

RAPORT PODRÓŻNIKA 2017



Spis treści

3	IDEA RAPORTU ➤
7	SZCZEGÓŁY RAPORTU ➤
8	Termin wylotu ➤
11	Termin rezerwacji ➤
14	Odległość od rezerwacji do wylotu ➤
17	Wartość rezerwacji ➤
18	Płeć ➤
19	Kraje ➤
23	Standard zakwaterowania ➤
25	Długość pobytu ➤
27	Rodzaj wyżywienia ➤
29	Liczba osób przypadających na jedną rezerwację ➤
31	Typ dojazdu ➤
33	PODSUMOWANIE ➤



IDEA RAPORTU

Jak odpoczywaliśmy

Samolotem, we dwoje – troje, ciut skromniej niż w poprzednich latach, najchętniej w lipcu i przede wszystkim w Europie a nie w krajach arabskich czy Turcji. Tak wypoczywał w 2016 roku statystyczny polski turysta.

Wyjazdy rezerwowaliśmy już nie tak chętnie na ostatnią chwilę a na wakacje z biurami podróży wyjechało o 11 proc. więcej turystów niż rok wcześniej. To zjawiska dość zaskakujące, zwłaszcza na skrajnie niekorzystne dla niej zdarzenia w 2015 roku, które mocno zapadły w pamięć turystom: to przede dwa zamachy terrorystyczne w Tunezji, Egipcie oraz listopadowa seria ataków terrorystycznych w Paryżu. Touroperatorzy zaczęli jednak wyjątkowo wcześniej sprzedaż oferty first minute. W efekcie mieliśmy do czynienia z rekordem dekady – w skali roku ponad 25 proc. turystów rezerwowało wakacje na co najmniej dwa miesiące przed wylotem.

Na uwagę zasługuje również wyjątkowo wysoki odsetek rezerwacji w październiku, co może mieć związek z uruchomieniem Turystycznego Fundu-

szu Gwarancyjnego. Choć w wypadku klientów Travelplanet.pl to dodatkowa ochrona obok promocji Wakacje 100 Procent, chroniącej przed ewentualną upadłością biur podróży, dodawanej gratisowo do każdej rezerwacji.

Zapoczątkowane w 2015 przesunięcie preferencji turystycznych, związane z niestabilną sytuacją w krajach arabskich miało swą kumulację w 2016 roku. Co prawda Grecja pozostała na pozycji lidera, ale nieudany zamach stanu w Turcji w lipcu i natychmiastowe, masowe aresztowania, tłumienie swobód demokratycznych i opresyjne działania władz, ale przede wszystkim serie zamachów bombowych w tureckich metropoliach, przełożyły się na gasnące zainteresowanie wyjazdami do tureckich kurortów, w których nawiasem mówiąc nie zanotowano jakichkolwiek incydentów. Stąd ogromny awans Hiszpanii i Bułgarii w rankingu popularnych destynacji, ale także odkrywanie przez turystów nowych kierunków. W efekcie w pierwszej dekadzie znalazła się Albania a odsetek turystów podróżujących

z biurami do krajów spoza pierwszej dziesiątki wzrósł do ponad 10 procent.

Zmiana preferowanych kierunków z arabskich na europejskie skutkowałą również niewielkim obniżeniem komfortu wypoczynku: wyraźnie rzadziej rezerwowano hotele 5* i wyżywienie All Inclusive. To efekt trzymania w ryzach wydatków na wakacje, które w 2016 były ok. 3 proc. droższe od tych w 2015.

To wahnięcie, dotyczące standardu wypoczynku, nie zakłóca wieloletniego trendu dotyczącego sposobu spędzania urlopu z biurami podróży. W ciągu dekady zmieniły się kierunki, ale przede wszystkim znacznie wzrósł standard wypoczynku. Co je spowodowało? jeśli porównamy statystyki GUS dotyczące średniej płacy w 2006 (2477 zł) i 2016 (4085 zł – po III kwartałach) okaże się, że zarobki w Polsce wzrosły przeciętnie o 65 procent. Zaś przeciętna rezerwacja o nieco ponad 17 procent a więc blisko czterokrotnie wolniej niż płace.

Badana grupa

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 (45 placówek).

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

Analizą objęto 637 826 turystów w tym:

- 1 972 osoby (01.06.2001-31.12.2002 – I raport)
- 4 902 osoby (01.01.2003-31.12.2003 – II raport)
- 7 457 osób (01.01.2004-31.12.2004 – III raport)
- 18 737 osób (01.01.2005-31.12.2005 – IV raport)
- 23 396 osób (01.01.2006-31.12.2006 – V raport)
- 39 707 osób (01.01.2007-31.12.2007 – VI raport)
- 60 323 osoby (01.01.2008-31.12.2008 – VII raport)
- 57 597 osób (01.01.2009-31.12.2009 – VIII raport)
- 59 092 osoby (01.01.2010-31.12.2010 – IX raport)
- 57 853 osoby (01.01.2011-31.12.2011 – X raport)
- 63 315 osób (01.01.2012-31.12.2012 – XI raport)
- 71 348 osób (01.01.2013-31.12.2013 – XII raport)
- 97 221 osób (01.01.2014-31.12.2014 – XIII raport)
- 106 027 osób (01.01.2015-31.12.2015 – XIV raport)
- 117 940 osób (01.01.2016 – 31.12.2016 – XV raport)



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 konsumencyjnych zachowań.

Prezentowane dane zostały uśrednione i nie uwzględniają sezonowości, która w branży stanowi istotny czynnik.

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

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 przez ostatnie 10 lat.

Ideą raportu jest analiza profilu klientów Travelplanet.pl dokonujących zakupy w trzech kanałach sprzedaży: przez Internet, telefon oraz bezpośrednio w 45 Punktach Obsługi Klienta.

Celem raportu jest ocena roku 2016 oraz ukazanie zmian preferencji zakupowych Polaków.

Niniejszy raport wskazuje w szczególności kierunki sprzedaży z uwzględnieniem przede wszystkim takich czynników jak: kraje i miejsca, do których polscy turyści wyjeżdżają najczęściej, sposoby dokonywania płatności, dane demograficzne 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.

SZCZEGÓŁY RAPORTU

Termin wylotu

Cztery letnie miesiące skumulowały znów rekordową liczbę wyjazdów turystów. Trzeci rok z rzędu ponad 70 proc. klientów biur podróży wybiera czerwiec, lipiec, sierpień i wrzesień jako czas na odpoczynek. To ewidentny trend do rozciągania sezonu poza miesiące obejmujące przerwę szkolną.

W 2016 roku więcej turystów wolało wyjechać na wakacje w lipcu niż sierpniu, ale uwagę zwraca zwłaszcza rosnąca popularność czerwca jako miesiąca urlopowego. W ciągu dekady udział wyjazdów w tym miesiącu wzrósł najbardziej, bo z 11,5 do ponad 16 proc. To właśnie stale rosnąca popularność czerwca i lipca jako miesięcy na urlop wywindowała letnie wyjazdy na ten wysoki poziom.

Na drugim biegunie znalazły się wyjazdy zimą. W okresie styczeń – marzec ich odsetek spadł do poziomu, który w ostatniej dekadzie odnotowano tylko w roku 2011. Ale długofalowo widać niskowy trend. Na początku 2016 roku ten spadek mógł być efektem niestabilnej

sytuacji w metropoliach: zamachów terrorystycznych z końca 2015 (Paryż, 130 zabitych, ponad 300 rannych) i początku 2016 roku (atak na hotel w Hurghadzie, ranni turyści).

