

Ogólne warunki świadczenia usług hotelowych. Ułatwienie czy utrudnienie prowadzenia działalności?

Ogólne warunki sprzedaży lub świadczenia (różnych) usług stały się jedną z bardziej popularnych metod regulowania wzajemnych praw i obowiązków stron umów, które ze swej istoty wiążą się z koniecznością kompleksowego uregulowania wielu aspektów prawnych dotyczących sprzedawanej rzeczy lub świadczonej usługi.

Mają one zastosowanie zarówno do sprzedaży samochodu, czyszczenia odzieży w pralni, jak i korzystania z usług hotelowych. Bardzo często przybierały one postać zadrukowanej małą czcionką drugiej strony zamówienia lub faktury. Na szczęście pomału odchodzi się od tej praktyki i ogólne warunki mają formę bardziej cywilizowaną.

Czym są ogólne warunki?

Ogólne warunki, wzory umów, formularze, taryfy oraz regulaminy (w polskim prawie określane łącznie jako wzorce umowne) są zbiorem klauzul umownych dotyczących zasad, na których przedsiębiorca sprzedaje rzeczy lub świadczy usługi, które są wspólne (takie same) dla wszystkich zawieranych przez tego przedsiębiorcę umów. Postanowienia te określane są „z góry”, jednostronnie przez przedsiębiorcę, a jego kontrahent akceptuje je przystępując do umowy, czyli kupując daną rzecz albo korzystając z danej usługi. Ogólne warunki regulują m.in. kwestie dotyczące składania zamówień, dostawy zamówionych rzeczy lub usług oraz ich

standardu i jakości, zapłaty ceny lub wynagrodzenia oraz odpowiedzialności sprzedawcy lub usługodawcy z tytułu rękojmi. Dzięki temu sprzedawca lub usługodawca nie musi w każdej zawieranej umowie powtarzać tych samych postanowień (przez co umowa zapewne stałaby się mniej czytelna) i może poprzestać na określeniu tych elementów, którymi różni się ona od innych. Do grupy tych elementów najczęściej należą dane kupującego lub usługobiorcy, określenie sprzedawanej rzeczy lub świadczonej usługi, termin wykonania oraz uzgodniona cena lub wynagrodzenie. W przypadku usług hotelowych powyższy zestaw powinien zostać uzupełniony m.in. o dane gościa hotelowego, jeżeli zamówienie jest składane przez inną osobę.

Kiedy ogólne warunki są wiążące?

Jak widać ogólne warunki mogą znacznie uprościć życie przedsiębiorcy, ale mogą je też skomplikować, jeżeli przedsiębiorca nie zadba w należyty sposób o to, aby stały się częścią umowy łączącej go z klientem. Przedsiębiorca posługujący się wzorcem umow-



Agata Demuth
radca prawny, Partner
Praktyka Nieruchomości
Kancelaria Domański Zakrzewski Palinka



Maria Czubińska–Zaremba
aplikant radcowski, Associate
Praktyka Nieruchomości
Kancelaria Domański Zakrzewski Palinka

nym, czyli także ogólnymi warunkami, zobowiązany jest doręczyć go klientowi. Przedsiębiorcy hotelowi najczęściej przekazują klientom treść ogólnych warunków poprzez wywieszenie ich w recepcji hotelu, w pokojach hotelowych i zamieszczenie na stronie internetowej. Często także w dokumentach podpisywanych przy meldowaniu się w hotelu zawarta jest klauzula informująca o obowiązujących ogólnych warunkach i potwierdzająca, że klient je akceptuje. Czy to jest skuteczne? Co do zasady przyjmuje się, że doręczenie polega na rzeczywistym wręczeniu drugiej stronie dokumentu z pełnym tekstem ogólnych warunków w chwili zawierania umowy, przy stworzeniu klientowi realnej możliwości zapoznania się z tym dokumentem. Jednakże, ponieważ posługiwanie się wzorcami umownymi jest zwyczajowo przyjęte w branży hotelarskiej, należy uznać, że wzorzec wiąże klienta, gdy mógł z łatwością dowiedzieć się o jego treści. Tak więc, w odniesieniu do podmiotów prowadzących działalność gospodarczą, wywieszenie wzorca w recepcji lub w pokoju będzie w pełni wystarczające. Natomiast w odniesieniu do klientów będących konsumentami należy wykazać się szczególną ostrożnością, bowiem powyższa regulacja obowiązuje jedynie w odniesieniu do umów powszechnie zawieranych w tzw. bieżących sprawach życia codziennego. W związku z tym, w drugim przypadku rekomendowane jest, aby wraz z kompletem podpisywanych dokumentów

