

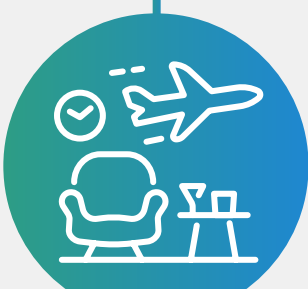


Wakacje 2025 z biurem podróży

Kierunki, ceny, trendy



SPIS **TREŚCI:**

	WYJAZDY Z BIURAMI PODRÓŻY – JESZCZE NIGDY NIE BYŁY TAK POPULARNE, JAK TERAZ	STR. 3
	NAD BASENEM, NA PLAŻY CZY POD PIRAMIDAMI – ZAWSZE LEPIEJ BYĆ (DOBRZE) UBEZPIECZONYM	STR. 7
	JAK POLACY PŁACĄ I OSZCZĘDZAJĄ NA WAKACJACH?	STR. 10
	TRZEBA SPRAWDZIĆ, CZY BIURO PODRÓŻY TO BIURO PODRÓŻY?	STR. 13
	AGENT TURYSTYCZNY RADZI: TURYSTYKA ZORGANIZOWANA DAJE NAM PEWNOŚĆ I GWARANCJE BEZPIECZEŃSTWA	STR. 16
	ZNALAZŁEŚ W INTERNECIE WYJĄTKOWĄ OFERTĘ? UWAŻAJ , BO MOŻESZ STRACIĆ MAJĄTEK	STR. 20

RYNEK TURYSTYKI ZORGANIZOWANEJ

WYJAZDY Z BIURAMI PODRÓŻY

– JESZCZE NIGDY NIE BYŁY TAK POPULARNE, JAK TERAZ

W zeszłym roku z usług biur podróży skorzystało 8,75 miliona Polaków. To rekordowa liczba. Większość z nich, bo 6,6 miliona, wyjechało za granicę. Dlaczego ludzie tak chętnie jadą na wakacje z biurami podróży?

Polska turystyka zorganizowana w ciągu ostatnich lat przeszła dynamiczny rozwój, co potwierdzają dane Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego (TFG). Od 2020 roku, który stanowił najniższy punkt w historii ostatnich lat z uwagi na pandemię COVID-19 (1,09 mln klientów biur podróży), do 2024 roku liczba uczestników imprez turystycznych wzrosła ponad ośmiokrotnie, do 8,75 miliona. Dla porównania - rok wcześniej było to 7,57 miliona, w 2022 roku - 6,34 miliona, a w 2021 - 4,09 miliona.

Wzrost ten nie był przypadkowy, wynikał z kombinacji kilku czynników - rosnącej zamożności Polaków, większej dostępności lotów czarterowych, ekspansji ofert online i rosnącej świadomości konsumentów w zakresie bezpieczeństwa podróży. Sprzyjał temu rozwój usług samych organizatorów.

Warto przypomnieć, że jeszcze na początku XXI wieku wyjazdy zagraniczne z biurem podróży były dla wielu Polaków czymś wyjątkowym – zarezerwowanym na specjalne okazje. Dziś zorganizowany wyjazd jest dla klasy średniej standardem, wpisanym w roczny budżet domowy

i traktowanym jako nieodłączny element życia. Wzrost wynagrodzeń, niskie bezrobocie i coraz bardziej elastyczna oferta touroperatorów sprawiły, że coraz więcej rodzin, par, seniorów i singli decyduje się powierzyć zorganizowanie swoich wakacji profesjonalistom.

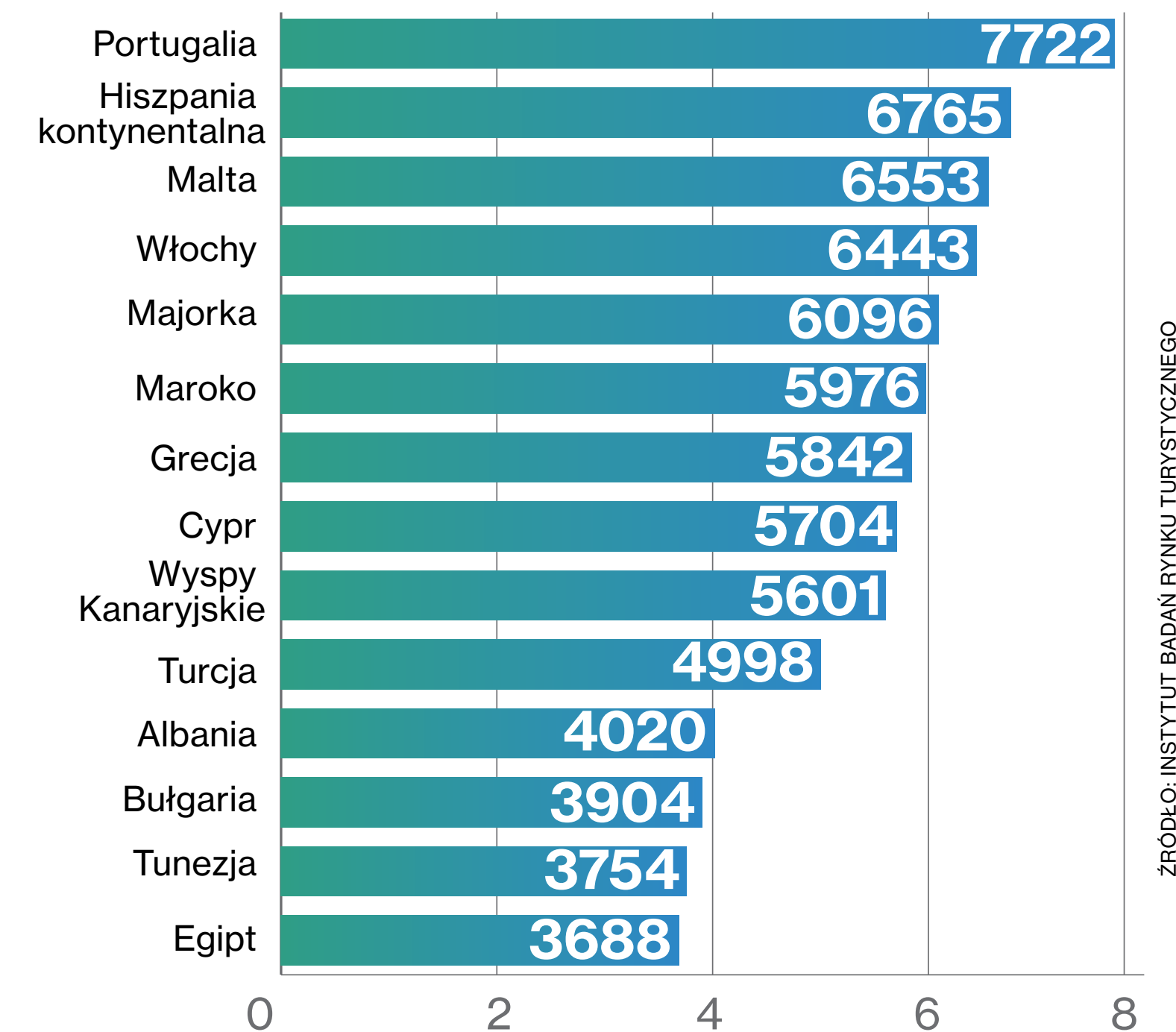
Z KIM NA WAKACJE? WYBÓR JEST DUŻY

Szczególnie spektakularny okazał się rok 2024. Odnotowano wtedy 15-procentowy wzrost liczby klientów biur podróży względem roku poprzedniego. Ale jeśli spojrzeć na tych, którzy polecili na urlop czarterami, to wzrost sięgnął aż 24 procent. Oznacza to, że ten sektor rozwijał się znacznie szybciej niż samodzielnie organizowane podróże - ogólny wzrost wyjazdów turystycznych wyniósł bowiem według Głównego Urzędu Statystycznego 7,3 procent.

Na podstawie analiz Instytutu Rynku Turystycznego i danych touroperatorów można zauważyć istotną zmianę profilu klienta. Obok rodzin z dziećmi i seniorów, coraz większą grupę stanowią klienci 30+ z dużych miast, którzy cenią so-

Średnie ceny wyjazdów z biurem podróży na lato 2025*

w zł



*DANE Z 22.06.2025 ROKU DOTYCZĄ SIĘDMIODNIOWEGO PAKIETU ALL INCLUSIVE DLA JEDNEJ OSOBY Z PRZELOTEM CZARTEREM W PIERWSZYM TYGODNIU SIERPNIA 2025 ROKU.



RYNEK TURYSTYKI ZORGANIZOWANEJ *cd.*

bie wygodę, elastyczność i jakość. Popularne są wyjazdy typu city break, wakacje all-inclusive, a zimą dalekie kierunki, jak Zanzibar, Tajlandia czy Dominikana.

Rośnie też udział klientów kupujących wyjazdy w pełni online – aż 65 procent rezerwacji dokonywanych jest dziś przez internet, w tym 20 procent przez aplikacje mobilne. To wymusza na biurach podróży inwestycje w nowe technologie, narzędzia CRM i sztuczną inteligencję do rekomendowania pakietów.

Według Rankingu Biur Podróży 2025, przygotowywanego przez Instytut Badań Rynku Turystycznego na zlecenie „Rzeczpospolitej” i serwisu Turystyka.rp.pl, polski rynek jest nie tylko licznie rozwinięty, ale również jakościowo zróżnicowany. Największe firmy to dziś z jednej strony międzynarodowe koncerny, a z drugiej – polskie przedsiębiorstwa o silnej pozycji i tradycjach. Obie grupy działają według tych samych zasad, zarejestrowane są w Polsce i objęte tym samym reżimem prawnym, co zapewnia stabilność i daje gwarancję bezpieczeństwa ich klientom.

W Polsce działa już ponad 5,5 tysiąca zarejestrowanych biur podróży, jednak rynek zdominowany jest przez kilku największych touroperatorów. Wystarczy powiedzieć, że cztery największe firmy – TUI Poland, Itaka, Rainbow i Coral Travel – obsłużyły w 2024 roku aż 80 procent wszystkich

klientów korzystających z usług biur podróży.

Dziesięciu liderów rynku turystyki

Polski rynek turystyki zorganizowanej można uznać za wzorowo... zorganizowany. Od lat czołowe miejsca zajmują na nim firmy polskie i zagraniczne z dużym, bo nawet ponad 30-letnim, doświadczeniem.

W zeszłym roku umacniały one swoją pozycję. Najlepsze wyniki osiągnęła Itaka Holdings, która działa na kilku rynkach - przez swoje spółki córki obsługuje turystów z Czech (pod marką Čedok), Słowacji, Litwy, Łotwy, Estonii i Węgier. W sumie zaufało jej 1,69 miliona osób, z czego w Polsce 1,15 miliona.

Jeśli pozostać przy samym rynku polskim, więcej klientów przewinęło się przez należącą do niemieckiego koncernu, ale działającą w Polsce spółkę TUI Poland - było ich prawie 1,37 miliona. Trzecie miejsce w tym rankingu przypadło przedstawicielowi holdingu tureckiego, Coralowi Travel Polska, który wysłał na wakacje 937 tysięcy osób.

