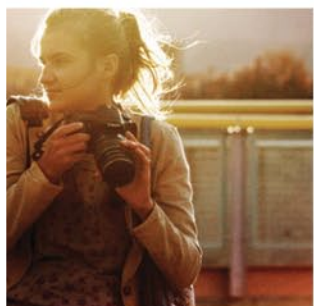
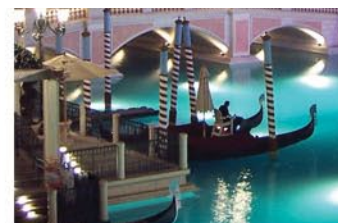
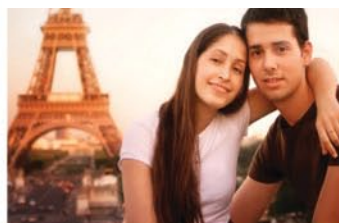


urlop na plaży



Podróże Polaków



Spis treści

3	IDEA RAPORTU
6	WYNIKI BADAŃ
7	Miejsce zamieszkania
9	Płeć
10	Rodzaj wybieranego dojazdu
12	Najpopularniejsze kraje
15	Najpopularniejsze miejsca wypoczynku
17	Długość wypoczynku
19	Liczba osób na rezerwację
20	Sposób płatności za wycieczki
21	Wyżywienie w hotelach
23	Standard hotelu
25	Termin wyjazdów
27	Termin rezerwacji
29	Czas od rezerwacji do wyjazdu
30	Wartość rezerwacji
31	O FIRMIE
32	Travelplanet.pl



IDEA
RAPORTU



Idea

Pierwszy raport „Analizy zachowań klientów kupujących wycieczki za pośrednictwem Internetu” powstał w 2002 roku. Niniejsze opracowanie jest jego bezpośrednią kontynuacją z ujętymi trendami z ostatnich 7 lat.

Ideą aktualnego raportu jest analiza zachowań klientów Travelplanet.pl dokonujących zakupów poprzez trzy kanały sprzedaży: Internet, telefon oraz sprzedaż bezpośrednią w 15 Punktach Obsługi Klienta.

Warto dodać, że w maju ub. roku Travelplanet.pl udostępniło klientom rezerwację online, czyli pełną możliwość dokonania rezerwacji bez udziału konsultanta. Od tamtej chwili rezerwacje internetowe obejmują zatem zarówno rezerwacje online jak i zamówienia złożone przez klientów przez stronę internetową, a realizowane za pośrednictwem Centrum Rezerwacji.

Celem raportu jest ocena obecnej sytuacji oraz ukazanie zmian w preferencjach zakupowych na przestrzeni 7 lat.

Niniejszy raport wskazuje w szczególności na kierunki sprzedaży. Uwzględnia przede wszystkim takie czynniki jak kraje i miejsca, do których polscy turyści wyjeżdżają najchętniej, sposoby dokonywania płatności, dane demograficzne użytkowników czy też okresy transakcyjne i wyjazdowe.

Podstawowym założeniem raportu jest przedstawienie profilu i preferencji klienta oraz jego podstawowych zachowań. Wnioski umożliwią lepsze zrozumienie potrzeb zarówno klientów sklepów internetowych, jak i klientów tradycyjnych biur podróży.

Rola Internetu, na etapie poszukiwań wyjazdu za granicę, jest nie do przecenienia. Nawet jeżeli klient preferuje zakupy w Punkcie Obsługi Klienta, to już dziś, zdecydowanie częściej niż kilka lat temu, wybierają cel swojej podróży korzystając z portalu. Internetowe usługi związane z turystyką wyjazdową są nadal rozwijającym się rynkiem, czego dowodem jest stale rosnące zainteresowanie wśród polskich internautów i coraz częstsze wybieranie tego kanału zakupu usług.



Badana grupa

Poniższy raport został stworzony na podstawie profili klientów dokonujących zakupu wyjazdów wakacyjno - urlopowych za pośrednictwem Internetu oraz Punktów Obsługi Klienta Travelplanet.pl (rozieszczonych w 15 największych miastach kraju).

Cała analiza zachowań bazuje na informacjach o klientach, zgromadzonych za pośrednictwem serwisu Travelplanet.pl S.A. i serwisów jego partnerów.

Analizą objęto ponad 150 000 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)

Metodologia

Cały projekt jest elementem kompleksowego badania polskich podróżnych dokonujących zakupu zagranicznych wyjazdów na urlop. Raport w głównej mierze został oparty na badaniach wtórnych oraz

analizach ilościowych. Tego rodzaju badania dają możliwość wyznaczenia profilu polskich turystów spędzających urlopy na tzw. wyjazdach „pakietowych” oraz ukazania ich konsumenckich zachowań.

Wyniki badań

Prezentowane dane zostały uśrednione i nie uwzględniają sezonowości, która w branży turystycznej jest niezwykle istotnym czynnikiem. Pozwala to jednak na określenie jednolitego profilu klienta. Poza tym nie bez znaczenia jest szybki wzrost popytu na wyjazdy w trakcie całego roku, w tym wyjazdy egzotyczne i narciarskie. W znaczący sposób niweluje to efekt sezonowości rozumianej, jako okres wakacyjny (lipiec-sierpień).

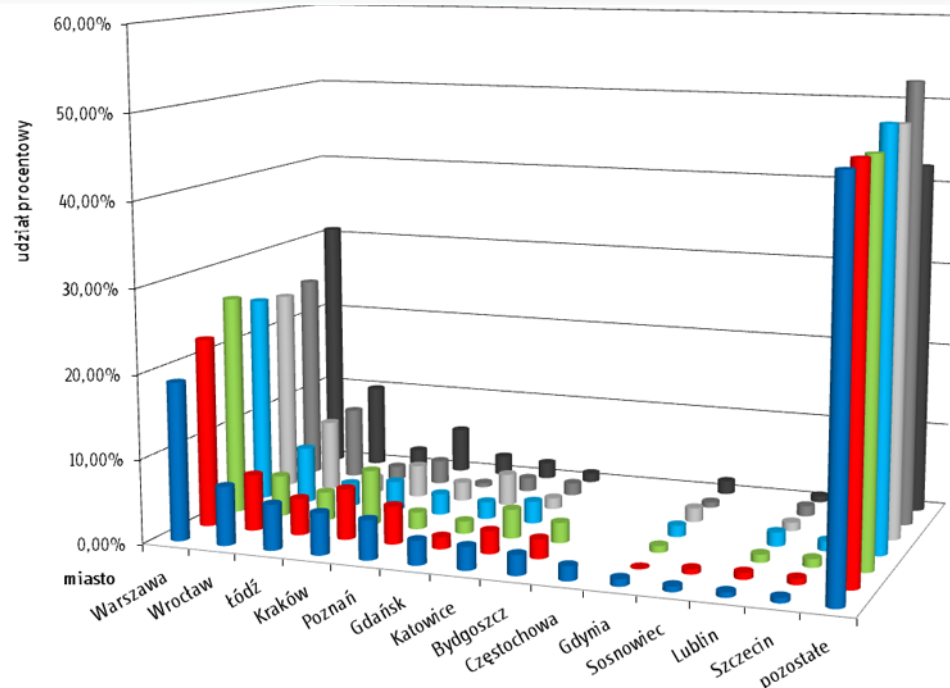




SZCZEGÓŁY
RAPORTU



Miejsce zamieszkania 2002-2008



Turyści z Warszawy stanowią najliczniejszą grupę klientów wyjeżdżających na wakacje za granicę – to prawie 1/5 turystów, którzy kupili wycieczki w Travelplanet.pl. Wynika to przede wszystkim z niestabilnej siły nabywczej ludności stolicy – największej aglomeracji Polski.

Jednak pozycja Warszawy, jako lidera na przestrzeni ostatnich lat, słabnie. Od trzech lat można zauważyć wzrost rezerwacji dokonywanych przez mieszkańców innych prężnie rozwijających się miast Polski.

Drugą pozycję utrzymuje Wrocław (7% klientów), następnie Łódź, Kraków i Poznań. Kolejne miejsca zajęły takie miasta jak Trójmiasto (Gdańsk i Gdynia), Katowice, Bydgoszcz oraz Częstochowa. Z danych wyraźnie wynika, że mieszkańcy mniejszych miast stają się coraz większą grupą podróżujących. Powody takiego stanu rzeczy, poza sprzyjającą koniunkturą gospodarczą w 2008 roku, są co najmniej trzy.

