

Konsument coraz bardziej świadomy swoich praw

Z każdym rokiem wzrasta świadomość konsumentów z zakresu przysługujących im praw. W badaniach przeprowadzonych w marcu br. przez Homo Homini na zlecenie Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej ponad połowa ankietowanych wskazała, iż słyszała o nowelizacji ustawy konsumenckiej z 25 grudnia 2014 roku. Polacy coraz częściej zwracają uwagę na przestrzeganie przepisów w kwestii reklamacji oraz zwrotu towarów i usług zakupionych w systemie sprzedaży bezpośredniej.

Według badań przeprowadzonych w marcu bieżącego roku przez Homo Homini na zlecenie Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej, systematycznie rośnie znajomość praw konsumentów. Ponad połowa (55,3 proc.) ankietowanych przyznała, że słyszała o nowelizacji ustawy konsumenckiej z 25 grudnia ubiegłego roku. Nadal jednak prawie jedna czwarta ankietowanych (23 proc.) rezygnuje z zakupów w systemie sprzedaży bezpośredniej z obawy o problemy z reklamacją i zwrotem zakupionych produktów czy usług. Niepokoją te są nieuzasadnione, bowiem w branży obowiązują identyczne zasady dotyczące gwarancji czy rękojmi, co w pozostałych sektorach handlu detalicznego. Co więcej, przedsiębiorstwa skupione w PSSB oferują nawet lepsze warunki swoim klientom, bo na przykład okres na zwrot zakupionego towaru może być dłuższy niż ustawowe 14 dni. Wiele firm sprzedających kosmetyki przyjmuje zwroty produktów nawet do 30 dni.

Firmy członkowskie PSSB w swoich działaniach stosują cały wachlarz standardów i instrumentów etycznych wynikających m.in. z zapisów branżowego kodeksu etycznego oraz kodeksów etycznych obowiązujących w poszczególnych przedsiębiorstwach. Rzetelnie prowadzona sprzedaż bezpośrednia przekłada się na zadowolenie klientów i zmniejszenie liczby reklamacji i nieprawidłowości zgłaszanych do rzeczników konsumentów czy organizacji konsumenckich. Według wspomnianych wcześniej badań, aż 90 proc. ankietowanych jest zadowolonych z jakości zakupionych towarów. Najnowsze wyniki w zestawieniu z ubiegłorocznymi wskazują na wyraźny wzrost zadowolenia respondentów z nabywanych usług i towarów w systemie sprzedaży bezpośredniej.

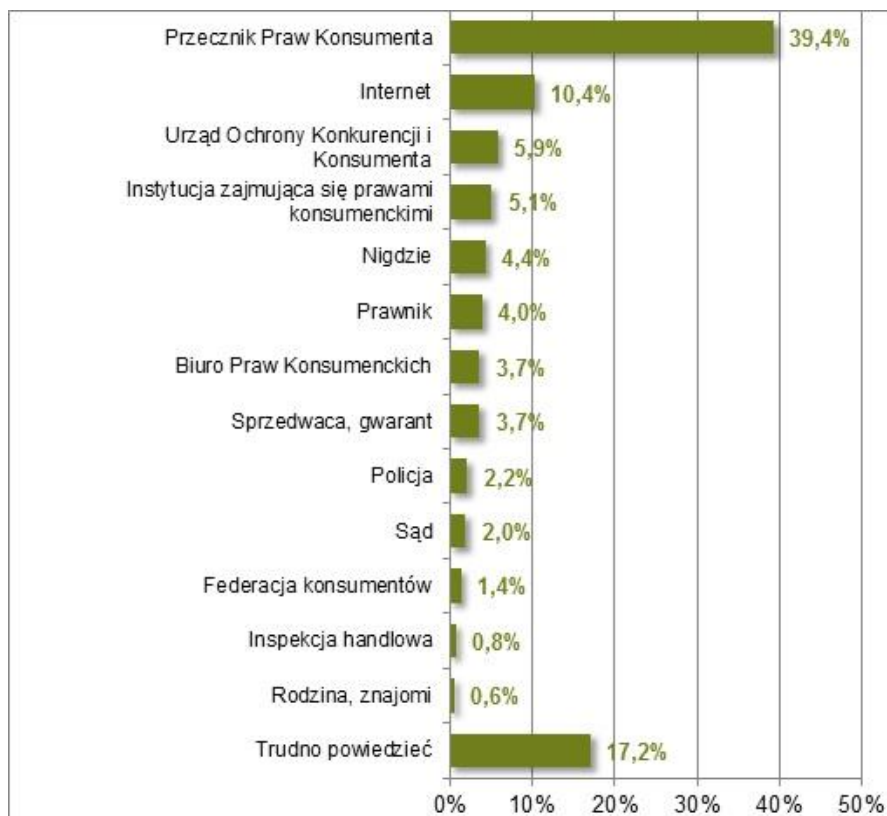
Tegoroczne wyniki badań to bardzo dobry sygnał dla firm oferujących swoje produkty w sprzedaży bezpośredniej, bowiem z zadowoleniem z nabytych towarów i usług wiąże się ponowne zainteresowanie klienta konkretną marką – powiedział Mirosław Luboń, dyrektor generalny Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej.

