



# Spis treści

---

3	IDEA RAPORTU	➤
6	SZCZEGÓŁY RAPORTU	➤
7	Termin wylotu	▶
10	Termin rezerwacji	▶
13	Odległość od rezerwacji do wylotu	▶
16	Wartość rezerwacji	▶
18	Płeć	▶
19	Kraje	▶
22	Rodzaj zakwaterowania	▶
25	Długość pobytu	▶
27	Rodzaj wyżywienia	▶
29	Liczba osób przypadających na jedną rezerwację	▶
31	Typ dojazdu	▶
33	PODSUMOWANIE	➤



# IDEA RAPORTU

## Jak odpoczywaliśmy

To pod wieloma względami nie był wyjątkowy rok. Odbiegał od wyjątkowego dla branży roku 2012, ale w porównaniu do poprzednich lat odzwierciedla preferencje polskich turystów. Wbrew obawom części branży turystycznej, fala bankructw w 2012 roku nie spowodowała, że turyści odwrócili się od biur podróży. W 2013 roku z touroperatorami wyjechało na odpoczynek o 12,69 proc. turystów więcej niż w 2012 roku. Polacy nie odwrócili się również od Egiptu, mimo niestabilnej sytuacji w tym kraju. Po raz kolejny był on najchętniej wybieranym miejscem na wakacje, ale w odróżnieniu od lat poprzednich Egipt tylko minimalnie wyprzedził Grecję.

Na urlop wyjeżdżaliśmy częściej niż w poprzednich latach, za to liczyliśmy bardziej pieniądze. Urlop spędzaliśmy w skromniejszych hotelach niż w poprzednich latach. Jednak równie łatwo nie rezygnowaliśmy ze standardu wyżywienia.

Nie zmieniły się upodobania co do kierunków – obok Egiptu i Grecji nadal najpopularniejszymi krajami były Turcja Hiszpania i Tunezja. Ale tzw. Wielka Piątka nie skumulowała tak wielkiego ruchu turystycznego jak to miało miejsce w poprzednich latach. W 2013 roku znacznie chętniej Polacy wybierali oryginalne, egzotyczne destynacje.

## 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 (25 placówek).

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

### **Analizą objęto 413 859 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)

## 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 konsumencjonalnych zachowań.

Prezentowane dane zostały uśrednione i nie uwzględniają sezonowości, która w branży stanowi istotny czynnik. Nie mniej jednak przyjęta metodologia wciąż pozwala na określenie jednolitego profilu klienta. Poza tym istotnym elementem są zmiany pobytu 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 8 lat.

Ideą raportu jest analiza profilu klientów Travelplanet.pl dokonujących zakupów w trzech kanałach sprzedaży: przez Internet, telefon oraz bezpośrednio w 25 Punktach Obsługi Klienta.

Celem raportu jest ocena roku 2013 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 najchętniej, 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

---

Urlopy w miesiącach letnich to od wielu lat największe żniwa dla biur podróży. Na zagraniczne wakacje wyrusza wówczas od 66 do ok 70 proc. Polaków. Dla touroperatorów zaczęły się one w 2013 roku już w czerwcu. Bo w tym miesiącu turyści wyruszali w świat chętniej niż w poprzednich latach. Skończyły się jednak przedwcześnie, bo we wrześniu przejawiali oni nieco mniejszą ochotę do wyjazdów zagranicznych niż w poprzednich latach.

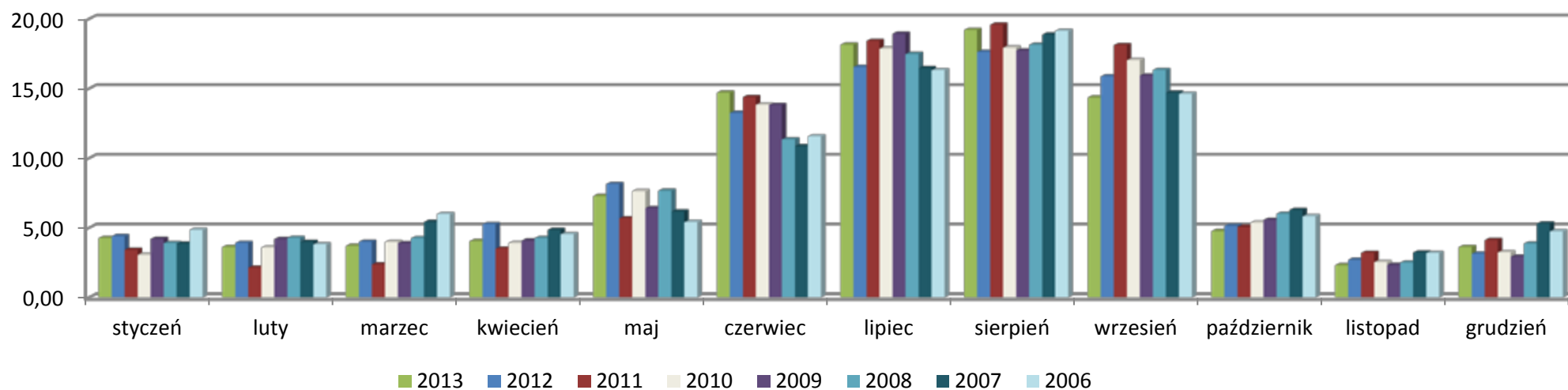
Wyjazdy w szczycie sezonu (lipiec i sierpień) powróciły do poziomu notowanego przed 2012 rokiem, kiedy to poziom obniżyła fala bankructw. Za to w sierpniu 2013 roku mieliśmy do czynienia z kolejną, wyjątkowo krwawą odstoną rewolucji w Egipcie. Jednak o ile ten fakt zaważył na ogólnym poziomie turystyki z Polski do tego kraju (po negatywnej rekomendacji MSZ polscy touroperatorzy wstrzymali wycieczki do Egiptu), to kompletnie nie wpłynął na wyjazdy zagraniczne. Turystom oferowano bowiem ekwiwalentne wycieczki do innych krajów.