	Warszawa	Wrocław	Kraków	Poznań	Łódź	Katowice	Bydgoszcz	Gdańsk	Gdynia	Lublin	Szczecin	Sosnowiec	Olsztyn	Pozostałe
2008	18,82%	7,00%	5,43%	4,98%	4,71%	2,89%	2,77%	2,40%	1,71%	0,87%	0,64%	0,60%	0,60%	46,58%
2007	22,58%	6,71%	6,06%	4,55%	4,36%	2,70%	2,34%	1,45%	0,10%	0,80%	0,73%	0,61%		47,01%
2006	26,28%	4,89%	6,57%	2,03%	3,41%	3,45%	2,41%	1,49%	0,79%	0,94%	1,01%			46,73%
2005	24,86%	6,71%	3,53%	2,53%	2,80%	2,65%		2,06%	1,36%	1,67%	1,19%		1,32%	49,32%
2004	24,27%	8,47%	3,87%	2,25%	1,87%	1,33%		3,78%	1,68%	1,01%	1,75%		1,09%	48,63%
2003	25,01%	8,55%	2,86%	0,49%	1,61%	1,49%		1,63%	0,65%	1,24%	47,01%		1,61%	52,90%
2002	30,93%	10,02%	5,38%	2,32%	2,20%	1,10%		1,96%	1,59%	0,76%	47,01%			42,27%

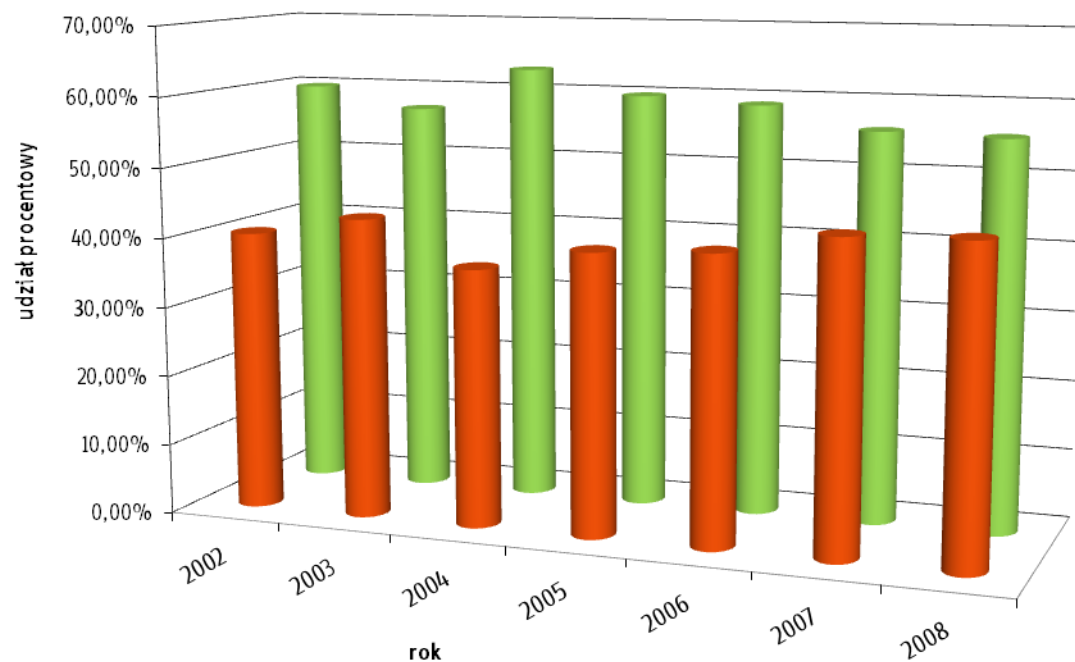
Po pierwsze: dynamiczny rozwój lotnisk lokalnych, które z roku na rok obsługują coraz więcej lotów czarterowych. Turyści nie muszą już zatem pokonywać setek kilometrów, aby polecieć samolotem na wymarzone zagraniczne wczasy. Kiedy najbliższe lotnisko lokalne jest w promieniu mniejszym niż 100 km, chętniej korzystają z lotniska lokalnego. Również organizatorzy wycieczek wychodzą chętnie naprzeciw oczekiwaniom swoich klientów, oferując coraz to więcej połączeń z lotnisk lokalnych. Dla większości dużych biur podróży wyloty z Poznania, Wrocławia, Krakowa, Katowic, Gdańska czy Łodzi bez dodatkowych opłat są standardem.

I to jest drugi powód, dzięki któremu mieszkańcy mniejszych miejscowości w 2008 roku tak chętnie korzystali z wypoczynku za granicą.

Po trzecie: od kilku lat wzrasta liczba Internautów (szczególnie w miejscowościach poza dużymi aglomeracjami) ze stałym dostępem do internetu. Dzięki możliwości korzystania z Internetu każdy klient przez 7 dni w tygodniu może dokonać rezerwacji siedząc wygodnie w domu przed komputerem czy też korzystając dodatkowo z telefonu.



Płeć osób 2002-2008

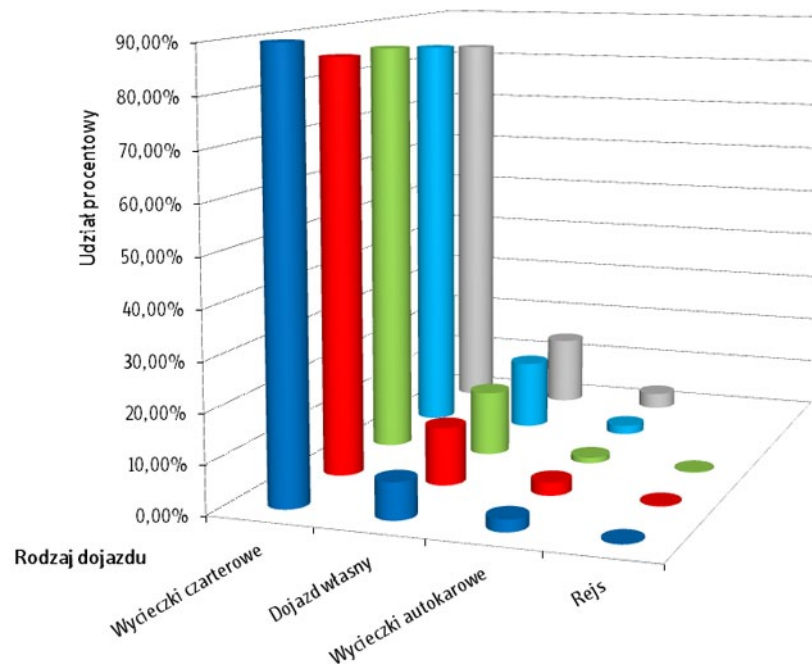


Ostatnie lata ukazują wzrost rezerwacji dokonywanych przez kobiety. Widać wyraźną tendencję dążącą do wyrównania liczby rezerwacji dokonywanych przez mężczyzn i kobiety.

Panie w ostatnich latach zaczęły coraz odważniej podróżować samodzielnie lub w tzw. „damskim towarzystwie”, szczególnie poza sezonem, kiedy biura podróży wprost prześcigają się w ofertach gratisowych wycieczek fakultatywnych. Nie bez znaczenia jest również fakt, że często to kobieta decyduje o ostatecznym wyborze oferty wypoczynku- naturalnym krokiem jest więc dokonanie finalnej rezerwacji.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
● Kobiety	40,22%	43,08%	36,89%	40,22%	41,03%	44,13%	44,51%
● Mężczyźni	59,78%	56,92%	63,11%	59,78%	58,97%	55,87%	55,49%

Rodzaje wybieranego dojazdu 2002-2008



	Wycieczki czarterowe	Dojazd własny	Wycieczki autokarowe	Rejs
● 2008	89,78%	7,53%	2,49%	0,20%
● 2007	85,31%	11,81%	2,68%	0,20%
● 2006	85,44%	13,23%	1,15%	0,18%
● 2005	84,01%	14,14%	1,85%	
● 2004	82,49%	14,25%	3,26%	

Rodzaj wybieranego dojazdu został uwzględniony w raporcie po raz pierwszy 5 lat temu. Od tego czasu wyjazdy czarterowe, w każdym z raportów stanowią przeważający rodzaj dojazdu na wakacje. W 2008 roku prawie 90% klientów wybrało wczasy z tą formą dojazdu.

Polacy doceniają wygodę i szybkość przemieszczania się samolotem, co przy 7 dniowym urlopie stanowi niezaprzeczalną zaletę i daje możliwość jak najpełniejszego wykorzystania czasu na odpoczynek.

Dojazd własny wybierają przede wszystkim osoby korzystające z ofert narciarskich, wyjeżdżające do regionów alpejskich (Austria, Włochy, Francja) oraz na Słowację. Z kolei latem niestąbnącym powodzeniem wśród osób preferujących dojazd własny cieszy się Chorwacja - głównie z powodu urokliwego wybrzeża i małej ilości lotnisk czarterowych.

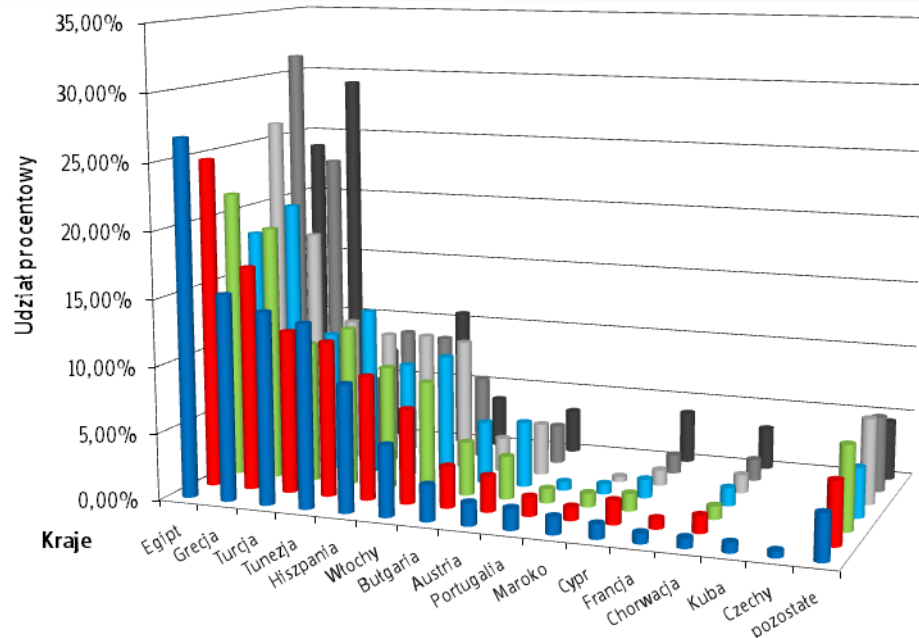
Warto zauważyć, że Polacy wypoczynek z dojazdem własnym częściej planują samodzielnie, chcąc wykorzystać podróż także na zwiedzanie. Stąd w rankingu dojazd własny wykupiony za pośrednictwem biura podróży stanowi tylko 7,53%. Jest to znacząca zmiana w stosunku do poprzednich lat, np. w 2005 roku prawie 15% z dojazdem własnym.

