

RAPORT PODRÓŻNIKA

2023

SPIIS TREŚCI

3	FAKTY I LICZBY
5	JAK WYPOCZYWALIŚMY W 2022 R.
7	TERMIN WYLOTU
8	TERMIN REZERWACJI
10	WARTOŚĆ REZERWACJI
11	DOKĄD LATAMY NA WAKACJE
12	TOP 3 DESTYNACJI
13	CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?
15	JAK DŁUGIE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY
16	LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ
17	RODZAJ DOJAZDU
18	BADANA GRUPA
19	METODOLOGIA
20	IDEA RAPORTU
21	KONTAKT
22	LISTA TABEL

FAKTY I LICZBY

18,3%

o tyle więcej trzeba było w 2022 roku zapłacić za przeciętną rezerwację w porównaniu z rokiem 2021

400 zł

o tyle zdrożały przeciętne wakacje w przeliczeniu na jedną osobę w porównaniu do 2021 roku

37,7%

taki odsetek turystów wyjechał na urlop w najbardziej popularnych miesiącach, a więc w lipcu i sierpniu

30,5%

taki odsetek turystów wyjechał na wakacje w czerwcu i wrześniu

34,8%

tylu turystów zarezerwowało swoje wakacje na przynajmniej 2 miesiące przed wylotem

23,8%

tylu turystów zdecydowało się na wakacyjny wyjazd na 10 i mniej dni przed wylotem

14 dni

tak długo trzeba było pracować na przeciętne wakacje w 2022 roku (średni koszt w przeliczeniu na jedną osobę to 2642 zł)

Turcja

to najpopularniejszy kraj wśród polskich turystów, odwiedziło go ok. 28,3 proc. klientów biur podróży

Grecja

po wieloletnim liderowaniu ponownie na drugiej pozycji w rankingu popularności, odwiedzony przez ok. 21,1 proc. klientów polskich biur podróży

34,9%	taki odsetek turystów wypoczywał w 2022 roku w hotelach 5*
45,2%	taki odsetek turystów odpoczywał w 2022 roku w hotelach 4*
15,6%	taki odsetek turystów wypoczywał w 2022 roku w hotelach 3*
84,2%	taki odsetek turystów wybrał wyżywienie all inclusive
8,9%	taki odsetek turystów wybrał wyżywienie w postaci śniadań i obiadokolacji
4,4%	taki odsetek wybrał wyżywienie w postaci samych śniadań
1,9%	taki odsetek turystów wybrał wakacje z wyżywieniem we własnym zakresie
65,9%	tylu turystów wyjechało na wakacje trwające 7–8 dni
96,2%	tylu turystów poleciało na wakacje samolotem
56,3%	tylu turystów zdecydowało się na wyjazd w dwie osoby
15,4%	to odsetek wyjazdów w 3 osoby
14,6%	to odsetek wyjazdów czteroosobowych
8,2%	to odsetek osób wyjeżdżających na wakacje w więcej, niż 4 osoby
5,5%	to odsetek wyjazdów singli

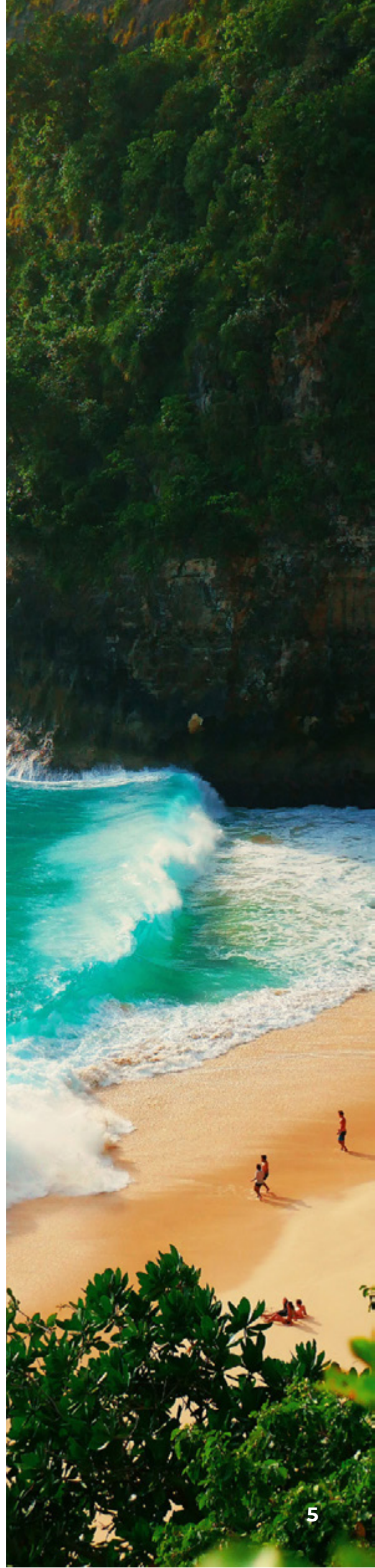
JAK WYPOCZYWALIŚMY w 2022 r.

Wakacje kupowaliśmy na wyścigi z inflacją, raczej je skracając niż obniżając poziom wypoczynku. Wygrali ci, którzy korzystając z elastycznych ofert – z gwarancją ceny i możliwością bezkosztowego przełożenia wyjazdu – kupili je najpóźniej wiosną. W porównaniu do łowców last minute zaoszczędzili przeciętnie kilkaset złotych od osoby.

Ale wypoczynek z biurami podróży w 2022 roku miał w pewnym sensie wymiar last minute. Rzecz jednak nie w zakupach ofert na ostatnią chwilę, te bowiem w statystykach szorowały po historycznym dnie. Branży, nie tylko turystycznej, po pandemii zawiął kolejny wiatr w oczy w postaci inflacji. A tymczasem, tak jak rok wcześniej, ponad 4/5 klientów biur podróży wybierało na wypoczynek hotele 4* i 5*, choć przeciętnie trzeba było za to zapłacić o 400 zł więcej. I o ile w 2021 wyjątkowy komfort wypoczynku był rekompensatą za lockdowny i brak możliwości podróżowania, to w 2022 nosił znamiona ucieczki do przodu – łapania być może ostatniej szansy wypoczynku w luksusie, na który za chwilę nie będzie nas stać.

Choć w 2022 znów było można podróżować tam, gdzie się chce pojechać, a nie tylko tam, gdzie zezwalają na to przepisy sanitarne, w preferencjach turystów wcale tego nie widać. Pierwsza trójka pozostała bez zmian: Turcja, Grecja i Egipt zagarnęły prawie 62 proc. rynku zorganizowanej turystyki. Za to miarą powrotu do turystycznej normalności stał się fakt, że oferta krajowa wypadła z pierwszej dziesiątki najpopularniejszych kierunków.

Coraz bardziej gorący pieniądz w portfelach Polaków znacząco przyspieszał ich decyzje rezerwacyjne. Odreagowywanie lockdownów zastąpiła chęć wyjazdu na wakacje, na które wkrótce – być może – będzie można sobie pozwolić w coraz mniejszym stopniu.





Stąd wyraźne przyspieszenie wczesnych rezerwacji i niemal dwukrotny ich wzrost w porównaniu do 2021 roku. Inna rzecz, że wówczas, przez pierwsze 5 miesięcy, mieliśmy do czynienia ze szczytem pandemii, lockdownami i początkiem szczepień.

W 2022 doskonałe wiadomości przed rozpoczęciem sezonu letniego o znoszeniu jakichkolwiek obostrzeń sanitarnych przesłaniała inflacja, szybująca na poziomy niespotykane od dekad.

