

ROLA INSTYTUCJI PAŃSTWOWYCH I ORGANIZACJI KONSUMENCKICH W POPRAWIE OCHRONY KONSUMENTÓW NA RYNKU USŁUG TURYSTYCZNYCH

Irena Ozimek

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Streszczenie. W warunkach gospodarki rynkowej istnieje wiele przedsiębiorstw oferujących imprezy turystyczne. Pomimo tego, zagrożenie interesów konsumenta występuje także na rynku usług turystycznych, nie zawsze bowiem są przestrzegane przez przedsiębiorców działających na tym rynku regulacje prawne, jak też wiedza konsumentów na temat praw im przysługujących jest często dalece niewystarczająca. Stąd też celem niniejszego opracowania jest analiza kompetencji oraz działań wybranych instytucji i organizacji konsumenckich, umożliwiających zwiększenie poziomu ochrony polskich konsumentów na rynku usług turystycznych.

Słowa kluczowe: ochrona konsumentów, rynek, usługi turystyczne, organizacje chroniące konsumentów

WSTĘP

Specyfika umów o świadczenie usług turystycznych polega na tym, że konsument płaci ufając, że kupowana dziś usługa spełni jego oczekiwania w przyszłości i przede wszystkim będzie wykonana zgodnie z zawartą umową. Niestety, na tym rynku usług może dochodzić do różnego rodzaju naruszeń, dlatego przepisy określające warunki świadczenia usług turystycznych powinny zapewniać konsumentom możliwie największy stopień bezpieczeństwa i pewności należytego wykonania tych usług. Jest to problem na tyle istotny, że wśród zagadnień tematycznych zawartych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku”, wskazano konieczność działań związanych ze standardami świadczenia usług w celu skutecznej ochrony praw konsumenta na rynku usług turystycznych [Kierunki... 2008]. Stąd też celem niniejszego opracowania jest dokonanie, na podstawie regulacji prawnych i danych sprawozdawczych instytucji i organizacji, analizy dotyczącej kompetencji oraz działań wybranych instytucji i organizacji konsumenckich,

Adres do korespondencji – Corresponding author: Irena Ozimek, SGGW w Warszawie, Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji, ul. Nowoursynowska 159 C, 02-776 Warszawa, e-mail: irena_ozimek@sggw.pl

umożliwiających zwiększenie poziomu ochrony polskich konsumentów na rynku usług turystycznych.

PRAWA PRZYSŁUGUJĄCE KONSUMENTOM

Sformułowany w dniu 15 marca 1962 r. przez prezydenta USA J.F. Kennedy'ego katalog praw konsumentów stanowi obecnie bardzo istotny obszar działania polityki konsumenckiej Wspólnoty Europejskiej, w tym i Polski. Prawa konsumentów są wypełniane wciąż nową treścią adekwatnie do zmieniającej się sytuacji na rynku i w otoczeniu konsumenta, w tym także sytuacji konsumenta na rynku usług turystycznych. Konsumentowi przysługują bowiem następujące prawa [Dąbrowska i in. 2005]:

- prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa, które oznacza, że towary i usługi oferowane konsumentom muszą być dla nich bezpieczne, a także musi być zapewniona procedura uniemożliwiająca przedostanie się do obrotu towarów i usług stwarzających zagrożenie życia i zdrowia, a w przypadku zaistnienia takiego zagrożenia – procedura szybkiego ostrzegania i wycofywania takich produktów z rynku;
- prawo do ochrony interesów ekonomicznych – oznacza stworzenie konsumentom ochrony przed przedsiębiorcami, zwłaszcza tymi, którzy z racji swojej pozycji rynkowej (dominującej lub monopolistycznej) mogą narzucać niekorzystne warunki umowy, stosować nadmiernie wysokie ceny czy nieuczciwe praktyki rynkowe; szczególna uwaga powinna być zwrócona na punkty newralgiczne dla bezpieczeństwa ekonomicznego, jak: ceny produktów i usług, stosowanie niedozwolonych klauzul umownych w umowach z konsumentami;
- prawo do efektywnego dochodzenia roszczeń – oznacza stworzenie konsumentom mechanizmów prawnych i procedur ułatwiających w sposób tani i szybki dochodzenie roszczeń, a także pomoc w egzekwowaniu praw konsumentów; preferowaną formą załatwienia reklamacji konsumenckich powinno być przede wszystkim postępowanie polubowne między dwiema stronami, tj. przedsiębiorcą i konsumentem;
- prawo do informacji i edukacji – oznacza zapewnienie konsumentom dostatecznej i rzetelnej informacji o cechach oferowanych produktów i usług, warunkach bezpiecznego z nich korzystania, procedurach reklamacyjnych, tak aby mieli możliwość świadomego podejmowania decyzji i dokonywania wyboru dóbr i usług; obowiązek poinformowania konsumenta o przedmiocie i treści umowy, a także dokonania tego w sposób uczciwy, rzeczowy i kompetentny należy do podstawowych zasad prawa umów i wywodzi się z obowiązku lojalnego ich zawierania; konsument niedysponujący informacjami na temat m.in. warunków transakcji pozbawiony jest możliwości podejmowania racjonalnych decyzji zakupu, a także nie może skutecznie bronić swoich interesów;
- prawo do reprezentacji – oznacza zapewnienie konsumentom warunków do zrzeszania się, prezentowania stanowiska konsumentów i zbiorowej ochrony roszczeń; konsumenci mają prawo do przedstawienia swojego stanowiska we wszystkich zarówno indywidualnych, jak i zbiorowych sprawach konsumenckich, a dokonują tego najczęściej przez dobrowolne zrzeszenia konsumenckie.

DZIAŁANIA INSTYTUCJI I ORGANIZACJI ZAJMUJĄCYCH SIĘ OCHRONĄ KONSUMENTÓW W PRZYPADKU NARUSZANIA ICH PRAW NA RYNKU USŁUG TURYSTYCZNYCH

O poziomie usługi turystycznej świadczą m.in. takie czynniki, jak: stosunek do klienta, dostarczana mu informacja (rzetelna i wyczerpująca), stosowane materiały promocyjne oraz możliwość negocjowania umowy. Znaczącą rolę w eliminowaniu lub przynajmniej ograniczaniu występujących obecnie obszarów zagrożeń dla interesów konsumentów odgrywają regulacje prawne obowiązujące w tym zakresie. Podstawowym aktem prawnym, który w szczegółowy sposób reguluje zagadnienia związane z rynkiem usług turystycznych, mającym bezpośredni wpływ na jakość tych usług i tym samym stopień zabezpieczenia interesów konsumentów tych usług, jest ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych [Tekst jedn.: Dz.U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268 z późn. zm.].

Warto podkreślić, że w tej ustawie zawarto m.in. obowiązek dokładnego, zrozumiałego oraz niewprowadzającego klientów w błąd informowania o istotnych warunkach umowy.

W przypadku wystąpienia zagrożeń na rynku usług turystycznych konsument może zwrócić się po pomoc do odpowiednich instytucji czy też organizacji pozarządowych zajmujących się ochroną i edukacją konsumentów. Wśród nich należy wymienić przede wszystkim: Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), powiatowych/miejskich rzeczników konsumentów, a także organizacje konsumenckie (Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich). Funkcjonują one na mocy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów [Dz.U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.]. Należy również wspomnieć o takich organizacjach, jak: Europejskie Centrum Konsumenckie (ECK), Komisja Ochrony Praw Pasażerów (KOPP), działająca przy Urzędzie Lotnictwa Cywilnego (ULC), które są pomocne zwłaszcza w przypadku problemów związanych z transportem lotniczym (KOPP) oraz w rozwiązywaniu indywidualnych problemów/skarg konsumenckich związanych z transakcjami ponadgranicznymi dokonanymi w krajach UE oraz Norwegii i Islandii (ECK).