Wycieczki autokarowe stanowią 2,5% i należą do nich przede wszystkim europejskie trasy wycieczek objazdowych, szczególnie popularnych wiosną i jesienią.

W zestawieniu po raz trzeci pojawiają się rejsy jako typ dojazdu, choć jest to raczej forma wypoczynku, będąca kompleksowym pakietem usług związanych z pobytem na luksusowym statku połączonym ze zwiedzaniem. Statek przemieszcza się nocą, a w ciągu dnia cumuje w kolejnych portach np. Morza Śródziemnego czy Karaibów. Na razie taki sposób spędzenia urlopu wybiera niewielu klientów – zaledwie ułamek procenta. Można się jednak spodziewać, że udział rejsów w następnych latach będzie systematycznie rósł, głównie ze względu na wygodę zwiedzania i atrakcyjność rejsu.



Najpopularniejsze kraje 2002-2008



Od trzech lat Egipt jest niekwestionowanym liderem destynacji polskiej turystyki wyjazdowej. W 2008 roku ten kraj wybrało prawie 27% wszystkich wyjeżdżających za pośrednictwem Travelplanet.pl. I nic w tym dziwnego, szczególnie jeżeli weźmiemy pod uwagę tylko 3 godziny lotu i słońce przez cały rok. Polacy wybierają Egipt równie chętnie w sierpniu jak i w marcu czy październiku. Ponadto każde z 10 lotnisk lokalnych - bez jednego wyjątku - umożliwia wylot do Egiptu.

Kraj Faraonów oferuje polskim turystom zróżnicowany program pobytu od pięknych plaż, niespotykanej urody rafy koralowe (które można podziwiać już po godzinnym szkoleniu w rozlicznych szkółkach nurkowania i snoorkowania), pustynne piaski po najważniejsze zabytki kultury starożytnego świata z piramidami na czele.

	Egipt	Grecja	Turcja	Tunezja	Hiszpania	Włochy	Bułgaria	Austria	Portugalia	Maroko	Cypr	Francja	Chorwacja	Kuba	Czechy	Pozostałe
● 2008	26,75%	15,46%	14,38%	13,75%	9,55%	5,35%	2,72%	1,72%	1,63%	1,32%	1,11%	0,79%	0,77%	0,75%	0,50%	3,45%
● 2007	24,75%	16,85%	12,23%	11,66%	9,32%	7,11%	3,13%	2,71%	1,46%	1,02%	1,80%	0,78%	1,32%			4,72%
● 2006	21,69%	19,21%	10,57%	11,94%	9,21%	8,33%	4,03%	3,23%	1,08%	1,05%	1,32%		0,99%			6,33%
● 2005	18,16%	20,46%	10,60%	12,60%	8,65%	9,51%	4,68%	4,94%	0,65%	0,78%	1,42%		1,36%			3,74%
● 2004	26,34%	17,66%	10,92%	10,07%	10,19%	9,91%	2,57%	3,93%		0,39%	1,17%		1,37%			6,44%
● 2003	31,40%	23,09%	5,49%	9,56%	9,29%	6,26%		2,95%			1,43%		1,62%			5,71%
● 2002	23,84%	29,10%	7,09%	3,67%	10,64%	3,79%		3,30%			3,91%		3,18%			4,52%

W ostatnim roku modny stał się również wypoczynek w Egipcie, podczas którego klienci wybierają się na jedno - lub dwudniową wycieczkę do Izraela. Nocne wejście na górę Synaj, zwiedzanie Betlejem i Jerozolimy stanowią niezapomniane przeżycia, szczególnie dla tych, którym droga jest kultura i religia chrześcijańska oraz jej korzenie w kulturze żydowskiej.

Drugie miejsce w rankingu popularności krajów wyjazdowych zajęła Grecja, do której wybrało się 15,5% turystów. Dzięki różnorodności krajobrazów, kierunków, regionów turystycznych oraz doskonałej i zróżnicowanej bazie hotelowej Polacy bardzo często wybierają to państwo jako miejsce swojego wypoczynku.

W 2008 roku jedno z biur podróży do swojej oferty wprowadziło nowy kierunek - wyspę Evia (Eubea), która kusi przede wszystkim mniej zatłoczonymi plażami w stosunku do tłumniej odwiedzanej Krety czy Rodosu.

Zyskują na popularności Turcja i Tunezja, które w 2008 roku zyskały w rankingu, a od 3 lat ich pozycja pośród miejsc urlopowych Polaków rośnie. Turcja stała się ośrodkiem wypoczynkowym przede wszystkim dla rodzin z dziećmi. Stosunkowo nowa baza (większość hoteli powstała w ciągu czterech ostatnich lat), doskonale przygotowane kompleksy hotelowe, ogrody ze słynnymi już atrakcjami wodnymi i licznymi basenami oraz możliwość zakwatero-

wania w pokojach w opcji 2+2 powodują, że ten kraj staje się coraz popularniejszy (w 2003 roku 5,49% rezerwacji, a w 2008 roku 14,38 % rezerwacji).

Tunezję z kolei wybierają przede wszystkim osoby młode, dla których ważny jest nie tyle komfort wypoczynku, co doskonała wakacyjna zabawa. Kilometry pięknych piaszczystych plaż i życie nocne - oto argumenty, które sprawiają, że Tunezja jest tak często wybierana przez Polaków.

Poza oczywistymi walorami krajobrazowo - klimatycznymi, wypoczynek w Turcji i Tunezji był jednym z najtańszych w ubiegłym roku. Dzięki silnej złotówce wyjazd na wczasy w strefę dolarową był zdecydowanie tańszy niż tradycyjny wypoczynek nad Bałtykiem.

Piąte miejsce w rankingu od lat zajmuje Hiszpania, do której zalicza się położone w Afryce Wyspy Kanaryjskie. Polacy od lat ufają hiszpańskiej gościnności i fantazji południowców, chętnie korzystając z możliwości całorocznego wypoczynku w jednym z licznych kurortów Hiszpanii.

Warto wspomnieć, że w naszym zestawieniu w pierwszej piątce pojawiają się trzy kraje, w których można wypocząć cały rok - jest to Egipt, Tunezja i Hiszpania.

W drugiej połowie pierwszej dziesiątki rankingu najpopularniejszych miejsc urlopowych nastąpiły

zmiany w stosunku do ubiegłego roku. Wyraźnie swą pozycję straciły Włochy, Austria i Bułgaria, a zyskały Portugalia i Maroko. Włochy i Austria są licznie odwiedzane przede wszystkim przez amatorów białego szaleństwa. Od listopada do marca Polacy wybierają te kraje głównie ze względu na doskonałe trasy narciarskie, parki snowboardowe oraz bardzo bogatą ofertę pobytów z karnetami w cenie (free ski).

Maroko i Portugalię odwiedzili przede wszystkim turyści, którzy wyjeżdżają kolejny raz i poszukują nowych miejsc wypoczynku, nie chcąc spotkać w samolocie do Egiptu znajomego czy sąsiada. Te dwa kraje idealnie nadają się na wypoczynek również poza sezonem wakacyjnym.

Warunki pogodowe sprawiają, że urlop w czerwcu lub wrześniu będzie równie słoneczny jak lipcowy, a z pewnością mniej upalny.

Nie dziwi również fakt, że w pierwszej piętnastce miejsc wypoczynku Polaków znajdują się Cypr, Francja, Chorwacja, Kuba i Czechy. Francja jest po raz drugi w naszym zestawieniu, Czechy natomiast w ostatnim roku bardzo zyskały na popularności i stały się jednym z ulubionych miejsc wypadów narciarskich Polaków, szczególnie tych mieszkających w bliskiej odległości od granicy.

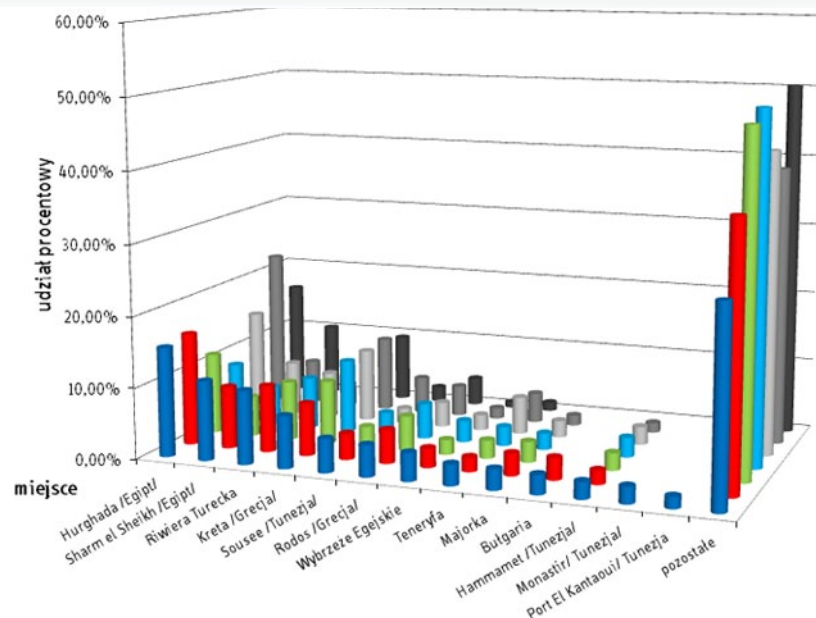
Udział Chorwacji wśród 15 krajów zmniejszył się o ponad połowę, głównie dlatego, że bardzo często Polacy samodzielnie rezerwują apartamenty czy kempingi w Chorwacji, nie korzystając z pośrednictwa biur podróży.

