JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra práva

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Cestovní smlouva

Vedoucí bakalářské práce

JUDr. Rudolf Hrubý

Autor

Aneta Kratochvílová

2013

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: **2011/2012**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Aneta KRATOCHVÍLOVÁ**
Osobní číslo:	**E10302**
Studijní program:	**B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Obchodní podnikání**
Název tématu:	**Cestovní smlouva**
Zadávající katedra:	**Katedra práva**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Analyzovat některé cestovní smlouvy v praxi, zvláště pak všeobecné obchodní podmínky, vybraných cestovních kanceláří a cestovních agentur.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury.
2. Rozbor cestovní smlouvy.
3. Rozbor všeobecných obchodních podmínek několika cestovních smluv vybraných cestovních kanceláří a cestovních agentur.
4. Zhodnocení zjištěných poznatků.
5. Závěr.

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Porovnání cestovních smluv vybraných CK a CA. 4. Analýza všeobecných obchodních podmínek. 5. Změny v cestovní smlouvě. 6. Ochrana zákazníka. 7. Odstoupení od smlouvy. 8. Reklamace zájezdu. 9. Závěr. 10. Literatura. 11. Přílohy

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **40-50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Zákon č.159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu.
Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
HESKOVÁ, M. A KOL.: Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
ŠVESTKA, Jiří, SPÁČIL, Jiří, ŠKÁROVÁ, Marta, HULMÁK, Milan a kolektiv: Občanský zákoník I, II, 2. Vydání. Praha: C. H. Beck 2011.
www.mmr.cz
Periodika vztahující se k dané problematice.

Vedoucí bakalářské práce: **JUDr. Rudolf Hrubý**
Katedra práva

Datum zadání bakalářské práce: **8. února 2012**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2013**

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice

L.S.

JUDr. Rudolf Hrubý
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 14. března 2012

Prohlášení

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne……

…….

Aneta Kratochvílová

Poděkování

Mé poděkování patří JUDr. Rudolfovi Hrubému za vedení mé bakalářské práce, rady, kontrolu a konzultace. Za pomoc a poskytnutí zásadních informací pro tuto bakalářskou práci při vyplňování dotazníků vděčím zaměstnancům vybraných cestovních kanceláří a agentur, jakožto zákazníkům těchto subjektů, ale i ostatním spotřebitelům, jež služeb cestovních kanceláří nebo cestovních agentur nevyužívají. Rovněž tímto děkuji panu Mgr. Jaroslavu Hanusovi za kontrolu správnosti a odbornou konzultaci.

Obsah

1 Úvod 4

2 Literární rešerše 6

2.1. Česká právní úprava v cestovním ruchu 6

2.1.1 Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu 7

2.1.2 Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání 8

2.1.3 Z judikatury 9

2.2 Vybrané pojmy 10

2.2.1 Cestovní ruch 10

2.2.2 Zákazník (spotřebitel, návštěvník) 11

2.2.3 Zájezd 12

2.3 Cestovní kancelář 12

2.3.1 Podmínky vydání koncesní listiny 13

2.3.2 Některé povinnosti cestovní kanceláře při prodeji zájezdu 14

2.3.3 Povinné pojištění záruky a úpadek cestovní kanceláře 15

2.4 Cestovní agentura 17

2.4.1 Některé povinnosti cestovní agentury při prodeji zájezdu 18

2.5 Cestovní smlouva 18

2.5.1 Náležitosti cestovní smlouvy (§ 852b) 19

2.5.2 Zvýšení ceny zájezdu (§ 852c) 20

2.5.3 Změny (§ 852e, § 852f) 20

2.5.4 Odpovědnost cestovní kanceláře a reklamace zájezdu 21

2.5.5 Odstoupení od smlouvy (§ 852g) 23

2.6 Ochrana zákazníka a neoprávněný subjekt 24

3 Cíle práce a metodika 26

3.1 Cíle práce 26

3.2 Pracovní hypotézy 26
3.3 Metodika práce 26
4 Porovnání předtisků cestovních smluv vybraných CK a CA 28
4.1 Porovnání předtisků cestovních smluv vybraných CK 28
4.2 Porovnání předtisků cestovních smluv vybraných CA 30
5 Analýza všeobecných podmínek vybraných CK a CA 31
5.1 Úvodní a závěrečná ustanovení 31
5.2 Vznik smluvního vztahu 32
5.3 Povinnosti zákazníka a cestovní kanceláře 32
5.4 Cena a platební podmínky 33
5.5 Změny cestovní smlouvy 34
5.6 Reklamace 34
5.7 Odstoupení od cestovní smlouvy 36
5.7.1 Odstoupení ze strany zákazníka 36
5.7.2 Odstoupení ze strany cestovní kanceláře 37
5.8 Pojištění 38
5.8.1 Povinné pojištění CK pro případ úpadku 38
5.8.2 Cestovní pojištění 39
5.9 Ostatní články a zajímavá ustanovení 39
5.10 Celkové shrnutí analýzy 40
5.11 Analýza všeobecných smluvních podmínek CA Invia.cz, a.s. 41
5.11.1 Platba a storno podmínky 41
5.11.2 Reklamace zájezdu 42
5.11.3 Odlišná ustanovení od ustanovení CK 42
6 Uzavírání cestovních smluv a reklamace služeb v praxi na základě analýzy odpovědí dotazníkového šetření 44
6.1 Vnímání CK a CA spotřebitelem, výběr subjektu 45

6.1.1 Kritéria spotřebitele ve výběru subjektu 46
6.2 Uzavírání cestovních smluv 48
6.2.1 Způsob uzavírání cestovní smlouvy 49
6.2.2 Seznámení zákazníka se všeobecnými smluvními podmínkami 50
6.2.3 Kontrola správnosti údajů uvedených v cestovní smlouvě 51
6.3 Po uzavření cestovní smlouvy a před zahájením zájezdu 52
6.4 Reklamace 53
6.4.1 Informace poskytnuté od CK a CA 53
6.4.2 Informace poskytnuté zákazníky CK a CA 54
6.5. Doporučení cestovním kancelářím, agenturám a spotřebitelům 55
7 Závěr 56
8 Summary 58
9 Seznam zkratek 59
10 Seznam literatury 61
10.1 Literární zdroje 61
10.2 Internetové zdroje 61
11 Seznam tabulek a grafů 71
1.1 Seznam tabulek 71
1.2 Seznam grafů 71
12 Seznam příloh 72
Přílohy 73

1 Úvod

Cestovní ruch prošel rozsáhlým vývojem a neustále se vyvíjí. Incoming, tedy aktivní zahraniční cestovní ruch, kdy zahraniční turisté přijíždějí do naší země a utrácejí zde své finanční prostředky, představuje pro Českou republiku významný zdroj příjmů. Samozřejmě se na přispívání do státní pokladny podílí i domácí cestovní ruch. Incoming zvyšuje saldo platební bilance za cestovní ruch a napomáhá kompenzovat schodek obchodní bilance státu. Outgoing naopak snižuje saldo za cestovní ruch. V současné době se saldo platební bilance cestovního ruchu pohybuje v kladných číslech. Toto odvětví spadá pod dikci Ministerstva pro místní rozvoj České republiky. Ve světovém měřítku zaujímá průmysl cestovního ruchu přední místo hned po obchodu s ropou a ropnými výrobky, těžebním a automobilovém průmyslu.

Člověk jako spotřebitel využívá služeb podniků cestovního ruchu poměrně často. V současné době však převládá nabídka nad poptávkou, což může být způsobeno velkým a stále narůstajícím množstvím podniků nabízejících produkty a stále více šetřícími zákazníky.

Odvětví cestovního ruchu má významný dopad na regionální rozvoj, na trh práce, malé a střední podnikání, služby obchodu, kultury, dopravy, na infrastrukturu a regionální prostředí. Turismus se považuje i za významného zaměstnavatele ve světě.

Jestliže podnikatelské subjekty chtějí nabízet a prodávat produkty na trhu cestovního ruchu, musejí, mimo jiné, rovněž splňovat podmínky dané legislativní úpravou, která dává takovémuto podnikání řád. Vzhledem k potřebě definovat některé základní pojmy, stanovení oprávnění a povinností podnikatelských subjektů vystupujících na trhu cestovního ruchu a k následnému zajištění ochrany spotřebitele, vstoupil 1. října 2000 v účinnost Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně některých zákonů ve znění pozdějších předpisů, který byl postupem času několikrát novelizován.

Tato bakalářská práce nese téma cestovní smlouva, kterou (do konce roku 2013) upravuje Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník. Vymezuje náležitosti cestovní smlouvy, stanovuje práva a povinnosti smluvních stran a zmiňuje se i o všeobecných smluvních podmínkách tvořící nedílnou část cestovní smlouvy. Uvedeny jsou i hlavní změny, které přinese úprava nového občanského zákoníku v problematice cestovní smlouvy, resp. smlouvy o zájezdu.

Práce se zaměřuje na rozbor cestovních smluv po právní stránce. Jedná se především o analyzování uzavírání cestovních smluv a analyzování všeobecných smluvních podmínek, které tvoří nedílnou součást smlouvy. Jako vzorky poslouží cestovní smlouvy několika vybraných cestovních kanceláří a cestovních agentur s pobočkami nacházejícími se v Českých Budějovicích. Další podklad pro mou práci tvoří vyplněné dotazníky, obsahující informace uvedené cestovními kancelářemi, cestovními agenturami a spotřebiteli využívajících jejich služby. Na základě odpovědí mohu například zjistit, zda spotřebitelé vnímají rozdíl mezi těmito subjekty, zda si zjišťují některé skutečnosti (například uzavřené pojištění pro případ úpadku v případě cestovních kanceláří), zda si pročítají všeobecné smluvní podmínky, zda mají zkušenosti s reklamací a další informace této problematiky. Při dotazování se cestovních kanceláří a cestovních agentur mě zajímaly jejich zkušenosti související s uzavíráním cestovních smluv, s reklamacemi nebo například s porušením povinností, vyplývajících z cestovní smlouvy ze strany zákazníka. Všechny získané odpovědi mi posloužily ke srovnání informací uvedených zákazníky s informacemi poskytnutými cestovními kancelářemi a cestovními agenturami. Na základě vyhodnocení nakonec připojuji svá doporučení.

Má práce se rovněž zaměřuje na aktuální problémy, jež se vyskytují v poskytování služeb v cestovním ruchu a na aktuální problémy v rámci současné platné legislativy, resp. v souvislosti s vydáváním koncesí a s vrácením plnění spotřebitelům, jež se nenastoupí na zájezd z důvodu úpadku cestovní kanceláře. Zmiňuji taktéž i problematiku reklamací zájezdů, problematiku související s povinným pojištěním cestovních kanceláří pro případ úpadku, problematiku krachů cestovních kanceláří a jeho následků pro zákazníka jako spotřebitele.

2 Literární rešerše

2.1. Česká právní úprava v cestovním ruchu

Základní právní rámec upravující vztah CK či CA a spotřebitele tvoří zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, (konkrétně v ustanoveních § 852a až § 852k), dále zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu, který se zabývá instituty CK a CA, a okrajově zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, jež určuje druh živností. Aktuálně se hovoří o přípravě novely zákona č. 159/1999 Sb., a 1.1.2014 vstoupí v platnost nový Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

Stávající občanský zákoník přiznává zákazníkovi pouze právo na slevu z ceny zájezdu (rozdíl ceny zájezdu bezvadného a s vadami a škodou) a právo na náhradu škody (majetková újma). Evropský soudní dvůr rozhodl, že současná úprava cestovní smlouvy je sice provedením směrnice Rady č. 90/314 EHS, o souborných službách pro cestování, pobyty a zájezdy, avšak není zcela jasným a přesným provedením v čl. 5 směrnice 90/314 EHS, kde přiznává zákazníkovi právo na náhradu nemajetkové újmy v důsledku neplnění nebo v důsledku vadného plnění služeb zahrnutých v zájezdu. (Právní informační server)

Jelikož se současný občanský zákoník zdá být nedostatečný, nabude od 1.1.2014 účinnosti jeho nová úprava. *Prezident republiky Václav Klaus dne 20.2.2012 podepsal nový občanský zákoník* a 22.3.2012 se dostal do Sbírky zákonů ČR, kde je veden pod číslem 89/2012 Sb. Tiskový odbor ministerstva spravedlnosti na internetu zveřejnil několik informací: *Návrh nového občanského zákoníku hledal inspiraci i v současných aplikovaných zahraničních úpravách, a to především v zákoníku německém, švýcarském, rakouském, italském a nizozemském.* (Justice.cz)

Odborný časopis Všudybyl zveřejnil projednávání ACK ČR o přínosech nového zákoníku. *V zákoně je použit pojem „narušení dovolené“, což v kombinaci s následujícím výňatkem: „zejména byl-li zájezd zmařen nebo podstatně zkrácen“ odkazuje do pravých mezí, za co lze takovou náhradu požadovat. V dílu „Zájezd“ nový Občanský zákoník mění mnohé zaběhnuté pojmy.* Závěry porovnání úpravy současné cestovní smlouvy se změnami byly tyto: *Těch faktických změn není tolik, ale jednoznačně znamenají zvýšení ochrany spotřebitele.* (Všudybyl, 2012)

Nový občanský zákoník s sebou přinese podporu v zákoně tzv. ztráty radosti z dovolené, která je dosud pouze nenárokovatelnou výhodou poskytovanou několika CK v rámci tzv. ITQ kodexu. Jak vyplynulo z přednášky bývalého ministra spravedlnosti JUDr. Jiřího Pospíšila (konané 26.2.2013 na akademické půdě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích), nový občanský zákoník má zajistit spotřebiteli nárok na přiměřenou náhradu škody ztráty radosti z dovolené v případě, že CK nesplnila svůj závazek v dostatečném rozsahu či kvalitě. Spotřebitel se cítí podveden a může se domáhat jak vrácené peněžní prostředky za neposkytnuté služby nebo slevu z ceny zájezdu, tak náhradu ztráty radosti z dovolené. Jak ve svých dvou odstavcích stanoví § 2543: *Při porušení povinnosti, za niž odpovídá, nahradí pořadatel zákazníkovi vedle škody na majetku také újmu za narušení dovolené, zejména byl-li zájezd zmařen nebo podstatně zkrácen.* Druhý odstavec dodává: *Odstoupí-li zákazník od smlouvy nebo uplatní-li právo z vady zájezdu, není tím dotčeno jeho právo na náhrady podle odstavce 1.* (Nový občanský zákoník)

Nový zákoník používá nový termín *smlouva o zájezdu*, nikoli už cestovní smlouva. Liší se rovněž i definice zájezdu, považovaného již za soubor služeb cestovního ruchu, a z které bylo vypuštěno mimo jiné i sousloví *za souhrnnou cenu*. Pojmy jako cestovní kancelář a cestovní agentura byly vypuštěny a nahrazeny pojmem pořadatel a další změny, které budou vyžadovat přepracování dokumentů CK (popř. CA).

2.1.1 Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu

Základní cíl zákona spočívá v ochraně spotřebitele v souvislosti s prodejem a realizací zájezdu v případě úpadku CK, a to v souladu s výše uvedenou směrnice, kterou tento zákon implementuje do českého právního řádu. Jeho komentář popisuje situaci následovně: *Jde především o vymezení základních pojmů (zájezd, zákazník), dvou nových živností (provozování cestovní kanceláře a provozování cestovní agentury), práv a povinností souvisejících s poskytováním zájezdu, rozsahu povinného smluvního pojištění cestovních kanceláří, nového smluvního typu (cestovní smlouvy) a některých dalších skutečností. Vzhledem k tomu, že některé z oblastí souvisejících s cíly zákona, jsou jako celek upraveny zvláštními právními předpisy, jsou součástí zákona i dvě novely - novela občanského zákoníku (cestovní smlouva) a novela živnostenského zákona (druhy živností).* (Komentář k zákonu č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

Server Novinky.cz uveřejnil slova ředitele odboru cestovního ruchu na Ministerstvu pro místní rozvoj Aleše Hvozdeckého k tématu chystané novely zákona č. 159/1999 Sb.: *Zatím k tomu chybí očekávaná směrnice z Bruselu, ale v kontextu našich kauz je třeba bez ohledu na to novelu připravit. Zákon zpřesníme tak, aby nemohlo docházet k dvojím právním výkladům, co se týče pojistného plnění v případě bankrotu cestovky. Povinností pojišťoven bude plnit na sto procent. Je na pojišťovně, aby při uzavírání smlouvy s CK dobře odhadla ekonomickou bilanci cestovky. V případě, že se s CK a pojišťovnami nedohodneme, krytí nebude přes pojišťovny, ale přes garanční fond v bance, do něhož budou cestovky povinně přispívat.* (Novinky.cz)

Poslední novela 301/2009 Sb. se týká pouze změn v úpravě činnosti horské služby. Zákon bude respektovat i změny přinesené novým občanským zákoníkem.

