

Pieniądze na wakacjach

Wakacyjne wydatki Polaków za granicą

Raport wrzesień 2025

Agencja badawcza Inny Format dla Wakacje.pl

Spis treści

Pieniądze nie mają urlopu — 3

Rozdział I — 4

1. Finansowanie wyjazdu 5
2. Osobiste dochody netto 6
3. Dobry zwyczaj, na urlop nie pożyczaj! 7

Rozdział II — 8

1. Decyzje związane z wyjazdem 9
2. Forma wyjazdu ma znaczenie 11

Rozdział III — 12

1. Na wakacjach nie chcemy myśleć o wydatkach 12
2. Chcemy dzielić się doświadczeniami... i kochamy pamiątki! 14
3. Doceniamy lokalność 15
4. Doświadczenia z wakacji bezcenne, ale ... 18
5. Banknot... is the king! 20

Podróżujemy rozsądnie i cieszymy się z poznawania nowych kultur — 22

Pieniądze nie mają urlopu

Polacy podróżują coraz chętniej – w pierwszym półroczu tego roku zagraniczny wyjazd od touroperatora zdecydowało się wykupić 4,9 mln klientów, wynika z danych Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego*. To o ponad 5 proc. więcej niż przed rokiem.

Dla większości tych osób wakacyjne doświadczenia zaczynają się już w momencie poszukiwania oferty. To czas sprawdzania opinii, podglądania social mediów, porównywania propozycji. Na decyzję o zakupie wpływ ma wiele czynników, zarówno na poziomie racjonalnym, jak i emocjonalnym. Płynność działania strony, kompetencje konsultantów, prostota procesu zakupowego – niuanse mogą zaważyć na finalizacji.

I choć podróżowanie to jednak przede wszystkim emocje i doświadczenia, nie bez znaczenia jest ich praktyczny wymiar, np. finansowy. To właśnie pieniądze są środkiem, dzięki któremu możemy spełniać podróżnicze marzenia. A, jak pokazują dane, robimy to nader chętnie. W ubiegłym roku polscy turyści przeznaczyli na wycieczki organizowane przez biura podróży ponad 21 miliardów złotych, czyli o ¼ więcej niż w roku 2023. To imponujący wynik, jednak nie jest to koniec wakacyjnych wydatków! Na co, poza kosztem samej wycieczki, wydają pieniądze urlopowicze? Zapytaliśmy ich o to w naszym najnowszym badaniu. Najciekawsze wyniki?

Okazuje się, że większość (69%) na wakacyjny zagraniczny wyjazd oszczędza przez cały rok. Jesteśmy też gotowi zapłacić więcej za komfortowe podróżowanie, ale lubimy "polować" na cenowe okazje, przy czym w kwestii jakości nie jesteśmy skłonni pójść na kompromis. Na miejscu wolimy płacić gotówką, której używa 79% badanych. Ponad połowa podróżnych (57%) uważa, że wakacje to czas, kiedy może pozwolić sobie na większą swobodę w kwestii wydatków. Co kupujemy? Robimy drobne zakupy (48%), kupujemy pamiątki dla bliskich (43%), wybieramy się na wycieczki (39%).

Analiza, którą przedstawiliśmy w tym raporcie, maluje obraz dojrzałych i świadomych podróżników. Podstawą wakacyjnego budżetu pozostaje rozsądne planowanie, a podczas samego urlopu kieruje nami chęć poznawania lokalnych kultur, nowych smaków, innych ludzi.

Zapraszam do lektury,



Katarzyna Walczak

Chief Marketing Officer, Wakacje.pl,
Travelplanet.pl i Invia CEE

*Turystyczny Fundusz Gwarancyjny (TFG) to specjalny fundusz w ramach Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego (UFG) przeznaczony do ochrony turystów przed niewypłacalnością biur podróży.