## Termin wylotu

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
styczeń	4,26%	4,40%	3,42%	3,06%	4,20%	3,90%	3,86%	4,85%
luty	3,62%	3,91%	2,14%	3,58%	4,19%	4,27%	3,99%	3,81%
marzec	3,70%	4,00%	2,37%	3,98%	3,89%	4,25%	5,42%	5,98%
kwiecień	4,04%	5,26%	3,50%	3,90%	4,08%	4,26%	4,85%	4,54%
maj	7,28%	8,14%	5,68%	7,63%	6,41%	7,66%	6,17%	5,41%
czerwiec	14,70%	13,25%	14,38%	13,84%	13,82%	11,35%	10,86%	11,56%
lipiec	18,15%	16,55%	18,42%	17,87%	18,93%	17,48%	16,46%	16,32%
sierpień	19,21%	17,63%	19,58%	17,94%	17,73%	18,14%	18,87%	19,14%
wrzesień	14,35%	15,87%	18,12%	17,04%	15,93%	16,33%	14,70%	14,62%
październik	4,76%	5,15%	5,07%	5,37%	5,56%	6,00%	6,28%	5,83%
listopad	2,31%	2,70%	3,20%	2,54%	2,33%	2,50%	3,23%	3,19%
grudzień	3,62%	3,14%	4,12%	3,24%	2,93%	3,86%	5,31%	4,75%



## Termin wylotu



# Termin rezerwacji

– wczesne rezerwacje czy last minute

---

W porównaniu do okresu luty - kwiecień w poprzednich latach, gdy dokonywane jest ok. 20 proc. rezerwacji (w przeważającej mierze jest to first minute), w 2013 roku widać wyraźną wstrzeżliwość w podejmowaniu urlopowych decyzji. Taka sama sytuacja miała miejsce w 2011. Wówczas wybuchła Arabska Wiosna, a podobne zachowanie turystów teraz może być tłumaczone swoistą traumą po roku upadłości biur podróży w 2012 roku. Polacy woleli kupić wakacje nie zawczasu ale raczej na niedługo przed wyjazdem. Pokazuje to zwłaszcza poziom rezerwacji w miesiącach letnich. Co ciekawe, wyjątkowo niestabilna sytuacja w Egipcie i decyzje większości biur podróży o wstrzymaniu wyjazdów do tego kraju w sierpniu nie wpłynęły na ogólną skłonność do podróżowania. Warto pamiętać, że biura proponowały wówczas ekwiwalentne wyjazdy do innych krajów.

Rezerwacje w listopadzie i grudniu 2013 wróciły do poziomu z lat 2006 – 2007, a więc sprzed kryzysu. Dla branży turystycznej może być to ważny optymistyczny sygnał.

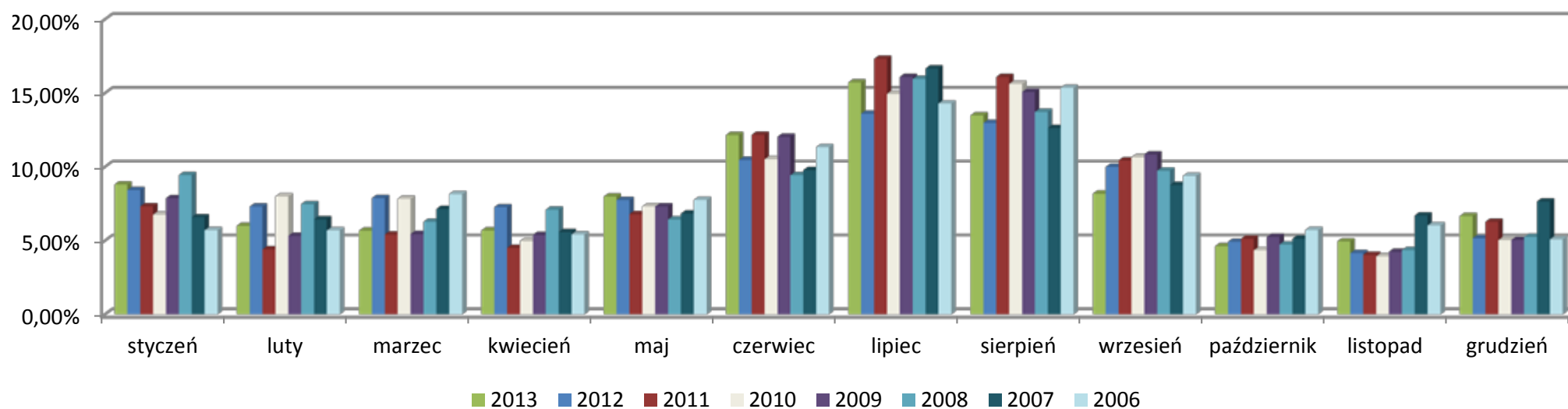
# Termin rezerwacji

– wczesne rezerwacje czy last minute

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
styczeń	8,81%	8,43%	7,32%	6,77%	7,88%	9,45%	6,59%	5,71%
luty	6,01%	7,31%	4,42%	8,00%	5,33%	7,48%	6,45%	5,70%
marzec	5,68%	7,89%	5,42%	7,84%	5,45%	6,28%	7,15%	8,16%
kwiecień	5,69%	7,27%	4,52%	4,98%	5,39%	7,10%	5,59%	5,43%
maj	7,99%	7,75%	6,80%	7,32%	7,32%	6,44%	6,84%	7,76%
czerwiec	12,16%	10,47%	12,18%	10,52%	12,04%	9,44%	9,78%	11,34%
lipiec	15,72%	13,61%	17,32%	14,95%	16,10%	15,96%	16,67%	14,30%
sierpień	13,49%	12,98%	16,10%	15,63%	15,08%	13,73%	12,64%	15,36%
wrzesień	8,19%	10,00%	10,45%	10,66%	10,85%	9,75%	8,78%	9,39%
październik	4,63%	4,93%	5,13%	4,35%	5,26%	4,75%	5,14%	5,72%
listopad	4,96%	4,16%	4,05%	3,94%	4,25%	4,36%	6,71%	6,04%
grudzień	6,67%	5,17%	6,29%	5,04%	5,05%	5,26%	7,66%	5,09%

# Termin rezerwacji

- wczesne rezerwacje czy last minute



# Odległość od rezerwacji do wylotu

– wczesne rezerwacje coraz popularniejsze

---

Wciąż najwięcej turystów uważa, że zakup wycieczki na ostatnią chwilę to najlepsze rozwiązanie: być może trafi się prawdziwa okazja. Za to coraz rzadziej wierzymy w to, że naprawdę ciekawą ofertę można trafić na kilkanaście dni – miesiąc przed wyjazdem. W latach 2012 – 2013 rezerwacji w takim okresie dokonywało 22-23 proc. Turystów. Wcześniej ten odsetek oscylował wokół 26-32 proc. Kiedy wobec tego najlepiej zdecydować się na wypoczynek marzeń za granicą? Klienci Travelplanet.pl wciąż uważają, że na kilka dni przed urlopem, ale od lat coraz więcej osób woli uczynić to naprawdę bardzo wcześnie, to jest na kilka miesięcy przed wyjazdem. Oferty last minute to bowiem kompromis pomiędzy atrakcyjną ceną (choć od paru sezonów to coraz radsze) a ograniczoną możliwością wyboru warunków pobytu. Na takie kompromisy nie trzeba się zgadzać rezerwując wycieczkę w trybie wczesnej rezerwacji, kiedy cena jest często nawet bardziej korzystna niż przy wyprawach na ostatnią chwilę, za to możliwość wyboru, miejscowości, hotelu, rodzaju żywienia itp. – nieporównywalnie większa.