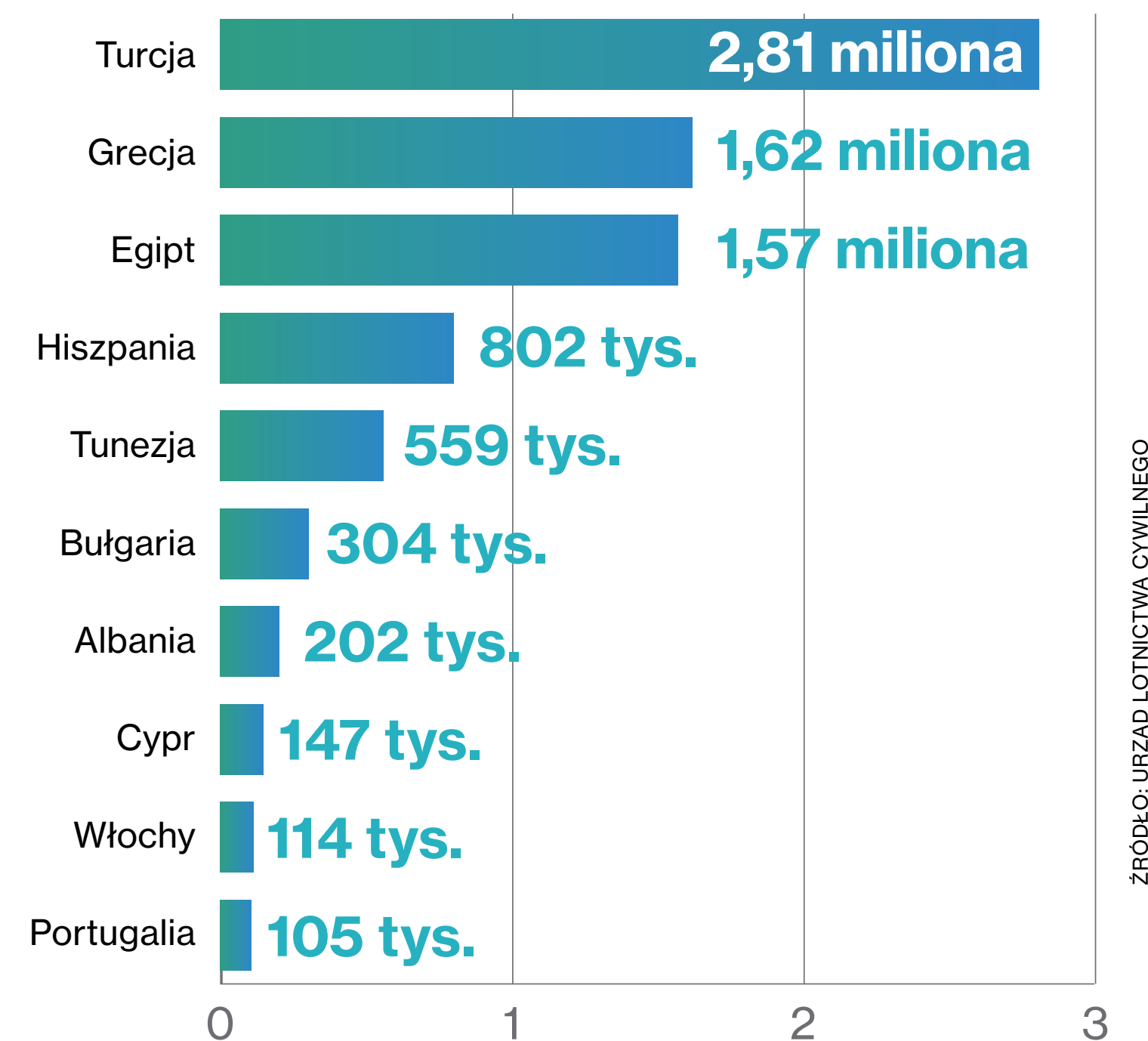
Do grupy największych touroperatorów zalicza się też czwarty na tej liście, polski Rainbow. Grono jego klientów w 2024 roku zamknęło się liczbą 805 tysięcy.

Duży popyt na wyjazdy przyciągnął do Polski kolejne firmy. Należy do nich turecki Anex Tour, który choć w Polsce działa dopiero kilka lat, zdobył już popularność. Dzięki temu w rankingu znalazł się

na piątym miejscu z liczbą 405 tysięcy klientów. Na kolejnych miejscach w pierwszej dziesiątce zameldowali się jeszcze spółka niemieckiego giganta w handlu, REWE, działająca pod marką

Exim Tours (288 tysięcy klientów), polska spółka specjalizująca się w greckich kierunkach Grecos (225 tysięcy), ukraiński touroperator z grupy JoinUP! (128 tysięcy), należący do czeskiego ka-

Dokąd Polacy podróżowali z biurem podróży (czartery) w 2024 roku?*



*PODANE LICZBY OBEJMUJĄ ZARÓWNO PASAŻERÓW WYLATUJĄCYCH, JAK I PRZYLATUJĄCYCH. STATYSTYKI POKAZUJĄCE CAŁKOWITY RUCH, OBEJMUJĄCY PODRÓŻE INNYMI ŚRODKAMI TRANSPORTU, NA PRZYKŁAD WŁASNYM SAMOCHODEM LUB REGULARNYMI LINIAMI LOTNICZYMI, POKAZAŁYBY INNĄ KOLEJNOŚĆ. NA PRZYKŁAD SAMĄ CHORWACJĘ ODWIEDZIŁO W ZESZŁYM ROKU 1,1 MILIONA POLAKÓW.

RYNEK TURYSTYKI ZORGANIZOWANEJ *cd.*

piłatu Sun & Fun (99 tysięcy) i robiący karierę w internecie polski eSky (97 tysięcy).

Już ta pierwsza dziesiątka pokazuje różnorodność i potencjał polskiego rynku turystyki zagranicznej. Polscy klienci są beneficjentami panującej na nim dużej konkurencyjności. Zarówno, jeśli chodzi o ceny, jakość oferowanych form wypoczynku, jak i wielość kierunków wyjazdów.

BEZPIECZEŃSTWO I STABILIZACJA

Ostatnie lata wzrostu były też latami względnego spokoju, a co za tym idzie, gromadzenia zysków i umacniania ekonomicznych fundamentów firm turystycznych. To ważne, bo świadczy o dojrzałości firm i ich dbałości o bezpieczeństwo finansowe, bez którego nie byłoby zaufania w ich relacjach w klientami.

Zwrócił na to uwagę wiceprezes Itaki Piotr Henicz, komentując wyniki rankingu ogłoszone w kwietniu tego roku. Jak mówił, to efekt kilku czynników, które zbiegły się w jednym czasie. Po pierwsze dużego popytu na zagraniczne wyjazdy, rosnącej zamożności Polaków, stabilnej sytuacji na rynku pracy (pewność zatrudnienia), ale także korzystnej relacji złotego do dolara i euro, w których z zagranicznymi kontrahentami rozliczają się organizatorzy wyjazdów, oraz stabilnej ceny paliwa samolotowego.

Ostatni sezon turystyczny charakteryzował się też - mówił Henicz - brakiem zewnętrznych czynników, jakie często wpływają na przebieg i nastroje konsumentów. Touroperatorzy zaliczają do nich wszelkie kataklizmy naturalne (pożary, susze, trzęsienia ziemi, wybuchy wulkanów), ale także niepokoje społeczne w kluczowych destynacjach. Możliwość zwiększenia zysków wzmacnia firmy turystyczne, pozwala im inwestować lub odkładać kapitał na trudniejsze czasy i nadzwyczajne sytuacje. Rosnąc, biura podróży muszą też liczyć

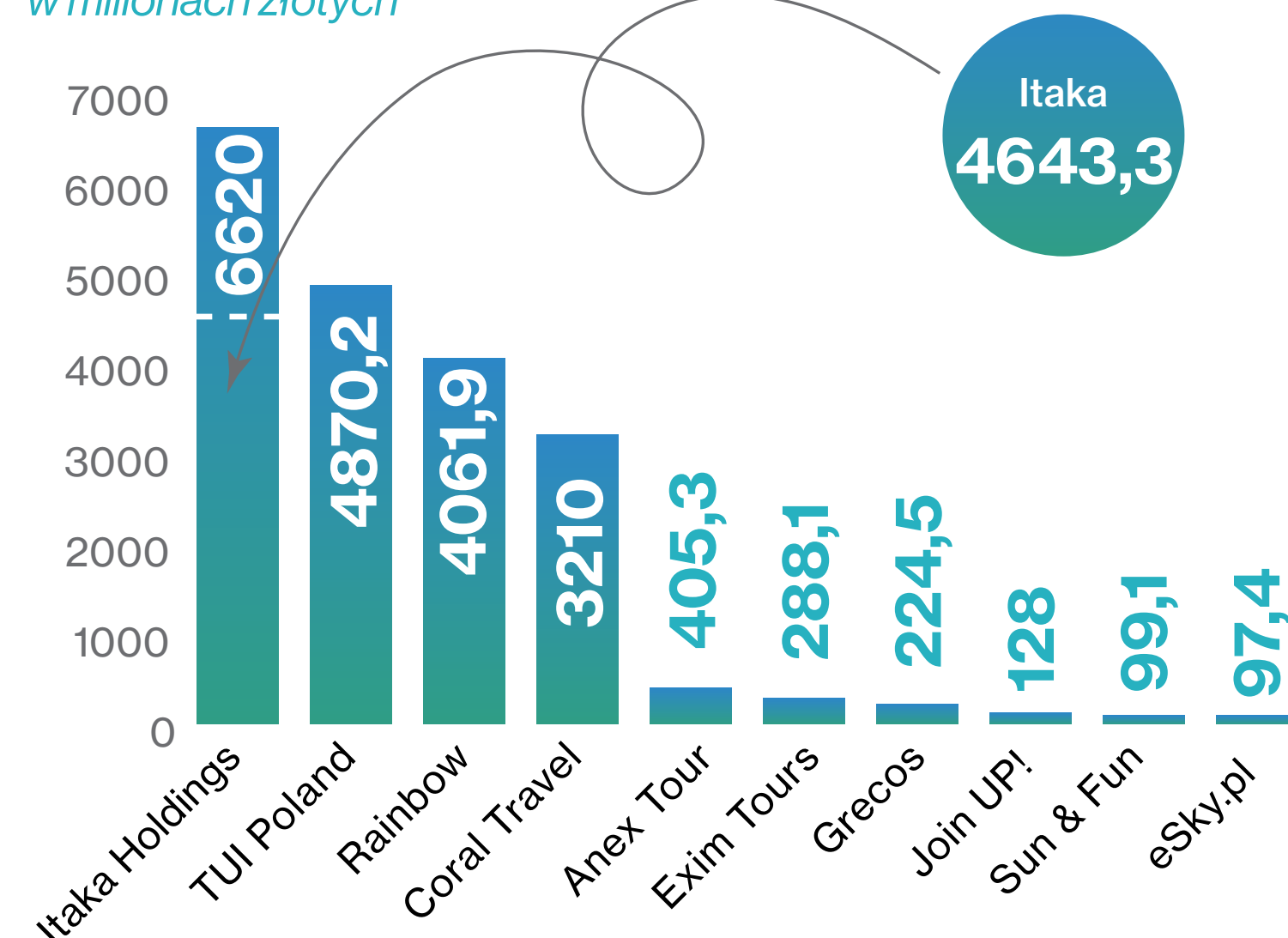
się z większymi kosztami pozyskiwania gwarancji ubezpieczeniowych na kolejne sezony, co pociąga koszty.

**NA POŻARY I WYBUCHY WULKANÓW
- BIURO PODRÓŻY**

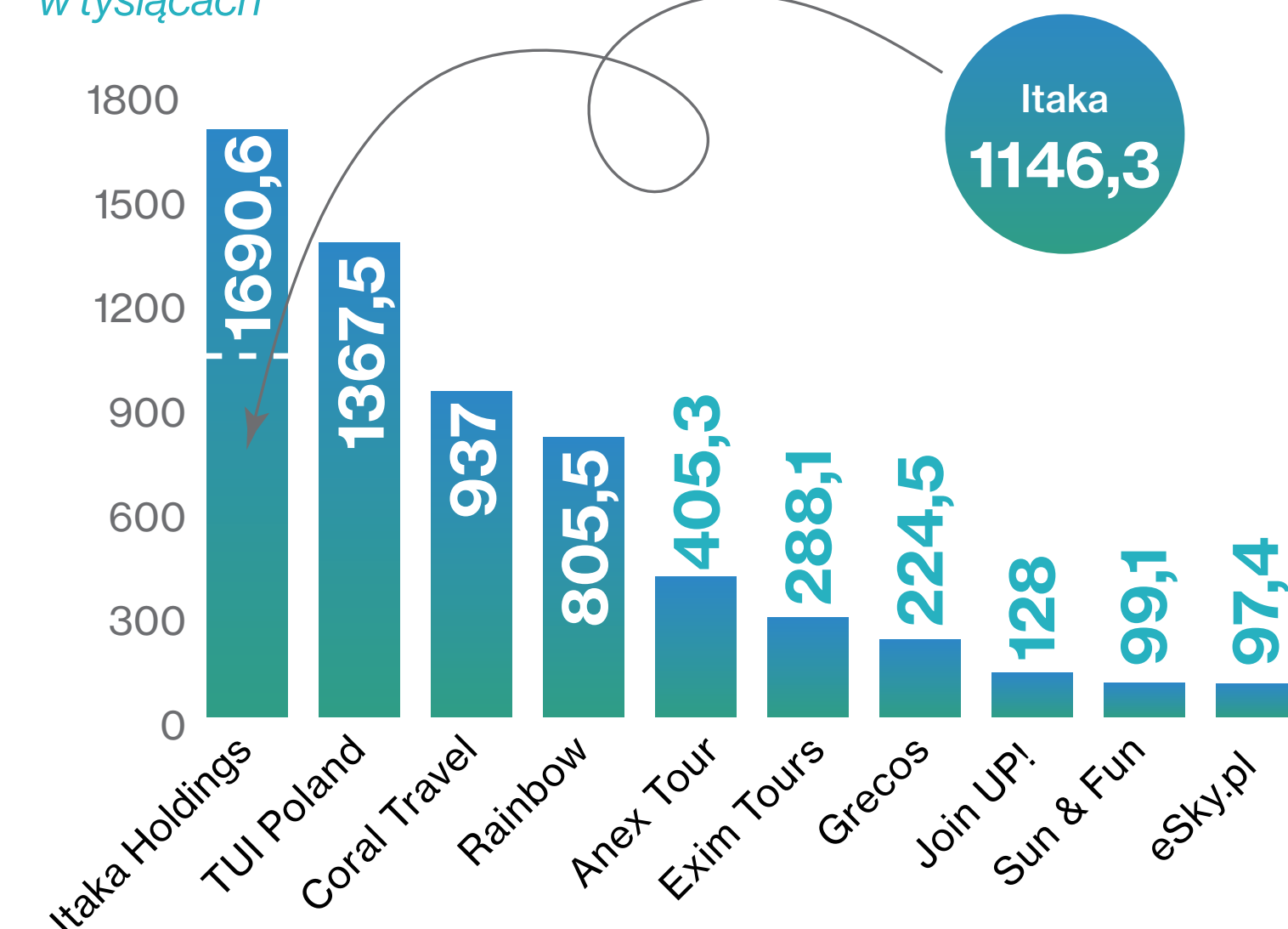
Korzystanie z usług biur podróży zapewnia klientom całe spektrum korzyści – od wygody w organizowaniu wypoczynku (wszystko zaplanowane,

zarezerwowane, przewidziane, podane), przez oszczędność czasu i pieniędzy (najczęściej niższe ceny przelotów i zakwaterowania niż gdyby rezerwować wszystko indywidualnie), po kwestie bezpieczeństwa.

