OBP
OGÓLNOPOLSKIE BADANIE PODRÓŻNIKÓW

RAPORT BADAWCZY 2022

OBP OGÓLNOPOLSKIE BADANIE PODRÓŻNIKÓW

SŁOWO OD ORGANIZATORÓW

Napisać, że rzeczywistość branży turystycznej w Polsce uległa od 2019 roku zmianie, to jak nie napisać niczego. Pandemia redefiniowała sposób podróżowania (nie tylko Polaków), wpłynęła również na destynacje naszych podróży i to jak spędzamy czas na wyjazdach, czy wakacjach. Od lat w Ogólnopolskim Badaniu Podróżników praktycznie niezmienny pozostaje jedynie profil podróżnika.

Świat turystyki wrócił na właściwe tory, odnotowujemy wzrosty w ruchu turystycznym względem poprzednich lat praktycznie w każdym regionie i każdym kraju.[1] Spragnieni podróży, odkrywania, a niejednokrotnie po prostu zmiany otoczenia podróżnicy ruszyli na szlak, zgodnie z wynikami poprzednich edycji naszego badania, czekali tylko na możliwość wznowienia wypraw. W miejscu zatrzymywały ich bardziej restrykcje i obostrzenia związane z pandemią niż strach o własne zdrowie, chociaż oczekiwania wobec np. hoteli w obrębie dbania o higienę wzrosły.[2]

W najnowszej edycji weryfikujemy oczywiście profil polskiego podróżnika, który nakreśliliśmy po pierwszej edycji projektu – już 4 lata temu. Dodatkowo postanowiliśmy przyjrzeć się bliżej temu jak podróżnicy z naszego kraju zareagowali na wojnę na Ukrainie i czy możemy wyodrębnić w naszym społeczeństwie bardziej szczegółowe profile podróżników np. Backpaker lub Weekendowicza.

1 https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19 ; dostęp 19.06.2022r.
2 https://www.tripadvisor.com/TravelTrendsReportJan2022; dostęp 19.06.2022r

Marcin Glądała
Inicjator badania
Klub Podróżników
Soliści

Łukasz Nowak
Inicjator badania
Klub Podróżników
Soliści

Przemysław Huk
Główny analityk
Ogólnopolskiego Badania
Podróżników

SPIS TREŚCI

1. PROFIL POLSKIEGO PODRÓŻNIKA 4
2. DOKĄD JEŹDZIMY? 11
3. JAK CZĘSTO I NA JAK DŁUGO PODRÓŻUJEMY? 14
4. Z KIM PODRÓŻUJEMY? 17
5. JAKIE WYJAZDY WYBIERAMY? 19
6. BILETY LOTNICZE 24
7. PO CO JEŹDZIMY? 27
8. GDZIE KUPUJEMY SPRZĘT 30
9. CO NAS INSPIRUJE? 33
10. CO NAM SIĘ MARZY? 36
11. TRENDY PODRÓŻNICZE 37
12. WPŁYW SYTUACJI NA UKRAINIE NA ZACHOWANIA PODRÓŻNICZE 39

1. PROFIL POLSKIEGO PODRÓŻNIKA

Wyniki badania przeprowadzonego w 2022 roku potwierdzają w dużej mierze profil, który powstał na podstawie wyników wcześniejszych edycji projektu

Polski podróżnik to w dalszym ciągu kobieta (74%), między 25, a 34 rokiem życia, mieszkająca w dużym mieście. Najczęściej, bo w 64% to kobiety w związkach, w zdecydowanej większości osoby pracujące.

2021

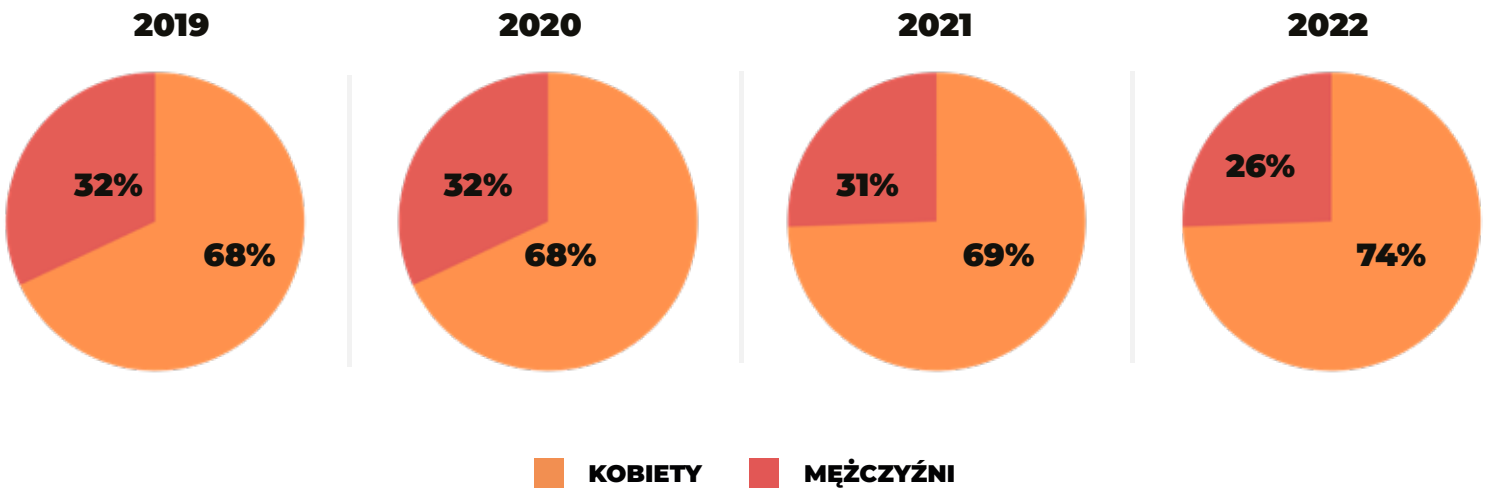
69% KOBIETY

31% MĘŻCZYŹNI

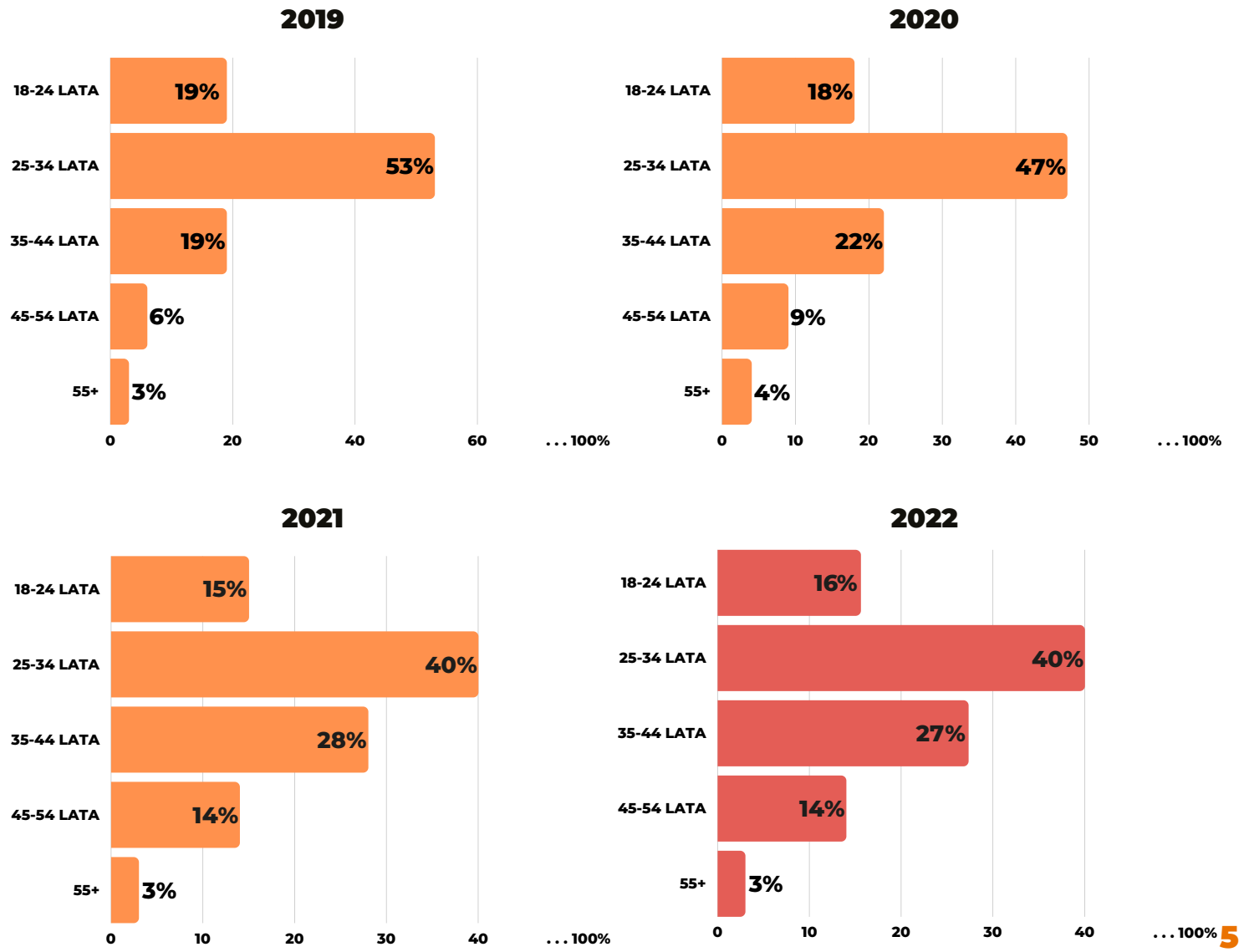
2022

74% KOBIETY

26% MĘŻCZYŹNI

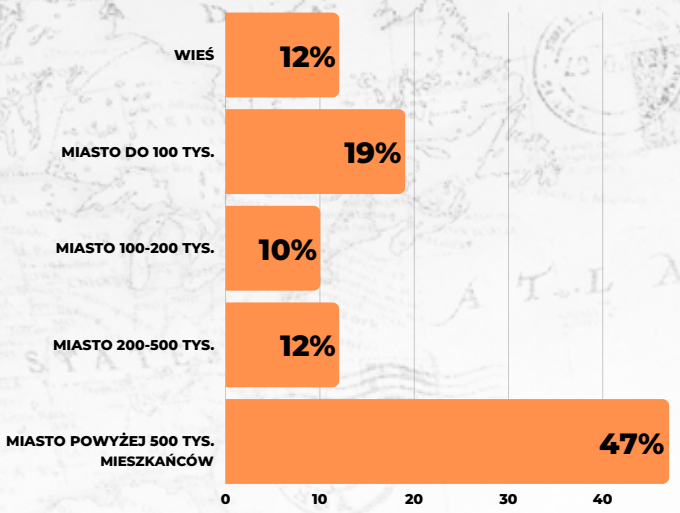


Na przestrzeni lat możemy zauważyć wzrost ilości osób zamężnych/żonatych wśród podróżników, dodatkowo warto odnotować większą reprezentację w tej grupie mieszkańców wsi oraz mniejszych miast – do 100 tysięcy mieszkańców. Podtrzymał się kierunek zmian zauważony w ostatniej edycji badania – większa obecność osób powyżej 35 roku życia wśród respondentów.