Co znamienne, jeśli zsumować rezerwacje, dokonywane na miesiąc i wcześniej przed wyjazdem, to ich odsetek jest mniej więcej równy rezerwacjom typu last minute (na 10 i mniej dni przed wyjazdem). Ostatni raz taka sytuacja miała miejsce w latach 2007 – 2008, kiedy to wyjazdy na ostatnią chwilę były mniej popularne od wczesnych rezerwacji.

Fakt, że blisko ¼ turystów zdecydowała się na zarezerwowanie wakacji w trybie wczesnej rezerwacji, to – jak się wydaje – również konsekwencja konsolidacji branży. Turyści powierzali swe pieniądze wiarygodnym touroperatorom, co do których mieli przeświadczenie, że zabiorą ich na wakacje a nie zafundują wyłącznie podróży z domu na lotnisko, jak miało to miejsce rok wcześniej w wypadku wielu organizatorów turystyki.

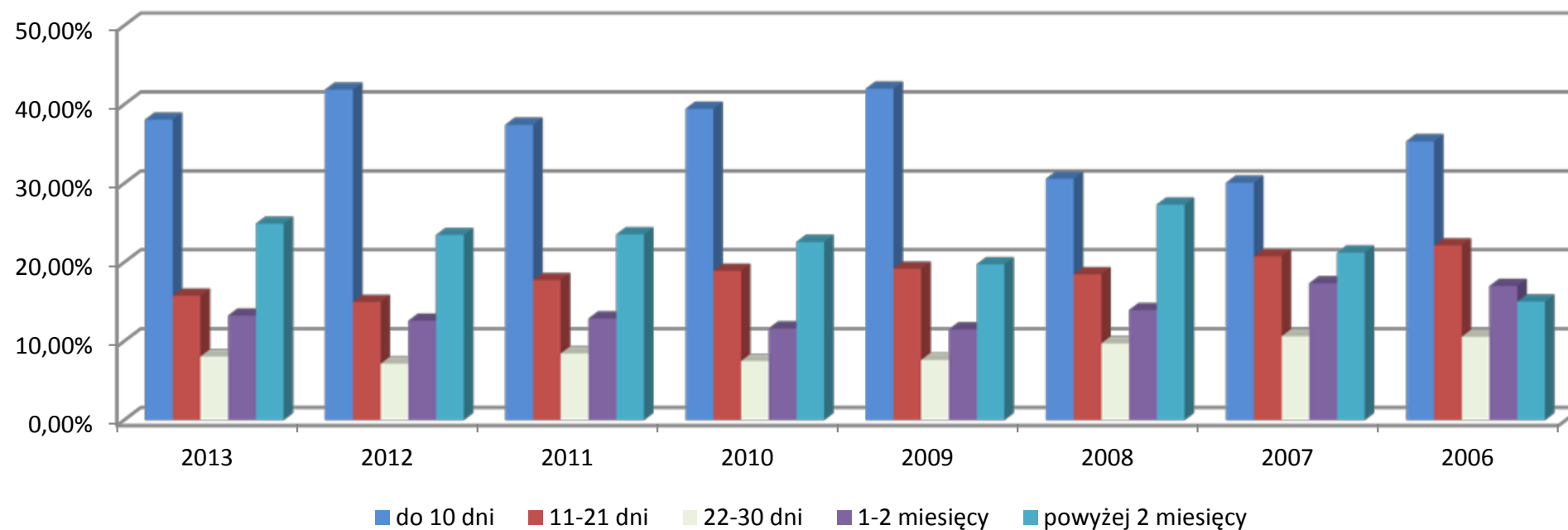
# Odległość od rezerwacji do wylotu

– wczesne rezerwacje coraz popularniejsze

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
do 10 dni	38,06%	41,88%	37,42%	39,44%	41,98%	30,58%	30,07%	35,32%
11-21 dni	15,75%	14,96%	17,75%	18,91%	19,18%	18,46%	20,76%	22,13%
22-30 dni	8,05%	7,14%	8,45%	7,48%	7,63%	9,72%	10,62%	10,56%
1-2 miesiące	13,24%	12,57%	12,86%	11,60%	11,49%	13,93%	17,33%	16,97%
powyżej 2 miesięcy	24,88%	23,45%	23,52%	22,57%	19,73%	27,31%	21,22%	15,02%

