

Konsument na wakacjach

Raport TNS Polska dla



Spis treści

1

Informacje o badaniu 3

2

Podsumowanie 5

3

Wyniki badania 7

4

Monitoring głównych wyników na przestrzeni lat 15

1

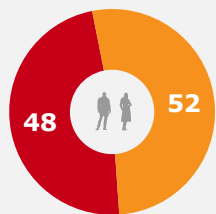
Informacje o badaniu

Metodologia badania

Próba



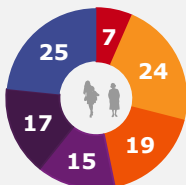
Badaniem zostało objętych 1022 respondentów w wieku 15 lat i więcej.



Struktura próby

■ mężczyzna

■ kobieta



■ 15-19 ■ 20-29

■ 30-39 ■ 40-49

■ 50-59 ■ 60+

Technika



Badanie zostało zrealizowane za pomocą wywiadów bezpośrednich przy wykorzystaniu laptopów – CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing).

Czas realizacji



Realizacja w terenie trwała od 20 do 25 maja 2016 roku.

UWAGI DLA CZYTELNIKÓW

Liczebności



Przy wykresach podane są liczebności. Jest to liczba respondentów, którzy odpowiadali na dane pytanie.

Wszystkie dane podane są w procentach.

Dla większej przejrzystości w raporcie wartości procentowe zaokrąglone są do liczb całkowitych. Oznacza to, że w przypadku niektórych pytań jednoodpowiedziowych wartości procentowe mogą nie sumować się do 100%, a do 99% albo 101%.

2

Podsumowanie

Podsumowanie

Korzystanie z biur podróży – główne obawy



Upadek biura podróży głównym obawą podróżujących

W porównaniu do 2015 roku, obecnie więcej Polaków deklaruje, że wyjeżdża na wakacje z biurem podróży (46% w porównaniu do 36%).

Najczęstszą obawą, kiedy wybieramy się na wakacje z biurem podróży, jest strach, że biuro upadnie, co spowoduje problemy z realizacją wakacyjnych planów (28%). Co więcej, wspomina o tym istotnie więcej Polaków niż przed rokiem (19%).

Reklamacje – co wie o nich polski konsument?



Wiedza o reklamacjach rośnie

Więcej Polaków niż przed rokiem wie, że przysługuje im prawo reklamacji nieudanej wycieczki w ofercie first i last minute (54% w stosunku do 45%).

Zdecydowanie poprawiła się także świadomość konsumentów w kwestii konsekwencji nieustosunkowania się organizatora turystyki do złożonej reklamacji. 41% badanych słusznie uważa, że taka reklamacja zostaje uznawana jako uzasadniona. W 2015 roku 28% znało prawidłową odpowiedź.

Znajomość praw konsumenckich



Wciąż są obszary wymagające poprawy

Polacy są bardziej świadomi, że przysługuje im możliwość reklamacji wycieczek, coraz częściej wiedzą także, co się dzieje, jeśli organizator na nią nie odpowie. Najsłabiej radzą sobie natomiast, jeśli chodzi o termin, w jakim powinni taką reklamację złożyć – prawidłowej odpowiedzi udziela tylko co piąty badany. Kwestia, na którą warto również zwrócić uwagę, to czytanie umów. Nieczytanie umów powoduje, że badani często nie wiedzą, na jakich warunkach odbywa się ich pobyt. A wciąż co czwarty konsument nigdy nie czyta umowy.

3

Wyniki badania

Czego obawia się Pan(i) wybierając się na wakacje z biurem podróży?



Wybierając się na wakacje z biurem podróży, więcej niż co czwarty Polak (28%) obawia się przede wszystkim upadłości wybranego przez siebie biura podróży i związanych z tym problemów z realizacją wakacyjnych planów. W dalszej kolejności Polacy wskazują na obawy związane z warunkami pobytu, czyli złą obsługą na miejscu (16%) oraz różnicami w jakości między rzeczywistymi warunkami pobytu na miejscu, a tymi obiecanymi przez biuro podróży przy zakupie wycieczki (11%). Najmniej obawiamy się problemów związanych z reklamacją w przypadku niedotrzymania warunków umowy turystycznej – niewykonania jej, bądź nienależytego wykonania (8%). Ponad połowa badanych (54%) spontanicznie przyznała, że nie wyjeżdża na wakacje z biurem podróży.