Dzisiaj chyba te ostatnie wybijają się na plan pierwszy. Odwołanie lotu, wybuch wulkanu, zamieszki czy katastrofy wywołane zmianą klimatu, potrafią zniweczyć plany turystów, pozbawić ich spokoju podczas tak wyczekiwanego urlopu. Nawet, gdy są to sytuacje nagłe i nieprzewidziane i

Największe biura podróży w Polsce według przychodów w 2024 roku*w milionach złotych*

ŹRÓDŁO: RANKING BIUR PODRÓŻY 2025

Największe biura podróży w Polsce według liczby klientów w 2024 roku*w tysiącach*

ŹRÓDŁO: RANKING BIUR PODRÓŻY 2025



RYNEK TURYSTYKI ZORGANIZOWANEJ cd.

niezawinione przez samych touroperatorów, mają oni obowiązek objąć opieką klientów.

Najlepiej ilustruje to przykład pożarów na Rodos sprzed dwóch lat. Organizatorzy wyjazdów stanęli na wysokości zadania - sprawnie przeprowadzili ewakuację turystów z zagrożonych hoteli (ostatecznie ucierpiało i to tylko częściowo zaledwie kilka obiektów, ale nie można było ryzykować) i zapewnili im miejsca w hotelach w oddalonych od żywiołu rejonach wyspy. Zdecydowana większość turystów mogła więc dokończyć wypoczynek, do kraju wracali tylko ci, którzy tego zażądali.

Warto wiedzieć, że działanie biur podróży wynikało nie tylko z ich odpowiedzialności za klientów i chęci utrzymania jak najlepszej opinii o swoich usługach, ale ma też podstawy w prawie. Ustawa o imprezach turystycznych, regulująca zasady funkcjonowania biur podróży, przewiduje bowiem, że w razie nagłych problemów - owych „nieuniknionych i nadzwyczajnych okoliczności” - „organizator turystyki ponosi koszty niezbędnego zakwaterowania podróźnego, w miarę możliwości o kategorii równoważnej do określonej w umowie o udział w imprezie turystycznej, przez okres do 3 nocy”.

Inaczej mówiąc - jeśli nastąpi coś niespodziewanego i turyści będą musieli opuścić swoje hotele, a jednocześnie nie będą mogli wrócić od razu do kraju, przez trzy dni biuro podróży będzie zobowiązane zapewnić im dach nad głową o standar-

dzie nie gorszym od dotychczasowego.

Tu ciekawostka – Unia Europejska pracuje obecnie nad rozszerzeniem praw turystów. Przyczynił się do tego częściowo przykład zeszłorocznej powodzi w Polsce na Dolnym Śląsku. Unijni urzędnicy doszli do wniosku, że nie tylko nieuniknione i niespodziewane wydarzenia w miejscu

docelowym powinny stawiać klienta biura podróży w uprzywilejowanej pozycji, ale również podobne sytuacje, które go dotkną w miejscu jego zamieszkania - jeśli kataklizm nawiedzi okolicę, w której mieszka, będzie mógł bez dodatkowych kosztów zrezygnować z wykupionej wcześniej wycieczki. Kiedy musi ratować dobytek i zdrowie, nie powinien być zmuszony do wyjeżdżania na

Polscy klienci są beneficjentami panującej na rynku dużej konkurencyjności. Zarówno, jeśli chodzi o ceny, jakość oferowanych form wypoczynku, jak i wielość kierunków wyjazdów

wakacje – uważają brukselscy legislatorzy.

Trzeba przyznać, że turyści, którzy obywają się bez organizatora i sami są sobie sterem, żeglarzem i okrętem, w razie odwołania lotu, kłopotów z zakwaterowaniem lub innych następstw nieuniknionych i niespodziewanych wydarzeń, są zdani tylko na siebie.

—Filip Frydrykiewicz



ROZMOWA

NAD BASENEM, NA PLAŻY CZY POD PIRAMIDAMI

– ZAWSZE LEPIEJ BYĆ (DOBRZE) UBEZPIECZONYM

Jak ubezpieczenie w podróży, to raczej rozszerzone. Nie warto bowiem oszczędzać na zdrowiu, bezpieczeństwie i spokoju – radzi [Magdalena Oszczak](#), dyrektorka Działu ubezpieczeń turystycznych w Uniqa.



MAGDALENA OSZCZAK,
DYREKTORKA DZIAŁU UBEZPIECZEŃ
TURYSTYCZNYCH W UNIQA

MATERIAŁ POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY
Z **UNIQA**

Czy widać jakieś trendy w ubezpieczaniu się polskich turystów?

Obserwujemy, że coraz więcej osób wybiera sumy ubezpieczenia wyższe niż w podstawowym wariancie. To dobry trend, bo jako ubezpieczyciele zachęcamy, żeby nie oszczędzać na polisach turystycznych i żeby wybierać te z dużymi sumami ubezpieczenia.

To szczególnie ważne, kiedy podróżujemy poza Europę, a takich wyjazdów z roku na rok jest coraz więcej. W Azji czy Afryce podróżni nie mogą skorzystać z Europejskiej Karty Ubezpieczenia Zdrowotnego (EKUZ), a tym samym nie mogą liczyć na pokrycie kosztów leczenia w ramach publicznego systemu ochrony zdrowia. Warto zatem wybierać polisy turystyczne, szczególnie w wyższych wariantach.

Co to znaczy wyższy wariant?

O ile polisa w podstawowym zakresie przewiduje sumę ubezpieczenia zazwyczaj na poziomie 200-300 tysięcy złotych, o tyle wyższy wariant

zabezpieczy koszty leczenia w wysokości miliona złotych i więcej. Tymczasem różnice w opłacie między poszczególnymi wariantami są niewielkie, to kwestia kilku złotych dziennie.

Milion złotych – to robi wrażenie, czy to rzeczywiście konieczne?

Taka suma jest tylko pozornie wysoka. Koszty leczenia za granicą są nieporównywalnie wyższe niż u nas w kraju. Pamiętajmy, że w ostatnich latach, przez inflację, a wcześniej przez procedury covidowe, koszty usług medycznych bardzo wzrosły. Dawne sumy ubezpieczenia w niższych wariantach polis mogą dzisiaj naprawdę nie wystarczać.

Takie ubezpieczenie warto mieć, niezależnie od tego, jak podróżujemy – samodzielnie czy z biurem podróży?

Tak, to nie ma znaczenia. Ustawa o imprezach turystycznych zobowiązuje organizatorów wyjazdów, czyli biura podróży, do włączania ubezpieczenia w pakiecie z wycieczką i transportem, ale precyzuje ten obowiązek jedynie w zakresie

kosztów leczenia i NNW. Istnieje więc pewna swoboda ze strony biur podróży w konstruowaniu oferty, choć są one coraz bardziej świadome, że sumy ubezpieczenia nie powinny być zbyt niskie.

Nic natomiast nie stoi na przeszkodzie, żeby nasz świadomy turysta doubezpieczył się, nawet w ramach umowy generalnej z biurem podróży, bo ma taką możliwość. Powinien zainteresować się tym przy zakupie wycieczki. Może rozszerzyć ubezpieczenie u agenta turystycznego, u agenta ubezpieczeniowego albo na stronie internetowej jakiegokolwiek towarzystwa ubezpieczeniowego czy w porównywarce.

Jedna kwestia to suma, którą w razie naszej choroby lub wypadku ubezpieczyciel pokryje nasze leczenie, a druga to zakres sytuacji, w których możemy czuć się bezpieczni?

Tu dochodzimy do kwestii, dlaczego warto wykupić rozszerzony wariant ubezpieczenia. Katalog świadczeń na przestrzeni ostatnich lat istotnie się zwiększył. Coraz częściej przewiduje on ochronę ubezpieczonego, nawet jeśli coś mu się stanie po wypiciu alkoholu (na przykład po-

ROZMOWA *cd.*

ślizgnie się nad basenem) lub kiedy ma chorobę przewlekłą, która na co dzień nawet nie musi być istotnie dokuczliwa, ale pod wpływem nowych okoliczności (słońce, aktywność, emocje, odwodnienie) może się nasilić.

O jakich chorobach przewlekłych mówimy?

Wszystkich, na przykład o nadciśnieniu, cukrzycy, astmie, niewydolności nerek, chorobie wieńcowej czy chorobie niedokrwiennej serca... Dziś nawet trzydziestolatkowie są na nie narażeni. Warto też pamiętać, że uprawianie sportu (nurkowanie, kitesurfing, zjeżdżanie na nartach, jeżdżenie quadami po pustyni, trekking) wiąże się z podwyższonym ryzykiem, co również powinno być uwzględnione w zakresie ochrony objętej polisą.

Nie powinno nas uśpić zapewnienie, że „tu-taj polisę ubezpieczeniową już pan/pani ma w pakiecie”?

Powtórzę. Jeśli planujemy wyjazd z biurem podróży, warto upewnić się, co obejmuje oferowane przez nie ubezpieczenie. Z drugiej strony, nawet warianty rozszerzone nie zawsze obejmują sytuacje, o których mówiłam, dlatego wybierając polisę, trzeba się upewnić, co w niej mamy.

W wypadku chodzenia po górach, ale także innych aktywności, ważne jest też uwzględnienie kosztów ratownictwa. Jeśli turysta lubi chodzić po górach i wejść gdzieś wysoko, a tam złamie

nogę, koszt sprowadzenia go przez ratowników czy wysłanie po niego śmigłowca, będzie bardzo wysoki.

Nie mówimy tu tylko o młodych i wysportowanych ludziach, bo podróżuje teraz coraz więcej osób w starszym wieku. I czasem niewinnie zapowiadająca się wycieczka – na przykład spacer na jakąś górę lub wąwozem, może mieć takie właśnie następstwa.

Na szczęście biura podróży też już znają wagę solidnego ubezpieczenia, wolą wysłać klienta porządnie zabezpieczonego, dlatego informują, że można za dopłatą rozszerzyć sobie ochronę, na przykład o wspomniane następstwa chorób przewlekłych.

Jeżeli nie mamy następstw chorób przewlekłych w polisie, to ubezpieczyciel może odmówić pokrycia kosztów leczenia?

Tak.

Co jeszcze oprócz zdrowia można ubezpieczyć?

Zwróciłabym uwagę na wynajmowanie skuterów, motocykli, samochodów za granicą. Turyści zgłaszają nam bardzo dużo szkód komunikacyjnych związanych z prowadzeniem pojazdów, na przykład w Tajlandii czy na Sri Lance.

To jest powszechne, że w takich miejscach wynajmuje się skuter czy motocykl, żeby zwiedzać. Tymczasem ruch drogowy jest tam całkowicie

inny niż u nas, panuje ogromne natężenie. Mamy więc sporo zdarzeń, których skutkiem są złamania, czasem prowadzące nawet do inwalidztwa.