ACK ČR průběžně informuje o novele průběžně na svých internetových stránkách, kdy v listopadu 2012 uvedla: *Přesný text návrhu tak, jak půjde na jednání vlády, ještě není znám. Nicméně exekutiva má zájem na rychlém projednání novely v režimu legislativní nouze tak, aby postihla hlavní sezónu roku 2013, tedy s očekávanou platností od 1.4.2013.* (Asociace cestovních kanceláří ČR)

Později, 25. ledna 2013, vydal server Krachy cestovek článek pod názvem *Novelizace špatného zákona o cestovním ruchu se opět odsouvá*, kde se píše: *legislativní rada vlády odložila projednávání novely zákona o podnikání v cestovním ruchu* a dále se zmiňuje i o prohlášení ministra Kamila Jankovského: *Zhruba před dvěma týdny totiž prohlásil, že novela bude platit asi až od září, tedy po letošní turistické sezoně.* (Krachy cestovek)

2.1.2 Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání

Provozování CK se považuje za živnost koncesovanou, kdy podnikatelé, kteří chtějí prodávat zájezdy zákazníkům, musí splnit podmínky jak pro získání živnosti, tak i plnit další zákonem uložené povinnosti při provozování CK. Provozování CA bylo do konce roku 2012 živností vázanou, od 1.1.2013 lze tuto živnost díky zákonu č. 169/2012 Sb., který novelizuje živnostenský zákon, najít v příloze č. 4 tohoto zákona. V seznamu volných živností, kdy pro získání koncese stačí pouze splnit všeobecné podmínky k provozování živnosti. Je tedy úředně snazší založit cestovní agenturu než cestovní kancelář. (Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání)

2.1.3 Z judikatury

Nejvyšší soud ČR soudil jen malé množství případů, které se alespoň částečně dotýkaly cestovní smlouvy. Zde je několik zajímavých rozhodnutí dotýkajících se problematiky související s cestovními smlouvami a podnikáním CK, jež uvádí komentář k občanskému zákoníku.

Rozhodnutí odvolacího soudu pod NS sp. zn. 26 Cdo 447/2005 uvádí: *Spočívá na závěru, že žalovaná jako obstaravatel zájezdu poskytla žalobkyni vadné plnění, které neodpovídalo uzavřené smlouvě a vadné plnění je protiprávním jednáním (porušením smlouvy). V důsledku vadného plnění dle obstaravatelské smlouvy byla žalobkyni způsobena škoda při nehodě autobusu na zahraničním zájezdu, neboť předmětem obstaravatelské smlouvy bylo i obstarání přepravy autobusem v průběhu zájezdu a je nerozhodné, že provozovatelem autobusu byl subjekt odlišný od žalované. Žalovaná za vzniklou škodu tak odpovídá podle ust. § 420 obč. zák. a není třeba zkoumat zavinění příslušného pracovníka žalované přímo na místě v souvislosti se stavem autobusu a odvolací soud odkázal na rozsudek Nejvyššího soudu sp. zn. 25 Cdo 1958/98, ze dne 23. 8. 2000 a R 12/89 a R 4/81). Ze skutkových zjištění soudů vyplývá, že v rámci obstarání zájezdu do J. republiky žalovaný jako cestovní kancelář obstarával i dopravu, při níž došlo v J. republice k havárii a při níž byla žalobkyně zraněna a je nerozhodné, že žalovaná nebyla v přímém smluvním vztahu s dopravcem, ale dopravu zajišťovala prostřednictvím j. touroperátora.* (Komentář k občanskému zákoníku, s 2404)

NS sp. zn. 32 Odo 1195/2003: Služby obsažené v ceně zájezdu nebyly poskytnuty v plném rozsahu a kvalitě, žalobce reklamoval jejich vadné plnění jak přímo na místě, tak okamžitě po návratu ze zájezdu, má proto právo na přiměřenou slevu ze zájezdu. Soudem prvního stupně přiznanou slevu ve výši 30% ceny zájezdu shledal odvolací soud za odpovídající „ztížení podmínek rekreace“, vadám plnění žalované, jak byly zjištěny již soudem prvního stupně a odvolací soud je znovu podrobně připomenul, a to bez ohledu na kalkulaci cen jednotlivých služeb, z nichž se celková cena zájezdu skládala. (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2408)

V obou případech se jedná o plnění, poskytnuté vadně, nekvalitně a nedostatečném rozsahu. Zřejmě CK neuznala reklamaci svého zákazníka a ten se následně obrátil na příslušný soud, aby mohl uplatnit své nároky, skutečnosti mohly být přezkoumány a na základě prokazatelných důkazů soud rozhodl o nesprávném rozhodnutí (zamítnutí) CK o reklamaci poskytnutých služeb.

Sou R NS č. C 1333 – NS sp. zn. 25 Cdo 27/2001: Jestliže obstaratel objednanou záležitost neobstaral, stává se záloha, poskytnutá mu na odměnu podle smlouvy objednatelem, bezdůvodným obohacením získaným plněním, jehož právní důvod dodatečně odpadl. (J. Švestka, J. Spáčil, M. Škárová, M. Hulmák a kolektiv, 2009)

2.2 Vybrané pojmy

2.2.1 Cestovní ruch

Návrh definice cestovního ruchu přijali účastníci tehdejší Světové organizace cestovního ruchu (WTO), kdy se cestovním ruchem rozumí: *činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.* Nevylučují se ale služební, obchodní a podobné cesty s pracovní motivací hrazené zaměstnavatelem v místě bydliště anebo firmy. *Definice WTO vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci.* (Hesková a kol., 2011, s. 8)

Charles R. Goeldner a J. R. Brent Ritchie v knize Tourism definici, charakterizující cestovní ruch jako procesy, činnosti a výsledky vyplývající ze vztahů a interakce mezi turisty, dodavateli, hostitelských vlád, hostitelských komunit a okolního prostředí, které jsou zapojeny do získávání a hostování návštěvníků. (CH. R. Goeldner & J.R. Brent Ritchie, 2009, s. 6)

Kniha Tourism: Pricniples and practice obsahuje definici cestovního ruchu jak ze strany poptávky, tak ze strany nabídky. Ze strany poptávky jde o činnosti osob, které cestují a pobývají v místech mimo jejich obvyklé prostředí nepřesahující jeden rok, pro volný čas, podnikání a jiné účely. Ze strany nabídky existují dva základní přístupy k definování cestovního ruchu – koncepční (popisný) a technický. Koncepční říká, že odvětví cestovního ruchu se skládá ze všech firem, organizací a zařízení, které jsou určeny k uspokojování specifických potřeb a přání turistů. Technický přístup jej charakterizuje jako spektrum cestovního ruchu a organizací, od těch, které zcela slouží turistům k těm, kteří slouží i místním obyvatelům a dalším trhům. (CH. COOPER, & J. FLETCHER & A. FYALL & D. GILDBERT & S. WANHILL, 2008, s. 11)

V české verzi (české technické normě) evropské normy EN 13809 Služby cestovního ruchu – Cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) – Terminologie, se pod cestováním a cestovním ruchem rozumí *činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovně nebo z jiných důvodů*. (Hesková a kol., 2011, s. 9)

Pro Českou republiku představuje cestovní ruch významnou součást její ekonomiky. Jak uvedla analytička CzechTourism Ing. Hana Fojtáchová (2005): *Česká republika má mimořádné předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu vzhledem ke svému kulturnímu a přírodnímu bohatství. Z hlediska mezinárodního cestovního ruchu hraje důležitou úlohu i její poloha ve středu Evropy a sousedství se zeměmi EU.* Ačkoli se celková platební bilance státu pohybuje v záporných číslech, platební bilance za cestovní ruch se drží v číslech kladných (podíl cestovního ruchu na HDP je cca 2,7 %). (CzechTourism)

2.2.2 Zákazník (spotřebitel, návštěvník)

Označení pro osobu využívající služby cestovních kanceláří a agentur existují různá: zákazník, spotřebitel, účastník cestovního ruchu a další označení. V každém případě se jedná o subjekt cestovního ruchu, který je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Zákon č. 159/1999 Sb. uvádí zákazníka jako *osobu, která uzavře s cestovní kanceláří cestovní smlouvu, nebo osobu, v jejíž prospěch byla tato smlouva uzavřena. Zákazníkem je i osoba, na kterou byl zájezd převeden za podmínek stanovených zvláštním právním předpisem.* (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

Hesková a kolektiv (2011) na návštěvníka pohlížejí takto: *z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase*. (Hesková a kol., 2011, s. 11)

Komentář k občanskému zákoníku uvádí spotřebitele (ve smyslu směrnice 90/314 EHS) obecně jako osobu, tedy právnickou i fyzickou. Podle obecného chápání spotřebitele v právu Evropského společenství převládá názor, že spotřebitelem představuje výlučně osoba fyzická. (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2382)

Shrnu-li stručně všechny uvedené definice, pak je spotřebitel produktu cestovního ruchu fyzická, případně právnická osoba, která uspokojuje své potřeby spotřebováváním statků cestovního ruchu mimo místo svého trvalého bydliště, aniž by se jednalo o výkon výdělečné činnosti v daném místě a která s cestovní kanceláří nebo s cestovní agenturou uzavírá cestovní smlouvu nebo v jejíž prospěch byla cestovní smlouva uzavřena.

2.2.3 Zájezd

Podle zákona č. 159/1999 Sb. se zájezdem rozumí: *předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování přes noc, dopravu, ubytování nebo jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu.* Tato definice se považuje za pozitivní vymezení zájezdu. Za negativní vymezení zájezdu pak zákon stanoví: *Zájezdem podle tohoto zákona není kombinace služeb cestovního ruchu prodávaná jinému podnikateli za účelem jeho dalšího podnikání, nebo jejíž nabídka a prodej nesplňuje znaky živnostenského podnikání.* (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

Směrnice 90/314/EHS termín zájezd neužívá, odpovídá mu pojem „soubor služeb". (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2383)

Nový občanský zákoník tuto definici pozmění na: *Platí, že zájezd je soubor služeb cestovního ruchu, pokud je uspořádán na dobu delší než dvacet čtyři hodiny nebo zahrnuje-li přenocování a obsahuje-li alespoň dvě z těchto plnění: a) ubytování, b) dopravu, c) jinou službu cestovního ruchu, která není doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část souboru nabízených služeb.* Už neuvádí sousloví *předem sestavená kombinace služeb* jako původní znění definice. (nový Občanský zákoník)

2.3 Cestovní kancelář

Cestovní kanceláře (touroperátoři) představují podnik cestovního ruchu, který sestavuje, organizuje, nabízí a prodává tzv. balíčky služeb cestovního ruchu, resp. zájezd. Dochází ke spolupráci těchto podniků na národní, mezinárodní i světové úrovni. V rámci ČR se jedná o sdružení subjektů domácího i zahraničního cestovního ruchu

oprávněných k činnosti na území České republiky, konkrétně dvou sdružení, a to ACK ČR (Asociace cestovních kanceláří České republiky) a AČCKA (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur). Z mezinárodní spolupráce lze uvést například Evropské sdružení národních asociací cestovních kanceláří a touroperátorů (ECTAA), ze světové spolupráce se jedná například o Světové sdružení cestovních kanceláří (WATA).

Zákon č. 159/1999 Sb. v § 2 definuje provozovatele cestovní kanceláře: *podnikatel, který je na základě koncese oprávněn organizovat, nabízet a prodávat zájezdy. Cestovní kanceláří je také osoba, která má v době podpisu cestovní smlouvy sídlo nebo místo podnikání v jiném členském státě Evropské unie nebo v jiném státě tvořícím Evropský hospodářský prostor, než je Česká republika*.

CK může prodávat své produkty jiným cestovním kancelářím a cestovním agenturám nebo případně jiným osobám (např. dopravci, pořadatelé kulturních a společenských akcí aj.), zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou CK, v tomto případě musí ale cestovní smlouva být uzavřena jménem CK, pro kterou je zájezd zprostředkováván. (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

2.3.1 Podmínky vydání koncesní listiny

Stanovisko pro vydání koncese k provozování CK vydává MMR na základě posouzení podkladů předložených žadatelem. *Žadatel o koncesní listinu na provozování cestovní kanceláře ke své žádosti připojí smlouvu s pojišťovnou o pojištění ve stanoveném rozsahu, podnikatelský záměr, včetně bližších údajů o své činnosti* a rovněž prohlášení, že *v posledních 5 letech bylo zrušeno živnostenské oprávnění k provozování CK nebo CA z důvodu porušení povinností uložených zákonem nebo z důvodu jejího úpadku fyzické osobě, která je žadatelem nebo statutárním orgánem nebo jeho členem, pokud je žadatelem právnická osoba, právnické osobě, jejímž statutárním orgánem nebo členem tohoto orgánu byla fyzická osoba, která je žadatelem, právnické osobě, jejímž statutárním orgánem nebo členem tohoto orgánu byla fyzická osoba, která je statutárním orgánem nebo členem statutárního orgánu právnické osoby, která je žadatelem.* Splní-li žadatel uvedené skutečnosti, ministerstvo vydá kladné stanovisko, není-li splněna nějaká z uvedených skutečností, ministerstvo by mělo vydat záporné stanovisko. Nebude-li CK během svého podnikání pojištěna pro případ úpadku, je povinna ona i pojišťovna, která ji dosud pojišťovala, tuto skutečnost oznámit MMR,

které následně koncesi odebere. (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

2.3.2 Některé povinnosti cestovní kanceláře při prodeji zájezdu

Výčet povinností CK stanoví § 11 zákona č. 159/1999 Sb. *Porušení povinností se považuje za závažný způsob porušení podmínek stanovených zvláštním právním předpisem ve smyslu živnostenského zákona.*

Za hlavní povinnosti ukládá cestovním kancelářím povinnost mít po celou dobu své podnikatelské činnosti uzavřenou pojistnou smlouvu, nesmí zprostředkovávat prodej zájezdů pro subjekt, který není CK a je povinna označit provozovnu a propagační a jiné materiály určené zákazníkovi slovy „cestovní kancelář“, neobsahuje-li toto označení již obchodní firma. CK je dále povinna předložit před uzavřením cestovní smlouvy zájemci na jeho žádost k nahlédnutí doklad o pojištění záruky pro případ úpadku CK a při zprostředkování prodeje zájezdu pro jinou CK dodržet, mimo jiné, i povinnost zájemci předložit před uzavřením cestovní smlouvy na jeho žádost k nahlédnutí doklad o pojištění záruky pro případ úpadku organizující CK. *Cestovní kancelář je povinna před uzavřením cestovní smlouvy v katalogu, případně jinou prokazatelnou formou pravdivě, srozumitelně, úplně a řádně informovat o všech skutečnostech, které jsou jí známy a které mohou mít vliv na rozhodnutí zájemce o koupi zájezdu, zejména o termínu zahájení a ukončení zájezdu, ceně zájezdu, včetně časového rozvrhu plateb a výši zálohy, případech, kdy je zákazník povinen zaplatit cestovní kanceláři odstupné při odstoupení od cestovní smlouvy, a o výši tohoto odstupného, místě určení cesty nebo pobytu, druhu dopravního prostředku (hlavní charakteristické znaky nebo třídy), ubytování (poloha, kategorie, stupeň vybavenosti a hlavní charakteristické znaky), stravování, předpokládané trase cesty, včetně časů a míst zastávek, pasových a vízových požadavcích pro občany České republiky a zdravotních formalitách, které jsou nutné pro cestu a pobyt, a o obvyklých cenách a lhůtách pro jejich vyřízení, o tom, zda je pro zájezd požadován minimální počet zákazníků včetně termínu, kdy nejpozději před odjezdem musí být zákazníku oznámeno, že nebylo tohoto minimálního počtu dosaženo a cestovní kancelář zájezd ruší, rozsahu a podmínkách pojištění zákazníka (rozsah pojistného plnění, podmínky pro uplatnění nároku zákazníka, pojišťovna, s níž má uzavřeno pojištění), programu v místě pobytu, lhůtě, ve které může zákazník oznámit, že se zájezdu místo něho zúčastní jiná osoba, pokud jsou důvody pro její stanovení, a o podmínkách, které musí účastník zájezdu splňovat, pokud jsou důvody pro jejich*

stanovení, možnosti uzavřít individuální pojištění zákazníka pro cesty a pobyt včetně pojištění pro případ, že zákazníkovi vzniknou náklady v souvislosti s jeho odstoupením od cestovní smlouvy, pokud toto pojištění není zahrnuto v ceně zájezdu. (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

Zákon v § 852d ukládá CK i tzv. informační povinnost: *Cestovní kancelář je povinna nejpozději 7 dnů před zahájením zájezdu poskytnout zákazníkovi písemně další podrobné informace o všech skutečnostech, které jsou pro zákazníka důležité a které jsou jí známy, pokud nejsou obsaženy již v cestovní smlouvě nebo v katalogu. Mimo jiné se jedná především o polohu, kategorii, stupeň vybavenosti a hlavní charakteristické znaky ubytování, je-li součástí zájezdu, dále druh, charakteristiku a kategorii dopravního prostředku, údaje o trase cesty v případě, je-li součástí zájezdu doprava a způsob a rozsah stravování, je-li součástí zájezdu. Nesmí chybět „jméno, adresa a telefonní číslo osoby, na kterou se zákazník v nesnázích v průběhu zájezdu může obrátit s žádostí o pomoc, zejména místního zástupce cestovní kanceláře a adresu a telefonní číslo zastupitelského úřadu, informace o možnosti uzavřít pojištění pro případ, že zákazníkovi vzniknou náklady v souvislosti s jeho odstoupením od cestovní smlouvy, pokud toto pojištění není zahrnuto v ceně zájezdu* a další potřebné informace. *Je-li cestovní smlouva uzavřena v době kratší než 7 dnů před zahájením zájezdu, musí cestovní kancelář informační povinnost splnit již při uzavření cestovní smlouvy.* (Občanský zákoník)

Nejzazším termínem pro splnění informační povinnosti je 7 dnů před zahájením zájezdu (pořádková lhůta). *Právo domáhat se splnění povinnosti svědčí spotřebiteli až 6 dnů před zahájením zájezdu.* Nesplnění informační povinnosti může být důvodem k odstoupení od smlouvy, kdy následně CK nemá právo na odstupné, a zákazník má právo na vrácení poskytnutého plnění. *Vedle práva na odstoupení od smlouvy připadá v úvahu náhrada škody (§ 420).* (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2393)

2.3.3 Povinné pojištění záruky a úpadek cestovní kanceláře

Na rozdíl od CA, má CK povinnost sjednat si pojištění záruky pro případ jejího úpadku, na jehož základě vzniká zákazníkovi právo na plnění v případech, kdy CK z důvodu svého úpadku neposkytne zákazníkovi: *dopravu z místa pobytu v zahraničí do České republiky, pokud je tato doprava součástí zájezdu, nevrátí zákazníkovi zaplacenou zálohu nebo cenu zájezdu v případě, že se zájezd neuskutečnil, nebo nevrátí*

zákazníkovi rozdíl mezi zaplacenou cenou zájezdu a cenou částečně poskytnutého zájezdu v případě, že se zájezd uskutečnil pouze zčásti.