Jednym z problemów z zakresu ochrony konsumentów jest wciąż występujące w wielu dziedzinach życia nienegocjowanie przez konsumentów warunków proponowanej umowy. Ich rola sprowadza się często do podpisania umowy bądź jej odrzucenia w całości. Dotyczy to również niekiedy umów stosowanych przez biura podróży. Powoduje to niebezpieczeństwo, że przedsiębiorca w umowie narzuci konsumentowi klauzule, które nie będą dla niego korzystne. Dlatego kodeks cywilny stanowi, że postanowienia, które nie zostały uzgodnione indywidualnie, nie wiążą konsumenta, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami i rażąco naruszający jego interesy. Przykładem są klauzule stawiające jako warunek odstąpienia od umowy zapłacenie kary lub wyłączające odpowiedzialność przedsiębiorcy za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania. Podkreślić należy, że zawsze obowiązują zapisy określające główne świadczenia stron – np. cenę lub wynagrodzenie, jeżeli zostały sformułowane w sposób jednoznaczny.

Ważną tutaj regulacją prawną z punktu widzenia ochrony interesów ekonomicznych konsumenta jest ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów

oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny [Dz.U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271 z późn. zm.].

Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) przysługuje m.in. prawo kontroli wzorców stosowanych w umowach z udziałem konsumentów. On też jest odpowiedzialny za prowadzenie rejestru niedozwolonych klauzul umownych. Postanowienie, które na podstawie prawomocnego wyroku sądu zostało wpisane do tego rejestru jako „postanowienie wzorca umowy uznane za niedozwolone”, nie może być używane w obrocie prawnym z udziałem konsumentów. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadza regularne kontrole wzorców stosowanych w umowach z konsumentami przez przedsiębiorców działających w wielu branżach, w tym wśród organizatorów turystyki. W ich następstwie skierowano wiele pozwów do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (SOKiK). Postanowienia umowne, które zostały uznane prawomocnym wyrokiem SOKiK za niedozwolone, są wpisywane do rejestru klauzul niedozwolonych i od tego momentu ich stosowanie w obrocie z konsumentami staje się zakazane. Warto wspomnieć, że prawo składania pozwów do SOKiK przysługuje również miejskim (powiatowym) rzecznikom konsumentów, a także organizacjom pozarządowym oraz konsumentom. Aktualnie w rejestrze tym na ponad 2040 postanowień aż 628 dotyczy turystyki. Jest to największa grupa dotycząca jednej branży¹.

Analiza klauzul umownych stosowanych przez organizatorów turystycznych wykazała, że dotyczyły one m.in. takich niedozwolonych kwestii, jak:

- postanowienia wyłączające lub ograniczające odpowiedzialność organizatorów turystyki za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy (np. wyłączenie odpowiedzialności za usługi świadczone na podstawie umów zawartych na podstawie ofert specjalne, m.in. typu „last minute”);
- postanowienia uprawniające do zmiany warunków umowy (zmiana ceny w sposób sprzeczny z prawem; klauzule określające sposób dokonywania zmian warunków umowy przed rozpoczęciem imprezy turystycznej);
- postanowienia uprawniające do zmiany świadczeń w trakcie imprezy turystycznej;
- postanowienia wyłączające obowiązek zwrotu konsumentowi części ceny stanowiącej ekwiwalent za niewykorzystane świadczenie;
- postanowienia nakładające na konsumentów odstępujących od umowy obowiązek zapłaty rażąco wygórowanych świadczeń pieniężnych oraz uprawniające przedsiębiorców do dokonywania potrąceń;
- klauzule regulujące tryb reklamacyjny (klauzule określające obowiązek spełnienia przez konsumenta nadmiernie uciążliwych formalności czy też określające prawo do złożenia reklamacji w rażąco krótkim terminie lub przyznające przedsiębiorcom prawo do wydłużenia terminu rozpatrzenia reklamacji);
- klauzule określające właściwość sądów [Raport... 2008; Rejestr... 2010].

Konsument, który przypuszcza, że umowa, którą oferuje mu przedsiębiorca, zawiera postanowienie niedozwolone, powinien zwrócić przedsiębiorcy uwagę na konieczność zmiany kwestionowanych punktów umowy. Gdy umowa, którą już konsument podpisał, zawiera niedozwolone postanowienia, to – zgodnie z definicją określoną w kodeksie cywilnym – takie klauzule nie wiążą konsumenta z mocy prawa. Jeżeli przedsiębiorca nie

¹Por. szerzej: http://www.uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php

przychyli się do tego stanowiska, konsument powinien zwrócić się do sądu powszechnego (rejonowego lub okręgowego) o uznanie danego postanowienia za niewiążące. Konsument może przy tym korzystać z pomocy miejskiego lub powiatowego rzecznika konsumentów lub jednej z finansowanych z budżetu państwa organizacji konsumenckich (Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich).