Rozdział 1

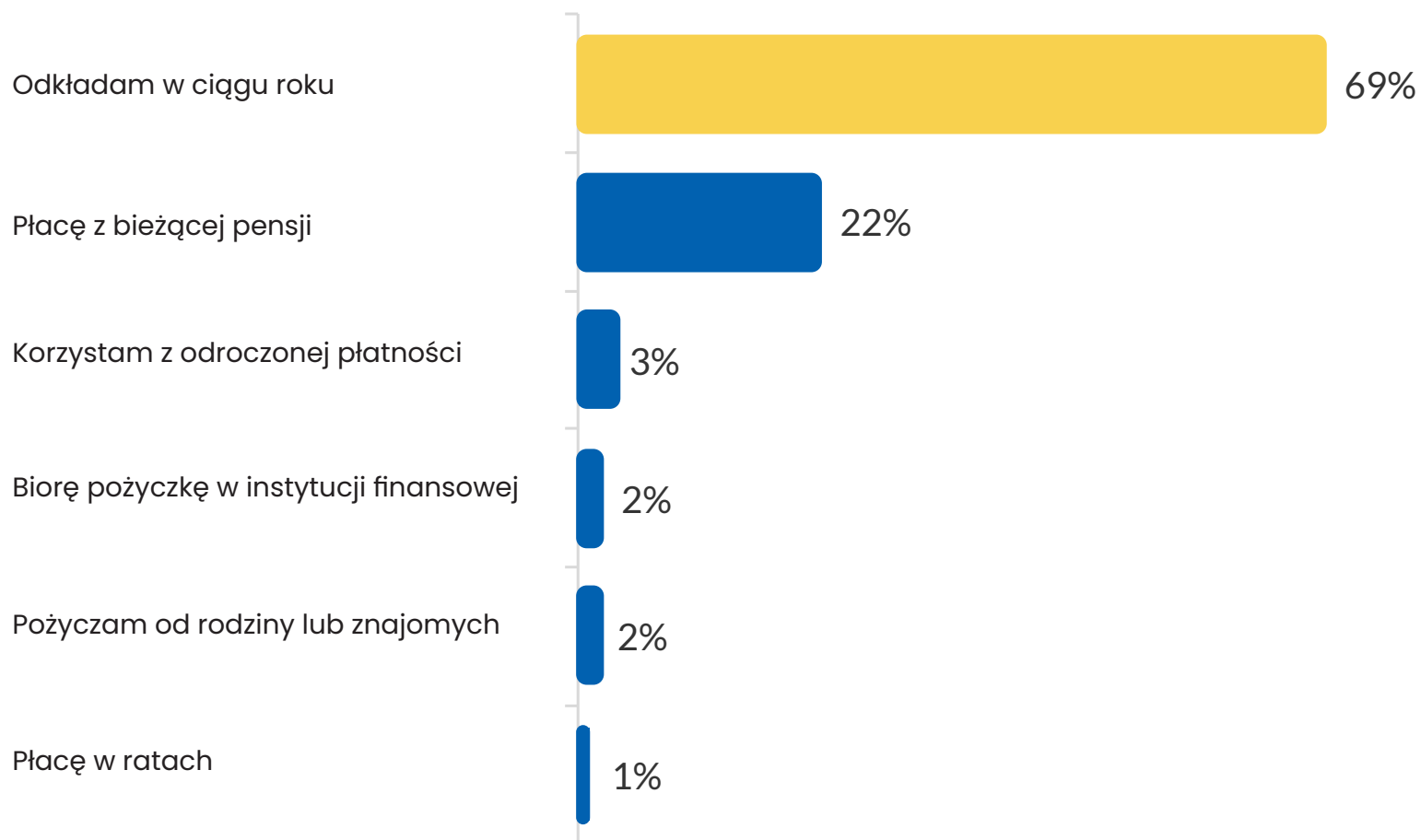
Na wakacje odkładamy przez cały rok

Polacy podchodzą do finansowania wakacji w sposób przemyślany. Zdecydowana większość badanych, bo aż 69%, oszczędza pieniądze na wakacyjny wyjazd przez cały rok. Taka strategia regularnego odkładania mniejszych kwot jest mniej obciążająca dla domowego budżetu niż jednorazowy większy wydatek.

To szczególnie ważne wśród osób zarabiających do 5 tys. zł netto, dla których planowanie i rozłożenie kosztów w czasie stanowi klucz do realizacji wakacyjnych marzeń.

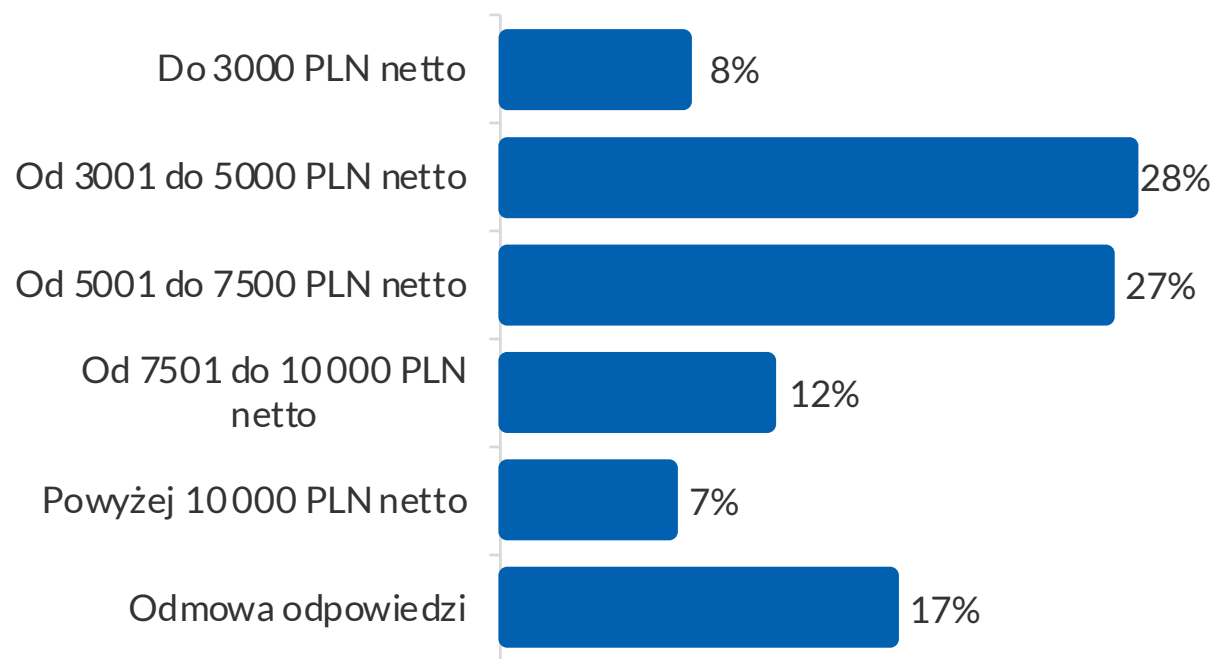
Finansowanie wyjazdu

Skąd Pan/i najczęściej bierze pieniądze na wakacyjny wyjazd?



Osobiste dochody netto

Osobiste dochody netto

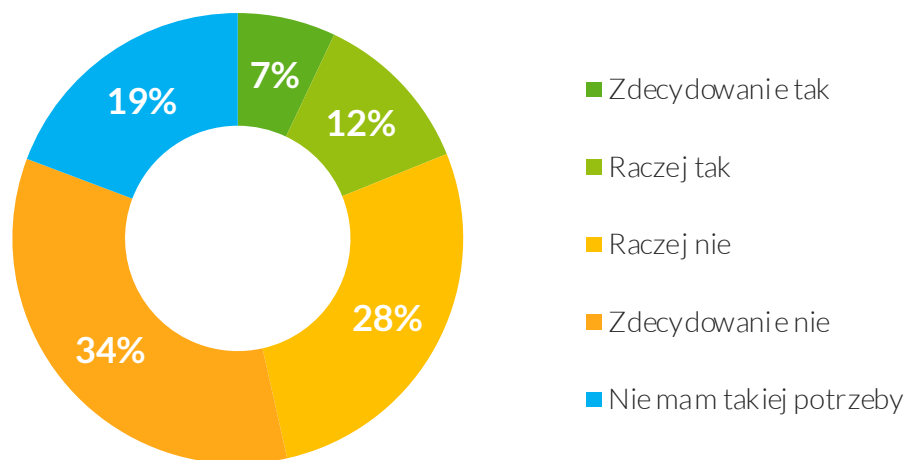


Osoby o wyższych dochodach, zarabiające powyżej 5 tys. zł netto, częściej decydują się na pokrycie kosztów wyjazdu z bieżącej pensji – taką opcję wskazało 22% badanych.

Świadczy o ich większej płynności finansowej i możliwości swobodniejszego zarządzania wydatkami.

Dobry zwyczaj, na urlop nie pożyczaj!

Czy był(a)by Pan/i gotów/gotowa wziąć pożyczkę na wakacyjny wyjazd?