# Odległość od rezerwacji do wylotu

– wczesne rezerwacje coraz popularniejsze



## Wartość rezerwacji

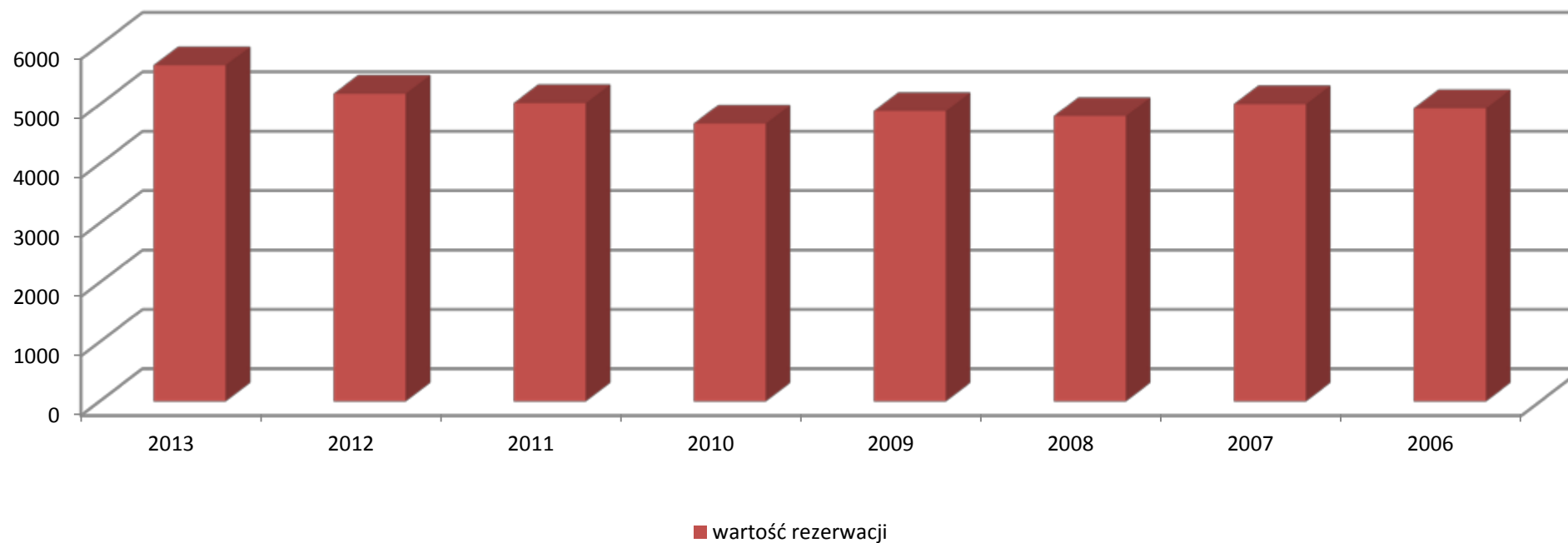
Wartość przeciętnej rezerwacji wzrosła o przeszło 9 proc. w stosunku do 2012 roku. To znacznie powyżej skali inflacji. To konsekwencja konsolidacji branży – turyści wybierali biura niekoniecznie najtańsze, bo znacznie ważniejsza była dla nich wiarygodność touroperatora. Innym czynnikiem powodującym wzrost przeciętnej rezerwacji był wyraźnie mniejszy odsetek podróży do najbardziej popularnych krajów i wzrost wyjazdów egzotycznych, a więc wyraźnie droższych.

Tzw. Wielka Piątka, czyli najpopularniejsze destynacje skumulowały ok. 75 proc. Ruchu turystycznego. W poprzednich latach ten odsetek przekraczał wyraźnie 80 proc.

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
wartość rezerwacji	5 661	5 182	5 024	4 678	4 890	4 806	5 007	4 938



## Wartość rezerwacji

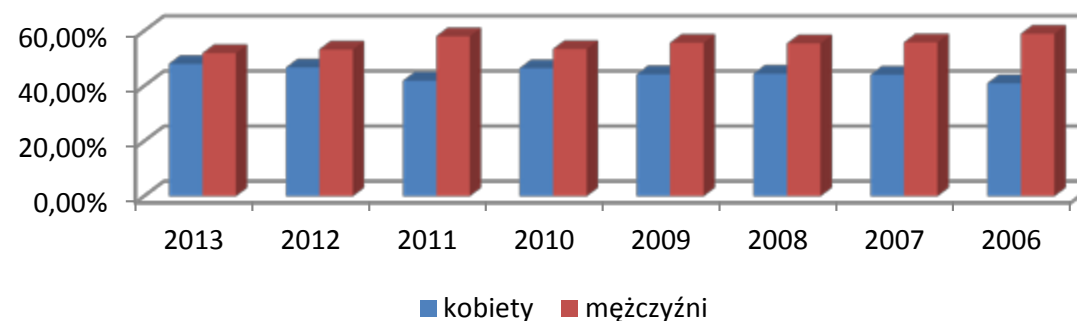


# Płeć

– wciąż płacą panowie

To panowie wciąż sięgają po portfel płacąc za wakacyjny wypoczynek, ale kobiety, które finalizują te decyzje wyraźnie ich gonią. W tym względzie Polacy są już bardzo blisko parytetu. To widoczna od lat tendencja, zakłócona jedynie w 2011 roku, kiedy to odsetek płacących kobiet spadł o 4,5 pkt proc. w stosunku do 2010 roku.

	kobiety	mężczyźni
● 2013	46,70%	53,30%
● 2012	46,70%	53,30%
● 2011	41,90%	58,10%
● 2010	46,51%	53,49%
● 2009	44,30%	55,70%
● 2008	44,51%	55,49%
● 2007	44,13%	55,87%
● 2006	41,03%	58,97%



## Kraje

---

Egipt to od lat absolutny lider turystycznych destynacji Polaków. Pierwszej pozycji nie stracił nawet w 2011 roku, gdy wybuchła tam tzw. Arabska Wiosna. Nie stracił jej i w 2013 roku, po czasowym wycofaniu ofert przez większość touroperatorów, wskutek krwawych zamieszek w tym kraju. Ale jego przewaga nad Grecją jest minimalna, choć to po sezonie letnim właśnie Grecja była, zdawać się mogło, niedościgłym liderem popularności wśród polskich turystów.

Do tzw. Wielkiej Piątki nie weszła również Bułgaria, wyraźnie dystansując po sezonie letnim Tunezję. Tej z kolei daleko do wyników z lat 2006 – 2010, choć to właśnie obok Grecji ten kraj był najczęstszym wyborem turystów, którzy zdecydowali się na zamianę wyjazdów z powodu zawieszenia wycieczek do Egiptu.