Wśród wymienionych już instytucji zajmujących się ochroną konsumentów w Polsce należy podkreślić szczególną rolę powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów, wykonującego zadania samorządu w zakresie ochrony praw konsumentów. Do jego zadań, zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów, należy m.in. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów czy też składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów oraz występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów. Warto tutaj pamiętać o tym, iż przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów, obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Ponadto, rzecznik konsumentów może wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się postępowania sądowego w sprawach o ochronę interesów konsumentów. Rzecznicy w sprawozdaniach za 2009 r. wskazywali, że konsumenci przekazywali im umowy zawierane z przedsiębiorcami świadczącymi m.in. usługi turystyczne, ponadto w 2009 r. również powiatowi (miejscy) rzecznicy angażowali się w sprawy związane z wadliwością lub niezgodnością z umową świadczonych usług. Analiza porad prawnych dotyczących usług świadczonych konsumentom wskazuje, iż udzielono im 7731 porad w sprawach związanych usługami turystycznymi i hotelarskimi [Funkcjonowanie... 2010].

Jak podkreślono wcześniej, zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów również organizacje konsumenckie (pozarządowe) reprezentują interesy konsumentów wobec organów administracji rządowej i samorządowej. Mogą też uczestniczyć w realizacji rządowej polityki konsumenckiej. Ustawa nadaje tym organizacjom prawo m.in. do:

- wyrażania opinii o projektach aktów prawnych i innych dokumentów dotyczących praw i interesów konsumentów;
- opracowywania i upowszechniania konsumenckich programów edukacyjnych;
- wykonywania testów produktów i usług oraz publikowania ich wyników;
- wydawania czasopism, opracowań badawczych, broszur i ulotek;
- prowadzenia nieodpłatnego poradnictwa konsumenckiego oraz udzielania nieodpłatnej pomocy konsumentom w dochodzeniu ich roszczeń, chyba że statut organizacji stanowi, że działalność ta jest wykonywana odpłatnie;
- realizowania zadań państwowych w dziedzinie ochrony konsumentów, zleczanych przez organy administracji rządowej i samorządowej.

Federacja Konsumentów funkcjonuje w Polsce od 1981 r., jest to organizacja pozarządowa o statusie organizacji pożytku publicznego, ma oddziały terenowe, prowadzi także poradnictwo i pomoc prawną. Najczęstszą formą udzielania pomocy dotyczącej usług turystycznych przez Federację Konsumentów w 2008 r. były: porady i interwencje telefoniczne (591), rzadziej porady bezpośrednie (384) lub pisemne (209), wystąpienia pisemne do podmiotów gospodarczych i administracji w imieniu konsumenta (173) oraz

przygotowanie 24 pozwów². Za cenną należy uznać inicjatywę Federacji Konsumentów, która na stronie internetowej edukuje konsumentów, prezentując praktyczne wskazówki, jak ustrzec się przed nieuczciwymi praktykami organizatorów imprez turystycznych i naruszeniem interesu ekonomicznego, a także pomaga konsumentom w dochodzeniu swoich praw. Organizacja ta wydała folder zawierający tematyczne ulotki w serii „Sprawdź, jakie masz prawa”, wśród których znajdują się materiały edukacyjne dotyczące problematyki ochrony konsumenta na rynku usług turystycznych: ABC konsumenta – usługi turystyczne; ABC konsumenta – pasażera linii lotniczych; ABC konsumenta – timesharing. Warto też podkreślić działania innej organizacji konsumenckiej – Stowarzyszenia Konsumentów Polskich (SKP), która m.in. w ramach programu finansowanego przez UOKiK prowadzi bezpłatną infolinię konsumencką dla wszystkich konsumentów z całego kraju³.

