

Analiza Cen Imprez Turystycznych High Season i Last Minute

sporządzona dla:



Warszawa, 16 grudnia 2013



Data Analizy: 13.12.2013

- data planowanego wyjazdu turystycznego HIGH SEASON: 16.02.2014 – 23.02.2014
- data planowanego wyjazdu turystycznego LAST MINUTE: 23.12.2013 – 05.01.2014
- impreza 7-dniowa,
- wylot z Warszawy,
- cena 1 osoby dorosłej w pokoju 2-osobowym



Przeanalizowano:

- dla HIGH SEASON: 1 536 cen pokoi hotelowych z 662 hoteli
- dla LAST MINUTE: 511 cen pokoi hotelowych
- 21 różnych destynacji
- 17 touroperatorów



Średnia cena

- średnia cena to średnia z cen osoby dorosłej w pokoju 2-osobowym w danej destynacji po odjęciu 1/3 cen najdroższych i najmniej popularnych wśród polskich klientów hoteli z danej kategorii
- do zestawień cen średnich wzięto pod uwagę touroperatorów mających w ofercie co najmniej 3 hotele z danej kategorii i z danej destynacji
- na destynacjach tureckich, gdzie część touroperatorów ma w ofercie bardzo dużo hoteli, w zdecydowanej większości nie kupowanych przez polskich klientów, średnią cenę wyliczano w oparciu o najtańsze 40 hoteli najczęściej wybieranych przez klientów



Wersja Analizy

- Propozycja wyjściowa, która jest stale uzupełniana i modyfikowana, w tym również w oparciu o uwagi i sugestie zgłaszane przez jej odbiorców.



Odbiorcy

- Agenci turystyczni, partnerzy portalu www.wczasopedia.pl,



Główne cele analizy

- Dostarczenie odbiorcom analizy dostatecznie szerokiej i aktualnej wiedzy o kształtowaniu się poziomów i trendów cenowych najważniejszych produktów w branży turystyki wyjazdowej.



Przewidywane następne kroki

- zebranie uwag i sugestii użytkowników odnośnie zawartości i formy analizy
- rozszerzanie palety analizowanych produktów (nowe daty wyjazdu i destynacje)
- analizy kształtowania się cen produktów w czasie
- wprowadzenie porównań między-destynacyjnych.

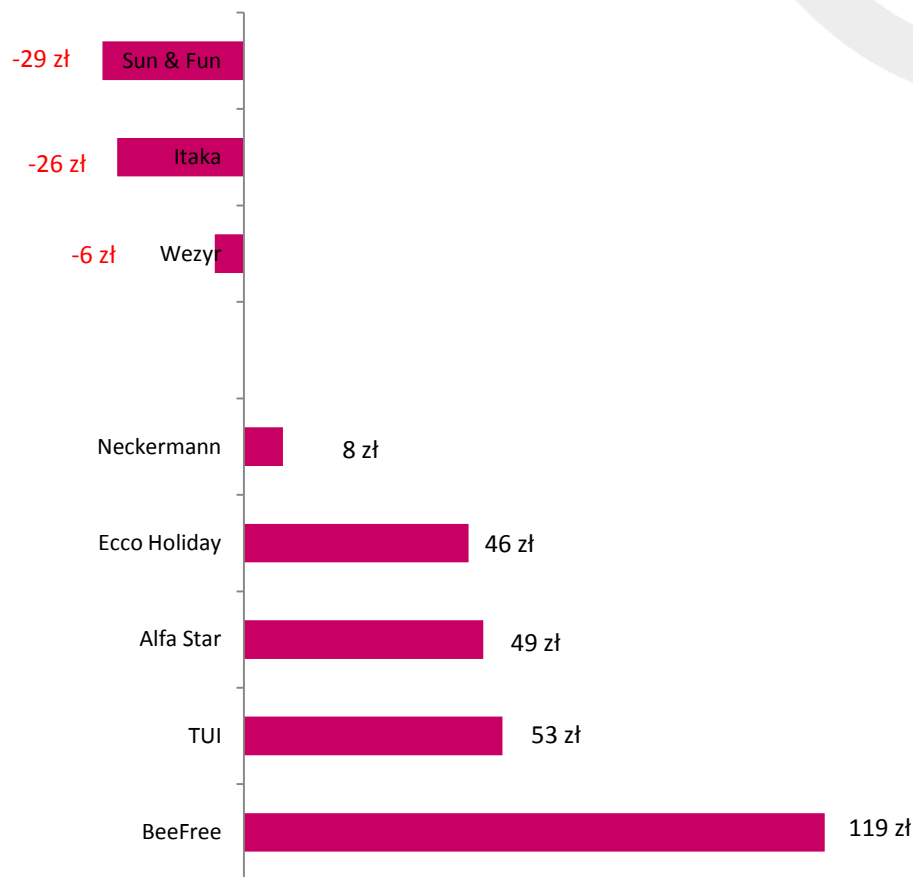
RYNEK: HIGH SEASON All Inclusive

Największe zmiany średnich cen imprez turystycznych w okresie 07.12.2013 – 13.12.2013