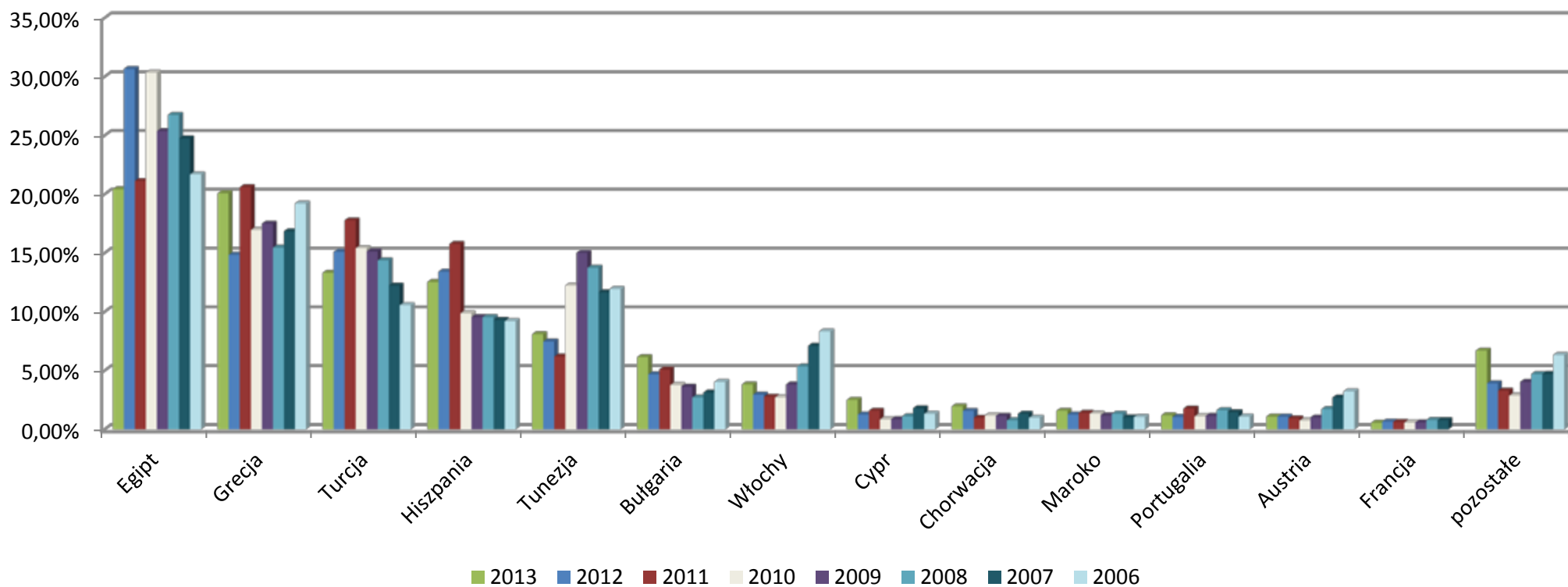
Spory wzrost popularności Włoch to wynik faktu, że polscy miłośnicy białego szaleństwa tam właśnie wyjeżdżają na narty i snowboard. Statystyki zimowe pokazywały, że tam właśnie wybrał się blisko co drugi narciarz, planujący zimowe wakacje za granicą, podczas gdy do Austrii – co czwarty.

Warto zwrócić uwagę, że Welka Piątka skumulowała ok. 75 proc. Ruchu turystycznego w 2013 roku. To wyraźnie mniej niż w latach 2008 – 2012. Podobny poziom odnotowaliśmy w latach “przedkrzysowych” (2006 – 2007). Warto odnotowania jest również odsetek turystów, którzy poszukują oryginalnych destynacji, będących poza pierwszą dziesiątką tych najbardziej popularnych. W 2013 roku “tam gdzie trudno spotkać Polaka” wyjechało 6,7 proc. naszych turystów. Podobny wynik odnotowaliśmy w 2006 roku, ale wówczas badanie obejmowało trzy razy mniej turystów niż w niniejszym raporcie.

## Kraje

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
Egipt	20,43%	30,66%	21,13%	30,35%	25,37%	26,75%	24,75%	21,69%
Grecja	20,09%	14,85%	20,60%	16,96%	17,49%	15,46%	16,85%	19,21%
Turcja	13,31%	15,10%	17,78%	15,41%	15,13%	14,38%	12,23%	10,57%
Hiszpania	12,54%	13,41%	15,77%	9,88%	9,55%	9,55%	9,32%	9,21%
Tunezja	8,10%	7,48%	6,20%	12,23%	15,02%	13,75%	11,66%	11,94%
Bułgaria	6,14%	4,68%	5,09%	3,77%	3,63%	2,72%	3,13%	4,03%
Włochy	3,82%	2,96%	2,78%	2,72%	3,82%	5,35%	7,11%	8,33%
Cypr	2,50%	1,27%	1,59%	0,85%	0,87%	1,11%	1,80%	1,32%
Chorwacja	1,95%	1,57%	0,99%	1,18%	1,15%	0,77%	1,32%	0,99%
Maroko	1,58%	1,27%	1,41%	1,34%	1,19%	1,32%	1,02%	1,05%
Portugalia	1,20%	1,05%	1,77%	1,11%	1,15%	1,63%	1,46%	1,08%
Austria	1,08%	1,08%	0,94%	0,75%	1,01%	1,72%	2,71%	3,23%
Francja	0,56%	0,66%	0,64%	0,58%	0,60%	0,79%	0,78%	
pozostałe	6,70%	3,92%	3,30%	2,87%	4,03%	4,70%	4,72%	6,33%

# Kraje



## Rodzaj zakwaterowania

---

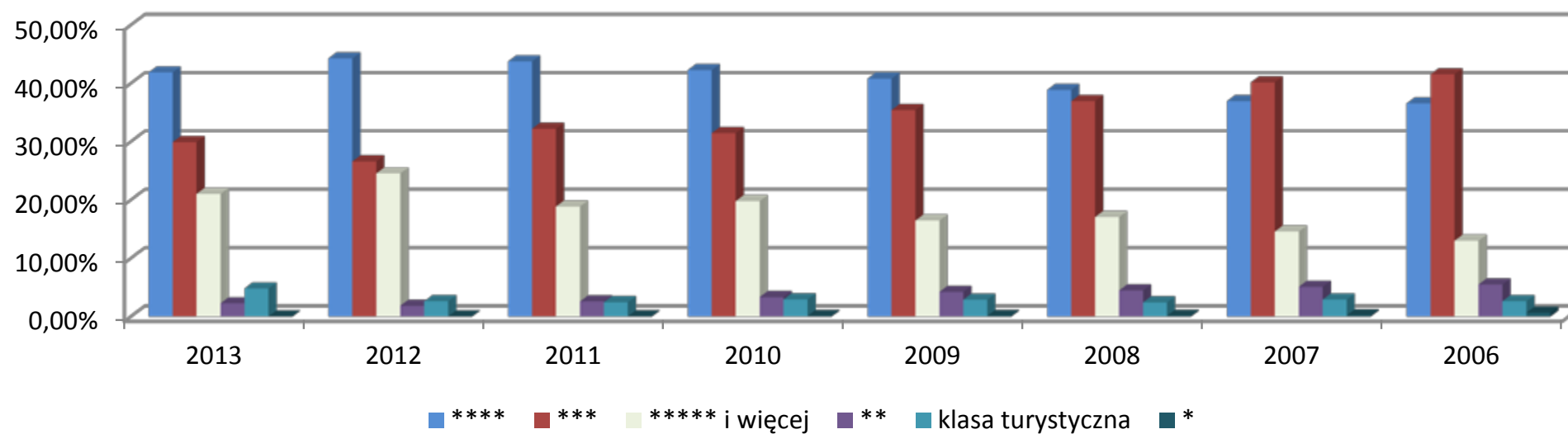
2013 rok był wyjątkowy pod względem kategorii hoteli, do jakich udawali się polscy turyści. O ile w poprzednich latach hotele 4\* i 5\* cieszyły się systematycznie rosnącym powodzeniem a te niższej kategorii coraz mniejszym zainteresowaniem polskich turystów, to w 2013 roku mieliśmy do czynienia z odwrotnym zjawiskiem. Trudno to o tyle tłumaczyć słowem – wytrychem “kryzys” bo to zjawisko miało miejsce przy zwiększonym o kilkanaście procent ruchu turystycznym. Polacy nie rezygnowali z wyjazdów w ogóle, ograniczali natomiast wyraźnie ich koszty.