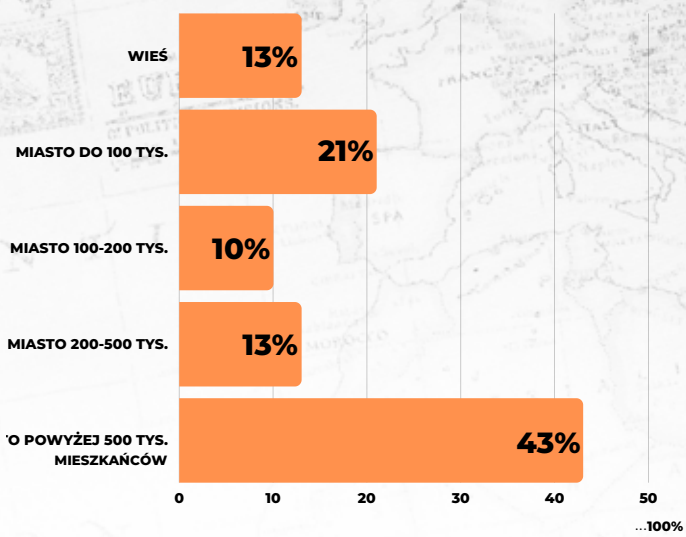


WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI

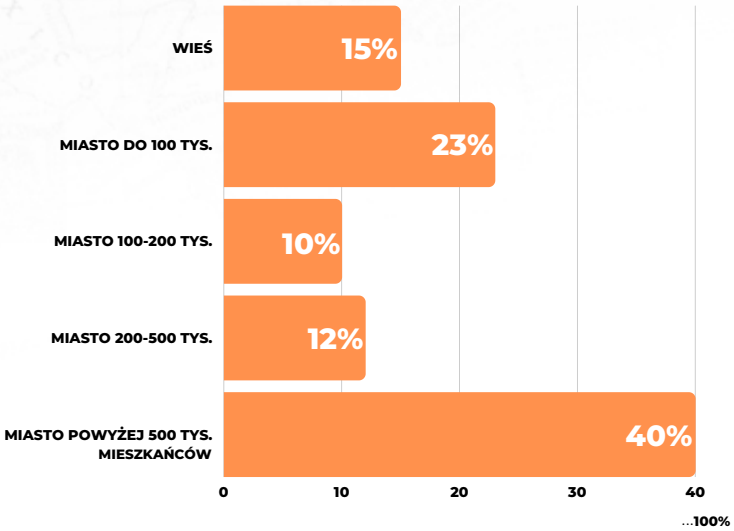
2019



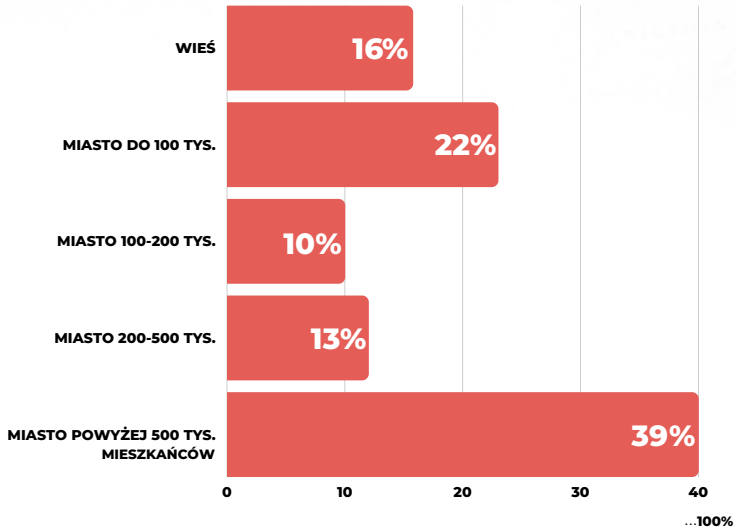
2020



2021

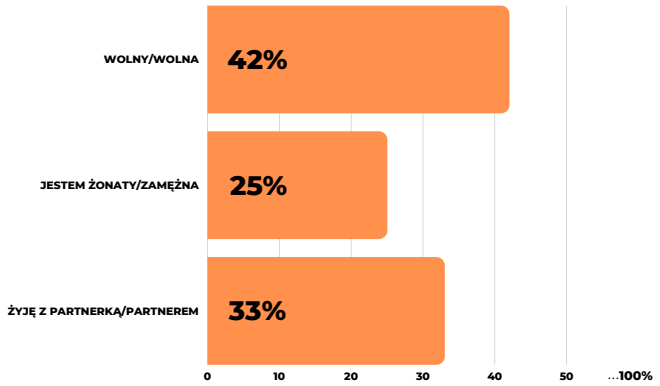


2022

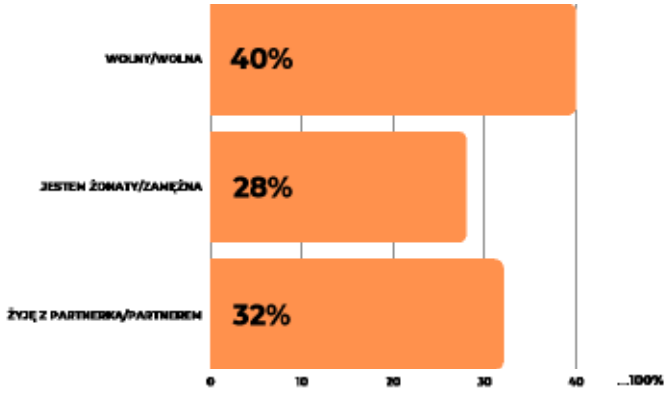


SYTUACJA RODZINNA

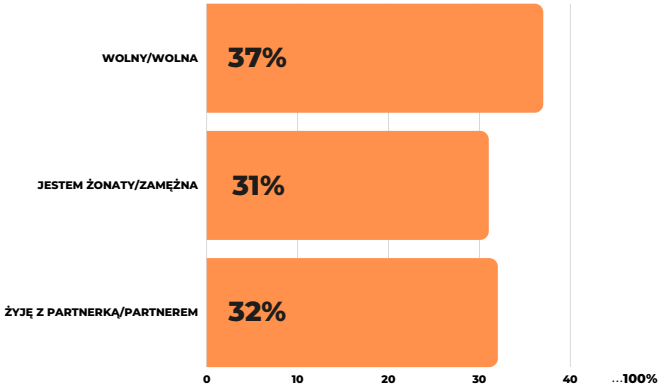
2019



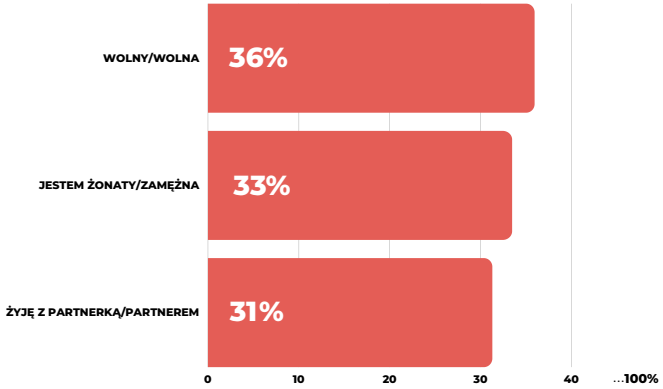
2020



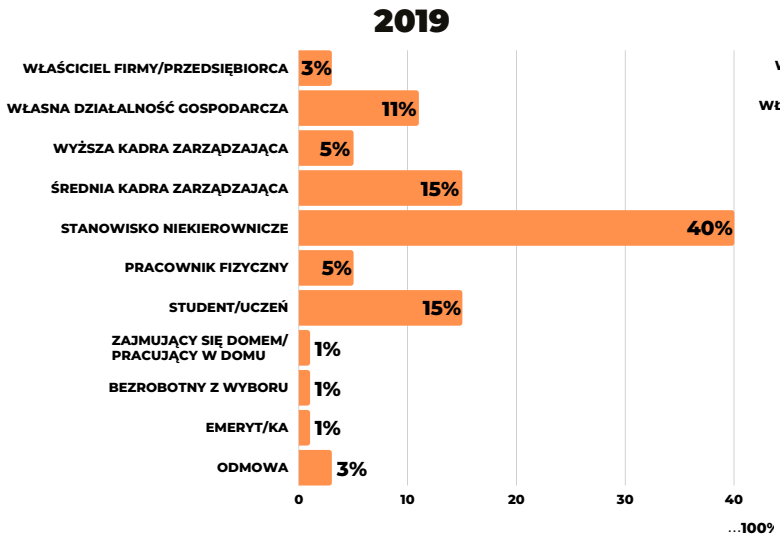
2021

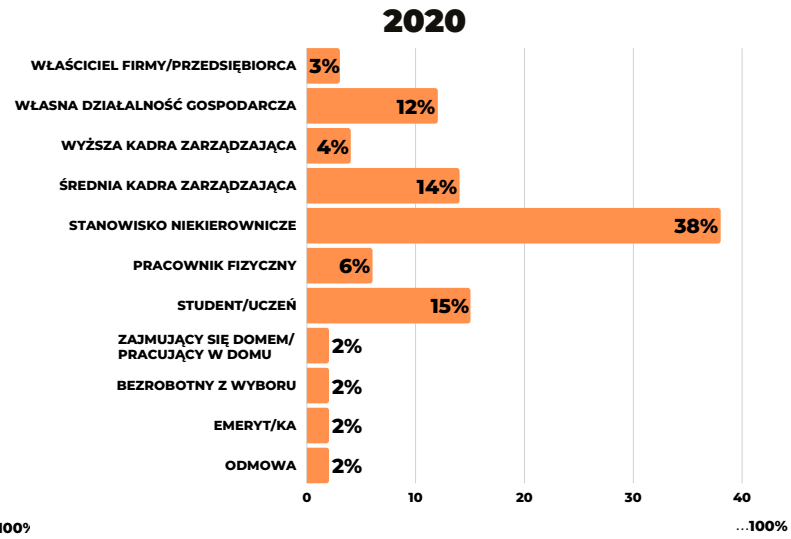


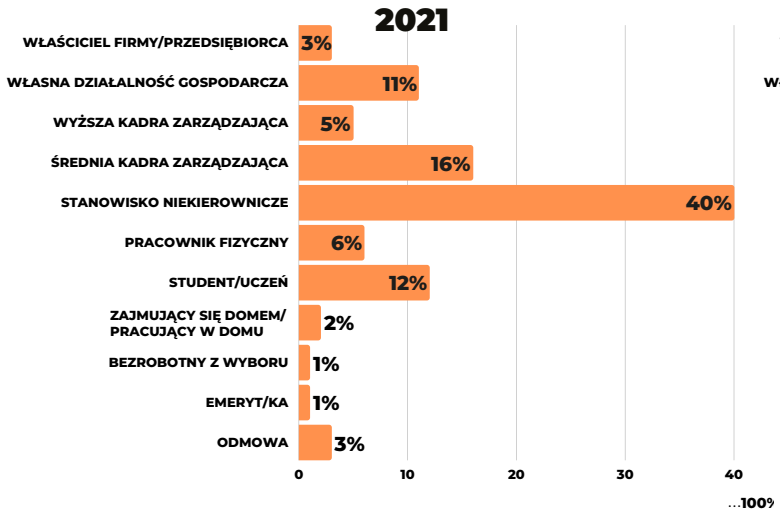
2022

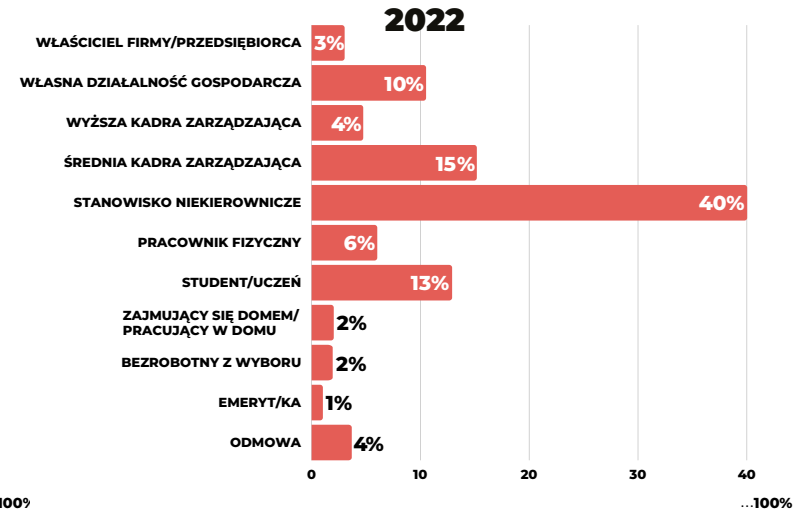


STATUS ZAWODOWY









PROFIL POLSKIEGO PODRÓŻNIKA

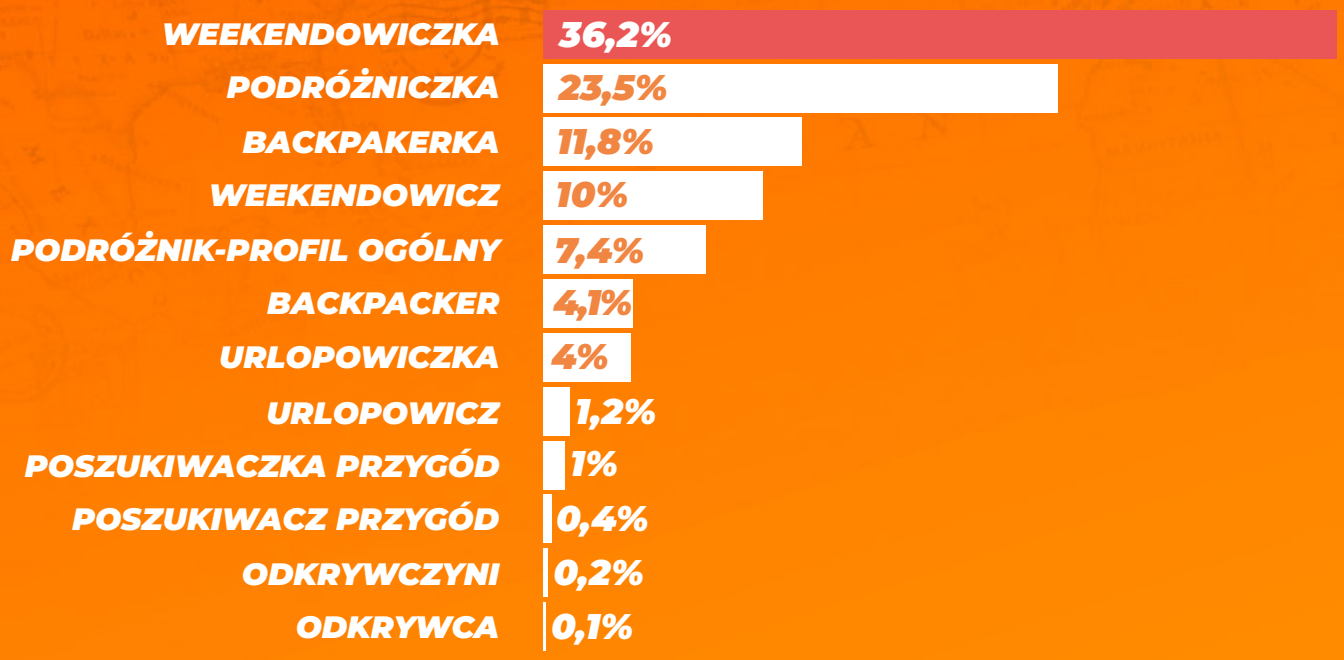
W tym roku uczestnicy badania po wypełnieniu ankiety mogli poznać swój profil podróżnika. Wszyscy z zaciekawieniem odpowiadali na pytania, żeby dowiedzieć się, czy do ich stylu podróżowania bardziej pasuje profil:

- **weekendowicza,**
- **backpackera,**
- **urlopowicza,**
- **odkrywcy,**
- **poszukiwacza przygód**,
- a może do **ogólnego profilu podróżnika**.

