

Raport eSKY.pl: Podróże biznesowe w 2008 roku

Wstęp

Podróże służbowe stanowią istotny segment rynku podróży lotniczych. Raport firmy eSKY.pl, największego serwisu na polskim rynku agencyjnej sprzedaży biletów lotniczych w internecie, pozwala bliżej przyjrzeć się lotniczym podróżom w interesach.

Metodyka

Dane przedstawione w niniejszym raporcie pochodzą z systemu rezerwacyjnego eSKY.pl. Analizą objęto rezerwacje dokonane przez klientów biznesowych w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2008.

Biznes lata liniami regularnymi?

Nie do końca. Bilety linii regularnych stanowią tylko trochę więcej niż połowę, dokładnie 55%, biletów wystawionych na firmy. To zarazem 10% wszystkich biletów kupionych w zeszłym roku za pośrednictwem eSKY.pl. W przypadku tanich linii ten odsetek wynosi 8%. Jak widać, linie regularne tylko trochę lepiej przyciągały klientów biznesowych.

W przypadku linii regularnych, loty biznesowe stanowią większy niż w tanich liniach odsetek wszystkich podróży i, tym samym, są ważniejsze z punktu widzenia całości sprzedaży. Można więc stwierdzić, że nawet jeżeli dane nie wskazują na to, że biznesmeni szczególnie lubią linie regularne, to linie regularne powinny szczególnie cenić biznesmenów.

Wyloty – różnie, powroty – pod koniec tygodnia

Lotnicze podróże służbowe w 2008 roku zaczynały się w różne dni. Podobny odsetek biznesmenów wyruszał w poniedziałek, wtorek i piątek (po 15%). Niewielu mniej wybrało czwartek (14%). Najwięcej, bo 17% podróży w sprawach zawodowych zaczynało się w środy, kiedy pracowity tydzień trwał już w najlepsze i nie było mowy o nabieraniu rozpędu po weekendzie, a zarazem daleko jeszcze było do piątkowego rozprężenia. Najmniej chętnie w podróże służbowe wyruszano w soboty (11%), ale już w niedziele, kiedy cały kraj wypoczywał, biznesmeni zabierali się do pracy i liczba wylotów zaczynała rosnąć (13%).

Nieco inaczej sprawa wygląda w przypadku powrotów. Tutaj widać wyraźnie, że z podróży służbowych najczęściej wracano w piątek (17%) i w weekend (sobota 16% i niedziela 17%), a najrzadziej – w poniedziałek (10%). Najwyraźniej, najlepiej wrócić do domu do niedzieli i nowy tydzień zacząć już przy własnym biurku.

Łączą przyjemne z pożytecznym

Można również zauważyć, że podróżując służbowo samolotami, biznesmeni starają się trochę skorzystać na wyjeździe, połączyć pracę z choć jednodniowym wypoczynkiem. Dlatego aż 29% wszystkich takich wyjazdów obejmowało okres od 2 do 7 dni, w tym co najmniej jeden dzień weekendowy. Dalsze 8% to wyjazdy firmowe obejmujące wyłącznie weekend – sobotę i niedzielę (7%) bądź, dużo rzadziej, jeden z tych dni (1%). Tutaj też, choć trochę inaczej, przyjemne łączy się z pożytecznym. Weekendowy wyjazd służbowy to najczęściej po prostu wypoczynek, który zostaje, mówiąc potocznie, wrzucony w koszty firmy. Nie wszyscy biznesmeni zdecydowali się na weekend poza domem. 19% podróży firmowych trwało od 2 do 5 dni bez żadnego dnia i w ogóle nie objęło weekendu. Całkiem pokaźny odsetek podróży firmowych to dłuższe wyjazdy. 7% trwało od tygodnia do dwóch tygodni, 4% od dwóch tygodni do miesiąca, a 3% od miesiąca do pół roku. Zanim jednak zdziwimy się tak dużej liczbie długich delegacji, zauważmy, że nie chodzi tu wyłącznie o delegacje, ale także o powszechną praktykę "wrzucania w koszty" wyjazdów wakacyjnych. Wzrost sprzedaży w miesiącach wakacyjnych potwierdza taką interpretację.

Wiosną biznes kupuje bilety na wakacje

Pora roku nie wpływa w istotny sposób na zmiany preferencji dotyczących rodzajów podróży. Można zauważyć, że miesiące letnie (czerwiec-wrzesień) wyróżniają się najwyższym w całym roku odsetkiem podróży w jedną stronę (27%) oraz wyjazdów na okres od tygodnia do dwóch tygodni (9%). Z kolei wiosna wydaje się najlepszą porą na rozpoczęcie długich delegacji i, przede wszystkim, kupowanie na firmę biletów wakacyjnych. Podczas gdy w pozostałych kwartałach wyjazdy służbowe trwające od miesiąca do pół roku stanowią zaledwie 1-2% wszystkich podróży, w okresie kwiecień-czerwiec ten odsetek rośnie do 8%.

Tanimi liniami często w jedną stronę

Analiza rodzajów podróży biznesowych w rozbiciu na linie tanie i regularne ujawnia pewne różnice. Firmy wysyłające swoich pracowników low-costami, decydowały się bardzo często (32% wszystkich podróży firmowych tanimi liniami) na lot w jedną stronę. Z kolei wśród biznesowych pasażerów linii regularnych, podróż w jedną stronę nie była już tak popularna (16%). Liniami regularnymi najczęściej latano na 2 do 7 dni, przy czym pobyt obejmował przynajmniej jeden dzień weekendowy. Ponadto, nieco większy niż w przypadku low-costów odsetek biznesowych podróży liniami regularnymi to wyjazdy nietypowe – na przykład bardzo krótkie (jeden dzień) lub stosunkowo długie (od dwóch tygodni do miesiąca i od miesiąca do pół roku).

Rodzaje podróży biznesowych w podziale na rodzaj przewoźnika

"Podróże biznesowe stanowią istotną, szczególnie dla linii regularnych, część rynku podróży lotniczych. W przyszłości, mimo perturbacji związanych z kryzysem finansowym, znaczenie tego segmentu na pewno nie będzie maleć, ponieważ interesy prowadzone są przez firmy w różnych

zakątkach globu, kontrahenci i partnerzy pracują w różnych krajach, a nawet na różnych kontynentach. Taka sytuacja to już codzienność wielkiej i stale rosnącej liczby przedsiębiorstw." – mówi Łukasz Habaj, wiceprezes eSKY.pl.