

**TURISTINĖS KELIONĖS INTERNETE  
VARTOTOJŲ APSAUGA  
Patarimai kelionių operatoriams  
(Tour packages on the web, Consumer protection, Suggestions for tour operators)**

*Projekto partneriai:*

*Federconsumatori Piemonte (Italija)*

*ADICAE (Ispanija)*

*Lietuvos nacionalinė vartotojų federacija (Lietuva)*

*Vakarų Lietuvos vartotojų federacija (Lietuva)*

*Projektas buvo įgyvendintas remiant:*

*Turino prekybos ir žemės ūkio rūmams*

*Projektą iš dalies finansavo Europos Sąjunga*

Projektą koordinavo ir įgyvendino Cesdi & Srl, Turinas

Tekstus ruošė Juliette Gremese ir Francesca Bena, Cesdi & Srl

Teisines konsultacijas suteikė Piemonte vartotojų federacijos teisininkė

Elena Tavernari

Visą informaciją galite rasti:

Federconsumatori Piemonte

25 Via Pedrotti Turinas, Italija

Tel.: 011285981

Faks.: 0112485897

[sportello@federconsumatori-torino.it](mailto:sportello@federconsumatori-torino.it)

[www.allinclusicerights.com](http://www.allinclusicerights.com)

[www.federconsumatori-torino.it/](http://www.federconsumatori-torino.it/)

Grafinis dizainas: Andrea Destefanis

Paruošta 2007 gegužės mėnesį

***PADĖKA***

Projektas „Turizmas: vartotojų informavimas ir apsauga internete – ES direktyvos 90/314 efektyvumas“ buvo įgyvendintas finansiškai remiant šioms institucijoms:

ES Vartotojų apsaugos ir Sveikatos Direktoratui

Turino prekybos rūmams

Federconsumatori taip pat dėkoja šioms organizacijoms už jų pagalbą:

–ADICAE, Ispanija

–Lietuvos nacionalinė vartotojų federacija, Lietuva

–Vakarų Lietuvos vartotojų federacija

Projekto trukmė: 24 mėnesiai nuo 2005 liepos 15 iki 2007 liepos 15.

Padėka reiškiamą dėl to šitokios paramos:

– Institucijų atstovai pateikė instrumentus ir duomenis turizmo rinkos analizei;

- Kelionių organizatoriai sutiko dalyvauti interviu;
- Teisės, informacinių ir bendravimo technologijų ekspertai dalyvavo internetinio puslapio administravime ir siekė, kad procedūra vyktų tiksliai

## ***Pratarmė***

Praėjo jau keletas metų nuo to laiko, kai buvo paskelbta ir priimta ES direktyva 90/314 apie „viskas įskaičiuota“ keliones, atostogas ir maršrutus visose šalyse, o Italijoje ji buvo įgyvendinta priėmus įstatymą 111/95 ir Vartojimo Kodekso teisinio dekreto straipsnį 206/05.

Direktyvos priėmimas reiškė, kad turi būti standartizuotos ES taisyklės dėl „viskas įskaičiuota“ kelionių<sup>1</sup> ir tai, jog turi būti priimtose bendros taisyklės tam, kad užtikrinti efektyvią Europos vartotojų apsaugą naudojant tokias priemones, kaip pateikiamos informacijos sukonkretinimas, formalūs reikalavimai tokių kelionių sutartims, privalomi išsipareigojimai tokiu atveju, jei sutarties atsisakoma, ji atšaukiama, keičiama, taip pat civilinė kelionių organizatorių atsakomybė ir pan.

Šiame straipsnyje, kuris yra skirtas kelionių organizatoriams, pateikiama **stebėjimo ir kontrolės** veiklos veikos santrauka, kurios metu Piemonte vartotojų asociacija tikrino virš 100 internetinių puslapių, ypatingas dėmesys buvo skiriamas 20 puslapių, šia veikla siekta įvertinti direktyvos ir poįstatyminių valstybinių aktų taikymą internetinėje kelionių pardavimo rinkoje.

Čia apibūdinta veikla buvo vykdoma projekto „Turizmas: vartotojų informavimas ir apsauga internete – ES direktyvos 90/314 efektyvumas“ rėmuose. Jis prasidėjo 2005 vasarą, kartu dalyvavo 3 kitos Europos vartotojų asociacijos, projektą finansavo Turino prekybos rūmai ir Europos Komisija.

Sumanymas analizuoti internete parduodamas keliones yra pagrįstas faktu, kad direktyvos priėmimas be jokios abejonės buvo atliktas tam tikru laiku, o vartotojų informavimas, bendravimas su jais ir jiems teikiamos paslaugos stipriai pakito nuo direktyvos priėmimo laiko.

Mūsų manymu darbas internete buvo labai tikslingas, nes internetas visiškai pakeitė turistinių pasiūlymų formą bei suteikė galimybę kelionių organizatoriams keisti žaidimo taisykles.

Mes kreipiamės į kelionių organizatorius ir prašome jų pateikti pasiūlymų, kaip galima pagerinti ir palengvinti naršymą, kad jis taptų saugus ir informatyvus vartotojui išsigyjant „viskas įskaičiuota“ keliones ir/ar produktus internete.

Vis besivystantis turizmo sektorius ir internete, ir už jo ribų reikalauja, kad būtų išvystyta nuolat stiprėjanti priežiūra ir išsipareigojimų laikymosi įvertinimas tam, kad būtų užtikrinta vartotojų teisių apsauga vis didėjančioje turizmo rinkoje, kuri suteikia kelionių organizatoriams puikią galimybę vystyti tinkamas ir naujas formas vartotojų teisių apsaugai.

Mes tikime, kad bus identifikuotos konfrontacijos sritys ir bus vystomas bendradarbiavimas visais turizmo klausimais, kad šiuo tikslu bus įkurta nuolatinė stebėjimo taryba, kuri bus naudinga

---

<sup>1</sup> „Viskas įskaičiuota“ kelionės yra apibrėžiamos kaip iš anksto suplanuotos kelionės, kurias sudaro bent jau du iš toliau minimų elementų, tai yra pardavimas arba pasiūlymas visą paketą išgyti už vieną viską apimančią kainą ir kai tokia paslauga trunka ilgiau nei 24 valandas:

- Transportas
- Nakvynė
- Kitos turistinės paslaugos, neįeinančios į anksčiau minėtųjų sudėtį, tačiau sudarančios svarbią „viskas įskaičiuota“ kelionės dalį.

politinių sprendimų priėmėjams tobulinant paslaugų, kurias teikia kelionių organizatoriai, kokybę ir geriau apsaugant vartotojų interesus.

*Federconsumatori Euopos politikos nacionalinis vadybininkas Diego Calabrese*

## ***Ivadas***

Informacinių technologijų (IT) naudojimas italų šeimose nėra taip plačiai paplitęs, kaip kituose Europos šalyse, tokiose, kaip pavyzdžiui, Olandija, Danija ir Švedija, tačiau ši sfera greitai vystosi. Toks atsilikimas turi keletą priežasčių, tačiau internetas vis dažniau atsiranda italų namuos ir kasmet iš naujo formuoja jų pirkimo įpročius.

Keletas faktų apie vartotojus ir turizmą

2006 metais buvo išspausdinta ISTAT ataskaita apie „IT ir bendravimo technologijas: naudojimas šeimose ir individualiai“. Joje teigiama, kad daugiau nei 50 % asmenų, kurių amžius yra nuo 25 iki 64 metų naudoja internetą bendravimui elektroniniu paštu bei gauti informaciją apie prekes ir paslaugas. Kelionėmis ir apgyvendinimu svetur domisi apie 40 % interneto vartotojų.

Pirmoji prekė, kuri yra dažniausiai perkama internete yra turizmo paslaugos, kurias užsako/perka 35,8 % pirkėjų, naršančių internete. 41,1 % moterų dažniau perka keliones; 33,3 % vyrų perka keliones ir apgyvendinimą svetur.

Dažniausiai perkamas produktas yra oro bilietai ar bilietai kitoms transporto priemonėms, toliau seka viešbučio užsakymai ir galiausiai organizuotos kelionės, kitaip tariant mūsų projekto paketai (60, 30 ir 10 % visų internetinių pardavimų atitinkamai).

*Kokių pasiūlymų yra internete? Vartotojams tai tikriausias labirintas.*

Neseniai surinkti duomenys parodė, kad 9000 turizmo operatorių/kelionių agentūrų veikia šiandien Italijos rinkoje.

Pirmiausia mes norėtumėm nurodyti, kad *skirtumas tarp kelionių operatoriaus ir kelionių agentūros* vis mažėja: istoriškai kelionių operatoriai atsidarydavo agentūras tam tikroje teritorijoje su atitinkamais prekiniais ženklais ir teikė begalę verslo pasiūlymų, kurių galutinis tikslas buvo vartotojas, o geografinė sritis ir organizacinės procedūros buvo gerai žinomas faktas.

Kitas svarbus klausimas yra interneto atėjimas, jis tartum leidžia kelionių operatoriams peržengti visas ribas siūlant kelionių paketus, kaip pavyzdžiui, viešbučiai, kurie ne tik siūlo apgyvendinimą, tačiau taip pat ir tikras keliones, arba dar kitas pavyzdys yra nepelno siekiančios organizacijos, kurios siūlo keliones tam, kad būtų paremta jų labdaringa veikla, o tokia veikla pastaruoju metu itin madinga. Tuo tarpu kelionių operatorių nėra tiek daug ir jos atsiduria šalia nemokamas keliones siūlančių „labdaros organizacijų“, kurių skaičius stipriai ir nuolat didėja.

Italijoje yra apie 250 kelionių operatorių, pirmosioms 20 priklauso 60 % rinkos. Italijoje egzistuoja daugiau nei 100 *kelionių agentūrų/kelionių operatorių tinklų*, kurie įsikūrė tam, kad galėtų išsilaikyti rinkoje bendromis strategijomis ir įrankiais. Tai naujiena mūsų šalyje, kuri funkcionuoja ir kitose Europos šalyse bei stimuliuoja visą verslą. 45 % visų Italijos kelionių agentūrų priklauso vienam ar keletui tokių tinklų.

O kas gali būti geriau už internetą vadovaujant tokiems tinklams? Tai reiškia, kad internetas tampa pasiūlymų vitrina, kanalu, kuriuo siūlomas ir parduodamas pagrindinis tinklo įrankis. Šio [projekto

metu mes patikrinome apie 250 internetinių puslapių ir nustatėme, kad interneto eros prasidėjimas ir mažų kainų kompanijų atsiradimas yra tie įvykiai, kurie tiesiog užvaldė turizmo verslą ir galutinai nutrynė ribą tarp „organizatorių“ ir „pardavėjų“.

Interneto naudojimas reiškia, kad stipriai padaugėja galutinių pirkėjų ir pasiūlymų skaičius: oro vežėjai bendrauja tiesiogiai su vartotojais, kelionių operatoriai organizuoja savo pardavimų tinklus tam, kad būtų geriau kontroliuojamas jų produktų pasiskirstymas, o agentūros sudarinėja kelionių paketus pagal sutartis su oro vežėjais, viešbučiais ir kt.

Šiame straipsnyje įvairūs kelionių operatoriai nėra skirstomi į grupes pagal savo išsidėstymą teritorijoje ar rinkos logikos suvokimą: **stebėjimo tikslas buvo bendradarbiavimo būdų su kelionių operatoriais identifikavimas bei didesnio informavimo lygio, teikiamo vartotojams užtikrinimas tam, kad jie būtų geriau apsaugoti.**

*Federconsumatori Piemonte tarybos pirmininkas Giovanni Dei Guidici*

## **DALIS 1 – VEIKLOS KRITERIJAI IR METODAI**

Mes norėtumėm pateikti santrauką tų idėjų ir kriterijų, kuriais grindėme savo darbą, taip pat norėjome pateikti ir mūsų priimtus metodologinius sprendimus. Mes atlikome du atskirus kelionių operatorių interneto puslapių stebėjimo veiksmus; pirmojo metu buvo stebimas patogumas pasitelkus analitinę kortelę, padalintą į 6 skyrius, kuriuose reikėjo įvertinti prieinamumą, teksto struktūrą, galimybę naršyti puslapyje, naršymo greitį, patogumas ir grafinį meną, o antrojo metu buvo stebima, kaip laikomasi nuostatų, kurios išdėstytos direktyvoje ir Vartojimo Kodekse.

Iš pradžių buvo stebimas nedidelis kiekis puslapių: buvo pasirinkta 20 puslapių imtis, kuri tirta pilotinio stebėjimo metu tam, kad galima būtų išryškinti turizmo verslo detales bei jo organizacinę specifiką. Tai leido mums identifikuoti analitinius klausimus, kurie yra labiausiai susiję su EK direktyva 90/314, kuri buvo mūsų tyrimo esminis objektas, bei išryškinti kitus šiame straipsnyje išvardintus teisinius aktus. Vėliau stebėjimas buvo išplėstas iki 100 skirtingų puslapių, mūsų partneriai taip pat užpildė tuos pačius stebėjimo dokumentus apie mažesnes imtis kelionių organizatorių puslapių iš Ispanijos ir Lietuvos.