Zdarza się, że turyści jeżdżą tam bez uprawnień i bez świadomości, że tych uprawnień nie mają. W większości krajów na świecie wymagane jest albo międzynarodowe prawo jazdy, albo prawo jazdy danego kraju, jak na przykład w większości krajów Azji.

W Tajlandii czy na w Sri Lance trzeba po prostu na podstawie naszego prawa jazdy uzyskać tamtejszy dokument uprawniający do prowadzenia pojazdów. Ale ponieważ w żadnej wypożyczalni nie pytają o to potwierdzenie, łatwo pojazd wypożyczyć. Dopiero, gdy dojdzie do kolizji, trzeba pokazać odpowiednie uprawnienia. Jeśli się ich nie ma, towarzystwo ubezpieczeniowe może odmówić pokrycia kosztów leczenia z takiego wypadku, nawet jeżeli turysta jest ofiarą zdarzenia komunikacyjnego, nie z jego winy.

A inne szkody wywołane przez turystę – zaleje podłogę w hotelu, zniszczy telewizor, urwie kran lub potrafi kogoś i ten upuści i rozbije sobie telefon?

Takie sytuacje są w zakresie odpowiedzialności cywilnej, które obejmują pakiety turystyczne.

To wydaje się oczywiste, chociaż trzeba sprawdzić, czy rzeczywiście OC jest, bo istnieją warianty ubezpieczeń, te najtańsze, w których

odpowiedzialności cywilnej nie ma. Ale w nieco droższych opcjach OC jest standardem.

Wróćmy do zwykłych sytuacji. Czy ma znaczenie, że ktoś kupuje wycieczkę pół roku przed wyjazdem, a na polisę decyduje się ostatniego dnia przed wyjazdem?

To nie ma znaczenia. Jeśli mówimy o polisie pokrywającej koszty leczenia, NNW, OC, ewentualnie zagubienie lub opóźnienie bagażu, czyli elementy potrzebne podczas samego wyjazdu, to nawet w dniu wyjazdu możemy sobie je wykupić. Ono nas chroni, kiedy jesteśmy za granicą. Ale jest też ubezpieczenie, o którym warto pomyśleć w momencie zakupu wycieczki z dużym wyprzedzeniem. To ubezpieczenie od kosztów rezygnacji. Ono chroni nasze pieniądze do momentu wyjazdu.

Dzięki niemu mogę zrezygnować z wycieczki bez ponoszenia kosztów?

Ono zadziała, gdy zajdzie jakieś nieoczekiwane zdarzenie u nas, naszych najbliższych lub osób, które mają z nami jechać. Chodzi na przykład o nagłe zachorowanie, nieszczęśliwy wypadek, jak pożar w domu, zalanie, kradzież samochodu, a także o śmierć w rodzinie. Coś, co nas zatrzyma i uniemożliwi nam wyjazd.

W ramach ubezpieczenia kosztów rezygnacji nasi klienci mogą ubezpieczyć wycieczkę wykupioną w biurze podróży, bilet samolotowy czy

ROZMOWA *cd.*

indywidualnie zrobioną rezerwację. Warto zwrócić uwagę, że wycieczki są coraz droższe, więc jak jedzie dwu-, trzy-, czteroosobowa rodzina, to taki wyjazd może sięgnąć nawet kilkunastu tysięcy złotych. Szkoda byłoby te środki stracić. Na szczęście można się ubezpieczyć od kosztów rezygnacji.

Trzeba to jednak zrobić dość szybko od momentu zakupu imprezy, żeby ochrona już biegła. Na dwa dni przed podróżą żadne towarzystwo ubezpieczeniowe takiej polisy nie wystawi. Zwykle ubezpieczyciele wskazują, żeby zawrzeć taką umowę w ciągu trzech, pięciu, siedmiu lub czternastu dni od zakupu wyjazdu.

Wtedy rzeczywiście możemy być spokojni, że jak się coś wydarzy – mąż lub żona złamie nogę, teściowa zachoruje – to mamy polisę i ubezpieczyciel zwróci nam 100 procent wpłaconych pieniędzy. W takich sytuacjach praktycznie nie ma żadnego udziału własnego.

Słyszałem, że są próby przechytrzenia systemu – ubezpieczania się dopiero, kiedy coś się już stało na wyjeździe. Turysta dzwoni do kolegi w Polsce, żeby mu wykupił polisę, bo zachorował i musi iść do lekarza, albo ubezpiecza się przez internet, po czym po kilku godzinach zgłasza kłopoty ze zdrowiem. Czy to prawda, czy tylko takie legendy?

Rzeczywiście zdarzało się, że turysta kupował polisę, będąc już w gabinecie u lekarza. Ale to

było dawno, dawno temu. W tej chwili ubezpieczyciele chronią się przed takimi oszustwami praktycznie stu procentowo – dzięki karencji. Jeżeli turysta jest już za granicą, to ma przynajmniej trzy, czasem pięć dni - to zależy od firmy ubezpieczeniowej – karencji, żeby polisa zaczęła działać.

No dobrze, ale przecież turysta deklaruje, że dopiero wyjeżdża z kraju. Tego nie można zweryfikować.

Można. Ubezpieczyciele sprawdzają to na wiele sposobów, np. po dokumentach podróжных, takich jak bilet czy rezerwacja w hotelu.

Ale przyznaję, że zdarzają się próby obejścia zasad, czy naciągnięcia ubezpieczyciela, najczęściej przez fałszowanie dokumentów medycznych lub rachunków. Przestępczość ubezpieczeniowa jest obecna nawet w ubezpieczeniach turystycznych. Na szczęście mamy swoje sposoby weryfikowania zgłoszeń, zatrudniamy do tego specjalistów, ale konsekwencje tych procedurów ponoszą także nasi klienci, bo czasem przechodzą bardziej skrupulatne procedury sprawdzenia dokumentów.

Polacy coraz więcej jeżdżą, dzielą urlop na kilka, więc nawet trzy, cztery razy w roku są za granicą. Najczęściej na kilka dni.

To widać w naszych statystykach. Świadomość ubezpieczeniowa bardzo wzrosła i dużo osób nawet na krótkoterminowe wyjazdy wykupuje polisę.

A gdzie najlepiej ją kupić?

Dostęp do ubezpieczeń podróжных jest teraz bardzo ułatwiony. Można je kupić tradycyjnie u agenta ubezpieczeniowego lub turystycznego, można na stronie konkretnego towarzystwa lub na platformach porównujących produkty różnych firm, a nawet w banku. Gdzie komu wygodniej. Nie ma znaczenia miejsce i sposób, bo cena w każdym źródle będzie ta sama lub bardzo zbliżona.

Polacy chętnie podróżują do najdalszych zakątków świata. Czy polisy ubezpieczeniowe wszędzie chronią ich tak samo?

Dobrze, że pan o tym wspomniał. Mówiliśmy wiele o tym, przed czym może chronić polisa. Ale warto też pamiętać o niedogodnościach.

Jeżeli ktoś planuje podróż do dalekich krajów, na przykład do Azji czy Afryki, to powinien liczyć się z tym, że stan systemu ochrony zdrowia i możliwości zorganizowania pomocy medycznej są tam często ograniczone. Ubezpieczyciel może zorganizować pomoc w miejscach, które są dostępne, a ta pomoc będzie taka, na jaką pozwalają lokalne warunki. Krótko mówiąc, jeśli w danym miejscu brakuje szpitali, lekarzy i aparatury, to nie należy się spodziewać, że ubezpieczyciel zapewni taką pomoc, do jakiej turysta z Europy jest przyzwyczajony.

Na Sri Lance ludzie, którzy trafiają do publicznego szpitala prosto po wypadku na przykład na motocyklu, są zszokowani, że ten szpital wygląda jak szpital w Polsce sprzed 50 lat. Żaden

ubebezpieczyciel nie zapewni tam kliniki o wysokim standardzie, jeśli jej tam nie ma.

Wiele osób nie ma świadomości, że na przykład Madagaskar ma bardzo ograniczone możliwości. W wypadku poważniejszego zachorowania, nie ma tam po prostu gdzie przeprowadzić skomplikowanych badań. I to nie jest kwestia ubezpieczyciela, który nie chce za to zapłacić, ale dostępu do infrastruktury.

Jeśli lekarz wyda zgodę, możemy przetransportować pacjenta do miejsca z lepszą opieką, ale zorganizowanie takiej operacji może potrwać kilka dni.

Podczas szkoleń dla przedstawicieli biur podróży uczulamy ich, żeby zawsze sprawdzali, gdzie organizują obozy i kolonie dla młodzieży, czyli gdzie wysyłają klientów. Piękne miejsce, świetny hotel i czysta plaża to nie wszystko. Jeśli planują na przykład wyjazd do mniej rozwiniętego kraju, to należy sprawdzić, czy jest tam szpital z SOR-em. Żeby, jeżeli dziecko złamie nogę, ma atak woreczka żółciowego lub wyrostka robaczkowego, to w ciągu pół godziny znalazło się w szpitalu, a nie okazało się, że musi tam jechać pięć godzin.

Krótko mówiąc, polisa to jedno, ale ona nie pomoże, jeżeli nie ma na miejscu warunków, żeby ją zrealizować, wykorzystać w pełni. Poruszamy się w ramach sieci i placówek, które są dostępne, a one świadczą usługi w zależności od miejsca na świecie różnej jakości.

FINANSE

JAK POLACY **PŁACĄ I OSZCZĘDZAJĄ** NA WAKACJACH?

Gotówka to wciąż najpopularniejsza metoda płatności podczas zagranicznych podróży, choć już około co czwarty Polak deklaruje, że za granicą korzysta z portfeli elektronicznych czy wirtualnych kart wielowalutowych. Sposobów na oszczędności mamy więcej.

73 proc. – taki odsetek Polek i Polaków przebadanych przez agencję SW Research na zlecenie XTB zadeklarowała, że podczas zagranicznych podróży płaci gotówką. Nieco ponad połowa z nas za granicą płaci kartami fizycznymi, natomiast mniej więcej co czwarta deklaruje, że korzysta z portfeli elektronicznych (np. Apple Pay, Google Pay) czy wirtualnych kart wielowalutowych. Gwoli uściślenia – respondenci mogli tu wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

JAK POLACY OSZCZĘDZAJĄ NA WYJAZDACH ZAGRANICZNYCH?

Choć wakacje mogą kojarzyć się z pewnym rozluźnieniem finansowej dyscypliny, to mimo wszystko Polacy deklarują, że szukają sposobów na oszczędności. Z badania SW Research wynika, że tylko mniej więcej co ósma osoba w ogóle nie oszczędza podczas zagranicznego wyjazdu. Racjonalizować wydatki staramy się przede wszystkim na zakupach w centrach handlowych oraz jedzeniu na mieście, nieco rzadziej na zakwaterowaniu i transporcie, a najrzadziej – na wycieczkach, atrakcjach kulturalnych czy aktywnościach turystycznych. Można z tego wyciągnąć wniosek, że z zagranicznego wyjazdu chcemy uszczknąć jak najwięcej (atrakcje, wycieczki, ale też częste deklaracje zakupów lokalnych produktów), zaś np. staramy się szukać tanich lotów i wręcz wybie-

ramy pod tym kątem nierzadko kierunek podróży. Zresztą takie wyniki badań są spójne z obserwacjami ekonomistów co do ewolucji Polaków jako konsumentów. Wraz ze wzrostem zamożności – i nie jest to tylko wyłącznie przypadek Polski, ale generalne ekonomiczne prawidło – konsumpcja usług (podróże same w sobie, ale też „doznania” podczas nich) rośnie szybciej niż towarów.

Dokładny budżet przed zagranicznym wyjazdem planuje około 30 proc. badanych, pobieżny (bez szczegółów) – kolejnych ponad 30 proc., a jeszcze około 12 proc. deklaruje, że budżet sporządza czasami i nie zawsze się go trzyma. Totalną „rozpustę” – brak zaplanowanego budżetu – deklaruje tylko co dwudziesty badany.

Polacy zapytani o zwyczaje podczas podróży zagranicznych często deklarują, że czują satysfakcję, gdy znajdą jakąś okazję. Zwracają uwagę na koszty życia w miejscu, do którego jadą, dość często wybierają np. komunikację publiczną zamiast taksówek. Blisko połowa badanych deklaruje, że stara się targować. Rzadko wskazujemy zaś, że robimy coś na wakacjach na pokaz – np. wybieramy taki kierunek podróży albo atrakcje podczas wyjazdu, aby móc się tym chwalić w mediach społecznościowych. Dość często korzystamy zaś przy wyborze miejsca podróży z poleceń znajomych. Co ciekawe, ponad dwie trzecie ba-

danych wskazuje, że przelicza wydatki wakacyjne z lokalnej waluty na złote.