Pojistná smlouva musí být sjednána podle tohoto zákona tak, aby se pojištění vztahovalo na veškeré zájezdy prodané v době platnosti pojistné smlouvy, tj. *na pojistnou částku minimálně 30 % ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů nebo v případě, že tyto tržby mají být nižší než tržby v předchozím roce, na pojistnou částku minimálně 30 % těchto tržeb v předchozím roce.* Ledaže cestovní kancelář uzavře pojistnou smlouvu novou. Pojišťovna předá CK pojistku a doklady určené zákazníkům, které musí obsahovat informace o uzavřeném pojištění, zejména označení pojišťovny, podmínky pojištění a způsob oznámení pojistné události; cestovní kancelář je povinna předat tento doklad zákazníkovi současně s cestovní smlouvou. *Všeobecné pojistné podmínky stanoví, jakou částkou se cestovní kancelář podílí na pojistné události, způsob její úhrady pojišťovně a zúčtování vůči cestovní kanceláři, bližší podmínky jejího použití a případy, kdy je pojišťovna povinna nepoužitou částku cestovní kanceláři vrátit. Výše částky, kterou se cestovní kancelář podílí na plnění z pojistné události, nesmí být nižší než 2 % ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů.* (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

V dnešní době vystupují na českém trhu stovky cestovních kanceláří. Navzdory přibývajícím krachům, počet CK roste už sedmým rokem po sobě. Jen během roku 2012 (stav k 22.11.2012) zkrachovalo 8 CK kvůli finančním problémům. Jedná se o CK Filip, CK Redgreentours, Majestic Travel, CK Asteri tour, BG Travel, Globaltour, Dolce Vita, Pradok a World Travel.

Aktuální problém představuje neúplné plnění pojišťoven při neuskutečnění zájezdu z důvodu úpadku CK, který podmínil vytvoření novely zákona č. 159/1999 Sb. Zvláště se to týká pojišťovny Generali a.s. odvolávající se na pojistnou smlouvu uzavřenou s CK, resp. na pojistnou částku a na zákon o pojistné smlouvě. Její tvrzení podporují i další pojišťovny. AČCKA zastává opačný názor opírající se o letošní (2012) verdikt Evropského soudního dvora, který 16.2.2012 rozhodl, že klient je chráněn pro případ úpadku CK i v případě jejího podvodného jednání. (Finance iDNES.cz)

Pojišťovna Generali na stránkách www.generali.cz tvrdí, že odpovědnost za výši pojistné částky, resp. za horní hranici pojištění, nese CK a konkrétní částka pojištění záleží jen na jejím rozhodnutí. *Podle zákona o pojistné smlouvě je pojistné plnění pojistitele omezeno horní hranicí, kterou je limit pojistného plnění. Je vždy stanoven*

cestovní kanceláří. Je tedy na její odpovědnosti, aby si sjednala pojištění na takovou částku, která odpovídá zákonným požadavkům a je zároveň dostatečná vzhledem k rozsahu jí poskytovaných služeb. Aktuální kroky MMR a asociací cestovních kanceláří považujeme za nešťastné. (Generali Pojišťovna a.s.)

ACK ČR a MMR se proti tvrzení pojišťovny Generali, a.s. brání a s jejich odůvodněními plně souhlasím. *Zákon přiřkl pojišťovnám všechny nástroje, aby přiměřenost pojistné částky mohly posoudit (možnost vyžádat si všechny údaje). Pokud by se do úpadku dostala cestovní kancelář, která porušila zákon a ve skutečnosti měla v prodeji současně větší objem zájezdů, než odpovídá pojistce, nejsou to klienti, kdo by měl nést následky. Toto stanovisko sdílí i tvůrce zákona – ministerstvo pro místní rozvoj. Pojišťovně proto dává zákon č.159/1999 Sb. právo domáhat se náhrady škody na dotyčné cestovní kanceláři.* Musím dodat, že zákon o pojistné smlouvě uvádí rovněž i možnost úpravy podle zvláštního právního předpisu, jemuž by mohl odpovídat právě zákon č. 159/1999 Sb. (Asociace cestovních kanceláří ČR)

Z popudu občanů vznikly internetové stránky Krachy cestovek, jež představují portál o praktikách neseriózních a neúspěšných podnikatelů v cestovním ruchu. *Až příliš často se stává, že lidé, kteří tyto cestovky vlastnili anebo byli jejich představiteli, podnikají v oboru cestovního ruchu dál.* Na tyto podnikatele, a na jejich nové firmy chce občanská iniciativa Stop krachům cestovek! průběžně upozorňovat prostřednictvím těchto stránek a chce také pomoci klientům zkrachovalých CK k tomu, aby se co nejrychleji dostali ke svým penězům. Myslím, že spotřebitelům poskytují užitečné informace a mohou jim případně ušetřit peníze a problémy, a že jako sdružení mají větší šanci na uplatnění svých práv než jednotlivec. (Krachy cestovek)

2.4 Cestovní agentura

Cestovní agentura představuje pouze zprostředkovatele mezi zákazníkem a CK. *Zákazník se musí z informací, které agentura zákazníkovi poskytuje, hned v počátku jednání dozvědět, že zájezd si kupuje od jiného subjektu, než je cestovní agentura.* (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2381)

Provozovatel cestovní agentury je podnikatel, který je oprávněn na základě ohlášení volné živnosti nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu, organizovat kombinace služeb cestovního ruchu a nabízet je a prodávat jiné cestovní kanceláři za účelem jejího dalšího podnikání, zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb

cestovního ruchu pro jinou cestovní kancelář nebo cestovní agenturu, případně pro jiné osoby (dopravce, pořadatele kulturních společenských a sportovních akcí apod.), zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou cestovní kancelář; cestovní smlouva v těchto případech musí být uzavřena jménem cestovní kanceláře, pro kterou je zájezd zprostředkováván, prodávat věci související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty. Cestovní agentura nesmí zprostředkovávat prodej zájezdu pro subjekt, který není cestovní kanceláří. (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

2.4.1 Některé povinnosti cestovní agentury při prodeji zájezdu

Cestovní agentura musí označit svou provozovnu, propagační a další materiály určené zákazníkovi slovy „cestovní agentura“, pokud označení neobsahuje obchodní firma. Dále vždy informovat zákazníka, pro kterou CK prodej zájezdu zprostředkovává a před uzavřením cestovní smlouvy zájemci předložit doklad o pojištění pro případ úpadku dané CK. Zprostředkuje-li prodej zájezdu s využitím komunikačních prostředků na dálku, je povinna zájemci poskytnout stejné informace jako CK v katalozích nebo v jiné formě. (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

2.5 Cestovní smlouva

Řadí se do spotřebitelských smluv a upravuje ji zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník. *Cestovní smlouva stanoví práva a povinnosti obou stran v době od uzavření cestovní smlouvy do zahájení zájezdu, v době průběhu zájezdu i po jeho skončení. Svou podrobností se poněkud tato úprava vymyká úpravě ostatních smluvních typů. Je to dáno tím, že ustanovení jsou vlastně implementací směrnice Evropských společenství č. 90/314/EHS do našeho právního řádu.* (Bucharová & Kocová, 2000, s. 9)

Úvodní paragraf (852a) týkající se cestovní smlouvy stanoví: *Cestovní smlouvou se provozovatel cestovní kanceláře zavazuje, že zákazníkovi poskytne zájezd a zákazník se zavazuje, že zaplatí smluvenou cenu.* (Občanský zákoník)

První ustanovení o cestovní smlouvě představuje definici smluvního typu, který může být sjednán mezi B2C (podnikatel a spotřebitel), ale i mezi B2B či B2G (podnikatelé mezi sebou). (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2380)

Návrh cestovní smlouvy může CK i zákazník, ale předložení návrhu zákazníkem je (podle serveru finance.cz) chápáno jako forma či výzva k jednání s CK. Občanský zákoník stanoví: *Návrh cestovní smlouvy předkládá zákazníkovi cestovní kancelář. Jedno vyhotovení cestovní smlouvy je po jejím uzavření cestovní kancelář povinna předat zákazníkovi. Spolu s cestovní smlouvou je cestovní kancelář povinna předat zákazníkovi doklad o pojištění vystavený pojišťovnou.* (Občanský zákoník)

V dnešní době může zákazník uzavřít smlouvu přes internet. Návrh cestovní smlouvy zašle CK zákazníkovi a pokud on souhlasí, podepíše ji a fyzicky odešle CK nebo CA. Samozřejmě vyšší kvality komunikace a informovanosti dosáhnou smluvní strany, uzavírá-li se cestovní smlouva v kamenné prodejně CK či CA.

V případě uzavření cestovní smlouvy ve prospěch třetí osoby, je třeba považovat za zákazníka jak smluvní stranu, která s cestovní kanceláří kontrakt sjednala, tak i osobu oprávněnou k obdržení plnění, jakmile projevila vůli plnění přijmout. To znamená, že CK vznikly dva právní vztahy, kdy osoba sjednávající kontrakt odpovídá za úhradu ceny a osoba oprávněná, které práva svědčí. (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2382)

2.5.1 Náležitosti cestovní smlouvy (§ 852b)

Cestovní smlouva musí být písemná a musí obsahovat některé podstatné náležitosti, bez kterých by smlouva byla absolutně neplatná, jednalo by se tedy o úkon, z něhož by nevznikaly žádné povinnosti ani práva smluvních stran (tj. písemná forma, označení smluvních stran, vymezení zájezdu a cena zájezdu) a ty podstatné náležitosti způsobující neplatnost pouze relativní (způsob uplatnění nároků plynoucí z porušení povinnosti CK, výše odstupného odstoupí-li od smlouvy zákazník a další náležitosti definované v § 852b odst. 3), tedy kdy právní úkon má za následek vznik práv a povinností a považuje se za platný, nedovolá-li se neplatnosti ten, kdo je takovým úkonem dotčen. (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2390)

Podstatné náležitosti cestovní smlouvy podle občanského zákoníku: vymezení zájezdu (zejména termín jeho zahájení a ukončení, uvedení všech poskytovaných služeb zahrnutých ceny zájezdu, místo a dobu jejich trvání; vymezení zájezdu může být nahrazeno odkazem na katalog), cenu zájezdu (časový rozvrh plateb a výši zálohy), způsob uplatnění nároků zákazníkem plynoucí z porušení právní povinnosti CK, výši odstupného, další platby za služby, jejichž cena není zahrnuta v ceně zájezdu (rovněž

údaje o počtu a výši plateb), je-li součástí zájezdu doprava (druh, charakteristika a kategorii dopravního prostředku, údaje o trase cesty), je-li součástí zájezdu stravování, (jeho způsob a rozsah), je-li realizace zájezdu podmíněna dosažením minimálního počtu zákazníků (lhůta, ve které nejpozději musí CK zákazníka písemně informovat o případném zrušení zájezdu), jsou-li podmínky, které musí účastník zájezdu splňovat (uvedení podmínek) a lhůtu, ve které může zákazník oznámit, že se zájezdu místo něho zúčastní jiná osoba. (Občanský zákoník)

2.5.2 Zvýšení ceny zájezdu (§ 852c)

CK může v případech stanovených zákonem jednostranně zvýšit cenu zájezdu s tím, že je přesně stanoven způsob výpočtu jejího zvýšení (alespoň v rozsahu týkajícím se výpočtu ceny za dopravu a s ní spojených plateb a směnných kurzů) a je-li tak ve smlouvě sjednáno, resp. ve smluvních podmínkách. *Cena zájezdu uvedená v cestovní smlouvě však nesmí být jednostranně zvýšena během 20 dnů před zahájením zájezdu. Cenu zájezdu takto lze zvýšit jen v případě, že dojde ke zvýšení ceny za dopravu včetně cen pohonných hmot, nebo plateb spojených s dopravou, např. letištních a přístavních poplatků, které jsou zahrnuty v ceně zájezdu, nebo směnného kursu české koruny použitého pro stanovení ceny zájezdu v průměru o více než 10 % pokud k této změně dojde do jednadvacátého dne před zahájením zájezdu. Písemné oznámení o zvýšení ceny musí být zákazníkovi odesláno nejpozději 21 dní před zahájením zájezdu, jinak cestovní kanceláři vznikne právo na zaplacení rozdílu v ceně zájezdu.* (Občanský zákoník)

Oznámení se stává účinným okamžikem doručení zákazníkovi. Nebylo-li oznámení odesláno ve stanovené lhůtě, nevzniklo právo cestovní kanceláře na zvýšení ceny. (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2391)

2.5.3 Změny (§ 852e, § 852f)

Je-li cestovní kancelář nucena z objektivních důvodů před zahájením zájezdu změnit podmínky smlouvy, může navrhnout zákazníkovi změnu cestovní smlouvy. Pokud navrhovaná změna cestovní smlouvy vede i ke změně ceny zájezdu, musí být v návrhu nová cena uvedena. Navrhne-li cestovní kancelář změnu cestovní smlouvy, má zákazník právo rozhodnout, zda bude se změnou cestovní smlouvy souhlasit, nebo zda od cestovní smlouvy odstoupí. Pokud zákazník ve lhůtě určené cestovní kanceláří, která nesmí být kratší než 5 dnů od doručení návrhu na změnu cestovní smlouvy zákazníkovi, od smlouvy neodstoupí, má se za to, že s její změnou souhlasí. (Občanský zákoník)

Tento zákon pamatuje i na okolnosti, při kterých se zákazník uvedený na cestovní smlouvě nemůže zájezdu zúčastnit. Zákazník před zahájením zájezdu může písemně oznámit CK, že se místo něj účastní zájezdu jiná osoba a uvede její osobní údaje. *Dnem doručení oznámení se osoba v něm uvedená stává zákazníkem. Oznámení musí obsahovat prohlášení nového zákazníka, že souhlasí s uzavřenou cestovní smlouvou. Původní a nový zákazník společně a nerozdílně odpovídají za zaplacení ceny zájezdu a úhradu nákladů, pokud takové náklady cestovní kanceláři v souvislosti se změnou zákazníka vzniknou.* CK nemusí se změnou souhlasit a většinou si za změnu účtuje poplatky spojené s touto změnou. (Občanský zákoník)

Jestliže zákazník nedodrží písemnou formu oznámení změny CK, stává se jednostranný adresný právní úkon zákazníka absolutně neplatný (§40). *Souhlas nového zákazníka je jen potvrzením již uzavřeného smluvního ujednání mezi původním a novým oprávněným (zákazníkem), jehož smyslem je notifikace tohoto smluvního převodu povinnému (cestovní kanceláři); neobsahovalo-li by oznámení prohlášení nového zákazníka, že souhlasí s uzavřenou cestovní smlouvou, jednalo by se o absolutně neplatný právní úkon.* (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2396)