### ***Kelionių operatoriai internete – kodėl tai yra labirintas?***

Kas yra internete? Mes jau nurodėme keletą faktų, leidžiančių nuspėti, kokio masto yra internetinio turizmo verslas, o šiame skyriuje norėtumėm mes norėtumėm apibūdinti tipiškiausius „viskas įskaičiuota“ kelionių bruožus.

Pastaruoju metu turistiniai paketai nėra svarbiausias dalykas internetiniuose sandoriuose, nes šis reiškinys susiduria su dviem pagrindinėmis plėtros kliūtimis:

- Prieš įsigydamas „viskas įskaičiuota“ kelionę, vartotojas turi skirti **laiko apmąstymui**, nes jam greičiausiai prireiks išsamesnės informacijos tinkamai pasiūlymo analizei, jose ne visuomet yra nustatomas galutinis ir nekeičiamas kelionės tikslas; vartotojai naršo siekdami gauti informacijos, ieško kitų pasiūlymų ir lygina kainas, tačiau reikia laiko, kad būtų priimtas galutinis sprendimas ir pasirinkimas;
- **Mokestis** už kelionę italų vartotojų retai atliekamas pasitelkus internetinio apmokėjimo sistemą kreditine kortele, taip yra dėl dviejų priežasčių: nepasitikėjimo internetine apmokėjimo sistema dėl rizikos, slypinčios atliekant elektroninius mokėjimus, bijant, kad bus atskleisti asmeniniai duomenys ir pan., kita priežastis yra ta, kad kredito kortelių limitas yra pernelyg mažas.

Kelionių operatoriai šias kliūtis šalina kurdami **maišytas** veikimo **systemas** bei gretindami internetinį bendravimą su įprastos prekybos efektyvumu.

Interneto galimybės:

- Išsamus kelionės pasiūlymo pristatymas
- Vartotojų naršymo laisvė tai daryti bet kuriuo metu ir bet kurioje vietoje
- Vartotojai patys gali pasirinkti galutinį kelionės tašką ir jos tipą
- Įmanomas neįpareigojantis internetinis užsakymas

Tradicinio pardavimo efektyvumas:

- Kontaktas su operatoriumi dėl visos reikalingos informacijos
- Pasirinkto paketo koregavimas pagal asmeninius poreikius
- Bendravimui tinkanti fizinė aplinka

Šių faktorių kombinacija sukuria plačias galimybes rinkodaros ir pardavimų sprendimams:

- **Internetinis puslapis + agentūra:** kelionių operatoriai pateikia savo pasiūlymus internete, o tinkui priklausančioje agentūroje sudaromos sutartys: tokiu atveju interneto vaidmuo yra mažiau invazinis ir jis keičiasi nuo gana statiško interneto katalogo iki realaus ir tinkamo kanalo užsakymams, pridėdant artimiausios agentūros kontaktinius duomenis, įskaitant visus būtinus tarpinius žingsnius

[www.alpitour.it](http://www.alpitour.it)

[www.giramondo.it](http://www.giramondo.it)

[www.ventaglio.com](http://www.ventaglio.com)

[www.robintur.it](http://www.robintur.it)

[www.bluvacanze.com](http://www.bluvacanze.com)

[www.mappamondo.it](http://www.mappamondo.it)

[www.travelco.it](http://www.travelco.it)

[www.metamondo.it](http://www.metamondo.it)

- **Internetinis puslapis + skambučių centras:** kelionių operatoriai pateikia savo pasiūlymus internete ir taip pat suteikia galimybę susisiekti su vienu ar daugiau skambučių centrais dėl sutarties sudarymo: šituo atveju taip pat galimos įvairios procedūros, tokios, kaip mokestis už skambučius, pavyzdžiui.

[www.cisalpina.it](http://www.cisalpina.it)

[www.ets.it](http://www.ets.it)

[www.travelandia.it](http://www.travelandia.it)

- **Internetinis puslapis + kelionės konsultantai:** kelionės operatoriai pateikia savo pasiūlymus internete bei taip pat turi tinklui priklausančias agentūras, veikiančias teritorijoje. Vartotojui reikalaujant agentas apsilanko vartotojo namuose ar kitoje vietoje, kur jam suteikiama informacija ir kontaktas.

[www.cartorange.com](http://www.cartorange.com)

[www.nextworldtravel.it](http://www.nextworldtravel.it)

[www.evolutiontravel.net](http://www.evolutiontravel.net)

- **Internetinis puslapis + kitos nuotolinio informavimo priemonės:** kelionių operatoriai pateikia pasiūlymus internete, tačiau nepateikia galimybės sudaryti sutartį internetu, o sutartis sudaroma vėliau nuotoliniu būdu, tai gali būti standartinis būdas, sutartis gali taip pat būti sudaryta elektroniniu paštu ar telefonu, tokios agentūros neturi specifinės paprastos kelionių agentūros struktūros.

[www.viaggisolidali.it](http://www.viaggisolidali.it)

[www.terresiena.it](http://www.terresiena.it)

[www.langheroero.it](http://www.langheroero.it)

Egzistuoja ir daugybė **tarpininkavimo ir maišytų procedūrų**, kaip, pavyzdžiui, galimybė nuvykti į agentūrą, bet taip pat ir galimybė užsisakyti kelionę per skambučių centrą ([www.lastminutetour.com](http://www.lastminutetour.com)).

Tik pamąstykite apie tai, kad didžiausios interneto agentūros, kurios veikia tik internete, pateikia vartotojams pasiūlymus, kaip, pvz., Expedia, ir siūlo tapti kelionių agentūros filialu. Visais šiais atvejais **internetas** nėra vien tik pasiūlymų pateikimo vieta, **tai yra vieta, kurioje vyksta derybos**, kurioje vartotojas gauna visą reikiamą informaciją prieš priimdamas galutinį sprendimą.

### ***Internetas: niekieno žemė, esanti tarp įvairių teisinių aktų***

Šis straipsnis buvo užbaigtas praėjus tik keletui mėnesių po kelių svarbių Europos dokumentų sukūrimo:

- Baltoji knyga dėl vartotojų pirkimų pataisų (2007 vasario 8)
- EK vartotojų teisių kompendiumas: palyginamoji analizė (2006 sausio 12)

1999 metais Komisija jau buvo paskelbusi pradinį pritarimą direktyvai pabrėždama jos stipriąsias ir silpnąsias puses. Praėjus 7 metams Komisija nutarė, kad reikia atnaujinti vartotojų teises išanalizavus direktyvą apie „viskas įskaičiuota“ keliones, tačiau dėmesys nebuvo atkreiptas į specifinį interneto klausimą.

*Kas skiria turistinį paketą, įsigyjamą agentūroje nuo paketo, įsigyjamo internetu?* Mes norėtumėm pabrėžti akivaizdų atsakymą: **pardavimo technika – daugiau niekas.**

Šio projekto metu siekta stebėti **informaciją**, jos kokybę ir aiškumą, efektyvumą ir suprantamumą: šiame projekte sąmoningai „ignoruojamos“ pačios paslaugos, kelionė ir bet kokie jos metu įmanomi nepatogumai, o dėmesys skiriamas derybų stadijai.

Po padidinamoju stiklu ir dėmesio centre šiame projekte buvo **pritarimo formavimas**.

Kaip jau buvo nurodyta anksčiau, stebėjimas išryškino, kad toks **pritarimas prasideda nuo informacijos pateikimo internete**; kartais pirmenybė teikiama agentūrai, pokalbiui telefonu ar kartais net apsilankymui namuose! Tai leidžia daryti išvadą, kad Italijos įstatymuose yra įgyvendinta Europos direktyva, taip pat ir kitos direktyvos apie e-prekybą, nuotolines sutartis, kalbant apie skambučių centrus, pvz., ir prekyba ne tam pritaikytoje vietoje, kaip, pvz., konsultantų atvykimas į kliento namus.

Svarbu pabrėžti, kad interneto vystymasis ir vis labiau masišku tampantis jo naudojimas išryškina, kad turėtų būti sukurtos taisyklės, kuriomis naudojantis būtų apsaugoti vartotojai, kurie internete naudojami „maišytomis technikomis“, nes daugelis minėtų teisės aktų buvo sukurti visai kitokiems pirkimo procesams, tokiems, kaip prekybos agentų lankymasis namuose, prekyba telefonu ir pan., o internetas taip ir lieka ribine vieta vartotojų gyvenime.

Dėl šios priežasties buvo stebima, kaip direktyvos turinys yra taikomas internete, mes taip pat nusprendėme patikrinti, ar yra taikomi garantijos principai, kurie yra nusakyti Vartotojų Įstatyme dėl:

- Sutarčių, sudaromų internete
- Nuotoliniu būdu sudaromų sutarčių
- Sutarčių, sudaromų ne tam pritaikytoje aplinkoje

Reikia turėti omenyje, kad prieš priimant įstatymą dėl prekybos internete, nuotoliniu būdu sudaromų sutarčių ir dėl ne tam pritaikytoje vietoje sudaromų sutarčių buvo vieninteliai teisiniai šaltiniai, galiojantys elektroninės prekybos sektoriui. Internete taikomos procedūros, žinoma, yra

labai skirtingos, o jų skirtumai dažnai yra migloti arba išvis neegzistuojantys, o tai jau yra reikšmingas klausimas kalbant apie vartotojų teises.

Straipsnis 82 apie Aplinkosaugą ir Vartotojo kodeksą aiškiai nusako, kad taisyklės dėl turistinių paketų *taip pat yra taikomos ir tais atvejais, kuomet naudojamas nuotolinis sutarties sudarymo būdas arba kai sutartis sudaroma ne tam pritaikytoje vietoje*. 2005 metais buvo paskelbtas Vartojimo Kodeksas, ir tuo metu internetas jau buvo tapęs svarbiausiu veiksniumi turizmo rinkoje – ir vis dėlto jame nėra jokių pastabų apie prekybą internetu! Iš tiesų e-prekyba yra nuotolinis sutarties sudarymo būdas su visomis pasekmėmis ir tikslais, kaip buvo įrodyta Vartojimo Kodekso pataisomis ir specifiniais punktais dėl elektroninės prekybos.

*Paramos pasirinkimas? Užmaršumas? Visa tai verčia susimąstyti...*

Mes nusprendėme pasiūlyti **teisės aktų peržiūrą**, kurios tikslas yra išryškinti linijas ir turinį, galinti užtikrinti **didesnę vartotojų apsaugą**: turinį, kuris galėtų ir **įgalinti** operatorių, ir labiau **apsaugoti** vartotojus, jeigu teisinių aktų principai tinkamai taikomi internete.

Be EK direktyvos 90/314 dėl „viskas įskaičiuota“ kelionių, atostogų ir maršrutų, stebėti ir kitų teisinių aktų taikymo principai:

- 2005 rugsėjo teisinis dekretas – vartojimo kodeksas dėl turistinių paketų, sutarčių, sudaromų nekomercinėje aplinkoje ir nuotoliniu būdu sudaromų sutarčių.
- 2003 balandžio teisinis dekretas - EK 2000/31 direktyvos įgyvendinimas dėl keleto IT kompanijų paslaugų namų rinkoje, specialus **elektroninės prekybos** paminėjimas
- 1999 gegužės 22 teisinis dekretas – EK 97/7 direktyvos įgyvendinimas dėl vartotojų apsaugos **sudarant sutartis nuotoliniu būdu**
- 1992 sausio 15 teisinis dekretas – EK 85/577 direktyvos įgyvendinimas dėl **sutarčių, sudaromų nekomercinėje aplinkoje**.

Taip pat atlikti palyginimai su panašiais įstatymais Ispanijoje ir Lietuvoje, už tai dėkojame kitoms vartotojų organizacijoms, kurios kaip partneriai taip pat dalyvavo šiame projekte.

### ***Vartotojų informavimas ir internetas***

Kiek vartotojų iš tiesų žino, kokia įvairovė pasiūlymų yra internete? Kiek jų jau rado tinkamą kelią anksčiau minėtame labirinte?

Italų vartotojai nėra labai patyrę naršytojai, ir kuomet jais tampa, dar gana ilgą laiką išlieka nepasitikintys, o kredito kortele atsiskaito tik už tokias prekes, kurios kainuoja nebrangiai, ir galiausiai jie aptinka, kad internete galima rasti dar geresnių pasiūlymų, nei tradicinėse prekybos vietose. Federconsumatori Piemonte jau kuris laikas yra įsitraukusi į vartotojų informavimo veiklą, organizacija užsiima vartotojų švietimu ir ugdo jų supratimą apie tai, kas yra „informuotas vartojimas“.

