

57 proc. Polaków planuje dłuższy wypoczynek w wakacje.



Sezon turystyczny rozpoczął się na dobre, a wraz z nim wyjazdy polskich rodzin na letni wypoczynek. Po ostatnich latach wysokiej inflacji, która mocno wydrenowała portfele Polaków, powoli wracamy do normalności i odważniej podchodzimy do jakości wakacji. Już 57 proc. z nas planuje w tym roku dłuższy urlop, a 41 proc. myśli o wczasach za granicą — to o 8 proc. więcej niż dwa lata temu — wynika z badania „Wydatki i plany wakacyjne Polaków 2024” przeprowadzonego dla Rejestru Dłużników BIG InfoMonitor. Pozytywny trend wśród urlopowiczów widać także na przykładzie osób, których nie stać na dłuższe wojaże. Jeszcze w 2022 r. była to 1/3 badanych, podczas gdy aktualnie odsetek ten spadł i wynosi 24 proc. Za urlop zapłacimy najczęściej z oszczędności.

Na bardziej zdecydowane plany i wydatki wakacyjne klientów czeka branża noclegowa, która dopiero zaczęła odrabiać straty wynikające z surowych restrykcji w czasie pandemii COVID-19, silnej presji inflacyjnej czy niepewności geopolitycznej i migracyjnej wywołanej przez wybuch wojny w Ukrainie. Jak podaje GUS, w 2023 r. z obiektów noclegowych skorzystało 36,2 mln turystów, a liczba udzielonych noclegów w tym okresie wyniosła 92,8 mln. Co ważne, dopiero w ostatnim roku wyniki branży zaczęły przypominać te osiągnięte przed pandemią, które w 2019 r. przełożyły się na ruch turystyczny w postaci 35,7 mln podróżników i 93,3 mln wynajmowanych noclegów. W żadnym z wcześniejszych trudnych sezonów (w 2020 i 2021 r.), liczba osób nie przekroczyła 22,2 mln, a udzielonych noclegów 62,8 mln.

Jednocześnie ostatnie lata mocno naruszyły finanse przedsiębiorstw utrzymujących się z turystyki, które w warunkach ograniczonej działalności i tak musiały stanąć w walce o krajowego klienta. Nieplanowane inwestycje w remonty czy na rozwój infrastruktury socjalnej na terenie prowadzonych obiektów, doprowadziły do presji kosztowej, która zachwiała kondycją tych firm, prowadząc przy tym do opóźnień w spłatach zobowiązań płatniczych.

Obecnie łączne zadłużenie przedstawicieli sektora noclegowego (PKD: 55) wpisanych do rejestru BIG InfoMonitor oraz widocznych w bazie informacji kredytowych BIK wyniosło na koniec kwietnia br. prawie 983 mln zł i było o 47,3 mln zł niższe niż w analogicznym okresie w ub.r. - *Choć możemy mówić o zmniejszeniu całkowitego zadłużenia r/r musimy być świadomi tego, że z wyjątkiem 2022 r., w którym przeterminowane zadłużenie spadło do poziomu 921 mln zł, rok wcześniej wynosiło rekordowe 1,04 mld zł, a 12 miesięcy później - 1,03 mld zł. Dodatkowo, trwałe problemy finansowe w branży noclegowej potwierdza rosnąca liczba nierzetelnych przedsiębiorstw, która wzrosła z 1760 w 2021 r. do 1993 w 2024 r. Stabilizacja sektora będzie wymagała nie tylko dalszego ożywienia w ruchu turystycznym, ale również zwiększonych nakładów na rozwój oferty, promocję i dotarcie do coraz bardziej wymagających klientów* — komentuje dr hab. Waldemar Rogowski, główny analityk BIG InfoMonitor.