Wyspa Afrodyty - Cypr, mimo ogromnego bogactwa krajobrazowego i doskonałego zaplecza turystycznego, nie był po prostu modny, tak jak na przykład Portugalia.

Kuba jest jedynym przedstawicielem kierunków egzotycznych, które znajdują się wśród 15 najpopularniejszych kierunków wyjazdowych ubiegłego roku. Coraz lepsza baza noclegowa i zaplecze hotelowe oraz stosunek kursowy złotówki i dolara były dla Polaków dużą zachętą do wyboru Kuby - ostatniego z państw, gdzie można bez problemów z wizą zobaczyć socjalizm „na ulicy”.



Najpopularniejsze miejsca 2002-2008



Na 27% udziału Egiptu w rankingu na najpopularniejszy kraj wypoczynkowy Polaków zapracowały dwa bardzo znane kurorty: Hurghada oraz Sharm El Sheik (odpowiednio 15,49% i 11,25%).

Trzecie miejsce w ubiegłym roku zajęła Riwiera Turecka, którą wybrał co 10 Polak spędzający urlop za granicą. Turkusowe wybrzeże (bo tak nazywana jest Riwiera Turecka) olśniewa szerokimi plażami i czystymi wodami morza Śródziemnego. Wśród nadmorskich kurortów, takich jak Alanya, Antalya, Belek, Kemer czy Side ciągną się tętniące życiem promenady.

Wyspy greckie Kreta i Rodos nadal są bardzo licznie odwiedzane przez Polaków (odpowiednio 7,4% i 4,46%). Obie swoją popularność poza historią i zabytkami zawdzięczają

	Hurghada /Egipt/	Sharm el Sheikh /Egipt/	Riwiera Turecka	Kreta /Grecja/	Sousee /Tunezja/	Rodos /Grecja/	Wybrzeże Egejskie	Teneryfa	Majorka	Bułgaria	Hammamet /Tunezja/	Monastir /Tunezja/	Port El Kantaoui /Tunezja/	Pozostałe
● 2008	15,49%	11,26%	10,40%	7,40%	4,77%	4,46%	3,96%	2,99%	2,90%	2,72%	2,38%	2,37%	1,62%	27,28%
● 2007	15,95%	8,81%	9,45%	7,42%	3,68%	4,79%	2,73%	2,05%	3,15%	3,13%	1,96%			36,88%
● 2006	11,45%	5,69%	8,37%	8,94%	2,91%	4,94%	2,08%	2,57%	2,93%		2,47%			47,65%
● 2005	8,41%	5,59%	7,33%	10,36%	3,22%	5,01%	3,09%	2,72%	2,30%		2,80%			49,17%
● 2004	14,69%	7,60%	6,52%	10,37%	2,14%	3,55%	2,20%	5,32%	2,38%		2,56%			42,67%
● 2003	22,32%	6,30%	3,30%	10,65%	5,16%	4,37%	1,53%	4,26%	1,45%		1,37%			39,29%
● 2002	16,24%	10,26%	5,56%	9,54%	2,14%	3,99%	0,76%	1,22%						50,29%

doskonałej bazie noclegowej i zapleczu dla miłośników sportów wodnych od jachtów po windsurfing.

W zestawieniu zebraliśmy wszystkie regiony wypoczynku, których udział wynosił ponad 1%. Trzynaście regionów stanowi w sumie ponad 70% miejsc urlopowych Polaków.

W 2008 roku w rankingu znalazły się aż 4 regiony Tunezji, łącznie uzyskując ponad 11%. Szczególnie widoczny stał się udział dwóch nowych miejscowości: Monastiru i Portu El Kantaoui, które poza wcześniej znanymi polskim turystom Sousse i Hammamet stały się modne, szczególnie wśród młodszych klientów. Warto dodać, że w ubiegłym roku oferty wczasów w Tunezji zaliczały się do najtańszych opcji wypoczynku. Wystarczyło nieco ponad tysiąc złotych, by spędzić tam tygodniowe wakacje.

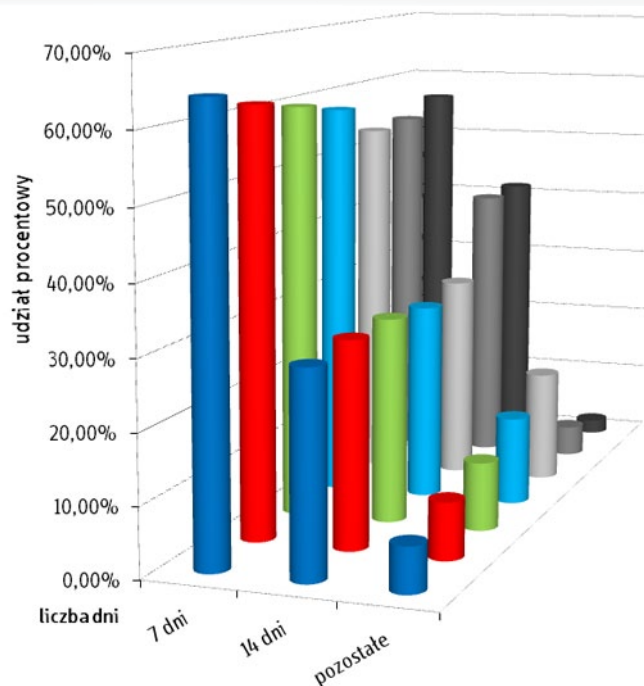
Swą pozycję straciły Majorka i Bułgaria, utrzymując jednak swoje miejsce w pierwszej dziesiątce najpopularniejszych destynacji. Były jednak rzadziej wybierane niż w latach wcześniejszych (np. w 2007 roku).

Niemal 30% w stosunku do roku 2007 roku zyskała Teneryfa – największa i najbardziej znana wśród Wysp Kanaryjskich, która przez cały rok kusi łagodnym klimatem.

Wśród najpopularniejszych miejsc (regionów) urlopowych Polaków brak miejscowości związanych z wypoczynkiem zimowym, które stanowiły bardzo niewielki odsetek wszystkich miejscowości wybieranych przez polskich turystów.



Długość wypoczynku 2002-2008



	7 dni	14 dni	Pozostałe
2008	64,13%	29,32%	6,55%
2007	61,76%	29,95%	8,29%
2006	60,09%	29,97%	9,94%
2005	58,27%	28,87%	12,86%
2004	53,59%	30,10%	16,32%
2003	54,03%	41,53%	4,44%
2002	56,36%	41,56%	2,08%

Coraz wyraźniej widać tendencję zmian zachowań urlopowych Polaków, na którą zwróciliśmy uwagę już rok temu: wypoczywamy krócej, ale częściej, czasem dwa razy do roku.

Wyjazdy 7 dniowe to już 64% wszystkich rezerwacji dokonanych w Travelplanet.pl. Dla porównania cztery lata temu stanowiły one 53%. Z roku na rok widać, że po pierwsze dopasowanie urlopów małżonków i partnerów na całe dwa tygodnie staje się coraz trudniejsze. Po drugie, skoro w Egipcie, Tunezji czy Hiszpanii sezon trwa prawie cały rok, to dlaczego nie wyjechać dwa razy do roku?

Oprócz wyjazdów wakacyjnych (lipcowo-sierpniowych) Polacy korzystając z kalendarzowych dni wolnych organizują wyjazdy na długie weekendy czy w inne dni wolne, tj: Nowy Rok, 1-3 maja, Boże Ciało czy listopadowe Święto Niepodległości idealnie wpasowują się w plany urlopowe.

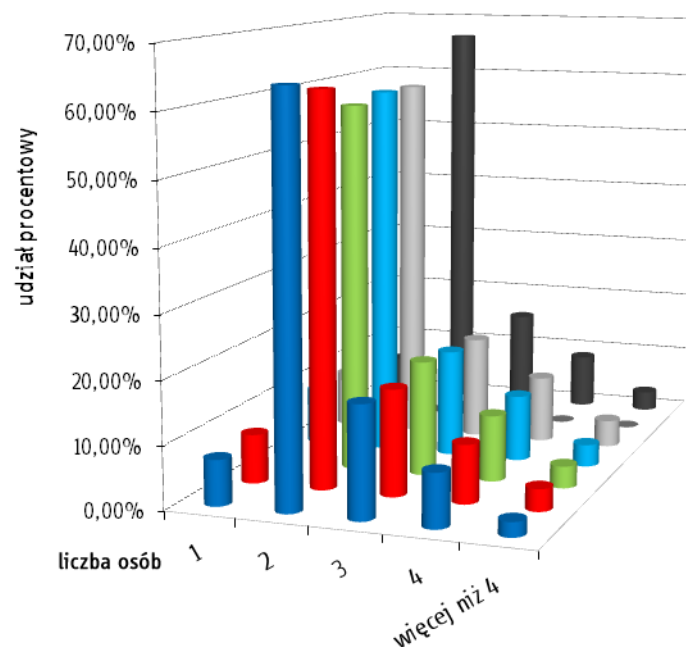
Bez zmian w stosunku do 2007 roku pozostały wyjazdy na 14 dni stanowiąc prawie 30% wszystkich wyjazdów turystów z Polski. Różnica cenowa pomiędzy 7 i 14 dniowym wypoczynkiem nie jest zbyt duża. Czasem wystarczy dopłacić około 20% wartości rezerwacji, by urlopowy wypoczynek wydłużyć dwukrotnie. Wyjazdy na dwa tygodnie cieszą się szczególnym zainteresowaniem wśród rodzin z dziećmi- rodzice chcą spędzić z dziećmi jak najwięcej czasu.