„*Viskas įskaičiuota* atostogų pasirinkimas internete: informacija, vartotojų teisės ir jų apsauga“ – toks yra projekto šūkis. Mes tvirtai įsitikinę, kad kokybiška informacija sukuria teigiamą požiūrį iš vartotojų pusės ir taip jie tampa labiau linkę įsigyti keliones internetu. Pilna pateikiama informacija skatina didesnę ne ekspertų pasitikėjimą naršant, tokiais atvejais ekspertai taip pat yra labiau linkę pasitikėti. Dėl šios priežasties Federconsumatori Piemonte buvo pasirinkta **skleisti informaciją** tiek per publikacijas, tiek per įvairius leidinius, skirtus vartotojams.

## ***DALIS II – PATARIMAI IR NURODYMAI KELIONIŲ OPERATORIAMS***

Sekantys skyriai yra suskirstyti pagal temas ir remiasi kai kuriais teisiniais klausimais, kurie buvo pasirinkti kaip reikšmingi ir efektyvūs tobulinant saugų ir informuotą vartotojų naršymą internete perkant keliones. Jie yra siūlomi todėl, kad jų pagrindu galima suformuluoti pasiūlymus dėl vieningo interneto naudojimo taikant didesnę vartotojų teisių apsaugą. Keletas sudėtingesnių temų turėtų būti aptariamoms atskirai, todėl pagrindinis dėmesys skirtas **vartotojų informavimui**.

Mūsų pasiūlymai yra struktūruoti šitaip:

- Teisinės nuorodos
- Taisyklių komentarai
- Praktiniai ir naudingi patarimai
- Keletas teigiamų pavyzdžių, rastų internete: atvirkštiniai skliausteliai nurodo, kad jie sukuria mygtuką, nurodytą operatorių puslapyje.

Teisinės nuorodos nėra besąlygiškai privalomos visiems kelionių organizatoriams, tačiau jie vis dėlto yra atsakingi už tai, kad pasitikrintų, ar specifinės taisyklės yra taikomos jų individualiai skelbiamai veiklai.

### Naudojami sutrumpinimai

<b>TEISĖS AKTAS</b>	<b>SUTRUMPINIMAS</b>
EK direktyva 90/314 apie „viskas įskaičiuota“ keliones, atostogas ir maršrutus	EK direktyva 90/314
2005 rugsėjo 6 teisinis dekretas, Vartojimo kodeksas	Teisinis dekretas 206/05 VART.KOD.
2003 balandžio 9 teisinis dekretas dėl EK direktyvos 2000/3 dėl kai kurių IT kompanijų teikiamų paslaugų teikimo namų rinkoje su specialiu e – prekybos paminėjimu įgyvendinimo	Teisinis dekretas 70/03 COMM.ELETT

### ***Operatorių identitetas internete***

Teisinis dekretas 70/03 – COMM.ELETT straipsnis 7 ( <i>Privaloma bendroji informacija</i> ) Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 52 ( <i>Informacija vartotojams</i> )
--

Svarbu tiksliai ir išsamiai nurodyti visą informaciją, kuri yra būtina identifikuojant internete veikiančių operatorių pagal komercinius ir teisinius reikalavimus, Stanfordo universitetas tai pavadino **Patikimumu internete**: „Įrodykite, kad už interneto puslapio slypi tikra organizacija“.

Mes norėtumėm jums priminti, kad 7 straipsnyje nusakyta, kad kelionių operatoriai privalo „pateikti informaciją, kuri yra **lengvai** prieinama, **tiesioginiu ir pastoviu būdu**“:

- a) Kompanijos pavadinimas ir stilius;
- b) Būstinės adresas ir registracijos adresas;
- c) Visi duomenys, kurie yra būtini tam, kad greitai susisiekti su operatoriumi tiesiogiai ir efektyviai, tarp šių kontaktų turėtų būti ir elektroninio pašto adresas;
- d) Kompanijos registracijos numeris valstybiniame registre;

- e) Identifikacijos duomenys ir koordinatės atsakingų institucijų, kuriuos reguliuoja veiklą, susijusią dotacijomis, licencijomis ir leidimais;
- f) PVM mokėtojo kodas arba kitos identifikacijos numeris, kuris laikomas galiojančiu šalyje narėje, jeigu operatoriaus veikla siejama su PVM mokėjimu.

Vartotojams taip pat privalo būti pateikiama **informacija** apie šiuos duomenis, kaip nurodyta kito teisinio akto straipsnyje 52:

- Operatoriaus teisinis pavadinimas;
- Kontaktiniai duomenys ir nuorodos, kaip pasiekti operatorių
- Leidimai vykdyti turistinę veiklą;

Pavyzdžiai

- ↑ „Kas yra kas“ – pavyzdys, kaip pateikti poskirsnius „Kas mes esame – Grupė – Valdyba – Misija“ su leidimais veikti
- ↑ Pagrindiniame puslapyje: pilnas teisinis pavadinimas, adresas ir PVM mokėtojo rekvizitai

### ***Kaip veikia internetinis puslapis? Kaip gali vartotojas naudotis internetu?***

Teisinis dekretas 70/03 – COMM.ELETT straipsnis 12.1a (*Informacija apie sutarčių pasirašymą*)  
 Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 52 (*Informacija vartotojams*)

Įstatymas apie elektroninę prekybą nurodo, kad operatorius privalo „teikti“ šią informaciją „aiškiai, suprantamai ir nedviprasmiškai“:

- a) **Įvairius techninius žingsnius, būtinus sutarties sudarymui;**
- b) (...);
- c) (...);
- d) (...);
- e) **Kalbas**, kuriomis, be italų kalbos, galima sudaryti sutartį;
- f) Nurodyti, jei **egzistuoja ginčitinų susitarimo įrankių.**

Interneto puslapiai tampa vis sudėtingesni ir vis labiau skiriasi vienas nuo kito, jie varijuoja nuo keleto pristatomųjų puslapių iki tūkstančių tarpusavyje susijusių puslapių. Internete yra ne tik 10 ar 100 puslapio katalogų, ten taip pat yra tikros ir tinkamos informacijos, kuri gali būti derybų, užsakymų ir pirkimų, taipogi ir skundų, pagrindas. Taigi egzistuoja ne tik didelio pateikiamo turinio sudėtingumas, vartotojai taip pat yra kviečiami būti interaktyvūs puslapyje. Pasak HTLM.it, Italijos supirkėjų nuorodų puslapio, „statistika rodo, kad nuo 39 iki 50 % potencialių pirkimų neįvyksta, **nes trūksta informacijos**. Problema yra ne nepakankamas susidomėjimas produktu, o faktas, kad lankytojai negali tinkamai suprasti, kas yra parduodama ir kaip!

„Patogumas yra toks interneto puslapio bruožas, kuris padaro „lengvu“ naršymą“. Patogumo taisyklės yra sąvokos, gerai žinomos interneto puslapių kūrėjams, ir kurių nepakanka net tuomet, kai jos yra taikomos!“

Aukščiau minimas straipsnis 12 yra apie pagalbą, ir šiuo atveju tai jau **nebepatenka į jokių** patogumo sąvokos apibrėžimus ir pritaikymus, jame nurodyta, kad vartotojams privalo būti iliustruojami techniniai žingsniai. Mes siūlome šią **informaciją teikti visiems vidutinio sudėtingumo puslapiams**, netgi tais atvejais, kuomet nėra nurodyta galimybės pirkti internetu. Tai palengvintų naršymą ne ekspertams, o vartotojai sugaištų mažiau laiko stengdamiesi suprasti, ką reikia daryti, ir taip jiems lieka mažiau laiko įvertinti pasiūlymą!

Šioje techninių paaiškinimų skiltyje apie pirkimo procedūrą, kuri pateikiama vartotojui, straipsnis 52 nurodo, kad taip pat privaloma pranešti apie „**mokestį už naudojimąsi nuotolinėmis sistemomis**“. Taigi puslapiai, kuriuose jie numatyti, privalo aiškiai pranešti apie šią procedūrą.

Atitinkamos puslapio skiltys turėtų paaiškinti vartotojams:

- Privalomos registracijos tikslą;
- Registracijos, užsakymo, pirkimo ar informacijos reikalavimo procedūras, nurodyti, kokie žingsniai ir duomenys yra reikalingi: tai leis vartotojui būti „pasiruošusiam“ naršymo metu;
- Jeigu visa procedūra vyksta ne internete, kaip reikia tai padaryti;
- Ką vartotojas gali atlikti puslapyje: tik užsisakyti, taip pat ir nusipirkti bei patvirtinti užsakymą;
- Vartotojai tokiu atveju gali įsivaizduoti, kokioje stadijoje yra jų vykdomos procedūros, jei yra nurodyti visi žingsniai;
- Ar egzistuoja IT paslaugų skiltis techninėms problemoms spręsti, ar specifiniams klausimams apie naudojamą pardavimų techniką, tai apima ir mokėjimo saugumą (jeigu jis yra);
- Vietovės žemėlapi.

Pavyzdžiai:

- ↑ „Kaip užsisakyti“: pilnas paaiškinimas apie procedūrą, įskaitant ir mokėjimus, nurodant viską, žingsnius internete ir už jo ribų, tokius, kaip prašymo siuntimas, patikrinimas, ar yra galimybė išvykti, užsakymas, apmokėjimas, dokumentų siuntimas ir pan.
- ↑ „Kaip užsisakyti“: paaiškinimai apie visas tris užsakymo procedūras: internetu, per skambučių centrą ir agentūroje.
- ↑ „Užsisakykite pas mus“ – skirsniai privalo būti suskirstyti į „Privalumai – Aptarnavimo centras – Dažnai užduodami klausimai – Užsakymo pakeitimai – Informacija apie kelionę – Užsisakykite saugiai – Sutarties sąlygos“, tokia struktūra suteikia privalumą, kadangi viskas pateikiama viename bloke, ten pateikiama ir „procedūrinė ir sutarties sąlygų, teisinė informacija“ vartotojui.

## ***Pasiūlymo turinys***

Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 87 ( <i>Informacija vartotojams</i> ) Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 88 ( <i>Informacinis bukletas</i> )
--

Minėti straipsniai yra labai detalūs: vartotojams privalo būti pateikiama daug informacijos, tačiau internetas teikia efektyvaus bendravimo sprendimą. Straipsnyje 87 nurodoma, kad vartotojas privalo būti informuotas „**derybų metu ir bet koku būdu prieš pasirašant sutartį**“.

Informavimas ir derybos taip pat prasideda internete. Pateikimas išsamios ir lengvai pritaikomos informacijos vartotojui padeda naršyti, taip pasirenkant ir perkant. Žinoma, operatoriai pateikia daugybę savo pasiūlymo privalumų, tokių, kaip kelionės tikslas, trukmė ir kaina, ir kartais praleidžia tokias detales, kurios galėtų patikslinti pasiūlymą, ir kurie yra nurodyti direktyvoje.

Keletas patarimų apie informacijos patogumą:

- Užsakymo procedūros arba ne bukletinės kelionės individualizavimas, tik siekiant patikrinti, ar yra galimybė vykti, neturėtų būti perkrautos informacija, su dideliu kiekių privalomų žingsnių;
- Aukščiau minimos procedūros turėtų suteikti galimybę:
  - Atsispausdinti arba išsisaugoti pagrindinį pasiūlymo turinį, neįtraukiant informacijos apie galimybę individualizuoti pasiūlymą;
  - Atsispausdinti arba išsisaugoti individualizuoto pasiūlymo turinį prieš priimant sprendimą užsisakyti arba įsigyti;

- Pateikti puslapyje paieškos sistemą, tai padidintų pasiūlymo vertę ir įgalintų ieškoti asmeniškai.

Keletas patarimų dėl turinio:

- Kaina: ypatingai tai, kas yra įtraukiama į kainą, ir kas ne – informacija apie avansinius ir galutinius mokėjimus;
- Papildomas draudimas: tai padaro turinį vertingesnį ir yra privalumas vartotojui;
- Pasas, vizos, sveikatos reikalavimai: paprasta nuoroda į atitinkamų institucijų puslapius padeda susidaryti vartotojui vaizdą, kokie yra reikalavimai šiose srityse;
- Kelionės informacija: vidaus transporto paslaugos, susisiektas telefonu, viešbučio klasė ir pan., šią informaciją privaloma nurodyti;
- Galimybė į kelionę vykti neįgaliesiems;
- Sutarties elementai (galima įtraukti šį punktą kaip atskirą skiltį)

Pavyzdžiai:

- ↑ „Išsirinkite sau atostogas“: paieškos sistema, kurioje galima rinktis pagal individualius kriterijus: „daugelis kriterijų – geografija – profilis – galimybė išvykti“;
- ↑ „Skaidri kaina“: nurodomas, kas įeina į kainą, ir kas neįeina“;
- ↑ „Naudingos žinios keliautojams“: informacija apie dokumentus, sveikatos reikalavimus, muitinės procedūras, valiuta ir dar keletas dalykų, apie kuriuos reiktų tarti praktinių patarimų;
- ↑ „Sunkumai“: nurodomi sunkumai, su kuriais įmanoma susidurti kelionės metu, kad vartotojas galėtų įvertinti, ar kelionė jam tinka, tokius, kaip informacija apie klimata, ekskursijų tipus ir pan.;
- ↑ „Prieinamas turizmas“: skiltis apie tai, ar kelionės prieinamos neįgaliesiems;
- ↑ „Kelionės saugumas“: skiltis, kurioje pristatomos papildomo draudimo galimybės.