W porównaniu do wyników sprzed roku Polacy istotnie częściej obawiają się upadłości biura podróży (wzrost o 9 punktów procentowych). Obecnie, więcej Polaków deklaruje, że wyjeżdża na wakacje z biurem podróży.

* odpowiedź nieodczytywana

Czy przed wyborem biura podróży czyta Pan(i) umowę i sprawdza czy wszystkie warunki są zgodne z prawem?



N=1022

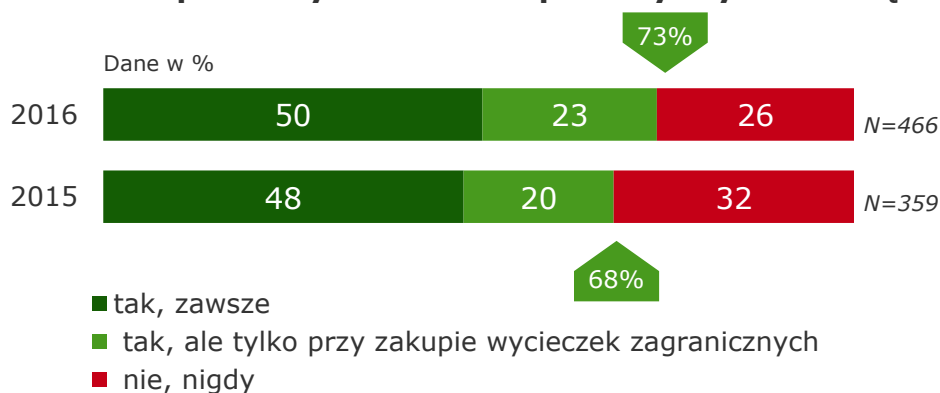
46% Polaków wyjeżdża na wakacje z biurem podróży

w 2015



36%

A ilu z nich przed wyborem biura podróży czyta umowę?



Prawie połowa Polaków (46%) deklaruje, że korzysta z usług biur podróży. To o 10 punktów procentowych więcej niż przed rokiem. Są to częściej osoby o wyższych dochodach i mieszkające w większych miastach.

Spośród osób wyjeżdżających z biurami podróży, co czwarty badany (26%) przyznaje, że przed dokonaniem wyboru, z którego biura skorzysta, nie sprawdza czy warunki umowy, którą zawiera, są zgodne z prawem. W porównaniu do zeszłego roku odsetek ten zmalał o 6 punktów procentowych.

Zawsze umowę czyta połowa wyjeżdżających z biurem podróży (50%), a prawie co czwarty (23%) przyznaje, że czyta umowę tylko przy zakupie wycieczek zagranicznych.

Częściej niż pozostali badani zawsze z umową zapoznają się osoby z wykształceniem wyższym (61%).

Czy, Pana(i) zdaniem, konsument ma możliwość zgłoszenia reklamacji nieudanej wycieczki kupionej w ofercie first minute lub last minute?



ogół Polaków

Dane w %



wyjeżdżający z biurem podróży



- tak, ma taką możliwość*
- nie ma takiej możliwości
- nie wiem/trudno powiedzieć (nieodczytywane)

Wiedza Polaków w zakresie reklamacji poprawia się. Jak pokazują wyniki tegorocznych badań, nie tylko więcej Polaków wie, że przysługuje im prawo do reklamacji nieudanej wycieczki, ale są również świadomi, ile jako konsumenci mają czasu na reklamację i na jakich zasadach.

54% polskich konsumentów wie, że przysługuje im prawo reklamacji nieudanej wycieczki w ofercie first i last minute. 11% uważa, że zgodnie z polskim prawem nie mają takiej możliwości, a 35% badanych nie zna swoich praw w tym zakresie. Mimo, że w porównaniu do wyników sprzed roku więcej osób wie o możliwości reklamacji nieudanej wycieczki (54% wobec 45% w 2015 roku), to wciąż bardzo dużo osób (co trzeci Polak – 35%) nie zna swoich praw i udziela odpowiedzi trudno powiedzieć.

Nieco bardziej świadome od ogółu badanych są osoby, które wyjeżdżają na wakacje z biurem podróży. Z możliwości reklamacji takiej wycieczki w największym stopniu zdają sobie także osoby najlepiej wykształcone – 67% badanych z wyższym wykształceniem wie, że konsument ma możliwość reklamacji.



tak, ma taką możliwość

Dane w %



Konsument na wakacjach

Czy, Pana(i) zdaniem, biuro podróży ma prawo zastrzec w umowie z klientem, że nie ponosi odpowiedzialności za zniszczenie lub zgubienie jego bagażu?