Nadzieje branży na powtórzenie liczby wyjazdów z biurami podróży do poziomu rekordowego 2019 roku, oprócz szalejącej inflacji (od lipca była powodem wyhamowania wzrostu sprzedaży), szybko zrewidowały inne niekorzystne zdarzenia. Załamanie, na szczęście dla branży krótkotrwałe, nastąpiło po 24 lutego, czyli ataku Rosji na Ukrainę.

Duże zamieszanie wprowadził protest kontrolerów lotów – dotyczył on co prawda tylko dwóch lotnisk – Warszawy i Modlina, ale szum informacyjny w mediach spowodował wstrzymywanie się ogółu klientów biur podróży z decyzjami. Inna rzecz, że sposób rozwiązywania tego konfliktu przez władze (zażegnano go ostatecznie dopiero po 10 lipca) nie pomagał turystom w podejmowaniu decyzji o rezerwowaniu wakacji.

Na to krajowe zamieszanie nałożyły się również problemy największych europejskich lotnisk z obsługą ruchu pasażerskiego, spowodowane zbyt małą liczbą personelu naziemnego.

Fakt, że problemy miały lotniska marginalne dla zorganizowanego czarterowego ruchu turystycznego (Paryż, Amsterdam czy Londyn nie są wakacyjnymi destynacjami ani nawet portami przesiadkowymi dla klientów polskich biur podróży) z trudem przedostawał się do medialnych informacji o chaosie w branży lotniczej.

TERMIN WYLOTU

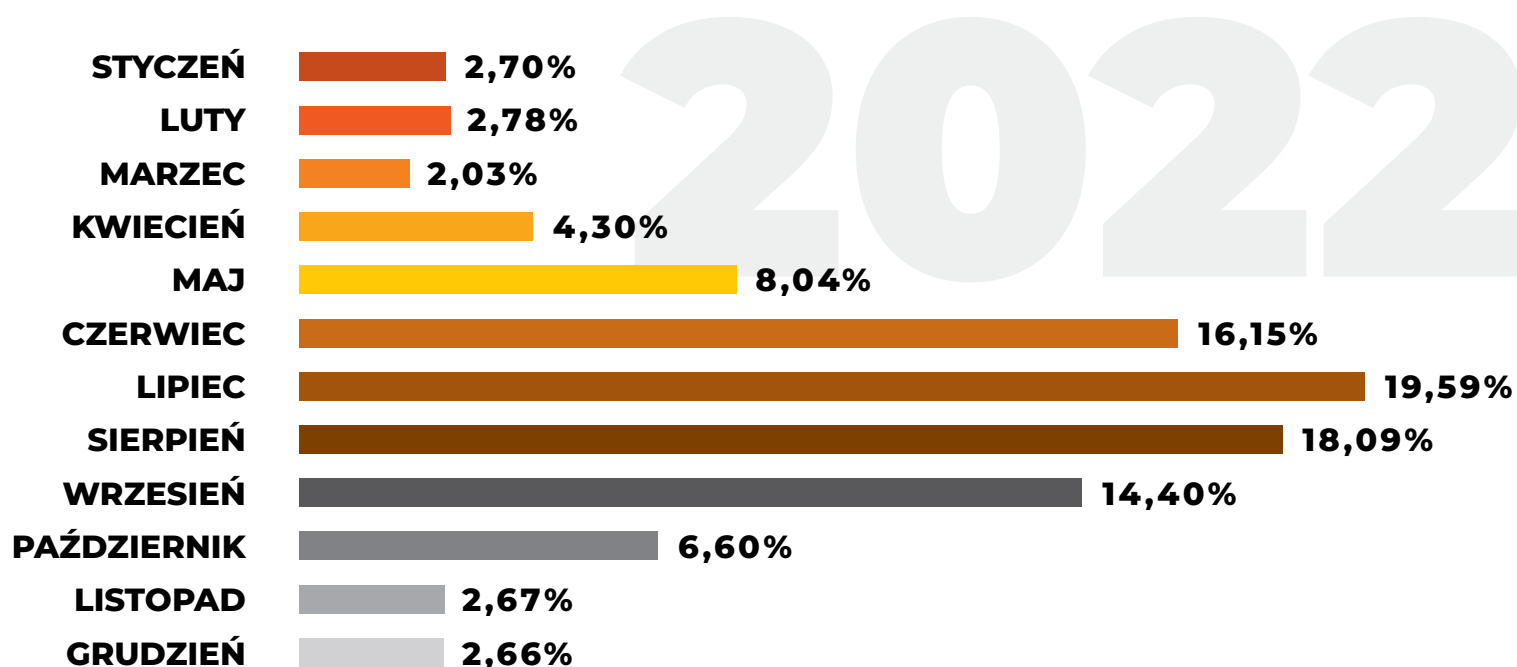
Powrót do przedcovidowej struktury ruchu turystycznego dobrze obrazuje tabela z terminami wylotów na wypoczynek. Dane dla poszczególnych miesięcy 2022 są bardzo zbliżone do lat 2018–19 i bardzo odmienne od roku 2021, zwłaszcza gdy porównamy pierwsze kwartały.

Wprawdzie w zimie 2022 obowiązywały jeszcze obostrzenia sanitarne (np. do Włoch można było pojechać na narty z ważnym testem antycovidowym, niezależnie od faktu czy ktoś był w pełni zaszczepiony, czy nie), ale w odróżnieniu od zimy 2021, wszystkie europejskie zimowe kurorty narciarskie były otwarte. Przypomnijmy, w 2021 zimowych stacji nie zamknęła jedynie Szwajcaria i Bułgaria.

O ile wzrost wyjazdów w poszczególnych miesiącach 2021 pobudzało luzowanie restrykcji i kolejne terminy szczepień, łączące się z uzyskaniem tzw. paszportu covidowego, to w 2022 roku, gdy wiosną właściwie wszystkie kraje żyjące z turystyki zapowiedziały całkowite zniesienie reżimów sanitarnych, wyjazdy w ujęciu miesięcznym powróciły do wieloletnich tendencji.

Znowu obserwowaliśmy wypłaszczanie się sezonu letniego, a więc systematycznie powiększający się odsetek wyjazdów w czerwcu i wrześniu i zmniejszanie dystansu do frekwencji w lipcu i sierpniu. W okresie przerwy szkolnej w 2022 roku z biurami podróży wyjechało niecałe 38 proc. turystów. W 2021 roku było to prawie 47 proc. Zestawienie tych dwóch danych pokazuje na ile ówczesna eksplozja lipcowych i sierpniowych wyjazdów była spowodowana obawami przed powtórką jesiennych lockdownów w 2020 roku i jak chętnie turyści w miarę możliwości wybierają na wakacje początek lub koniec lata (czerwiec lub wrzesień) – również z powodu tańszych ofert niż w szczycie sezonu.

Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 23



TERMIN REZERWACJI FIRST CZY LAST MINUTE



23,8%

Last minute

0-10 dni do wylotu

34,8%

First minute

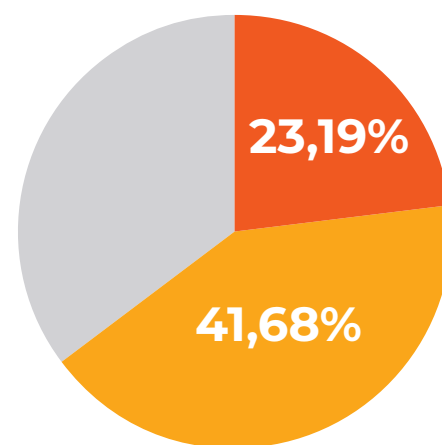
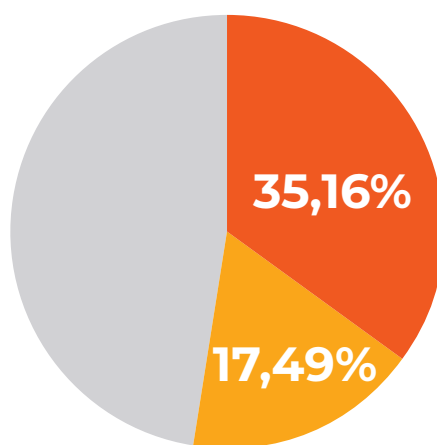
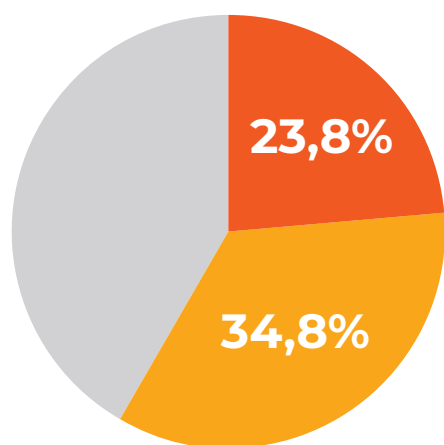
2+ miesiące do wylotu

Prawie 30 proc. wakacji sprzedano w ciągu czterech pierwszych miesięcy – branża mogła zacierać ręce. Było tak dobrze jak w rekordowym 2019 roku. I to mimo załamania, spowodowanego wybuchem wojny na Ukrainie. Na szczęście dla branży, turyści szybko zorientowali się, że rosyjska agresja na Ukrainę pozostanie bez wpływu na ruch turystyczny.

Sezon letni 2022 pod względem rozłożenia sprzedaży zachował się nietypowo. Bezprecedensowo wysoka sprzedaż majowa oraz wypłaszczenie w kolejnych trzech miesiącach to zjawisko niespotykane w historii Raportów Podróżnika. Poziom sprzedaży w maju osiągnął prawie dwukrotnie wyższy udział niż w 2019 roku i uzasadniał optymizm ekspertów, że historyczny rekord zorganizowanego ruchu

turystycznego może zostać pokonany jeszcze w 2022 roku. Zwłaszcza, że biura podróży postawiły na elastyczne oferty, które zdały egzamin w roku 2021: kilku- kilkunastoprocentowe zaliczki, bezkosztowa zmiana terminu lub kierunku i dołożyły prawdziwy przebój minionego roku – gwarancję niezmienności ceny, bezkosztowo lub za niewielką dopłatą.

W realiach braku zagrożenia wyjazdu na wakacje (zniesione wszystkie ograniczenia sanitarne) i rozpędzającej się drożyzny komunikat był jasny: za kilkaset złotych można było zagwarantować sobie wakacje po bardzo atrakcyjnych cenach, a zapłacić za nie pieniędzmi mocno „nadgryzionymi” inflacją.

2022**2021****2019**

Last minute

First minute

I turyści woleli wyprzedzić inflację, niż czekać na lastminutowe okazje. Z tego powodu w lipcu, a zwłaszcza w sierpniu, sprzedaż straciła impet. Turystom coraz trudniej było zaakceptować rosnące ceny ofert, napędzane inflacją, która wystrzeliła do poziomów sprzed ćwierćwiecza. Z analizy rezerwacji wypoczynku w okresie letnich wakacji (lipiec – sierpień) wynika, że jeszcze w marcu 2022 klienci biur podróży kupowali je za średnio ok. 2300 zł od osoby, to w lipcu płacili za nie grubo ponad 2800 zł.

W rezultacie sprzedaż last minute (do 10 dni przed wylotem) z ponad 35 proc. w 2021, spadła do historycznie niskiego poziomu niecałych 24 proc. w 2022 r. Za to poziom zakupów wakacji na 2 i więcej miesięcy przed rozpoczęciem imprezy wzrósł prawie dwukrotnie – z 17,5 do blisko 35 proc.

Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 24



WARTOŚĆ REZERWACJI

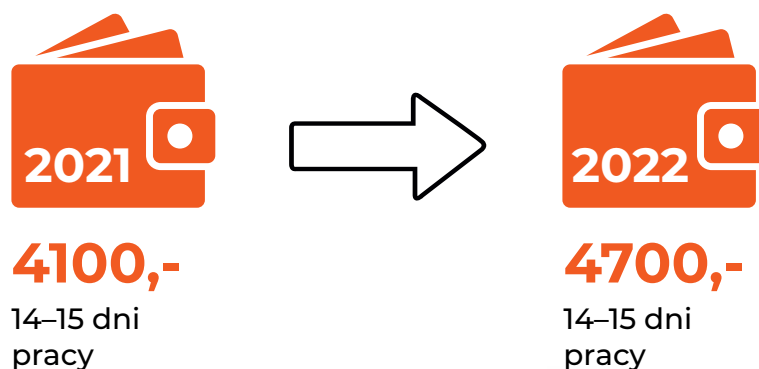
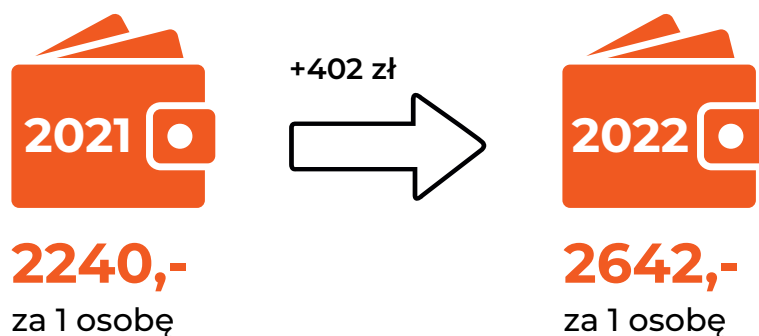
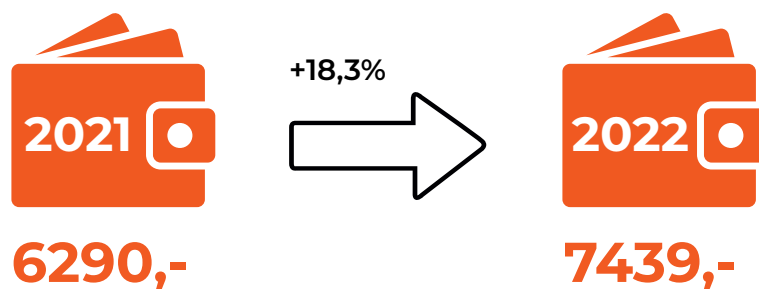
Aż o 18,3 proc. wzrosła średnia wartość rezerwacji w 2022 roku, z impetem przekraczając barierę 7000 zł. To kosmiczny wynik w porównaniu z kilkuprocentowymi wzrostami, z jakimi mieliśmy do czynienia na przestrzeni lat. Dość powiedzieć, że wzrost średniej rezerwacji w okresie 2007–2015 wyniósł nieco ponad 12 proc., natomiast w okresie 2015–22 wyniósł on ponad 32 proc.

Koszt wypoczynku na osobę wzrósł w porównaniu do 2021 roku o ponad 400 zł – z 2240 zł do 2642 zł.

Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 25 

Wakacje w 2022 nie zdrożały, jeśli porównamy jak długo przeciętny turysta musiał pracować na wypoczynek kupiony w biurze podróży (w przeliczeniu dla jednej osoby). W ubiegłym roku, zarabiawszy średnio 4700 zł miesięcznie na rękę (to średnia krajowa w gospodarce narodowej), musiał poświęcić na nie ok. 14–15 dni pracy, tak jak w 2021, gdy zarabiał ok. 4100 zł netto.

Co ciekawe, standard wypoczynku był zbliżony w obu latach, o czym w dalszej części raportu.