## ***Interneto duomenų išsaugojimas***

Teisinis dekretas 70/03 – COMM.ELETT straipsnis 12.3 (*Sutarties sudarymo informacija*)  
Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 53 (*Raštiškas informacijos patvirtinimas*)  
Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 87.1 (*Informacinis bukletas*)

Per pastaruosius 10 metų internetas pademonstravo, kokią jis turi didelę galią palengvinti bendravimą. Naujos išraiškos formos, tokios, kaip blogai, interneto bendruomenės, internetiniai dienoraščiai ir pan. nuolat gimsta šiame naujame kanale.

Šitoks milžiniškas interneto potencialas dažnai atsiduria pavojuje dėl to, kad jame esanti medžiaga dažnai iš jo išnyksta, iš dalies tai vyksta dėl technikų darbo, iš dalies ir dėl vartotojų naršymo įpročių: blogiausiai atvejais puslapiai panaikinami, ir jau niekuomet nebeįmanoma pasirinkti juose anksčiau surasto pasiūlymo, o kartais iš begalės ne visuomet pagal svarbą sukoduotų puslapių, arba renkantis ne itin informuotai ir tinkamai, galima niekuomet nebeatrasti kelio, kuriuo anksčiau keliauta internete.

Straipsnyje 12.3 nurodyta, kad: **„Punktai ir sąlygos sutarties, kuri yra siūloma gavėjui, privalo būti prieinami vartotojui ir šiam asmeniui taip pat privalo būti leidžiama išsaugoti ir atgaminti šiuos duomenis“**. Skirsnys apie nuotolines sutartis, straipsnis 53 ir 4.1 reikalauja, kad: **„pasirašančiajam privalo būti pateiktas raštiškas sutikimas, ar kitoks sutarties patvirtinimo dokumentas“** ir visa kita informacija, naudojama sandorio sudarymui, ne tik pati sutartis.

Kaip ir visuomet, kadangi internetas yra ta vieta, kurioje vyksta ir derybos, ir pats įsigijimas, ir jame yra išdėstytos įvairios sutarties formulės, patartina puslapiuose naudoti kuo daugiau įmanomų išsaugojimo ir atkūrimo galimybių, neapsiribojant tik bendrųjų sutarties sąlygų pateikimu.

Taigi keletas patarimų kelionių operatoriams:


- **Suteikite vartotojui galimybę atsispausdinti** pasirinktą informaciją: kelionės paketo turinį, atliktus užsakymus, bendrąsias sąlygas;
- Visuomet puslapyje patalpinkite **ikoną „spausdinti“**;
- Be to, kad suteikiate galimybę atsispausdinti, taip pat sudarykite galimybę atkurti dokumentą dokumentų kūrimo programomis, tokiomis, kaip Acrobat ar panašia programine įranga;
- Išdėliokite puslapio skyrius taip, kad juos būtų galima atsispausdinti tinkama tvarka;
- Puslapį sumaketuokite taip, kad spausdinant puslapį būtų spausdinama ir data;
- Tokie patys reikalavimai galioja ir parsisiunčiamiems dokumentams / puslapiams: ypač svarbu pateikti galimybę grįžti į tą datą, kuomet buvo parsisiųstas dokumentas;
- Parsisiųsti/parsisiunčiami dokumentai turėtų būti įskaitomai parašyti;
- Kuomet atnaujinate puslapius, šitokią dinamiškumą pabrėžkite nurodydami datą atskiruose skyriuose, kurie yra atnaujinami, kažkodėl vartotojai šią informaciją visuomet laiko svarbia.
- Tokiu atveju, jei sudaroma nuotolinė sutartis, arba internetinė sutartis, nurodykite galimas pagalbos formas formalizuojant sutartį;
- „Pagalba – nusiųsti šita puslapį – atsispausdinti – dažnai užduodami klausimai“: tai sugrupuoti skirsniai, kurie matomi užsakymo/pirkimo procesų metu, jie įgalima išsaugoti, atsispausdinti ir susirasti trūkstantį informaciją neišeinant iš puslapio.

### ***Bendrosios sąlygos internete***

Teisinis dekretas 70/03 – COMM.ELETT straipsnis 12.3 ( <i>Sutarties sudarymo informacija</i> )
--

Kaip jau buvo minėta, egzistuoja reikalavimai, jos yra privaloma pateikti bendrąsias sutarties sąlygas vartotojui.

Keletas kelionių operatorių pradėjo įtraukti bendrąsias sutarties sąlygas į savo puslapius naudodami keletą procedūrų, bent jau kuriam laikui:

- Kelionių operatoriai, kurie parduoda keliones internete, dažniausiai įtraukia bendrąsias sąlygas į pačią pirkimo procedūrą, taip pat pateikiamas reikalavimas pažymėti  „perskaičiau ir susipažinau“;
- Kelionių operatoriai, kurie internete tik reklamuoja kelioninius paketus, įtraukia bendrąsias sąlygas kaip atskirą skirsnį, arba prideda kaip parsisiunčiamą bylą.

Turint omenyje internetinio pasiūlymo įvairiapusiškumą bei skirtingą vartotojų gebėjimo naršyti lygmenį, galime teigti, kad vien pats faktas, jos bendrosios sąlygos yra paskelbtos puslapyje, dar neužtikrina reikiamo vartotojo informacijos lygmens, taigi mes siūlome, kad sutarties sąlygos būtų išsiunčiamos vartotojams asmenine žinute, nesvarbu, kokią pardavimo techniką naudoja pardavėjai.

Štai keletas praktinių patarimų:

- Sudarykite galimybę lengvai išskirti atskirus pasiūlymo **sutarties terminus**: avansinius mokėjimus, draudimą, atšaukimo teisę, terminus ir nuobaudas atšaukimo atveju dėl nepakankamo keleivių skaičiaus, skundų terminus, sutarties pakeitimų atsisakymo terminus, kad vartotojas galėtų **išanalizuoti ir įvertinti esmines sąlygas**; faktas, kad vartojimo kodekse numatyta, kad kai kuriuos elementus gali pasirinkti organizatorius, ir kuomet tai yra taikoma, tampa labai svarbu, kad apie ne savo pasirinkimus būtų informuotas vartotojas, ypač jei rūpinamasi vartotojų teisių apsauga;
- **Atskirų sutarties sąlygų identifikavimas** tampa „pasiūlymo dalimi“, kurią gali įvertinti vartotojas: ir patyrusieji ir ne ekspertai vartotojai vienodai įvertins tokį aiškumą;

- Suteikite galimybę parsisiųsti bendrąsias sąlygas, kurias vėliau galima išsaugoti arba individualizuoti;
- Tokiuose puslapiuose, kuriuose reikalaujama registracija dėl įvairių priežasčių, patartina užsiregistravusiems klientams elektroniniu paštu išsiųsti informacinį pranešimą, kuriame aprašyti atskiri pasiūlymo elementai, kurie minėti anksčiau, ir/ar bendrosios sutarties sąlygos ir kita naudinga informacija.

Mes taip pat siūlome aiškiai nurodyti, su visomis iš to sekančiomis pasekmėmis, visus atvejus, kuomet sutarties sąlygas gali keisti *operatorius*, atvejus, kuomet gali atsisakyti *vartotojas*, ir galiausiai *force majeure* aplinkybes: šie faktai kartai yra gana painūs, susimaišo atsisakymas, atšaukimas, būtinas bendravimas, grįžimas, peržiūrėjimas ir sutikimas. Galiausiai mes norėtumėm pabrėžti, kad internetinių puslapių stebėjimas atskleidė, jog puslapiuose pateikiama medžiaga ne visuomet atitinka Vartojimo Kodekso reikalavimus.

Pavyzdžiai:

- ↑ „Kelionės sutartis“: parsisiunčiamas įdomus ir tikslus filmukas, kuriame paaiškinamos administracinės detalės, adresai ir teisinė informacija;
- ↑ „Išmanančio turistų žemėlapis“: išsami informacija apie vartotojo teises visose kelionės stadijose, nuo užsakymo iki skundų pateikimo ir pan.

### ***Sutartis su vartotojais ir skundai***

Teisinis dekretas 70/03 – COMM.ELETT straipsnis 12.3 (*Sutarties sudarymo informacija*)  
 Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 53.1 b (*Raštiškas informacijos patvirtinimas*)  
 Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 53.1 c (*Raštiškas informacijos patvirtinimas*)  
 Teisinis dekretas 206/05 – VART.KOD. straipsnis 98 (*Skundai*)

Mes jau pabrėžėme, kaip svarbu nurodyti dalyvaujančio operatoriaus identiškumą vartotojams, tačiau po to, kai įgyvendinti visi jau minėti reikalavimai pagrindiniame puslapyje, operatorius taip pat gali padaryti bendravimą su vartotoju asmenišką naudodamas internetui būdingas IT technikas. Kontaktas su žmonėmis aplinkoje, kurie vyksta ne internete, o kelionių agentūroje, kartu su personalo profesionalumu ir jo stiliumi, baldai, muzika ir panašūs dalykai perkeliama į internetą, kad būtų pasiektas tas pats priėmimo jausmas.

Dėl šios priežasties mes jums siūlome:

- **Išskirstyti kontaktų skyrių** į keletą poskyrių, kurie skirti atskiroms funkcijoms, pvz., užsakymams, skundams, techninėms problemoms ir pan.: tai padės vartotojams išsivaizduoti, jos už interneto ribų egzistuoja atskiri kelionių operatoriaus ekspertai, ir kai tai nėra vien tik beveidė informacijos patalpinimo vieta;
- Aiškiai nurodykite pašto dėžutę, į kurią laiškus gali siųsti kelionėje esantys klientai: atostogose esantiems asmenims dažnai pritrūksta informacijos ar patarimo, jeigu pasikeičia sudėtinga programa;
- Numatykite galimybę vartotojams gauti **techninius patarimus** ar informaciją apie galimybes gauti paslaugas specifiniuose sektoriuose, taip dar galima patobulinti puslapio turinį ir išorinės informacijos organizavimą;
- Palengvinkite vartotojams galimybes pasikeisti savo nuomonėmis su kitais vartotojais dėl pasirenkamų paslaugų; puslapis, žinoma, neturėtų tapti forumu arba blogu, tačiau grįžtant prie jau minėto puslapio patikimumo klausimo, mes žinome, kad jis pirmiausia yra statomas ant teigiamų kitų asmenų, kurie net nesusiję su puslapyje parduodamomis paslaugomis, reakcijų.

Kontaktas tarp operatoriaus ir vartotojo taip pat vyksta nusiskundimų metu, o šis žodis interneto puslapiuose naudojama itin retai, nes vien jo paminėjimas sudaro įspūdį, jog kalbama apie bėdas. Tačiau straipsnyje 53 nurodoma, kad Vartotojai taip pat privalo būti informuoti, koku geografiniu adresu jie gali kreiptis į profesionalus, jeigu jie turi nusiskundimų. Kalbant apie laikotarpį, straipsnyje 98 nustatytas 10 dienų terminas, jeigu jis keičiasi, tai turi būti nurodyta sutartyje, kurio metu galima pateikti skundus.

Vartotojams skiriamas dėmesys tokioje delikačioje stadijoje, kaip skundas, gali padėti kelionių operatoriui laimėti vartotojo įvertinimą. Be to, kad pateikiama esminė glausta informacija, svarbu, kad vartotojas galėtų lengvai identifikuoti, kokia yra **procedūra** reikalaujant iki galo įgyvendinti nepakankamai ar netinkamai įgyvendintą sutartį ir pateikti skundą.

Dėl šių priežasčių vartotojams turėtų būti suteikiamos galimybės pasikliauti:

- Specialiais kontaktais, kurie skirti skundų pateikimui, kurie pateikiami nurodant paprasto ir elektrinio pašto adresus, telefono ir fakso numerius, kurie veikia ir klientui grįžus į savo šalį, ir jau išvykus į kelionę, ir kuriais galima naudotis iš karto po užsakymo pateikimo;
- Specialiais kontaktais, kurie pateikiami nurodant paprasto ir elektrinio pašto adresus, telefono ir fakso numerius ir kuriais galima pranešti apie specifines problemas, su kuriomis susiduriama kelionės metu, tokias, kaip, pvz., prarastas bagažas, transporto vėlavimai ir netinkama struktūra;
- Aiškia procedūra, kaip išreikšti pastabas, kurią galima parsisiųsti skiltyje, skirtoje šiems klausimams, kurioje yra visi dokumentai, formatai ir pan.;
- Apibūdinimu, kaip vyksta skundų sprendimo procedūra, kurią taiko operatorius, nurodant bausmes, atsakymo terminus, atsakingus asmenis ar institucijas ir pan.
- Atnaujinamu skundų statusu, tokiu, kaip gautieji, įvertintieji, jų rezultatai ir pan.