Z jakiego powodu MA takie prawo?

<u>2016</u>	2015
-------------	------

53%	55%
------------	-----

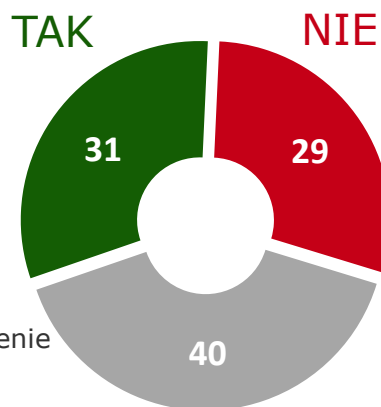
umowa może w dowolny sposób określać zakres odpowiedzialności przedsiębiorcy

47%	45%
------------	-----

pod warunkiem, że klient podpisze specjalne oświadczenie wyodrębnione z umowy

N=320

N=301



■ tak

■ nie*

■ nie wiem/trudno powiedzieć (nieodczytywane)

Z jakiego powodu NIE MA takiego prawa?

2015	<u>2016</u>
------	-------------

48%	36%
-----	------------

przedsiębiorca odpowiada za każde uszkodzenie i stratę bagażu która miała miejsce w trakcie wycieczki, nawet jeżeli zostało to spowodowane działaniem klienta

52%	64%
-----	------------

przedsiębiorca co do zasady ponosi odpowiedzialność za nienależyte wykonanie umowy*

N=235

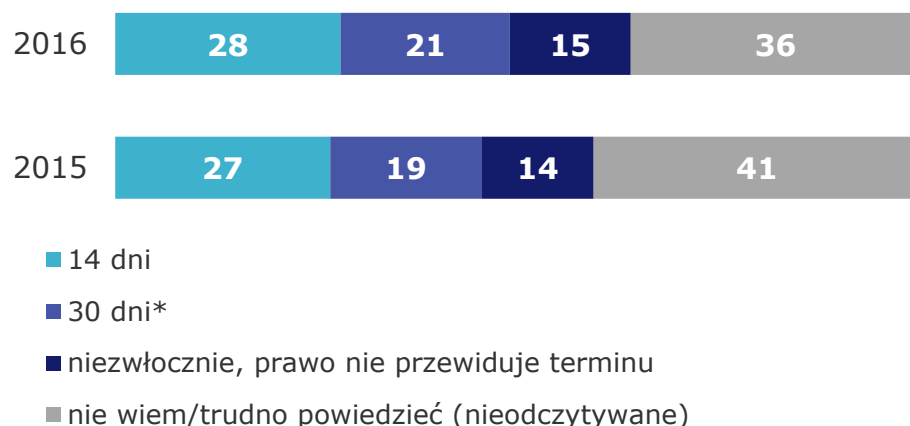
N=292



* prawidłowa odpowiedź

Jak Pan(i) myśli, ile jest czasu, licząc od zakończenia wycieczki, na złożenie reklamacji niewłaściwie wykonanych usług?

Dane w %



21% Polaków **wie**, ile jest czasu na złożenie reklamacji

Zgodnie z polskim prawem uczestnik imprezy turystycznej ma 30 dni od dnia zakończenia wycieczki, by złożyć reklamację niewłaściwie wykonanych usług.

Ponad co trzeci Polak (36%) nie ma wiedzy na ten temat. Ci respondenci, którzy udzielili odpowiedzi innej niż „nie wiem/trudno powiedzieć”, najczęściej (28%) błędnie zakładają, że termin ten to 14 dni, a 15% badanych uważa, że należy to zrobić niezwłocznie. Poprawną odpowiedź zna co piąty polski konsument (21%).

W porównaniu do wyników sprzed roku, nieznacznie więcej Polaków wskazuje na prawidłową odpowiedź (21% w stosunku do 19% w 2015 roku), nie jest to jednak różnica istotna statystycznie.

* prawidłowa odpowiedź

Jak Pan(i) myśli, jakie skutki wywołuje brak ustosunkowania się organizatora turystyki do reklamacji na piśmie w terminie 30 dni od jej złożenia?