Podróżując, konsumenci korzystają niekiedy z usług linii lotniczych, które prowadzą aktywną politykę przyciągania turystów przez oferowanie coraz to szerszej gamy połączeń, atrakcyjne taryfy turystyczne, a także usługi związane z obsługą turystów. W prawach pasażera określono, co przysługuje podróżującym w sytuacji, gdy podczas podróży pojawią się problemy (np. opóźnienie lub odwołanie lotu lub przejazdu oraz utrata lub uszkodzenie bagażu). Przepisy funkcjonujące w UE gwarantują także równe traktowanie osób niepełnosprawnych oraz osób o ograniczonej sprawności ruchowej. Konsument podróżując liniami lotniczymi z/lub do jakiegokolwiek kraju Unii Europejskiej znajduje się zwłaszcza pod ochroną rozporządzenia WE 261/2004 z dnia 11 lutego 2004 r., ustanawiającego wspólne zasady odszkodowania i pomocy dla pasażerów w przypadku odmowy przyjęcia na pokład, odwołania lub dużego opóźnienia lotu. W Polsce Prezes Urzędu Lotnictwa Cywilnego (ULC) może nałożyć na przewoźników kary pieniężne za naruszenie praw pasażerów, np. za brak opieki, za niewypłacanie odszkodowań, za brak informacji o przysługujących prawach⁴. Ochroną interesów pasażerów linii lotniczych zajmuje się specjalna komórka powołana przez Prezesa ULC – Komisja Ochrony Praw Pasażerów (KOPP), która w imieniu Prezesa ULC sprawuje kontrolę nad przestrzeganiem postanowień rozporządzenia (WE) Nr 261/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 lutego 2004 r., ustanawiającego wspólne zasady odszkodowania i pomocy dla pasażerów w przypadku odmowy przyjęcia na pokład albo odwołania lub dużego opóźnienia lotów. Po wyczerpaniu przez konsumenta tzw. procedury reklamacyjnej u przewoźnika, w przypadku złożenia przez niego skargi do Prezesa Urzędu Lotnictwa Cywilnego, Prezes stwierdza w drodze decyzji administracyjnej albo brak naruszenia prawa przez przewoźnika lotniczego, albo naruszenie prawa przez przewoźnika lotniczego, określając zakres nieprawidłowości i termin ich usunięcia.

W sporach transgranicznych pomoc konsumentowi świadczy Europejskie Centrum Konsumenckie, powstałe w 2005 r. na mocy porozumienia UOKiK z Komisją Europejską. Wśród ponad 26 tys. skarg zarejestrowanych w 2008 r. przez Sieć Europejskich Centrów Konsumenckich (ECC-Net), której członkiem jest również ECK Polska, ponad 16% przypadków dotyczyło kłopotów z przewoźnikiem i bagażem (w 2007 r. było to 20%). W porównaniu z 2007 r. aż dwukrotnie – z 4 do 8% – wzrosła liczba skarg związanych ze

²Por. szerzej: <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/story.php?story=311>

³Por. szerzej: <http://www.skp.pl>

⁴Por. szerzej: www.ulc.gov.pl

świadczeniami typu timesharing i „kluby wakacyjne”. Do Europejskiego Centrum Konsumenckiego w Polsce wpłynęło w 2008 r. 1045 skarg, z czego 25% dotyczyło naruszenia praw pasażera, a 20% problemów z bagażem⁵. Ponadto warto podkreślić fakt, że podstawą przyjmowania przez Europejskie Centra Konsumenckie skarg pasażerów linii lotniczych są wspomniane rozporządzenie wspólnotowe nr 261/2004 oraz konwencja montrealaska z 1999 r. Rozporządzenie stosuje się w przypadkach opóźnienia i odwołania lotu lub odmowy wpuszczenia pasażera na pokład, natomiast konwencja montrealaska ustanawia odpowiedzialność przewoźnika za szkody doznane przez pasażera z powodu opóźnienia, zagubienia i zniszczenia bagażu. Warto przy tym zwrócić uwagę na fakt, że od 19 lutego 2005 r., czyli od momentu wejścia w życie rozporządzenia (WE) nr 261/2004 o prawach pasażerów linii lotniczych, Sieć Europejskich Centrów Konsumenckich obserwuje stały wzrost liczby skarg konsumentów na linie lotnicze [Raport... 2007].