Pavyzdžiai:

- ↑ „Padėkite mums pasidaryti geresniais“ – „Techniniai lankytojų atsiliepimai“
- ↑ „Skambučių centras“ – nemokama linija, kuria galima naudotis kelionės metu
- ↑ „Kokybės klausimynas“ – apie paslaugas/puslapį
- ↑ „Iliustruotos istorijos“ – skiltis apie keliautojų istorijas su nuotraukomis
- ↑ „Užsisakykite saugiai“ – skiltis, kurioje yra informacija apie ekonominius pervedimus, vykstančius internete
- ↑ „Įvertinkite mus“ – galimybė vartotojams išreikšti savo atsiliepimus apie pasiūlymo, skambučių centro veiklos, grafinio dizaino, konsultacijų aiškumo ir parsisiuntimo greičio kokybę.

## ***Interneto potencialas***

Viena iš silpnųjų interneto pusių yra **proceso ilgumas**. Tiesa, kad paspaudimas ir kredito korteliu naudojimas yra gana greitas, tačiau vartotojai vis tiek vartotojai nėra labai linkę pirkti internetu – ypač kelionių paketų.

Registracijos technikos, kurios leidžia naršyti asmeniškai, yra gana paplitusios, tačiau galimybė išsaugoti savo pasirinkimą ir atnaujinti užsakymą bei nusipirkti paketą vėliau vis dar yra gana retas reiškinys, tačiau tai leistų vartotojams atidžiau įvertinti visą pasiūlymo turinį.

Pavyzdžiai:

- ↑ „Jūs dar nepasiruošę užsisakyti? Išsaugokite pasirinktus punktus, ir grįžkite prie jų vėliau, kad galėtumėte kitą sykį grįžti prie jų grįžti. Pastaba: kainos ir galimybė išvykti gali keistis“
- ↑ „Mano profilis“: tai leidžia naršyti toje skiltyje, kur saugomi asmeniniai pasirinkimai.

## **Memorandumas**

Interneto puslapių apžvalga ir įvertinimas atskleidė keletą atvejų, kuomet buvo pateikiamos ne visos arba neteisingos sutarčių sąlygos, neatitinkančios galiojančių taisyklių. Nebuvo nustatyta daug tokių atvejų, kuriuos galima traktuoti kaip „punktai, nukreipti prieš vartotojus“, dažniau nustatytus pažeidimus galima apibūdinti kaip „paviršutiniškumas ir pasiruošimo stoka“, bent jau mūsų požiūriu! Tačiau Vartojimo Kodekse aiškiai nusakyta, koks turi būti sutarties turinys, o kelionių operatorių nuožiūrai yra paliekami tik keletas elementų.

Taigi nerizikuodami jums pasirodyti nuobodūs, mes jums primename, kad:

- Galiojančios taisyklės yra nurodytos vartojimo kodekse (Teisinis dekretas 206/05), todėl nuorodos į Teisinių dekretą 111/95 gali būti laikomos pasenusiomis;
- Be kitų dalykų, sutartyje privalo būti atvirai nurodyta:
  - Kainos struktūra, nurodant avansinius mokėjimus, kuris negali sudaryti daugiau, kaip 25 % bendros kelionės paketo kainos;
  - Jeigu numatyta, kad būtina sąlyga kelionės įvykimui yra atitinkamo dydžio keliautojų grupės surinkimas, būtina nurodyti terminą, per kurį vartotojai turi būti informuojami apie kelionės atšaukimą, jeigu nesurenkamas minimalus vykstančių žmonių skaičius;
  - Terminas, per kurį vartotojas gali pateikti skundą dėl nepakankamo arba netinkamo sutarties įvykdymo, ar laikomasi vartojimo kodekse nustatyto 10 dienų termino, ar jis yra prailginamas vartotojo naudai
  - Terminą, per kurį vartotojai turi pranešti, jog atsisako sutarties pakeitimų, kaip minėta aukščiau, 2 dienos, arba ilgiau;
  - Įmanomus kainų pasikeitimus dėl priežasčių, kurios yra nurodytos vartojimo Kodekse, tokios, kaip pasikeitusios transporto kuro kainos ir pan., bei kainų didinimo procedūras.
- Bet kokiais atvejais kaina negali keistis daugiau nei 10 % ir ji negali būti padidinta likus mažiau nei 20 dienų laikotarpiui iki išvykimo;
- Sutartį privalo būti galima perleisti kitam asmeniui, ir bet kokios perleidimo išlaidos taip pat turi būti nurodytos kartu su specifinėmis detalėmis.

## ***DALIS III – TURIZMAS INTERNETE: DABARTIES IR ATEITIES SCENARIJAI***

### ***Svarbiausi direktyvos punktai, taikomi internete***

Atlikus šį tyrimą, kurio metu pagrindinis dėmesys buvo skiriamas pasiūlymų stebėjimui internete, tapo aišku, kad egzistuoja didžiulė įvairovė turinio terminų ir pardavimo technikų, todėl norėtumėme atkreipti jūsų dėmesį į mūsų atspirties tašką: **kelionių paketo apibrėžimą**.

Štai elementai, dėl kurių diskutuojama Europoje ir kurie šiuo metu yra peržiūrimi Komisijoje:

- a) *Išlanksto suplanuotų* dviejų elementų, kurie parduodami ar siūlomi už „viskas įskaičiuota“ kainą, kuomet tokios paslaugos tęsiasi daugiau, nei 24 valandas ir į jį įeina nakvynė, kelionė, apgyvendinimas ir kitos turistinės paslaugos, kurios nėra sudedamoji kelionės ar apgyvendinimo paslaugų dalis, sąvoka, tokie „viskas įskaičiuota“ sąvokos elementai atitinka EK direktyvos 90/314 straipsnį 2.1;
- b) *Kelionės trukmė* ir jos *sudedamieji elementai* pagal EK direktyvos 90/314 straipsnį 2.1;
- c) Organizatoriaus apibrėžimas su nuoroda, kad būtinas *ne tik kartais pasitaikantis* užsiėmimas šiuo darbu pagal EK direktyvos 90/314 straipsnį 2.2;

- d) Tikslus apibrėžimas, kuris nustatytų ribą tarp padalintos *pardavėjo ir organizatoriaus atsakomybės*, kaip nurodoma EK direktyvos 90/314 straipsnį 5.1;
- e) Išankstinės sutarties ir sutarties *forma*, kuri nurodyta EK direktyvos 90/314 straipsnyje 4.1.

#### **a) Expedia atvejis**

Kompanija Expedia tiesiogine to žodžio prasme išrado alternatyvių kelionės paketo apibrėžimą. Kompanijos sutarties sąlygos labai aiškiai nurodo, kodėl toks yra jų pasirinkimas.

Jų puslapyje turistams pateikiami tokie pasiūlymai:

- Skrydžio, viešbučio ir mašinos nuomos paslaugos siūlomos atskirai
- Pasiūlymai puslapyje suskirstyti pagal pogrupius: „Skrydis + Viešbutis“, „Skrydis + Mašina“, „Skrydis + Viešbutis + Mašina“
- Kelionės paslaugos siūlomos skirsnyje „Specialūs pasiūlymai“.

„Kelionės paslaugas“ sutartis apibrėžia kaip ir pirmuosius tris pasiūlymus.

Taigi apibrėžimai yra:

- „[vairios kelionės paslaugos“: tai paslaugos, kurios siūlomos puslapyje, ir kitos kelionės paslaugos, tokios, kaip kruizai, atostogų nameliai ir pan.

#### **Expedia parduoda kelionės paketus, ar ne?**

Expedia nedaro nusižengimo ir nėra taip, kad ši kompanija nepaiso apibrėžimų, tačiau vartotojams būtina žinoti, kad kai kurios siūlomų paslaugų kombinacijos, tokios, kaip pvz., „Skrydis + Viešbutis“, kurias eilinis vartotojas laiko kelionių paketu, **iš tiesų nėra kelionių paketai!**

Paaiškinimai nurodomi sutartyje

„**Kelionės paslaugos nėra įtraukiamos į kelionės paketą** nes kelionės paslaugų pasirinkimas yra struktūruotas puslapyje kaip tradicinė kelionių agentūra, kad vartotojai galėtų individualiai rinktis kelionės galutinį tašką, datą, skrydį, oro bendrovę, kainą ir pan., viešbučio kategoriją, vietą ir t.t., ir mašinos nuomą pagal individualius poreikius, taigi jie gali rinktis iš begalės kombinacijų, o tai jau peržengia apibrėžime minimus iš anksto suplanuotus elementus, kurie sudaro kelionės paketą pagal galiojančias taisykles“.

Ši informacija nurodyta skirtingoms kelionių paslaugoms norint pasakyti, kad Expedia paketų pardavime dalyvauja tik kaip tarpininkas, o juos organizuoja kelionių operatoriai:

„Kelionių paketo pirkimas arba įvairių kelionės paslaugų pirkimas yra sutartis tarp vartotojo ir skirtingų kelionės paketų ar kelionės paslaugų tiekėjų pagal galiojančias taisykles ir sąlygas“

Nurodyma kelionių paketus ar atskiras kelionių paslaugas Expedia tik suteikia individualiems minėtų produktų tiekėjams būtiną vietą savo interneto puslapyje reklamos tikslais ir jokių būdu nedalyvauja šių produktų pardavime.

Bendrosios sutarčių sąlygos, taikomos atskirų tiekėjų, nurodytos puslapyje“.

Tačiau Europos Teisingumo Teismas (*Club Tour atvejis*) išaiškino, kad „viskas įskaičiuota“ paketų taisyklės ir apibrėžimai apie iš anksto suplanuotus elementus taip pat yra taikomi ir iš anksto nesuplanuotoms kelionėms.

**Taigi sąvoka „iš anksto suplanuotas“ nėra būtinas elementas**

Kelionė (individualizuotas paketas), sudaryta asmens, dirbančio tradicinėje kelionių agentūroje, yra laikoma paketu visais atvejais. Europos Teisingumo Teismas išaiškino, kad toks kelionės individualizavimas taip pat galėtų būti atliekamas per kelionių agentūrą ar internetinėje erdvėje. Mūsų požiūriu, žinant viską, kas jau yra išaiškinta iki šiol, nėra skirtumo, ar kliento poreikių patenkinimo sprendimų ieškoma interneto erdvėje, ar kelionių agentūroje. Expedia atvejis yra tipiškas svarbus įvykis, kuriuos reikia spręsti siekiant išvengti rinkos invazijos.

Paradoksalu tai, kad kuo *didesnis yra kelionių operatorius*, turintis daugybę išteklių ir galimybių bei sudėtingų įrankių, tuo mažiau garantijų jie pateikia, priešingai nei tradiciniai kelionių operatoriai, kurie renkasi internetą pardavimo ir reklamos kanalą. Kelete taisyklių šios nuorodos jau paisomos ir individualizuotos kelionės yra priskiriamos prie kelionių paketų sandorių.

#### **b) Austrija, Suomija ir Vokietija – pagrindiniai skirtumai**

Kai kuriose šalyse iš minėtų nereikalaujama 24 valandų kelionės trukmė ar nakvynė apibūdinant kelionės paketą, ir šia prasme mums atrodo, kad tokios taisyklės atitinka pokyčius turizmo versle, taip pat ir skirtingame atostogų sąvokos suvokime, kaip ir didžiulėje internetinių pasiūlymų daugybėje.

Kuomet apsilankymas muziejuje, ekskursijoje ar koncertų salėje yra laikomos transporto ar apgyvendinimo dalimi? Šiuo metu galiojančios taisyklės nepateikia atsakymo šiuo klausimu ir viešbučių verslo atstovai patiria nuolat didėjančių poreikių organizuoti trumpos trukmės kelionės paketus, kurie neatitinka minėtų taisyklių, tačiau tikrai yra tokie vienos pasiūlymai, kuriems būtina suteikti tinkamas garantijas vartotojams.

#### **c) Italijos pavyzdys: Vartojimo Kodeksas**

Italijos Vartojimo kodekse nėra direktyvoje minimo kelionių paketo organizatoriaus apibrėžimo, taip pat neapibrėžiamas ir *ne tik kartais pasitaikantis užsiėmimas* kelionių organizavimo veikla.

Direktyvoje nurodoma:

„organizatorius: **asmuo**, kuris kelionių paketų organizavimo veikla užsiima **ne tik kartais**, organizuoja ir paduoda „viskas įskaičiuota“ paslaugas ir parduoda bei siūlo jas tiesiogiai arba per pardavimų personalą“.

Vartojimo kodekse nurodyta:

„kelionių organizatorius yra **subjektas**, kuris įgyvendina straipsnyje 84 nurodytą elementų kombinaciją ir vykdo procedūrą, kurios metu sudaromi kelionių paketai tretiesiems asmenims savo vardu ir iki gaudamas apmokėjimą už visą „viskas įskaičiuota“ kelionės kainą.“

*Asmuo virto subjektu, o nuoroda apie ne tik kartais vykdomą veiklą pradingsta.*

Tokios abejonės reikalauja paaiškinimo, kadangi internetas gali tapti ta vieta, kur pateikiami pasiūlymai be tinkamų garantijų ar net apgaulingi pasiūlymai. Šis klausimas, kuris yra susijęs su **operatoriaus identitetu**, reikalauja aiškumo ir galutinio atsakymo.