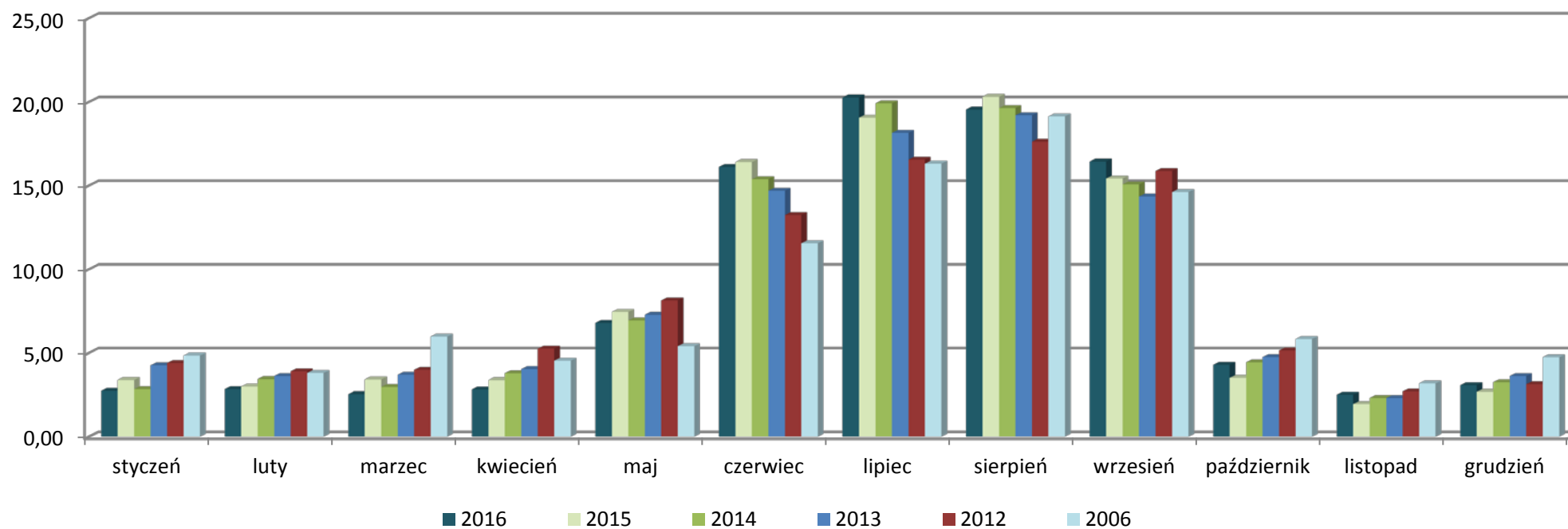
Ale taka tendencja obserwowana jest od dekady. I jest to efekt znacznie wyższej dynamiki wzrostu wyjazdów lecie niż odwrotu od wyjazdów zimą. Bieżący rok przyniesie odpowiedź czy efekt 500+ w turystyce (w lipcu i sierpniu na wakacje wyjechało o 14 proc. więcej dzieci i młodzieży niż podczas wakacji 2015) będzie podobny również w wypadku zimowych ferii.



Termin wylotu

	● 2016	● 2015	● 2014	● 2013	● 2012	● 2006
styczeń	2,74%	3,39%	2,84%	4,26%	4,40%	4,85%
luty	2,84%	3,00%	3,44%	3,62%	3,91%	3,81%
marzec	2,54%	3,42%	2,97%	3,70%	4,00%	5,98%
kwiecień	2,82%	3,38%	3,79%	4,04%	5,26%	4,54%
maj	6,80%	7,45%	6,95%	7,28%	8,14%	5,41%
czerwiec	16,12%	16,41%	15,39%	14,70%	13,25%	11,56%
lipiec	20,27%	19,06%	19,92%	18,15%	16,55%	16,32%
sierpień	19,55%	20,31%	19,63%	19,21%	17,63%	19,14%
wrzesień	16,44%	15,43%	15,07%	14,35%	15,87%	14,62%
październik	4,29%	3,51%	4,44%	4,76%	5,15%	5,83%
listopad	2,51%	1,94%	2,31%	2,31%	2,70%	3,19%
grudzień	3,08%	2,68%	3,26%	3,62%	3,14%	4,75%

Termin wylotu



Termin rezerwacji

– first czy last minute

Niestabilna sytuacja w 2015 roku odbiła się wyraźnie na rezerwowaniu wakacji na ubiegłoroczny sezon na początku 2016 roku. W pierwszym kwartale odsetek rezerwujących spadł o blisko 2 punkty procentowe, ale i tak dynamika spadku nie potwierdziła alarmistycznych raportów Polskiego Związku Organizatorów Turystyki z tego okresu, mówiących o zapaści na rynku, wieszczących poważne kłopoty branży. Ten efekt w wypadku klientów Travelplanet.pl był zniwelowany dodawaniem gratisowego ubezpieczenia od upadłości touroperatorów Wakacje 100 Procent, sprawdzonego rok wcześniej po upadku Alfa Star.

I tak znów jednak, mimo złej atmosfery, w pierwszym kwartale 2016 ponad dwukrotnie więcej turystów rezerwowało wakacje niż na nie wyjeżdżało. Przed dekadą natomiast przewaga rezerwujących nad wyjeżdżającymi w pierwszym kwartale wynosiła tylko 25 proc.

To pokazuje dobrze systematyczny wzrost popularności wczesnych rezerwacji, dokonywa-



nych głównie w pierwszych miesiącach roku. Jeszcze lepiej widać to gdy porównamy dane z tabeli obrazującej na ile dni przed wakacjami polscy turyści najchętniej je rezerwują.

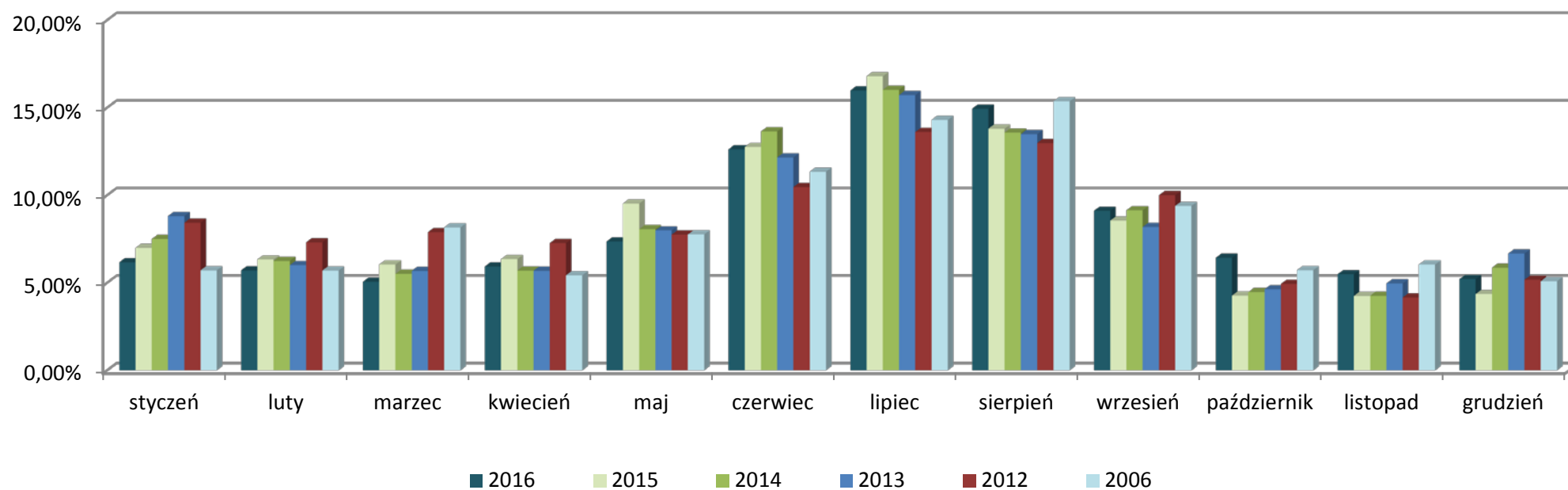
Termin rezerwacji

– first czy last minute

	● 2016	● 2015	● 2014	● 2013	● 2012	● 2006
styczeń	6,17%	6,99%	7,50%	8,81%	8,43%	5,71%
luty	5,71%	6,33%	6,25%	6,01%	7,31%	5,70%
marzec	5,06%	6,04%	5,51%	5,68%	7,89%	8,16%
kwiecień	5,93%	6,35%	5,70%	5,69%	7,27%	5,43%
maj	7,36%	9,52%	8,06%	7,99%	7,75%	7,76%
czerwiec	12,62%	12,75%	13,64%	12,16%	10,47%	11,34%
lipiec	15,98%	16,79%	16,02%	15,72%	13,61%	14,30%
sierpień	14,94%	13,80%	13,58%	13,49%	12,98%	15,36%
wrzesień	9,11%	8,55%	9,14%	8,19%	10,00%	9,39%
październik	6,43%	4,27%	4,47%	4,63%	4,93%	5,72%
listopad	5,49%	4,25%	4,26%	4,96%	4,16%	6,04%
grudzień	5,21%	4,36%	5,86%	6,67%	5,17%	5,09%