Na podkreślenie zasługują również działania instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów, przybliżające prawa konsumentów na rynku usług turystycznych. Przykładem takich działań jest m.in. „Przewodnik ECK jak zorganizować udany urlop. Prawa i obowiązki turysty”⁶ czy też podręczny „Dekalog mądrego konsumenta przed urlopem”⁷, w którym Europejskie Centrum Konsumenckie podpowiada konsumentom-turystom, na co warto zwrócić uwagę wybierając się na zagraniczną wycieczkę, wypoczywając w kurorcie czy w przypadku problemów na lotnisku. Mimo iż Komisja Europejska wprowadziła w ciągu ostatnich kilku lat wspomniane wcześniej przepisy, na mocy których pasażerowie samolotów i kolei traktowani są w jednakowy sposób w całej Unii Europejskiej, nie wszyscy pasażerowie są świadomi swoich praw. Stąd też w dniu 29 czerwca 2010 r. Komisja Europejska rozpoczęła ogólnoeuropejską kampanię informacyjną, dzięki której pasażerowie podróżujący samolotem lub koleją będą mieć łatwiejszy dostęp do informacji o przysługujących im prawach⁸. W ramach kampanii „Prawa pasażera w zasięgu ręki” uruchomiono stronę internetową: <http://ec.europa.eu/passenger-rights>. Pasażerowie będą mogli na niej znaleźć informacje na temat przysługujących im praw w zależności od środka transportu, ponadto na dworcach kolejowych i w portach lotniczych dostępne będą również ulotki i plakaty we wszystkich językach urzędowych UE, informujące o podstawowych prawach, jakie przysługują pasażerom.

Poruszając problematykę możliwości zwiększenia poziomu ochrony konsumenta, należy koniecznie podkreślić znaczenie możliwości działań Prezesa UOKiK w zakresie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Z naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy bezprawna praktyka przedsiębiorcy dotyka nieograniczonej liczby osób, to znaczy potencjalnie każdy może zostać przez nią poszkodowany. Istotną ochronę w tym zakresie, także na rynku usług turystycznych, daje ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów [DzU z 2007 r. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.], zgodnie z którą do praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zalicza się m.in. naruszanie obowiązku udzielania konsu-

⁵Mądry konsument przed urlopem. <http://www.konsument.gov.pl/pl/news/16/107/Madry-konsument-przed-urlopem.html>

⁶Por. szerzej: <http://www.konsument.gov.pl/pl/edukacja/wyklady-eck-w-2009r.html>

⁷Por. szerzej: <http://www.konsument.gov.pl/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=15&cntnt01returnid=100&hl=pl>

⁸http://www.ulc.gov.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=1127&Itemid=545

mentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz nieuczciwe praktyki rynkowe⁹ lub czyny nieuczciwej konkurencji¹⁰. Mogą być one uznane przez Prezesa UOKiK jako praktyki naruszające zbiorowe interesów konsumentów, w przypadku których może on m.in. wszczynać postępowanie administracyjne i wydawać decyzje w tej kwestii. Istotny jest przy tym fakt, że każdy może zgłosić Prezesowi UOKiK na piśmie zawiadomienie dotyczące podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, który ma możliwość nałożenia kary finansowej w wysokości 10% ubiegłorocznych przychodów na przedsiębiorcę naruszającego zbiorowe interesy konsumentów.

Reasumując, należy podkreślić, że w przypadku problemów na rynku usług turysta-konsument, jako słabszy uczestnik rynku, może bezpośrednio zwrócić się zwłaszcza do następujących instytucji lub organizacji:

- powiatowego/miejskiego rzecznika konsumentów lub organizacji konsumenckich po poradę i pomoc prawną, gdy spór dotyczy krajowego biura podróży;
- Europejskiego Centrum Konsumenckiego, które wspiera konsumentów w dochodzeniu praw i roszczeń, np. w przypadku nieodpowiadania na reklamację przez zagraniczne biuro podróży lub w sytuacji, gdy reklamacja zagubionego lub zniszczonego przez europejskie linie lotnicze bagażu nie przyniosła skutku;
- Komisji Ochrony Praw Pasażerów przy Urzędzie Lotnictwa Cywilnego w sytuacji, gdy lot jest opóźniony, odwołany lub odmówiono przyjęcia na pokład.