2.5.4 Odpovědnost cestovní kanceláře a reklamace zájezdu

Cestovní kancelář odpovídá za porušení závazků v cestovní smlouvě, bez ohledu na to, zda tyto závazky měly být splněny cestovní kanceláří nebo jinými dodavateli služeb cestovního ruchu poskytovaných v rámci zájezdu. *Cestovní kancelář se může odpovědnosti za škodu způsobenou odstoupením od cestovní smlouvy zprostit jen tehdy, prokáže-li, že ke zrušení zájezdu došlo v důsledku neodvratitelné události, které nemohla cestovní kancelář zabránit ani při vynaložení veškerého úsilí, které lze požadovat a prokáže-li, že tuto škodu nezavinila ona ani jiní dodavatelé služeb cestovního ruchu poskytovaných v rámci zájezdu a škoda byla způsobena zákazníkem nebo třetí osobou, která není spojena s poskytováním zájezdu, pokud tuto skutečnost nebylo možné předpokládat nebo byla nevyhnutelná, nebo neodvratitelnou událostí, které nemohlo být zabráněno ani při vynaložení veškerého úsilí, které lze požadovat.* (Občanský zákoník)

Cestovní kancelář tak odpovídá např. za škodu na věcech vnesených zákazníkem, odpovídá za škodu na zdraví způsobenou havárií při dopravě zákazníků atd. Cestovní kancelář bude rovněž zodpovědná za imateriální újmu způsobenou rodinným

příslušníkům např. v případě smrti osoby při realizaci zájezdu (tzv. nezajištění bezpečné dopravy) apod. Zákazník musí uplatnit svá práva u cestovní kanceláře bez zbytečného odkladu; lhůta je pořádková, tj. její nedodržení nemá za následek zánik práva. Pokud však zákazník neuplatní svá práva ve lhůtě 3 měsíců od skončení zájezdu nebo od doby, kdy měl zájezd skončit, kdyby se býval byl uskutečnil, právo marným uplynutím prekluzivní lhůty zaniká. Forma uplatnění nároků není dána. Ačkoliv práva je třeba uplatnit ve stanovené lhůtě u cestovní kanceláře, lhůta bude rovněž zachována v případě, že právo bude uplatněno u zprostředkující cestovní kanceláře či cestovní agentury. (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2403)

Reklamace vadně poskytnutých služeb slouží spotřebiteli jako nástroj pro zpětné získání svých peněz. Podkladem pro reklamaci je cestovní smlouva se všemi zákonem stanovenými náležitostmi. Veškeré služby i specifické požadavky v ní zanesené, dávají spotřebiteli právo na jejich plnění v takové kvalitě, jaké požaduje. Pokud služby nebyly zákazníkovi poskytnuty vůbec či byly poskytnuty vadně, náleží mu právo na slevu z ceny zájezdu, a to ve výši rozdílu bezvadného a vadného plnění.

Nesplní-li cestovní kancelář své povinnosti vyplývající z cestovní smlouvy nebo tohoto zákona řádně a včas, musí zákazník uplatnit své právo u cestovní kanceláře bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 3 měsíců od skončení zájezdu, nebo v případě, že se zájezd neuskutečnil, ode dne, kdy měl být zájezd ukončen podle cestovní smlouvy, jinak právo zaniká. Cestovní kancelář má 30 dní na vyřízení po převzetí reklamace od zákazníka, a buď přizná slevu z ceny zájezdu, nebo stížnost odmítne s tím, že určitým událostem nešlo předejít, tzv. odvolá se na vyšší moc. (Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

Zákon o ochraně spotřebitele navíc v problematice reklamace, zvláště lhůtě pro vyřízení reklamace stanoví: *Po uplynutí této lhůty má spotřebitel stejná práva, jako by se jednalo o vadu, kterou nelze odstranit.* (Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele)

Vyskytne-li se důvod k reklamaci, měl by spotřebitel vše začít řešit již na místě s delegátem nebo průvodcem a požádat o nápravu nebo o písemný doklad o případných nedostatcích. Písemné potvrzení si může obstarat i u personálu nebo poskytovatele dané služby. V každém případě je pro případ dalšího řešení si veškeré nedostatky sepsat a nafotit či jiným způsobem zdokumentovat. Neuspěje-li spotřebitel s reklamací u CK, může se svého práva domáhat u soudu.

Nad rámec českých reklamačních pravidel existují i mezinárodní garance. Jde o tzv. evropský standard při řešení reklamací označovaný jako ITQ kodex, jehož součástí je i pojištění ztráty radosti z dovolené. *Koncem roku 2008 ho představila Cestovní kancelář Fischer a Evropská cestovní pojišťovna.* Dále: *Představuje systém poskytování reklamačních náhrad. České cestovní kanceláře ho znají z praxe německých cestovních kanceláří pod názvem Frankfurtská tabulka slev, která taxativně uvádí výši slev, na něž má zákazník nárok v případě, že cestovní kancelář nesplní své sliby.* Kodex přímo nekopíruje Frankfurtskou tabulku slev. *V případě, že výše náhrad přesáhne polovinu ceny zájezdu, poskytne se odškodnění za ztrátu radosti z dovolené.* Kompenzační tabulka je uvedena v příloze č. 6. (Orieška, 2010, s. 283)

2.5.5 Odstoupení od smlouvy (§ 852g)

Zákazník může od smlouvy odstoupit před zahájením zájezdu z jakéhokoli důvodu, CK pouze v případech stanovených zákonem. *Odstoupí-li cestovní kancelář od cestovní smlouvy z důvodu zrušení zájezdu nebo odstoupil-li zákazník od smlouvy z důvodu nesouhlasu se změnou cestovní smlouvy předložené cestovní kanceláří, má zákazník právo požadovat, aby mu cestovní kancelář na základě nové cestovní smlouvy poskytla jiný zájezd nejméně v kvalitě odpovídající původní cestovní smlouvě, může-li cestovní kancelář takový zájezd nabídnout.* V případě nižší ceny nového zájezdu CK vrátí zákazníkovi rozdíl. *Zruší-li cestovní kancelář zájezd ve lhůtě kratší než 20 dnů před termínem jeho zahájení, je povinna uhradit zákazníkovi pokutu ve výši 10 % z ceny zájezdu. Právo zákazníka na náhradu škody tím není dotčeno.* (Občanský zákoník)

2.5.5.1 Odstupné a vrácení plnění (§ 852h)

Není-li důvodem odstoupení zákazníka porušení povinnosti cestovní kanceláře stanovené cestovní smlouvou nebo tímto zákonem nebo odstoupí-li cestovní kancelář od cestovní smlouvy před zahájením zájezdu z důvodu porušení povinnosti zákazníkem, je zákazník povinen zaplatit cestovní kanceláři odstupné a cestovní kancelář je povinna vrátit zákazníkovi vše, co od něho obdržela na úhradu ceny zájezdu podle zrušené cestovní smlouvy. V případě odstoupení zákazníka z důvodu porušení povinnosti CK, je CK povinna vrátit zákazníkovi veškeré platby od něj přijaté a zákazník neplatí odstupné. *Právo zákazníka na náhradu škody tím není dotčeno.* (Občanský zákoník)

Odstupné musí být sjednáno tak, aby nebylo nepřiměřené, resp. jednostranně výhodné pro cestovní kancelář. Není-li odstupné sjednáno, není cestovní smlouva

neplatná; je realitně neplatná a neplatnosti se může v zásadě dovolávat jen zákazník. Právo na odstupné se promlčuje v obecné tříleté lhůtě. (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2400)

V praxi se pro odstupné používá spíše termín stornopoplatek. Již několikrát vyvstala otázka, zda jsou zákonné či nikoliv. Právní poradkyně Martina Vernerová na serveru Dtest.cz tvrdí, že stornopoplatky jsou *nepřiměřeně jednostranné ve prospěch cestovních kanceláří a nezákonné.* (dTest). ACK ČR toto odmítá a považuje tvrzení autorky za zcela nepravdivé se snahou na sebe upozornit. *Stornopoplatky jsou naprosto běžně používány i v jiných branžích. Cestovní kanceláře se podpisem smlouvy s klientem zavazují zajistit všechny objednané služby, to je jejich zákonná povinnost! A zajistit objednané služby znamená zavázat se k jejich úhradě a takovou úhradu také provést. Pokud by tak cestovní kancelář neučinila, ohrozila by plnění smlouvy s klientem. Cestující má možnost uzavřít pro případ storna pojištění, které kryje nezaviněná rizika. Výše stornopoplatků tvoří nedílnou součást cestovní smlouvy, to dokonce vyžaduje zákon, takže cestující ví předem, co po něm bude požadováno a podpisem cestovní smlouvy s těmito podmínkami vyjadřuje souhlas.* (Asociace cestovních kanceláří ČR)

2.6 Ochrana zákazníka a neoprávněný subjekt

V cestovním ruchu chrání zákazníka zákon č. 159/1999 Sb., jež stanoví povinné pojištění CK pro případ úpadku, kdy v případě úpadku se pojišťovna o klienty postará. *V případě, že se pojišťovně nepodaří do 12 hodin po oznámení škodné události u dané cestovní kanceláře průkazně ověřit, že došlo k pojistné události, začne pojišťovna, prostřednictvím svých asistenčních služeb, repatriaci zabezpečovat.* (Komentář k zákonu č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)

Neuspějí-li klienti v pojišťovně, jež zkrachovalou CK pojišťovala, mohou nárokovat odškodnění po státu. Server pravo.newtonit.cz tvrdí: *Precedenc totiž existuje. Už v roce 1999 rakouský stát prohrál soud kvůli špatnému zákonu o cestovním ruchu a musel platit odškodnění. Rakušan Walter Rechberger a dalších šest občanů uspěli u Evropského soudního dvora s žalobou proti Rakousku poté, co přišli o peníze ve zkrachovalé cestovce Arena-Club-Reisen. Zpátky dostali jen čtvrtinu svých peněz, zbytek tedy nárokovali po státu. Svoji úspěšnou žalobu postavili na tom, že Rakousko v roce 1995 dostatečně neimplementovalo do své legislativy evropskou normu, která*

stanovuje povinnost mít dostatečné pojistné či bankovní záruky cestovky proti jejímu krachu. Jejich argumentaci evropský soud uznal, a tak jim zbytek musel nakonec zaplatit stát. (Právo on-line)

Tomio Okamura z AČCKA upozornil čtenáře Ihned.cz o nedostatečné legislativě ČR, kdy zájezdy organizují a prodávají i nepojištěné subjekty jako např. jazykové školy, informační centra, odborové svazy apod. *Mnohé z těchto subjektů mají i vlastní katalogy zájezdů či letáky, proto jsou velice těžko rozeznatelné od cestovních kanceláří. V těchto případech pak ale klient proti úpadku chráněn není.* (IHNED.cz)

ACK ČR na svých internetových stránkách zveřejnila informace o působení některých klubů, spolků nebo sdružení na trhu, které nabízejí balíčky služeb bez oprávnění. *Zástupci těchto sdružení si mnohdy ani neuvědomují, že porušují zákon a zároveň, jako organizátoři, nesou velké riziko odpovědnosti. Zatímco cestovní kancelář dopředu podá informace ohledně vízových povinností, cestovní medicíny a doporučeného zdravotního pojištění, neoprávněně podnikající subjekt tyto informace nemá k dispozici.* Dále: *Cestovní kancelář má navíc v místě pobytu svého delegáta, který je připraven turistům vždy asistovat.* (Asociace cestovních kanceláří ČR)

Otázkou zůstává, zda by cestovní smlouva nepozbyla své platnosti v případě, že by zákazník uzavřel tuto smlouvu se subjektem, jež není cestovní kanceláří, resp. nenese její znaky a zda je spotřebitel nějakým způsobem chráněn. *Pokud bychom považovali právní úkon za absolutně neplatný (§ 39), mohl by se zákazník domáhat odpovědnosti za škodu v souladu s § 42. Z hlediska obchodněprávního se jedná o neoprávněné podnikání (např. uzavření cestovní smlouvy s cestovní agenturou, uzavření cestovní smlouvy s nepodnikatelem) a bylo by možné se dovolávat ustanovení obchodního zákoníku. K těmto argumentům lze ještě přidat ochranu dobré víry spotřebitele, který má za to, že uzavírá kontrakt s cestovní kanceláří ve smyslu občanského zákoníku a zákona o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a že mu příslušejí veškerá práva z ochrany zákazníka vyplývající z ustanovení o cestovní smlouvě. Pokud by spotřebitel uzavřel smlouvu s osobou, která nemá oprávnění k tomuto druhu podnikání, případně je této osobě zakázáno podnikat, je na vůli spotřebitele, zdali se dovolá relativní neplatnosti takového právního úkonu pro podstatný omyl nebo bude trvat na splnění povinností vyplývajících z tohoto závazku.* (Komentář k občanskému zákoníku, s. 2381)

3 Cíle práce a metodika

3.1 Cíle práce

Za hlavní cíl této bakalářské práce se považuje analyzování cestovních smluv vybraných cestovních kanceláří a cestovních agentur, zvláště pak jejich všeobecných obchodních podmínek.

Práce má rovněž stanovené dva dílčí cíle. První cíl se týká problematiky reklamace, resp. jaká je úspěšnost zákazníků při reklamování služeb cestovního ruchu. Druhým dílčím cílem je zjistit, jakou pozornost věnují zákazníci jednak kontrole svých osobních údajů uvedených v cestovní smlouvě, a jednak jakou péči věnují pročtení všeobecných smluvních podmínek.

3.2 Pracovní hypotézy

Pracovní hypotéza č. 1: Klienti cestovních kanceláří a agentur upřednostňují uzavírání cestovních smluv prostřednictvím objednávek přes internet.

Pracovní hypotéza č. 2: Reklamace zájezdů klientů cestovních kanceláří a agentur je většinou neoprávněná.

3.3 Metodika práce

Počátek byl věnován studiu odborné literatury, zvláště zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a okrajově zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákoník a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Následovalo vytvoření dotazníků pro dotazníkové šetření směřované cestovním kancelářím, cestovním agenturám, jejichž kamenná pobočka (vyjma zprostředkovaného prodeje prostřednictvím cestovních agentur) se nachází ve městě České Budějovice, a poslední dotazník se orientoval na zkušenosti zákazníků s uzavíráním cestovních smluv a případné reklamace zájezdu. Třetí krok vedl k získávání potřebných informací a zároveň podkladů, tedy samotných cestovních smluv včetně jejich všeobecných smluvních podmínek a popř. reklamačních řádů. Získávání podkladů a informací na základě dotazníků probíhalo v případě cestovních kanceláří a spotřebitelů osobně a elektronickým zasíláním příslušných dotazníků. Mnohé cestovní kanceláře odkazovaly na své internetové stránky, kde zveřejňují téměř ve výjimečných případech

cestovní smlouvy a ve většině případů všeobecné smluvní podmínky. Následoval rozbor cestovních smluv včetně všeobecných smluvních podmínek. Některá ustanovení všeobecných smluvních podmínek byla porovnávána s ustanoveními uvedenými ve všeobecných smluvních podmínkách ostatních cestovních kanceláří či cestovních agentur. Další krok směřoval k analýze získaných odpovědí v dotazníkovém šetření. Na závěr došlo ke zhodnocení zjištěných poznatků v dané problematice vlastním názorem, případnému porovnání rozdílů a k mým doporučením směřujících cestovním kancelářím, cestovním agenturám a jejich zákazníkům, jež by podle mého názoru mohla vést ke zlepšení aktuální situace.

V rámci zpracovávání výsledků z dotazníkového šetření byly vyhodnoceny rovněž dvě pracovní hypotézy, jež jsou uvedeny výše.

4 Porovnání předtisků cestovních smluv vybraných CK a CA

Porovnání spočívá ve vzájemném srovnání uvedených údajů a obsahu smluv CK. Cestovní agentury většinou přebírají předtisk cestovní smlouvy včetně jejích součástí od CK, jejichž prodej zprostředkovávají. Výjimkou je CA Invia s vlastním předtiskem.