klient – konsument, w celu stworzenia realnej możliwości zapoznania się z ogólnymi warunkami, otrzymał także ogólne warunki w wersji wydrukowanej i potwierdził ich odbiór. Pamiętać przy tym należy, że klienci będący konsumentami są szczególnie chronieni przez polskie prawo. Tak samo jest zresztą na terenie całej Unii Europejskiej. W związku z tym, poza różnicami związanymi ze sposobem informowania o obowiązywaniu ogólnych warunków, zwrócić należy uwagę także na to, że niektóre ich postanowienia będą musiały być uregulowane inaczej niż w przypadku klientów prowadzących działalność gospodarczą, w szczególności z uwagi na listę niedozwolonych postanowień umownych oraz zasadę indywidualnego uzgodnienia treści umowy z konsumentem. Czy z tego powodu warto mieć dwa rodzaje ogólnych warunków, jeden dla przedsiębiorców i drugi dla konsumentów? Wszystko zależy od indywidualnych preferencji, ale obowiązku takiego nie ma i w pełni wystarczającym będzie umieszczenie na końcu ogólnych warunków odrębnego artykułu lub paragrafu poświęconego konsumentom właśnie.

Ogólne warunki w hotelach sieciowych

Ogólne warunki oraz regulaminy świadczenia usług i rezerwacji są często stosowane przez przedsiębiorców hotelowych w Polsce. Najbardziej rozbudowane wersje tych dokumentów są

Ogólne warunki, wzory umów, formularze, taryfy oraz regulaminy (w polskim prawie określane łącznie jako wzorce umowne) są zbiorem klauzul umownych dotyczących zasad, na których przedsiębiorca sprzedaje rzeczy lub świadczy usługi, które są wspólne (takie same) dla wszystkich zawieranych przez tego przedsiębiorcę umów

stosowane przez większe podmioty oraz hotele sieciowe, w szczególności międzynarodowe. Ogólne warunki stosowane przez hotele sieciowe są zazwyczaj kalką postanowień stosowanych przez hotele prowadzone w kraju spółki matki danej sieci. Standaryzacja świadczenia usług jest z całą pewnością zjawiskiem pozytywnym, jednakże w tym konkretnym przypadku może okazać się zdradliwa z uwagi na odmienne regulacje prawne obowiązujące w tym zakresie w różnych systemach prawnych. Świadczenie usług hotelowych jest, podobnie jak inne umowy, w pewnym zakresie uregulowane w polskim kodeksie cywilnym. W związku z tym należy uważać, aby ogólne warunki nie naruszały bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa. Dlatego też, przed rozpoczęciem świadczenia usług na podstawie ogólnych warunków „zaimportowanych” z innego kraju, rekomendowane jest przejrzanie ich oraz dostosowanie do wymagań stawianych przez polskie prawo. Z uwagi na dość obszerne regulacje unijne w zakresie prawa konsumentów, hotele sieciowe działające na terenie UE mogą w zasadzie polegać na ogólnych warunkach stosowanych w kraju spółki matki danej sieci, przy czym w przypadku hoteli należących do sieci, których

spółki matki mają siedziby poza UE wskazane jest zachowanie większej przezorności.

Jednak ułatwienie

Świadczenie usług hotelowych wiąże się obecnie z masowością, seryjnością oraz standaryzacją usług. Dlatego stosowanie ogólnych warunków z całą pewnością ułatwia prowadzenie działalności, a zawieranie umów przy użyciu wzorca znacznie przyspiesza obrót. Co również ważne, wzorzec każdorazowo zmniejsza rolę negocjacji, co w praktyce oznacza narzucenie klientowi postanowień jednostronnie określonych przez przedsiębiorcę hotelowego. Polskie prawo wprowadza jednak szereg mechanizmów chroniących klientów, w szczególności konsumentów, jako co do zasady stronę słabszą, przed ryzykiem naruszenia ich interesów. W związku z tym, w celu wyeliminowania niepotrzebnych ryzyk, ogólne warunki, jako kluczowy element prowadzenia działalności, powinny zostać poddane analizie pod kątem prawnym. Z całą pewnością wpłynie to na podwyższenie komfortu prowadzenia działalności oraz na podwyższenie poziomu bezpieczeństwa prawnego świadczenia usług i pozwoli na bezproblemowe wychodzenie z sytuacji spornych. ▶

V MIĘDZYNARODOWE TARGI WYPOSAŻENIA OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH

WORLDHOTEL



3-5
PAŹDZIERNIKA
2012

WARSZAWA
CENTRUM MT POLSKA
UL. MARSA 56C

WWW
WORLDHOTEL.PL

SPONSOR


MTargi

ORGANIZATOR

Serdecznie zapraszamy do udziału w jubileuszowej V edycji Targów WorldHotel. Obecność na targach w Warszawie to okazja do rozmów biznesowych z branżą hotelarską, znalezienia nowych kontrahentów oraz promowania produktów i usług bezpośrednio klientom z całej Polski: inwestorom, właścicielom i menedżerom obiektów o różnym standardzie oraz SPA i Wellness, a także architektom i projektantom wnętrz.

Kontakt: (22) 529 39 14/74 | wh@mttargi.pl

