



INSTYTUT  
AKTYWIZACJI  
REGIONÓW

# Sprzedaż w obiektach hotelarskich

Niniejszy informator ma na celu przedstawienie podstawowych zagadnień związanych z przywołanym tematem i powstał w ramach realizacji zadania edukacji prawnej realizowanej w 2023 roku przez Instytut Aktywizacji Regionów



Umowa sprzedaży ma niebagatelne znaczenie dla działalności hotelarskiej. Często uważa się, że w hotelu można sprzedawać tylko pokoje. Różnego rodzaju usługi i produkty mogą znacznie zwiększyć sprzedaż hoteli, przede wszystkim ze względu na częste zawieranie umów tego typu przez gości hotelowych w związku z potrzebami zakupu różnych rzeczy lub usług na terenie obiektu hotelarskiego, których goście potrzebują, a których ze sobą nie zabrali.

### **Świadczenie usług hotelarskich**

Usługi hotelarskie – zdefiniowane w ustawie o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych (dalej jako: UHiT) – jest to krótkotrwałe, ogólnie dostępne wynajmowanie domów, mieszkań, pokoi, miejsc noclegowych, a także miejsc na ustawienie namiotów lub przyczep samochodowych oraz świadczenie, w obrębie obiektu, usług z tym związanych (art. 3 pkt 8 UHiT). Sprzedaż innych rzeczy niż pokoje jest nieodłącznie związana ze świadczeniem usług hotelarskich. Umowa sprzedaży jest umową nazwaną, odpłatną, wzajemną i konsensualną. Zasadniczo może być zawarta w dowolnej formie. Zwykle jest to forma ustna (klient wyraża chęć zakupu), ale do sprzedaży może dojść przez czynności konkludentne, czyli czynności dorozumiane.

### **PRZYKŁAD**

Kacper użył zawartość pozostawionego do jego dyspozycji minibarku w pokoju hotelowym. W tej sytuacji Kacper poprzez spożycie produktów z minibarku zawarł umowę sprzedaży. Biznes hotelarza sprowadza się do trzech podstawowych W dużych hotelach powierzchnia handlowa jest często wynajmowana innym podmiotom.

Jednak to zakład hotelarski jest stroną umowy sprzedaży, gdy gość hotelowy:

- korzysta i zużywa zawartość minibarku w pokoju hotelowym,
- nabywa widokówki lub mapy w recepcji hotelowej,
- kupuje np. słodczyce, kawę lub napoje w automacie ustawionym w holu hotelowym (z tym że tego rodzaju automat może należeć do innego przedsiębiorcy).

Strony umowy z gościem hotelowym W umowie o świadczenie usług hotelowych mamy do czynienia z dwiema stronami, gdzie:

- jedna to hotelarz – czyli przedsiębiorca prowadzący we własnym zakresie działalność gospodarczą – działalność o świadczenie usług hotelowych,
- druga to gość hotelowy – w zasadzie może nim być każdy podmiot, ale zazwyczaj jest to osoba fizyczna, czyli konsument, który zawiera umowę z hotelarzem w celach prywatnych, niezwiązanych z działalnością zawodową lub gospodarczą.

Reasumując, w typowej działalności hotelarskiej z gościem hotelowym mogą być zawierane różnego rodzaju umowy. Poza sprzedażą w ramach podstawowej działalności hotelarza, czyli wynajmowaniem pokoi hotelowych, która nie jest sprzedażą konsumencką lecz typową umową zawieraną na podstawie przepisów Kodeksu cywilnego, często dochodzi do zawarcia innego rodzaju sprzedaży, właśnie ramach umowy sprzedaży konsumenckiej, gdy gość hotelowy nabywa w hotelu pamiątki, okulary słoneczne, zabawki itp., którą to działalność, jako uzupełniającą prowadzi hotel. Wówczas stronami umowy są: konsument (gość hotelowy, jako osoba fizyczna) i przedsiębiorca – sprzedawca (czyli hotelarz).

### **PAMIĘTAJ!**

Sprzedaż konsumencka obejmuje TYLKO sprzedaż rzeczy ruchomych.

Sprzedaż pokoi hotelowych nie jest sprzedażą konsumencką.

### **WAŻNE**

Prowadzenie kwaciarni, kiosku z pamiątkami lub innej placówki handlowej na terenie hotelu lub innego obiektu hotelarskiego często należy do innego podmiotu niż ten, który świadczy usługi hotelarskie, za które hotel nie ponosi odpowiedzialności.

Podobnie będzie, gdy na terenie hotelu inny przedsiębiorca, wynajmuje od hotelu przestrzeń do ustawienia automatów sprzedażowych na napoje przekąski, słodczyce itp.