Największe wzrosty/spadki średniej ceny vs poprzedni tydzień

W okresie 07.12.2013 – 13.12.2013 średnia cena imprezy turystycznej wzrosła o 22 złote

W okresie poprzedniego tygodnia średnia cena imprezy turystycznej spadła o 40 złotych



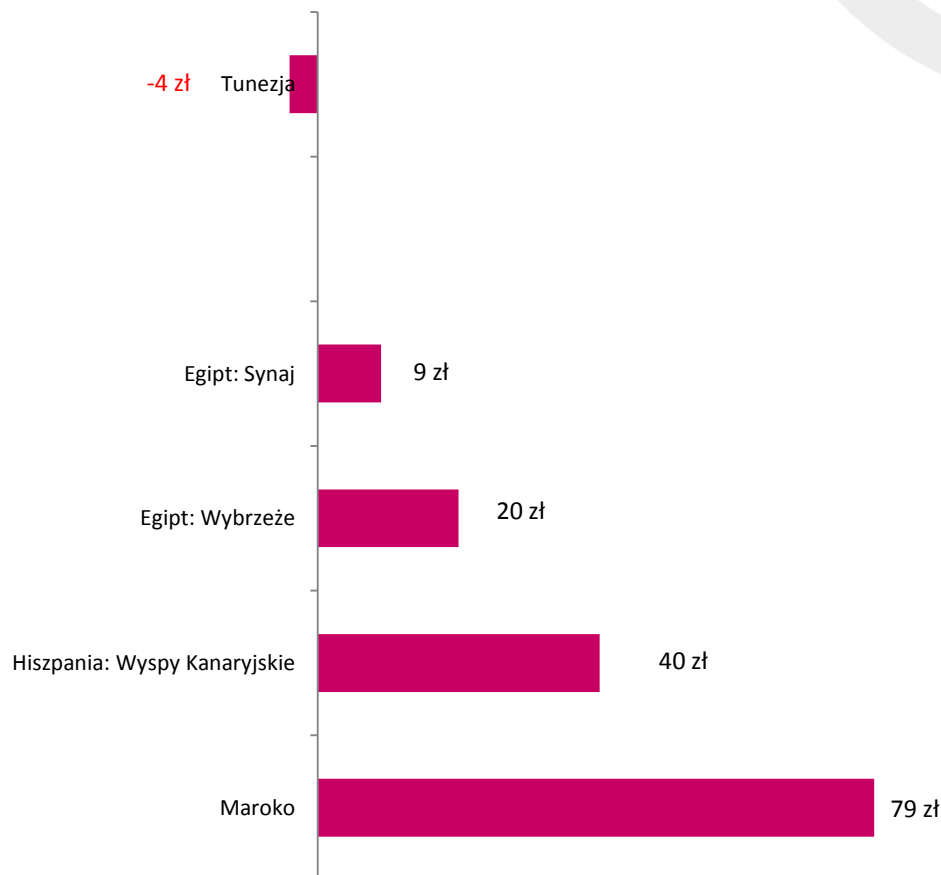
RYNEK: HIGH SEASON All Inclusive

Największe zmiany średnich cen imprez turystycznych w okresie 07.12.2013 – 13.12.2013c

Największe wzrosty/spadki średniej ceny vs poprzedni tydzień

W okresie 07.12.2013 – 13.12.2013 średnia cena imprezy turystycznej wzrosła o 22 złote

W okresie poprzedniego tygodnia średnia cena imprezy turystycznej spadła o 40 złotych



RYNEK: HIGH SEASON All Inclusive

Ceny średnie hoteli 4 – 4,5 gwiazdkowych: 7 dni + All Inclusive + z Warszawy



Zestawienie największych spadków/wzrostów średnich cen hoteli 4* w ostatnim tygodniu na najważniejszych kierunkach

kierunek	Średnia cena (zmiana ceny)		Najkorzystniejsza zmiana cen		Największy wzrost cen	
Tunezja	1938 zł	(- 14 zł)	Itaka	- 66 zł	Neckermann	+ 8 zł
Egipt: Synaj	2245 zł	(+ 4 zł)	Net Holiday	- 100 zł	TUI	+ 356 zł
Egipt: Wybrzeże	2260 zł	(+ 15 zł)	Neckermann	- 33 zł	TUI	+ 79 zł
Maroko	3249 zł	(+ 75 zł)	Rainbow Tours	- 80 zł	BeeFree	+ 160 zł
Hiszpania: Wyspy Kanaryjskie	3792 zł	(+ 61 zł)	TUI	- 145 zł	Exim Tours	+ 207 zł
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
RYNEK 4*	2664 zł	(+ 28 zł)				