Zgodnie z badaniem Instytutu Badań Pollster, spośród około połowy Polaków, którzy latem wybiorą się na wypoczynek, za granicę planuje pojechać nieco ponad jedna trzecia osób. Główne destynacje to kraje Europy (m.in. Chorwacja, Grecja, Włochy), wczasy poza Europą ma spędzić około 8 proc. tych, którzy planują jakiś urlop. Te deklaracje są dość zbliżone do wyników analogicznego badania z 2024 r. Z danych Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego wynika, że w 2024 r. polskie biura podróży obsłużyły niespełna 9 mln klientów i był to dla nich rekordowy rok, o kilkanaście procent lepszy niż rok wcześniej oraz przed pandemią.

JAK ZAPANOWAĆ NAD WAKACYJNYMI PŁATNOŚCIAMI?

Wspomniane badanie dość kompleksowo buduje obraz Polaka, który chce podróżować i jak najlepiej wykorzystać zagraniczny wyjazd, ale jednocześnie mimo wszystko stara się zachować w tym pewne finansowe ryzy. Wczasy za granicą są natomiast również tym oszczędniejsze, im tańszą metodę płatności wybierzemy.

W pewnych miejscach – choćby na lokalnych targowiskach czy plażowych atrakcjach – gotówka jest jedynym środkiem płatności. Jednocześnie

może być jednak bardziej niebezpieczna (skradzionej gotówki raczej nie odzyskamy, kartę czy aplikację płatniczą można zablokować, warto też mieć włączone dzienne limity płatności). Dodatkowo, kursy wymiany walut w kantorach – szczególnie na lotniskach, dworcach, przy atrakcjach turystycznych czy w lokalnych bankomatach – są często bardzo niekorzystne.

Tam, gdzie się da (w wielu sklepach, restauracjach, obiektach turystycznych itd.), warto rozważyć umiejętne korzystanie z karty lub aplikacji płatniczej. Należy dokładnie zapoznać się z tabelą opłat i prowizji naszego banku czy instytucji finansowej, z której usług korzystamy. Można nadziać się bowiem np. na prowizję za samą płatność kartą za granicą czy opłatę za przewalutowanie (w tym czasem podwójne – najpierw z lokalnej waluty na euro albo dolara amerykańskiego, a potem na złote). Warto uważać też np. na prowizję przy wypłacie gotówki z zagranicznego bankomatu czy na usługę DCC (Dynamic Currency Conversion). Ta druga oznacza, że można wybrać na terminalu płatność w lokalnej walucie albo w złotych. Wybór tej pierwszej opcji jest korzystniejszy, druga może wiązać się z dodatkową opłatą za przewalutowanie, w dodatku przy niekorzystnym kursie. Dodatkowo, już typowo ze względów bezpieczeństwa, warto w miarę możli-

FINANSE *cd.*

wości tymczasowo blokować karty, których się nie używa i regularnie sprawdzać historię transakcji.

Niemniej – mimo powyższej listy zastrzeżeń – przy mądrym wyborze można za granicą płacić mniej i czuć się bezpieczniej z telefonem albo kartą w kieszeni, niż plikiem banknotów. Dobrym rozwiązaniem jest m.in. karta wielowalutowa do konta walutowego (lub czasem w złotych), która – oczywiście w zależności od banku czy instytucji wydawcy – automatycznie „rozpoznaje” walutę transakcji i obciąża rachunek w tej walucie. Wcześniej można je tanio (np. za pośrednictwem kantoru internetowego) zaopatrzyć w odpowiednią kwotę, sporo banków czy aplikacji oferuje też po prostu bardzo atrakcyjne, bardzo bliskie rynkowym, kursy przewalutowania. Dodatkowo dają możliwość ustawienia odpowiednich limitów, co pozwala mieć kontrolę nad wydatkami z poziomu aplikacji.

Nie tylko ciekawostką, ale i realnym udogodnieniem dla wielu klientów, jest też fakt, że takie elektroniczne karty wielowalutowe są już oferowane także przez platformy inwestycyjne. Przykładem jest aplikacja inwestycyjna XTB, w ramach której klienci mogą w elektronicznym portfelu (e-wallet) „przechowywać” różne waluty (od złotego, euro, dolara amerykańskiego czy funta brytyjskiego, poprzez węgierskie forinty czy czeskie korony, aż po japońskiego jena, tajlandzkiego bahta czy meksykańskie peso) oraz płacić za jego pośrednictwem zbliżeniowo, za pomocą Apple, Google

i Garmin Pay, bez dodatkowych prowizji. Możliwe są także m.in. wypłaty gotówki z bankomatów czy dokonywanie i odbieranie przelewów. Co ważne, to rozwiązanie w pełni bezpieczne: karta w ramach rachunku inwestycyjnego w XTB jest wydana na licencji Mastercard przez DiPocket UAB, Instytucję Pieniądza Elektronicznego zarejestrowaną przez Bank Litwy.

JAK JESZCZE MOŻNA OSZCZĘDZAĆ PODCZAS WAKACYJNYCH PODRÓŻY?

Sposobów na wakacyjne oszczędności – i mowa nie o zaciskaniu pasa, a po prostu nieprzeptacanie – jest wiele. Jak sugerują wyniki badania SW Research, wiele z nich mamy już w małym palcu. Przykładowo, warto planować budżety wakacyjne i trzymać się ich. Według deklaracji, mniej lub bardziej skrupulatnie robi to trzy czwarte Polaków. Taki plan wydatków dziennych - na jedzenie, atrakcje, transport, drobne zakupy itd. - pomaga uniknąć impulsywnych zakupów i finansowego kaca po powrocie.

Konieczne przed wyjazdem zagranicznym należy wykupić dodatkowe ubezpieczenie i dokładnie przeanalizować jego warunki pod kątem planowanych aktywności. Wyłączenia są na porządku dziennym. W zestawieniu z kosztami hospitalizacji czy, odpukać, transportu medycznego do kraju – sięgających dziesiątek lub setek tysięcy złotych – składka solidnego ubezpieczenia to niemal grosze.

Również już na etapie planowania wczasów warto rozważyć m.in. rezerwowanie noclegów z wyprzedzeniem. To pozwala „złapać” lepsze okazje i promocje. Elastyczność co do lokalizacji (np. nocleg kilka kilometrów od centrum) też może obniżyć koszty, często bez dużej straty na komforcie.

Podobnie sprawa się ma z lotami. Ponad połowa Polaków deklaruje, że miejsce podróży zagranicznej wybiera ma podstawie dostępności taniich lotów. Planowanie wczasów z wyprzedzeniem czy ustawienie alertów cenowych na bilety lotnicze może pozwolić zaoszczędzić nawet tysiące złotych.

Dobrym sposobem jest też analiza programów lojalnościowych. Czasem nawet nie jesteśmy świadomi, że np. jako klienci jakiegoś dostawcy usług płatniczych mamy dostęp do zniżek na hotele czy bilety lotnicze (albo np. podwyższenie klasy podróży, dodatkowy bagaż czy dostęp do saloniku na lotnisku). Albo: zbieramy punkty, które można wymienić na tańszy dostęp do atrakcji. Swoje programy lojalnościowe mają linie lotnicze, sieci hoteli, organizacje płatnicze, biura podróży czy różnego rodzaju platformy turystyczne.

Już na miejscu warto nastawić się na lokalny transport. Taksówki i wynajęte auta bywają kosztowne, tymczasem taniej – i często po prostu ciekawiej – jest się przemieszczać np. komunikacją miejską lub rowerami miejskimi. W wielu miastach turystycznych dostępne są też bilety dobowe lub tygodniowe, które znacznie ograniczają wydat-

ki. Znowu: wielu Polaków już to ma we krwi. We wspomnianym badaniu SW Research korzystanie z transportu publicznego, zamiast taksówek czy wynajętego samochodu, deklarowało blisko dwie trzecie badanych, a przeciwne zachowanie: tylko około 18 proc. osób.

Zaoszczędzić można także na jedzeniu, np. wybierając tańsze i często lepsze jedzenie w barach w bocznych uliczkach, niż w restauracjach przy głównych atrakcjach. Dodatkowo – choć wiadomo, że nie to po człowiek jedzie wypocząć na wakacje, żeby przygotowywać sobie prowiant – to mimo wszystko warto trzymać rękę na finansowym pulsie i nie złapać się na tzw. efekcie latte. Polega on na tym, że pozornie niewielkie codzienne wydatki (np. na kawę czy przekąski) szybko sumują się do dużych kwot, które mogłyby zostać zaoszczędzone. Słowem: nawet woda w bidonie zamiast kolejnej butelki kupionej w sklepie ma znaczenie.

Jeśli chodzi o atrakcje turystyczne, warto dokładnie doczytać konkretne zasady. Przykładowo, może się okazać, że dostownie w kilka minut można kupić przez internet bilety do jakiegoś muzeum czy parku rozrywki taniej niż stacjonarnie. Dodatkowo, wiele miast oferuje darmowe koncerty, galerie czy piesze wycieczki z przewodnikiem (tzw. „free walking tours”). Warto więc sprawdzać wcześniej kalendarz wydarzeń. Część miast czy regionów, np. Londyn i Paryż, wydają „karty turystyczne” („city card”, „pass”) umożliwiające darmowe korzystanie z niektórych atrakcji na ich terenie.



Płacić wygodnie w wielu walutach

bez prowizji przy wymianie

SPRAWDŹ EWALLET

Usługa jest dostępna dla osób fizycznych posiadających rachunek inwestycyjny w XTB S.A. Dostawcą usług eWallet, w tym rachunków płatniczych i karty, jest DiPocket UAB, Instytucja Pieniądza Elektronicznego zarejestrowana przez Bank Litwy. Karta jest wystawiona na licencji Mastercard.



VADEMECUM

TRZEBA **SPRAWDZIĆ, CZY BIURO PODRÓŻY** TO BIURO PODRÓŻY?

Biuro podróży? Każde dziecko wie, co to jest. Zachęcająco brzmiąca nazwa z „wakacje”, „podróż” lub „urlop” w nazwie. Do tego ładnie urządzony nieduży lokal z witryną od ulicy, koniecznie z dużą mapą na ścianie i zdjęciami pięknych zakątków świata. A czasem po prostu kolorowa strona w internecie lub profil na Facebooku z obiecującym tekstem.

Jednak nie wszystko złoto co się świeci. Okazuje się, że łatwo odnajdują się na tym rynku nieuczciwi przedsiębiorcy. Omijający prawo nieświadomie lub z premedytacją.

Zjawisko działania w turystycznej szarej strefie jest na tyle rozpowszechnione, że największe organizacje tej branży – Polska Izba Turystyki, Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego, Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel i Rada Przemysłu Spotkań i Wydarzeń TUgether – powołały do jego śledzenia i zapobiegania mu specjalną fundację, Centrum Monitoringu Rynku Turystycznego.

**NIE KAŻDY, KTO ORGANIZUJE WYCIECZKI,
ROBI TO LEGALNIE.
SKUTKI MOGĄ BYĆ TRAGICZNE**

Czasem o tym, że jego wyjazd był zorganizowany z pominięciem przepisów, uczestnik dowiaduje się dopiero kiedy wydarzy się coś nadzwyczajnego. Najgłośniejszym przykładem ostatnich lat

był przypadek pielgrzymki, której autokar zmierzający do Medjugorje wypadł z drogi w Chorwacji. Zginęło wtedy 12 osób, a 32 zostały ranne. Okazało się, że organizator tej wyprawy działał nielegalnie.

Wiele mniej jaskrawych sytuacji kończy się na stracie pieniędzy wpłaconych takiemu organizatorowi, kiedy zaczyna kluczyć, przestaje być dostępny dla swoich „klientów”, a wreszcie znika bez śladu. Oczywiście z ich zaliczkami.

Właśnie, żeby nie dochodziło do takich sytuacji, nie każdy może być tourooperatorem. Na prowadzących działalność organizatora turystyki prawo nakłada szereg obowiązków – od pełnego informowania klientów o warunkach podróży, zapewnienia im pakietu usług z podstawowym przynajmniej ubezpieczeniem i reagowania na ewentualne reklamacje, po najważniejszy chyba, czyli zabezpieczenia się na wypadek bankructwa. Chodzi o to, aby klienci nie stracili pieniędzy wpłaconych, czasem z dużym wyprzedzeniem, na imprezę turystyczną, a w razie kłopotów biura podróży, byli też pewni, że rozpo-

częty urlop im nie przepadnie. Jeśli już zdarzy się taka sytuacja, dostaną szybko zwrot zaliczki, a jeśli upadłość ich touroperatora zostanie ich za granicą, dokończą wypoczynek i wrócą bezpiecznie i zgodnie z zawartą umową, nie ponosząc uszczerbku finansowego.