Termin rezerwacji

– first czy last minute



Odległość od rezerwacji do wylotu

Po rezerwie turystów do bukowania wyjazdów w pierwszych miesiącach 2016 roku rynkiem znów wstrząsnęły niekorzystne wydarzenia, i to w środku sezonu wakacyjnego: zamach w Nicei oraz nieudany zamach stanu w Turcji, następstwem, którego były represje w tym kraju i kolejne zamachy w największych miastach.

Tymczasem zauważalnie spadł odsetek rezerwacji last minute. Wciąż w ten sposób turyści

najchętniej kupują oferty wakacyjne, ale z wyraźnym spadkowym trendem mamy do czynienia od 2011 roku i jak widać jest on silniejszy od negatywnych dla turystów informacji. Minimalnie spadł odsetek rezerwujących wakacje na dwa miesiące i wcześniej od wylotu, ale i tak jest to ponad ¼ turystów a długofalowy wzrost wczesnych rezerwacji (w ciągu dekady wzrósł on z poziomu 15 proc. do poziomu ponad 25 proc.) pokazuje, że turyści dostrzegają zalety

kupowania oferty po cenach zbliżonych do last minute, za to ze znacznie większym wyborem miejsca, hotelu itp. Warto zauważyć, że 6 na 10 turystów woli kupić wakacje w biurze albo na ostatnią chwilę, albo na długo przed wylotem. Dekadę temu było to 5 na 10 turystów, ale ten wzrost to zasługa głównie polujących na ciekawe oferty first minute i znaczący spadek tych, którzy kupują oferty ok 2 – 3 tygodnie przed wylotem (ok 5 punktów procentowych).

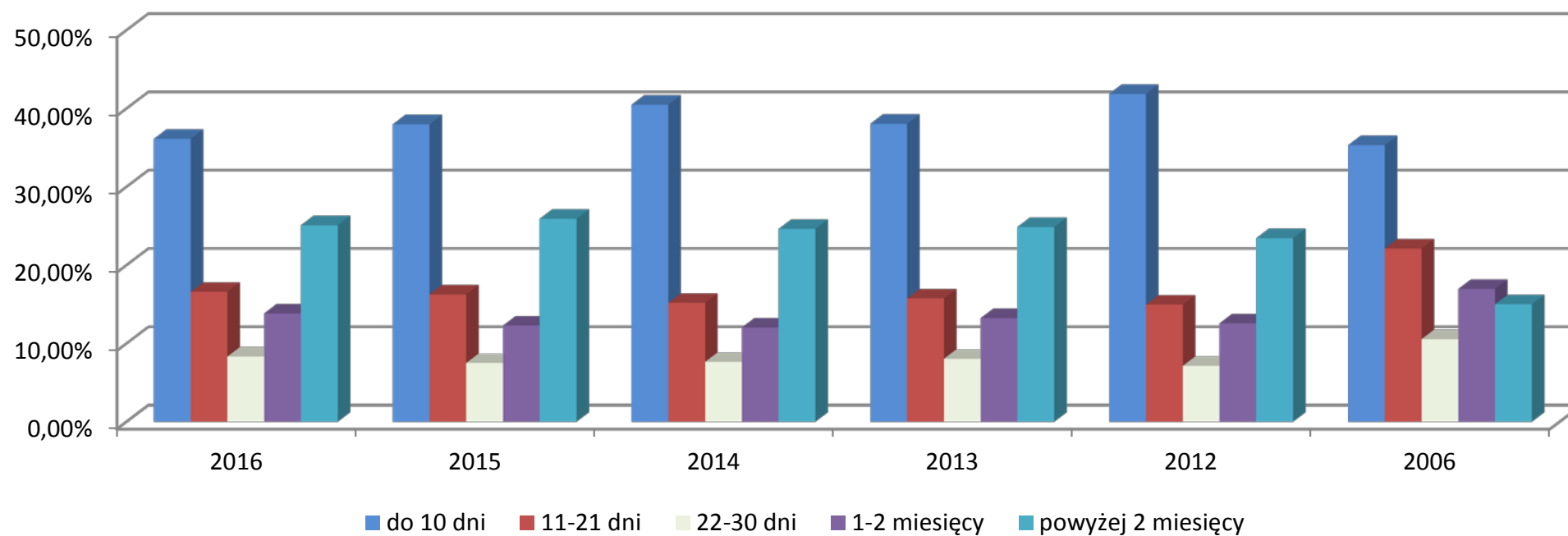


**Najlepsze, spersonalizowane oferty wycieczek
na ostatnią chwilę w jednym miejscu**

Odległość od rezerwacji do wylotu _____

	● 2016	● 2015	● 2014	● 2013	● 2012	● 2006
do 10 dni	36,14%	37,99%	40,49%	38,06%	41,88%	35,32%
11-21 dni	16,59%	16,27%	15,19%	15,75%	14,96%	22,13%
22-30 dni	8,34%	7,52%	7,65%	8,05%	7,14%	10,56%
1-2 miesiące	13,84%	12,29%	12,04%	13,24%	12,57%	16,97%
powyżej 2 miesięcy	25,10%	25,93%	24,63%	24,88%	23,45%	15,02%