Rośnie również świadomość społeczeństwa, gdzie szukać pomocy w przypadku niespektowania przez sprzedawców praw konsumentów. Zdecydowana większość kupujących - 39,4 proc. - szukałaby pomocy u rzecznika konsumenta. Na drugim miejscu znalazł się Internet z wynikiem 10,4 proc. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uplasował się na trzeciej pozycji z wynikiem 5,9 proc. wskazań. Dalsze pozycje zajęły instytucje zajmujące się prawami konsumenckimi (5,1 proc.). Badania pokazują również, że szukając pomocy w przypadku niespektowania przez sprzedawców praw konsumentów, najmniej ufamy rodzinie i znajomym: 0,6 proc. odpowiedzi.

Wzrost znajomości prawa konsumenckiego przekłada się na poprawę poziomu obsługi klientów, większą rzetelność sprzedawców, wpływa pozytywnie na konkurencję. Należy jednak pamiętać, że

poza znajomością praw konsumenci powinni podejmować przemyślane decyzje zakupowe, co pomoże im zaoszczędzić zarówno czas, jak i pieniądze - mówi Mirosław Luboń, dyrektor generalny Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej.

Wykres1: Gdzie szukał(a)by Pan(i) pomocy w przypadku nie respektowania przez sprzedawców praw konsumenta?



Metryka badań:

Czas realizacji badania: luty 2015

Miejsce realizacji: badanie ogólnopolskie

Metoda: telefoniczne, standaryzowane wywiady kwestionariuszowe wspomagane komputerowo CATI (Computer Assisted Telephone Interview)

Próba: losowa, liczebnie reprezentatywna dla ogółu mieszkańców polski z zachowaniem reprezentacji liczbowej zaludnienia (dane wg GUS). Próba odzwierciedla liczebny rozkład wg płci oraz zachowuje proporcje w rozkładzie wieku do populacji generalnej mieszkańców

Wielkość próby: N=1198;

DODATKOWE INFORMACJE:

PSSB – Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej działa od 1994 roku i grupuje 28 przedsiębiorstwa prowadzących sprzedaż bezpośrednią na terenie Polski oraz firmy spoza branży. Ich łączny udział w rynku przekracza 60%. Główne cele Stowarzyszenia to m. in.: promocja i stały rozwój tego kanału dystrybucji podnoszenie poziomu wiedzy społeczeństwa na temat sprzedaży bezpośredniej, wyjaśnianie jej ekonomicznego znaczenia i zalet dla klientów, upowszechnianie i stałe monitorowanie przestrzegania zasad „Kodeksu sprzedaży bezpośredniej” oraz prezentowanie w kontaktach zewnętrznych stanowiska członków Stowarzyszenia w sprawach istotnych dla sektora sprzedaży bezpośredniej. Stowarzyszenie aktywnie działa także w obszarze edukacji i wspierania idei przedsiębiorczości wśród młodzieży i studentów, współpracując z kilkoma wyższymi uczelniami ekonomicznymi w kraju, prowadząc



Lista firm zrzeszonych w PSSB:

Członkowie wspierający: ACN Communications Polska Sp. z o.o., Amway Polska Sp. z o.o., Avon Cosmetics Polska Sp. z o.o., Betterware Poland Limited Sp. z o.o., DLF Sp. z o.o., Flavon Group Polska Sp. z o.o., Forever Living Products Poland Sp. z o.o., Herbalife Polska Sp. z o.o., Morinda Polska, Mary Kay Cosmetics Poland Sp. z o.o., NSA GmbH, Oriflame Poland Sp. z o.o., Partylite Sp. z o.o., Vorwerk Polska Sp. z o.o..

Członkowie pozabranżowi: Brian Tracy International, Exence S.A., FranklinCovey Sp. z o.o., General Avdisors, InSee Sp. z o.o.

Członkowie oczekujący: MonaVie, LR Health and Beauty Sp. z o.o., Zepter International Poland Sp. z o.o., Energetyczne Centrum S.A., TIENS Sp. z o.o., Arbonne Europe Sàrl, JUST Polska Sp. z o.o., Nu Skin Enterprises Poland Sp. z o.o., Perfect Coll Sp. z o.o., Zinzino Sp. z o.o.

PSSB jest członkiem Europejskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej SELDIA, Światowej Federacji Stowarzyszeń Sprzedaży Bezpośredniej (WFDSA), Konfederacji Lewiatan i Federacji Konsumentów.

Więcej informacji na www.pssb.pl.