Biura podróży coraz częściej odpowiadają na ekonomiczne potrzeby Polaków. Oferty kupowane z dużym wyprzedzeniem gwarantują rezerwację miejsca w wymarzonym hotelu z niewielką, np. 5-procentową zaliczką, co pozwala rozłożyć koszty zakupu nierzadko na cały rok. Dodatkowo na rynku można spotkać oferty z gwarancją najniższej ceny, więc zakup z dużym wyprzedzeniem nie musi wiązać się z wyższymi kosztami niż np. zakup last minute.

Polacy wykazują dużą ostrożność w kwestii zadłużania się na cele turystyczne. Zaledwie 7% podróżnych zadeklarowało, że sfinansowałoby wyjazd pożyczonymi pieniędzmi. 12% bierze taką ewentualność pod uwagę. Większość badanych pokazała jednak niechęć do podróżowania na kredyt.

Prezentowane dane ukazują pozytywny obraz podejścia Polaków do planowania i finansowania wakacji. Dominujący model systematycznego oszczędzania przez cały rok świadczy o wysokiej świadomości finansowej i umiejętności długoterminowego planowania. To dowód na to, że Polacy cenią sobie spokój ducha i komfort, jaki daje brak nagłych obciążeń finansowych. Niewielki odsetek osób decydujących się na finansowanie wyjazdu z pożyczonych środków podkreśla odpowiedzialność i preferencję dla stabilnych rozwiązań.

Jednocześnie warto zauważyć, że niska popularność np. odroczonych płatności w sektorze turystycznym nie musi wynikać z fundamentalnej niechęci do korzystania z takich rozwiązań. Klienci są otwarci na produkty finansowe, które umożliwiają im komfortowe i bezpieczne rozłożenie płatności w czasie, a zadaniem agentów i operatorów jest ich dostarczanie. Wybór jest tutaj kluczowy, a udostępnione narzędzia powinny odpowiadać na realne potrzeby użytkowników.



Michał Maciąga

Chief Value Creation Officer,
Wakacje.pl, Travelplanet.pl i Invia CEE

Rozdział 2

Decyzje związane z wyjazdem

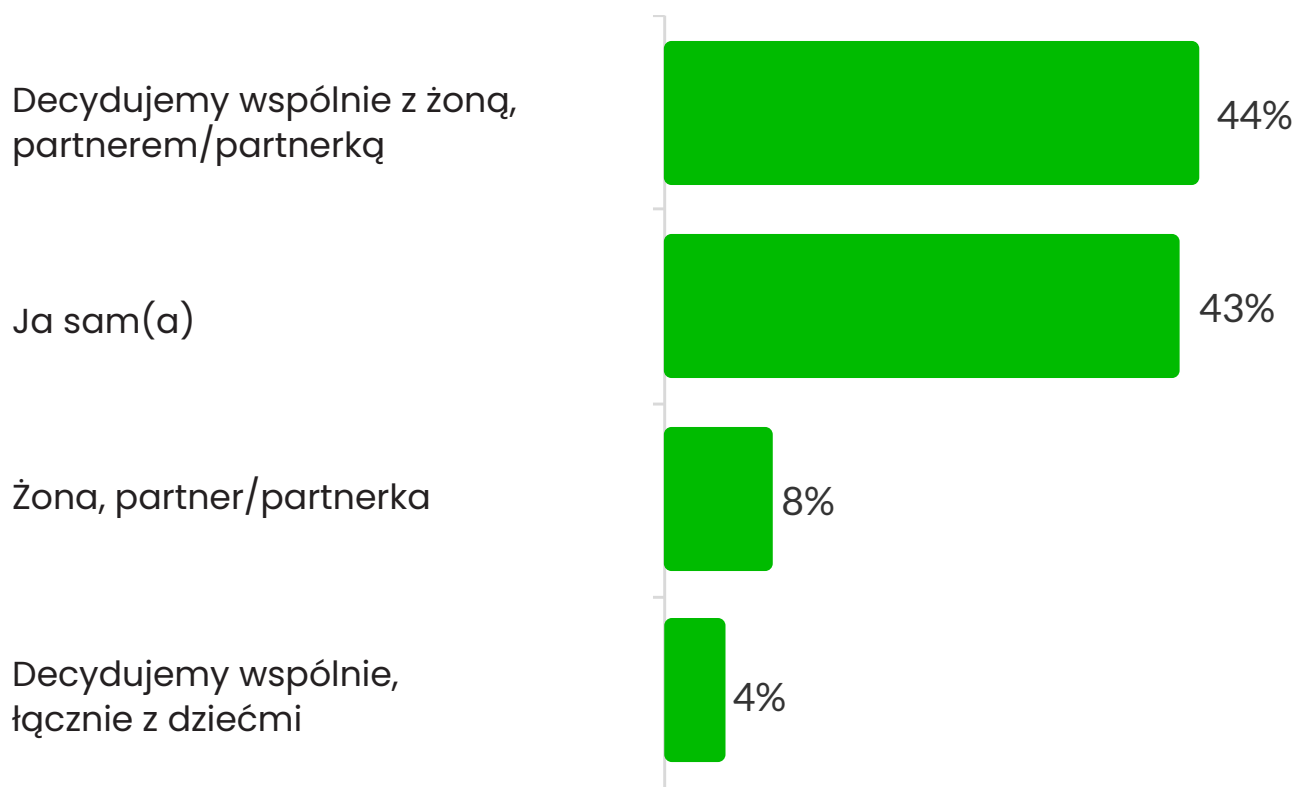
Polacy podejmują decyzje o wakacyjnych wyjazdach głównie wspólnie z partnerem/partnerką (44%) lub samodzielnie (43%). Nawet w przypadku rodzinnych wyjazdów dzieci zazwyczaj nie biorą udziału w wyborze wakacyjnej oferty, jednak – jak można się spodziewać – sami rodzice biorą ich komfort i preferencje pod uwagę.

Elementy, które są istotne dla rodzin z dziećmi, to m.in.:

- krótki transfer,
- obecność aquaparku,
- animacje dla dzieci i kids kluby,
- menu dla dzieci.