Na podstawie podróży odbytych w 2021 roku najpopularniejszym profilem podróżnika, zarówno u kobiet, jak i u mężczyzn okazał się weekendowicz/ka.
Co charakteryzuje takiego podróżnika? Uwielbia city breaki, bo już nawet te krótkie 2-3 dni poza domem ładują jego baterie do maksimum. W drodze ceni sobie różnorodność. Dla dłuższego urlopu weekendy często zaczyna w czwartki, a kończy w poniedziałki!

Jesteście ciekawi, jaki profil podróżniczy będzie najbardziej popularny w tym roku?

PROFIL POLSKIEGO PODRÓŻNIKA



2. DOKĄD JEŹDZIMY?

To w ramach Europy polscy podróżnicy podróżują najczęściej (97%). Poza Europą możemy w dalszym ciągu zauważyć zdecydowany wpływ pandemii COVID-19, chociaż w przypadku niektórych kontynentów widzimy wzrost odsetku odwiedzających - 14% odwiedziło w zeszłym roku Azję, 10% Afrykę, a 6% Amerykę Północną.

W przypadku pozostałych dwóch kontynentów – Ameryki Południowej (2%) oraz Australii i Oceanii – 1%.

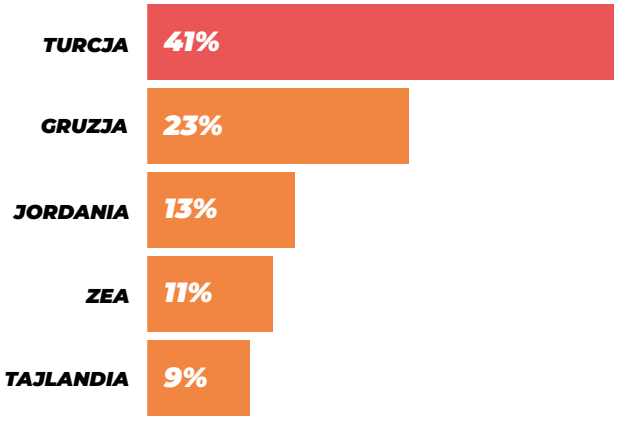
Utrzymuje się trend zauważony w ostatnich edycjach badania. Im starsi podróżnicy tym nieznacznie rzadziej wybierają Europę (od 99% dla osób w wieku 18-24 lata do 93% dla respondentów powyżej 55 roku życia). Azja, Afryka oraz Ameryka Północna to w dalszym ciągu kierunki najchętniej odwiedzane przez najstarszych podróżników – powyżej 55 roku życia. Potwierdza to zjawisko zauważone już w roku 2019 – osoby starsze są coraz bardziej aktywne – częściej podróżują i chętniej na swoje destynacje wybierają miejsca położone poza kontynentalną Europą, może się to również wiązać z większą zasobnością portfela starszych podróżników.

JAKIE KONTYNENTY ODWIEDZIŁEŚ/AŚ W CIĄGU ZESZŁEGO ROKU?

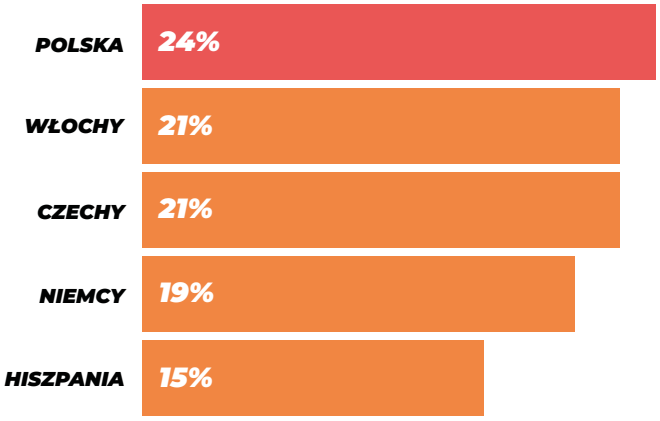
Cień pandemii mimo wszystko jest jeszcze widoczny w wyborze przez podróżników destynacji swoich wypraw. Podobnie jak w ostatniej edycji badania najchętniej odwiedzanym w 2021 roku krajem w Europie jest Polska, podium zamykają Czechy oraz Włochy (które wyprzedziły na tym miejscu Niemcy). Efekt COVID-19 możemy również zauważyć w podróżach do Azji – najczęściej respondenci odwiedzają tam Turcję, Gruzję oraz Jordanię, w dalszym ciągu omijając Chiny. Większą wolność w wyborze celu swojej podróży widać w przypadku Ameryki Północnej, Stany Zjednoczone po raz pierwszy zostały zdetronizowane - najczęściej odwiedzanym przez respondentów krajem na tym kontynencie był w 2021 roku Meksyk (TOP 3 uzupełniają Stany Zjednoczone oraz Dominikana). W Ameryce Południowej polscy podróżnicy wybierają najchętniej Kolumbie Peru i Brazylię, co również jest zmianą w porównaniu z wynikami ostatniej edycji badania. Egipt, Tanzania oraz Maroko to niezmiennie trzy destynacje na kontynencie afrykańskim, wskazywane jako najczęściej odwiedzane przez uczestników badania. W Australii i Oceanii prym niezmiennie od lat wiedzie Australia oraz Nowa Zelandia.

TOP KRAJE

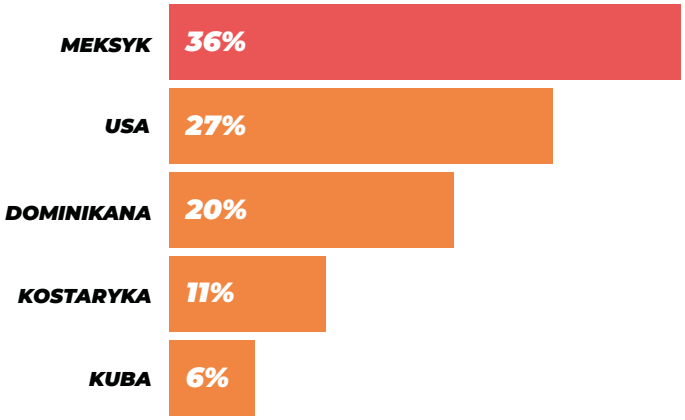
AZJA



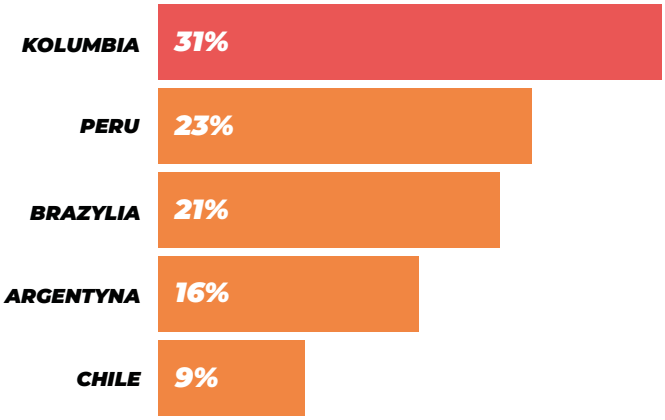
EUROPA



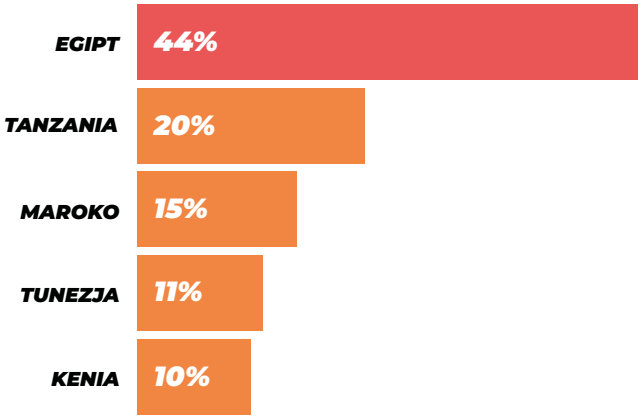
AMERYKA PŁN



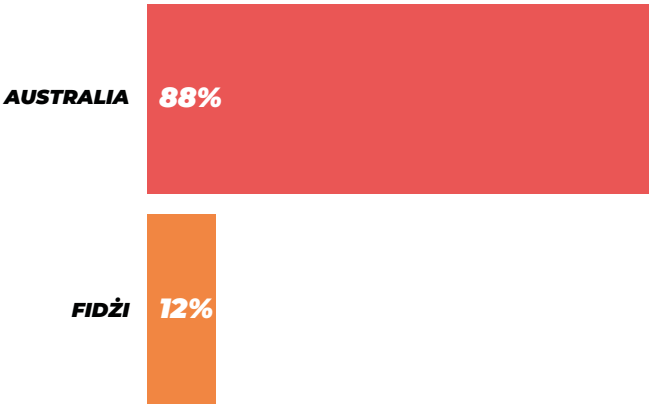
AMERYKA PŁD



AFRYKA



AUSTRALIA



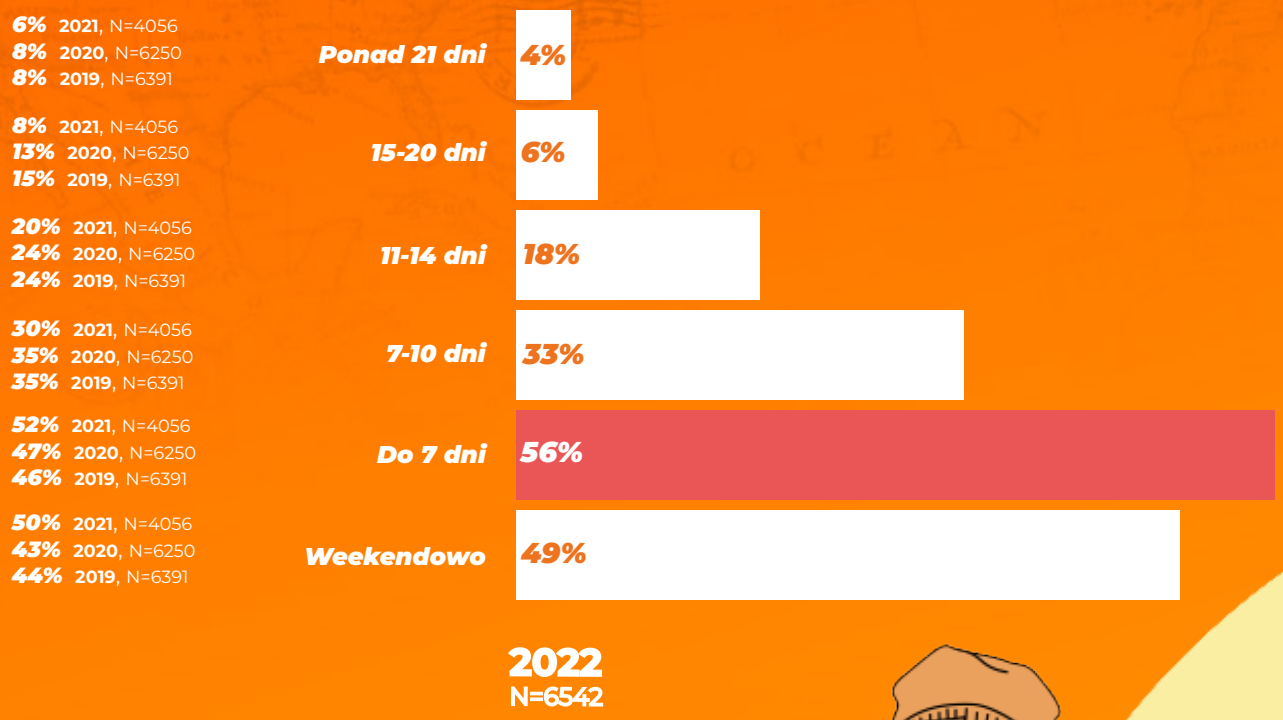
3. JAK CZĘSTO I NA JAK DŁUGO PODRÓŻUJEMY?