4.1 Porovnání předtisků cestovních smluv vybraných CK

Můj vzorek pro rozbor tvořilo 17 cestovních smluv (někdy nazývaných rovněž závazné přihlášky) vybraných CK, mající kamenné pobočky v Českých Budějovicích, pořádající s využitím různých dopravních prostředků pobytové či poznávací zájezdy, aktivní dovolené, lázeňské pobyty, popřípadě další, a soustřeďujících se především na outgoing. Převážně se jedná o právnické osoby podnikající na českém trhu několik let, s různým počtem poboček, s různou mírou známosti. Jmenovitě se jedná o CK Alex, CK Alexandria, CK Blue Style, CK Bolero tours, CK Čedok, CK Daen International, CK Exim Tours, CK Firo-tour, CK Fischer, CK Máj, CK Neckermann, CK Petra tour, CK Cestovka Pohoda, CK Quicktour, CK Roslo, CK Saturn a CK Toledo. Některé CK, které využívají zprostředkovatelskou činnost od jiných CK, mají speciální tiskopis smlouvy s kolonkami pro údaje o provizním prodejci. U CK Čedok a CK Fischer jsem se setkala i s tím, že svým klientům dávají pouze jinak elektronicky upravené smlouvy, ale se zachováním zákonných náležitostí.

Mezi větší CK, jejichž pobočky se nacházejí na více místech v ČR (vyjma zprostředkovaný prodej CA), a jež disponují širší klientelou, lze zařadit CK Alex, CK Alexandria, CK Blue Style, CK Bolero tours, CK Čedok, CK Daen International, CK Exim Tours, CK Firo tour, CK Fischer a CK Neckermann. Jako menší CK s jednou až dvěma pobočkami a s užší klientelou lze jmenovat CK Máj, CK Petra tour, CK Cestovka Pohoda, CK Quicktour, CK Roslo, CK Saturn a CK Toledo.

Cestovní smlouvy či závazné přihlášky několika CK obsahují její název v záhlaví smlouvy, jiné mají předtištěnou tzv. hlavičku. Bývá zde nejčastěji uvedena adresa centrály či pobočky, bankovní, telefonické a jiné spojení a mnohdy i údaj u jakého městského soudu a pod jakým oddílem a vložkou je CK zapsána. Ať už v hlavičce nebo v zápatí smlouvy se nachází i zmíněná kolonka věnovaná proviznímu prodejci. Spotřebitel tak při zprostředkovaném prodeji ví, kdo zájezd organizuje a kdo prodej pouze zprostředkovává. Prodejce vždy musí připojit svůj podpis a označení CK (nejčastěji razítkem). Jedná-li se o zájezd, vyplňuje se předtisk cestovní smlouvy,

jde-li o jednodenní zájezd, vyplňuje se předtisk s názvem „závazná přihláška“. Oba předtisky jsou shodné, liší se pouze v názvu (cestovní smlouva nebo závazná přihláška).

Druhý oddíl většinou charakterizuje zájezd, resp. termín zájezdu, pobytové místo, země pobytu, ubytování (název zařízení a typ), doprava (druh a nástupní místo), stravování, popř. speciální požadavky klienta, a další zákonem stanovené informace, jejichž případná i částečná absence by mohla být důvodem pro odstoupení od cestovní smlouvy ze strany zákazníka. Následují osobní údaje klienta (jméno, příjmení, adresa, telefon, e-mail, datum narození/rodné číslo a číslo cestovního dokladu, popř. národnost) a jeho případných spolucestujících, někdy označovaných také jako zákazníci - objednatelé (CK Cestovka Pohoda, CK Petra tour, CK Máj, CK Fischer, CK Exim tours, CK Daen International, CK Čedok, CK Bolero tours, CK Blue Style, CK Alexandria, CK Alex) „účastníci zájezdu“ (CK Firo-tour), „cestující“ (CK Neckermann), nebo „kontaktní osoba“ (CK Roslo). CK Alexandria uvádí i objednatele, který za zájezd zaplatil a odpovídá za účast nezletilé osoby na zájezdu.

Další část předtisku obsahuje cenovou kalkulaci uspořádané do tabulky, kam se vyplňuje počet dospělých osob a cena za osobu, počet dětí a cena za dítě, případné slevy a ostatní příplatky (za cestovní pojištění, výhled na moře aj.). Poslední součtový sloupeček (popř. řádek) představuje celkovou cenu zájezdu, kterou se zákazník podpisem zavazuje za sjednané služby zaplatit. Speciální kolonky umožňují rozepsat i zálohy včetně data jejich zaplacení a popřípadě, ke kterému datu musí zákazník nejpozději uhradit doplatek. Závěrečná část vymezuje prostor pro datum podpisu smlouvy, podpis pověřeného pracovníka CK či provizního prodejce a podpis zákazníka. Je zde uvedeno i prohlášení zákazníka o souhlasu se VSP, jež převzal, že si smlouvu řádně přečetl, zkontroloval a prohlašuje pravdivost jím uvedených údajů, za což odpovídá jménem svým i ostatních osob ve smlouvě. CK Cestovka Pohoda a CK Saturn navíc uvádějí i výši odstupného. Výjimečné je rovněž vymezené místo na fakultativní a další služby (druh a rozsah) u CK Firo-tour a CK Máj, která si navíc zřídila kolonky pro datum odeslání voucherů a pokynů, popř. datum storna a výši odstupného. CK Neckermann zakomponovalo kolonku *nezávazné přání*. CK Fischer stručně uvádí výňatky ze svých VSP.

Pod názvem předtisku (cestovní smlouva nebo závazná přihláška) je uvedeno, ve smyslu kterého zákona, resp. zákonů a konkrétních paragrafů jsou uzavřeny. Osm CK uvádí pouze zákon č.159/1999 Sb. (CK Roslo, CK Petra tour, CK Máj, CK Firo-tour,

CK Exim tours, CK Bolero tours, CK Blue Style, CK Alex), dvě pouze občanský zákoník (CK Neckermann, CK Alexandria), tři uvádí oba právní předpisy (CK Toledo, CK Quicktour, CK Fischer). Zbylé CK se o této informaci zmiňují až ve svých VSP (CK Saturn, CK Cestovka Pohoda, CK Daen International, CK Čedok).

4.2 Porovnání předtisků cestovních smluv vybraných CA

Opět se zaměřím na CA v rámci Českých Budějovic, konkrétně na CA Bohemia Travel, CA CKM, CA Golda, CA Invia, CA Janina, CA Mary Travel, CA Obzor a CA Rekrea. Zprostředkovávají prodej zájezdů větších i menších CK, kdy se některé snaží počet CK zúžit pouze na ty, s nimiž mají dobré zkušenosti, jiné se snaží o nejširší nabídku zájezdů. I počet CK si CA vybírají podle svého uvážení. Nejvyšším počtem (400 CK) se chlubí CA Invia, naopak CA Golda zprostředkovává prodej pouhým deseti. Ostatní CA zprostředkovávají prodeje zájezdů průměrně 50 CK. Mezi větší CA zahrnuji CA Invia a CA Rekrea. Zajímavostí CA Obzor je i další činnost: *součástí cestovní agentury je též organizace a pořádání vzdělávacích seminářů, kulturních akcí a prodejních výstav obrazů a prodej výrobků z chráněných dílen.* (CA Obzor)

CA s klientem podepisují přímo tiskopis cestovní smlouvy (příloha č. 8) organizující CK. Výjimkou je podepsání vlastního předtisku cestovní smlouvy CA Invia, která uvádí v hlavičce organizující CK a s dovětkem „zastoupená cestovní agenturou“ i své obchodní údaje s potřebným spojením, čímž se liší od ostatních CA. Objednatel má možnost z cestovní smlouvy zjistit, která konkrétní osoba s ním danou cestovní smlouvu uzavírá a má možnost se na ní v případě potřeby obrátit díky uvedeným údajům. Další oddíl se věnuje objednateli zájezdu, kde uvádí osobní údaje své a případných spolucestujících. Konec oddílu tvoří sloupeček k doplnění cen za jednotlivé osoby a konečnou cenu. Následující oddíl je určen cílovému místo a rozsahu služeb, resp. termín a počet nocí, doprava (druh, trasa), ubytování (název, kategorie, typ), druh stravování, další služby (včetně ceny za osobu, počet osob a celkem), slevy (druh a hodnota) a „doplnění cestovní smlouvy“. Nachází se i kolonka určená pro požadavek/přání klienta, avšak s dodatkem: *není považováno za součást služeb sjednaných touto smlouvou. Bez právního nároku*. Nechybí ani možnost uvést případné zálohy a doplatky včetně data jejich splatnosti. Dále kam a jakým způsobem klientovi zaslat cestovní pokyny (na adresu objednatele či e-mailem), velmi stručný výňatek ze VSP, pod ním datum podpisu smlouvy, razítko a podpis pracovníka CA a podpis objednatele. Poslední informací je způsob zasílání faktur (e-mailová adresa či telefon).

5 Analýza všeobecných podmínek vybraných CK a CA

Zaměřím se především na VSP cestovních kanceláří, jelikož cestovní agentury v drtivé většině případů přebírají od CK nejen tiskopisy, ale i další části cestovních smluv. Záleží na CK, do jakých článků a jakým způsobem si své VSP rozčlení, zákazník by měl mít k dispozici alespoň základní informace (stanovené zákonem) o svých právech a povinnostech vyplývajících z uzavřené cestovní smlouvy a měl by se v nich snadno orientovat. Uvedu zde několik nejčastěji se opakujících článků z VSP cestovních kanceláří a vzájemné odlišnosti některých subjektů.

5.1 Úvodní a závěrečná ustanovení

Úvodní (základní) ustanovení obsahují různé skutečnosti, v každém případě však úplný název společnosti, některé CK uvádějí, jakými právními předpisy se jejich cestovní smlouvy řídí, jiné, že VSP tvoří nedílnou součást cestovní smlouvy, další upravují vztah zákazníka a CK apod. CK Alex vymezuje například i termín zákazník, CK Daen International termín služby cestovního ruchu.

Úvodní ustanovení CK Alexandria a CK Daen International mimo jiné tvoří: *V případě rozporu mezi podmínkami sjednanými v cestovní smlouvě a podmínkami uvedenými v katalogu nebo ve Všeobecných smluvních podmínkách, platí podmínky sjednané v cestovní smlouvě, které mají přednost před podmínkami v katalogu (elektr. katalogu) a ty před Všeobecnými smluvními podmínkami.* Díky této větě zákazník ví, které VSP platí a jaká ustanovením mají před kterými přednost. (CK Alexandria)

V závěrečných ustanoveních se nachází informace o platnosti VSP, vyhrazení práva CK na případné změny v katalogu (z důvodu, že vychází s předstihem), vyhrazení změn a tiskových chyb a co dále tvoří VSP. Některé CK pro jistotu zakomponovali i Salvátorskou klauzuli pro případ, že stane-li se jakékoli ujednání neplatným, nemá to vliv na platnost ujednání ostatních. Nachází se zde i informace o souhlasu zákazníka se zpracováním jeho osobních údajů podle zákona o ochraně osobních údajů, a že zákazník svým podpisem stvrzuje, že si VSP přečetl, souhlasí s nimi a zkontroloval uvedené údaje. Případně další ustanovení (např. o uzavřeném povinném pojištění pro případ úpadku, a že se případné spory budou řešit podle platných právních norem ČR).

5.2 Vznik smluvního vztahu

Většina CK uvádí, že smluvní vztah vzniká na základě zákazníkem podepsané smlouvy a potvrzené danou CK. CK Máj navíc dodává: *a úhrady zálohy zákazníkem*, podobně i CK Daen International. Pouze CK Fischer uvádí závazek zákazníka zaplatit smluvenou cenu zájezdu. V tomto článku některé CK informují zákazníka, že svým podpisem dává najevo seznámení a souhlas s nimi (CK Alex, CK Blue-Style, Exim Tours a CK Neckermann). Zákazník svým podpisem stvrzuje i skutečnost, že obdržel všechny přílohy smlouvy (CK Bolero tours). Cestovní smlouvu podepisuje k tomu zmocněný pracovník příslušné CK stvrzující svým podpisem, že se CK zavazuje zákazníkovi zajistit služby ve smluveném rozsahu a kvalitě (CK Alex, CK Bolero tours a CK Neckermann).

CK Alex cituje znění § 842b Občanskému zákoníku (náležitosti cestovní smlouvy) a využívá k opisu i dalších, např. o předání jednoho vyhotovení zákazníkovi. Naopak CK Blue-Style uvádí: *Obsah smlouvy se určuje dle Ceníku zájezdů, katalogu, dodatečných nabídek, potvrzením knihováním, reklamačním řádem, přepravními podmínkami smluvního přepravce a těmito podmínkami, které jsou nedílnou součástí cestovní smlouvy.* (CK Blue-Style). Obdobný obsah cestovní smlouvy mají i ostatní CK *obsah cestovní smlouvy je určen touto smlouvou, katalogem* (CK Bolero tours) a dalšími objednávkami, jinými nabídkami a popř. zvláštními podmínkami. CK Blue-Style a CK Daen International si mimo jiné, *vyhrazuje právo na změny údajů uvedených v katalogu před uzavřením cestovní smlouvy.* (CK Blue-Style)

CK Cestovka Pohoda a Daen International se významově shodují v ustanovení s CK Petra tour: *Cestovní smlouva je závazná pro všechny osoby na ní uvedené. Za smluvní závazky všech účastníků uvedených na cestovní smlouvě odpovídá zákazník podepisující cestovní smlouvu, jako za své vlastní. Má se za to, že objednatel zájezdu je smluvním plátcem, není-li plněno nebo dohodnuto odlišně.* (Petra Tour)

5.3 Povinnosti zákazníka a cestovní kanceláře

Často se opakuje základní povinnost zákazníka vůči CK, a to zaplatit smluvenou cenu zájezdu. Při podpisu cestovní smlouvy je zákazník povinen uvést všechny své osobní údaje potřebné k realizaci sjednaných služeb úplně a pravdivě, oznámit účast cizích příslušníků, splňovat zdravotní podmínky a nahlásit případné změny bez zbytečného odkladu, zkontrolovat si údaje na cestovní smlouvě. Zákazník musí rovněž

převzít od CK doklady potřebné k čerpání služeb, dostavit se včas na příslušné místo odjezdu/odletu a cestuje-li do zahraničí, mít u sebe potřebné doklady do příslušných zemí. Při cestování se řídit pokyny průvodce/delegáta, poskytnout CK součinnost při zabezpečení sjednaných služeb a počínat si tak, aby nedocházelo ke škodám na zdraví nebo majetku. Cestují-li osoby mladší 15 let, je třeba zajistit doprovod apod.

Cestovní kancelář musí být ze zákona pojištěna pro případ úpadku, poskytnout zákazníkovi smluvené služby, poskytovat řádně, pravdivě a včas potřebné informace ke sjednaným službám, zachovat ochranu osobních údajů, uhradit náhradu škody vzniklou porušením závazků CK a další uvedené povinnosti ve VSP.

5.4 Cena a platební podmínky

V tomto článku některé CK definují cenu, jiné uvádí, co zahrnuje, popř. nezahrnuje (cestovní pojištění), vždy však stanoví případy oprávnění CK jednostranně zvýšit cenu a způsob oznámení zákazníkovi, kdy CK obvykle citují § 852c občanského zákoníku. Často uvádějí i vzorec pro výpočet, zvýší-li jednostranně cenu zájezdu z důvodu, že došlo ke zvýšení ceny za dopravu včetně cen pohonných hmot. Dále informují o směnném kurzu a kurzu zahraničních měn, resp. ke kterému dni platí daný kurz. Po uzavření cestovní smlouvy nemají případné slevy na cenu vliv. CK Bolero tours informuje i o nezávazném (bezplatném) objednání služby po dobu 3 dnů. Neuzavře-li klient s CK v této lhůtě cestovní smlouvu, CK rezervaci zruší.

Všechny CK vyžadují splacení plné ceny zájezdu nejdéle do 30. dne před zahájením zájezdu. CK CK Exim tours a CK Neckermann po zákazníkovi požadují uhradit celkovou cenu nejpozději 35 dní před zahájením zájezdu. Není-li zájezd zcela splacen, varují zákazníka o jejich oprávnění odstoupit od cestovní smlouvy a o zanikajícím nároku na plnění ze strany CK. Pokud zákazník a CK uzavřeli cestovní smlouvu méně než 30 dní před zahájením zájezdu, VSP stanoví, že plná cena je splatná zároveň v okamžiku uzavření cestovní smlouvy. Platba se považuje za uhrazenou v okamžiku připsání na účet nebo zaplacení v hotovosti na provozovnách příslušné CK. Některé CK požadují po zákazníkovi zálohu při uzavření cestovní smlouvy v jimi stanovené výši, a to v drtivé většině 50 % z celkové ceny zájezdu, jak je uvedeno v tabulce v příloze 4.

5.5 Změny cestovní smlouvy

Každou změnu v cestovní smlouvě má zákazník povinnost písemně oznámit CK bez zbytečného odkladu. Dojde-li ke změně ze strany zákazníka a on tuto změnu neoznámí CK do dne stanoveného VSP, považuje CK tuto skutečnost za odstoupení od smlouvy ze strany zákazníka, což pro něj představuje úhradu odstupného. Záleží na CK, zda si za provedení změny účtuje poplatky. Poplatek většinou přibližně vyjadřuje hodnotu skutečných nákladů vzniklých s provedením změny.