Odległość od rezerwacji do wylotu

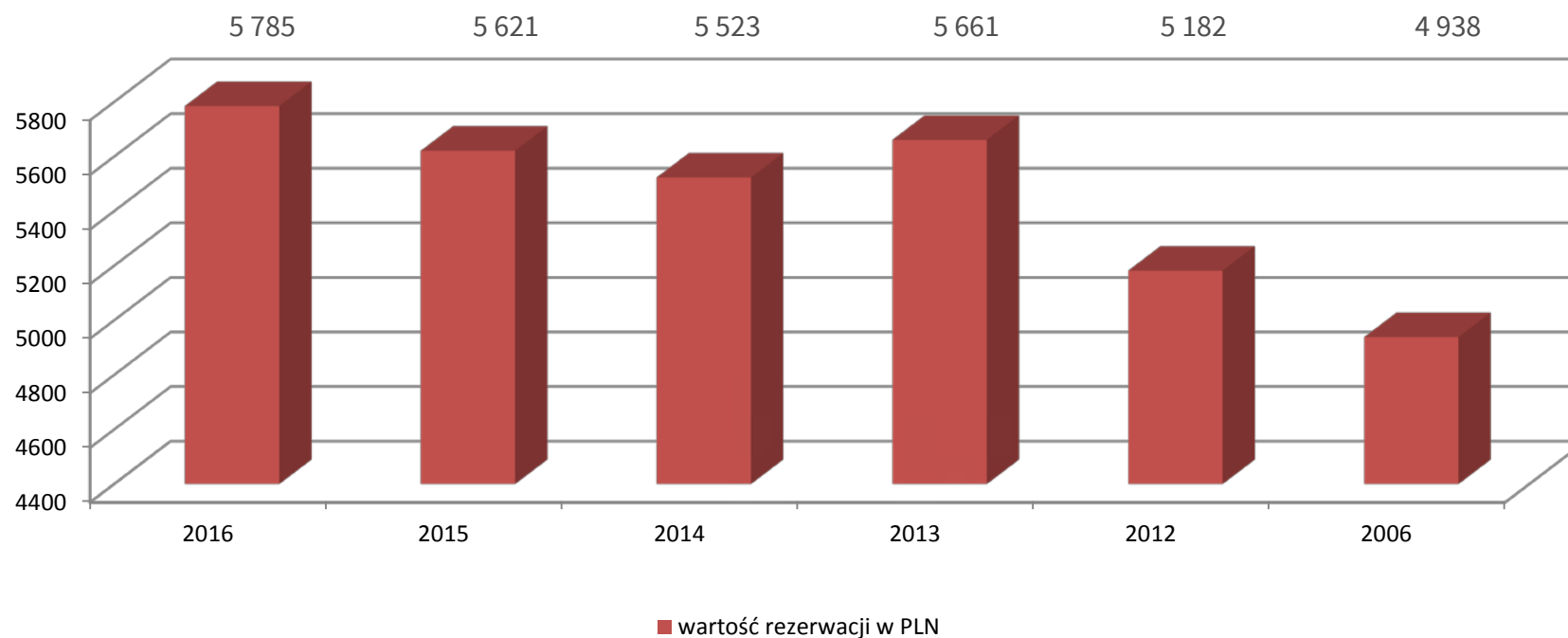


Wartość rezerwacji

W warunkach deflacji koszt rezerwacji wzrósł o blisko 3 procent. To cena, jaką turyści zapłacili za zmianę wieloletnich preferencji dotyczących kierunków podróży. Tunezja, przez wiele lat w tzw. Wielkiej Piątce, w lecie 2016 była w zasadzie nieobecna a ostatecznie wylądowała na 17. miejscu (spadek udziału z ok 8 proc, do ok. 1,2 proc.). Jeśli dodać do tego mocno osła-

biony popyt na Egipt i turystyczną zapaść Turcji - a wszystkie te kraje to jedne z najtańszych kierunków w ofercie touroperatorów – to ów trzyprocentowy wzrost nie jest wysoką ceną. Inna rzecz, że dane dotyczące standardu hoteli i rodzaju wyżywienia pokazują, iż turyści optymalizowali i w ten sposób wakacje w droższych destynacjach.

Warto zauważyć, że na przestrzeni dekady wartość rezerwacji wzrosła o ok. 17 proc, podczas gdy przeciętna płaca w Polsce rosta w tym czasie blisko cztery razy szybciej. Wakacje z roku na rok stają się dla polskich turystów relatywnie tańsze.

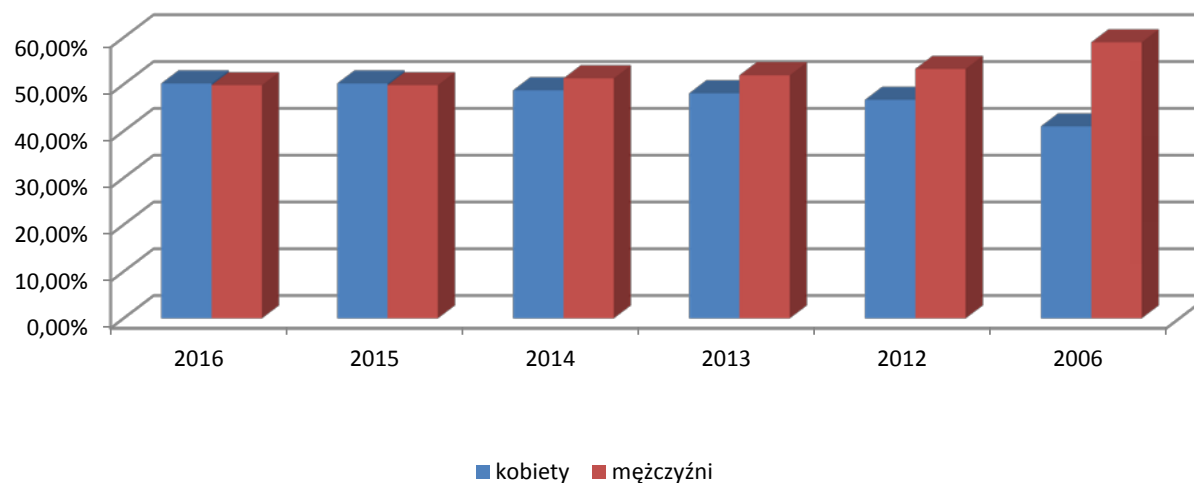


Płeć

– znamienne zmiana

Drugi rok z rzędu kobiety częściej rezerwują wakacyjny wypoczynek niż mężczyźni. Już w 2014 roku wśród użytkowników strony www.travelplanet.pl aż 63% stanowiły kobiety. Ze statystyk wynika, że nie tylko panie wybierają, gdzie nastąpi wyjazd na wakacje, ale również one w większości – choć na razie niewielkiej – finalizują transakcje.

	kobiety	mężczyźni
2016	50,23%	49,77%
2015	50,18%	49,82%
2014	48,73%	51,27%
2013	48,07%	51,93%
2012	46,70%	53,30%
2006	41,03%	58,97%



Kraje

W pierwszej piątce najpopularniejszych kierunków istotne zmiany, z jednym wyjątkiem: Grecji, która umocniła się na pozycji lidera. Od 2012 roku urosła z 20 proc. frekwencji do ponad 36 proc., gdy w tym czasie Egipt spadł z pułapu ponad 30 proc. do nieco ponad 5 proc.

Tuż za Grecją uplasowała się Hiszpania, przez wiele lat zamykająca Wielką Piątkę. Oprócz dużego popytu w lecie nie wolno zapominać, że również w zimie należące do Hiszpanii Wyspy Kanaryjskie cieszą się największą popularnością i od 2 sezonów zastępują Egipt turystom, poszukującym plażowania w środku zimy. Mocno urosła również Bułgaria, awansując z 6. miejsca na trzecie.

Te zmiany preferencji zwiastowały już statystyki za rok 2015, ale istotnym wówczas kierunkiem była Turcja, która uplasowała się wówczas na pozycji wicelidera, będąc pierwszą alternatywą dla turystów, którzy musieli zrezygnować z wakacji w Tunezji i Egipcie. Od początku 2016 roku jednak rezerwacje wakacji w Turcji spadły do ok. 8 proc. frekwencji i jak się okazało, był to moc-

ny sygnał mówiący o rezerwie turystów do tego kierunku. Popyt przeniósł się przede wszystkim na Hiszpanię i Bułgarię, dokąd w sumie wyjechało blisko 30 proc. turystów (w 2015 było to nieco ponad 21 proc.). Polskich turystów zyskały w 2016 roku Włochy, Chorwacja i Portugalia oraz Albania, która weszła do pierwszej dziesiątki.