Powolny powrót do normalności sprzed wybuchu pandemii możemy również zauważyć w ilości podróży jaką polscy podróżnicy odbywają w roku. Liczba wyjazdów wróciła bowiem do wartości sprzed pandemii – w 2021 roku wybieraliśmy się na wyprawy najczęściej powyżej 5 razy.

Najczęściej są to wyjazdy do 7 dni (55%) lub wypady weekendowe (49%). Niewiele, bo jedynie 4% respondentów decyduje się na długie, ponad 21 dniowe wyjazdy. Wyjazdy weekendowe, których odbywaliśmy w 2021 roku średnio 6 wiodą prym również na świecie. Podróżujemy częściej bliżej swojego domu, tracąc mniej czasu na dojazd, a więcej przeznaczając go na eksplorację miejsca, do którego się udajemy.

Od początku trwania badania OBP nie zmienne są preferencję polskich podróżników odnośnie terminu wyjazdu. 28% nie ma żadnych preferencji w tym zakresie, a co czwarty uczestnik badania woli wybierać się na wycieczki poza sezonem.

NA JAK DŁUGI OKRES NAJCZĘŚCIEJ WYJEŻDŻASZ?



JAK CZĘSTO I NA JAK DŁUGO PODRÓŻUJEMY?

W 2021 skupiliśmy się mocno na poznaniu Australii, gdzie mieszkaliśmy na stałe. Pandemia również i w tej części świata dała się mocno we znaki. Australijczycy zazwyczaj preferują podróże zagraniczne, jednak nawet wewnątrz kraju, podróże pomiędzy stanami były problematyczne. W związku z tym wiele osób, podobnie jak my, zdecydowało się na wycieczki lokalne.

Zaobserwowaliśmy, że zarówno w Australii jak i w pozostałych krajach, zmieniła się nie tylko długość wypraw, ale także sposób organizacji. Przed pandemią, aby móc odkryć nowe, odległe miejsca korzystaliśmy z połączeń lotniczych. W 2021 naszym głównym środkiem transportu był samochód. Co prawda, te wyprawy samochodowe nie były aż tak dalekie, postawiliśmy głównie na zwiedzanie lokalne. Jednak na ile pozwalały wytyczne rządowe, inne plany oraz pogoda, większość weekendów staraliśmy się wypełnić podróżniczo.

Jeśli chodzi o dłuższe podróże to udało się zrealizować kilka 7 dniowych wyjazdów, ale wtedy staraliśmy się wybrać terminy okołoświąteczne, aby nie poświęcać zbyt wielu dni urlopowych. Co więcej, z uwagi na pandemię zmodyfikowaliśmy odwiedzane miejsca na mniej uczęszczane. Przez brak dostępnych hoteli oraz miejsc noclegowych, korzystaliśmy z doczepionego na samochodzie namiotu dachowego. Natomiast najdłuższym wyjazdem, jaki odbyliśmy w zeszłym roku była podróż do samego serca Australii - do Uluru. Przeznaczyliśmy na tą podróż dwa i pół tygodnia i przemierzyliśmy wypożyczonym kamperem ponad osiem tysięcy kilometrów. Było to niezapomniane przeżycie i wspaniała przygoda.

Patrycja i Radek
Kawa i Wyprawa

4. Z KIM PODRÓŻUJEMY?

Towarzystwo jakie podróżnicy wybierają najczęściej w każdej dotychczasowej fali Ogólnopolskiego Badania Podróżników to partner/partnerka. W ten sposób na wyprawy udają się szczególnie osoby pomiędzy 25, a 34 rokiem życia. Potwierdza się również, że osoby w wieku 18-24 lata częściej niż pozostałe grupy wiekowe wybierają na towarzyszy podróży swoich znajomych. Wyjazdy z rodziną z każdą kolejną falą badania zyskują na coraz większej popularności (z 13% odnośnie wyjazdów w 2018 roku przez 18% w 2019, 20% w 2020 oraz 24% w roku 2021). Również na świecie możemy zauważyć, że szczególnie osoby w wieku 35-54 lata po przeżyciu lockdownów i izolacji, w świecie dużej ilości obostrzeń mają potrzebę spędzania czasu z rodziną, która stałą się niejednokrotnie bliższa niż kiedykolwiek.

Z KIM PODRÓŻUJEMY?

Nasze podróżowanie zmieniło się o 180 stopni! Od kiedy? Od momentu, gdy zaczęliśmy podróżować razem. Wcześniej nasze podróże co roku ograniczały się do odwiedzania tych samych turystycznych miejscowości. Były to głównie wyjazdy w gronie rodzinnym. Dopiero, gdy się poznaliśmy, odmieniliśmy nasz sposób podróżowania.

Polega on na zatrzymywaniu się w wielu miejscach, a nie szybkim przemieszczeniu z miejsca A do B. Inicjatorem tego był Kacper, który z racji swojego zawodu (architekt) chciał zobaczyć wiele miejsc, a w szczególności obiekty architektoniczne i ciekawe układy urbanistyczne. Dadze na szczęście to nie przeszkadzało, wręcz odwrotnie! Tak też powstał pomysł na hasztag pod instagramowe zdjęcia #podróżezarchitektem, który po paru latach przerodził się w nasz profil @podrozezarchitektem. Od kiedy go prowadzimy, czujemy się trochę, jakbyśmy podróżowali razem z naszymi Obserwatorami, ponieważ dzielimy się z nimi naszymi przygodami, często wymieniamy się swoimi doświadczeniami.

Widzimy u siebie dużą analogię z wynikami badań tegorocznej edycji Ogólnopolskiego Badania Podróżników. Po lockdownach i izolacji w szczególności doceniliśmy czas spędzany z bliskimi. Dlatego też zaczęliśmy planować nasze wyprawy tak, aby odwiedzać przy okazji rodzinę lub znajomych zamieszkujących różne zakątki Polski. Często też ustalamy z nimi wspólny cel podróży i spotykamy się na zwiedzanie i spędzanie czasu. Dzięki temu nawzajem się inspirujemy, wymieniamy naszą wiedzą i spostrzeżeniami na temat danych miejsc – podobnie jak z naszymi Obserwatorami.

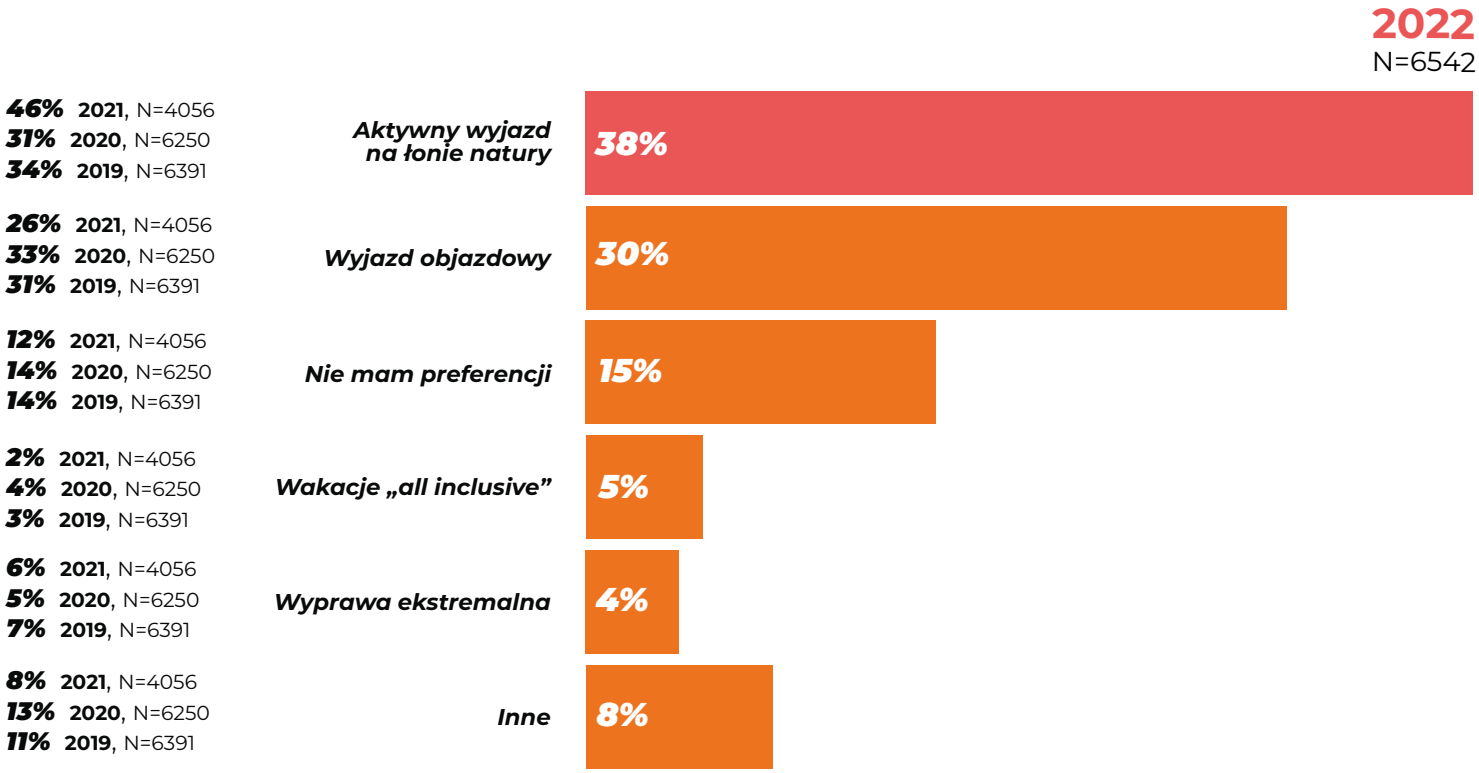
Mamy nadzieję, że naszym sposobem podróżowania zarazimy jak największą liczbę osób, które dzięki temu odkryją piękno architektury wielkich miast, jak i małych miasteczek oraz będą obcować z naturą!

Daga i Kacper
Podróże z architektem

5. JAKIE WYJAZDY WYBIERAMY?

Aktywne wyprawy na łono natury – pomimo wzlotów i upadków na przestrzeni lat, to właśnie w ten sposób polscy podróżnicy podróżują najchętniej (38%). Po pandemicznym spadku zainteresowania wycieczkami objazdowymi, w deklaracjach uczestników badania odnośnie podróży w 2021 roku możemy zauważyć wzrost korzystających z tej formy wyjazdu (z 26% na 30%).

JAKI TYP WYJAZDU PREFERUJESZ?



Przy doborze noclegów polscy podróżnicy niezmiennie od 4 lat zwracają uwagę na te same czynniki. Lokalizacja, cena oraz stosunek ceny do jakości to trzy najczęściej wskazywane aspekty (w 2021 roku wybiera je kolejno 81%, 67%, 65%).

JAK ORGANIZUJEMY I REZERWUJEMY SWOJE WYJAZDY?

Wyjazdy rezerwujemy sami – w obecnej fali badania tak zadeklarowało, aż 96% uczestników. Rezerwacji dokonujemy głównie z wykorzystaniem komputera lub smartfona. W dalszym ciągu przy rezerwacji dłuższych wyjazdów wolimy komputery stacjonarne i laptopy. Rezerwując większość wyjazdów korzystamy w niewielkim stopniu częściej z komputera, Jedynie w przypadku weekendowych wyjazdów w Polsce minimalnie chętniej rezerwacji dokonujemy przez smartfona (50% vs 44% na komputerze).

WYJAZD ZORGANIZOWANY – NA CO ZWRACA UWAGĘ POLSKI PODRÓŻNIK?