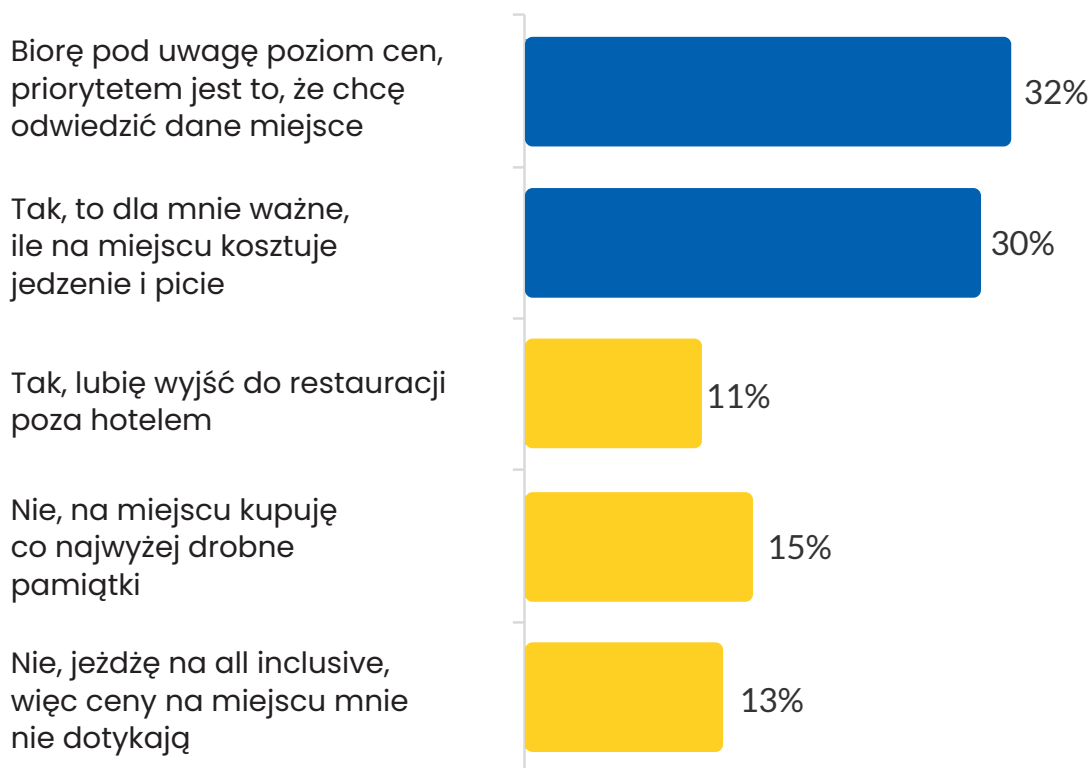
Decyzje związane z wyjazdem

Kto w Pana/i rodzinie decyduje o wydatkach związanych z wakacyjnym wyjazdem?



Decyzje związane z wyjazdem

Czy wybierając kierunek wyjazdu, bierze Pan/i pod uwagę poziom cen na miejscu?



Podczas wyboru wakacyjnej destynacji Polacy kierują się wieloma czynnikami. Dla 32% badanych cena, choć ważna, często ustępuje miejsca pragnieniu poznania konkretnego kraju czy regionu. To pokazuje, że Polacy są gotowi wydać więcej, jeśli cel podróży odpowiada ich marzeniom lub zainteresowaniom, traktując wakacje jako inwestycję w doświadczenia i wspomnienia na przyszłość.

Nieco mniejsza grupa, bo 30% respondentów, zwraca szczególną uwagę na koszty jedzenia i picia na miejscu. Ta wrażliwość na bieżące wydatki jest typową cechą nie tylko osób samodzielnie organizujących swoje wyjazdy, ale także korzystających z opcji all inclusive i wychodzących poza hotel na spacer, kolację czy inne rozrywki.

Polacy z tej grupy analizują codzienne koszty w danej destynacji, co świadczy o ich pragmatyzmie i dążeniu do optymalizacji wydatków poza kosztami zakwaterowania i transportu.

Forma wyjazdu ma znaczenie

Dla niektórych grup ceny na miejscu mają marginalne znaczenie. 15% badanych kupuje tylko drobne pamiątki (głównie korzystający z biur podróży), a 13% uważa, że podczas wyjazdu all inclusive lokalne ceny nie wpływają na ich budżet.



Polacy potrafią być elastyczni w planowaniu wakacji. Chociaż cena odgrywa rolę, przede wszystkim dążą do realizacji swoich podróżniczych marzeń i szukają równowagi między atrakcyjnością miejsca a kosztami wycieczki. Stabilna popularność all inclusive i wyjazdów z biurami podróży wskazuje na poszukiwanie komfortu, ale i przewidywalności wydatków.

Decyzje zakupowe podczas wyjazdów, w tym te dotyczące wydatków na miejscu, są silnie podyktowane nie tylko kwestiami ekonomicznymi, ale również codziennymi przyzwyczajeniami oraz indywidualnymi preferencjami. Osoby ceniące pełną kontrolę nad budżetem, często z natury bardziej analityczne i ostrożne, będą skrupulatniej analizować koszty na miejscu, niezależnie od formy organizacji wyjazdu. Z kolei dla tych, którzy szukają maksymalnego komfortu i beztroski, cena schodzi na dalszy plan, ustępując miejsca spontanicznym przyjemnościom. Priorytety finansowe na urlopie często korespondują z ogólnym podejściem do życia i zarządzania pieniędzmi. Zrozumienie tych subtelnych różnic w motywacji pozwala branży turystycznej na jeszcze lepsze dopasowanie oferty.



Mateusz Jarzębowicz

PL Head of Travel Supply w Wakacje.pl,
Travelplanet.pl i Invia CEE

Rozdział 3

Na wakacjach nie chcemy myśleć o wydatkach

Na wakacyjny zagraniczny wyjazd oszczędzamy przez cały rok, jednak na miejscu nie chcemy myśleć o konieczności pilnowania wydatków. Finansowa dyscyplina, której trzymamy się na co dzień, dla wielu podróżnych przestaje obowiązywać po przylocie do innego kraju.

Ponad połowa badanych (57%) uważa, że wakacje to czas, kiedy może sobie pozwolić na więcej

Jednocześnie 33% osób kontroluje wydatki tak samo jak na co dzień, a 10% twierdzi, że na wyjazdach all inclusive nie trzeba wydawać na nic poza już opłaconym wyjazdem.