DOKĄD LATAMY NA WAKACJE



Turcja
28,32%



Grecja
21,07%



Egipt
12,58%

Palnę pierwszeństwa w rankingu popularności wakacyjnych kierunków po raz drugi dzierży Turcja, która w 2021 roku odebrała ją Grecji – wieloletniej liderce – i utrzymuje solidną przewagę. Oprócz faktu, że Turcja to zakorzeniony mocno w świadomości kierunek całoroczny a nie sezonowy, jak Grecja (choć Grecy mocno pracują nad wypromowaniem swego kraju jako miejsca, do którego jeździ się nie tylko latem), mocnym impulsem zwiększającym popularność kurortów Riwiery Tureckiej i Wybrzeża Egejskiego było wprowadzenie możliwości podróżowania do tego kraju nie tylko na paszport, ale również na dowód osobisty.

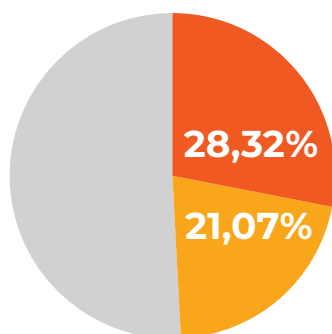
Trzecie miejsce dla Egiptu, który przewodził w tym rankingu przez wiele lat aż do 2013 roku, nie jest zaskoczeniem. To lider, jeśli chodzi o wyjazdy od jesieni do wiosny, bo – w przeciwieństwie do Turcji – można tam zażywać wówczas typowo letnich przyjemności, z opalaniem się i kąpielami w morzu włącznie.

Nie jest zaskoczeniem wypadnięcie Polski z pierwszej dziesiątki. Zniknęły utrudnienia wyjazdów zagranicznych dla osób niezaszczepionych (dodatkowy koszt w postaci testów, kwarantanny w krajach docelowych lub po powrocie do kraju), nagłe zmiany przepisów, które w 2021 przekierowały zainteresowanie na krajową ofertę. Ale również z powodu inflacji, która w Polsce była znacznie wyższa niż średnio w Europie, krajowa oferta, zwłaszcza nad Bałtykiem, często była niekonkurencyjna w porównaniu do wakacji w Bułgarii, Turcji czy Grecji.

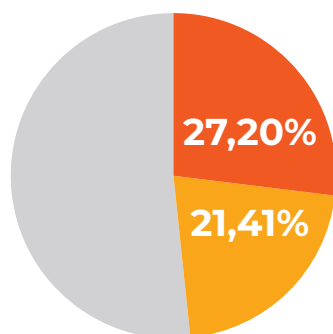
Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 26



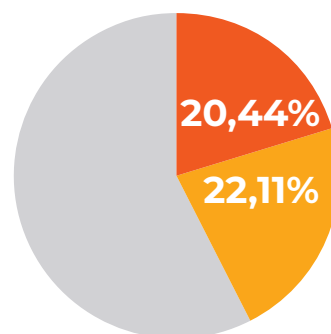
2022



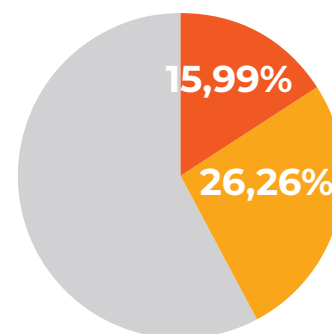
2021



2019

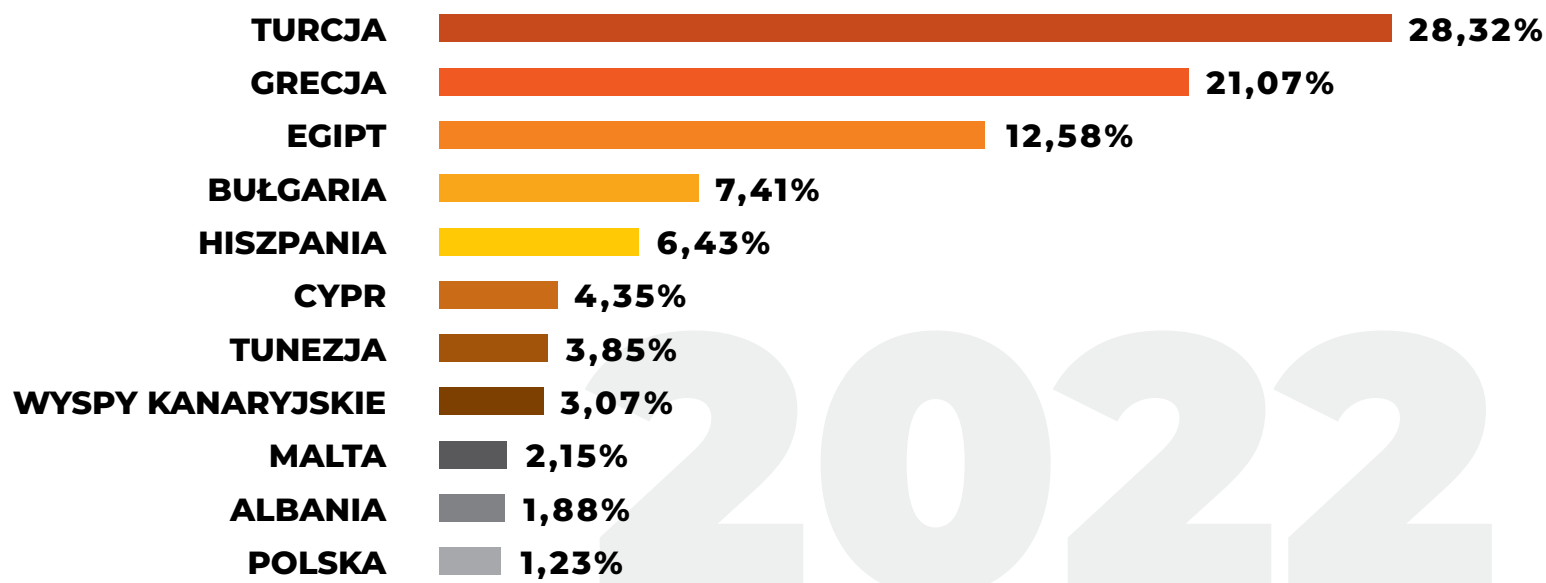


2018



Turcja

Grecja



TOP 3 DESTYNACJI



TURCJA

Utrzymała pozycję lidera popularności. Ten całoroczny kierunek stał się w 2022 roku bardziej dostępny, bo można tam podróżować na dowód osobisty.



GRECJA

Choć przeciętny koszt wakacji spadł tam do tureckich poziomów, to jednak najbardziej ekskluzywny, pięciogwiazdkowy wypoczynek jest tam znacznie droższy.