Bogata oferta wyjazdu oraz brak zmartwień o organizację wyjazdu to dwa czynniki, które w 2018, 2019 i 2020 roku były dla osób korzystających z wyjazdów zorganizowanych najważniejsze. W 2021 roku sytuacja pozostała bez zmian – jeżeli bierzemy udział w wyjeździe zorganizowanym to przy wyborze konkretnej oferty kierujemy się głównie tym dwoma czynnikami. Warto zwrócić uwagę na małą istotność takich aspektów jak polecenie znajomych, czy profesjonalny pilot/lider – od początku trwania projektu podróżnicy korzystający ze zorganizowanych wyjazdów nie przywiązywali do tych aspektów dużej wagi.

JAK ORGANIZUJEMY SWOJE WYJAZDY?

Moją specjalizacją jest Norwegia. Od 6 lat podróżuję niemal nieustannie po tym kraju, odkrywając każdy zakamarek Krainy Fiordów. Codziennie pomagam organizować swoje wymarzone wyjazdy wielu osobom, a podczas moich podróży mam okazję rozmawiać z wieloma osobami, które tak jak jak kochają podróże.

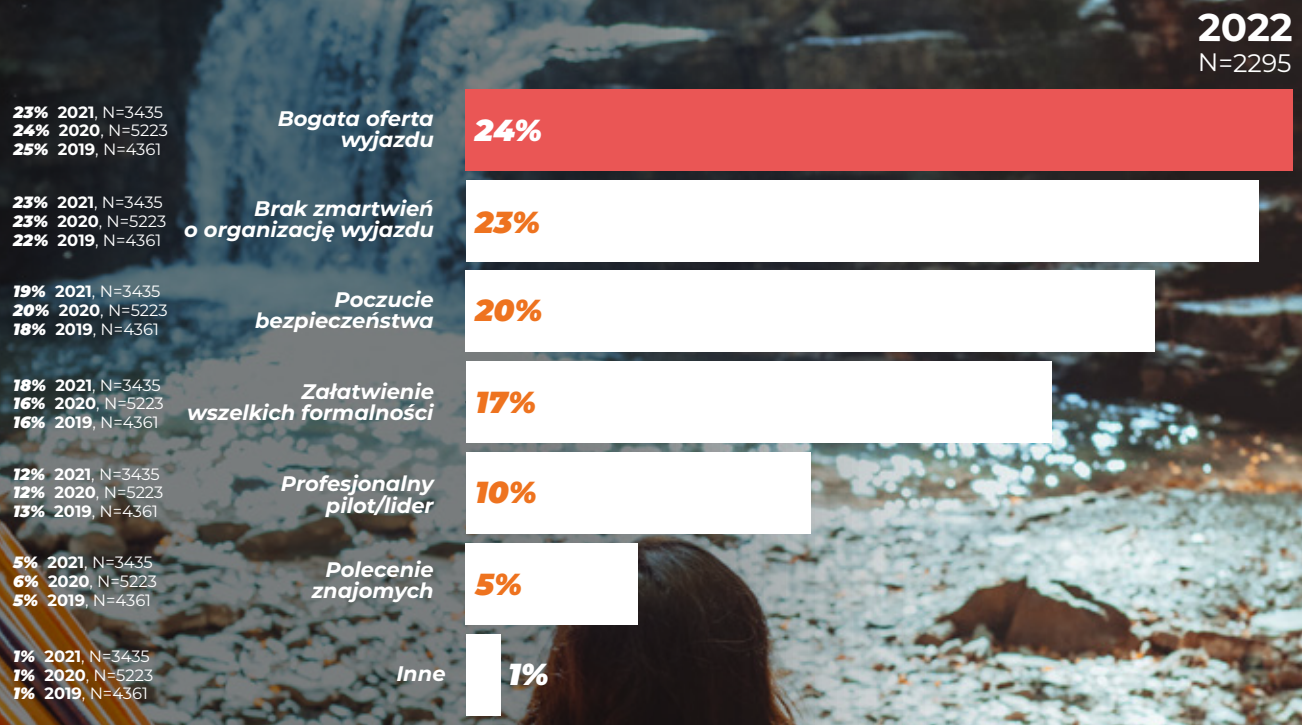
Moje podróże po Norwegii są bardzo różne. Uwielbiam spanie pod namiotem, w hamaku, ale równie chętnie korzystam z hoteli, campingów, czy klimatycznych norweskich domów, często pośrodku dosłownie niczego. Wszystkie moje norweskie wyprawy organizuję samodzielnie, nigdy nie korzystałam z wyjazdów zorganizowanych. Ze względu na specyfikę mojej pracy, wiele wyjazdów odbywa się bardzo spontanicznie, ale mimo to, gdy korzystam z noclegów w hotelach, czy campingach, zawsze rezerwuję je wcześniej przez internet.

Norwegia pod względem noclegów, turystyki jest bardzo specyficzna i większość osób podróżujących do tego kraju, ma tego świadomość. Nie ma tutaj ogromnych baz hotelowych, a wiele ultrapopularnych miejsc to małe wioski lub miasteczka. Ilość noclegów jest ograniczona. Na co dzień pomagam organizować wyjazdy do Norwegii. Większość osób, z którymi mam kontakt, organizuje wyjazdy samodzielnie (często potrzebują jedynie konsultacji swoich planów) z dużym wyprzedzeniem, rezerwując noclegi oraz wiele atrakcji przez internet. Norwegia nie jest najtańszym kierunkiem, a najlepsze noclegi w dobrych cenach znikają błyskawicznie. Mam wrażenie, że z roku na rok, ilość osób, które chcą zwiedzać Norwegię na własną rękę, zwiększa się. Patrząc na wyniki badań - ten trend nie omija również innych kierunków.

Prywatnie, podróżując do innych niż Norwegia miejsc, również organizuję swoje wyjazdy samodzielnie, co samo w sobie jest dla mnie wielką radością i pierwszym krokiem w podróży.

Sylwia Smółkowska
Kierunek Norwegia

WYJAZD ZORGANIZOWANY – NA CO ZWRACA UWAGĘ POLSKI PODRÓŻNIK?



SOLIŚCI

DREAMS INTO MEMORIES

ZNAJDŹ SWOJĄ WYPRAWĘ MARZEŃ

PONAD 7500 UCZESTNIKÓW

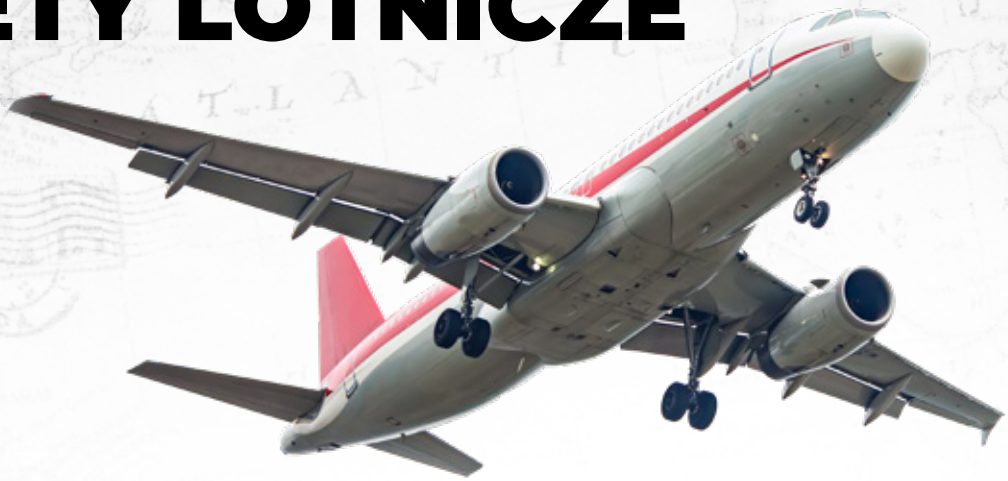
100 ODWIEDZONYCH KRAJÓW

PONAD 800 ZORGANIZOWANYCH WYPRAW

100 DOŚWIADCZONYCH LIDERÓW WYPRAW

www.solisci.pl

6. BILETY LOTNICZE

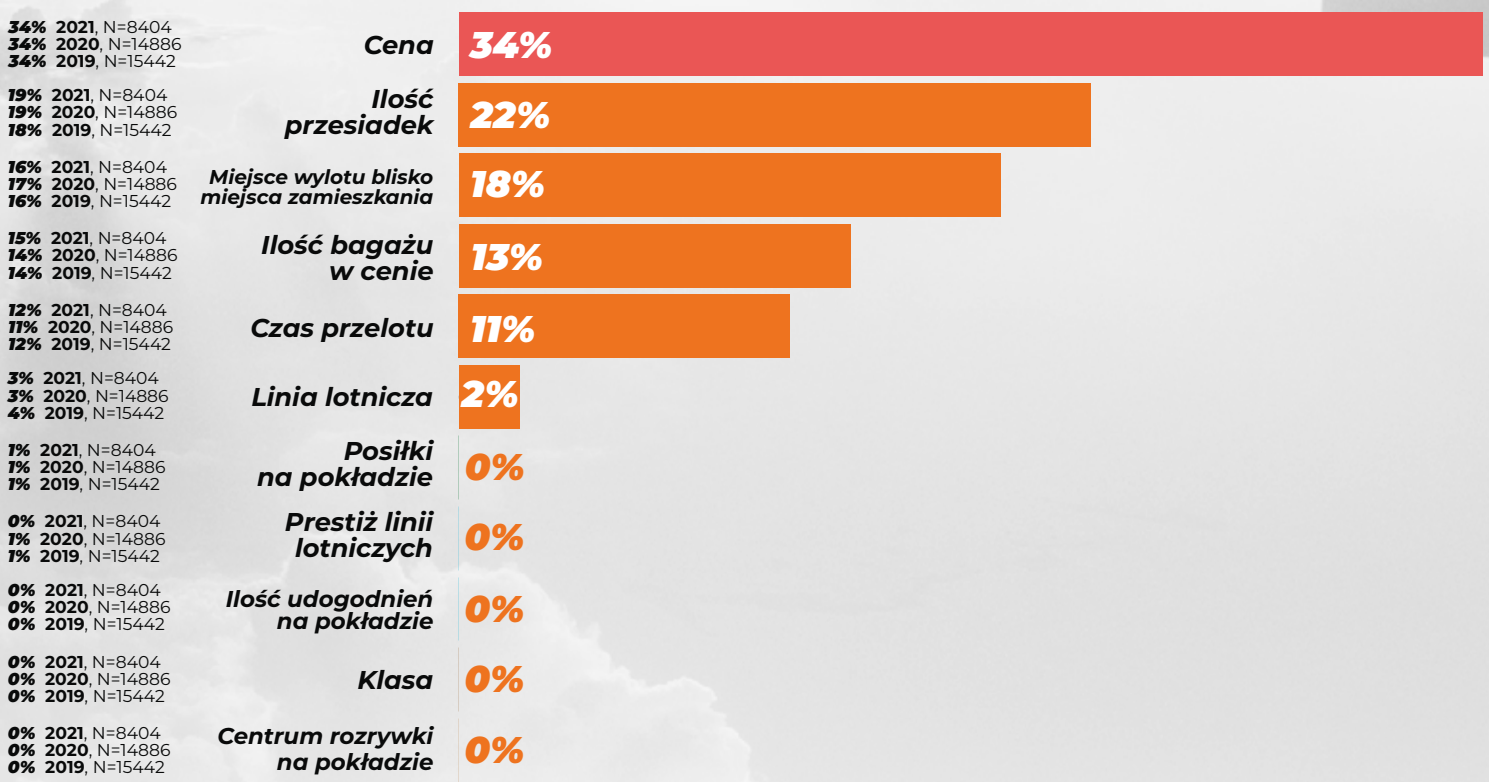


W roku 2021 podróżnicy biorący udział w badaniu zdecydowanie najczęściej korzystali z samolotów (82%), duża liczba uczestników badania korzystała przy podróżowaniu również ze swojego auta (67%). Powodu zwiększenia się zainteresowania lotami możemy poszukiwać w tym, że są one dla podróżników bardziej atrakcyjne niż kiedykolwiek (lockdown, restrykcje, wyłączenie wielu połączeń lotniczych na dłuższy czas). Cena – to od początku trwania Ogólnopolskiego Badania Podróżników główny aspekt, na który zwracają uwagę respondenci przy wyborze biletu lotniczego. Dodatkowo możemy zauważyć istotność takich aspektów jak ilość przesiadek, czy miejsce wylotu blisko miejsca zamieszkania.

Najczęściej podróżnicy korzystają z Ryanair oraz Wizzair, a podium najchętniej wykorzystywanych linii lotniczych zamyka polski LOT. Rynek lotniczy próbuje otrząsnąć się po pandemii, a trudna sytuacja rodzimego LOT-u i galopująca inflacja mogą wzmocnić jeszcze bardziej skierowanie się podróżników w stronę budżetowych linii lotniczych..