41% konsumentów **zna prawidłową** odpowiedź



ogół Polaków

Dane w %



wyjeżdżający z biurem podróży



- uważa się, że organizator uznał reklamację za uzasadnioną*
- nie wywołuje to żadnych skutków
- nie wiem/trudno powiedzieć (nieodczytywane)

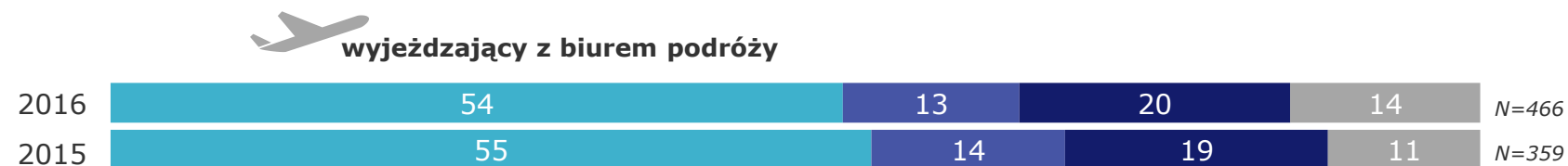
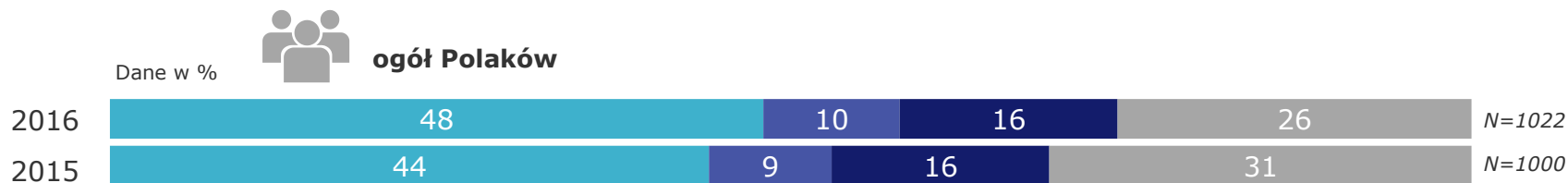
Mimo, że wiedza polskich konsumentów na temat liczby dni na złożenie reklamacji wciąż jest dość niska, to zdecydowanie bardziej świadomi jesteśmy konsekwencji nieustosunkowania się organizatora turystyki do złożonej reklamacji.

Mimo, że nadal prawie połowa (43%) przyznaje się do braku wiedzy w tym zakresie, to osoby, które zadeklarowały jakiś pogląd, częściej udzielają prawidłowej niż błędnej odpowiedzi. Co więcej, jest to zdecydowanie więcej osób niż przed rokiem (wzrost o 13 punktów procentowych).

41% badanych słusznie uważa, że taka reklamacja zostaje uznawana jako uzasadniona, a 16% myli się twierdząc, że nierozpatrzenie reklamacji w terminie nie wywołuje żadnych skutków.

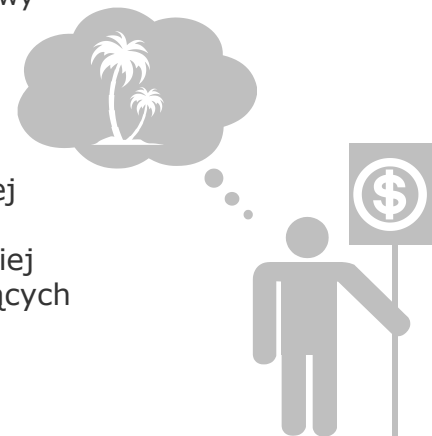
* prawidłowa odpowiedź

Jeżeli organizator odwołuje imprezę turystyczną z przyczyn niezależnych od klienta, to która z następujących sytuacji jest zgodna z obowiązującym prawem?



- klient ma prawo żądać natychmiastowego zwrotu wszystkich wniesionych świadczeń*
- klient ma obowiązek uczestnictwa w zaoferowanej przez organizatora imprezie zastępczej
- klient nie ma prawa dochodzenia odszkodowania za niewykonanie umowy
- nie wiem/trudno powiedzieć (nieodczytywane)

Prawie połowa Polaków (48%) wie, że w przypadku odwołania imprezy turystycznej konsument ma prawo żądać natychmiastowego zwrotu wszystkich wniesionych świadczeń. Ponownie osoby, które wyjeżdżają na wakacje z biurami podróży częściej udzielały (54%) prawidłowej odpowiedzi, ale nadal prawie połowa osób wyjeżdżających nie zna swoich praw, bądź ma o nich błędne przekonanie.