Ale jak się nie dać oszukać? To nie jest trudne. Każdy może sprawdzić, czy firma, która proponuje mu tani wyjazd, rzeczywiście robi to legalnie, zgodnie z zasadami określonymi w Ustawie o imprezach turystycznych. Wystarczy więc zweryfikować, czy figuruje w Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Przedsiębiorców Ułatwiających Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych.

Zawsze przed sezonem letnim przypomina o tym Turystyczny Fundusz Gwarancyjny.

BEZPIECZNE WAKACJE ZA GRANICĄ KROK PO KROKU

1. Sprawdzamy organizatora wycieczki.
Żeby sprawdzić, czy organizator naszych

wakacji działa zgodnie z prawem, w internecie odszukujemy stronę tfg.ufg.pl (zakładka „Ewidencja”).

- Wpisujemy dane wybranej firmy. To może być jej nazwa, ale pewniej będzie wpisać jej NIP lub numer ewidencyjny (jeśli podaje w swoich dokumentach). Uwaga, trzeba w dolnym lewym rogu okienka potwierdzić, że nie jest się robotem.
- Sprawdzamy, czy przedsiębiorca znajduje się w Ewidencji. Okno z jego danymi otworzy nam się poniżej okna, w którym rozpoczynaliśmy poszukiwania.
Jeśli biuro podróży znajduje się w Ewidencji, możemy jeszcze upewnić się, czy nie ma zakazu wykonywania działalności turystycznej albo czy nie zostało wszczęte postępowanie w sprawie wykreślenia go z rejestru. W tym celu przechodzimy do następnego okna z danymi, klikając strzałkę w prawo.
- Sprawdzamy status przedsiębiorcy (powinien być aktywny), zadeklarowany zakres terytorialny



działalności (ważne, by pokrywał się z wybranym przez nas kierunkiem), a także szczegóły jego obowiązkowego zabezpieczenia finansowego.

2. Czytamy dokładnie umowę.

TFG radzi przeczytać z naszym potencjalnym organizatorem.

- Umowa powinna dotyczyć imprezy turystycznej lub powiązanych usług turystycznych.
- Powinna w niej znaleźć się informacja o składce na Turystyczny Fundusz Gwarancyjny i na Turystyczny Fundusz Pomocowy. Najwyższa stawka, 15 złotych w wypadku jednego i 15 złotych drugiego, dotyczy wyjazdów z wykorzystaniem lotu czarterowego. Opłaty za imprezy z innym środkiem transportu są niższe, a w wypadku zwykłych wyjazdów z biurem podróży po kraju stawka wynosi 0 złotych.

TFG przypomina przy tym, że „jeśli organizujemy wyjazd samodzielnie, czyli rezerwujemy oddzielnie bilety lotnicze, oddzielnie hotel, oddzielnie wynajęcie auta itd. – wówczas nie jesteśmy systemowo chronieni przez rozwiązania przewidziane w Ustawie o imprezach turystycznych (...), w tym Turystyczny Fundusz Gwarancyjny”.

3. Co warto wiedzieć na wypadek problemów z tourooperatorem, w razie jego niewypłacalności?

- Jeśli jesteśmy w trakcie imprezy turystycznej zagranicą kontaktujemy się z urzędem marszałkowskim w tym województwie, w którym siedzibę ma organizator.

Urząd marszałkowski uruchamia środki z zabezpieczenia finansowego przedsiębiorcy, a w razie potrzeby także z Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego. Urząd marszałkowski organizuje powrót turystów do kraju.

- Jeśli nie wyjechaliśmy jeszcze na opłacone wakacje bądź nie zdążyliśmy wykorzystać opłaconych świadczeń (np. musieliśmy z powodu upadłości organizatora przerwać wakacje po tygodniu, a zapłaciliśmy za dwa), składamy wniosek o zwrot pieniędzy do instytucji, która udzieliła organizatorowi zabezpieczenia finansowego. Ubezpieczyciel lub bank pokrywa roszczenia do wyczerpania sumy gwarancyjnej. A w sytuacji, gdy środki się wyczerpią, a nie wszystkie roszczenia zostaną zaspokojone, instytucja przekazuje dokumentację do Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, który wypłaca pozostałe kwoty.

4. TFG radzi też zapoznać się z informacjami dla podróżnych, które przygotowuje Ministerstwo Spraw Zagranicznych.

Prowadzi ono bowiem wykaz wszystkich krajów z aktualnymi radami praktycznymi i informacjami dotyczącymi bezpieczeństwa. Te ostatnie stopniuje, nadając im różne poziomy, od „zachowaj (zwykłą) ostrożność”, przez „zachowaj szczególną ostrożność” i „MSZ odradza podróże, które nie są konieczne”, aż po „MSZ odradza wszelkie podróże”. Ten ostatni ministerstwo zaleciło ostatnio w wypadku dwóch krajów objętych konfliktem militarnym – Izraela i Iranu.

- Wchodzimy na stronę <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/informacje-dla-podrozuja-cych> i klikamy na liście nazwę kraju, do którego chcemy wyjechać. Znajdziemy tam informacje o ewentualnych zagrożeniach związanych z podróżowaniem po tym kraju.
- Warto też zarejestrować się w systemie Odyseusz. Dzięki temu w razie wystąpienia nadzwyczajnej sytuacji podczas naszego pobytu zagranicą, MSZ będzie mógł się z nami skontaktować i bezpośrednio ustalić sposób sprowadzenia do kraju. Link: <https://odyseusz.msz.gov.pl/>

—FF





LAST MINUTE

Ostatnie miejsca, które czekają na Ciebie!

ROZMOWA

AGENT TURYSTYCZNY RADZI: **TURYSTYKA ZORGANIZOWANA DAJE NAM PEWNOŚĆ** I GWARANCJE BEZPIECZEŃSTWA



MARCIN WUJEC – AGENT TURYSTYCZNY OD 30 LAT. WRAZ Z ŻONĄ PROWADZĄ POD MARKĄ SOLENO TRZY BIURA Z WYCIECZKAMI – W RABCE, CIESZYNIE I MYŚLENICACH. PREZES OGÓLNOPOLSKIEGO STOWARZYSZENIA AGENTÓW TURYSTYCZNYCH.

Agent turystyczny najlepiej doradzi klientowi w kwestii miejsca i terminu wyjazdu. Nie musi sięgać do internetu, bo zna to, co poleca z własnego doświadczenia – przekonuje prezes Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Agentów Turystycznych Marcin Wujec.

Rośnie rynek zorganizowanej turystyki. Przybywa touroperatorów i przybywa sprzedawców wycieczek. Nowe punkty sprzedaży otwierają zarówno duże sieci agencyjne, jak Wakacje.pl, Travelplanet.pl czy Urlop.pl, jak i sami touroperatorzy (Itaka, Rainbow, Coral Travel, Anex Tour, Join UP!), a do tego czasem powstają tworzone niezależnie sklepy z wycieczkami. Duże firmy turystyczne deklarują, że cały czas chętnie przyjmą nowych sprzedawców. Szukają doświadczonych ekspertów, ale są też gotowi przyuczyć zupełnie nowe w tym zawodzie osoby. Widać, że – wbrew obawom, że nowe technologie spowodują szybkie zejście z rynku doradców wakacyjnych – ten zawód nie zanika.

MARCIN WUJEC:

To prawda, ale pozory mogą mylić. Musimy rozgraniczyć dwie sytuacje – coraz trudniej znaleźć na rynku miejsce na niezależną agencję

turystyczną, gdyby ktoś chciał sobie taką założyć. Nadal jednak można szukać pracy doradcy wakacyjnego w już istniejącej strukturze, na przykład jednej z tych, które pan wymienił. Jeszcze dziesięć lat temu można było po wyszukaniu dobrze położonego, w większym lub mniejszym mieście, lokalu wstawić do niego biurko i komputer i wywiesić szyld z nazwą nowo otwartej agencji turystycznej z „travel” lub „tour” w nazwie. A potem krok po kroku zdobywać zaufanie klientów i touroperatorów. Ale dzisiaj to już jest prawie niemożliwe.

Dlaczego?

Żeby agent miał co sprzedawać, musi zawrzeć umowy z biurami podróży, które dostarczą mu swoich ofert. Największe to Itaka, TUI, Rainbow, Coral Travel, Anex Tour. Jeśli nie ma w portfelu przynajmniej części z nich, raczej nie zarobi na utrzymanie swojego biznesu. Tymczasem o te

umowy jest bardzo trudno.

Decyduje o tym kilka czynników. Po pierwsze sieć salonów z wycieczkami jest już dosyć gęsta, po drugie touroperatorzy oczekują doświadczonych i wiarygodnych partnerów, dobrze przygotowanych do swojej roli, żeby nie przynieśli im wstydu, a stanowili wartość dodaną w całym systemie dystrybucji.

Pamiętajmy, że turystyka ma tę specyfikę, że cenę kształtuje operator – jest jedna, sztywna cena, nie wolno nam jej zmieniać. Nie ma tak, że gdzieś jest taniej, to nie jest warzywniak, który może mieć tańszą marchewkę niż u konkurencji. To oznacza, że o sukcesie decyduje profesjonalizm sprzedawcy, bo nie może on wabić klientów ceną, na zasadzie „u mnie to samo, tylko taniej”.

Niemniej, zawód agenta jawi nam się w romantycznym nimbie. Każdy marzy o podró-

**żowaniu i wyobrażamy sobie, że taki agent to musi dużo i tanio podróżować. Z tego powodu do tej pracy ciągnie młodych ludzi, którzy marzą o poznawaniu dalekich krajów. Co im pan radzi?**

Jak wspominałem, dawniej było łatwiej wejść na rynek. Po pierwsze w biurach podróży można było dostać zaledwie kilka kierunków na krzyż. Ludzie jeździli wtedy do Egiptu, ale tylko do Hurghady, Tunezji, trochę do Grecji, czyli na Kretę, na Rodos, potem na Zakintos, do Hiszpanii i Włoch. Dzisiaj sam Egipt ma pięć kierunków, Grecja dwadzieścia cztery, a Hiszpania ze dwadzieścia kolejnych, w tym prawie wszystkie Wyspy Kanaryjskie. Do tego Bułgaria, Cypr, Albania, Włochy, Portugalia... żeby wymienić tylko najpopularniejsze kraje wakacyjne z basenu Morza Śródziemnego.

Jednym słowem mamy w ofercie ponad sto kierunków i dziesiątki tysięcy hoteli.

To nie znaczy oczywiście, że muszę wszystkie znać, zwykle obracamy się w kręgu kilkudziesięciu obiektów, ale im więcej o nich wiem, tym lepiej mogę doradzić klientom, gdzie powinni spędzić wakacje. Plusem naszej pracy jest to, że dużo podróżujemy, mamy taką możliwość. I to przekłada się na to, że mamy porównanie, umiemy dopasować kierunek czy hotel do potrzeb klienta.

Po drugie – klienci też już nie są ci sami, co dziesięć i dwadzieścia lat temu – są lepiej czasem

przygotowani i widzieli więcej niż sprzedawcy. Oni przecież też podróżują i czytają.

Wspominam o tym, żeby wskazać, że jeśli ktoś chce się w zawodzie doradcy wakacyjnego spełnić, musi się nastawić na długą drogę i ciągłe uczenie się i zdobywanie doświadczeń. Zarówno podczas szkoleń, których nie brakuje (zwykle teraz odbywają się one on line), jak i podczas zawodowych podróży studyjnych i prywatnych wyjazdów.

Kto sobie najlepiej poradzi w tym zawodzie?

Moim zdaniem ktoś, kto z jednej strony ma takie cechy charakteru, jak otwartość, łatwość w nawiązywaniu kontaktów, umiejętność rozmawiania, a z drugiej legitymuje się choćby ogólnym wykształceniem (z moich obserwacji wynika, że humanistyczna wiedza sprawdza się lepiej niż ścisła, dobrze jest znać trochę historii i geografii) i ma też kulturę osobistą. Do tego wszystkiego musi dołożyć pasję, ciekawość świata i oczywiście przynajmniej podstawową znajomość języka obcego, najbardziej w turystyce przydaje się angielski.

Jak mówiłem, obecne czasy stawiają nam wysoko poprzeczkę. Warto się interesować światem. Weźmy taki przykład – wybucha wojna na Bliskim Wschodzie. Profesjonalny agent od razu skojarzy, jakie reperkusje dla jego dziedziny może mieć to wydarzenie – począwszy od za-

mknięcia szlaków powietrznych, a skończywszy na wyższych cenach ropy. Musi wiedzieć, co odpowiedzieć na wątpliwości klientów, wtedy mu zaufają.