Dekoniunktura dopadła natomiast kraje arabskie i Turcję. Z ok 30 proc. turystów, którzy w sumie odwiedzili w 2015 Turcję, Egipt, Tunezję i Maroko (a w 2014 było to prawie 46 proc.!) w 2016 roku pozostało raptem niecałe 15 proc. Te dwa ostatnie kraje z pierwszej dziesiątki wypadły na niemal koniec drugiej. Egipt utrzymał co prawda miejsce wśród najpopularniejszych kierunków, ale spadek do niecałych 6 proc. frekwencji z ponad 13 proc. w 2015 (i ponad 30 proc. w 2012) pokazuje głęboką zmianę w wybieranych przez turystów destynacji. Warto jednak pamiętać, że i oferta wakacji w Egipcie była również skromniejsza niż w poprzednich latach, touroperatorzy spodziewali się bowiem osłabienia zainteresowania tym kierunkiem. Obniżona podaż Egiptu przełożyła się na ceny ofert i w efekcie wakacje

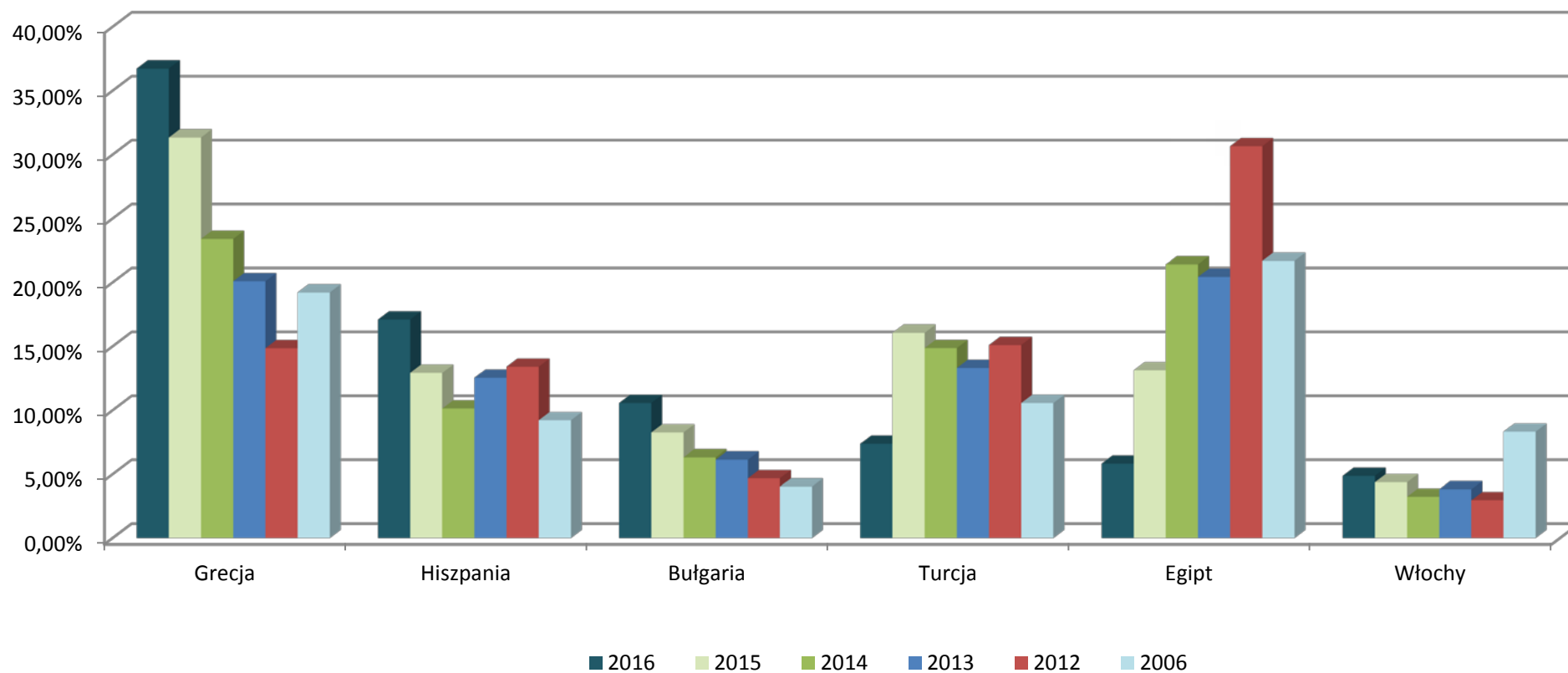
w Egipcie zdrożały do 2153 zł (z 1962 zł). Ale na czterech z pięciu najpopularniejszych kierunków średni koszt wakacji na osobę nieznacznie zmalał: w Grecji do 2244 zł (z 2258 zł), w Hiszpanii do 2626 zł (z 2639 zł), Bułgarii do 1832 zł (z 1887 zł), Turcji do 1960 zł (z 2224 zł). Może być to po trochu efekt zwiększonego popytu ze strony turystów w okresach poza sezonem wakacyjnym (lipiec – sierpień), po trochu obniżenia standardu wypoczynku o czym mówią dane w dalszej części Raportu Podróżnika.

Skąd więc ogólny, trzyprocentowy wzrost średniej rezerwacji o ok. 3 proc.? Po raz pierwszy od dekady odsetek wyjazdów do krajów spoza pierwszej dziesiątki najpopularniejszych kierunków wzrósł do poziomu ponad 10 proc. (z nieco ponad 6 proc. w 2015). Z reguły są to kierunki droższe od tych najpopularniejszych i ten zwiększony udział w ogólnym ruchu turystycznym mógł wpłynąć na wzrost kosztów średniej rezerwacji. To również sygnał, że turyści poszukują zupełnie nowych kierunków, do których chcą podróżować.