Wyjazdy krótsze np. 3 - 4 dniowe lub dłuższe, np. 10 dniowe nie są w Polsce bardzo popularne. Z jednej strony wynika to z pobytu - tydzień stał się jednostką urlopową na wypoczynek, a z drugiej strony dopasowanie i przygotowanie ofert na wyjazdy niestandardowe jest obciążone znacznym kosztem pracy, co w stosunku do ryzyka może być dla biur podróży po prostu nieopłacalne.

Można się jednak spodziewać, że oferty umożliwiające np. 4 dniowy pobyt na Majorce czy wybrzeżu Costa del Sol, szczególnie poza sezonem, pojawią się na polskim rynku i w krótkim czasie zdobędą popularność nie mniejszą niż w Niemczech czy Wielkiej Brytanii.



Liczba osób 2002-2008



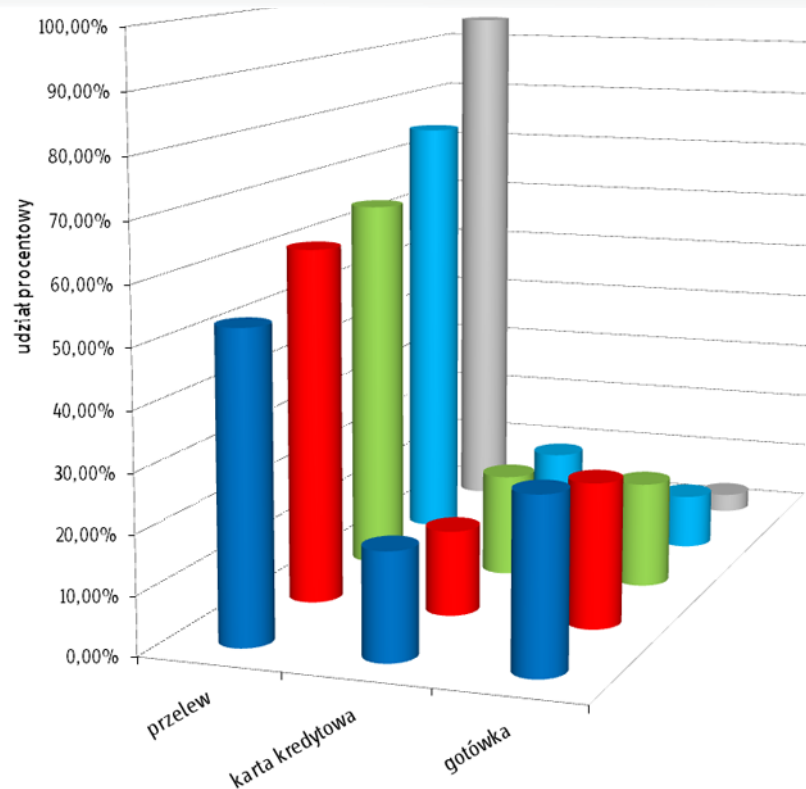
	1	2	3	4	Więcej niż 4
● 2008	7,29%	63,99%	17,80%	8,57%	2,35%
● 2007	7,83%	62,33%	16,97%	9,33%	3,54%
● 2006	8,95%	58,64%	18,35%	10,57%	3,48%
● 2005	8,92%	59,69%	17,22%	10,63%	3,54%
● 2004	8,93%	59,47%	16,56%	10,75%	4,31%
● 2003	6,83%	57,88%	19,52%	11,22%	4,55%
● 2002	5,99%	66,50%	15,53%	8,80%	3,18%

W ubiegłym roku najczęściej dokonywane były rezerwacje na dwie osoby (prawie 64% wszystkich rezerwacji) i te tendencje praktycznie nie zmieniają się w ostatnich latach.

Wyjazdy w pojedynkę (single) stanowią nieco powyżej 7% wszystkich rezerwacji, natomiast wyjazdy rodzinne w sumie ponad 1/4 (pokoje trzy i czteroosobowe).

Może to wynikać z faktu, iż standardem hotelowym są pokoje dwuosobowe. W większości hoteli można oczywiście skorzystać opcji dopłaty do pokoju dwuosobowego dla jednej osoby. Wysokość tej opłaty zachęca raczej do organizowania wyjazdów w gronie znajomych i dzielenia z nimi pokoju niż korzystania z pokoju dwuosobowego dla jednej osoby. Hotele z tzw. opcją 2+2, czyli dwoma dostawkami, również nie są zbyt popularne. W katalogach touroperatorów tylko część obiektów dysponuje takimi formami zakwaterowania. Wyjątkiem są apartamenty w regionach narciarskich Włoch czy Austrii, które oferują doskonałą bazę noclegową na wyjazdy rodzinne czy też w gronie znajomych, np. pokoje cztero i sześciuosobowe.

Sposób płatności 2004-2008



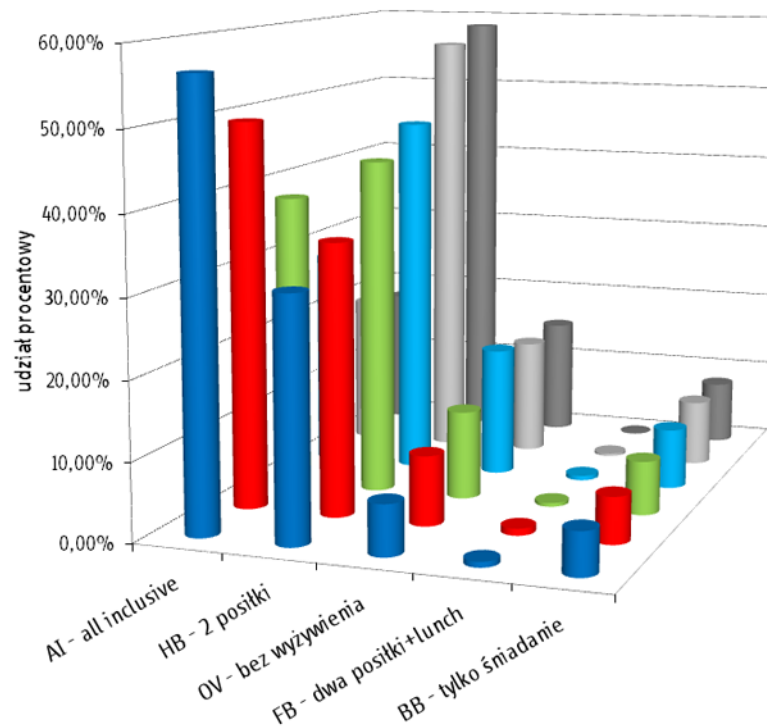
15 Punktów Obsługi Klienta działających przez cały 2008 rok wpłynęło na wykres obrazujący sposoby płatności za wycieczki. Przed czterema laty, kiedy powstawały pierwsze POK, udział gotówki wynosił niespełna 10%, natomiast w ubiegłym roku już prawie 30%.

Ilość rezerwacji dokonywanych i finalizowanych w Punktach sprzedaży bezpośredniej wpłynęła również na zmniejszenie udziału przelewów oraz wzrost płatności kartą kredytową.

20

	Przelew	Karta kredytowa	Gotówka
● 2008	52,35%	18,26%	29,39%
● 2007	60,80%	14,50%	24,70%
● 2006	64,45%	17,48%	18,07%
● 2005	75,32%	15,35%	9,33%
● 2004	94,08%	2,74%	3,19%

Wyżywienie w hotelach 2003-2008



	AI - all inclusive	HB - 2 posiłki	OV - bez wyżywienia	FB - 2 posiłki+lunch	BB - tylko śniadanie
2008	56,35%	30,90%	6,49%	0,71%	5,55%
2007	49,35%	34,86%	8,93%	0,88%	5,98%
2006	38,01%	43,26%	11,36%	0,48%	6,89%
2005	28,13%	46,80%	16,71%	0,59%	7,77%
2004	19,55%	56,62%	15,06%	0,32%	8,44%
2003	18,10%	58,51%	15,18%	0,07%	8,14%

Rok 2008 pokazał, że Polacy przyzwyczaili się do korzystania ze wszystkich możliwości, jakie daje wypoczynek w modnym kurorcie za granicą.

Niemal 60% rezerwacji dokonano w opcji All Inclusive, co jest kontynuacją trendów jakie obserwujemy od kilku lat. To prawie 200% wzrost na przestrzeni trzech lat- w 2005 roku tę opcję wyżywienia wybrało 28,13% polskich turystów.