Ponieważ mam 30 lat doświadczenia w tym zawodzie, czasem słyszę od klientów „z panem to można porozmawiać na różne tematy, a ta pani z biura X, to nic nie wiedziała”.

Jeżeli mogę z kimś rozmawiać trochę szerzej na temat miejsca, do którego jedzie, a nie tylko o hotelu i o tym, czy lunchy są obfite, to mam dużą satysfakcję.

Nie przecenia pan doświadczenia? Mamy internet.

Trzeba naprawdę dużo czasu poświęcić na poznanie choćby części kierunków, regionów, obiektów. Ile lat musi minąć, żeby być biegłym w hotelach, żeby z marszu wiedzieć, gdzie klientowi znaleźć piaszczystą plażę i hotel ze zjeżdżalnią i z bardzo dobrym wyżywieniem w Grecji?

To nie jest tak, że usiądę i przeczytam z jakiegoś materiału, z internetu albo z podręcznika. Można tak oczywiście zrobić, ale to tak samo jakbyśmy sztuczną inteligencję pytali o pewne rzeczy. Ona będzie bazowała tylko na doświadczeniach innych ludzi, bo nie ma swoich doświadczeń. Zbierze wiedzę, którą w internecie pozyskała, a te opinie mogą być przekłamane.

A tu mówimy o osobistym doświadczeniu i opowiadaniu o miejscach i hotelach, w których się samemu było. To jednak jest duża różnica.

Prosty przykład, jedzie ktoś na małą kameralną wyspę grecką, gdzie jest cisza i spokój, a szukał rozrywek i będzie niezadowolony i to niezadowolenie wyrazi w opinii, czy ona będzie mówiła prawdę o miejscu, w którym był? No nie.

Ale jeżeli ktoś kto szuka ciszy, spokoju, greckich klimatów i trafi na tę wyspę, to będzie w siódmym niebie, i o to właśnie chodzi. Doświadczony sprzedawca, który widział dużo, potrafi klientowi optymalnie dopasować ofertę. Dlatego odsetek reklamacji w doświadczonych agencjach jest znikomy.

Ale przecież setki młodych ludzi zaczynają karierę w sezonie w call center dużych firm.

Zwrócę uwagę, że mają wykonywać jedynie czynność polegającą na sfinalizowaniu zakupu, kiedy klient już sobie coś wybrał na stronie internetowej takiej firmy, a nie na tym, żeby mu coś doradzić, znaleźć dla niego odpowiednie miejsce na wypoczynek.

To nie jest wtedy wakacyjny doradca, to jest wyłącznie człowiek, który zajmuje się technicznymi sprawami. Równie dobrze mógłby sprzedawać buty.

Często mam w swoim biurze sytuację, że klient przychodzi z ofertą, jaką sobie znalazł w interne-



cie i mówi, że to by chciał. A ja znając go, albo i nie znając, pytam przede wszystkim, czego potrzebuje. W trakcie rozmowy dochodzimy do wniosku, że to, z czym przyszedł nie jest dla niego.

To jest jak z poradą lekarską. Kolega lekarz żartuje, że jest po to, żeby ludzie na podstawie porad z internetu nie zrobili sobie krzywdy. U nas często jest podobnie. W internecie ludzie znajdują coś bazując na opiniach innych ludzi, które nie zawsze odzwierciedlają to, czego oni sami potrzebują. Nie wiemy, czy komentujący miał takie same potrzeby, jak my, bo być może miał zupełnie inne.

Jakieś dwa lata temu weszliśmy bardzo zdecydowanie w oferowanie rejsów wycieczkowych i mamy klientów z całej Polski, którzy dzwonią lub piszą maile. Praktycznie codziennie rozwiewam ich wątpliwości i często słyszę „pan na wszystkie pytania mi odpowiada, a byłam w innym biurze i nic nie wiedzieli na temat rejsów”.

Doświadczony agent, uznane biuro podróży, zwykle ma silną pozycję na lokalnym rynku. Co jest największym skarbem, bo ono nie musi na siłę klientowi czegoś sprzedać. Może sobie pozwolić, żeby powiedzieć, nie, ta oferta nie jest dla pana czy pani. Uważam, że powinna pani wybrać coś innego. O to chodzi w profesjonalnym doradztwie turystycznym.

Jeśli mogę komuś dobrze doradzić, sprawia mi to bardzo dużą satysfakcję. Budujemy z klientami relacje na lata. Każdy ma pewność, że zrobili-

śmy wszystko, żeby oferta była jak najlepiej dopasowana do jego potrzeb. To brzmi jak slogan, ale tak jest naprawdę.

Wracając do pracy agenta turystycznego. Taki to sobie pojeździ – myśli przeciętny klient.

Rzeczywiście, są wyjazdy. Tylko, że to ciężka praca, czasem podczas podróży studyjnej w ciągu tygodnia w Turcji oglądamy 70 hoteli! Pracownicy mojego biura często po takim wyjeździe proszą o dzień wolnego, bo są po prostu zmęczeni.

Ja sam podczas rejsu statkiem wycieczkowym dziennie robię 18-20 tysięcy kroków. Chodzę, zaglądam w każdą dziurę, filmuję.

Jakiego typu imprezy kupię u agenta turystycznego? Ufało się, że agent jest od podróży czarterowych, przygotowanych przez touroperatora.

To się zmienia, wraz z rozwojem rynku. Oczywiście gros transakcji to wyjazdy rodzinne czarterami. Ale dzisiaj agent sprzedaje też pakiety dynamiczne, czyli bilet lotniczy plus noclegi i wyżywienie, dobrane zgodnie z życzeniem klienta, mamy też wyjazdy całkowicie szyte na miarę, rejsy morskie i rzeczne, same bilety lotnicze, na samoloty regularnych linii i niskokosztowych, krótkie wypady do miast typu city bre-



ak, ubezpieczenia i przejazdy z lotniska, czyli tak zwane transfery. U agenta można dokupić do imprezy wycieczkę fakultatywną lub wynająć samochód w miejscu wypoczynku. Jeszcze wspomnę o koloniach, obozach młodzieżowych, szkołach językowych, za granicą i w Polsce.

Ale szczególnie chcę podkreślić, że można u nas zarezerwować sam hotel. Często ludzie kupują sobie gdzieś bilety lotnicze, a dopiero potem szukają noclegów. Warto podejść wtedy do najbliższego biura agencyjnego, bo agent ma dostęp do banku hoteli w dobrej cenie.

**To dokąd w tym roku wyjadą Polacy?**

Pod tym względem nic się od lat nie zmienia. Najchętniej wybierają Turcję, Grecję, Egipt, Hiszpanię, Bułgarię, Tunezję, Albanie, Cypr.

Jeśli chodzi o dalekie kraje to warto wybrać Zanzibar i Madagaskar, gdzie jest pięknie, a zarazem w lecie nie jest tam tak gorąco, jak nad Morzem Śródziemnym.

Sam uwielbiam Madagaskar. Jeśli ktoś mnie pyta, jaki jest najpiękniejszy kierunek w naszej ofercie, to mówię, Madagaskar. Szczególnie Nosy Iranja – dwie wysepki połączone groblą, przez którą przelewa się turkusowa woda. Tego się nie da opisać.

Jeśli chodzi o jakieś nowe trendy, to można wspomnieć, że turyści z dużą ostrożnością w tym roku podchodzą do Santorynu, niedaleko którego jeszcze kilka tygodni temu trzęsła się ziemia. Ale jeśli chodzi o Grecję nigdy nie była to najważniejsza destynacja – hotele są tam bardzo drogie, a wyspa jest zatłoczona.

Często czytamy nagłówki typu: „zapomnij o Hiszpanii, jest teraz nowy kierunek...”, albo „Polacy zakochali się w tym sezonie w...”, albo „już nie Santorini, ale ta wyspa jest hitem...”. Niedomówienie w tytule ma spowodować, że kliknie, żeby się dowiedzieć, co go tam czeka, co teraz jest w tym sezonie modne, wyjątkowe, ekscytujące.

Kiedy słyszę pytanie, co w tym roku jest popularne. Odpowiadam zwykle, że to chyba nie ma znaczenia, bo ważne jest czego pan/pani oczekuje od wakacji.

Dyskusja o modnych wyspach zwykle kończy się, gdy zaczynamy rozmawiać o cenach. Ponieważ Santoryn czy Mykonos są oczywiście modne, ale bardzo drogie i większość klientów jednak nie chce płacić za możliwość wylansowania się na Instagramie.

Są lata kiedy trudno o „taniego lasta”, ale są też takie, kiedy te „lasty” leżą i czekają do ostatniej chwili, aż ktoś je kupi. Czy stosowana przez niektórych klientów strategia wy czekiwania na tanie wyjazdy sprawdzi się w tym roku?

Trudno to ocenić agentowi, bo nie mam informacji, ile organizatorzy już sprzedali wyjazdów, a ile mają jeszcze wolnych miejsc w samolotach na lipiec i sierpień. To są informacje z kategorii tych najwyższej poufności, ale moim zdaniem, kto kupił pół roku wcześniej, ten kupił taniej niż zrobiłby to dzisiaj.

Może jedynie w wypadku Turcji może być inaczej, ponieważ jest jeszcze duży wybór wyjazdów do tego kraju. W Egipcie też jeszcze znajdziemy atrakcyjne oferty.

Ale już na przykład wakacje w Bułgarii, Albanii, Grecji są mocno przebrane i trudno znaleźć do-

bry hotel w dobrej cenie, raczej trzeba wybierać ze słabszych propozycji.

A co z Tunezją?

Tunezja zawsze ma bardzo dobre ceny w przedsprzedaży. Teraz też można tam znaleźć rzeczywiście ofertę, ale już nie tak tanio, jak kilka miesięcy temu.

Czy klienci nie niepokoją się sytuacją na Bliskim Wschodzie, jej wpływem na bezpieczeństwo wypoczynku w Egipcie?

Jeśli takie pytania się zdarzają, to odpowiadam stanowczo: jeszcze się nie zdarzyło w historii, żeby biuro podróży wysłało turystów w miejsce, w którym jest niebezpiecznie. Biura podróży ściśle trzymają się komunikatów Ministerstwa Spraw Zagranicznych i jeśli MSZ ogłosi „nie wyjeżdżaj” odnośnie do jakiegoś kierunku, to touroperatorzy to automatycznie respektują.

Biuro podróży zwykle ma wiele możliwości proponowania turystom innego kierunku na preferencyjnych zasadach, ewentualnie może zwrócić pieniądze, jeśli wystąpią nadzwyczajne i nieoczekiwane sytuacje. To jest jeden z atutów, jakie stoją za turystyką zorganizowaną. Ktoś kto sam opłaciłby sobie bezpośrednio przelot i hotel w miejscu, które później okazało się zagrożone z jakiegoś powodu, raczej nie

odzyska już pieniędzy. A biuro podróży znajdzie inne rozwiązanie.

W sytuacjach niestabilności polecam turystykę zorganizowaną, bo ona nam daje pewność i gwarancje bezpieczeństwa.

Dokąd pan uda się na swoje wakacje i kiedy to będzie?

W szczycie sezonu letniego na dłuższe wakacje nie mogę sobie pozwolić, więc w sierpniu planujemy z żoną pojechać na trzy dni na rowery do Austrii. Dopiero na wrzesień zaplanowaliśmy rejs statkiem wycieczkowym wokół Japonii. Wyptyniemy z Seulu w Korei Południowej, dalej przez Wyspę Jeju do Japonii. W sumie w podróży spędzimy ponad dwa tygodnie.

Statek wycieczkowy ma tę przewagę nad innymi środkami transportu, że kiedy jemy wieczorem kolację albo śpimy, on się przemieszcza. Rano więc budzimy się codziennie w innym mieście i mamy cały dzień, żeby je zwiedzać i jest to dość efektywna forma podróżowania.

W tym roku planujemy jeszcze wypad na trzy dni na Maltę, jesienią Wyspy Zielonego Przylądka, a na przelocie listopada i grudnia rejs po Karaibach. Ale ten ostatni to już służbowy.

—rozmawiał Filip Frydrykiewicz

BEZPIECZNE WAKACJE

ZNALAZŁEŚ W INTERNECIE **WYJĄTKOWĄ OFERTĘ?** **UWAŻAJ**, BO MOŻESZ STRACIĆ MAJĄTEK

Polacy rozpoczęli planowanie wakacyjnych wyjazdów. Poszukiwanie idealnej oferty last minute, przeglądanie atrakcyjnych cenowo noclegów i okazjnych biletów lotniczych to dla wielu nieodłączny element urlopowych przygotowań. Niestety, właśnie tę wzmożoną aktywność i chęć znalezienia wyjątkowej okazji bezlitośnie wykorzystują cyberprzestępcy. Co roku przygotowują oni między innymi zaawansowane kampanie phishingowe, licząc, że w gorączce przygotowań nasza czujność osłabnie, a atrakcyjna oferta pozbawi nas krytycyzmu.