Iš tiesų egzistuoja akivaizdūs rinkos didėjimo pokyčiai dėl to, kad keliones organizuoja ir privatūs subjektai ir pelno nesiekiančios organizacijos. Tokia veikla užsiima ir *viešos, ar pusiau viešos pusiau privačios organizacijos*, kurios yra įkuriamos turint tikslą vystyti turizmo resursus teritorijoje: atskiri Italijos regionai priima skirtingus sprendimus apie tai, koks turėtų būti šių objektų statusas. Ar tokie tarpininkai ir organizatoriai yra tikri ir tinkami? Pasekmės vartotojams akivaizdžiai skiriasi skirtingais minimais atvejais. Lietuvoje valstybiniai įstatymai priešingai,

pritaikė „organizatoriaus“ apibrėžimą taip, kad šiuo metu jis apibrėžia tik komercinius kelionių operatorius.

#### **d) Atsakomybė: vėl Expedia**

Koks tiksliai keliamas klausimas? Direktyvoje nėra aiškiai apibrėžta sutarties vykdymo sąlygų atsakomybė, kaip ji pasiskirsto tarp organizatoriaus ir pardavėjo. Šis dviprasmiškumas gali stipriai atsiliiepti vartotojui. Kodėl Expedia netaiko taisyklių „viskas įskaičiuota“ paketams? Vienintelė priežastis, kodėl šiai kompanija atsirado tokia galimybė, yra ta, kad jie vadina save tarpininkais, ir todėl „gali nesilaikyti“ reikalavimų, pagal direktyvos straipsnį 5.1 (Vartojimo Kodekso straipsnis 93), kuriame nurodyta, kad organizatorius ir/arba pardavėjas yra atsakingas prieš vartotoją dėl tinkamo sutarties vykdymo.

Expedia pardavimų sąlygose nurodyta:

Tarpininkas jokiais atvejais nėra atsakingas už prievoles, kurios priklauso kelionių organizatoriui pagal Vartojimo Kodekso straipsnio 22 punktą 3, kuriame teigiama, kad : „Tarpininkas nėra atsakingas už visą ar dalinį apgyvendinimo ir kitų paslaugų, numatytų sutartyje, vykdymą“.

Nėra jokio įstatymo, koreguojančio šią taisyklę, ir Expedia atvejis tai gana aiškiai parodo.

#### **e) Formulotės internete**

Turint omenyje interneto invaziją turinio formavimo ir derybų stadijose, tokios formulotės, kaip „raštišku būdu ar kita tinkama forma“ yra sunkiai interpretuojamos ir palieka daugybę abejonių. Tai reiškia, kad galimas atkūrimas ir išsaugojimo galimybė bei tinkama parama kol kas yra aiškiausios formulotės šiuose kontekstuose.

### ***Išvados***

Kaip jau buvo pabrėžta, turizmo verslas yra labai dinamiškas, išradingas ir stipriai besikeičiantis. Kai kurios scenarijus jau buvo galima išivaizduoti, tokius, kaip interneto tapimas svarbiausiu veiksmu. Daug buvo pasakyta – ypač apie turizmo verslą – apie sistemas, kurios padeda identifikuoti lankytoją, apie „žmogaus – mašinos“ interaktyvavimo asmeninimą suteikiant jam pastarojo bruožų; šios sistemos greičiausiai yra dar gana tolimos mums, arba gali būti taip, kad jos yra sunkiai pasiekiamos daugeliui kelionių operatorių, tačiau mes žinome, kad įstatymų kūrėjai ne visuomet seka šitą dinamiką, atsitinka visiems gerai žinomų atvejų po kurių tikrovė jau būna pasikeitusi.

Elektroninės prekybos atstovams įstatymų leidėjai nuolat leisdavo aktus daugelyje įvairių sričių privalomas taisykles taip veikdami įvairius verslo sektorius, tačiau nekontroliavo atskirų produktų ir paslaugų pardavimų; mes vis dar laukiame prognozių, kurios bus „priimtos“ **į internetinių keliautojų tikrovę**, naujoje direktyvos versijoje ir/ar valstybiniuose įstatymuose. Mes nuoširdžiai tikimės, kad spartus interneto vystymasis turistiniuose pirkimuose sukels daugybę rizikos faktorių dideliame vartotojų kiekiui.

Galiausiai, šiame straipsnyje nebuvo aptarta „paslaugų judėjimo“ turizmo versle bei jos perspektyvų, kurių ji ėgavo dėl „Europos“ vartotojų, todėl, kad jai atsivėrė platesnė pasiūlymų ir galimybių rinka, tema. Nors internetas sukėlė revoliuciją rinkoje, jis dar neperžengė turizmo sferos sienų; kalbos barjerai vis dar yra didelė kliūtis tik didžiosioms grupėms, tokioms, kaip Expedia, Lastminute, tačiau kitoms pavyko sukurti daugiakalbes platformas ir turėti organizacijas įvairiose šalyse. Vidutinio dydžio struktūros – ir netgi pačios mažiausios – vis dar dirba laikydamosi stipriai nacionalinių požiūrių.

Hipotetinis scenarijus galėtų būti toks, kad įvairūs nacionaliniai kelionių operatoriai, kurių specializacija panaši, ir kurios nukreiptos į panašias rinkos nišas, gali pasirašyti **bendras sutartis**, kurios leis plėsti pasiūlymų asortimentą; bendros sutartys neturės tiesioginės įtakos klientų suvokimui, daugelis jų ir toliau atostogų kelionės ieškos tik savo kalba, tačiau šis žingsnis sukurs galimybę gerinti paslaugų kokybę ir geresnį paslaugų judėjimą, kurio buvo taip tikėtasi Europos Sąjungoje.

*Galiausiai, mes galime tik pasiūlyti pasitelkti interneto dizainerių ir interneto projektų vykdymo specialistų, taip pat ir bendravimo technologijų bei teisės ekspertų, o taipogi ir vartotojų rinkos ekspertų.*

## **IŠPLĖSTINIS STEBĖJIMAS (EXTENDED MONITORING)**

### **Interneto puslapių patogumas Valstybinių įstatymų efektyvumas**

#### **Žingsnis III**

*Projekto partneriai:*

*Federconsumatori Piemonte (Italija)*

*ADICAE (Ispanija)*

*Lietuvos nacionalinė vartotojų federacija (Lietuva)*

*Vakarų Lietuvos vartotojų federacija (Lietuva)*

*Projektas buvo įgyvendintas remiant:*

*Turino prekybos ir žemės ūkio rūmams*

*Projektą iš dalies finansavo Europos Sąjunga*

Federconsumatori Piemonte pasirinko 100 interneto puslapių ir analizavo šiuos klasimus:

Patogumas:

1. teksto struktūra
2. naršymo galimybės
3. naršymo greitis
4. grafinis dizainas

Valstybinių įstatymų efektyvumas (Vartojimo kodeksas):

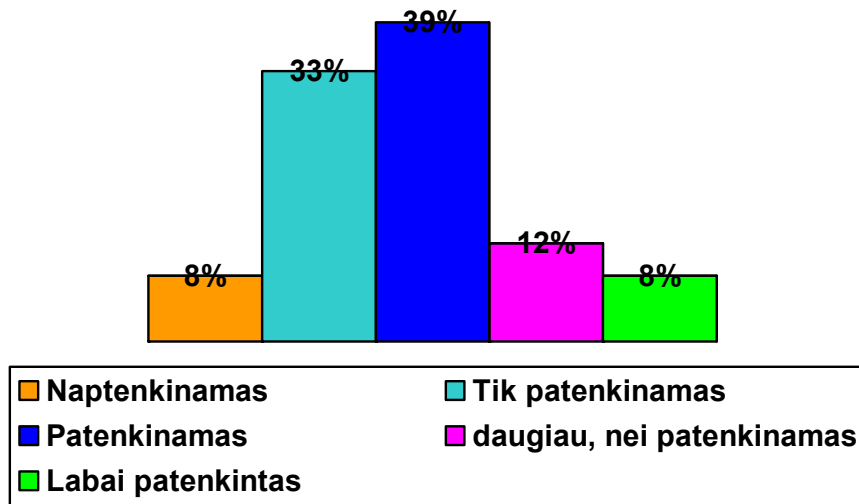
5. sutarčių pasirašymas internete ir už jo ribų
6. sutarties pasirašymas internete:
  - a. operatoriaus identiškumas
  - b. techniniai sutarties pasirašymo žingsniai
  - c. kelionės paketo turinys
  - d. galimybės išsaugoti internete esantį turinį
  - e. bendrosios sutarties sąlygos
  - f. kontaktiniai duomenys ir skundai

I ir II žingsnių išvados ir pilotinio bei išplėstinio stebėjimų veiklos sutrumpintai pristatytos: „Kelionių paketai internete – vartotojų apsauga. Patarimai kelionių operatoriams“.

## PATOGUMAS

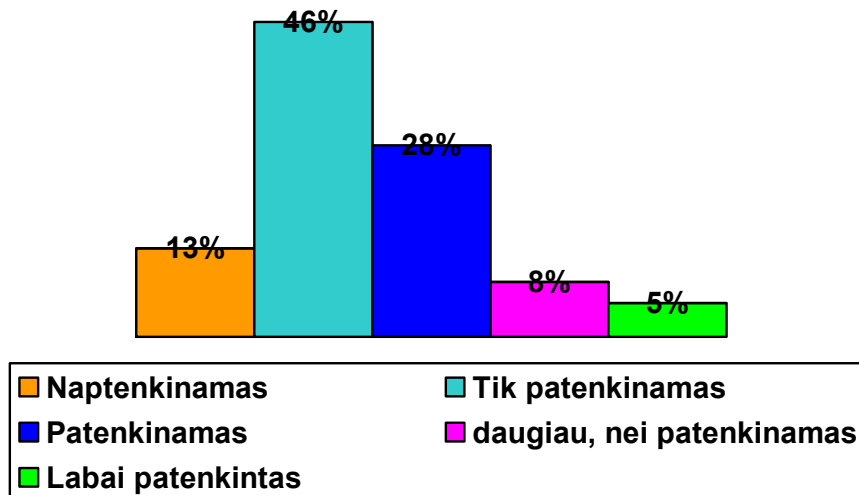
### Teksto struktūra

Buvo analizuoti šie faktoriai: teksto ilgumas, suprantamas išdėstymas, suskirstymas blokais ir pastraipomis, šrifto patrauklumas ir stiliai.

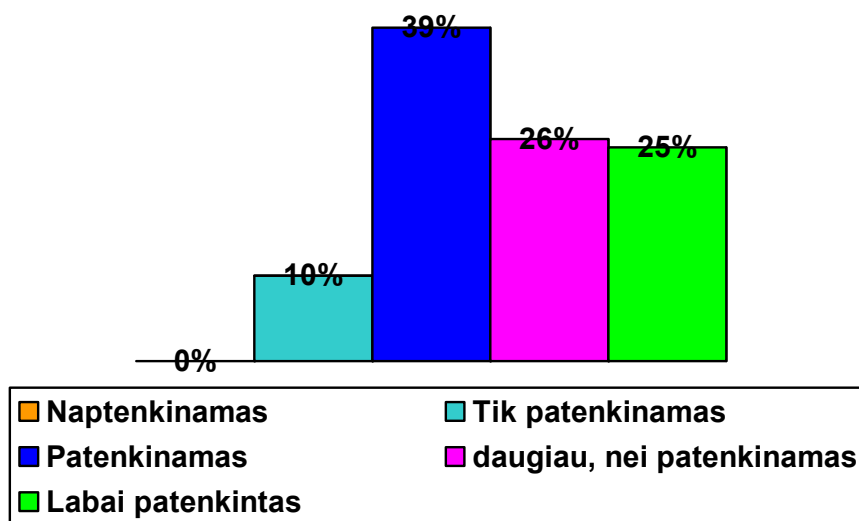


### Patogumas

Buvo analizuoti šie faktoriai: paieškos sistemos buvimas ir organizacija, nuorodos ir naršymo logika.