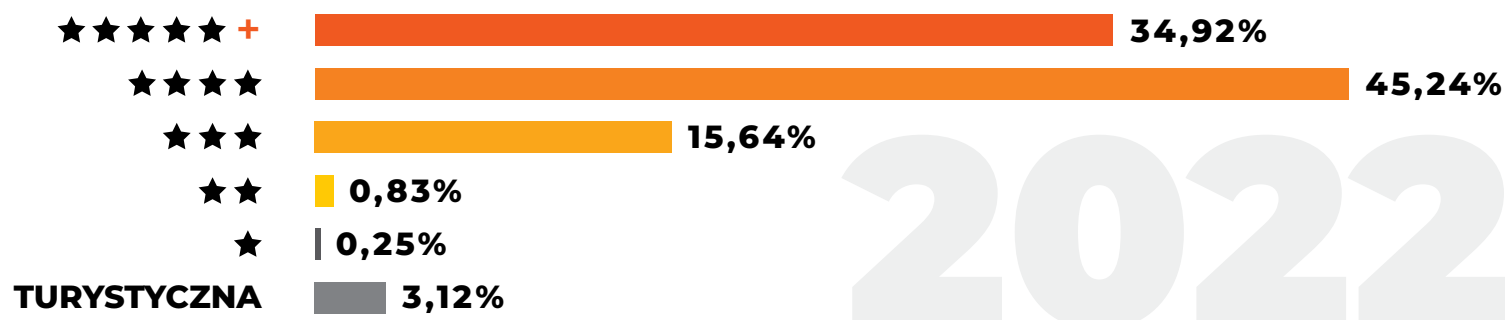


EGIPT

Wyjątkowo drogie paliwo lotnicze bardziej podkreśliło ceny egipskich wakacji niż greckich czy tureckich. Ale to wciąż najbardziej przystępny cenowo kierunek dla tych, którzy chcą zażyć prawdziwego lata w środku zimy.

CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?

STANDARD WYJAZDU



Drugi rok z rzędu odsetek turystów, wypoczywających w hotelach 4* (średnio 2640 zł) i 5* (średnio ok. 3100 zł/osobę) przekracza 80 proc. Warto zaznaczyć, że tylko w hotelach 5* wypoczywało znowu grubo ponad jedna trzecia turystów.

Ale o ile w 2021 to zjawisko interpretowano jako odłożony popyt i formę rekompensaty za lockdown – turyści chcieli „nadrobić zaległości” i to w najwyższym komforcie – to w 2022 roku jak się wydaje, chcieli skorzystać z tego najwyż-

szego komfortu, póki jeszcze był w ich zasięgu finansowym. W 2022 roku inflacja wywindowała mocno ceny wypoczynku i nie ma żadnej gwarancji, że zapisane w budżecie na rok 2023 jej „jedynie” 10-procentowy wzrost jest realny (przypomnijmy, w budżecie na 2022 rok inflacja miała osiągnąć poziom nieco ponad 3 proc.).

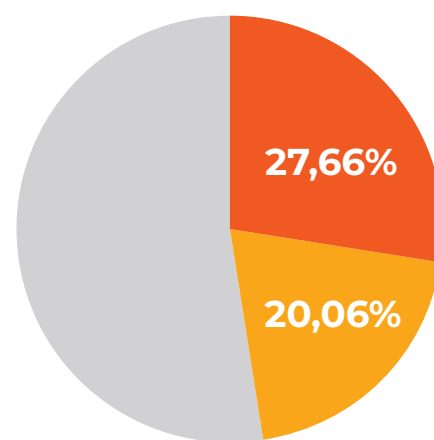
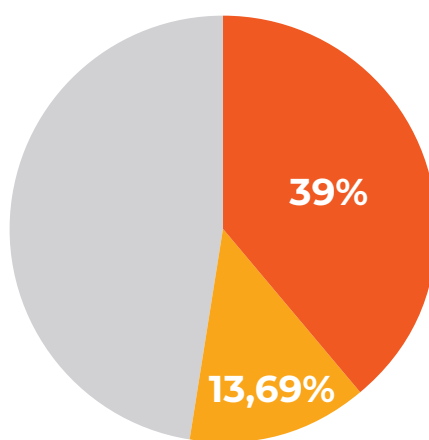
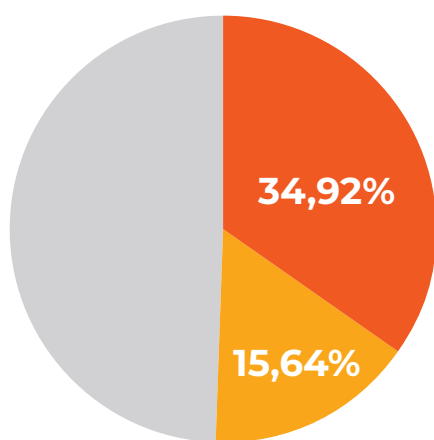
Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 27



2022

2021

2019



■ Pobyt w hotelach ★★★★★

■ Pobyt w hotelach ★★★★



Bez wątpliwości chęć do wypoczynku w standardzie 4–5* w ostatnich dwóch latach to przyspieszenie długoletniego trendu. Przed dekadą odsetek noclegów w standardzie 4* wynosił 44 proc., a w standardzie 5* – 24 proc. Do pewnego stopnia można to tłumaczyć jako „efekt Turcji”. Do 2018 r., kiedy liderem rankingu popularności pozostawała Grecja, popularność obiektów 5* oscylowała wokół 20 proc. lub przekraczała tę wartość w stosunkowo niewielkim stopniu. Skok nastąpił w 2019 roku, gdy Turcja niemal zrównała się popularnością z Grecją i w kolejnych latach, gdy znacznie ją wyprzedziła. Efekt Turcji to nic innego jak wyjątkowa skłonność do kupowania wakacji 5* w tym kraju, ze względu na znacznie niższe ich ceny niż w Grecji czy Hiszpanii.

Ale jest i druga strona medalu. Jeśli popatrzymy na tę skłonność do luksusu przez pryzmat średniej długości wypoczynku. W 2022 uległ on wyraźnemu skróceniu. I na tym polega optymalizacja kosztów wypoczynku w myśl zasady: ma być tak komfortowo, jak nigdy dotąd, choćby wakacyjna bajka miała trwać krócej.

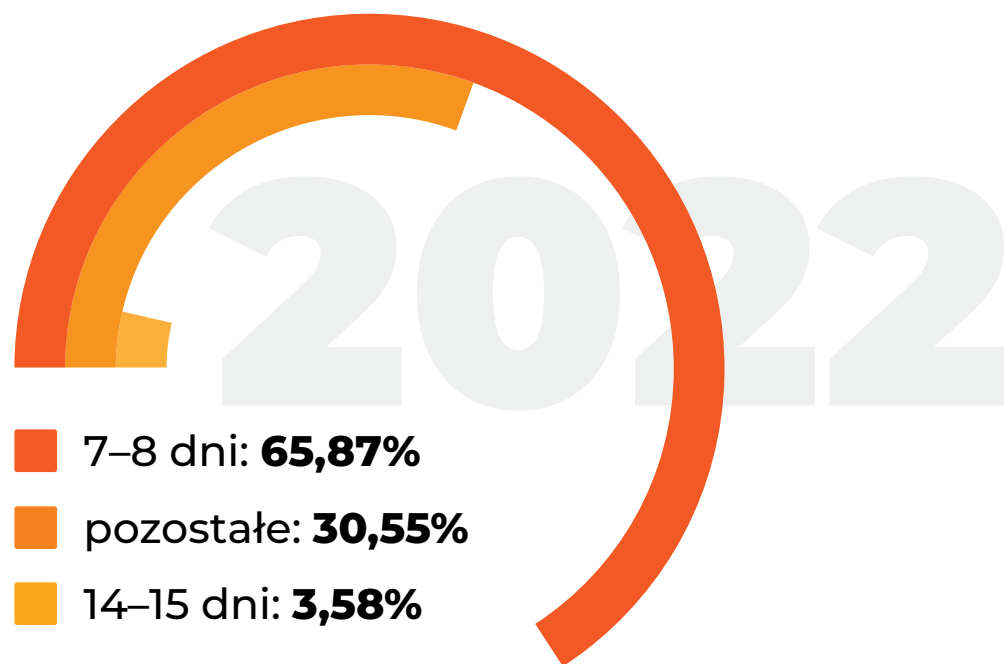
O ile wakacje tylko ze śniadaniami wracają do wieloletnich średnich, to te all inclusive biją kolejne historyczne rekordy. Dane pokazują, że turyści wolą nieco dopłacić w biurze podróży do oferty HB, by podczas wypoczynku nie zawracać sobie głowy dodatkowymi rachunkami za napoje i przekąski.