All Inclusive, czyli „wszystko w cenie” i jego odmiana Ultra All Inclusive, czyli wzbogacone All Inclusive, stało się standardem. Będąc na wakacjach chcemy skorzystać nie tylko z urozmaiconych posiłków, darmowego leżaka na plaży czy drinków przy basenie, ale także mieć do dyspozycji kuchnię narodów, sporty wodne czy karnety do wykorzystania w hotelowym SPA. Swoboda korzystania z wszelkich udogodnień okazuje się dla Polaków wypoczywających za granicą jedną z najważniejszych korzyści, dla których wybierają opcję All Inclusive.

Drugi najchętniej wybierany rodzaj wyżywienia (30% wszystkich wyjazdów) to popularne HB, czyli śniadania i obiadokolacje. Jest to forma wyżywienia idealna dla osób aktywnych, które chcą spędzać dnie poza hotelem, oraz dla osób, które preferują pobyt na plaży i zwiedzanie, a wieczorem powracają do hotelu, żeby po odświeżeniu się i kolacji skorzystać z hotelowych animacji.

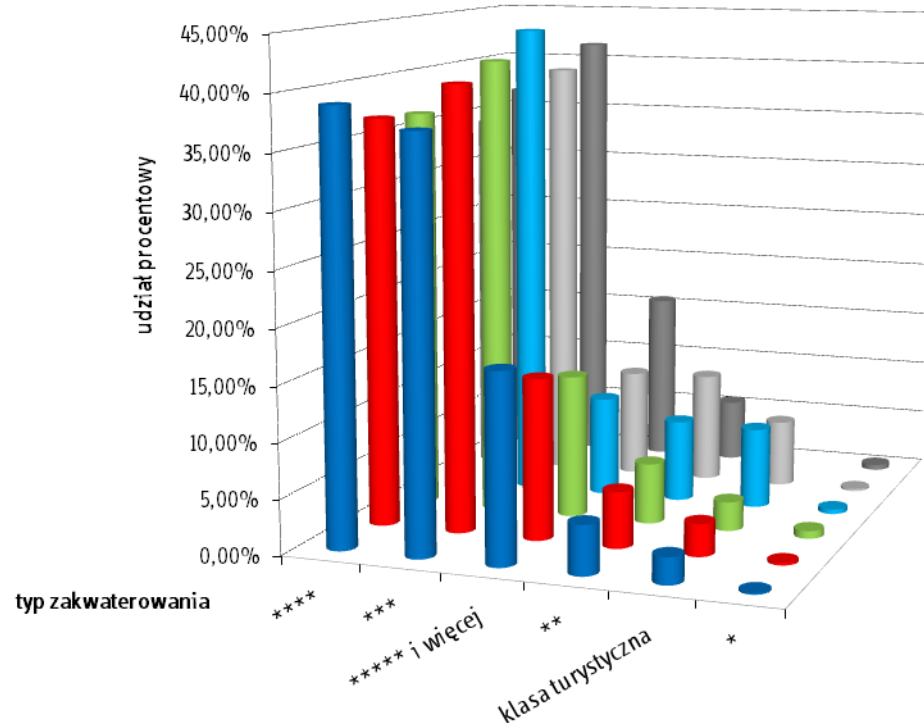
Ta forma jest również bardzo wygodna dla rodzin z dziećmi, gdyż w hotelowej restauracji poza wyborem ciepłych i zimnych dań jest dla nich specjalne menu.

Nocleg ze śniadaniem najczęściej wybierają miłośnicy zwiedzania oraz lokalnej kuchni i kultury, którzy chcą „zasmakować” miejscowych potraw, napojów, poczuć klimat tawern, restauracji i kafejek. W ubiegłym roku, ze względu na niską wartość dolara, ta forma cieszyła się największym powodzeniem wśród ludzi młodych, aktywnych, wypoczywających w Tunezji i Bułgarii. Oba kierunki słyną z licznych miejsc, gdzie za dosłownie kilka dolarów można zjeść obiad czy kolację.

Drugą grupą wybierającą śniadanie lub sam nocleg bez śniadania są narciarze i snowboardziści, którzy z oczywistych względów całe dnie spędzają poza hotelem rozkoszując się możliwościami stoków oraz tras narciarskich i korzystają z miejscowej kuchni.



Standard hotelu 2003-2008



	****	***	**** i więcej	**	Klasa turystyczna	*
2008	38,88%	36,96%	17,08%	4,49%	2,44%	0,15%
2007	36,95%	40,18%	14,60%	5,11%	2,94%	0,22%
2006	36,57%	41,56%	13,02%	5,51%	2,65%	0,69%
2005	31,79%	43,83%	9,12%	7,49%	7,35%	0,42%
2004	34,19%	39,49%	9,88%	10,10%	6,12%	0,21%
2003	36,68%	41,46%	15,67%	5,69%		0,49%

W 2008 roku utrzymał się trend wyboru hoteli coraz wyższych kategorii, który obserwujemy już od czterech lat. Polacy najchętniej wybierali hotele czterogwiazdkowe i ta kategoria po raz pierwszy zajęła pierwsze miejsce w zestawieniu – prawie 39% rezerwacji, podczas gdy w 2007 roku stanowiły one 37%. To znacząca zmiana preferencji wyboru oferty, zwłaszcza jeżeli dodamy jeszcze 17% udział hoteli pięciogwiazdkowych. W sumie ponad połowa turystów (56%) wypoczywała w hotelach cztero - i więcej gwiazdkowych.

Podstawowym powodem takich wyborów były znacząco niższe niż w latach ubiegłych ceny oraz siła nabywcza polskiego społeczeństwa, która okazała się być znacząco wyższa niż w poprzednich latach. Dzięki temu Polacy skorzystali z możliwości jakie oferuje luksusowy wypoczynek za relatywnie niewielką cenę.

36,96% udział hoteli trzygwiazdkowych w rankingu pokazuje, że te hotele nadal są bardzo chętnie wybierane przez polskich urlopowiczów. Są to szczególnie osoby młode oraz preferujące wypoczynek aktywny połączony ze zwiedzaniem. Tacy turyści hotel traktują przede wszystkim jako bazę wypadową.

W tym miejscu należy odwołać się do ofert biur podróży i zwrócić uwagę na fakt, że w samym Egipcie, do którego Polacy jeżdżą najczęściej, oraz w coraz bardziej popularnej Tunezji hotele trzygwiazdkowe stanowią niewielki wycinek oferty.

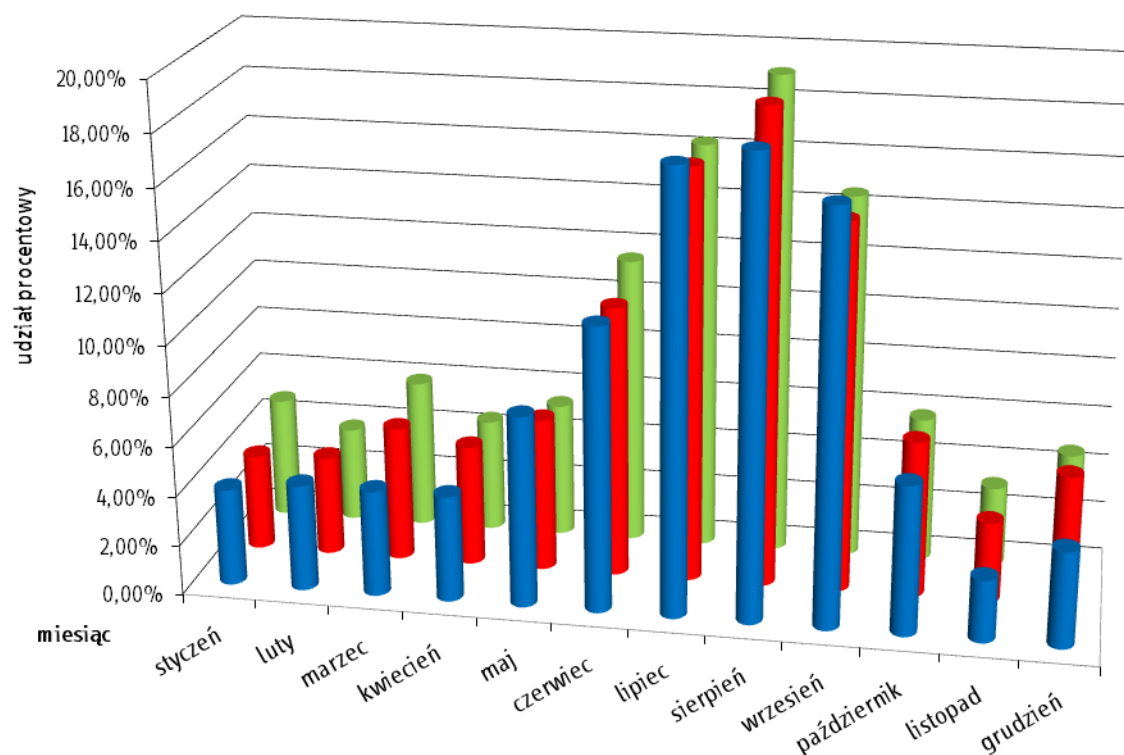
Standard obiektów uznanych za trzygwiazdkowe znacząco odbiega od standardów polskich, hiszpańskich czy greckich trzech gwiazdek. Trzygwiazdkowa kategoryzacja w tych krajach oznacza skromny wybór menu, niewielkie pokoje i małą przestrzeń ogrodu hotelowego. W krajach Unii Europejskiej - gdzie tradycje turystyczne są znacznie dłuższe, a baza noclegowa bardziej rozbudowana, szczególnie w Hiszpanii czy Grecji - standard trzech gwiazdek jest w stanie zadowolić bardziej wymagające osoby.