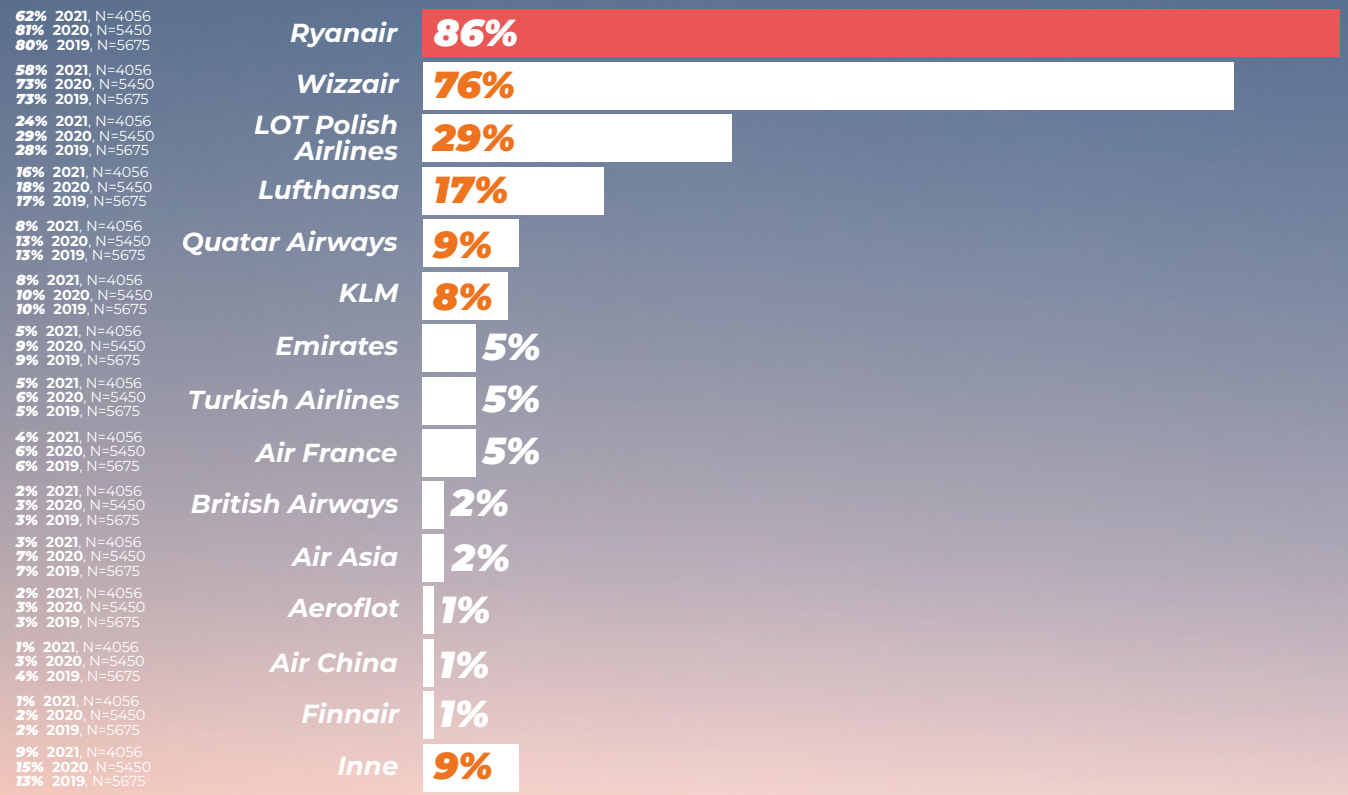
CO JEST DLA CIEBIE WAŻNE W WYBORZE BILETU LOTNICZEGO?

2022
N=14419



JAKIMI LINIAMI LOTNICZYMI PODRÓŻUJESZ NAJCZĘŚCIEJ?

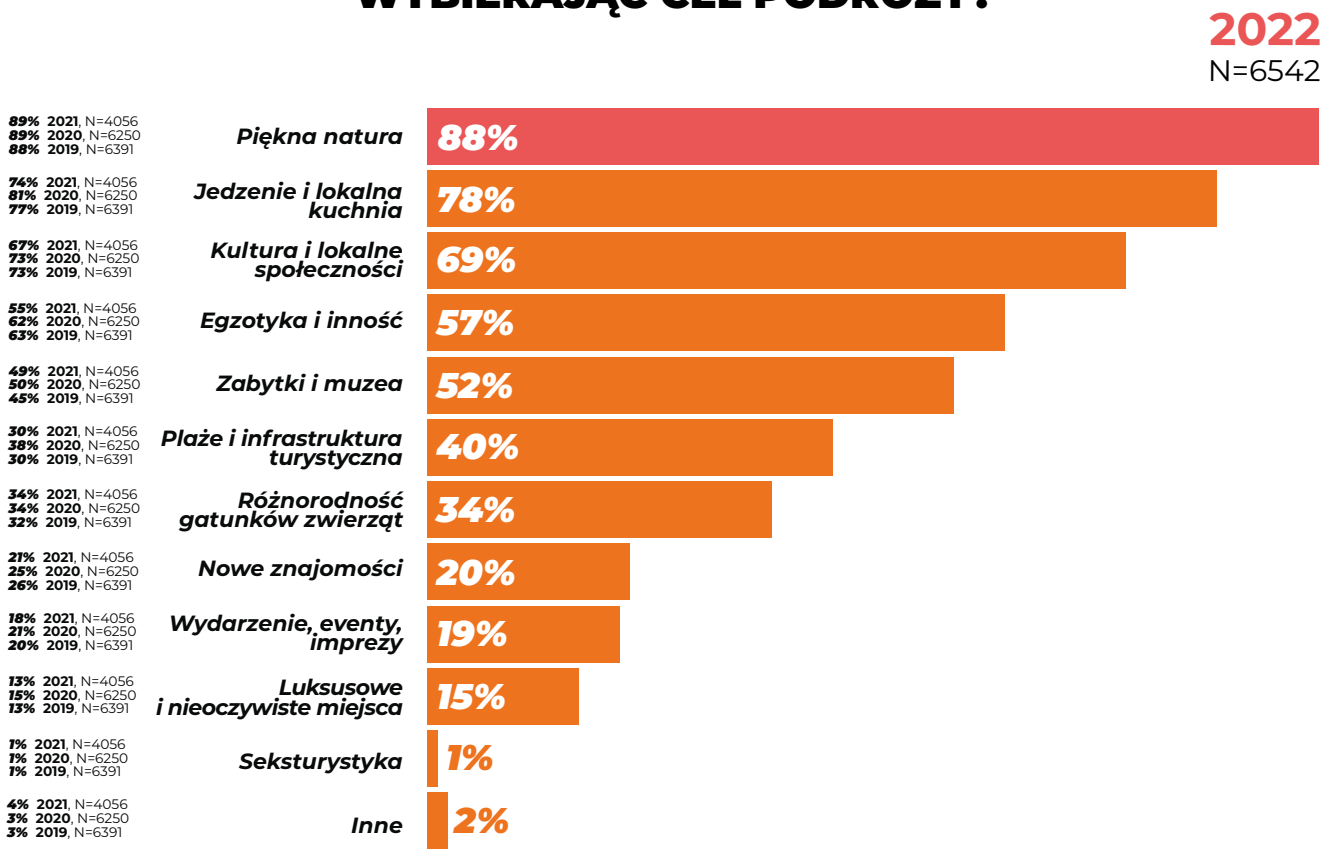
2022
N=5330



7. PO CO JEŹDZIMY?

Podróżując respondenci najbardziej zwracają uwagę na piękną naturę oraz jedzenie i lokalną kuchnię. Warto zauważyć, że na część elementów, np. plaże i infrastruktura turystyczna, uczestnicy badania zaczeli zwracać większą uwagę względem podróży w ubiegłych latach.

CO JEST DLA CIEBIE NAJWAŻNIEJSZE WYBIERAJĄC CEL PODRÓŻY?



CZEGO SZUKAMY W PODRÓŻY?

Kiedy już poczujesz magię podróżowania, to ciężko będzie przestać marzyć i planować. Ale po co tak naprawdę jeździmy? Warto zadać sobie to pytanie. Odpowiedź dla każdego z nas będzie prawdopodobnie inna, ale każdy wynosi z podróży dla siebie coś wyjątkowego.

Podróżowanie pozwala nam przede wszystkim odkrywać nowe, nieznane dotąd dla nas miejsca. Nie z pozycji telewizora, komórki czy komputera, a poczuć je wszystkimi zmysłami. Poznajemy w ten sposób nowe kultury, kuchnie, tradycję, a przede wszystkim ludzi. Dzięki temu rozwijamy w sobie pasję, otwieramy na nowe doświadczenia i tak właśnie tworzymy wspomnienia, które zostają z nami na całe życie.

Bardzo często w podróżach szukamy także przygody, poczucia adrenaliny. Nie trzeba tutaj wybrać się w odległe, egzotyczne kraje. Odpowiednio zorganizowany wyjazd, tuż za „progiem domu" może przynieść nam wiele wrażeń.

Choć to oklepane określenie, to nie mam wątpliwości, że... podróże kształcą. Ubogacają nas jako ludzi i rozwijają ciekawość świata. To tak naprawdę największa inwestycja w samego siebie, nasze wspomnienia, w życie... Po to właśnie jeździmy.