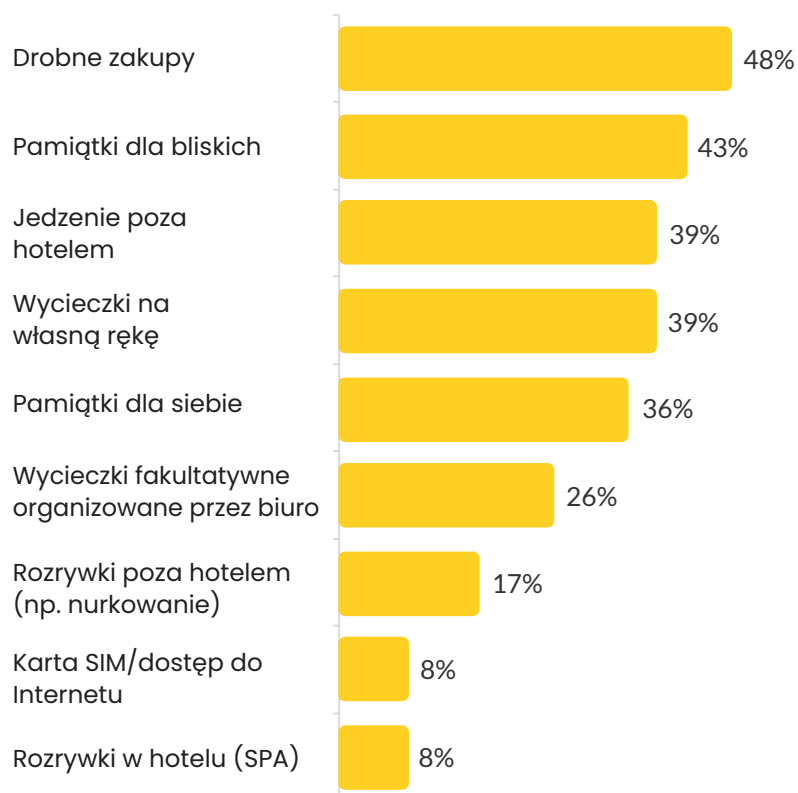
Z wiekiem nieznacznie maleje chęć do wakacyjnej „rozrzutności” – przede wszystkim dla najmłodszych badanych wakacje są czasem, kiedy można sobie pozwolić na większą swobodę finansową. Starsi urlopowicze nie są już tak chętni do spontanicznych wydatków.

Czy wakacje to czas, kiedy z większą swobodą podchodzi Pan/i do wydawania pieniędzy?



Chcemy dzielić się doświadczeniami... i kochamy pamiątki!

Na które z wymienionych rzeczy najczęściej wydaje Pan\i pieniądze na wakacjach?



Polacy podczas wakacyjnych wyjazdów mają zróżnicowane nawyki zakupowe i preferencje dotyczące spędzania czasu. Zdecydowanie największą część budżetu poza podstawowymi kosztami wyjazdu przeznaczana jest na drobne zakupy (48%) oraz pamiątki dla bliskich (43%). To podkreśla, jak ważny jest aspekt dzielenia się doświadczeniami z podróży i dbania o najbliższych. Drobne zakupy mogą obejmować codzienne potrzeby, przekąski czy inne małe przyjemności, które umilają pobyt.

Wydatki na jedzenie poza hotelem oraz wycieczki organizowane na własną rękę plasują się na tym samym, wysokim poziomie – po 39% wskazań. To pokazuje rosnącą potrzebę poznawania lokalnej kuchni i niezależnego odkrywania atrakcji. Konsumenci coraz chętniej doświadczają lokalnych smaków i samodzielnie poznają odwiedzane miejsca.

Mniejszą, choć wciąż znaczącą pozycję, zajmują pamiątki dla siebie (36%). Może to świadczyć o potrzebie zachowania materialnych wspomnień z podróży, które pozwalają na dłużej zatrzymać magię urlopu.

Polacy podczas wakacji stawiają na doświadczenia i budowanie relacji. Wysoki odsetek wydatków na jedzenie poza hotelem i wycieczki na własną rękę to dowód na to, że konsumenci pragną autentyczności i niezależności w podróży. Chcą zanurzyć się w lokalnej kulturze, poznawać smaki i samodzielnie odkrywać atrakcje. Istotnym elementem jest również emocjonalny aspekt wydatków. Wakacje to dla wielu nie tylko czas odpoczynku, ale i okazja do sprawienia przyjemności innym, co widać w tym, jak wiele osób kupuje pamiątki dla bliskich.



Mateusz Jarzębowicz

PL Head of Travel Supply w Wakacje.pl,
Travelplanet.pl i Invia CEE

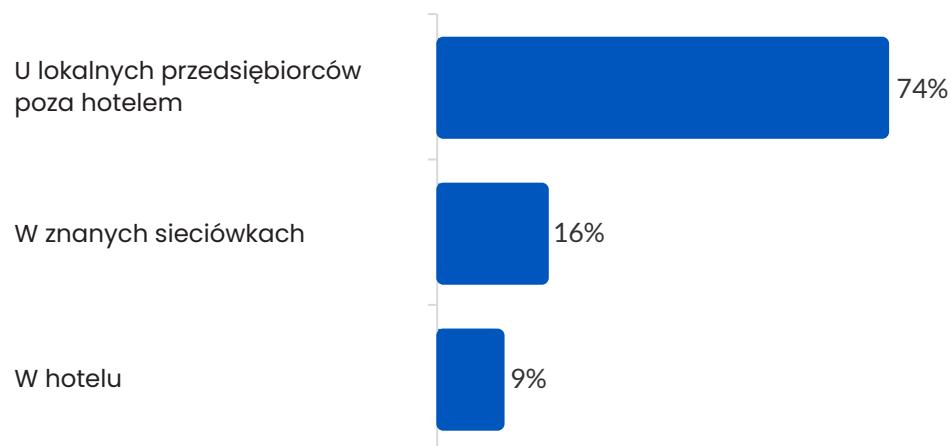
Doceniamy lokalność

Polacy podczas wakacyjnych wyjazdów wyraźnie preferują wspieranie lokalnych społeczności. Na pytanie o to, gdzie najchętniej wydają pieniądze podczas urlopu, zdecydowana większość respondentów, bo aż 74%, wskazała lokalnych przedsiębiorców poza hotelem. Ta dominująca odpowiedź podkreśla świadomość turystów i ich chęć autentycznego doświadczania kultury i kuchni danego miejsca, co ma też znaczenie dla rozwoju miejscowej gospodarki.

Wydawanie pieniędzy w lokalnych sklepach, restauracjach czy na targach to także szansa na poznanie prawdziwego oblicza wybranej destynacji. Warto jednak zauważyć, że w wielu atrakcyjnych turystycznie miejscach, zwłaszcza tych bardziej kameralnych, dostępność znanych sieciówek jest po prostu ograniczona, co naturalnie kieruje turystów ku lokalnym usługom i produktom.

Jedynie 16% urlopowiczów deklaruje wydawanie pieniędzy w znanych sieciówkach, co może sugerować, że podczas wakacji Polacy szukają unikalnych doświadczeń, a nie produktów czy usług dostępnych na co dzień. Z kolei 9% respondentów preferuje wydawanie pieniędzy w hotelu. Co ciekawe, w tej grupie przeważają najmłodsi urlopowicze.