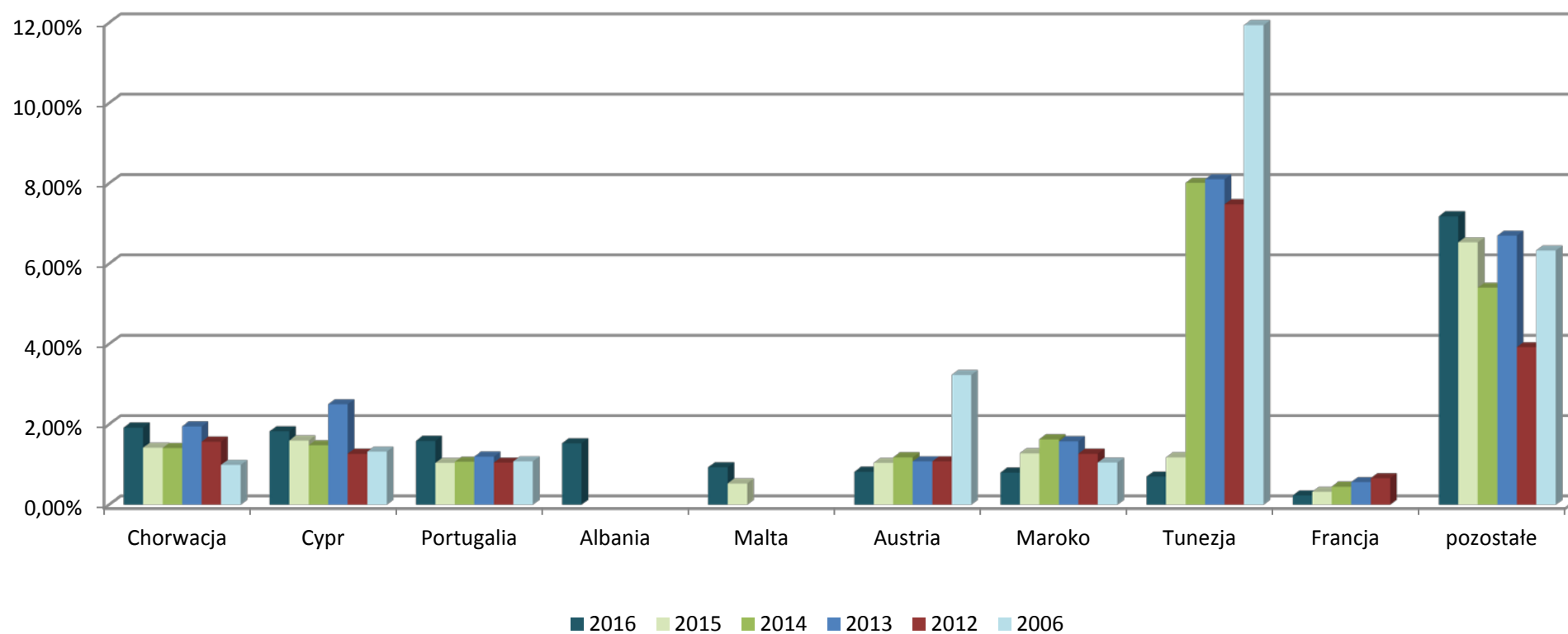
Kraje

	● 2016	● 2015	● 2014	● 2013	● 2012	● 2006
Grecja	36,73%	31,34%	23,41%	20,09%	14,85%	19,21%
Hiszpania	17,09%	12,93%	10,14%	12,54%	13,41%	9,21%
Bułgaria	10,57%	8,27%	6,32%	6,14%	4,68%	4,03%
Turcja	7,38%	16,06%	14,86%	13,31%	15,10%	10,57%
Egipt	5,83%	13,13%	21,41%	20,43%	30,66%	21,69%
Włochy	4,87%	4,37%	3,23%	3,82%	2,96%	8,33%
Chorwacja	1,92%	1,42%	1,41%	1,95%	1,57%	0,99%
Cypr	1,83%	1,60%	1,48%	2,50%	1,27%	1,32%
Portugalia	1,59%	1,04%	1,07%	1,20%	1,05%	1,08%
Albania	1,53%					
Malta	0,93%	0,53%				
Austria	0,82%	1,04%	1,18%	1,08%	1,08%	3,23%
Maroko	0,80%	1,28%	1,63%	1,58%	1,27%	1,05%
Tunezja	0,70%	1,18%	8,01%	8,10%	7,48%	11,94%
Francja	0,23%	0,32%	0,45%	0,56%	0,66%	
pozostałe	7,18%	6,53%	5,40%	6,70%	3,92%	6,33%

Kraje



Kraje



Standard zakwaterowania

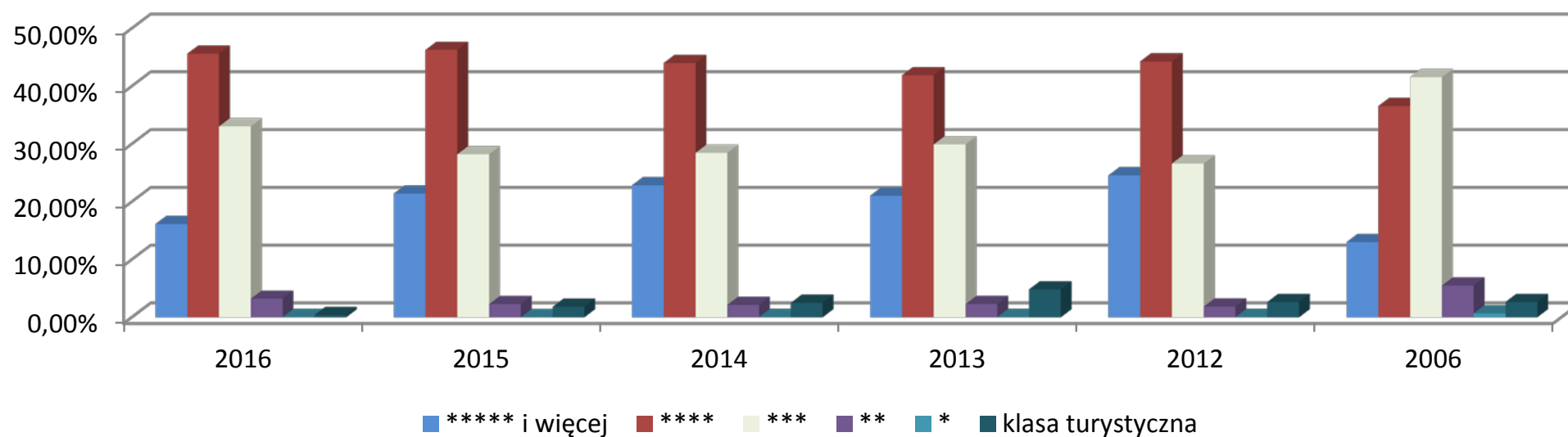
Luksus w odwrocie – tak wyglądają statystyki zakwaterowania w najwyższej kategorii. Spadek z pułapu ponad 21 proc. w latach 2013 – 15 do poziomu nieco ponad 16 proc. najlepiej odzwierciedla omawiany wcześniej spadek ruchu turystycznego na kierunkach arabskich i do Turcji, a to właśnie tam polscy turyści rezerwowali głównie najdroższe hotele. Z drugiej strony około 5-procentowy wzrost popularności hote-

li 3* pokazuje skalę optymalizowania kosztów wypoczynku przede wszystkim w Europie. Ale wciąż sześciu na dziesięciu turystów wybiera standard co najmniej 4* a odsetek turystów wybierających najniższy standard (0 – 2*) spadł do poziomu poniżej 4 proc.



	● 2016	● 2015	● 2014	● 2013	● 2012	● 2006
***** +	16,15%	21,41%	22,84%	21,05%	24,56%	13,02%
****	45,61%	46,27%	44,01%	41,88%	44,28%	36,57%
***	33,04%	28,20%	28,45%	29,92%	26,62%	41,56%
**	3,22%	2,28%	2,16%	2,29%	1,86%	5,51%
*	0,05%	0,02%	0,04%	0,03%	0,04%	0,69%
turystyczna	0,39%	1,82%	2,5%	4,83%	2,64%	2,65%

Standard zakwaterowania



Długość pobytu

Tendencja do skracania wyjazdu do 7 dni nasiliła się w ostatnim roku, ale jeśli popatrzeć na dane na przestrzeni ostatniej dekady wiadać, że wypoczynek w jednym miejscu, który trwa dwa tygodnie, stał się trzykrotnie mniej popularny. Systematyczny wzrost wyjazdów turystycznych z biurami podróży w połączeniu ze skracaniem czasu ich trwania może być wynikiem nie tyle wyłącznie przyrostu

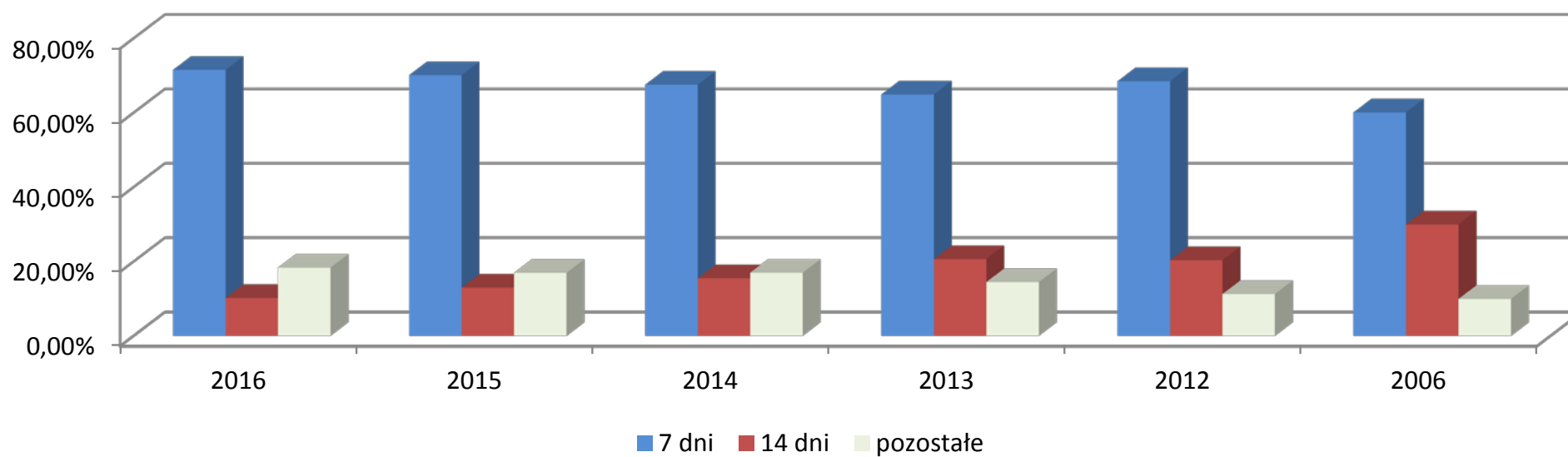
liczby turystów co w pewnej mierze zwielokrotnieniem wyjazdów dotychczasowych podróżników w ciągu roku.