Gniewomir Knapski
Śladami Góromira

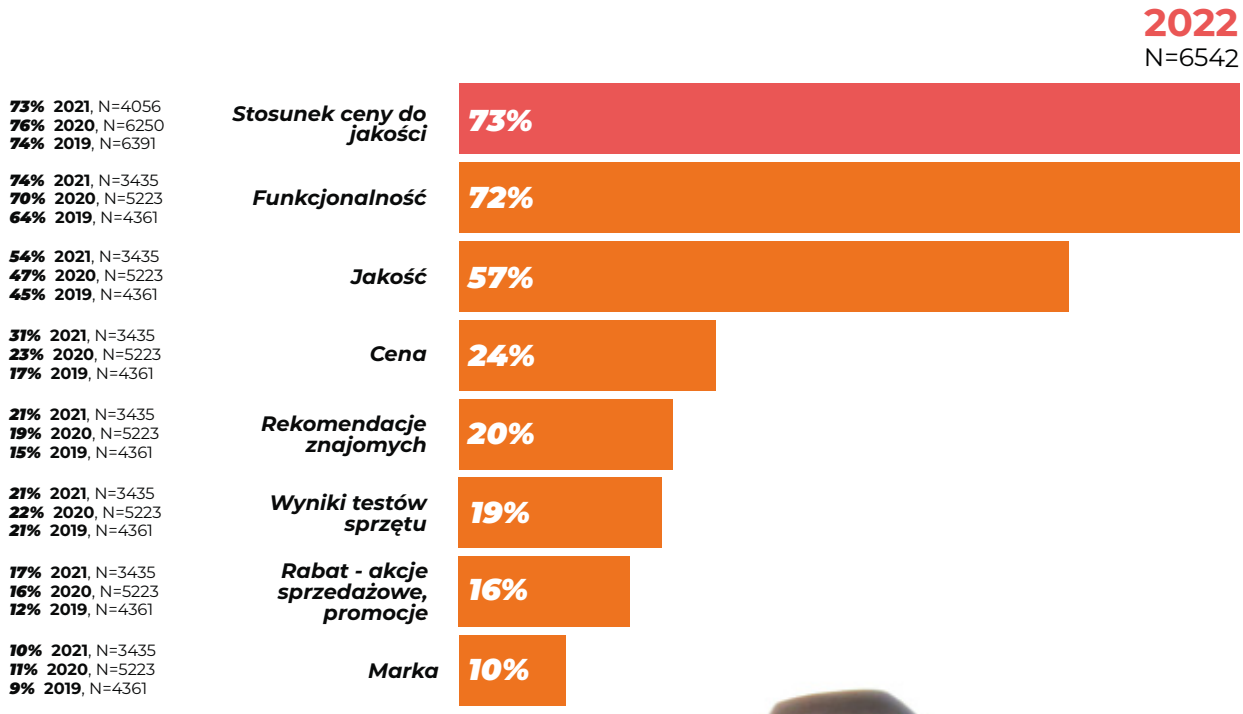
VIKING

TREK PRO

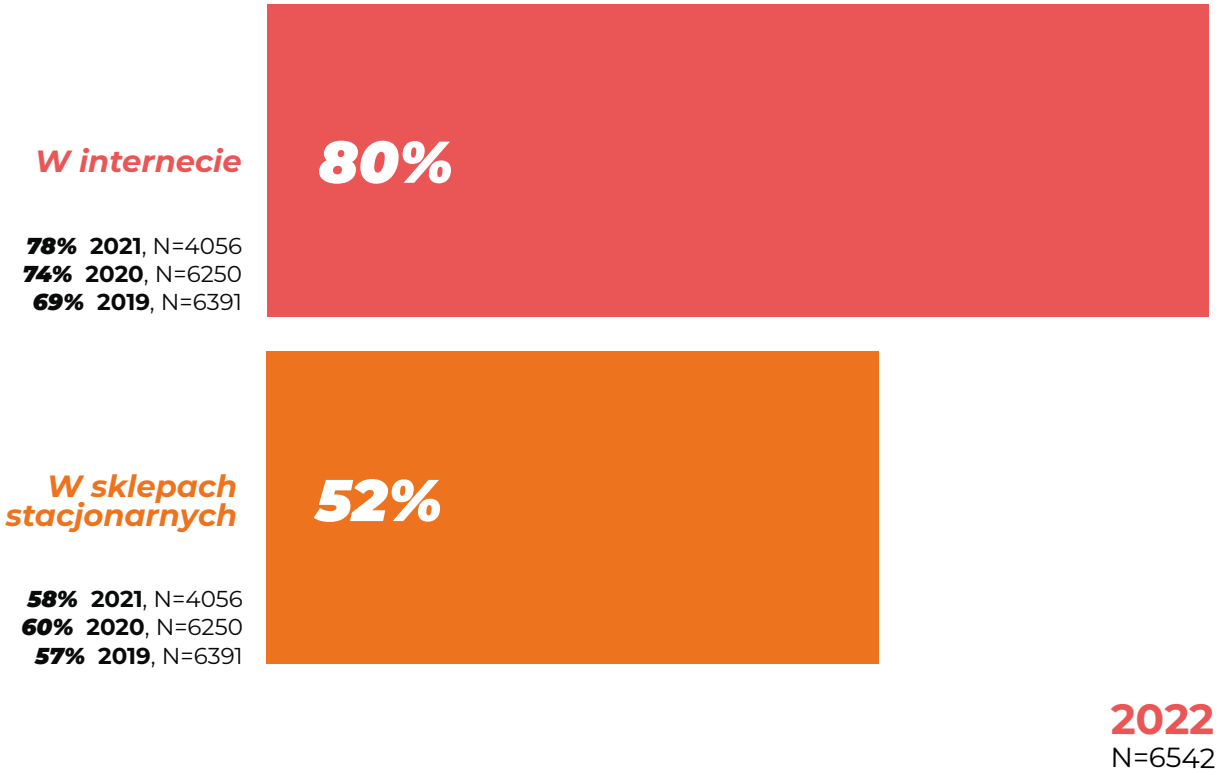
for men & for women

8. GDZIE KUPUJEMY SPRZĘT?

Niezmiennie, czołowe miejsca w zestawieniu czynników istotnych przy wyborze sprzętu wspomagającego podróżowanie w każdej edycji Ogólnopolskiego Badania podróżników zajmuje stosunek ceny do jakości oraz funkcjonalność. W najnowszej odsłonie badania możemy zauważyć, że nieco bardziej istotna dla podróżników badania stała się cena sprzętu. Coraz więcej z nich kupuje swój sprzęt w internecie – ten trend możemy zauważyć od samego początku badania.



GDZIE KUPUJESZ SPRZĘT TURYSTYCZNY NA WYJAZD?



ZAKUPOWE TRENDY POLSKICH PODRÓŻNIKÓW - CO NAJCHĘTNIEJ KUPUJĄ

Trendy zakupowe podróżników na bazie danych sklepu turystycznego e-Horyzont.pl. Wgląd w statystyki sprzedażowe konkretnego sklepu turystycznego, nawet jeśli jest jednym z większych graczy na rynku outdoorowym, nie jest kompleksową analiza zachowań konsumenckich. Niemniej może stanowić ciekawy case study, będący uzupełnieniem OBP 2022 i poglądowo dać obraz tego, na czym w pierwszej kolejności zależy polskim podróżnikom.

Horyzont to ścisła czołówka internetowych sklepów turystycznych w Polsce, w którym znajduje się szeroki przekrój odzieży i sprzętu z różnych kategorii. Produkty w tym sklepie pochodzą od renomowanych marek, przez co zwykle są lepszej jakości, niż ich odpowiedniki z popularnych sieciówek, ale są też przy tym nieco droższe. Klient Horyzontu to zatem, w pewnym uproszczeniu, osoba zainteresowana turystyką na różnym poziomie zaawansowania, która poszukuje odzieży i sprzętu wysokiej klasy, niekoniecznie w najniższej cenie.

Szczegóły analizy sprzedaży sklepu e-Horyzont.pl stanowią tajemnicę handlową, jednak na potrzeby tego tekstu możemy przybliżyć ogólne statystyki. Z ciekawostek warto wymienić, m.in. to, że polscy podróżnicy w 2022 roku chętnie wybierają dania wegetariańskie (ponad 20% sprzedanych liofilizatów to dania bezmięsne), a także, że rośnie popularność szybkich wędrówek „na lekko" (ponad 38% sprzedanych butów turystycznych to buty niskie).

Najbardziej interesujące wnioski płyną jednak z tego, co najlepiej sprzedaje się w skali ogólnej, czyli co jest najważniejsze pod względem jakości dla polskiego podróżnika. Na szczycie listy ilościowej znajdują się kurtki (ok. 14% sprzedaży wśród kluczowych kategorii odzieżowych), które sprzedają się ponad dwa razy lepiej niż np. sporo tańsze skarpety turystyczne (7%). Niewiele dalej są buty turystyczne (13%), następnie koszulki (13%), plecaki (10%), bluzy (7%) i spodnie (6%). Ze sprzętu na czoło wychodzą specjalistyczne akcesoria wspinaczkowe i alpinistyczne (22%), potem śpiwory (21%), sprzęt do gotowania (16%), maty i materace (12%), oświetlenie (11%) i kije trekkingowe (8%). Ten procentowy rozkład przeciętnego koszyka znajduje odzwierciedlenie w rankingu sprzedawanych marek, gdzie o miejsca w czołówce rywalizują tacy producenci jak Jack Wolfskin (odzież, buty, plecaki), Pinguin (plecaki, biwak), Black Diamond (odzież, plecaki, wspinanie), Fjallraven (odzież, plecaki), Fjord Nansen (odzież, plecaki, biwak), Columbia (odzież, buty, plecaki), The North Face (odzież, buty, plecaki), Patagonia (odzież, plecaki) czy AKU (buty).

Z tych danych wynika jasno, że wciąż obawa przed trudną pogodą jest głównym impulsem zakupowym. Potwierdzają to wnioski pracowników działu obsługi klienta sklepu Horyzont, którzy jednoznacznie wskazują, że to właśnie deszcz, mróz i wyjazdy w góry dominują w motywacji zgłaszających się po poradę konsumentów. Ciekawym zjawiskiem jest wyraźny udział kategorii wspinaczkowo-alpinistycznej, która pokazuje odejście części turystów od uniwersalizmu na rzecz specjalizacji i pogłębiania poziomu trudności obieranych szlaków. Są jeszcze trendy zauważalne dopiero w bardziej szczegółowej analizie, pokazujące wyraźnie, że klienci coraz większą uwagę zwracają na to, czy wykorzystane materiały są naturalne (np. merino) lub czy pochodzą z recyklingu. Zaczyna też zarysowywać się coraz bardziej zauważalne zainteresowanie turystów bikepackingiem.

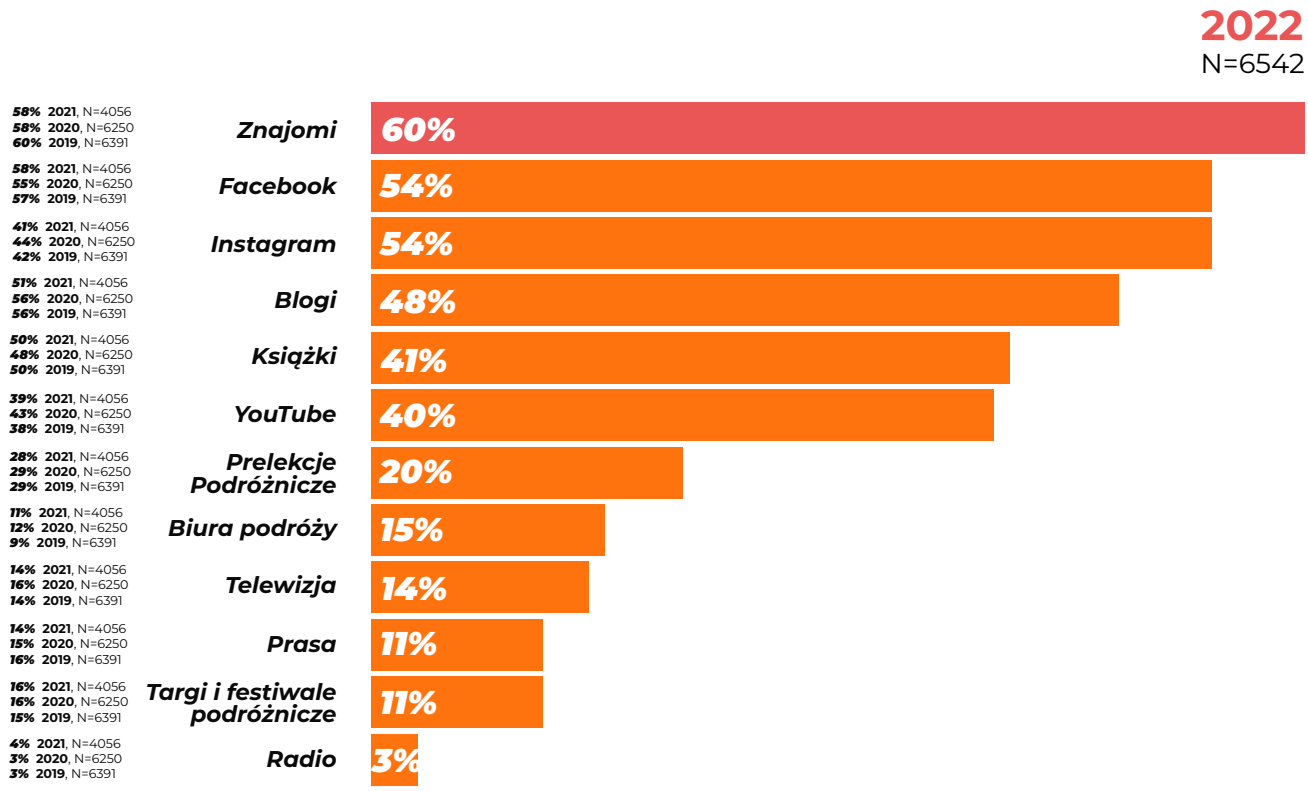
Powyższe dane można interpretować na różne sposoby, niemniej jasne jest, że turystyka i podróżowanie są trendem samym w sobie, który delikatnie przekształcając się z roku na rok, wciąż rośnie w siłę. W końcu podróże to nie tylko urlop od pracy, ale przede wszystkim możliwość odkrycia świata, a przy odkrywaniu świata jest też spora szansa na okrycie samego czy samej siebie.

Z pozdrowieniami od ekipy sklepu e-Horyzont.pl

9. CO NAS INSPIRUJE?

Kiedy szukamy inspiracji do podróży to najczęściej słuchamy tego co polecają nam nasi znajomi lub przeglądamy Facebooka. Wzrosło znaczenie Instagrama w tym zestawieniu, w 2021 roku stał się większym źródłem inspiracji niż blogi, które od początku trwania Ogólnopolskiego Badania Podróżników tracą na znaczeniu.

Martyna Wojciechowska jest najczęściej wskazywanym źródłem inspiracji na Facebooku oraz Instagramie, taki stan rzeczy możemy zaobserwować od początku trwania projektu. Blogiem bezsprzecznie najchętniej odwiedzanym w poszukiwaniu pomysłów na podróż jest podobnie jak w roku 2019 i 2020 Busemprzezświat.pl, praca Karola i Oli Lewandowskich została również doceniona w przypadku kanału YouTube.



CO INSPIRUJE NAS DO PODRÓŻY?

Każdy otwierając się na podróże w XXI wieku zaczyna od przeszukania Social Mediów. Wystarczy wpisać w wyszukiwarkę interesującą nas frazę i wyskoczą tysiące stron i profili, które mogą nas zaciekawić. Często obracając się w gronie miłośników podróży inspiracje mamy na wyciągnięcie ręki.