Wraz ze zbliżającym się sezonem urlopowym rośnie nie tylko entuzjazm związany z planowaniem wyjazdów, ale również aktywność cyberprzestępców. Specjaliści ds. cyberbezpieczeństwa ostrzegają przed nasilającymi się atakami phishingowymi (termin ukuty na bazie angielskiego słowa phishing, łowienie), które w okresie wakacyjnym stają się szczególnie niebezpieczne. Przestępcy wykorzystują socjotechnikę, aby uśpić czujność i wyłudzić dane i pieniądze od osób planujących wypoczynek. Poszukiwacz okazji sam może stać się ofiarą.

– Cyberprzestępcy potrafią doskonale manipulować emocjami, wykorzystywać mody i sytuacje, by zwiększyć skuteczność ataków phishingowych. Atakują, kiedy jesteśmy mniej czujni, w okresach wzmożonych zakupów online lub planowania wyjazdów – mówi analityk laboratorium antywirusowego ESET Kamil Sadkowski.

Phishing i fałszywe strony w internecie to ich najczęstsze pułapki. Podszywają się pod znane firmy, biura podróży czy sklepy internetowe, przysyłając e-maile i SMS-y z linkami do stron, które do złudzenia przypominają prawdziwe. Dlatego zawsze warto zachować ostrożność i pamiętać, że jeśli coś, na przykład wakacyjna oferta, wygląda wyjątkowo atrakcyjnie, należy zdwoić czujność.

NAJPOPULARNIEJSZE METODY OSZUSTW WAKACYJNYCH

Oto kilka konkretnych przykładów oszustw, na które należy zwrócić szczególną uwagę podczas planowania wakacji:

- Fałszywe e-maile i SMS-y. Cyberprzestępcy podszywają się pod znane firmy, takie jak biura podróży, hotele czy linie lotnicze, wysyłając wiadomości z prośbą o dopłatę do rezerwacji lub z linkiem do fałszywej strony. Celem jest





BEZPIECZNE WAKACJE *cd.*

przechwycenie danych do logowania lub informacji o karcie kredytowej.

- Sklonowane strony rezerwacyjne. Oszuści tworzą strony internetowe łudząco podobne do popularnych portali rezerwacyjnych. Adres URL może różnić się tylko jednym znakiem. Po dokonaniu opłaty za rzekomą rezerwację kontakt z oszustami się urywa.
- Oszustwa w mediach społecznościowych. Na grupach internetowych pojawiają się fałszywe ogłoszenia z atrakcyjnymi ofertami noclegów lub wycieczek. Oszuści proszą o wpłacenie zaliczki lub wysyłają linki phishingowe, a następnie znikają z pieniędzmi. Innym razem mogą oferować odsprzedaż rzekomych zorganizowanych wakacji w okazyjnej cenie.

JAK SIĘ CHRONIĆ PRZED PHISHINGIEM?

Aby uniknąć zagrożeń, kluczowa jest tzw. codzienna cyfrowa higiena. Użytkownicy powinni zawsze weryfikować adres strony, z której korzystają, i nie klikać w podejrzane linki przychodzące w wiadomościach.

W przypadku otrzymania nieoczekiwanej prośby o dopłatę należy skontaktować się z usługodawcą oficjalnym kanałem, aby potwierdzić jej autentyczność. Istotną rolę w ochronie przed takimi atakami odgrywa również technologia. Oprogramowanie zabezpieczające realnie chroni – roz-

wiązania takie jak antywirus potrafią rozpoznać i zablokować fałszywe strony, ostrzec przed próbą wyłudzenia danych i zabezpieczyć nas przed wieloma cyfrowymi zagrożeniami. Aktualizowanie systemu operacyjnego i oprogramowania zabezpieczającego na swoich urządzeniach też może wzmocnić ochronę przed cyberatakami, nie tylko w okresie wakacji.

KLIKNĄŁEŚ W LINK I PODEJRZEWASZ OSZUSTWO? DZIAŁAJ NATYCHMIAST!

Co jednak zrobić, gdy przez pośpiech lub chwilę nieuwagi kliknęliśmy w podejrzany link lub, co gorsza, podaliśmy swoje dane na fałszywej stronie? W takiej sytuacji kluczowy jest czas reakcji. Przede wszystkim należy jak najszybciej skontaktować się ze swoim bankiem, zastrzec kartę i poinformować o podejrzeniu wyłudzenia istotnych danych.

Kolejnym krokiem będzie natychmiastowa zmiana hasła do wszystkich kont, których dane logowania mogły zostać przechwycone – zwłaszcza do bankowości elektronicznej, poczty e-mail i mediów społecznościowych.

Na koniec warto dokładnie przeskanować swoje urządzenie zaktualizowanym oprogramowaniem antywirusowym, aby upewnić się, że nie zostało na nim zainstalowane złośliwe oprogramowanie. Pamiętajmy, że świadomość zagrożeń i wiedza,

jak reagować, to nasza najsilniejsza broń w walce z cyberprzestępcami.

CYFROWE ZAGROŻENIA TAKŻE W TRAKCIE WAKACJI

Wakacyjne zagrożenia nie kończą się jednak na etapie rezerwacji. Cyfrowe pułapki czyhają na turystów również na miejscu, często łącząc się ze światem fizycznym.

Warto na przykład podchodzić z dużą rezerwą do korzystania z hotelowych sejfów – ich fabryczne, domyślne kody bywają zaskakująco proste, a instrukcje ich resetowania są często publicznie dostępne w internecie. Należy również unikać korzystania z publicznych komputerów, na przykład w hotelowym lobby, bo mogą być zainfekowane oprogramowaniem szpiegującym.

Wyjeżdżając, pamiętajmy także o wylogowaniu się ze swoich prywatnych kont (jak Netflix czy YouTube) na telewizorze w pokoju hotelowym, aby nie pozostawić do nich dostępu kolejnym gościom.

Kluczowa jest także ochrona dokumentów podróży – na przykład nigdy nie należy publikować w mediach społecznościowych zdjęć kart pokładowych. Zawarty na nich kod kreskowy to dla przestępcy kopalnia wiedzy, pozwalająca poznać szczegóły naszej podróży i uzyskać dostęp do zarządzania rezerwacją.

Oprac. FF



OVERTOURISM

„TURYSĆCI, WRACAJCIE DO DOMU!”

BIURA PODRÓŻY KONTRA AIRBNB

Jedziesz wypocząć na popularną wyspę lub zwiedzać słynne z zabytków miasto? Możesz być obiektem okazywania przez mieszkańców niechęci lub wręcz ataku fizycznego. A przynajmniej będziesz musiał sięgnąć głębiej do kieszeni. To koszty overtourismu.

Jedziesz wypocząć na popularną wyspę lub zwiedzać słynne z zabytków miasto? Możesz być obiektem okazywania przez mieszkańców niechęci lub wręcz ataku fizycznego. A przynajmniej będziesz musiał sięgnąć głębiej do kieszeni. To koszty overtourismu.

W ostatnich latach karierę robi nowy termin w turystyce – overtourism, oznaczający nadmierny ruch turystyczny. Mieszkańcy wielu miast, jak Amsterdam, Wenecja, Barcelona czy Kraków, a także wysp, jak Majorka, Santoryn czy Fuerteventura, czują się przytłoczeni dużą liczbą gości. Stali się ofiarą swojego sukcesu.

Tłumy turystów na ulicach, na deptakach, w kawiarniach, na plażach, w klubach powodują, że mieszkańcy tych miejsc czują się nieswojo, czują się zepchnięci na drugi plan, a do tego wykorzystani. Bo tłumy turystów to nie tylko więcej pieniędzy w kieszeniach przedsiębiorców z branży turystycznej, to też przecież kłopoty – nie tylko ze znalezieniem spokojniejszego miejsca do odpoczynku, do życia w stylu, do którego stali mieszkańcy są przyzwyczajeni. To też hałas, większe ilości śmieci do wywieżenia, wyższe ceny w sklepach, tłok w autobusach i w metrze.

Czarę goryczy przelał lawinowy wzrost mieszkań oddawanych na potrzeby turystów. Tanie linie lotnicze zaczęły przywozić duże ilości „tanich” turystów, którym odpowiadało wynajęcie pokoju, mieszkania czy domu na kilka dni. Symbolem tego ruchu stała się platforma internetowa Airbnb, na której skupia się najwięcej ofert krótkiego wynajmu. Mieszkańcy spostrzegli, że brakuje na rynku mieszkań dla nich samych. Ceny skoczyły, najlepsze ulice i dzielnice opanowali kilkudniowi goście, rozerwały się sąsiedzkie relacje.

„JEDEN TURYSTA WIĘCEJ, JEDEN MIESZKANIEC MNIEJ”

To zrodziło bunt, a protesty mieszkańców przybierają coraz drastyczniejsze formy. Mieszkańcy wychodzą na ulice manifestować, piszą na murach hasła niechętne turystom („Turyści, wracajcie do domu”, „Jeden turysta więcej, jeden mieszkaniec mniej”, „Jeśli odmawiacie nam dachu nad głową, odbieracie nam przyszłość”, „Majorka nie jest na sprzedaż”), wygrażają napotkanym obcokrajowcom. Ostatnio dochodzi nowa forma okazywania niezadowolenia – dokuczanie gościom na pla-

zach, blokowanie dostępu do niektórych miejsc, oblewanie wodą z pistoletów na wodę.

Rozgorzał spór – kto jest temu winien i kto więcej szkodzi mieszkańcom? Pojawiła się nowa linia podziału. Prezes największego koncernu turystycznego w Europie, TUI Group, Sebastian Ebel jako winowajcę wskazał Airbnb i cały ruch, który za nim stoi. Przypomniał, że turyści, którzy przyjeżdżają wypoczywać z biurami podróży, zwykle są lokowani w przeznaczonych do tego hotelach i tam się koncentruje ich życie. Wszystko jest zorganizowane, kontrolowane i bezpieczne. Inaczej niż w żywiołowym ruchu korzystania z mieszkań w centrach miast.

Airbnb nie było mu dłużne – zdaniem amerykańskiego giganta turyści korzystający z mieszkań na krótko lepiej przysługują się lokalnej gospodarce. Płacą za wynajęcie kwatery, robią zakupy w miejscowym sklepie i chodzą do restauracji za rogiem.

CHCESZ BYĆ NASZYM GOŚCIEM? ZAPŁAĆ

Tak naprawdę to jednak lokalne władze powinny regulować przepływ turystów. I już to robią, najczęściej metodami administracyjnymi i ekono-

micznymi. Porządkują zasady krótkiego najmu i obciążają opłatami przybyszów. Najnowsze przykłady najlepiej to ilustrują.

Barcelona, Andora, Ateny ograniczają możliwość przeznaczania nowych mieszkań na najem krótkoterminowy. Madryt zapowiedział wręcz, że będzie czyścił kamienice w centrum z mieszkań dla turystów i przenosił ich na obrzeża, tak żeby turyści mieszkali osobno, nie bezpośrednio za ścianą zwykłych lokatorów. Ibiza miała jeszcze inny pomysł – ograniczyła liczbę samochodów, które można wypożyczyć na wyspie lub nimi na nią wjechać.

Jeszcze popularniejsze są podatki. Tam, gdzie były (np. Lizbona, Barcelona, Baleary, Paryż), są co sezon podnoszone, a tam, gdzie jeszcze opłaty turystycznej nie było, jest wprowadzana (Norwegia, Edynburg). Wenecja w newralgiczne dni pobiera opłatę 10 euro za jednodniowe zwiedzanie miasta (stoją bramki przepuszczające tylko tych, którzy zapłacili), a Grecja ogłosiła nowy program pobierania opłat od turystów wysiadających na wyspach ze statków wycieczkowych. Najdroższe, bo 20 euro, mają kosztować Mykonos i Santoryn.

Dwa wnioski z tych działań wynikają dla turystów. Po pierwsze, podróże zorganizowane, z biurem podróży, są czasem lepiej widziane przez lokalne społeczności.

Po drugie, świat się kurczy, coraz więcej ludzi podróżuje poza granice swego kraju (w 2024 roku ponad 1,4 miliarda!), a większość chce zobaczyć to co wszyscy. Jeśli należymy do tej grupy, będziemy za to coraz więcej płacić.

Filip Frydrykiewicz