W warunkach rosnącej inflacji wakacje all inclusive mają jeszcze jeden, dodatkowy walor – w tej formule ostateczny koszt wakacji jest po prostu znacznie bardziej przewidywalny niż dokupowanie napojów i przekąsek na miejscu lub zdanie się na stołowanie „na mieście”.

Szczegółowe dane i porównanie w tabeli na stronie 27



JAK DŁUGIE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY?



Tygodniowe wakacje wciąż są najchętniej rezerwowane, choć w porównaniu do ostatnich, przedcovidowych sezonów, ich odsetek spadł o ok. 4 p.p. Natomiast te dwutygodniowe zdają się odchodzić w przeszłość – jeszcze przed dekadą było to ponad 20 proc., a w latach 2018–19 ten odsetek spadł do 5–7 proc., ale w 2022 roku obserwowaliśmy prawdziwe tąpnięcie.

Do interesujących wniosków prowadzi analiza pozycji „pozostałe”. O 2 punkty procentowe wzrosły krótkie wyjazdy, do 6 dni (z 11 proc. w 2021 r. do 13 proc. w 2022 r.). Spadły za to wyraźnie, bo o 3 p.p. wyjazdy trwające ponad 14–15 dni (z 10 proc. do 7 proc.). Również wyjazdy trwające od 9 do 13 dni stały się nieco mniej popularne. W 2021 r. było ich blisko 18 proc., w 2022 r. – nieco ponad 16 proc.

Za tym skracaniem pobytów może kryć się optymalizacja kosztów wypoczynku – woleliśmy wypoczywać w zbliżonym standardzie do poprzednich wakacji niż go obniżyć na rzecz tak samo długiego wypoczynku. I, jak się wydaje, może to być długotrwały trend, a nie tylko jednorazowa reakcja na inflacyjny wzrost cen wakacji.

Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 28



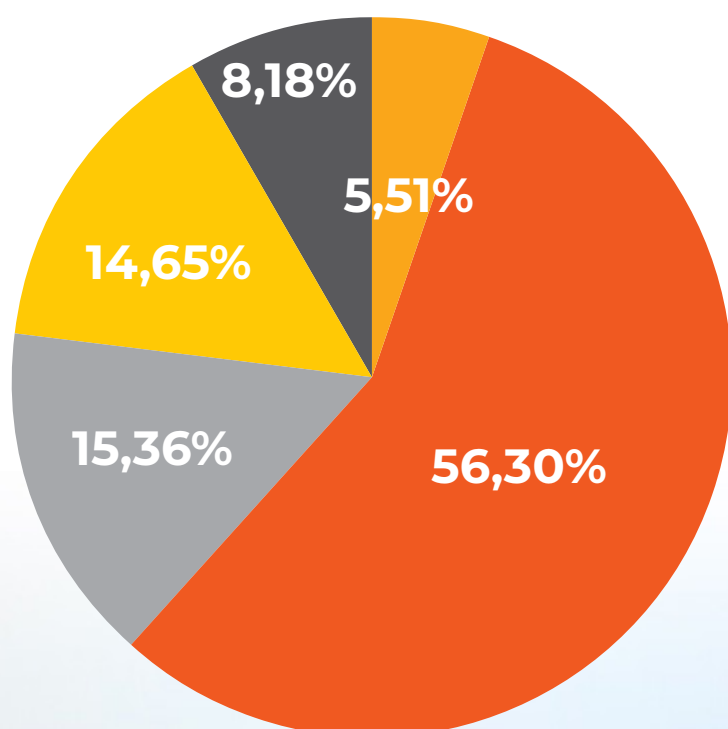
LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ

W 2022 liczba osób na rezerwację to 2,8 osoby, tyle samo co rok wcześniej. Widać wzrost rezerwacji dla 3 osób (to najczęściej rodzice plus dziecko), ale wciąż wyraźnie odstaje on od przedcovidowych lat.

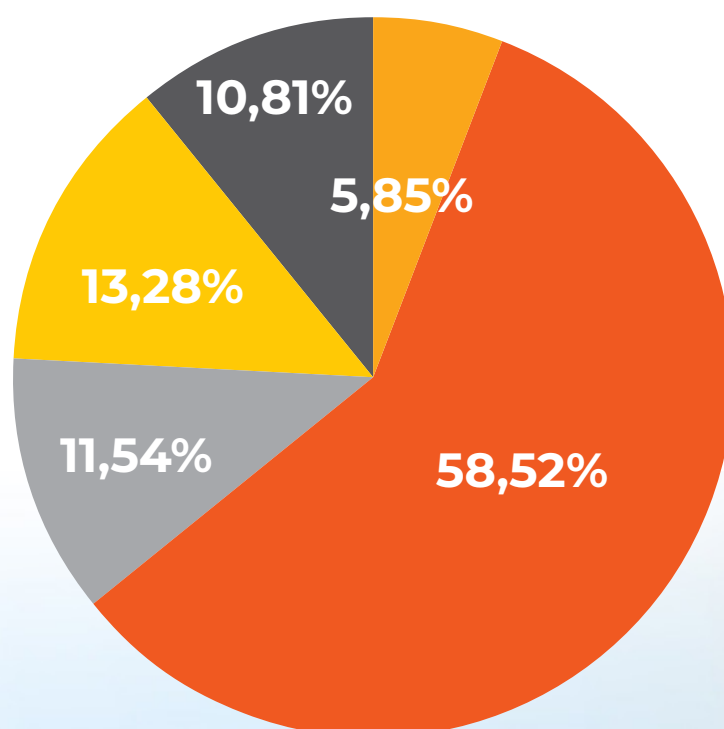
Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 29