Z powyższych faktów można wywieść tezę, że zagraniczna turystyka przestała być luksusem, na który nie żałuje się pieniędzy jeśli już się na niego zdecydujemy, a stała się składnikiem stylu życia, obejmującym zagraniczny odpoczynek nawet kilka razy w roku a tym samym stałym elementem planowania w domowych budżetach, stąd przykrwanie wydatków.

## Rodzaj zakwaterowania

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
****	41,88%	44,28%	43,77%	42,28%	40,81%	38,88%	36,95%	36,57%
***	29,92%	26,62%	32,21%	31,48%	35,42%	36,96%	40,18%	41,56%
***** +	21,05%	24,56%	18,88%	19,81%	16,48%	17,08%	14,60%	13,02%
**	2,29%	1,86%	2,60%	3,35%	4,24%	4,49%	5,11%	5,51%
turystyczna	4,83%	2,64%	2,48%	2,97%	2,91%	2,44%	2,94%	2,65%
*	0,03%	0,04%	0,06%	0,12%	0,13%	0,15%	0,22%	0,69%

## Rodzaj zakwaterowania





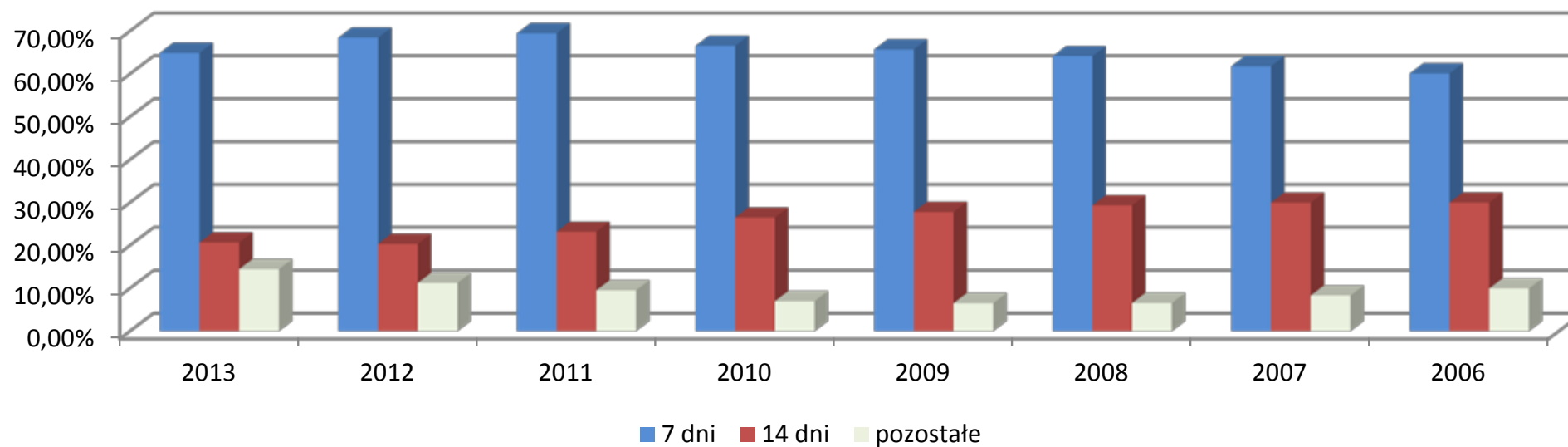
## Długość pobytu

Polski standard to tygodniowy urlop za granicą. Ale o ile jeszcze kilka lat temu na dwutygodniowe wakacje wyjeżdżał blisko co trzeci polski turysta, to od dwóch lat czyni tak mniej więcej co piąty.

Wzrósł za to bardzo wyraźnie odsetek wyjazdów w kategorii pozostałe. Oprócz wyjazdów 6 lub 8 dniowych oraz 12 – 13 dniowych (wynikających z układu lotów) warto zauważyć, że pobytów krótszych niż 7 dni jest blisko 2 razy więcej niż wakacji trwających dłużej niż 2 tygodnie. Te krótkie wypady zagraniczne to często tzw. City – Break, czyli weekendowe wyjazdy do metropolii popularne zwłaszcza pomiędzy tzw. Wysokimi sezonami (szczyt lata i zimy).

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
7 dni	64,90%	68,44%	69,46%	66,54%	65,70%	64,13%	61,76%	60,09%
14 dni	20,64%	20,32%	23,15%	66,54%	27,79%	29,32%	29,95%	29,97%
pozostałe	14,46%	11,24%	9,51%	6,98%	6,51%	6,55%	8,29%	9,94%