W związku z tym w ofertach biur podróży znajdują się zróżnicowane propozycje wyboru hoteli od tych najbardziej luksusowych pięciogwiazdkowych do dwu lub trzygwiazdkowych obiektów, które zazwyczaj są małymi, kilkunastopokojowymi hotelami o rodzinnej atmosferze, prowadzonymi przez miłośników kultury i tradycji hotelowych swojego regionu czy miejscowości.

Hotele poniżej dwóch gwiazdek są bardzo rzadko wybierane na wypoczynek letni. Zyskują one na popularności podczas zimowych wyjazdów. Jeżeli w zestawieniu wybieranych hoteli zostałaaby ujęta także sezonowość, wyraźnie byłoby widoczne, że od listopada do marca, kiedy to trwają wyjazdy narciarskie, są równie chętnie wybierane jak hotele wyższych kategorii.



Termin wyjazdów 2006-2008



Wyjazdy Polaków na urlop są silnie powiązane z okresem wakacyjnym. Większość rodzin na spędzenie urlopu wraz ze swoimi dziećmi wybiera lipiec i sierpień- czas przerwy od zajęć szkolnych. Tę tendencję obserwujemy od lat. Również w 2008 roku wyjazd w lipcu i sierpniu wybrało odpowiednio 17,48% i 18,14% turystów.

Również ponad 4% udział lutego w liczbie wszystkich wyjazdów wynika przede wszystkim z ubiegłorocznego układu ferii zimowych w szkołach. W zdecydowanej większości województw w Polsce ferie przypadły właśnie na pierwsze dwa tygodnie lutego, w mniejszej części na drugą połowę lutego, a tylko znikoma część uczniów rozpoczęła przerwę zimową już w styczniu.

W 2008 roku w zauważalny sposób wzrosła liczba wyjazdów w miesiącach: maj, czerwiec i wrzesień. Wyjazdy przed i po sezonie wakacyjnym stanowiły łącznie już ponad 31% wszystkich wyjazdów, co w stosunku do roku 2007 oznacza wzrost o 6%. W przypadku maja i czerwca o decyzjach wyjazdowych Polaków zdecydowały przede wszystkim

wyjątkowo niskie ceny ofert last minute. To był chyba pierwszy rok w turystyce, gdzie na przełomie maja i czerwca cena tygodniowego pobytu w Egipcie czy Tunezji w hotelu czterogwiazdkowym z wyżywieniem All Inclusive wynosiła mniej niż 1000 złotych.

Duży wzrost wyjazdów we wrześniu wynikał z dwóch przyczyn. Po pierwsze organizatorzy kusili niskimi cenami na koniec sezonu, po drugie koniunktura z oferty wyjazdu po raz drugi w ciągu sezonu. Czy taka tendencja będzie zauważalna również w 2009 roku? Raczej tak. Polacy chętnie szukają ofert typu „last minute” nie mając zdefiniowanych preferencji co do kierunku i miejsca wyjazdu, a sugerują się przede wszystkim datą urlopu oraz ceną.

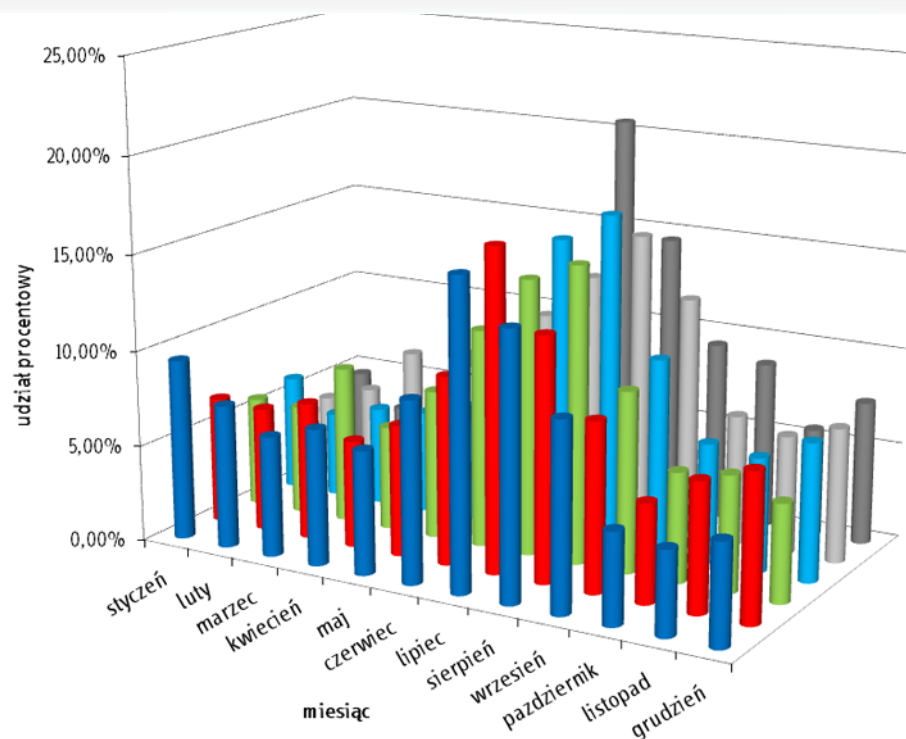
Pozostałe miesiące roku takie jak styczeń, marzec, kwiecień, październik, listopad i grudzień tradycyjnie już oznaczają mniejsze zainteresowanie wyjazdami. Część ofert jest niedostępna, szczególnie oferty dotyczące kierunków Basenu Morza Śródziemnego, co nie oznacza zawężenia możliwości wyboru. Wręcz przeciwnie. Poza ofertami wyjazdów zimowych na narty i snowboard biura podróży posiadają coraz ciekawsze oferty egzotyczne, których lista z roku na rok wydłuża się.

Ponadto w stałej sprzedaży są wyjazdy do Egiptu,

Maroko, Tunezji, na Wyspy Kanaryjskie czy wybrzeże Costa del Sol. Zmniejszone zainteresowanie wyjazdami poza sezonem zależy więc głównie od upodobań i przyzwyczajeń.



Termin rezerwacji 2003-2008



Rok 2008 był zupełnie wyjątkowy pod względem daty dokonywania rezerwacji. Już w styczniu niektóre biura podróży sprzedały ponad 30% oferty (tzw. First Minute) na lipiec i sierpień. Widać to wyraźnie w zestawieniu obrazującym procentowy udział poszczególnych miesięcy w dokonywaniu rezerwacji.

9,45% w styczniu oznacza znaczącą zmianę zwyczaju zakupowego Polaków. W latach 2006-2007 największa sprzedaż tzw. ofert „wcześniej taniej” przypadała na marzec.

W 2008 roku wszystkie katalogi zostały przygotowane o dwa miesiące wcześniej, a dodatkowo Polacy zostali zachęceni wysokimi rabatami sięgającymi nawet 40% oraz licznymi gratisami (np. bezpłatnymi ubezpieczeniami czy wycieczkami fakultatywnymi). W styczniu klienci mieli możliwość wyboru najbardziej lubianych hoteli oraz terminów wylotów, szczególnie z lotnisk lokalnych.

	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień
● 2008	9,45%	7,48%	6,28%	7,10%	6,44%	9,44%	15,96%	13,73%	9,75%	4,75%	4,36%	5,26%
● 2007	6,59%	6,45%	7,15%	5,59%	6,84%	9,78%	16,67%	12,64%	8,78%	5,14%	6,71%	7,66%
● 2006	5,71%	5,70%	8,16%	5,43%	7,76%	11,34%	14,30%	15,36%	9,39%	5,72%	6,04%	5,09%
● 2005	6,02%	4,45%	5,14%	5,34%	6,10%	10,54%	15,65%	17,20%	10,17%	6,24%	5,97%	7,18%
● 2004	4,10%	4,97%	7,39%	6,30%	5,74%	10,61%	12,99%	15,47%	12,50%	6,79%	6,16%	7,00%
● 2003	4,67%	3,04%	3,41%	5,67%	6,53%	10,44%	20,56%	14,59%	9,34%	8,69%	5,61%	7,45%

Dla rodzin z dziećmi te korzyści okazały się bardzo przekonujące. Jednocześnie w ubiegłym roku spadła ilość rezerwacji dokonanych w marcu i lipcu. Bezpośrednią przyczyną był styczniowy „boom” na oferty z wakacyjnymi terminami wylotów.