2022



2021



1 osoba

2 osoby

3 osoby

4 osoby

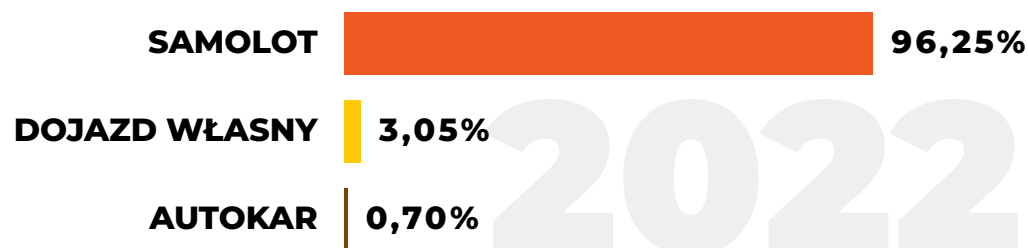
więcej, niż 4 osoby

RODZAJ DOJAZDU

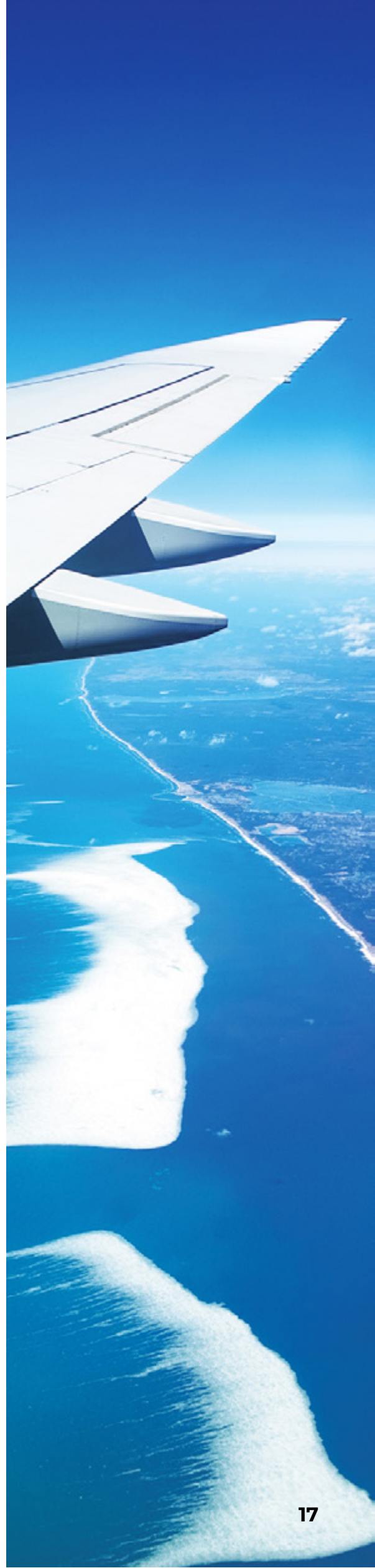
– NASZE DROGIE PALIWO

O ile niezmiennie dominuje docieranie na wakacje samolotem (ponad 96 proc.), to w 2022 ostygł zapał do wyruszania na nie własnym samochodem (ok. 3 proc. w porównaniu do ponad 4 proc. w 2021). Wyjaśnienie jest banalne: benzyna w styczniu 2022 kosztowała ok. 5,6 zł, a w lipcu ok. 7,8 zł, a więc ponad 2 zł więcej. W tym samym okresie 2021 wzrost ceny benzyny wyniósł ok. 1 zł.

Oczywiście, w 2022 mieliśmy również do czynienia ze skokowym wzrostem ceny paliwa lotniczego. Ale touroperator, konstruując ofertę, ma znacznie większe pole manewru z kształtowaniem kosztów jej poszczególnych składników niż turysta, który na trasie może upolować benzynę tańszą co najwyżej kilka – kilkanaście groszy na litrze.



Szczegółowe dane i porównanie
w tabeli na stronie 30



BADANA GRUPA

Poniższy raport stworzono na podstawie profilu klientów dokonujących zakupu wyjazdów wakacyjno-urlopowych za pośrednictwem:



INTERNETU



**TELEFONICZNEGO CENTRUM
REZERWACJI**



**PUNKTÓW OBSŁUGI KLIENTA
TRAVELPLANET.PL**

rozmieszczonych w największych polskich miastach (blisko 100 placówek)

Poniższy raport stworzono na podstawie profilu klientów dokonujących zakupu wyjazdów wakacyjno-urlopowych za pośrednictwem internetu, telefonicznego Centrum Rezerwacji, oraz Punktów Obsługi Klienta Travelplanet.pl, rozmieszczonych w największych polskich miastach (ok. 100 placówek).

Analiza zachowań bazuje na zgromadzonych informacjach, dotyczących klientów, którzy zakupili wycieczkę za pośrednictwem serwisu Travelplanet.pl i jego partnerów.

METODOLOGIA

Projekt jest elementem kompleksowego badania polskich klientów, dokonujących zakupu wyjazdów na zagraniczny urlop. Raport w głównej mierze został oparty na badaniach wtórnych oraz analizach ilościowych. Tego rodzaju badania dają możliwość wyznaczania profilu polskich turystów, spędzających urlopy na tzw. wyjazdach pakietowych oraz badaniach konsumenckich zachowań. Prezentowane dane zostały uśrednione i nie uwzględniają

sezonowości, która w branży stanowi istotny czynnik. Niemniej jednak przyjęta metodologia wciąż pozwala na określenie jednolitego profilu klienta. Poza tym istotnym elementem są zmiany popytu na wyjazdy w trakcie całego roku, w tym egzotyczne i narciarskie, co w znaczący sposób niweluje efekt sezonowości rozumianej jako okres wakacyjny (lipiec – sierpień).



IDEA RAPORTU

Pierwszy raport „Analizy zachowań klientów kupujących wycieczki za pośrednictwem Internetu” powstał w 2002 roku. Niniejsze opracowanie jest jego bezpośrednią kontynuacją z ujętymi danymi i trendami ostatniej dekady. Ideą raportu jest analiza profilu klientów Travelplanet.pl dokonujących zakupy w trzech kanałach sprzedaży: przez Internet, telefon oraz bezpośrednio w ok. 100 Punktach Obsługi Klienta.

Celem raportu jest ocena roku 2022 oraz ukazanie zmian preferencji zakupowych Polaków. W odróżnieniu od badań rynkowych, bazujących na deklaracjach grup reprezentatywnych, w wypadku klientów kupujących określone oferty mamy do czynienia z ich realnymi zachowaniami. Dlatego analiza rezerwacji, ale przede wszystkim wielkość badanej grupy to najważniejszy wskaźnik, na podstawie którego można wiernie odwzorować zachowania turystów – klientów biur podróży. Niniejszy raport wskazuje w szczególności kierunki sprzedaży z uwzględnieniem przede wszystkim takich czynników jak: kraje i miejsca, do których polscy turyści wyjeżdżają najchętniej, sposoby dokonywania płatności czy też okresy transakcyjne i wyjazdowe. Ciekawie wyglądają zestawienia dotyczące rodzaju wybieranej oferty, a więc wyżywienia i standardu hotelu, czy też rodzaju kupowanego pakietu.

Wnioski z analizy umożliwiają lepsze zrozumienie potrzeb zarówno klientów internetowych sklepów oferujących usługi turystyczne, jak i klientów tradycyjnych biur podróży. Rola Internetu na etapie poszukiwań wyjazdu za granicę jest nie do przecenienia. Nawet jeżeli klienci preferują bezpośrednie zakupy w Punkcie Obsługi Klienta, zdecydowanie częściej niż kilka lat temu, wybierając cel swojej podróży korzystają z portalu.

KONTAKT

JAROSŁAW KAŁUCKI

Rzecznik prasowy Travelplanet.pl

media@travelplanet.pl

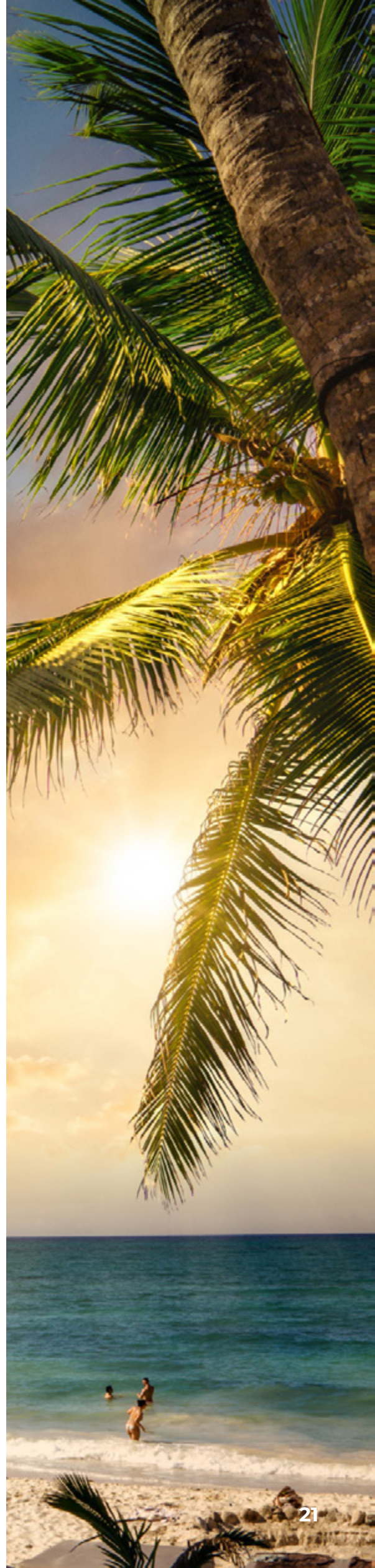
+48 602 197 350

O TRAVELPLANET.PL

Travelplanet.pl jest jednym z największych multiagentów w Polsce sprzedających wakacje zorganizowane online, przez Telefoniczne Centrum Rezerwacji oraz w sieci Salonów Podróży. Firma jest członkiem Polskiej Izby Turystyki i działa na polskim rynku od 2001 roku. Od początku istnienia firmy z Travelplanet.pl podróżowało ponad 2 miliony turystów.