Gdzie chętniej wydaje Pan/i pieniądze podczas urlopu?



Polacy coraz częściej szukają autentyczności i unikalnych doświadczeń, które znajdują w małych rodzinnych biznesach. Fakt, że wiele atrakcyjnych destynacji oferuje głównie lokalne punkty usługowe, dodatkowo wzmacnia ten trend. Ta tendencja jest korzystna zarówno dla turystów, którzy zyskują głębsze wrażenia z podróży, jak i dla lokalnych społeczności, dla których turystyka staje się prawdziwym motorem rozwoju.



Anna Podpora

CEE Head of Travel Supply Research & Analytics,
Wakacje.pl, Travelplanet.pl i Invia CEE

Na co nigdy nie będzie Pan(i) załować pieniędzy podczas urlopu?

Dobre jedzenie i picie

np. lokalne przysmaki, wizytę w dobrej restauracji z lokalną lub regionalną kuchnią, dobre alkohole.

Pamiątki, prezenty

dla siebie, najbliższej rodziny i znajomych.

Dobry transport, podróż na wakacje

Dobłą zabawę, rozrywkę, drobne przyjemności

Zwiedzanie

atrakcyjne wycieczki, wejścia do atrakcji turystycznych, muzeów itp.

Wspomnienia, wrażenia

Dzieci Dobry hotel, zakwaterowanie

Zdrowie Zabiegi pielęgnujące – masaże, spa

Na co był(a)by Pan(i) skłonna wydać pieniądze spontanicznie podczas wyjazdu wakacyjnego?

Pamiątki, prezenty

dla siebie, rodziny i przyjaciół:
np. biżuterię, ubrania, dodatki,
magnesy, kosmetyki, lokalne
specjały, książki, rękodzieło.

Dobre jedzenie

np. wyjście do restauracji,
lokalne specjały, przekąski,
owoce morza, lody, desery.

Atrakcje turystyczne

np. wejścia do muzeów, loty
balonem, rejsy, nurkowanie,
kajaki, sporty ekstremalne, zwie-
dzenie zabytków, festiwale, teatr.

Środki transportu –
pociąg, autobus,
wynajęcie samochodu,
samolot

Dodatkowe, ciekawe wycieczki

np. zwiedzanie parków
narodowych.

Napoje

np. kawę, piwo, alkohole,
świeżo wyciskane soki.

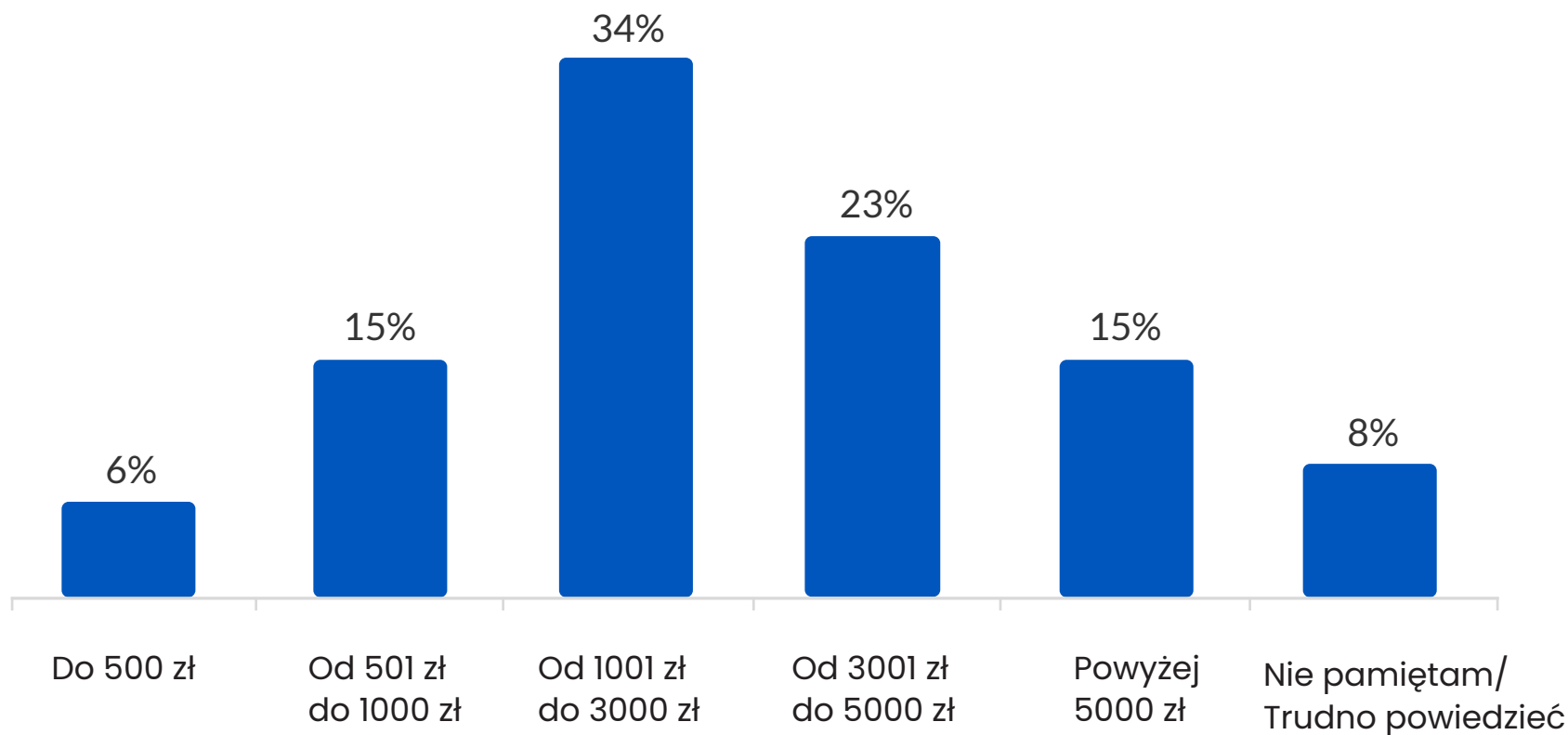
Imprezy – np. wyjścia
do klubów

Masaże, spa, pedicure

Dobłą zabawę,
przyjemności –
ogólnie

Doświadczenia z wakacji bezcenne, ale ...

Ile wydał/a Pan/i podczas ostatniego wyjazdu wakacyjnego z biurem podróży?
Chodzi o wydatki poza ceną samej wycieczki.