Promocja Wakacje 100%
pomoc w przypadku upadłości biura podróży

	● 2016	● 2015	● 2014	● 2013	● 2012	● 2006
7 dni	71,49%	70,08%	67,52%	64,90%	68,44%	60,09%
14 dni	10,18%	12,96%	15,50%	20,64%	20,32%	29,97%
pozostałe	18,33%	16,96%	16,98%	14,46%	11,24%	9,94%

Długość pobytu



Rodzaj wyżywienia

W 2016 roku dość wyraźnie spadł odsetek turystów, którzy wyjeżdżali na wakacje all inclusive. To z jednej strony pochodną rezygnowania z kierunków arabskich i Turcji na rzecz europejskich destynacji a z drugiej – specyfiki europejskich kierunków, gdzie wyżywienie all inclusive ma skromniejszą formę lub występuje rzadko. Po części też to zmiana sposobu wypoczynku, o czym może świadczyć pośrednio wzrost odsetka dojazdów autokarowych i dojazdów własnych. Turyści chcą poznawać obce kraje również od strony lokalnej kuchni a wyżywienie hotelowe nie zawsze daje im taką możliwość.

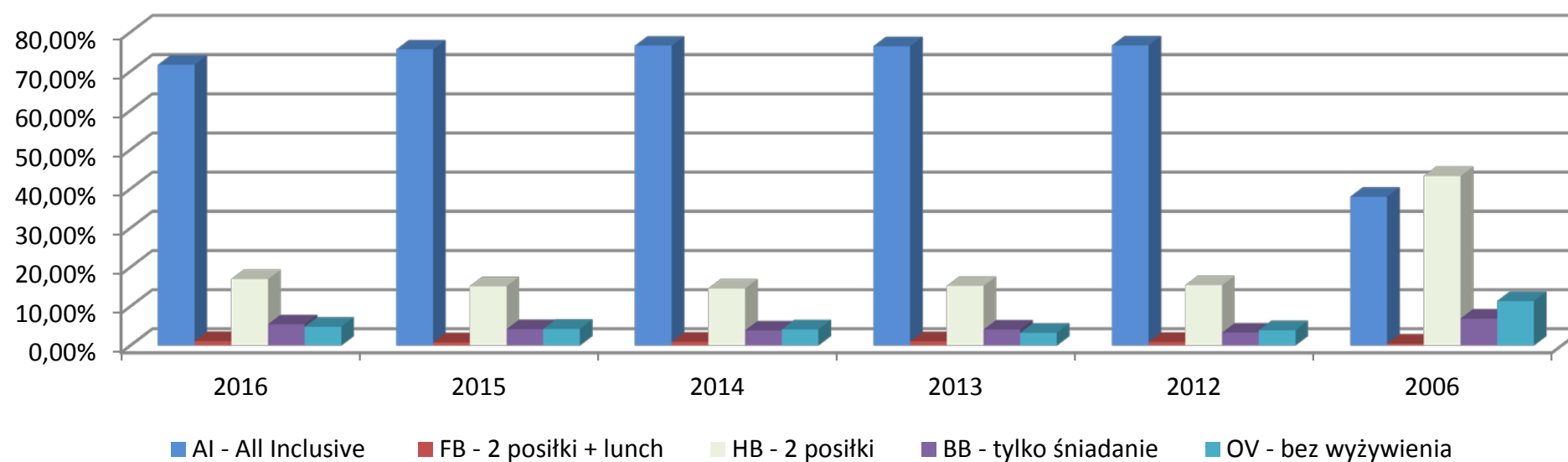
Turyści, trzymając w ryzach założone koszty wypoczynku nie tylko rezygnowali z najbardziej luksusowych hoteli, ale do pewnego stopnia również z wakacji AI. Nie wydaje się jednak, by była to jakaś zmiana wieloletniego trendu, zwłaszcza że rozbieżności pomiędzy cenami wypoczynku HB i AI często są mniejsze niż realne wydatki na napoje i przekąski na miejscu. Dane dotyczące odsetka wakacji bez wyżywienia czy tylko ze śniadaniami nie sugerują, by za generalną zmianą kierunków wakacyjnych szła podobna zmiana dotycząca komfortu wypoczynku.



**Wycieczki w Travelplanet.pl
kosztują dokładnie tyle co u organizatorów**

	● 2016	● 2015	● 2014	● 2013	● 2012	● 2006
AI - All Inclusive	71,66%	75,59%	76,53%	76,41%	76,6%	38,01%
FB - 2 posiłki + lunch	1,14%	0,85%	0,94%	1,09%	0,9%	0,48%
HB - 2 posiłki	16,94%	15,12%	14,55%	15,19%	15,4%	43,26%
BB - tylko śniadanie	5,44%	4,18%	3,87%	4,06%	3,3%	6,89%
OV - bez wyżywienia	4,82%	4,26%	4,11%	3,25%	3,9%	11,36%

Rodzaj wyżywienia



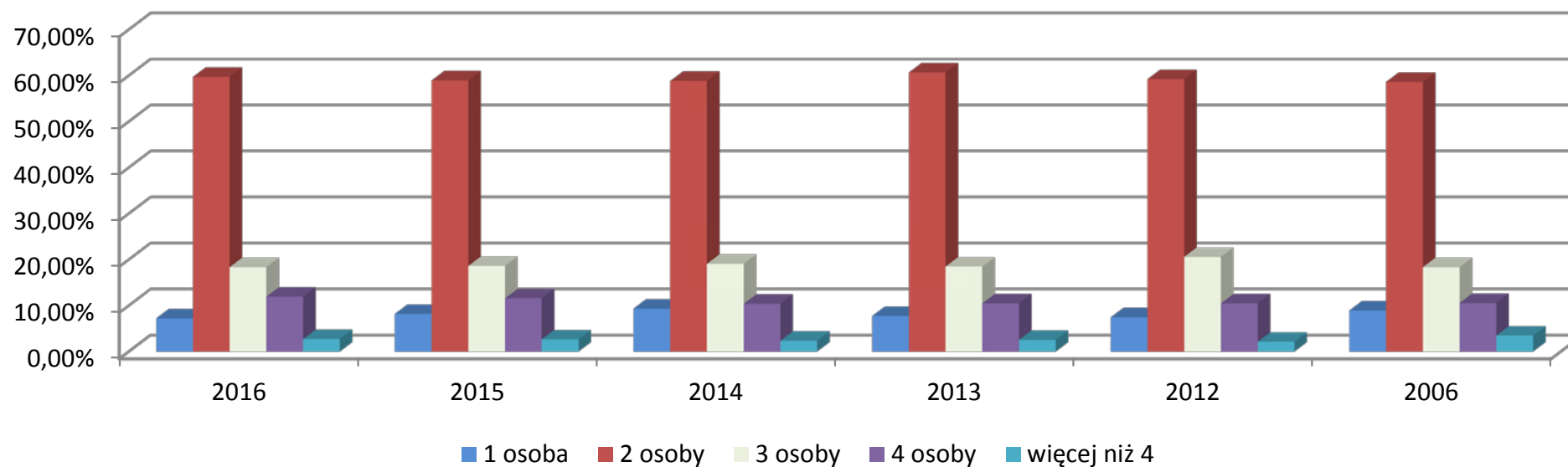
Liczba osób na rezerwację

Przełomu w wieloletniej tendencji do podróżowania przede wszystkim we dwoje nie przyniósł jak na razie program Rodzina 500+, choć w przeprowadzonych badaniach społecznych przez Agencję Badania Rynku i Opinii SW Research i Travelplanet.pl respondenci, a przede wszystkim beneficjenci programu, wysoko pozycjonowali wypoczynek dzieci w hierarchii wydatków. Rezerwacje na 3, 4 i więcej osób w zasadzie nie drgnęły. Inna rzecz, że – niezależnie od faktu, że program ruszył dopiero po zimowych feriach - w całorocznych statystykach efekt może być rozwodniony. Widać go było natomiast wyraźnie w statystykach dotyczących sezonu letniego.