Ponadto warto pamiętać także o tym, że w sytuacji, gdy działające w Polsce biuro podróży nie odpowiada na reklamację dłużej niż 30 dni – o skontrolowanie przedsiębiorcy można zwrócić się do wojewódzkiego urzędu marszałkowskiego właściwego dla miejsca siedziby przedsiębiorcy.

PODSUMOWANIE

Podkreślić należy, że chociaż w warunkach gospodarki rynkowej konsument zyskał należną mu suwerenność i istnieje wiele przedsiębiorstw oferujących imprezy turystyczne, mimo to zagrożenie interesów konsumenta może wystąpić i występuje także na tym rynku. Dlatego też istotne jest funkcjonowanie tak wielu różnych instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów. Ponadto, w celu zwiększenia poziomu ochrony konsumentów na rynku usług turystycznych, niezbędne jest również prowadzenie edukacji konsumenckiej, aby zwiększyć świadomość konsumentów z zakresu praw przysługujących im w tym obszarze usług. Jednakże z uwagi na fakt, że znajomość instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów jest wśród polskiego społeczeństwa nadal stosunkowo niska, niezbędne są również kampanie informacyjno-edukacyjne, które mogą również znacząco przyczynić się do zwiększenia znajomości instytucji i organizacji, pomocnych konsumentom w przybliżaniu przysługujących im praw i dochodzeniu roszczeń.

⁹Nieuczciwe praktyki rynkowe zostały szczegółowo uregulowane w ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Dz.U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206.

¹⁰Czyny nieuczciwej konkurencji zostały uregulowane w ustawie z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Tekst jedn.: Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.

PIŚMIENNICTWO

- Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., Ozimek I., 2005. Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej. PWE, Warszawa.
- Funkcjonowanie powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów w roku 2009. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Departament Polityki Konsumenckiej, 2010. Warszawa, Internet: http://www.rzeczniczy.konsumentow.eu/pdf/sprawozdanie_rzeczniczy_konsumentow_2009.pdf
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku. Ministerstwo Sportu i Turystyki. Dokument rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r. Warszawa, wrzesień 2008 r., http://dms.msport.gov.pl/app/document/file/524/Kierunki_rozwoju_turystyki_do_2015_roku__RM-26_09_2008_r_.pdf?field=file1
- Raport Sieci Europejskich Centrów Konsumenckich „Prawa pasażerów linii lotniczych”. Podsumowanie. ECK, grudzień 2007. Warszawa. Internet, <http://www.konsument.gov.pl/pl/publikacje-2/raporty.html>
- Raport z kontroli wzorców umów stosowanych przez organizatorów turystyki. Opracowanie: Delegatura UOKiK w Katowicach, UOKiK, Warszawa 2008, Internet: <http://uokik.gov.pl/raporty2.php>
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Sprawozdanie z działalności 2009. UOKiK, Warszawa 2010.
- Rejestr klauzul umownych niedozwolonych. Internet: http://uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Tekst jedn.: Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych. Tekst jedn.: Dz.U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Dz.U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Dz.U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206.
- Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Dz.U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.

THE ROLE OF INSTITUTIONS AND CONSUMER ORGANIZATIONS IN ENSURING INCREASING LEVEL OF CONSUMER PROTECTION IN TOURIST SERVICES MARKET

Abstract. In a market economy there are many companies offering tourist events. Despite this, a risk to consumer interests also exists in the market of tourist services, because regulations are not always obeyed by operators in this market, as well as knowledge of consumers about the rights they may have in this market is often insufficient. Therefore, the aim of this study is to analyze the competence and activities of selected institutions and consumer organizations that may increase the level of protection of Polish consumers in the market of tourist services.

Key words: consumer protection, market, tourist services, consumer protection organizations

Zaakceptowano do druku – Accepted for print 13.10.2010