Doświadczenia z wakacji bezcenne, ale ...

Z wakacji chcemy wrócić wypoczęci i z dobrymi wspomnieniami. Na miejscu płacimy więc za dodatkowe atrakcje i aktywności, żeby naładować baterie na resztę roku. 34% badanych podczas swojego ostatniego urlopu wydało na ten cel od 1001 zł do 3000 zł. To sugeruje, że spora część turystów decyduje się na aktywny wypoczynek, obejmujący wycieczki, zakupy czy dodatkowe rozrywki, które wykraczają poza podstawową ofertę pakietu biura podróży.

Ponad 1/5 respondentów (23%) przeznaczyła na dodatkowe wydatki kwoty od 3001 zł do 5000 zł. To segment turystów, którzy mają większy budżet i/lub intensywniej korzystają z lokalnych atrakcji, drogich pamiątek czy bardziej luksusowych usług.

Interesujący jest również rozkład wydatków w niższych i wyższych przedziałach. Podobne liczebnie grupy – po 15% badanych – wydały odpowiednio od 501 zł do 1000 zł oraz powyżej 5000 zł. Ta ostatnia grupa, choć najmniejsza, może świadczyć o rosnącym segmencie turystów, którzy nie ograniczają się finansowo podczas wakacji i są skłonni przeznaczyć znaczne sumy na luksusowe doświadczenia, zakupy czy ekskluzywne wycieczki.

Przedział 1000–3000 zł jako najczęstszy wydatek na dodatkowe atrakcje świadczy o tym, że dla wielu turystów pakiet z biura podróży jest bazą, ale nie wyczerpuje wszystkich ich potrzeb. Polacy chętnie inwestują w dodatkowe doświadczenia, które wzbogacają ich urlop i pozwalają na głębsze poznanie destynacji. Widoczna jest też segmentacja rynku – od osób oszczędnych, przez tych z umiarkowanym budżetem, aż po segment, który świadomie wydaje powyżej 5000 zł na luksus i pełnię wrażeń. To potwierdza, że polski rynek turystyczny jest zróżnicowany, a turyści coraz śmielej personalizują swoje wakacje, niezależnie od tego, czy podróżują indywidualnie, czy z biurem podróży.

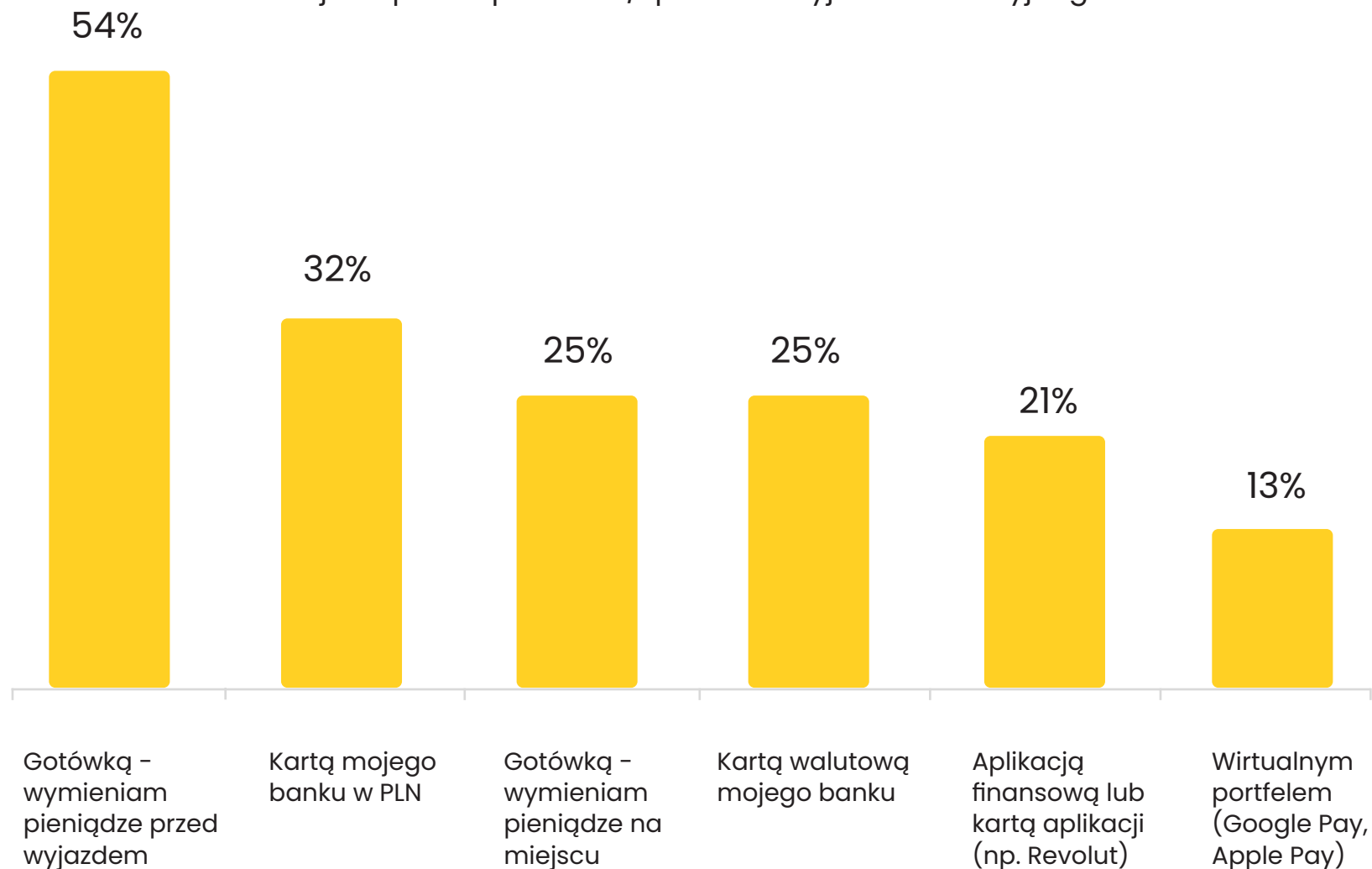


Anna Podpora

CEE Head of Travel Supply Research & Analytics,
Wakacje.pl, Travelplanet.pl i Invia CEE

Banknot... is the king!

W jaki sposób płaci Pan/i podczas wyjazdu wakacyjnego?



Banknot... is the king!