	2016	2015	2014	2013	2012	2006
1 osoba	7,22%	8,19%	9,34%	7,73%	7,46%	8,95%
2 osoby	59,71%	58,95%	58,83%	60,68%	59,23%	58,64%
3 osoby	18,36%	18,62%	19,08%	18,48%	20,60%	18,35%
4 osoby	11,95%	11,58%	10,39%	10,48%	10,49%	10,57%
więcej niż 4	2,72%	2,66%	2,36%	2,56%	2,13%	3,48%

Liczba osób na rezerwację



Typ dojazdu

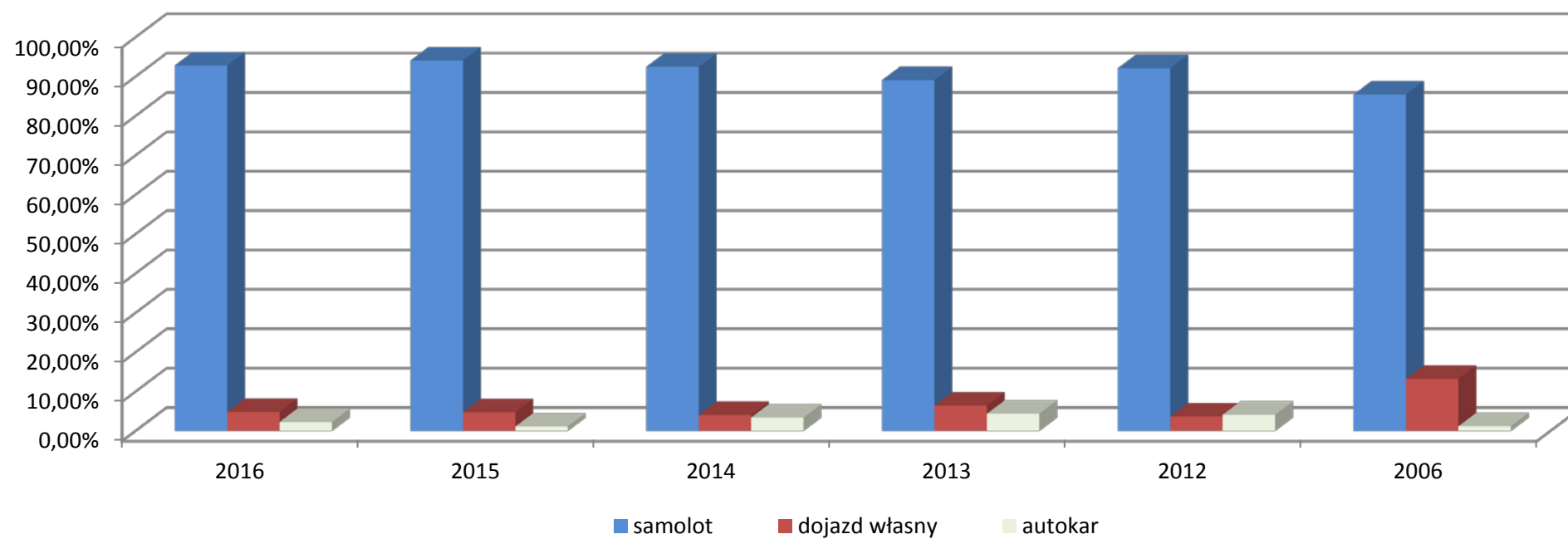
Od lat nie zmienia się charakter turystycznych wypraw z biurami podróży. Na wypoczynek udajemy się przede wszystkim samolotem: to najszybszy, najwygodniejszy a często również najtańszy sposób dotarcia zwłaszcza do odległych destynacji. W kalkulacjach turystów oprócz kosztów brany jest pod uwagę również czas, jaki musimy przeznaczyć z urlopu na dotarcie do celu a w tym wypadku samolot po prostu nie ma konkurencji. Stąd w ciągu dekady dojazd własny spadł z ponad 13 proc. Do niepełna 5 proc. Jeśli już turyści obawiali się nie

tyle lotu, co niebezpieczeństwa potencjalnego zamachu terrorystycznego na lotnisku (a takie próby miały miejsce w 2016 roku) woleli zamienić samolot nie na własne auto lecz na autokar.



	● 2016	● 2015	● 2014	● 2013	● 2012	● 2006
samolot	92,84%	94,10%	92,50%	89,12%	92,15%	85,49%
dojazd własny	4,86%	4,76%	4,07%	6,48%	3,71%	13,28%
autokar	2,30%	1,14%	3,43%	4,39%	4,14 %	1,23%

Typ dojazdu



PODSUMOWANIE

Podsumowanie



Sezon letni coraz bardziej rozpycha się na wrzesień a zwłaszcza czerwiec, ale wakacje coraz częściej turyści chcą sobie wykupić na przynajmniej dwa miesiące wcześniej i coraz rzadziej decydują się na nie w ostatniej chwili. Ten trend może nasilić się w 2017 roku, bo obok pionierskiego na rynku turystycznym produktu Travelplanet.pl Wakacje 100 Procent, zabezpieczającego klientów multiagenta od upadłości touroperatora, pod koniec sezonu letniego ruszył także Turystyczny Fundusz Gwarancyjny, który ma dać turystom poczucie

bezpieczeństwa rezerwowania wakacji na wiele miesięcy przed wylotem.

Widać również, że na wykupienie wakacji w biurach podróży decyduje się z tego powodu coraz więcej polskich turystów. To również efekt kalkulowania cen. Jak wynika z analiz Travelplanet.pl, publikowanych od dwóch lat przed letnim sezonem, wakacje najbardziej popularnych destynacjach, wykupione w biurach podróży, z reguły wychodzą sporo taniej niż samodzielne ich przygotowanie z wykorzysta-

niem tanich linii i wyszukiwarek hoteli. Ogromne zmiany zaszyły w wypadku preferowanych kierunków wakacyjnych, a przede wszystkim widać poszukiwanie nowych destynacji. To nie tylko Albania, która zagościła w pierwszej dekadzie, ale również inne kierunki, które odwiedziło ponad 10 proc. turystów.

Są one droższe niż kraje arabskie i Turcja, od których odwrócili się turyści w 2016 roku. Dlatego nie rezygnując z wylotów na wakacje, ograniczyli oni standard wypoczynku, ale tylko w niewielkim stopniu.

Na ile turystyce pomógł program Rodzina 500 Plus? Jego beneficjenci w badaniach społecznych bardzo akcentowali gotowość do wydawania pieniędzy na wypoczynek dzieci. W skali roku efektu nie widać, ale miał on miejsce w czasie szkolnych wakacji. I jak się wydaje, ten efekt będzie widoczny jedynie w okresach dłuższych przerw szkolnych.



Kontakt



Kontakt

Travelplanet.pl SA
ul. Ostrowskiego 9, 53-328 Wrocław
tel. 071 341 82 45
e-mail: info@travelplanet.pl
www.travelplanet.pl

Prawa autorskie

Wszystkie prawa zastrzeżone, podawanie jakichkolwiek informacji z niniejszego raportu jest dozwolone wyłącznie za podaniem źródła w postaci nazwy: Travelplanet.pl.

Do grupy należą następujące serwisy internetowe:

- **Travelplanet.pl**

oferuje pełny wybór wyjazdów zagranicznych od największych i sprawdzonych organizatorów wycieczek. Strona internetowa Travelplanet.pl została wielokrotnie uznana za najlepszy sklep internetowy w turystyce wg. Wprost i Money.

- **Aero.pl**

serwis sprzedaży biletów tanich i regularnych linii lotniczych

- **Hotele24.pl**

serwis rezerwacji miejsc w hotelach w Polsce i za granicą

- **Zingtravel.pl**

serwis podróży i wypraw dla aktywnych i ciekawych świata

- **TravelOne.pl**

grupa serwisów oferujących wycieczki pakietowe oraz z dojazdem własnym, o podobnym profilu produktowym do Travelplanet.pl

www.travelplanet.pl