Před zahájením zájezdu je CK povinna oznámit zákazníkovi každou organizační změnu týkající se programu, času odjezdu/odletu apod. Děje se tak většinou písemně včetně zaslání návrhu nové cestovní smlouvy. V průběhu zájezdu CK může provádět určité změny (např. operativní změny programu) pouze z naléhavých důvodů, vyhradila-li si k tomu CK právo v katalogu nebo ve VSP. Buď je povinna zajistit náhradní program a služby ve stejné nebo vyšší kvalitě, nebo poskytnout zákazníkovi odpovídající slevu z ceny zájezdu.

5.6 Reklamace

Případy, kdy má zákazník právo na reklamaci upravují buď přímo VSP, nebo v reklamační řád představující další nedílnou součást cestovní smlouvy, zveřejněný obvykle na webových stránkách CK. Často již úvod o reklamaci tvoří věta: *V případě vadně poskytnutých nebo neposkytnutých služeb, jež byly sjednány ve smlouvě, vzniká zákazníkovi právo na reklamaci.* CK citují část § 852i, odst. 2 Občanskému zákoníku: *Zákazník musí uplatnit své právo u CK bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 3 měsíců od skončení zájezdu, nebo v případě, že se zájezd neuskutečnil, ode dne, kdy měl být zájezd ukončen podle cestovní smlouvy.* Všechny VSP popisují skutečnosti upravené zákony při vyřizování reklamace zájezdu, např. povinnost či doporučení cestujícího řešit případnou reklamaci již v místě konání zájezdu s odpovědným pracovníkem, a nedojde-li k odstranění nedostatku, sepsat písemný reklamační protokol potvrzený odpovědným pracovníkem CK včetně požadovaných náležitostí (osobní údaje zákazníka, datum sepsání, vady, způsob vyřízení reklamace). Nevyčerpá-li cestující zaplacené služby, aniž má na tom vinu CK, nedostaví-li se k odjezdu apod., nemá nárok na finanční náhradu. VSP upozorňují rovněž na povinnost součinnosti zákazníka při vyřizování reklamace a při výskytu závad se snažit minimalizaci a zabránění škod. Uzná-li CK reklamaci, informuje zákazníka o výši náhrady či

o poskytnutí slevy z ceny zájezdu (CK Alex si vyhradila právo v případě zájmu poskytnutí náhradních služeb, jako např. výlet zdarma aj.). CK Bolero požaduje po zákazníkovi řádné zdůvodnění reklamace a průkazně ji doložit. Pouze CK Máj umožňuje zákazníkovi jeho nárok na reklamaci uplatnit písemně bez zbytečného odkladu a nejpozději do 6-ti měsíců po skončení zájezdu. CK Blue Style navíc zákazníka informuje o lhůtě, v níž má vady v místě pobytu reklamovat (nejpozději do jednoho dne od jejího zjištění). Podobně uvádí i CK Bolero tours, nejpozději do dvou dnů. CK Exim tours požaduje informovat ihned a do tří dnů ve složitých případech. Všechny CK dále informují, že zákazník může uplatnit reklamaci u dané CK či CA, zprostředkovává-li zájezd, a další práva a povinnosti vyplývajících z ustanovení občanského zákoníku, obchodního zákoníku a zákona o ochraně spotřebitele, na které odkazují pouze CK Alexandria a CK Bolero tours.

Informaci o tom, že fotografie v katalozích či internetových stránkách CK jsou pouze ilustrační či orientační, dává pouze CK Alex a CK Blue Style, ostatní o této případné skutečnosti odkazují na své katalogy či internetové stránky. Informaci o náhradě podle kompenzační tabulky ITQ kodexu podává pouze CK Alex a CK Fischer.

CK Daen International stanovila přísnější podmínky reklamace, podle mého názoru, znevýhodňující spotřebitele: *Není-li reklamace uplatněna v nejbližším možném termínu, nebude na později uplatněné reklamace brán zřetel.* Dále: *Současně si vyžádá od dodavatele služeb „voucher", kde provede zápis, že poskytnuté služby budou reklamovány v CK Daen. Nebude-li případná reklamace uplatněna na místě, nebude moci CK Daen vést s dodavatelem služeb reklamační řízení a reklamace nebude uznána! V tomto případě nemá zákazník nárok na žádné náhrady z titulu reklamací. Nedílnou součástí reklamace je protokol o uplatnění reklamace v průběhu čerpání služeb a voucher.* (CK Daen International)

CK dávají zákazníkovi na vědomí, že nenesou odpovědnost za vadné služby organizované jinými subjekty nebo za služby neuvedené v cestovní smlouvě. Náhrady škody týkající se letecké dopravy, se řídí ustanoveními mezinárodních dohod. Ovšem pokud mají „jinými subjekty" na mysli své dodavatele služeb, pak se nemohou jednostranným prohlášením zprostit své odpovědnosti, kdy ručí za poskytnutí služeb ve sjednané kvalitě a rozsahu a za služby v uvedené cestovní smlouvě a zaplacené. Tyto a další odpovědnosti CK stanoví zákon.

5.7 Odstoupení od cestovní smlouvy

5.7.1 Odstoupení ze strany zákazníka

Všechny VSP informují spotřebitele o jeho možnosti odstoupení od smlouvy kdykoli před začátkem zájezdu a uvádějí konkrétní případy (kromě CK Alexandria, CK Firo tour a CK Quicktour). CK si výslovně stanovily několik podmínek, které musí zákazník splnit, odstoupí-li svévolně od smlouvy. Např. vyžadují písemnou formou oznámení a některé CK i podpis osoby, která podepsala smlouvu. CK Roslo považuje za písemné oznámení doručený dopis, potvrzený fax nebo písemný záznam mezi zákazníkem a CK. CK Daen International vyžaduje *písemně a způsobem nepochybným* (např. vrácením příslušného dílu cestovní smlouvy/závazné přihlášky). Náležitosti písemného oznámení více podrobně nespecifikují, až na CK Čedok, která požaduje uvést jméno, příjmení, adresu a číslo zájezdu či rezervace. CK Neckermann navíc vyžaduje v oznámení identifikaci cestovní smlouvy, zejména její číslo. Zákazník má možnost oznámení sepsat osobně na pobočce dané CK, kde zájezd koupil. Účinky odstoupení nastávají v den sepsání záznamu, nebo dnem doručení oznámení CK.

Není-li důvodem odstoupení zákazníka od smlouvy porušení povinnosti CK, nebo odstoupí-li CK od smlouvy před zahájením čerpání služeb z důvodu porušení smlouvy zákazníkem, vzniká zákazníkovi povinnost zaplatit CK odstupné. CK je povinna zákazníkovi vrátit vše, co od něj obdržela na úhradu ceny služeb. Zákazník nemusí hradit stornopoplatek v případě, že za sebe ve stanoveném termínu zajistí jiného účastníka, ovšem tato skutečnost se považuje za změnu cestovní smlouvy, za kterou mu může být naúčtován poplatek, stanovila-li si tak CK.

5.7.1.1 Výše odstupného (stornopoplatky)

Každá CK si stanovila různou výši odstupného, jež se odvíjí od počtu dní zbývajících do zahájení zájezdu, kdy zákazník odstoupí od smlouvy. Stanovené procento z konečné ceny zájezdu vyjadřuje výši odstupného, popřípadě u většího počtu dní zbývajících do termínu zájezdu (např. více než 45, 60 nebo 61 dní) pevnou částkou, jak uvádí tabulka stornopoplatků dle jednotlivých CK. Odstupné se hradí za osobu. Žádná z vybraných CK neujednala ve VSP namísto odstupného smluvní pokutu, jež by způsobila neplatnost takového ujednání.

CK Fischer účtuje poplatky i za fakultativní služby (např. za golfová hřiště, pronájem aut v destinaci aj.), jež dosahují v drtivé většině 100 procent. *V případě storna zájezdu*

jedné ze dvou osob ve 2 lůžkovém pokoji, musí zbývající osoba doplatit příplatek za 1 lůžkový pokoj, obdobně se postupuje u apartmánů. (CK Máj)

Do počtu dní pro výpočet odstupného se započítává den doručení písemného či osobního oznámení stornování a nezapočítává se den, kdy má být poskytnuta první služba. Základem pro výpočet odstupného uvádějí CK předem stanovenou cenu, kterou rozumí konečnou prodejní cenu zájezdu, tj. souhrn základní ceny, povinných příplatků a zákazníkem zakoupených fakultativních služeb a u jednotlivých služeb se jedná o prodejní cenu. CK Čedok, CK Exim tours, CK Firo tour a CK Fischer zákazníkovi účtují skutečně vzniklé náklady, nejméně však určité procento z předem stanovené ceny, kdy skutečnými náklady rozumí provozní náklady CK včetně úhrady dodavatelům (CK Čedok, CK Exim tours a CK Firo-tour). Jedná se např. o hrazené a nevratné letenky letecké společnosti, náklady na garantované ubytování apod. (Firo-tour). CK Alexandria bere za základ cenu zájezdu sníženou o pojištění (stornování zájezdu), CK Blue-Style cenu zájezdu navýšenou o všechny příplatky. Zbylé CK uvádí jako základ cenu zájezdu, celkovou cenu produktu či celkovou cenu objednaných služeb.

Všechny CK stanoví stornopoplatek ve výši 100 % z ceny zájezdu, nenastoupí-li zákazník na zájezd či odstoupí-li od smlouvy několik dní před termínem zájezdu. Počet těchto dní se liší podle CK a např. u CK Čedok navíc záleží, kam se zájezd uskuteční. Z grafu, obsaženého v příloze č. 5, vyplývá, že zákazník přijde u každé CK o veškeré peníze, odstoupí-li od smlouvy dva dny před termínem zájezdu. Nejvýhodnější počet dní (2 dny) pro zákazníka nabízí CK Čedok u zájezdů v ČR, Evropě a Středomoří a dále pak CK Exim tours a CK Máj. Naopak nejnevýhodnější podmínky, stanovila CK Daen International (10 dní), CK Roslo (10 dní) a CK Alexandria (9 dní), kdy u těchto tří CK doplácí na stornopoplatky spotřebitelé nejvíce ve srovnání s ostatními.

CK Daen International si stanovila: *Zákazník je povinen vrátit všechny ceniny (voucher, doklad o pojištění) při zrušení smlouvy, jinak mu touroperátor po odečtení příslušného stornopoplatku nevrátí peníze až do prokazatelného nezneužití těchto cenin.* (CK Daen International)

5.7.2 Odstoupení ze strany cestovní kanceláře

Cestovní kanceláře si vyhrazují právo zrušit zájezd, nebylo-li dosaženo stanoveného minimálního počtu platících účastníků. Zruší-li CK zájezd ve lhůtě kratší než 20 dnů před jeho zahájením, je povinna uhradit zákazníkovi pokutu ve výši 10 % z ceny

zájezdu a právo zákazníka na náhradu škody není dotčeno. CK musí do stanovené lhůty zákazníka informovat o případném neuskutečnění zájezdu. Tabulka v příloze č. 7 obsahuje minimální počet platících účastníků a zvolenou lhůtu pro informování klienta o neuskutečnění zájezdu. Minimální počty účastněných se příliš neliší, rozdíly ve lhůtách jsou ale značnější.

Jediná CK Quicktour odkazuje ustanovení občanského zákoníku (§ 852g, odst. 4 a 5) a neuvádí ani minimální počet účastníků, ani lhůtu o oznámení. Odkazu vyžila i CK Saturn. CK Roslo neuvádí ani minimální počet zákazníků, žádnou lhůtu o oznámení, ani neodkazuje na katalog či nabídku, kde by tato informace měla být uvedena.

Při zrušení zájezdu má zákazník právo, aby mu CK poskytla na základě nové cestovní smlouvy jiný zájezd nejméně v kvalitě odpovídající původní cestovní smlouvě, samozřejmě za předpokladu, že může takový zájezd nabídnout. Případné rozdíly v zákazníkem uhrazené částce zákazník v případě nedostatku uhradí, nebo v případě přebytku mu CK vyplatí rozdíl zpět.

CK může odstoupit od smlouvy s okamžitou platností, narušuje-li cestující vážně průběh zájezdu, případně závažného porušení právních, přepravních předpisů, vážně narušuje program či hotelový ubytovací řád, následně si CK nárokují plnou úhradu ceny zájezdu. Tyto informace se ve velmi podobných formulacích vyskytují ve všech VSP. CK Alexandria navíc uvádí oprávnění odstoupit od smlouvy v případě, je-li zákazník či objednavatel zájezdu v prodlení s úhradou ceny.

5.8 Pojištění

5.8.1 Povinné pojištění CK pro případ úpadku

Každý občan České republiky má možnost nahlédnout do seznamu pojištěných cestovních kanceláří a zkontrolovat si, zda je CK pojištěna pro případ úpadku. Seznam pojištěných CK uvádí na svých internetových stránkách Ministerstvo pro místní rozvoj, www.mmr.cz, je zveřejněn také na internetových stránkách AČCKA www.accka.cz, ACK ČR www.ackcr.cz, nebo na webových stránkách pojišťoven.

Každá CK informuje o svém sjednaném pojištění ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb., kdy mnohé často citují §6. Další opakovanou informací bývá, že současně s cestovní smlouvou je CK povinna zákazníkovi předat doklad pojišťovny obsahující název pojišťovny, podmínky pojištění a způsob oznámení pojistné události (CK Alex, CK

Bolero Tours, CK Čedok, CK Exim Tours, CK Firo-Tour, CK Fischer, CK Máj, CK Neckermann a CK Saturn). CK rovněž částečně citují § 7 odst. 1 zákona č. 159/1999 Sb. (o poskytnutém plnění v případě úpadku pojišťovnou).

5.8.2 Cestovní pojištění

CK ve většině případů upozorňují, že cestovní pojištění není součástí ceny zájezdu. Opakuje se rovněž poznámka, že všichni účastníci uvedení na jedné cestovní smlouvě musí mít stejný druh cestovního pojištění. CK zákazníka dále upozorňují, že službu pouze zprostředkovávají a nejsou oprávněny vstupovat do tohoto vztahu.

CK Blue Style nabízí pojištění BlueComfort, pokud se zákazník nepojistí, bere na vědomí, že nebezpečí škody na vlastní odpovědnost a náklady. CK Čedok, Exim Tours a CK Fischer rovněž poukazují na tuto odpovědnost zákazníka. U CK Bolero tours a CK Quicktour je účast podmíněna minimálně pojištěním na léčebné výlohy v zahraničí. Zákazník si může cestovní pojištění sám zřídit i u své zdravotní pojišťovny.

5.9 Ostatní články a zajímavá ustanovení

Nechybí ani ustanovení o zpracování osobních údajů zákazníka. Zákazník, mimo jiné, souhlasí při podpisu smlouvy také se zpracováním jeho osobních údajů a dalších osob ve smlouvě uvedených. CK by tak měla činit v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a tyto údaje by měla zpracovávat pouze k účelu realizace zájezdu podle cestovní smlouvy. Osobní údaje klienta CK by měly být zpřístupněny pouze zaměstnancům dané CK a případně osobám, které služby CK nabízejí. Zašle-li zákazník CK písemné odvolání souhlasu nebo ji požádá o ukončení zpracovávání jeho osobních údajů, je CK povinna jeho osobní údaje zlikvidovat.

Rovněž se ve všech VSP vyskytovalo ustanovení o účasti na zájezdech. CK si zde stanovily zdravotní, pasové, věkové a další podmínky, které musí zákazník splňovat. CK požadující splnění těchto podmínek, obvykle vyžadují lékařské potvrzení či písemný souhlas zákonného zástupce (u osob ve věkovém rozmezí 15-18 let bez účasti odpovědné dospělé osoby). Osoby mladší 15 let a osoby, jejichž zdravotní stav to vyžaduje, se nesmí zájezdu účastnit bez doprovodu dospělé osoby. CK Blue Style stanoví, že zákonný zástupce musí zastoupeného seznámit s povinnostmi vyplývajícími ze smlouvy a ručí za závazky všech přihlášených osob, potvrdí-li CK smlouvu.