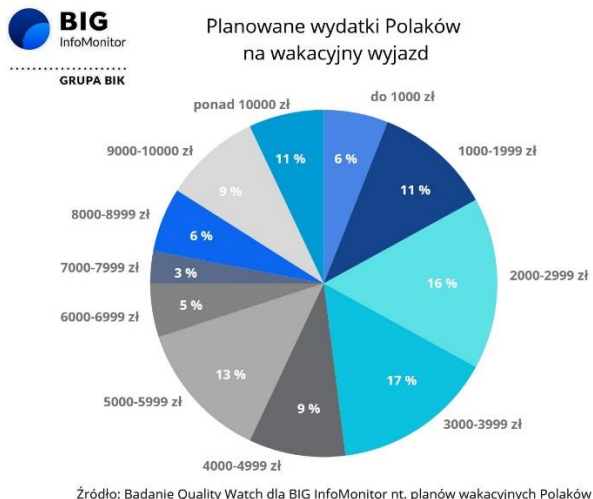
Chcemy podróżować coraz dłużej — szczególnie millenialsi oraz mieszkańcy średnich i dużych miast

Dobłą informacją i impulsem do działania dla branży noclegowej jest fakt, że Polacy coraz chętniej wybierają się na dłuższe urlopy. Jak wynika z badania „Wydatki i plany wakacyjne Polaków” przeprowadzonego przez Quality Watch dla BIG InfoMonitor, taki wyjazd planuje w trwającym sezonie 57 proc. ankieterowanych (w tym 16 proc. rozważa więcej niż jeden urlop), co stanowi 5 proc. wzrost w porównaniu z 2022 r.

Okazuje się też, że popularność długich podróży rośnie ze względu na pokoleniowość, styl życia danej generacji czy miejsce, w którym żyjemy na co dzień. I tak np. dłuższe wakacje są szczególnie ważne dla przedstawicieli pokolenia Y (35-44 lata), dla którego bardzo ważny jest wolny czas poświęcany na nowe doświadczenia i przeżycia zdobywane m.in. dzięki podróżom. Te dłuższe planuje w tym roku ok. 2/3 osób z tej grupy przebadanych przez BIG InfoMonitor. Prawie tyle samo, bo 63 proc. mieszkańców średnich i dużych miast, czyli klientów z wyższymi dochodami, również nie wyobraża sobie w tym roku wyłącznie krótszego odpoczynku. Najrzadziej dłuższe urlopy planują aktualnie seniorzy (w wieku 65 lat i więcej). Aż 1/3 z nich nie wybiera się na taki wypoczynek, a prawie 1/5 nie podjęła jeszcze decyzji.

Polska nadal wybierana przez turystów, choć trwa boom na zagranicę

Choć wyjazdy nad Bałtyk, w góry czy w okolice polskich jezior nadal cieszą się największą popularnością — urlop w kraju planuje spędzić 65 proc. badanych — astronomiczne ceny produktów i usług, z którymi w ostatnich latach musieli mierzyć się klienci, sprawiają, że coraz chętniej spoglądamy w kierunku zagranicznej oferty turystycznej. A ta jest często tańsza, co potwierdzają rynkowe analizy. Z jednej z nich, przygotowanej przez ekspertów Rankomat.pl, wynika, że w lipcu br. za tydzień pobytu w hotelu na Teneryfie czteroosobowa rodzina zapłaci 2 860 zł, a para 1 415 zł. W Polsce jest dwa razy drożej – w Mikołajkach rodzina za tydzień w hotelu zapłaci 5 142 zł, a para 3 618 zł.