Gotówka wciąż odgrywa kluczową rolę podczas wakacyjnych wyjazdów. Ponad połowa badanych (54%) deklaruje, że płaci fizycznymi pieniędzmi, które wymienia przed wyjazdem, 25% podróżnych robi to już na miejscu. Łącznie daje to 79% osób korzystających z gotówki na urlopie. Z jednej strony przyczyną mogą być koszty przewalutowań podczas transakcji, z drugiej większe poczucie kontroli nad wydatkami. Gotówka wymieniona przed wyjazdem jest szczególnie popularna wśród najstarszych respondentów.

Rośnie jednak znaczenie płatności bezgotówkowych. Kartą bankową płaci na wyjeździe 32% badanych, a karta walutowa, wydana przez bank respondenta, jest wybierana przez 25% osób.

Nowoczesne formy płatności, choć mniej popularne, zyskują na znaczeniu, zwłaszcza wśród młodszych grup demograficznych. Aplikacją finansową lub kartą powiązaną z taką aplikacją płaci 21% badanych, natomiast wirtualnym portfelem (np. Google Pay, Apple Pay) 13%. Te metody są najchętniej wybierane przez najmłodszych urlopowiczów, co jest zgodne z ogólnosiątkowym trendem cyfryzacji płatności i preferencji młodego pokolenia w zakresie korzystania z technologii mobilnych.

Dominacja gotówki, szczególnie tej wymienianej przed wyjazdem, świadczy o silnym zakorzenieniu tej metody, która dla wielu jest synonimem bezpieczeństwa i kontroli nad budżetem. Fizyczne posiadanie pieniędzy i obserwowanie, jak dosłownie 'znikają' z portfela, często pomaga lepiej panować nad wydatkami. Pozwala także łagodzić potencjalne obawy związane z ryzykiem walutowym – kupując walutę przed wyjazdem znamy jej kurs przeliczeniowy. Jednakże powszechność kart bankowych w PLN oraz rosnące wykorzystanie kart walutowych dowodzi pragmatyzmu i poszukiwania optymalnych rozwiązań finansowych, niezależnie od wieku.

Co najbardziej interesujące, wyniki wyraźnie pokazują wiodącą rolę młodszych pokoleń w adaptacji innowacyjnych metod płatności, takich jak aplikacje finansowe i wirtualne portfele. To potwierdza dynamiczną ewolucję zachowań konsumentów, gdzie młodzi ludzie są uczestnikami, a nie rzadko i twórcami cyfrowej transformacji również w kontekście zarządzania finansami podczas podróży. Dla sektora turystycznego i finansowego jest to wyraźny sygnał, by inwestować w rozwój intuicyjnych i bezpiecznych rozwiązań mobilnych, które sprostają oczekiwaniom coraz bardziej cyfrowego społeczeństwa.



Radosław Tomczyk

CEE Chief Digital Transformation Officer,
Wakacje.pl, Travelplanet.pl i Invia CEE

Podróżujemy rozsądnie i cieszymy się z poznawania innych kultur

Analiza, którą przedstawiliśmy w tym raporcie, maluje obraz dojrzałego i świadomego podróżnika. Podstawą wakacyjnego budżetu pozostaje rozsądne planowanie. Zdecydowana większość, bo aż 69% badanych, oszczędza na urlop przez cały rok, co świadczy o odpowiedzialnym podejściu do finansów. Przejawia się to również w niskiej skłonności do podróżowania na kredyt.

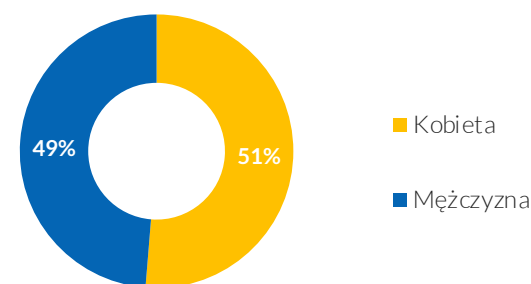
Polacy, choć wrażliwi na ceny, nie stawiają ich ponad wszystko. Wybór destynacji często podyktowany jest chęcią odwiedzenia konkretnego miejsca, a nie tylko najniższą ceną. Na miejscu chętnie otwieramy się na lokalne doświadczenia: aż 74% podróżnych wydaje pieniądze u lokalnych przedsiębiorców, co wspiera miejscowe gospodarki i pozwala na autentyczne poznanie kultury.

Raport ukazuje zatem, że Polacy to turyści, którzy potrafią balansować między planowaniem a spontanicznością, wybierając rozwiązania finansowe, które dają im poczucie kontroli, ale z przestrzenią na dawkę wakacyjnej beztroski. Zrozumienie tych niuansów jest kluczowe dla wszystkich marek działających w branży turystycznej.

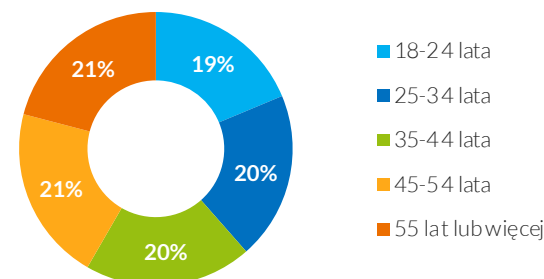
Lepsza znajomość nawyków i motywacji naszych klientów pozwala na budowanie jeszcze lepiej dopasowanych ofert i przede wszystkim doświadczeń, które ładują baterie podróżnych na długo.

Dane demograficzne respondentów

Płeć



Wiek



Źródło: badanie podróżujących Polaków, lipiec 2025, Inny Format Sp. z o.o. dla Wakacje.pl



RAPORT PIENIĄDZE NA WAKACJACH

METODOLOGIA

Badanie ilościowe CAWI
(Computer Assisted Web
Interviewing)

TERMIN BADANIA:

11 – 15 lipca 2025 r.

PRÓBA BADAWCZA:

Dorośli Polacy, deklarujący
przynajmniej jeden zagraniczny
wyjazd wakacyjny w roku
i planujący wyjazd w tym roku
lub będący tuż po wyjeździe.
Wielkość próby n=540.

Agencja badawcza Inny Format to zespół ekspertów badań marketingowych i społecznych, obecny na rynku od 15 lat. Realizował badania m.in. dla: ERGO Hestia, Grupa ENERGA, Grupa LOTOS, Grupa NEUCA czy Masterlease. Wśród klientów Innego Formatu są także przedstawiciele sektora publicznego: samorządy największych polskich miast, ministerstwa, instytucje kultury oraz jednostki naukowe, m.in. Warszawski Uniwersytet Medyczny, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Gdański Uniwersytet Medyczny i Narodowy Instytut Kardiologii.