## Długość pobytu



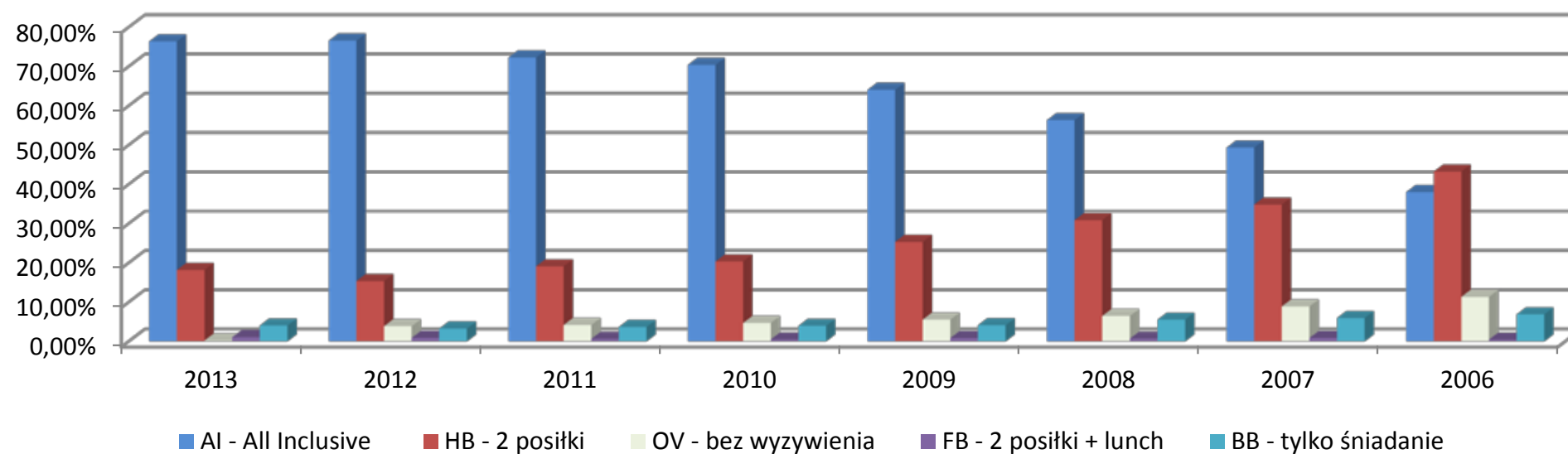
## Rodzaj wyżywienia

O ile polski turysta w ubiegłym roku godził się na obniżenie standardu noclegu to w wypadku wyżywienia – w daleko mniejszym stopniu. Dla polskiego turysty urlop ma być odpoczynkiem od wszelkich obowiązków, w tym konieczności organizowania posiłków. Ale może to również wynikać z... oszczędności: urlop z wyżywieniem, napojami itp. w cenie, może ostatecznie okazać się tańszy, niż samodzielne stołowanie się w restauracjach na mieście.

Jak silne jest to przekonanie, świadczą wieloletnie dane: na przestrzeni ośmiu lat liczba korzystających z opcji AI niemal podwoiła się natomiast korzystających z noclegów ze śniadaniem i bez wyżywienia spadła wielokrotnie.

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
AI - All Inclusive	76,41%	76,6%	72,30%	70,43%	64,05%	56,35%	49,35%	38,01%
HB - 2 posiłki	18,19%	15,4%	19,13%	20,37%	25,36%	30,90%	34,86%	43,26%
OV - bez wyżywienia	0,25%	3,9%	4,20%	4,72%	5,57%	6,49%	8,93%	11,36%
FB - 2 posiłki + lunch	1,09%	0,9%	0,65%	0,51%	0,87%	0,71%	0,88%	0,48%
BB - tylko śniadanie	4,06%	3,3%	3,70%	3,98%	4,15%	5,55%	5,98%	6,89%

## Rodzaj wyżywienia

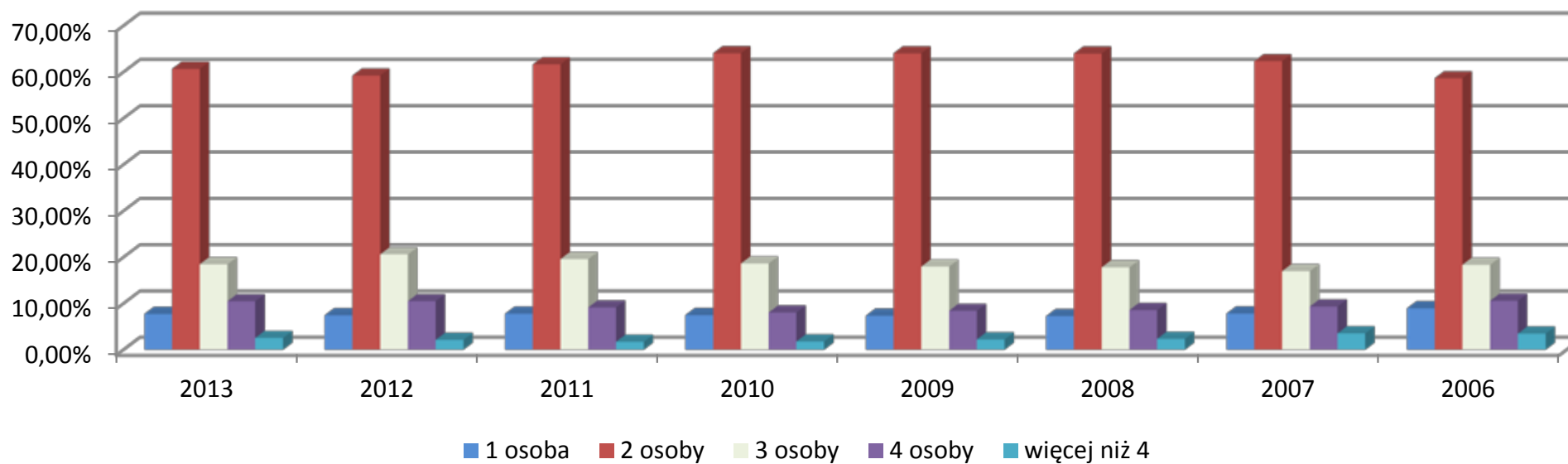


## Liczba osób na rezerwację

Polacy wciąż najchętniej podróżują w dwójkę, Odsetek singli na wycieczkach utrzymuje się na podobnym poziomie od lat. Wytłumaczenie jest proste: dopłata do pokoju często podwyższa koszt wyprawy nawet o 1/3.

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
1 osoba	7,73%	7,46%	7,79%	7,50%	7,36%	7,29%	7,83%	8,95%
2 osoby	60,68%	59,23%	61,65%	64,06%	64,04%	63,99%	62,33%	58,64%
3 osoby	18,48%	20,60%	19,59%	18,63%	17,96%	17,80%	16,97%	18,35%
4 osoby	10,48%	10,49%	9,15%	8,04%	8,41%	8,57%	9,33%	10,57%
więcej niż 4	2,56%	2,13%	1,72%	1,79%	2,23%	2,35%	3,54%	3,48%