Zajímavou formulaci mají ustanovení, upozorňující zákazníka na rozdílné kulturní, náboženské a hygienické zvyklosti, které mohou v destinaci být zakořeněny a na něž se nevztahuje reklamace. *S ohledem na množství zřejmých odlišností v mentalitě každého etnika, dotýkající se zejména náboženských, kulturních a hygienických zvyklostí i postupů uplatňovaných v běžném životě, je nezbytností tyto plně respektovat. V případě, že projevy spojené s popisovanými zvyklostmi jsou odlišné od evropských standardů, nezakládá uvedené oprávnění pro vznesení reklamace.* (CK Firo tour)

Co se týče reklamací údajného nadměrného hluku, místního standardu služeb či nevyhovujících hygienických podmínek v destinaci, tyto reklamace jsou vždy posuzovány s ohledem na unikátní normy či předpisy, případně zvyklosti, platné v dané destinaci/letovisku (tzv. lokální specifika). (CK Alex)

5.10 Celkové shrnutí analýzy

U tiskopisů cestovních smluv byly dodrženy všechny náležitosti stanovené zákonem. Některé CK na základě vlastního uvážení do dokumentu zakomponovali ještě další nepovinné informace (např. CK Fischer úryvek z VSP) a další. Předtisky většinou měly formát A4, kde z druhé strany (např. CK Alex, CK Alexandria, CK Daen International, CK Exim Tours, CK Firo tour, CK Máj a další) byly otištěny drobným písmem VSP. Cestovní smlouvy obsahovaly takové uspořádání textu a kolonek pro údaje, aby pro zákazníka i pro zaměstnance byly co nejvíce přehledné a případně se v nich daly snadno a rychle hledat potřebné údaje.

Některé VSP informují podrobněji, jiné jsou strohé a obsahují pouze základní informace s odkazy na příslušné zákony. S množstvím textu souvisí i velikost písma, kterým jsou VSP psány. CK, jež mají VSP otištěné z druhé strany cestovní smlouvy, se snaží na relativně malý prostor vtěsnat velké množství textu, čímž znesnadňují spotřebiteli přečtení a možná jej i od jejich přečtení odrazují, což představuje případ téměř všech vybraných CK. Informace jsou zhuštěné a čtení si žádá značnou trpělivost a soustředění. Spotřebitel si může VSP vyhledat na internetových stránkách příslušné CK a podmínky si případně zvětšit, ovšem i to mu dá nějakou práci a zabere určitý čas. Snad jen CK Fischer předává svým klientům své podmínky napsané obecnou velikostí písma (velikost 12). Neexistuje žádný předpis určující styl a velikost písma. Ustanovení § 53a odst. 3 občanského zákoníku v platném znění pouze stanoví: *Smlouva*

a všeobecné obchodní podmínky musí být spotřebiteli poskytnuty ve formě, která umožňuje archivaci a reprodukci. (Občanský zákoník)

V několika podmínkách se vyskytovaly i na slovo stejné věty, stejná ustanovení, což mě dovedlo k myšlence vzájemné inspirace CK při tvorbě VSP, vyjma citovaných ustanovení zákona, do kterých má zákazník možnost nahlédnout, ale stojí ho to opět čas a úsilí. Osobně se mi líbily VSP CK Alex, CK Čedok a CK Fischer, které jsou poměrně detailně propracované a přehledné v porovnání s ostatními. Naopak podmínky CK Daen International mě odradily například ustanoveními týkající reklamace. Zajímavé jsou i informace CK Firo tour a CK Alex, jež upozorňují zákazníka rovněž i o rozdílných zvycích v některých destinacích a na které se nevztahuje reklamace.

Žádná z vybraných CK nezakotvuje do svých smluvních podmínek rozhodčí doložku, jež by stanovila, že případné vzniklé spory by namísto obecného soudu rozhodl rozhodce v rámci rozhodčího řízení.

5.11 Analýza všeobecných smluvních podmínek CA Invia.cz, a.s.

Obchodní podmínky prodeje zájezdů CA Invia se rozčleňují do zhruba shodných článků (úvod, platba, cestovní doklady, storno podmínky, reklamace, osobní údaje, cestovní pojištění, ceny zájezdů a služeb), jejichž ustanovení obsahují stejné informace jako ustanovení VSP cestovních kanceláří. CA Invia se v úvodu popisuje jako autorizovaný prodejce zájezdů renomovaných CK, se kterými uzavřela smlouvu o prodeji zájezdů, že všechny CK jsou pojištěné pro případ úpadku a fungují na českém trhu řadu let. Nabídku zájezdů sestavuje na základě elektronicky přijímaných dat od pořádajících CK. Vyhrazuje si rovněž všechna práva, že neodpovídá za případné změny a právo na chybu publikovaných cen, termínů a dalších údajů, kdy závazná je cena uvedená na platné cestovní smlouvě.

5.11.1 Platba a storno podmínky

Platební podmínky nastavila CA obdobně jako CK. Při objednání zájezdu více než jeden měsíc před jeho zahájením požaduje splatit 50 % zálohu z ceny zájezdu, zbývající doplatek klient hradí nejdéle měsíc před začátkem zájezdu. U tzv. last minute zájezdů je cena zájezdu splatná ihned v plné výši na účet CA či CK. CA upozorňuje klienta, že může nastat situace, kdy pořádající CK nepotvrdí rezervaci zájezdu, což má za následek, že cestovní smlouva nenabyla účinnosti a klient má nárok na vrácení

uhrazených finančních prostředků, ovšem nemá nárok na náhradu škody. CA Invia stanovila i poplatky za platbu, resp. konkrétní případy a kdo je hradí, hradí-li se platby u CA. Například poplatek za platbu zálohy nebo doplatku od klienta na účet CA hradí klient, v opačném případě CA. Domnívám se, že poplatky za platby, které hradí spotřebitel, v něm mohou vyvolat nespokojenost a negativní pocity vůči CA Invia.

Zákazník hradí případné odstupné až po podpisu smlouvy nebo složení zálohy a řídí se ustanoveními o odstupném ve VSP příslušné CK. Zároveň musí informovat o svém odstoupení CA, které zašle jako písemné oznámení s podpisem objednavatele na příslušnou e-mailovou adresu či faxové číslo v pracovní době.

5.11.2 Reklamace zájezdu

Ustanovení o reklamaci se od úpravy CK liší navíc v informacích o možnostech klienta reklamovat zájezd či služby cestovního ruchu prostřednictvím CA Invia. Odkazuje klienta na reklamační řád pořádající CK, který má přednost před reklamačním řádem CA. Zákazník se s CA může dohodnout na delší lhůtě pro podání reklamace. Zákazník má možnost zaslání písemné reklamace a popř. připojení reklamačního protokolu z místa pobytu potvrzeného delegátem CK, fotografie aj. CA Invia upozorňuje, že neodpovídá za služby poskytované CK a nevyřizuje proto reklamace jejím jménem. CA představuje prostředníka, který přijímá reklamaci od zákazníka, předává jej CK k vyřízení a výsledek posouzení reklamace od CK předává klientovi. Po příjezdu z dovolené bývá klient elektronickou formou požádán o vyplnění dotazníku hodnotícího průběh dovolené, jednotlivé služby CK a CA aj. a jeho spokojenost. Současně s odesláním recenze dává souhlas k uveřejnění této recenze na webových stránkách CA, kde udává své jméno a příjmení a rovněž souhlasí s úpravou těchto recenzí tak, aby neobsahovaly názvy subjektů.

5.11.3 Odlišná ustanovení od ustanovení CK

Díky možnosti objednání zájezdu přes internet, vymezila CA článek Objednávka, upozorňující klienta na skutečnost, že v minutě objednání zájezdu CA nemá informace o tom, zda je tento zájezd volný. Následně si vyhrazuje právo po odeslání objednávky na opravu případných nepřesností, právo odmítnout objednávky rozporuplné, neúplné nebo s chybným osobním údajem. Po přijetí objednávky následuje rezervace zájezdu (v rámci pracovní doby), kdy v případě její úspěšnosti zašle CA návrh cestovní smlouvy zákazníkovi. Klient v případě zájmu smlouvu vyplní, podepíše a spolu s dokladem

o provedené platbě zašle zpět do CA. Zaujalo mě ustanovení Odmítnutí klienta, kde si CA Invia vyhrazuje právo odmítnout klienta, zasílá-li klient stále neúplné nebo úmyslně nesprávně vyplněné objednávky, nebo zasílá-li je s vědomím, že si zájezd ve skutečnosti neobjedná, nebo klient ve více než dvou případech po sobě jdoucích bezdůvodně nezaplatí zálohu nebo cenu nebo nezašle podepsanou cestovní smlouvu.

VSP navíc obsahují ustanovení o povinnosti informovat cestující o leteckém dopravci, kterou ukládá nařízení ES č. 2111/2005 o vytvoření seznamu Společenství uvádějícího letecké dopravce, kteří podléhají zákazu provozování letecké dopravy. Uvádí zde i odkaz, kde lze nalézt černou listinu leteckých společností („Black List“).

6 Uzavírání cestovních smluv a reklamace služeb v praxi na základě analýzy odpovědí dotazníkového šetření

Proces uzavírání cestovních smluv se může lišit nejen z hlediska a přístupu a jednání CK, ale například i náročností zákazníka, jeho možnosti dostavit se na pobočku, zda se rozhodl uzavřít cestovní smlouvu či se pouze informuje, zda nevyužije pohodlnějšího objednání zájezdu přes internet, čímž ovšem nemusí získat veškeré informace apod.

Vytvořila jsem celkem tři verze dotazníků, podle cílové skupiny dotazovaných, a to určených cestovním kancelářím (příloha č. 1), cestovním agenturám (příloha č. 2) a zákazníkům těchto subjektů (příloha č. 3). U všech vybraných CK jsem dopředu ověřila splnění povinnosti pojištění pro případ úpadku. Nepodařilo se mi bohužel získat informace od všech CK působících v Českých Budějovicích, u jejichž cestovních smluv a VSP proběhl rozbor. Pracovníci CK Alex, CK Blue Style, CK Bolero tours a CK Daen International mi neposkytli kompletní informace a odvolávali se na své centrály, které i přes opakované žádání odmítly informace doplnit. Z tohoto důvodu jsem tyto cestovní kanceláře nezařadila do rozboru, aby byla zachována objektivita. Zaměstnanci některých CK a CA se obávali zveřejnění odpovědí a dotazovali se, zda mohou odpovídat anonymně bez zveřejnění obchodního názvu CK či CA. Řešením bylo zanesení otázky do dotazníku: *Požadujete, aby byly Vaše odpovědi v mé práci anonymizovány?* Následující graf procentuálně znázorňuje odpovědi zaměstnanců CK a CA, kdy CK v 81 % případů si přálo své odpovědi anonymizovat, naopak CA zveřejnění odpovědí pod jejich obchodním názvem nevadilo ze 75 %.

Zaměřila jsem se rovněž na druhou smluvní stranu, zákazníky CK a CA, ale nikoli CA, ale na konečné spotřebitele. Odpovídali respondenti převážně pocházející z Jihočeského kraje, rovněž zastoupení Středočeského, Jihomoravského, Karlovarského, Plzeňského kraje a Prahy, různých věkových kategorií (od mladších 18 let do věku nad 66 let) a s odlišnými měsíčními čistými peněžními příjmy, z nichž téměř polovina dosáhne na čistý příjem v rozmezí do 10.000,- Kč, čtvrtina se pohybuje v pásmu od 10.001 – 20.000,- Kč za měsíc a čtvrtina respondentů dosáhne na vyšší plat nebo mzdu.

S dotazníky jsem osobně navštěvovala CA a CK, pouze v případě odkázání na centrálu CK, jsem dotazník zasílala do sídla centrály elektronicky. U spotřebitelů proběhlo dotazování jak osobně, tak elektronicky. Vzorek od CK činní 16 vyplněných dotazníků, od CA 8 dotazníků a od spotřebitelů 263 dotazníků. Z celkového počtu 263

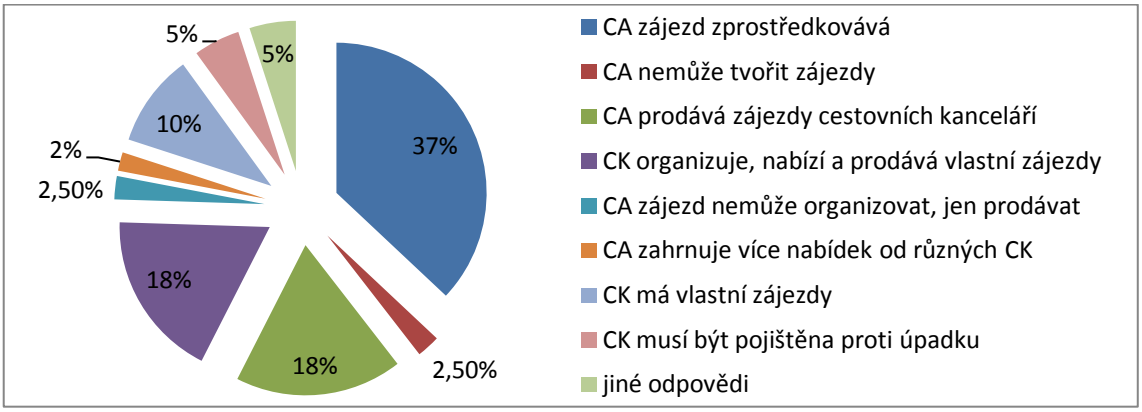
respondentů, 65 uvedlo, že nevyužívá služeb CK či CA, což představuje čtvrtinu (25 %) dotazovaných. Z osobního dotazování se jako čtyři nejčastější důvody objevovaly: *raději si vše zařídím sám/sama*, *je to moc drahé* nebo *takové výlety v nabídce nemají* nebo *nevěřím jim*. K následujícímu rozboru zbývá tedy k dispozici 198 dotazníků.

6.1 Vnímání CK a CA spotřebitelem, výběr subjektu

Zajímalo mě, zda si spotřebitelé uvědomují rozdíl mezi CK a CA a popřípadě jaký rozdíl mezi nimi vnímají. Celých 56 % se přiznalo, že rozdíl nevnímá, zbylých 44 % si rozdíl uvědomuje. Neznalost prakticky více jak poloviny dotazovaných může být zapříčiněna z různých důvodů. Např. nevěnují těmto informacím dostatečnou pozornost, jelikož mohou mít pocit, že se jich tato problematika netýká. Nebo o rozdílu sice slyšeli, ale sami ho nevidí (neznají zákon), nepročítají si VSP a další možné důvody. Tito lidé obvykle neřeší, zda využijí služeb CK nebo CA. Následkem pak např. v případě zprostředkovaného zájezdu od CK může být vlastně nesprávné povědomí o pořadateli zájezdu. Další otázkou je, zda dostatečně CA upozorňují, že prodej zájezdu pouze zprostředkovávají. Myslím si, že v případě výskytu problémů během zájezdu nebo úpadku pořadatelské CK, kdy se spotřebitel obrací na příslušnou CA, jež mu zájezd prodala, se nakonec dozví alespoň zásadní rozdíl mezi těmito subjekty (pořadatel X zprostředkovatel).

Následující graf shrnuje získané odpovědi na otázku rozdílu mezi CK a CA z pohledu spotřebitelů a lze již na první pohled vidět, že si spotřebitelé správně uvědomují zásadní rozdíl. Velmi nízká procenta dotazovaných např. uvedla, že CK musí být pojištěna pro případ úpadku, nebo že CA zahrnuje více nabídek od různých CK. Ovšem odpovědi, že CA nemůže tvořit a organizovat zájezdy a může je pouze prodávat, nejsou zcela správné. CA může organizovat a tvořit zájezdy, ale nesmí je prodávat konečným spotřebitelům. Mezi „jiné odpovědi“ jsem zařadila takové, které se neopakovaly, např.: *CA je volnou živností, CK je koncesovanou*, dále *CA má pod sebou CK*, *CA plynou příjmy z provize za zprostředkování*, dále *CK komunikuje přímo s ubytovacím zařízením*, a jedno nepravdivé tvrzení *Agentura pořádá zájezdy pouze jednodenní, max. do 24 hodin. CK může pořádat zájezdy několika denní*. Problémem při vyhodnocování v několika případech byla odpověď: *CA zprostředkovává zájezdy CK*, kdy zkratka CK není šťastným řešením, jelikož nastává dvojsmysl, v rámci kterého může být CK pochopena i jako subjekt, kterému je zájezd zprostředkováván.

Graf 1: Rozdíl mezi CK a CA vnímaný spotřebiteli

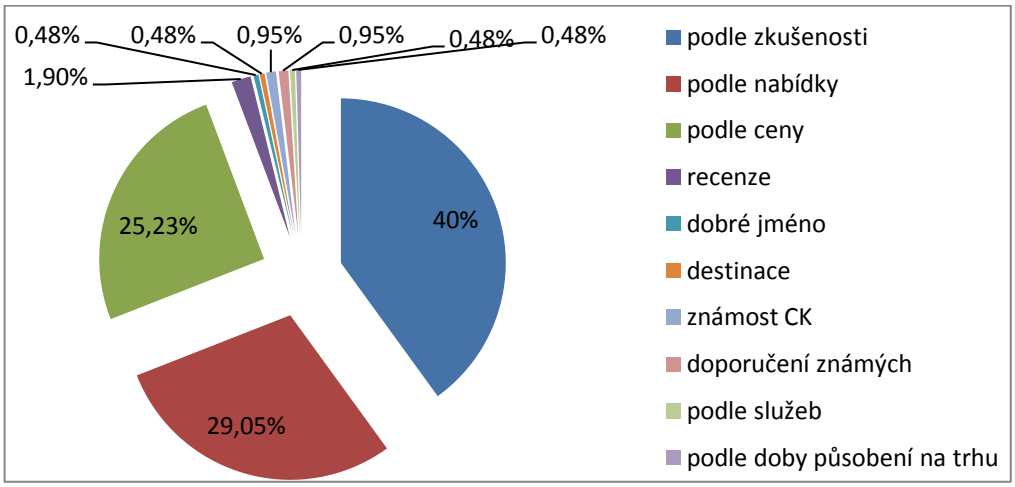


Zdroj: vlastní šetření

6.1.1 Kritéria spotřebitele ve výběru subjektu

Na základě získaných odpovědí, kdy bylo možné uvést i několik kritérií, si nejčastěji klienti volí CK a CA podle zkušenosti (40 %), druhým důležitým kritériem je nabídka (29,06 %), třetí místo zaujímá kritérium cena (25,23 %).