Travelplanet.pl jest częścią grupy Invia zrzeszającej największych multiagentów sprzedających wakacje zorganizowane w Centralnej Europie. W portfolio grupy znajdują się takie marki jak Travelplanet.pl, Invia oraz Ab-in-den-urlaub.de.

DOŁĄCZ DO NASZEJ SPOŁECZNOŚCI



LISTA TABEL

TERMIN WYLOTU

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Styczeń	2,70%	1,06%	2,90%	2,80%	2,54%	2,74%	3,39%
Luty	2,78%	0,96%	3,03%	2,34%	2,48%	2,84%	3,00%
Marzec	2,03%	1,46%	2,53%	2,52%	2,61%	2,54%	3,42%
Kwiecień	4,30%	2,03%	4,51%	4,29%	3,62%	2,82%	3,38%
Maj	8,04%	4,60%	9,30%	9,36%	7,26%	6,80%	7,45%
Czerwiec	16,15%	12,10%	15,04%	16,47%	15,34%	16,12%	16,41%
Lipiec	19,59%	22,91%	16,95%	18,47%	18,79%	20,27%	19,06%
Sierpień	18,09%	24%	18,10%	19,02%	19,44%	19,55%	20,31%
Wrzesień	14,40%	16,30%	15,64%	14,92%	16,76%	16,44%	15,43%
Październik	6,60%	7,76%	6,09%	4,52%	5,05%	4,29%	3,51%
Listopad	2,67%	3,72%	2,93%	2,48%	2,66%	2,51%	1,94%
Grudzień	2,66%	3,11%	2,97%	2,81%	3,45%	3,08%	2,68%

TERMIN REZERWACJI

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Styczeń	6,39%	2,98%	8,99%	8,93%	6,67%	6,17%	6,99%
Luty	7,25%	2,73%	7,12%	7,15%	5,84%	5,71%	6,33%
Marzec	5,39%	3,37%	7,01%	7,03%	6,48%	5,06%	6,04%
Kwiecień	8,84%	3,15%	6,84%	7,21%	5,83%	5,93%	6,35%
Maj	13,45%	9,21%	7,61%	7,52%	7,68%	7,36%	9,52%
Czerwiec	13,23%	15,27%	10,13%	10,65%	11,57%	12,62%	12,75%
Lipiec	12,43%	18,18%	13,74%	13,90%	14,57%	15,97%	16,79%
Sierpień	10,09%	14,24%	12,27%	12,15%	12,89%	14,94%	13,80%
Wrzesień	8,17%	10,90%	9,49%	9,09%	9,26%	9,11%	8,55%
Październik	5,87%	8,58%	6,42%	5,96%	7,45%	6,43%	4,27%
Listopad	4,76%	6,81%	5,44%	5,57%	6,17%	5,49%	4,25%
Grudzień	4,14%	4,60%	4,94%	4,84%	5,59%	5,21%	4,36%

FIRST CZY LAST MINUTE

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Do 10 dni	23,80%	35,16%	23,91%	31,20%	35,18%	36,14%	37,99%
11-21 dni	13,40%	19,57%	12,38%	11,95%	15,97%	16,59%	16,27%
22-30 dni	8,90%	10,20%	7,32%	6,12%	8,19%	8,34%	7,52%
1-2 m-cy	19,09%	17,58%	14,71%	13,00%	13,91%	13,83%	12,29%
Pow. 2 m-cy	34,80%	17,49%	41,68%	37,73%	26,75%	25,10%	25,93%

WARTOŚĆ REZERWACJI

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Wartość rezerwacji	7 439 zł	6 290 zł	6 026 zł	5 626 zł	5 870 zł	5 785 zł	5 621 zł

DOKŁAD LATAMY NA WAKACJE

Kraj	Odsetek turystów	Koszt/pax
TURCJA	28,32	2 629 zł
GRECJA	21,07	2 665 zł
EGIPT	12,58	2 684 zł
BUŁGARIA	7,41	1 935 zł
HISZPANIA	6,43	2 476 zł
CYPR	4,35	2 552 zł
TUNEZJA	3,85	2 392 zł
WYSPY KANARYJSKIE	3,07	3 291 zł
MALTA	2,15	1 712 zł
ALBANIA	1,88	2 394 zł
POLSKA	1,23	721 zł
Wszystkie kierunki		2 642 zł

CZY WYPOCZYWAMY LUKSUSOWO?

STANDARD WYJAZDU

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
★★★★★ +	34,92	39%	27,66%	22,91%	18,45%	16,15%	21,41%
★★★★	45,24%	41,52%	49,09%	49,70%	48,03%	45,88%	46,27%
★★★	15,64%	13,69%	20,06%	24,30%	28,61%	33,29%	28,20%
★★	0,83%	0,64%	1,30%	1,57%	2,81%	3,22%	2,28%
★	0,25%	0,07%	0,09%	0,04%	0,06%	0,07%	0,02%
Turystyczna	3,12%	5,07%	1,01%	1,48%	2,04%	1,39%	1,82%

RODZAJ WYŻYWIENIA

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
AI – All Inclusive	84,16%	83,06%	79,45%	77,81%	73,47%	71,66%	75,59%
HB – 2 posiłki	8,87%	11,48%	11,75%	13,32%	15,40%	16,94%	15,12%
OV – Bez wyżywienia	1,94%	2,63%	3,27%	2,90%	4,42%	4,82%	4,26%
FB – 2 posiłki + lunch	0,64%	0,30%	0,81%	0,91%	1,24%	1,14%	0,85%
BB – Tylko śniadanie	4,39%	2,53%	4,72%	5,06%	5,47%	5,44%	4,18%

JAK DŁUGIE WAKACJE Z BIUREM PODRÓŻY?

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
7-8 dni	65,87%	61,32%	74,33%	71,67%	71,74%	71,49%	70,08%
14-15 dni	3,58%	5,36%	5,85%	6,70%	9,11%	10,18%	12,96%
Pozostałe	30,55%	33,32%	19,82%	21,63%	19,15%	18,33%	16,96%

LICZBA OSÓB NA REZERWACJĘ

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
1 osoba	5,51%	5,85%	5,64%	5,89%	6,03%	7,22%	8,19%
2 osoby	56,30%	58,52%	55,46%	55,34%	57,79%	59,73%	58,95%
3 osoby	15,36%	11,54%	19,38%	20,13%	19,22%	18,37%	18,62%
4 osoby	14,65%	13,28%	15,41%	15,28%	13,87%	11,96%	11,58%
Więcej niż 4 os.	8,18%	10,81%	4,11%	3,36%	3,09%	2,72%	2,66%

RODZAJ DOJAZDU

	2022	2021	2019	2018	2017	2016	2015
Samolot	96,25%	95,16%	95,54%	95,23%	93,33%	92,84%	94,10%
Dojazd własny	3,05%	4,23%	2,82%	3,38%	4,51%	4,86%	4,76%
Autokar	0,70%	0,60%	1,64%	1,39%	2,16%	2,30%	1,14%