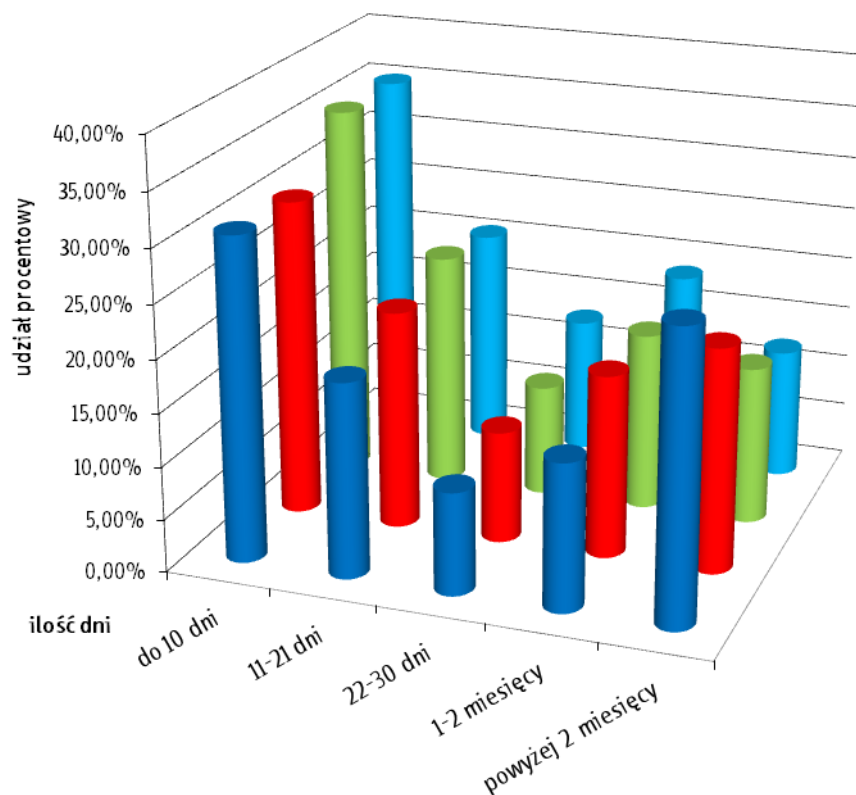
Luty jest miesiącem ferii szkolnych. Od kiedy terminy ferii zostały uzmiennione dla różnych regionów kraju, również ilość rezerwacji w tym miesiącu uległa zmianom. Wzrost ilości rezerwacji dokonanych w lutym w stosunku do roku 2007 zależał dokładnie od ferii zimowych.

W zestawieniu ciekawie wygląda sierpień i wrzesień, które co roku zajmują inne pozycje w zestawieniu. W ubiegłym roku oba miesiące zyskały na popularności w stosunku do 2007 roku. Wydaje się, że największy wpływ na ilość chętnych wyjazd urlopowy w ciepłe kraje zależy bezpośrednio od lipcowej pogody. Im bardziej deszczowy lipiec, tym skłonność do skorzystania z ofert biur podróży większa. W 2008 roku lipiec był chłodny z małą ilością prawdziwie letnich słonecznych dni. Sierpień również nie zachęcał do spędzenia urlopu w Polsce. Dlatego też spora grupa Polaków postanowiła skorzystać z możliwości, jakie daje wypoczynek nad Morzem Śródziemnym, Czarnym czy Czerwonym.

Ostatni kwartał roku (od października do grudnia) odznaczał się wyraźnym spadkiem ilości dokonanych rezerwacji i jak się wydaje, mogą to być pierwsze symptomy spowolnienia wcześniejszej dynamiki w branży turystycznej.



Czas od rezerwacji do wyjazdu 2005-2008



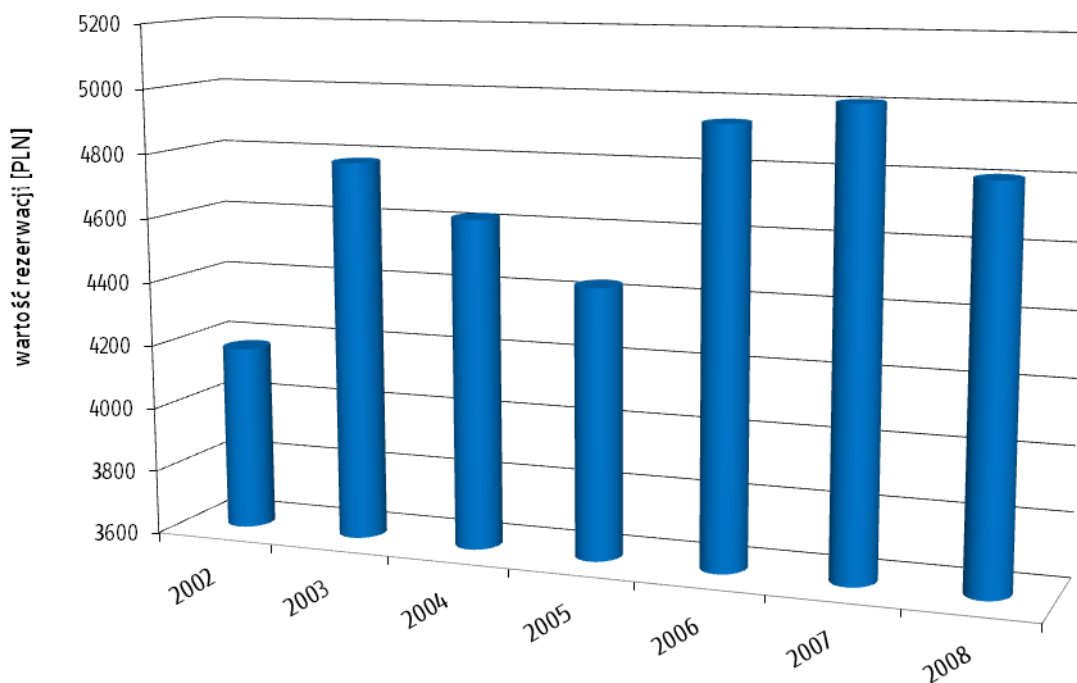
	Do 10 dni	11-21 dni	22-30 dni	1-2 miesięcy	Powyżej 2 miesięcy
2008	30,58%	18,46%	9,72%	13,93%	27,31%
2007	30,07%	20,76%	10,62%	17,33%	21,22%
2006	35,32%	22,13%	10,56%	16,97%	15,02%
2005	35,21%	20,67%	13,00%	18,71%	12,42%

Styczniowy „boom” zakupowy rezerwacji na lato przełożył się również na wykres pokazujący ilość dni od dokonania rezerwacji do wylotu: ponad 27% rezerwacji zostało dokonanych powyżej 2 miesięcy przez planowaną podróż. Oznacza to ponad 6% wzrost w stosunku do 2007 roku.

Na stałym poziomie utrzymała się liczba klientów, którzy dokonują rezerwacji last minute, czyli do 10 dni przed wylotem. Ponad 30% klientów decyduje się na wybór oferty urlopowej korzystając z przecen, które sięgają czasem kilkaset złotych na osobę. Wystarczy być gotowym do wyjazdu i mieć ważny paszport na kraje poza Unią Europejską. Konieczna jest natomiast elastyczność związana z terminem wylotu, lotniskiem wylotowym (najwięcej możliwości ma Warszawa), wyborem konkretnego hotelu czy nawet kierunku.

Dwie grupy turystów – kupujący z dużym wyprzedzeniem albo na kilka dni przed urlopem, stanowią łącznie ponad 60% wszystkich rezerwujących. Udział pozostałych klientów, którzy rezerwują w okresach 11-21 dni, 22-30 dni, 1-2 miesięcy w roku 2008 stosunkowo zmniejszył się w porównaniu do poprzedniego roku. Trudno to tłumaczyć inaczej niż dwoma najpopularniejszymi okresami, kiedy to ceny ofert były naprawdę promocyjne: wcześniej taniej i last minute.

Wartość rezerwacji 2002-2008



W 2008 roku po raz pierwszy od czterech lat spadła średnia wartość rezerwacji z ponad 5 tys. w 2007 roku, do 4806 zł. Bezpośrednią przyczyną takiego stanu była bardzo mocna złotówka, szczególnie w miesiącach wakacyjnych, a więc wtedy, kiedy Polacy wyjeżdżają najchętniej. Korzystne relacje złotówki do dolara spowodowały relatywnie niższe ceny paliwa, co przełożyło się na niższe wartości dopłat paliwowych.

W efekcie tego płaciliśmy za wakacje mniej, co w zestawieniu z wykresami pokazującym, że najczęściej kupowaliśmy opcję All Inclusive w hotelu czterogwiazdkowym pozwala na podsumowanie: niższa cena za wyższą jakość i lepszą ofertę.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
● Wartość 1 rezerwacji (PLN)	4176	4780	4624	4438	4938	5007	4806



o FIRMIE



Travelplanet.pl

32

Travelplanet.pl S.A. jest liderem sprzedaży usług turystycznych on-line oraz pierwszym biurem podróży i firmą e-commerce na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Firma za pośrednictwem Internetu oraz Call Center sprzedaje:

- wycieczki zagraniczne (www.travelplanet.pl)
- bilety lotnicze (www.aero.pl),
- noclegi w hotelach (www.hotele24.pl) obsługując zarówno klientów indywidualnych, jak i korporacyjnych (www.travelpass.pl).

Travelplanet.pl zostało uznane przez firmę audytorską Deloitte jako druga najszybciej rozwijająca się firma w Polsce i czwarta pod tym względem w Europie Środkowej (ranking FAST50 Rising Stars). Tygodnik Wprost wybrał nasze biuro jako „Nr1 wśród biur podróży w Internecie w roku 2006”.

Travelplanet.pl w 2005 uruchomiło innowacyjną sieć punktów sprzedaży zlokalizowaną głównie w centrach handlowych największych miast w Polsce, m. in w Warszawie, Wrocławiu, Łodzi, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Poznaniu, Bydgoszczy i Częstochowie.



Adres:

Travelplanet.pl S.A.
50-079 Wrocław; ul. Ruska 11/12
tel. (0-71) 341 82 45; 697 576 737
e-mail: info@travelplanet.pl
<http://www.travelplanet.pl>

Dodatkowe informacje:

Dawid Sadulski
Internet & Public Relations Manager Travelplanet.pl
e-mail: dawid.sadulski@travelplanet.pl
tel: (0-71) 341 82 45, kom 697 576 737
Centrum Prasowe Travelplanet.pl:
http://www.travelplanet.pl/centrum_prasowe

PRAWA AUTORSKIE

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