Wielu podróżników udostępnia swoje przygody na platformie takiej jak Instagram, Youtube czy Tik Tok, a dzięki temu mogą być zaproszeni jako prelegenci na festiwale podróżnicze i dzielić się swoją pasją. Wiele z nas czerpie inspiracje od @thetravellingnomads, @familyglobtrotters, @evazubeck, @życie_w_podrozy, @lutkowe_stopy, czy @patrycjaszkarlat. Pokazują oni piękne zdjęcia i ciekawostki dotyczące ich podróżniczego życia i inspirują tysiące osób. Jako jedną z największych inspiracji możemy wskazać podcast, który ukazuje się na antenie Radia LUZ pod tytułem "Korci na podróż". Niektórzy członkowie Naszej organizacji zapytani co jest ich natchnieniem do podróży odpowiadają :

"Najbardziej inspiruje mnie świadomość, jaki świat jest ogromny, piękny i różnorodny, a dla mnie taki nieznany. Dzięki czemu z każdą podróżą chcę go poznawać. W podróżowaniu ważne jest poznawanie kultur oraz ludzi, nauka, że odmienność wcale nie musi być negatywna, a wręcz przeciwnie właśnie inspirująca"

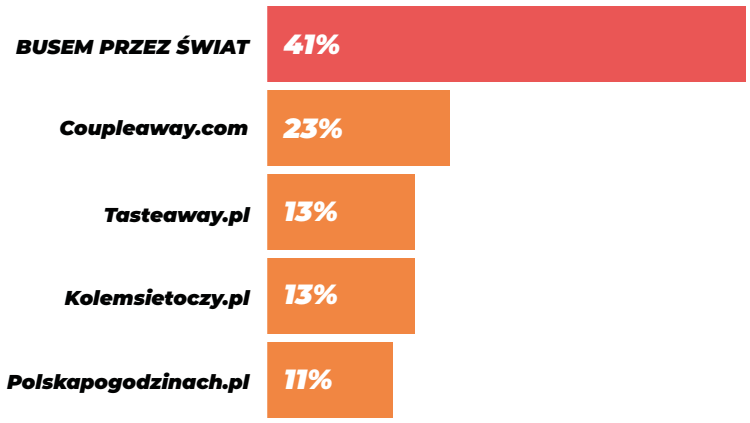
"Do podróży inspiruje mnie poznawanie świata oraz samego siebie... Wychodzenie ze swojej strefy komfortu i otwieranie się na otaczający nas wszechświat. Nie ma lepiej wydanych pieniędzy, niż te, które wydajemy na poznawanie siebie, innych ludzi, kultur i otoczenia."

Wiele pomysłów dają też książki (np. "Pieszo z Panamy do Kanady" Stones On Travel), prasa (np. "Traveler" National Geographic), czy targi i festiwale podróżnicze (takie jak "World Travel Show" lub "Dni Podróżnika"). Ale pamiętajmy, że inspiracja to tylko początek podróży, to jak będziemy stawiać swoje kroki oraz co i w jaki sposób zobaczymy zależy tylko od nas.

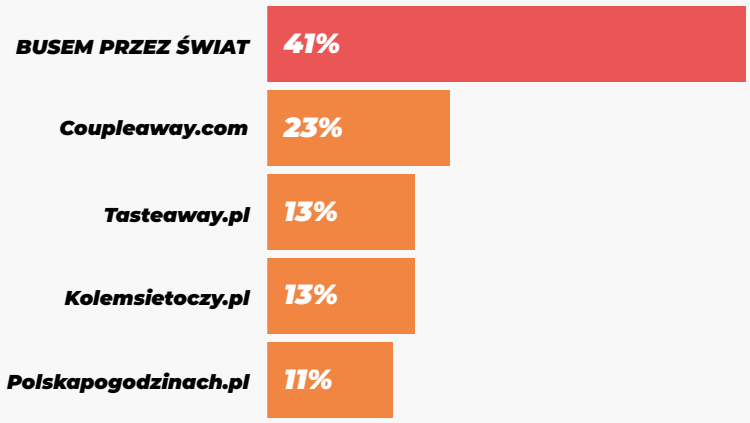
Klub Podróżników BIT

TOP INFLUENCERZY

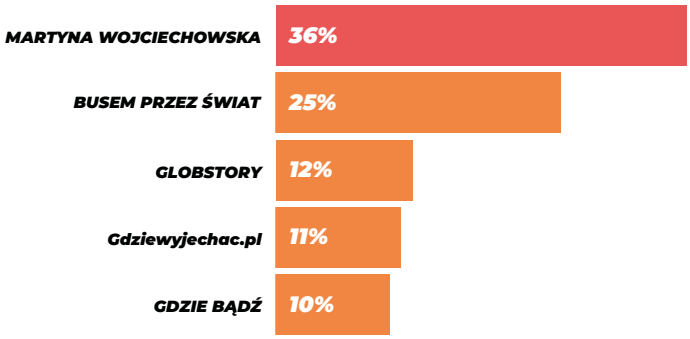
BLOGI TOP5



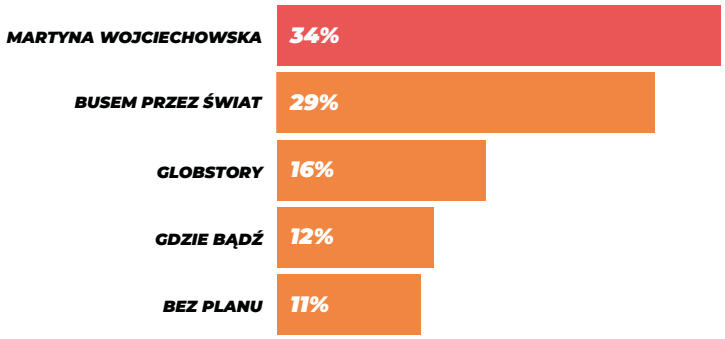
YOUTUBE TOP5



FACEBOOK TOP5



INSTAGRAM TOP5



10.
CO NAM SIĘ MARZY?

Kraje, które polscy podróżnicy chcą odwiedzić najbardziej w ciągu najbliższych 3 lat to najczęściej Islandia, Stany Zjednoczone oraz Hiszpania. Wysoko w zestawieniu możemy również odnaleźć Portugalię, Włochy, Norwegię oraz Tajlandię.

Nie zmieniamy zatem swoich marzeń ze względu na pandemię COVID-19, inflację, czy wojnę na Ukrainie. Bucket lista polskich podróżników pozostaje praktycznie niezmienna.

11. TRENDY PODRÓŻNICZE

1. LOKALNIE/REGIONALNIE

Trend, który został zauważony w czasie pandemii i świecie ograniczeń w podróżowaniu, w dalszym ciągu utrzymuje się w dobrej kondycji. Chcemy podróżować blisko, czasami nawet za cenę noclegu – tak, żeby jeszcze tego samego dnia wrócić do bezpiecznego domu. Widzimy to na świecie,[3] widzimy w naszej rodzimej turystyce, w której zwrot w stronę Polski i zwiedzania naszej ojczyzny już na dobre zagościł w głowach podróżników i ofercie biur podróży.

3 Skift Megatrends Looking Ahead to 2025.

2. NOWY WYMIAR BEZPIECZEŃSTWA

Obostrzenia i restrykcje nie są już tak dotkliwe i znacznie łatwiejsze do zarządzania przez podróżników, ale sama pandemia zostawiła w nas ślad. Urządzenia do dezynfekcji pozostały nie tylko w sklepach, ale są istotnym elementem wystroju hotelowego lobby.

Badania podróżników z całego świata są jednoznaczne – czystość będzie w najbliższych latach istotnym czynnikiem wyboru miejsca noclegowego.

3. PLANOWANIE TO PODSTAWA

Planujemy bardziej skrupulatnie niż do tej pory. Z uwagi na pandemię, wojnę na Ukrainie i inflację polscy podróżnicy muszą brać pod uwagę wiele czynników. Wybór destynacji, noclegu czy nawet aktywności na miejscu jeszcze nigdy nie był tak istotny.

Widzimy delikatny zwrot w stronę agencyjnej oferty turystycznej. Wierzymy, że są miejsca, do których lepiej pojechać na wycieczkę zorganizowaną.

12. WPŁYW SYTUACJI NA UKRAINIE NA ZACHOWANIA PODRÓŻNICZE

JAK WYBUCH WOJNY NA UKRAINIE WPŁYNĄŁ NA TWOJE PLANY WYJAZDOWE/PODRÓŻNICZE W TYM ROKU?

Wybuch wojny nie zmienił raczej planów wyjazdowych uczestników badania – twierdzi tak 57% z nich. 12% badanych nie planowało jeszcze swoich podróży w tym roku. Niewielki odsetek respondentów przełożył zaplanowane wyjazdy lub wręcz je anulował (w obu przypadkach 2%). 7% podróżników po pandemii COVID-19 przestało już planować swoje wyprawy z większym wyprzedzeniem.

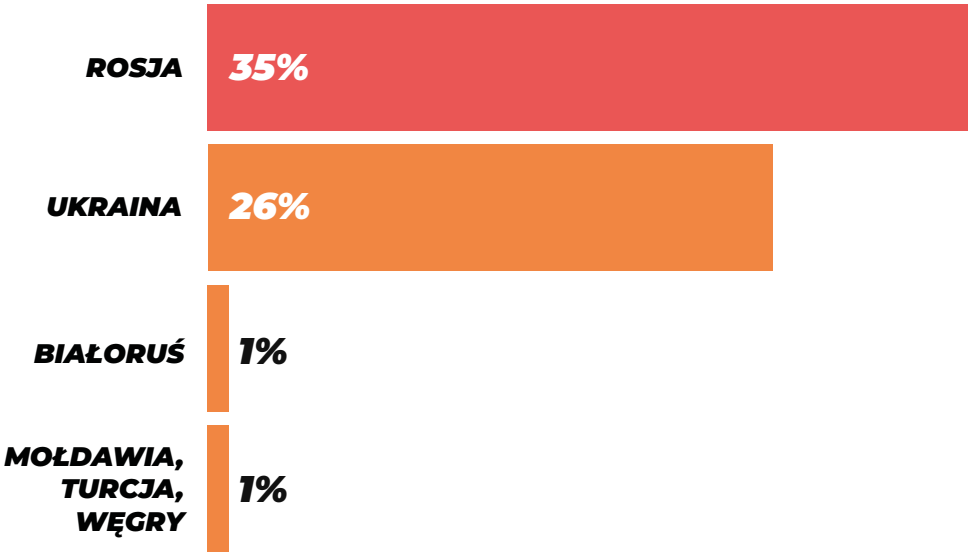
JAKI BYŁ BEZPOŚREDNI POWÓD ODWOŁANIA BĄDŹ PRZEŁOŻENIA PODRÓŻY?

Najczęstszym powodem odwołania/przełożenia podróży jest obawa o własne zdrowie - 23%. Warto zwrócić uwagę na to, że 19% uczestników badania wskazuje na konieczność oszczędzania, a 14% wskazuje na większe koszty podróży.

KIEDY PLANUJESZ WZNOWIENIE PODRÓŻY?

Większość respondentów już wznowiła swoje wyprawy po wybuchu wojny na Ukrainie. Czynnikiem, który najczęściej wskazują osoby, które zaprzestały podróżowania jako moment wznowienia podróży jest stabilizacja inflacji i stóp procentowych – 27%.

KRAJE, DO KTÓRYCH LUDZIE NIE POLECĄ ZE WZGLĘDU NA SYTUACJĘ NA UKRAINIE.



START PIĄTEJ EDYCJI

1 LUTEGO 2023 R.

(ŚRODA)

OBP
OGÓLNOPOLSKIE BADANIE PODRÓŻNIKÓW

WWW.BADANIEPODROZNIKOW.PL

SOLIŚCI
CHCESZ PRACOWAĆ W TURYSTYCE?
DOŁĄCZ DO GRUPY 100 LIDERÓW I ZYSKAJ PRACĘ MARZEŃ!
OSTATNI TERMIN SZKOLENIA W RAMACH AKADEMII LIDERÓW WYPRAW: 2-4.09.2022 | WROCŁAW
KOLEJNE TERMINY DOPIERO W 2023 ROKU!
Zapisz się już dziś!

DZIĘKUJEMY
ZA UDZIAŁ W BADANIU

ORGANIZATORZY:

SOLIŚCI

mands
badania rynku i opinii

PARTNER STRATEGICZNY:

DECATHLON

PARTNERZY:

VIKING
EXPLORE MORE

Militaria.pl

Horyzont

PATRON MEDIALNY:

ALL INCLUSIVE
www.all-inclusive.com.pl

AMBASADORZY:

Takeyourway

podróże bez ofert

Kawa i Wyprawa

NIEK W PODRÓŻY

@podrozezarchitektem
www.podrozezarchitektem.pl

CroLove.pl
Zakochani w Chorwacji

KIERUNEK NORWEGIA

Patrik Heliosz

Klub Podróżników BIT

ŚLADAMI GÓROMIRA

Basia Szmydt

Z PARKU DO PARKU

Wypisz wymaluj podróż

Wiecznie Wolni

Wspólnie Przez Świat

RACZEJTRAMPKI
VANLIFE

BYLE DO WYLOTU

BADANIEPODROZNIKOW

OBP.BADANIE.PODROZNIKOW

WWW.BADANIEPODROZNIKOW.PL

OBP
OGÓLNOPOLSKIE
BADANIE
PODRÓŻNIKÓW