## Liczba osób na rezerwację



## Typ dojazdu

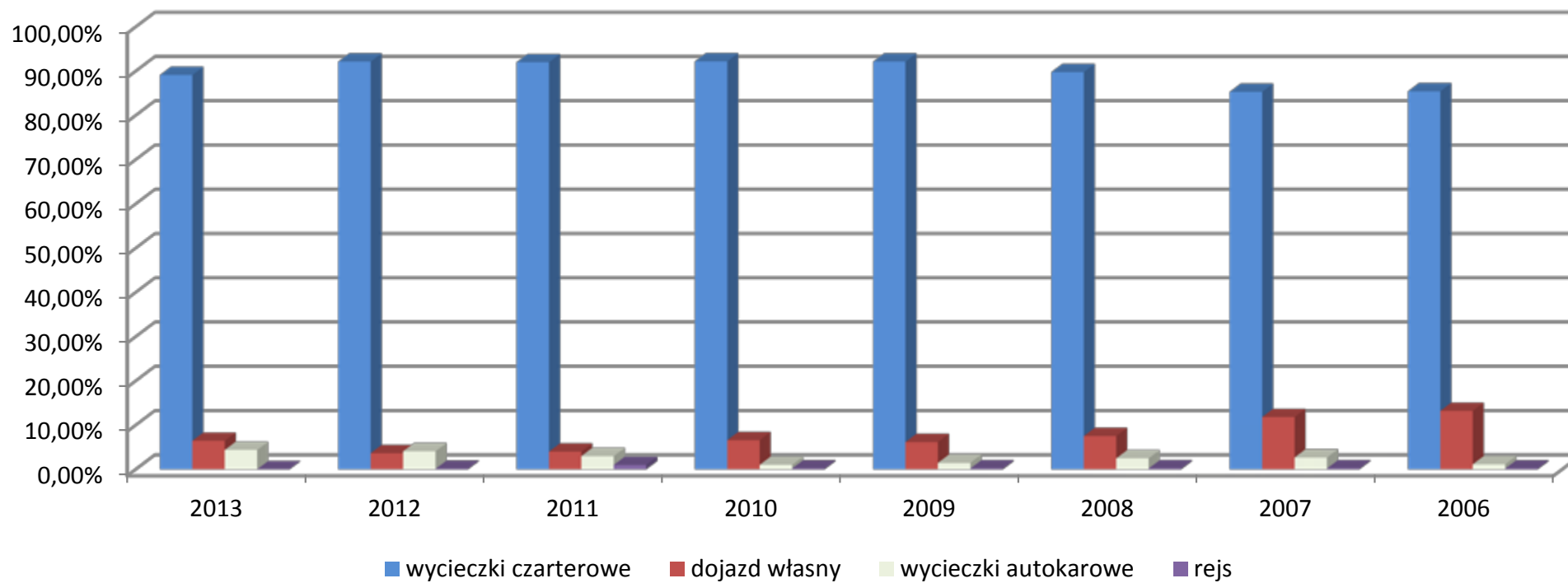
Jeśli na wakacje to samolotem - tak uważa wciąż około 9 na 10 turystów i taka tendencja utrzymuje się, a nawet umacnia od lat. Na przestrzeni tego czasu znacząco spadła gotowość do wyjazdu na zagraniczne wczasy na własną rękę, po 2013 roku widać że taka forma docierania do urlopowych miejsc przeżywa lekki renesans. Turycy wychodzą z założenia, że tam gdzie można dolecieć i dojechać, podróż samolotem jest szybsza, wygodniejsza a co najważniejsze: wcale nie droższa niż własny dojazd, gdy podsumuje się koszty paliwa, winiet drogowych itp.

Dojazdy własne to domena wypraw narciarskich, kiedy oprócz osobistych rzeczy trzeba zabrać również ekwipunek i nierzadko – jedzenie (Polacy preferują bowiem wyjazdy na narty do apartamentów). Wówczas ewentualna opłata za nadbagaż znacznie podrożyłaby koszty wakacji.

W 2013 roku po raz kolejny wzrósł odsetek wycieczek autokarowych. To najmniej wygodny sposób dojazdu do miejsca wypoczynku a jednocześnie najlepszy, jeśli oprócz albo zamiast relaksu na plaży chodzi o poznawanie nowych miejsc. Za rosnącą popularnością wyjazdów autokarowych może kryć się stale rosnący odsetek turystów, którzy nie są nastawieni wyłącznie na wypoczynek, lecz przede wszystkim na zwiedzanie ciekawych zakątków świata.

	● 2013	● 2012	● 2011	● 2010	● 2009	● 2008	● 2007	● 2006
wycieczki czarterowe	89,12%	92,15%	92,00%	92,20%	92,15%	89,78%	85,31%	85,44%
dojazd własny	6,47%	3,66%	4,00%	6,59%	6,18%	7,53%	11,81%	13,23%
wycieczki autokarowe	4,39%	4,08 %	3,00%	1,02%	1,47%	2,49%	2,68%	1,15%
rejs	0,02%	0,11%	1,00%	0,19%	0,20%	0,20%	0,20%	0,18%

## Typ dojazdu





# PODSUMOWANIE

## Podsumowanie

---

To był dobry, stabilny rok dla branży turystycznej. Nie wstrząsnęły nią wydarzenia w Egipcie, kiedy to pod presją polskiego MSZ większość touroperatorów zawiesiła czasowo wyjazdy do Egiptu. Polacy chcieli wypoczywać za granicą a kraj faraonów, mimo negatywnej kampanii, okazał się znów najpopularniejszym miejscem na wakacje Polaków.

Przed wszystkim jednak znacząco wzrosła liczba wyjazdów zagranicznych, zorganizowanych nie na własną rękę – czego mocno obawiano się po fali bankructw touroperatorów – ale właśnie przez biura podróży. Trauma turystów po wydarzeniach w 2012 roku szybko minęła. Stali się oni o tyle mądrzejsi, że nie polowali na supertanie wycieczki u przypadkowych touroperatorów, co pokazuje znaczący wzrost ceny przeciętnej rezerwacji. Uznali najwyraźniej, że lepiej zapłacić więcej, ale zagranicznej podróży nie kończyć już na lotnisku wylotowym

Na rynku następuje widoczna koncentracja sprzedaży wokół największych touroperatorów. Klienci są coraz mniej skłonni powierzać organizację wakacji małym lub nieznanym organizatorom. Dzięki tej tendencji presja cenowa jest niż-

sza a duzi i znani touroperatorzy mogą odważnie podnosić swoje ceny czego efekty zauważyliśmy w tym roku. Pod wieloma względami zachowania turystów, odzwierciedlone w ubiegłorocznych statystykach przypominają te z lat 2006 – 2008, a więc sprzed kryzysu. To optymistyczny sygnał dla branży, tak jak i ten, że wyjazd zagraniczny przestaje być dla polskich turystów synonimem luksusu a staje się składnikiem zdrowego trybu życia i regeneracji fizycznej i psychicznej.

### 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

[www.travelplanet.pl](http://www.travelplanet.pl)