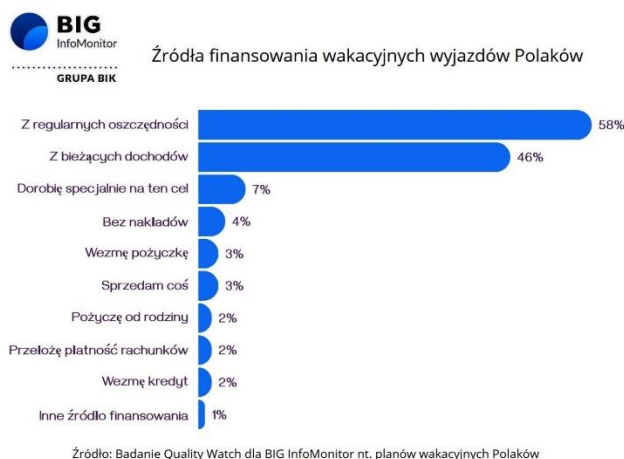
Nic więc dziwnego, że coraz częściej rozważamy spędzenie czasu wolnego w innych krajach. Jak pokazuje badanie zleczone przez BIG InfoMonitor, w 2022 r. wakacje poza Polską planowała jedna trzecia ankieterowanych. W tym roku jest to już 41 proc., co stanowi wzrost o 8 proc. Wyjazdy zagraniczne organizowane są nieznacznie częściej przez biura podróży niż samodzielnie (24 proc. vs 19 proc.), natomiast do wakacji w kraju wolimy przygotować się na własną rękę (59 proc. vs 8 proc.).

- Coraz więcej Polaków wybiera zagraniczne podróże, szukając nowych doświadczeń i unikalnych przeżyć. Do tego dochodzi kwestia cen, które w okresie wakacyjnym są w Polsce wysokie, natomiast często nie idzie za tym podniesienie jakości czy zakresu usług. Spadające zainteresowanie naszym lokalnym rynkiem to wyraźny sygnał wyrażający potrzebę zmian i szybkiej adaptacji. Kluczowe będą inwestycje w rozwój infrastruktury turystycznej, promowanie mniej znanych, ale wyjątkowych miejsc, a także tworzenie spersonalizowanych ofert — twierdzi dr hab. Waldemar Rogowski, główny analityk BIG InfoMonitor.

Za urlop płacimy częściej z oszczędności

Polacy w 2024 r. wydadzą średnio 4940 zł na dłuższe wakacyjne wyjazdy, co biorąc pod uwagę dużą rozpiętość wydatków deklarowanych przez badanych, daje średnią kwotę 2150 zł na osobę.

Podobnie jak w 2022 r. głównym źródłem finansowania dłuższych wyjazdów wakacyjnych są obecnie oszczędności (58 proc.), a w drugiej kolejności bieżące dochody (46 proc.). Pozostałe źródła mają niewielkie znaczenie i są wskazywane przez nie więcej niż 3 proc. wyjeżdżających. Wyjątek stanowi chęć specjalnego dorobienia na potrzeby wyjazdu – deklarowana przez 7 proc. urlopowiczów.



Osoby bez poduszki finansowej lub wystarczających bieżących środków na potrzeby dłuższych urlopów podchodzą do nich z większą rezerwą. Polacy bez takich planów sytuację tę najczęściej uzasadniają brakiem środków (41 proc.). Prawie 1/4, bo 23 proc. wykazuje natomiast brak zwyczaju jeżdżenia na urlopy, a 18 proc. jako powód podaje potrzebę oszczędzania. Co 4. Polak deklaruje, że takie wakacje są poza jego zasięgiem i choć jest to wysoki odsetek, to na uwagę zasługuje fakt, że wskaźnik ten spadł o 7 proc. w porównaniu z 2022 r.

Badanie „Wydatki i plany wakacyjne Polaków 2024” zrealizowane przez Quality Watch dla BIG InfoMonitor, metodą CAWI na próbie 1049 osób, czerwiec 2024 rok

Biuro Informacji Kredytowej oraz BIG InfoMonitor są inicjatorami Programu edukacyjnego Nowoczesne Zarządzanie Biznesem i partnerami w module „Zarządzanie ryzykiem finansowym w biznesie i życiu osobistym”.

Więcej: www.nzb.pl / www.facebook.com/NowoczesneZarządzanieBiznesem oraz www.BANK.PL.