## Świadczenie na rzecz konsumenta

Przedmiotem sprzedaży na rzecz konsumenta jest tzw. towar konsumpcyjny, tj. rzecz ruchoma sprzedawana przez przedsiębiorcę w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej (w tym świadczenie usług hotelarskich) osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz w celu zaspakajania swoich potrzeb lub potrzeb swojej rodziny i sprzedaż nie jest związana z działalnością zawodową lub gospodarczą konsumenta. Do tak rozumianej sprzedaży stosujemy ustawę o prawach konsumenta.

## WAŻNE

Nie jest jednak sprzedażą konsumencką nabywanie rzeczy ruchomych od rolnika prowadzącego gospodarstwo agroturystyczne. Wówczas są stosowane przepisy kodeksu cywilnego o sprzedaży, a nie ustawa o prawach konsumenta. Zadaniem prawa konsumenckiego jest ochrona i wzmocnienie pozycji konsumenta w relacjach z profesjonalistą (przedsiębiorcą). Należy wyraźnie zaznaczyć, że w przypadku zakupu towaru od osoby prywatnej, przepisy prawa konsumenckiego (a więc takie instytucje jak rękojmia, gwarancja, prawo do odstąpienia od umowy) nie będą miały zastosowania.

Sprzedaż usług hotelarskich – uzupełniająca działalność hotelu Uzupełniająca działalność hotelu są to dodatkowe usługi, które hotel oferuje gościom. To również najskuteczniejszy sposób na zwiększenie sprzedaży w hotelu, ale też na poprawę jakości usług i wizerunku obiektu hotelarskiego. Najczęściej są to:

- Kawiarnia, bar, restauracja – również podawanie posiłków do pokoju
- Siłownia, Basen, Sauna, Salon urody (kosmetyczka, fryzjer), SPA
- Bilard, Salon gier
- Organizacja wycieczek
- Organizacja warsztatów
- Wynajem sali bankietowej i organizacja różnych świąt, wesel, imprez firmowych
- Wynajem sali na szkolenia i konferencje – również wynajem sprzętu biurowego
- Wynajem sprzętu turystycznego i rozrywkowego (np. latem – rowery, zimą – narty)

- Rezerwacja – biletów na różne wydarzenia, biletów na samolot, pociąg lub inny transport
- Usługi taksówkowe – również transfer (przewóz klientów z lub do wyznaczonego miejsca)
- Dostawa bagażu
- Opieka nad dziećmi (gdy rodzice odpoczywają lub są zajęci), w tym atrakcje dla dzieci
- Osobisty sekretarz dla klientów biznesowych
- Jazda próbna modnych samochodów
- Pralnia, Prasowanie, Czyszczenie (garderoba, buty itp.)

## **WAŻNE**

Hotel nie zawsze organizuje wszystkie usługi dodatkowe samodzielnie – często wynajmuje miejsce na terenie obiektu hotelowego innemu przedsiębiorcy, albo wybiera odpowiedniego partnera biznesowego i nawiązuje z nim współpracę. Dodatkowe produkty sprzedane w hotelu Sprzedaż dodatkowych produktów w hotelu często zorganizowana jest za pośrednictwem kiosków, mini-sklepów lub automatów. Niektóre produkty hotel oferuje bezpośrednio na recepcji. Do najczęściej sprzedawanych produktów w hotelu należą:

- Mapy turystyczne i przewodniki
- Pamiątki
- Wydania drukowane – czasopisma, książki, kolorowanki dla dzieci
- Artykuły papiernicze
- Karty do gry, gry planszowe
- Zabawki dla dzieci
- Doładowanie telefonu
- Płyty z filmami, muzyką i gramami
- Kosmetyki, produkty do higieny i pielęgnacji
- Okulary korekcyjne i przeciwsłoneczne
- Artykuły plażowe (latem)
- Kiosk apteczny
- Napoje, w tym alkohol i jedzenie na wynos

- Półprodukty – gdy hotel umożliwia przygotowanie jedzenia w pokojach
- Papierosy
- i.in.

Sprzedaż tych i innych produktów w hotelach jest możliwa, podobnie jak przy usługach hotelowych, samodzielnie przez hotel, bądź przez innych przedsiębiorców, z którymi hotel zawarł umowę o współpracę, ewentualnie tylko wynajął im przestrzeń handlową.

## **WAŻNE**

Sprzedawca ponosi odpowiedzialność za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową. Korzystając z usług, które oferuje hotel, tak samo dokonując zakupu produktów na terenie obiektów hotelarskich, należy wiedzieć kto jest ich sprzedawcą – hotel czy inny podmiot.