* prawidłowa odpowiedź

4

Monitoring głównych wyników na przestrzeni lat

Monitoring wskaźników*



czytanie umowy
i sprawdzanie
warunków podróży
przed wyborem biura
podróży



konsument ma
możliwość reklamacji
nieudanego wyjazdu
kupionego w ofercie
first i last minute



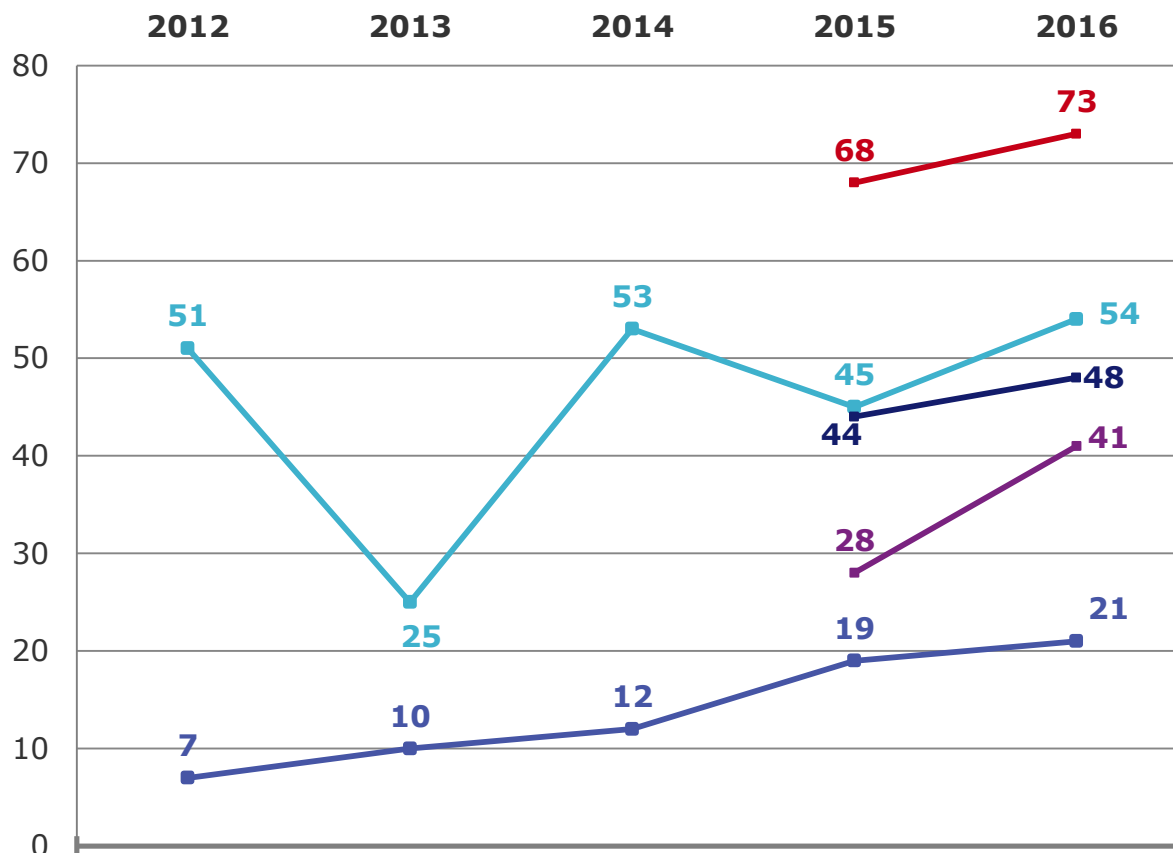
w przypadku
odwołania imprezy
turystycznej klient
ma prawo żądać
zwrotu wniesionych
świadczeń



brak ustosunkowania
się organizatora
turystyki do
reklamacji na piśmie
w terminie 30 dni od
jej złożenia oznacza
uznanie reklamacji



termin na złożenie
reklamacji (30 dni)



* Prawidłowe wskazania

Informacje kontaktowe

Sylwia Bąba

Research Executive

sylwia.baba@tnsglobal.com

22 598 598 97 07

Urszula Krassowska

Account Director

urszula.krassowska@tnsglobal.com

22 598 598 97 11

TNS Polska S.A.

ul. Wspólna 56

00-687 Warszawa

www.tnsglobal.pl

www.facebook.com/tnspolska



Konsument na wakacjach

© TNS Czerwiec 2016