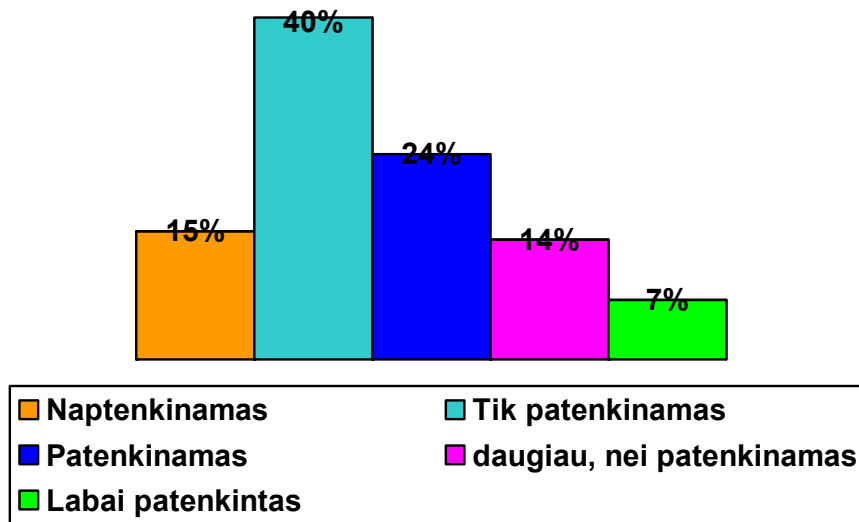


### Naršymo greitis



### Grafinis dizainas

Buvo analizuoti šie faktoriai: grafiniai komponentai, jų buvimas, patrauklumas ir funkcionalumas.



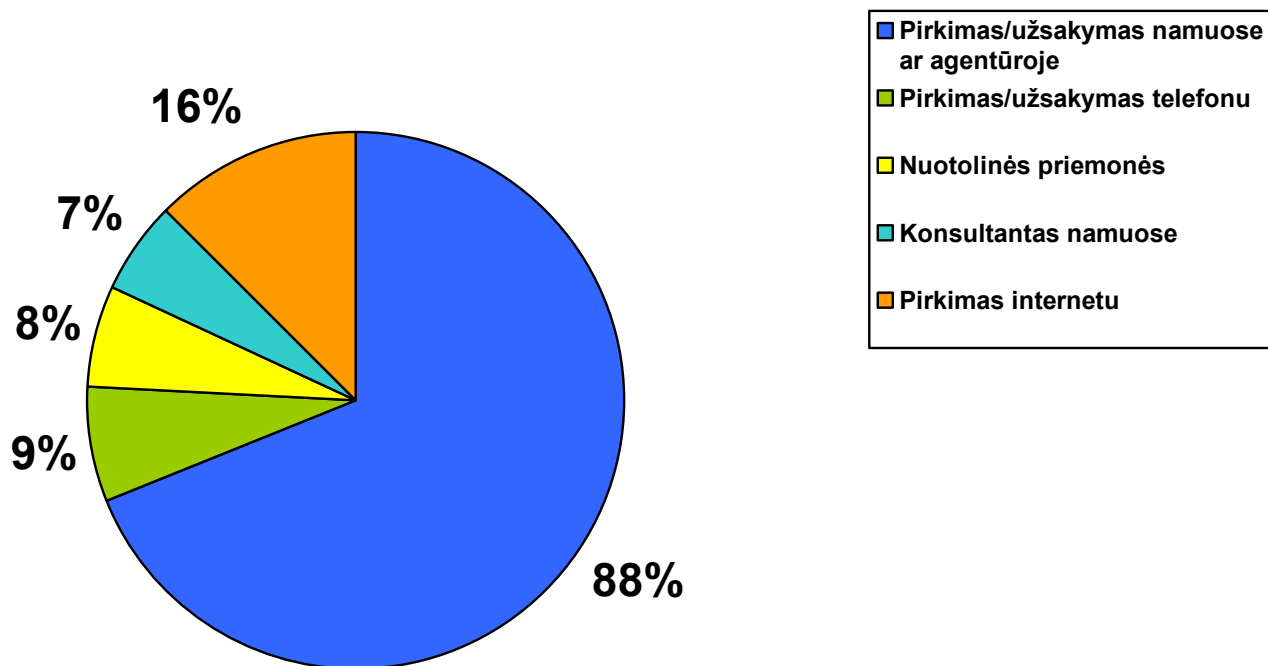
## **VALSTYBINIŲ ĮSTATYMŲ EFEKTYVUMAS (Vartojimo Kodeksas)**

Sutarties pasirašymas internete ir už jo ribų

Puslapiuose vartotojams siūloma keletas sutarčių pasirašymo galimybių. . 75 % iš stebėtų puslapių yra dinamiški.

Tiksliau tariant, puslapiuose dažniausiai galima aptikti vieną ar kelis iš šių būdų:

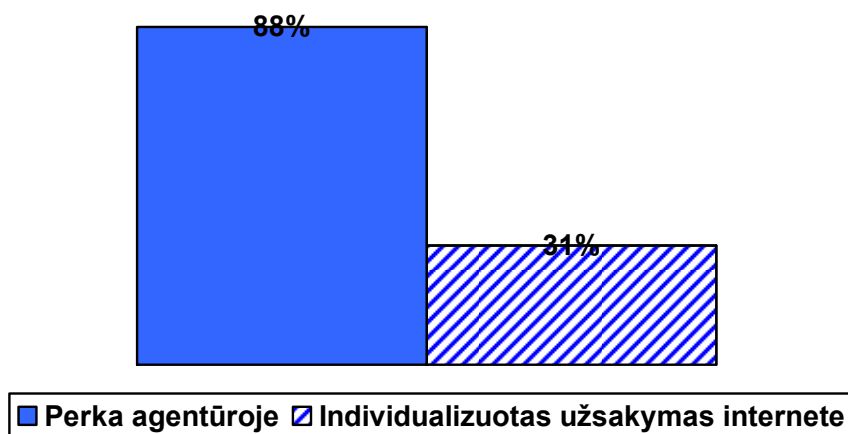
1. pirkimas/užsakymas agentūroje
2. pirkimas/užsakymas telefonu
3. sutarties pasirašymas naudojant kitas nuotolinio bendravimo technikas, išskyrus telefoną
4. sutarties pasirašymas pasikonsultavus namuose
5. pirkimas internetu



Antroji vieta tenka sutarčių pasirašymui internetu.

Pabrėžiami du įdomūs atradimai:

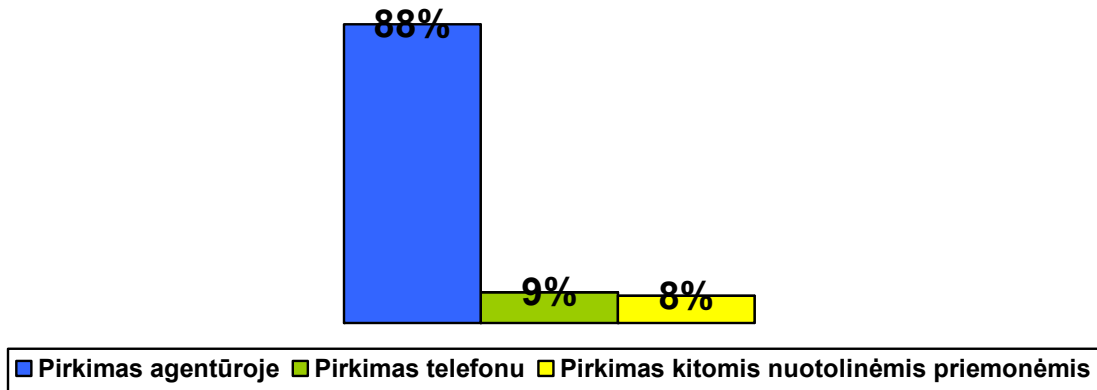
1. daug puslapių bet kokių atveju siūlo galimą užsakymą ir/ar asmeninį patikrinimą tiesiogiai internete, tačiau paliekama ir tikra bei tinkama galimybė vėliau pirkimą atlikti agentūroje.



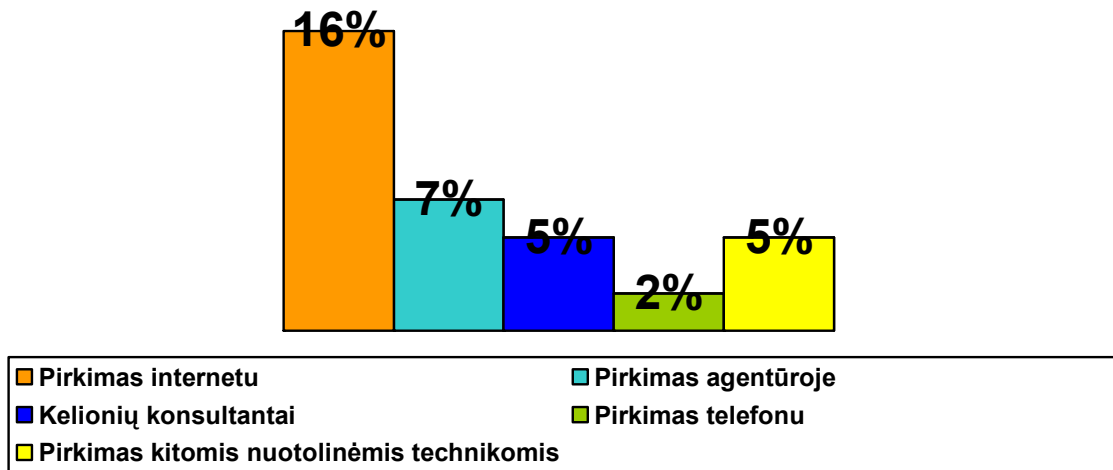
Šis įdomus pastebėjimas taip pat siejamas su tuo faktu, kad jis atspindi 35 % pirkimo agentūroje atvejų, mes norėtumėme pabrėžti, kad puslapiuose nėra išdėstyta pirkimo procedūra ir nėra aiškūs žingsniai, taip pat sunku susigaudyti, ar internetinis užsakymas yra tik informacijos surinkimas, ar yra jis yra privalomas.

2. vartotojams siūlomos įvairios sutarčių pasirašymo galimybės tame pačiame puslapyje

Šios kombinacijos yra taikomos tradicinių pirkimų agentūroje metu



Ir atvirkščiai, pirkėjams internete siūlomos šios kombinacijos



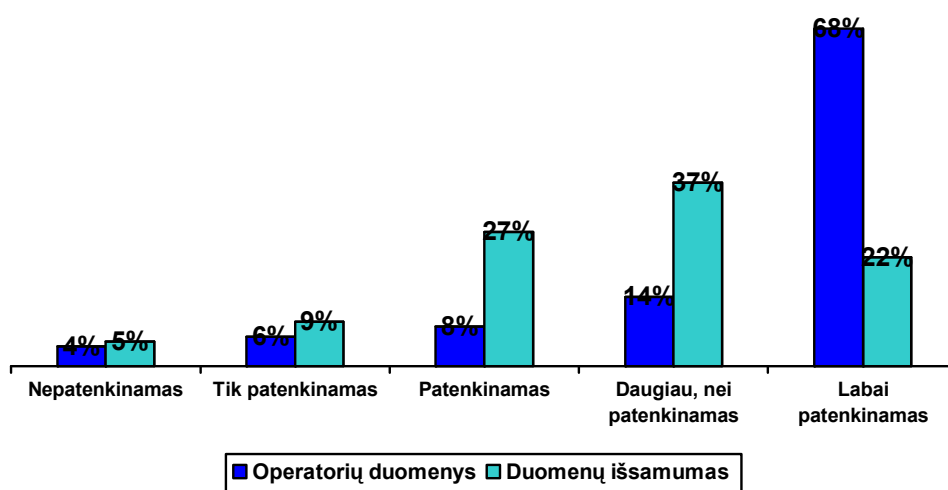
Siūlydami vartotojams įvairias technikas nenurodant pakankamai detalių dėl pačios pirkimo procedūros ir modalumo, kuri galima sekti pagal pasirinktą pirkimo būdą nėra tikras privalumas, tai greičiau yra papildoma rizika, kad internetas bus nenaudingas ir tuščiai bus iššvaistytas laikas.

### Internete pateikiamas turinys

#### *Operatoriaus identiškumas*

Grafose nurodomas:

- ar lengvai vartotojas gali rasti informaciją apie operatoriaus identiškumą
- informacijos išsamumas



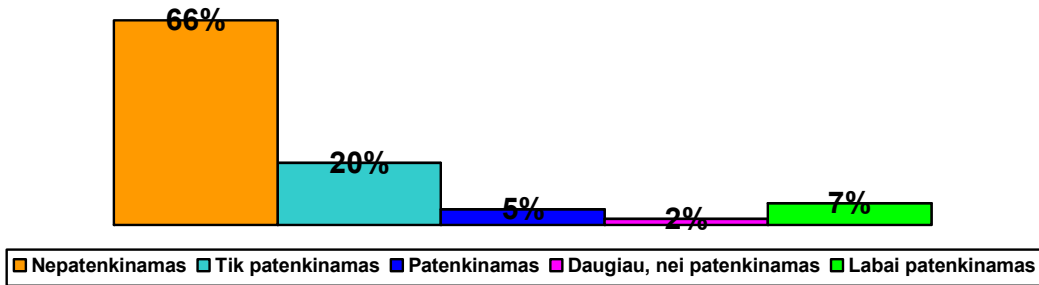
Bendrieji rezultatai yra teigiami, tačiau pateikiamos informacijos išsamumą dar galima tobulinti.

#### *Sutarties pasirašymo techniniai žingsniai*

Anksčiau pateiktieji duomenys parodo, kaip svarbu pateikti vartotojams aiškia informaciją apie techninius žingsnius, kurie turi būti atliekami pasirašant sutartį, nesvarbu, ar jis vyksta internete, ar kitu būdu.