RYNEK: LAST MINUTE All Inclusive

Różnice cen średnich Last Minute wobec cen z poprzedniego tygodnia

kategoria hotelu	Średnia różnica ceny		Kierunek / najmniejsza różnica		Kierunek / największa różnica	
3 - 3,5 gwiazdki	+ 274 zł	(+12,6%)	Tunezja	- 271 zł (-14,9%)	Egipt: Synaj	+ 1027 zł (+62,8%)
4 - 4,5 gwiazdki	+ 129 zł	(+4,9%)	Tunezja	-283 zł (-13,6%)	Egipt: Synaj	+1096 zł (+ 57,9%)
5 gwiazdki	+ 206 zł	(+8,2%)	Tunezja	-291zł (-12,2%)	Egipt: Synaj	+996 zł (+ 46,2%)
RAZEM	+ 197 zł	(+8,1%)				

Największe przeceny Last Minute
wykazywało biuro Itaka (3)

Najmniejsze przeceny Last Minute
wykazywał Wezyr (2 przypadki)

Chcesz wiedzieć więcej...

Szczegóły dotyczące cen poszczególnych touroperatorów, destynacji i hoteli znajdziesz w Pełnej Wersji Analizy:

**Pełna Analiza Cen
Imprez Turystycznych**
wersja High Season
lub Last Minute



LUB



39,90 zł

**Pełna Analiza Cen
Imprez Turystycznych**
wersja High Season
lub Last Minute
– abonament miesięczny

4 x



LUB **4 x**



99 zł

**Pełna Analiza Cen
Imprez Turystycznych**
wersja High Season
lub Last Minute
– abonament roczny

52 x



LUB **52 x**



990 zł

Analiza Cen Imprez Turystycznych

Zastrzeżenia Prawne

Analiza i raport zostały przygotowane przez spółkę TravelDATA wyłącznie w celach informacyjno-edukacyjnych i nie stanowią analizy inwestycyjnej, analizy finansowej, ani rekomendacji w rozumieniu przepisów Rozporządzenia Ministra Finansów z 19 października 2005 roku (Dz.U. 2005 Nr 206 poz. 1715) oraz Ustawy z 29 lipca 2005 roku (Dz.U. Nr 183 poz. 1538 z późn. zm.).

Spółka TravelDATA działa z należytą starannością i rzetelnością, nie ponosi jednak odpowiedzialności za działania lub zaniechania odbiorcy, a w szczególności odpowiedzialności za decyzje inwestycyjne lub konsumenckie (np. zakup imprez turystycznych, zawarcie kontraktów z biurem podróży), podjęte na podstawie treści zawartych w tym materiale i raporcie oraz za szkodę poniesioną w wyniku tych decyzji.

W szczególności spółka TravelDATA nie wskazuje i nie rekomenduje konkretnego biura podróży (touroperatora) w celu wybrania imprezy turystycznej, skorzystania z jego usług lub jakichkolwiek innych działań.

Dane zawarte w analizie i raporcie pochodzą z systemów rezerwacyjnych MerlinX, TOM Travel Office Management oraz BlueVendo..

Historyczne dane dotyczące cen i przetworzone informacje oparte na tych danych nie są gwarancją i/lub dostateczną wskazówką dla ich poziomów w przyszłości.

Spółka TravelDATA dokłada wszelkiej staranności by treści, w tym dane liczbowe były poprawne, bez błędów. Pewna część informacji jest jednak przetwarzana, publikowana i ukazywana automatycznie przez oprogramowanie. W związku z tym, w razie wystąpienia błędu może upłynąć pewien okres zanim wada zostanie ujawniona i poprawiona lub klient zostanie o niej poinformowany.

W ramach inwestowania jak i w wyborze konkretnego biura podróży lub w jakichkolwiek działaniach powiązanych z biurami podróży, wysoce wskazane jest korzystanie z wielu źródeł i konfrontacja przed podjęciem ostatecznej decyzji.

Zamieszczone w materiałach i w raportach informacje nie miały, nie mają i nie będą miały na celu naruszenia w jakimkolwiek stopniu dobrego imienia biur podróży wymienionych i opisanych w tej publikacji.

Zawartość raportu jest edukacyjno-informacyjna, a spółka TravelDATA nie wskazuje i nie ustala jednoznacznie stopnia wypłacalności i wiarygodności poszczególnych przedsiębiorstw.