa chuộng tại các nước ASEAN nhờ tốc độ đô thị hóa tăng nhanh qua các năm và tầng lớp trung lưu tại đây dần chuyển phương tiện di chuyển từ ô tô, tàu hỏa sang máy bay.

Mười năm trước, chỉ có người đi làm trong độ tuổi từ 30 đến 45 mới có thể đi máy bay, thì giờ đây, ngành hàng không đã chào đón những phân khúc khách hàng mới như người trẻ (18 – 30 tuổi) thích đi du lịch “bụi” và người về hưu đi du lịch nghỉ dưỡng.

Ngoài ra, các khách hàng trung lưu tại ASEAN rất quan tâm đến giá cả và tần suất chuyến bay, vì họ có ít ngày nghỉ phép và thường chọn những địa điểm gần để đi du lịch. Đa phần các khách hàng này chỉ quan tâm đến việc đi đúng giờ và an toàn, còn các tiện ích khác như đồ ăn hay giải trí trên chuyến bay không quan trọng. Các hãng hàng không thế hệ mới đã đánh trúng tâm lý này.

Một lý do nữa là các hãng hàng không giá rẻ tại ASEAN đều mua máy bay theo hình thức bán và thuê lại từ các công ty dịch vụ. Điều này giúp họ tiết kiệm đáng kể chi phí, trong khi vẫn đảm bảo có đủ máy bay phục vụ cho tần suất bay dày đặc.

Ông Mohshin Aziz

Thời gian qua, Vietjet đã có tốc độ tăng trưởng rất mạnh mẽ trên thị trường nội địa, liệu có khả năng hãng này sẽ vượt lên những cái tên đình đám như Air Asia, Cebu Air hay TigerAir trong cung cấp các chuyến bay quốc tế, theo ông?

Đúng là Vietjet đã tăng trưởng rất nhanh chỉ trong 5 năm trở lại đây và đợt chào bán riêng lẻ lần niêm yết cổ phiếu vừa rồi của Vietjet đã được đông đảo nhà đầu tư nước ngoài quan tâm tìm mua, chứng tỏ sức hút lớn của hãng.

Mặc dù có vị trí cao tại thị trường trong nước, nhưng tôi cho rằng còn quá sớm để nói rằng Vietjet sẽ đánh bại các hãng hàng không khu vực trên các đường bay quốc tế. Những hãng hàng không như Air Asia, Cebu hay TigerAir... đều đã có nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực này và tần suất chuyến bay trong khu vực ASEAN của các hãng này rất dày đặc, điều mà Vietjet cần thời gian để bắt kịp.

Có nhiều quan ngại rằng hàng không thế hệ mới tại ASEAN sẽ sớm giành mất thị phần của các hãng bay truyền thống. Ông có đồng tình với ý kiến này không?

Đúng là hàng không giá rẻ đã khiến các hãng bay truyền thống “đau đầu” với việc mất thị phần. Tuy nhiên, theo tôi, sẽ không bao giờ có chuyện các hãng giá rẻ “đánh bật” hàng không truyền thống, vì ASEAN sẽ luôn có phân khúc khách hàng có nhu cầu và khả năng chi trả cho những dịch vụ đầy đủ khi bay. Tôi cho rằng, các hãng hàng không truyền thống không nên hoảng hốt trước đà tăng trưởng mạnh của các hãng bay thế hệ mới. Điều quan trọng là các hãng bay truyền thống tại ASEAN nên đổi mới chiến lược, tập trung tìm hiểu và đáp ứng thật tốt yêu cầu của những khách hàng lựa chọn dịch vụ của họ. Có thể tạm gọi chiến lược này là “đi vào thị trường ngách”. Nếu các thương hiệu hàng không thế hệ mới chiếm lĩnh thị trường bình dân nhờ giá cả phải chăng, thì những hãng bay truyền thống nên tập trung vào chất lượng dịch vụ để khách hàng có những trải nghiệm tốt nhất.

Nam Phương thực hiện

Nguồn: <http://tinnhanhchungkhoan.vn/chung-khoan/trien-vong-co-phieu-hang-khong-the-he-moi-asean-182072.html>