Mes stebėjome, ar vartotojams siūloma pagalba naršant.

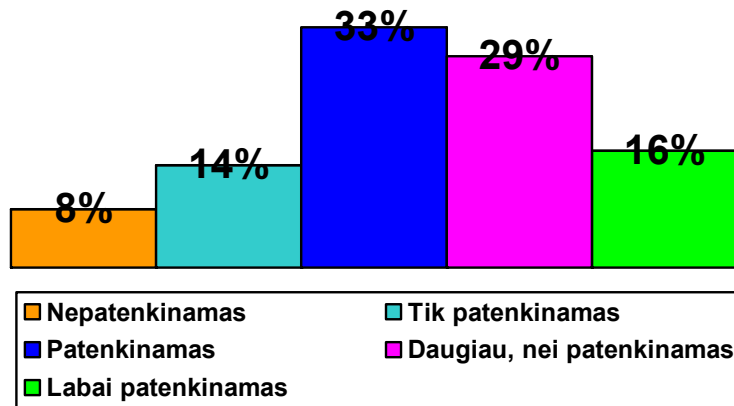
Grafiškai pateikti rezultatai nėra labai teigiami ir akivaizdu, kad šią sritį reikia tobulinti.



### *Kelionės paketo turinys*

Kelionių paketai buvo analizuojami pagal direktyvos apibrėžimus, pagal svarbiausius bruožus.

Informacija, kuri yra pateikiama, iš esmės yra labiau, nei patenkinama, tačiau vidutiniškas grafinis dizainas, netinkama paieškos sistema arba nepatogus naršymas gali užgožti gerą atostogų paketo matomumą.

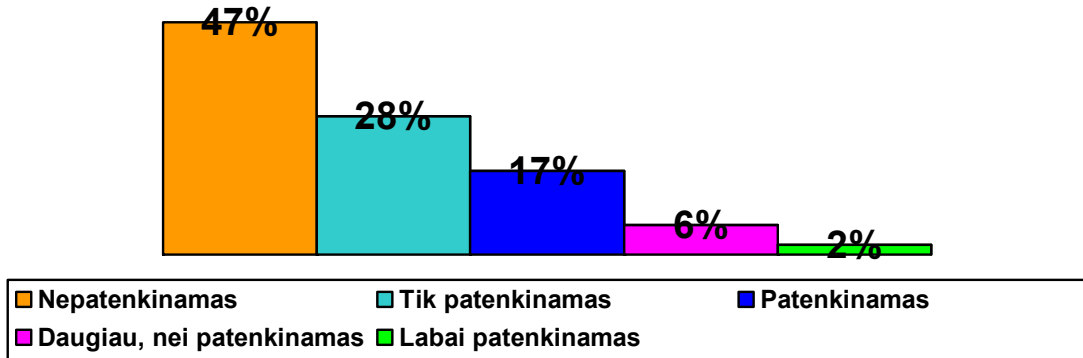


### *Internete esančio turinio išsaugojimas*

Tai yra galimybė vartotojui išsaugoti internete esantį turinį jį atsispausdinant „Spausdinti“ ikonos pagalba, arba tokie atvejai, kai galima parsisiųsti reikiamus dokumentus pdf formate ar pan.

Rezultatai nėra labai patenkinami. Taip pat buvo nustatyta, kad:

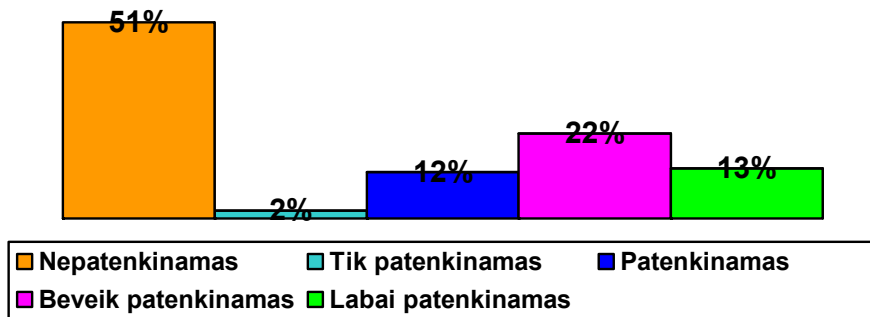
- dinamiškesni, tačiau paprastesni puslapiai suteikia daugiau galimybių parsisiųsti bylas ir išsaugoti turinį
- vidutinio patrauklumo puslapiuose, kuriuose naršymas yra patogus, o turinys labai platus, nėra pakankamai tokių funkcijų, taigi akivaizdžiai nukenčia vartotojai



### *Bendrosios sutarčių sąlygos*

Vienu metu buvo analizuojami du aspektai: bendrųjų sutarčių sąlygų buvimas, nes, mūsų nuomone, tai yra naudingas interneto puslapyje, nes nuo jų prasideda derybos, ir jų „įskaitomumas/tikslumas“, tai tokie bruožai, kaip šrifto dydis, atnaujinimai pagal Vartojimo Kodeksą, galimybė parsisiųsti ir pan.

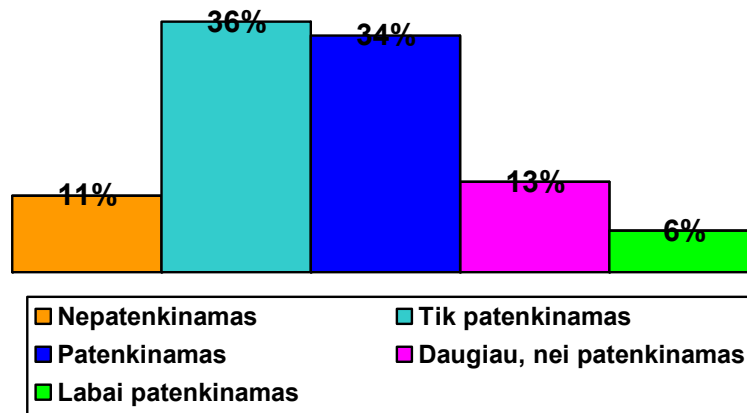
Šį aspektą neturėtų būti sunku pagerinti.



### *Sutartys ir skundai*

Galiausiai, stebėti šie faktoriai: galimybė vartotojams susisiekti su operatoriais dėl užsakymo ir internete teikiamų paslaugų finansinių pasirašymo žingsnių, paslaugos kelionės metu ir parama teikiant skundus. Šie faktoriai yra labai svarbūs, nes jų nebuvimas faktiškai pakeičia vartotojo nuomonę ir jie verčiau eina tiesiogiai į agentūrą.

Norima pabrėžti, kad beveik visuose puslapiuose nėra kontaktų, kuriais galima būtų pateikti skundus.



## VISKAS ĮSKAIČIUOTA KELIONIŲ PAKETAI INTERNETE (ALL INCLUSIVE PACKAGES ON THE WEB)

### INFORMUOTAS, NAUDINGAS IR SAUGUS NARŠYMAS

*Projekto partneriai:*

*Federconsumatori Piemonte (Italija)*

*ADICAE (Ispanija)*

*Lietuvos nacionalinė vartotojų federacija (Lietuva)*

*Vakarų Lietuvos vartotojų federacija (Lietuva)*

*Projektas buvo įgyvendintas remiant:*

*Turino prekybos ir žemės ūkio rūmams*

*Projektą iš dalies finansavo Europos Sąjunga*

#### ***Kodėl internetas?***

Internetu siūlomų „viskas įskaičiuota“ kelionių skaičius sparčiai didėja, tačiau informaciją, pateikiamą internete reikia labai atsargiai įvertinti, net tuomet, kai iš tiesų perkate agentūroje ar kur kitur, tarkim, telefonu ar paštu.

Derybos prasideda internete.

#### ***Kas yra „viskas įskaičiuota“ paketas?***

Tai yra bent jau dviejų iš išvardintų dalykų kombinacija:

–transportas

–apgyvendinimas

–kitos turistinės paslaugos, kurios nėra sudedamoji transporto ar apgyvendinimo dalis, tokios, kaip ekskursijos, įrangos nuoma ir pan.

kurios parduodamos už viską apimančią kainą, kelionė trunka ilgiau, nei 24 valandas ir joje numatyta nakvynė.

Taigi tokioms kelionėms priskiriamos ne tik atostogos egzotiškuose kraštuose, tačiau ir savaitgalis Italijoje, kopimas į kalnus ir pan.

Kas slypi už puslapio?

Įdomūs pasiūlymai ir smagus naršymas, tačiau jūs tik švaistote savo laiką, jeigu neaišku, kas yra puslapio autorius.

Naršymo pradžioje patikrinkite:

- ar nurodytas kelionių operatoriaus oficialus pavadinimas
- kontaktiniai duomenys ir visos procedūros
- leidimai užsiimti turizmo verslu

Kuo daugiau informacijos jūs atrasite, tuo lengviau bus susisiekti su kelionių operatoriumi bet kokių jums kilusių poreikių.

### ***Kaip veikia internetas?***

Jeigu jūs susidomėjote galimybe nusipirkti „viskas įskaičiuota“ kelionės paketą internete, ir norite palyginti interneto pasiūlymus tarpusavyje, gauti papildomos informacijos, kuri padės priimti galutinį sprendimą, patikrinkite, kaip veikia puslapis, ką jame galima daryti, ir kiek tai kainuoja.

Tai yra vienintelis būdas, galintis padėti suprasti, kaip naršyti pagal savo poreikius; kam švaistyti laiką renkantis įvairias galimybes, jei galų gale jūsų užsakymas bus negaliojantis, arba jei vis tiek reikės apsilankyti kelionių agentūroje? Vienas iš daugelio pavyzdžių.

Prieš pradėdami bet kokią registracijos, užsakymo ar pirkimo procedūrą, įsitikinkite, kad gerai supratote jų tikslą, taip pat ir būtinus duomenis, kurių gali prireikti tolesniuose proceso žingsniuose.

### ***Kelionės paketo turinys***

Pasitikrinkite, ar jūsų kelionės pakete yra viskas, nes kas gali atrodyti tik smulki detalė, gali visai pakeisti jūsų kelionę.

Pasižymėkite visas savo abejones ir paprašykite daugiau informacijos apie tai, kas jums yra neaišku, telefonu ar paštu, arba nuvykite į agentūrą:

- kelionės data, galutinis tikslas, tikslus maršruto apibūdinimas, ar įskaičiuota maisto bei gėrimų kaina;
- visi organizatoriaus ir vietiniai kontaktiniai duomenys;
- bendra kaina, avansiniai mokėjimai (maksimaliai 25 %), galutiniai mokėjimai
- minimalus keliautojų skaičius, galimo atšaukimo terminas, jei nesurenkama pakankama grupė (20 dienų);
- mokėjimų sąlygos, procedūros, kurios taikomos keičiant kelionės kainą dėl transporto išlaidų, mokesčių ir valiutos keitimo kursų svyravimų;
- pasų ir vizų informacija, jų išdavimo laikas bei terminai, sveikatos ir kiti reikalavimai;
- jeigu kelionė perleidžiama kitam asmeniui – sutartis perleidžiama trečiajam asmeniui – (įmanoma likus ne mažiau, kaip 4 dienoms iki išvykimo), kokios yra vartotojo išlaidos;
- informacija apie privalomą ir papildomą draudimus;
- informacija apie gyvenamą vietą, tokia, kaip vieta, kategorija, patogumo lygis, maistas ir pan.;

- laikotarpis, per kurį vartotojas gali atsisakyti tokiu atveju, jei buvo pakeitimų „viskas įskaičiuota“ pakete;
- skundų sąlygos;
- informacija apie kelionę, ekskursijas, vizitus, gidų ir kitų lydinčiųjų asmenų buvimą;
- specifiniai vartotojo ir organizatoriaus susitarimai.

Išsispausdinkite arba išsisaugokite duomenis apie užsakymo/pirkimo procedūrą, kuri atliekama jūsų kompiuteriu, kad galėtumėte palyginti juos su kitais pasiūlymais, arba kad galėtumėte kreiptis pagalbos ir paslaugų kelionės metu.

### ***Jūsų teisės internete***

Daugelyje puslapių yra patalpintos bendrosios sutarčių sąlygos, kurios taikomos tiek perkant internetu, tiek ir agentūroje.

Skirkite laiko jų perskaitymui!

Prisiminkite:

- jeigu organizatorius informuoja jus apie pasikeitimus kelionėje, jūs turite 2 dienas, per kurias galite atsisakyti pasiūlymo, ir jums bus gražinti pinigai arba pasiūlyta ekvivalentiška kelionė;
- kelionės kaina negali keistis daugiau, nei 10 %, ir ji negali būti padidinta likus 20 dienų iki išvykimo;
- jeigu svarstote, kaip pateikti skundą, atsiminkite, kad jūs tam turite 10 dienų po grįžimo iš kelionės ir turite jį išsiųsti registruotu laišku ir turėti patvirtinimą