Graf 2: Kritéria ve výběru subjektu



Zdroj: vlastní šetření

Další kritéria mají podle výsledků menší význam. Zkušenost se jeví pro spotřebitele jako kritérium dvojnásobně důležitější než cena, lze tedy na základě těchto poznatků říci, že téměř polovina zákazníků je ochotni zaplatit více finančních prostředků pro zajištění spokojenosti. U zákazníků s čistým měsíčním příjmem menším než 10 000 Kč vyšla na prvním místě zkušenost, následovala nabídka a překvapivě na třetím místě skončila jako kritérium při rozhodování cena. Zákazníci s čistým příjmem překračujícím

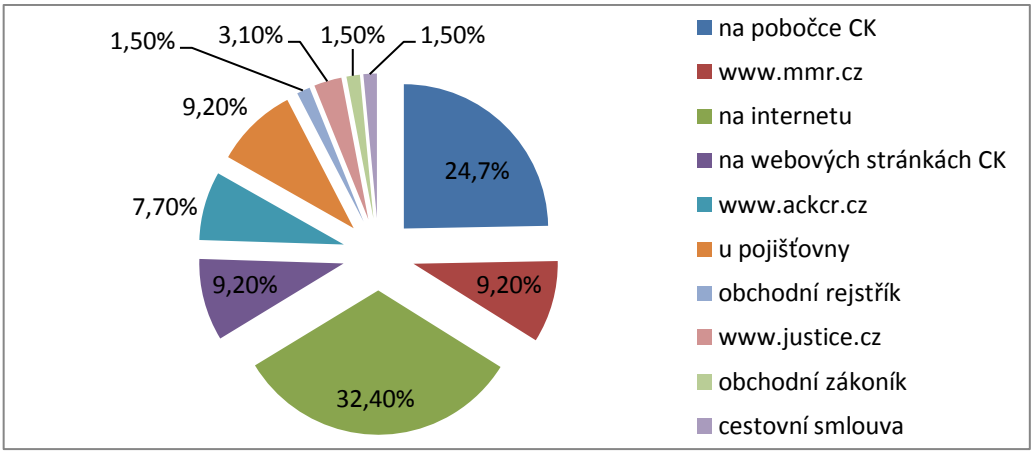
40 000 Kč měsíčně si cena se zkušeností stály vyrovnaně, poté následovala nabídka, což byl poněkud překvapivý výsledek. Vlastní zkušenost může být základem věrnosti zákazníka CK. Velmi malé procento zaujímají kritéria destinace, služby, známost CK a doba působení CK na trhu, což vypovídá, že nabídka CK či CA se v destinaci tolik neliší, jelikož se snaží být konkurenceschopným a i specializovaná CK na určitou destinaci může mít vysokou konkurenci. Známost CK se týká spíše velkých subjektů s úspěšnou propagací, doba působení na trhu jak velkých, tak i menších CK nebo CA.

Zajímalo mě, zda mají spotřebitelé svou oblíbenou CK či CA, kde jsou věrnými zákazníky. Převažovali zákazníci, kteří se do určité CK nebo CA vracejí spokojení, v procentuálním vyjádření se jedná o 64 %. Mezi nejčastěji jmenované subjekty patřily CK Exim Tours a CA Invia, méně a ve vyrovnaném počtu si stojí CK Máj, CK Čedok a CK Fischer. Zbylé oblíbené CK byly uváděny jednotlivě a většinou se jednalo malé CK, které mají velmi malý počet (jednu až tři) poboček po celé ČR, nebo zákazníci uváděli i CK a CA prodávající zájezdy přes internet (např. Dovolena.cz nebo nacesty.cz). Svou oblíbenou CK nebo CA nemá 35 %.

Jedním z kritérií výběru v případě CK by spotřebitel neměl zapomínat na ochranu svých financí a zjistit si, zda je CK pojištěna pro případ úpadku. Zákazníků CK jsem se dotazovala, zda si tuto skutečnost ověřují a případně kde. Bohužel si v několika případech tuto povinnost CK neuvědomují. Více jak tři pětiny (32 %) si pojištění ověřují, ale 38 % si tuto skutečnost nezjišťuje. Na otázku dotazující se klientů, zda ví, kde si mohou ověřit pojištění CK, zaškrtly dvě třetiny „nevím“ (63 %) a čtvrtina „vím“ (37 %). Ačkoli někteří zaškrtli, že si ověřují, zda je CK pojištěna a ví, kde lze tuto informaci získat, další jejich odpovědi vypovídaly o opaku, například 39 dotazovaných ze 112 uvedlo, že ví a ověřují si ho, ale aniž by uvedli kde a jakým způsobem. Zůstává tedy otázkou, jaké odpovědi odpovídají realitě. Následující graf znázorňuje, kde si zákazníci zjišťují informaci o pojištění CK. Nejčastěji zákazníci uváděli „na internetu“, což je velmi obecně řečeno a prakticky by do této kategorie mohly spadat i odpovědi www.mmr.cz, www.justice.cz, obchodní rejstřík a webové stránky CK, pak by tato kategorie dosahovala 63,1 %. Jedná se o nejpohodlnější způsob ověření, ovšem za rizika neaktuálnosti informací. Vezmu-li v úvahu, že obecnou odpověď „na internetu“ znamenají webové stránky MMR, příslušných CK a CA, příslušných pojišťoven (sem zahrnuji i odpověď „u pojišťovny“), je tato odpověď správná. Uvedené odpovědi jako www.justice.cz nebo obchodní rejstřík tuto informaci neobsahují. Co se týká cestovní

smlouvy, považuji odpověď za správnou, ovšem je nutno dodat, že informace o pojištění CK je uvedena v jedné její nedílné součásti, a to ve VSP. Nikdo neuvedl katalog příslušné CK.

Graf 3: Zdroj informace o povinném pojištění CK pro případ úpadku



Zdroj: vlastní šetření

Spotřebiteli by informace o povinném pojištění CK měla být snadno dostupná, CK a CA o této povinnosti informují klienta různě i několika způsoby najednou. Nejčastěji ústně (43 %), s čímž je také spojeno předání dokladu o tomto pojištění (33 %). Tři CK uvedly certifikátem vyvěšeným v prodejně na viditelném místě (14 %), čehož jsem si u většiny CK všimla při návštěvě. Pouze jedna CK, jež si přála anonymizovat, odpověděla, že předává klientovi i kopii certifikátu o pojištění. Dalším způsobem je rovněž uvádění informace v katalogu.

6.2 Uzavírání cestovních smluv

Do cestovní smlouvy je důležité nechat zanést i specifické požadavky typu: výhled na moře, pokoj s balkonem apod., jsou-li sjednané a zaplacené. Na požadavky a služby, které cestovní smlouva neobsahuje, nemá později klient nárok a jejich případné vady či úplnou absenci nemůže reklamovat. Dotazovaní si nechávají zanášet své požadavky do cestovní smlouvy z 53 %, zbylých 47 % nikoli, což představuje vysoké procento. Ovšem zde zůstává otázkou, zda tyto specifické požadavky tito klienti vůbec mají.

Je třeba, aby VSP odpovídaly platným právním předpisům. CK si je může zhotovit sama, avšak existuje určité riziko, kdy její podmínky neupraví vše dostatečně, jelikož chybí spolupráce s odborníky z oblasti práva. Při vytváření cestovních smluv včetně

VSP využilo z 36 % CK právní služby, menší procento CK (25 %) přiznalo vlastní tvorbu. Téměř pětina dotazovaných zaměstnanců CK nevěděla odpověď.

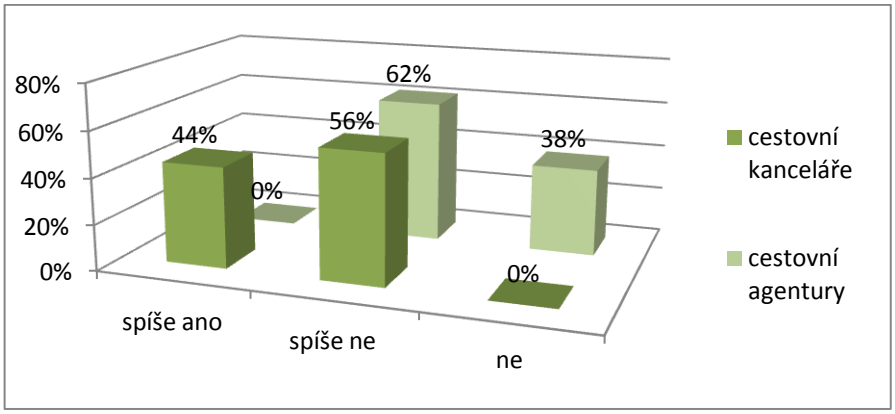
Všechny dotazované cestovní agentury odpověděly, že svého klienta ještě před podpisem cestovní smlouvy informují, pro jakou CK zájezd zprostředkovávají.

6.2.1 Způsob uzavírání cestovní smlouvy

Spotřebitelé mohou využít zakoupení zájezdu osobně na pobočce či přes internet. Jejich odpovědi vypověděly o téměř vyrovnané situaci. I když stále více zákazníků využívá nákup zájezdu přes internetové stránky CK či CA (51 %), osobní návštěvu pobočky upřednostňuje 49 % z dotazovaných. Internet ke koupi zájezdu využívají mladí lidé, ale překvapivě i nezanedbatelný počet lidí starší generace nad 55 let.

Většina CK (91 %) a CA (88 %) má v současné době vlastní internetové stránky s uveřejněnou nabídkou zájezdů. Dotazované CK na otázku, zda mají jejich zákazníci možnost zakoupit si zájezd na jejich internetových stránkách, využívali možností „spíše ano“ nebo „spíše ne“, tedy nejednoznačných odpovědí. CA využívaly pouze možností, nabízející negativní odpověď. Z následujícího grafu je zřejmé, že v případě odpovědí CK upřednostňují klienti osobní formu prodeje, což představuje rozdíl v porovnání se získanými odpověďmi od zákazníků, kde lehce převažuje nákup zájezdů přes internet. Subjekty, resp. zaměstnanci, jak přiznaly, o této skutečnosti většinou přehled nemají.

Graf 4: Možnost spotřebitelů zakoupit si zájezd přes internetové stránky CK



Zdroj: vlastní šetření

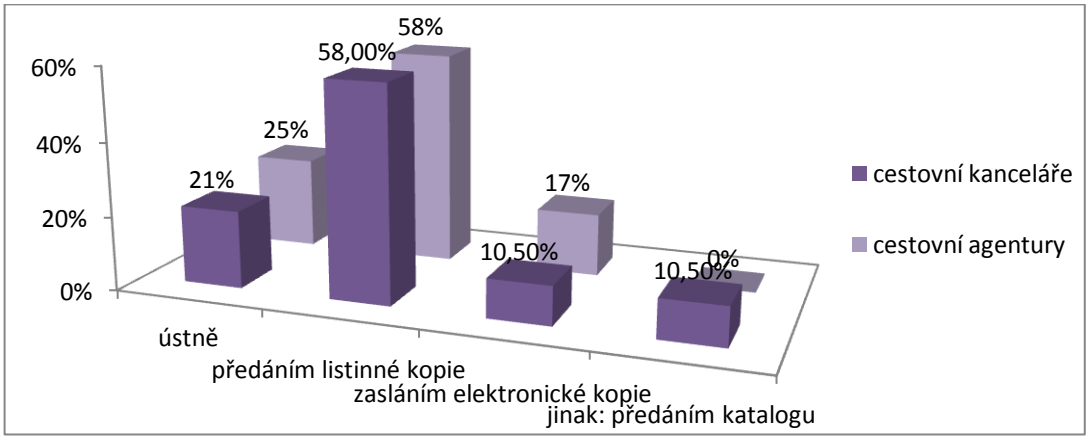
Pracovní hypotézu č.1: Klienti cestovních kanceláří a agentur upřednostňují uzavírání cestovních smluv přes internet, mohu na základě výsledků z dotazníkového šetření spotřebitelů potvrdit. V dnešní době pokročilých informačních a rezervačních

systémů, tuto formu nákupu zákazníci využívají častěji, než osobní nákup na pobočce. Vezmu-li ovšem v úvahu odpovědi poskytnuté CK a CA, pak tuto hypotézu zamítám.

6.2.2 Seznámení zákazníka se všeobecnými smluvními podmínkami

CK a CA uvedly, že tuto zákonnou povinnost splňují vždy a různým způsobem, třeba několika najednou. V následujícím grafu lze vidět, že nejvyšší procento zaujímá předání listinné kopie, následuje ústní seznámení, zaslání kopie elektronicky na e-mail klienta uvedený v cestovní smlouvě a 10,5 % CK řeší poskytnutí VSP předáním katalogu. V případě ústního seznámení by pracovníci z časových důvodů měly stručně říci základní povinnosti a práva klienta a CK a upozornit ho na důležitost přečtení VSP. V každém případě musí obdržet kopii smluvních podmínek a cestovní smlouvy.

Graf 5: Způsob seznámení zákazníka se všeobecnými smluvními podmínkami (odpovědi CK a CA)

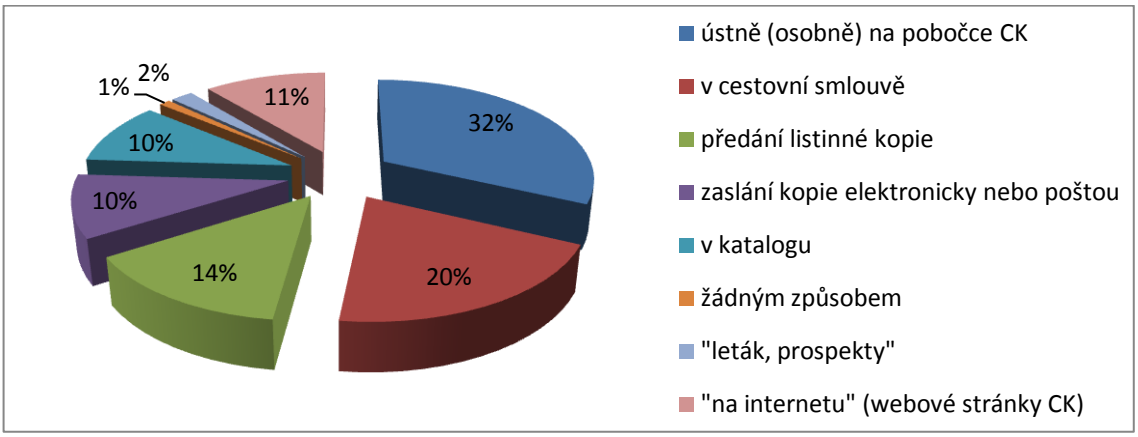


Zdroj: vlastní šetření

Klienti CK a CA odpovídali na tuto otázku z jejich postavení, tedy zda je CK či CA seznamuje s VSP a popř. jakým způsobem. Otázka měla záměrně charakter tzv. vypisovací otázky, kdy zákazníci měli možnost vypsat způsoby a prostřednictvím čeho je CK či CA o VSP informují. Graf shrnuje získané odpovědi, kdy největší procento tvoří seznámení s podmínkami osobně, tedy v ústním podání pracovníka na pobočce. S předáním listinné kopie se setkalo 14 % zákazníků, k nim bych mohla připočítat i 20 % těch zákazníků s uvedenou odpovědí „v cestovní smlouvě“, jelikož VSP tvoří nedílnou součást písemné cestovní smlouvy, pak by tento součet byl 34 %, a tudíž by zaujímal největší část grafu. Překvapila mě odpověď „žádným způsobem“ a „leták, prospekty“, kdy se domnívám, že respondenti přesně nevěděli, co vlastně VSP obsahují. Nesetkala jsem se s letákem ani jinou propagační tiskovinou, která by obsahovala

ustanovení VSP. Odpověď „na internetu“ vnímám jako přístup k VSP na webových stránkách CK, kdy je otázkou, zda při uzavírání cestovní smlouvy na VSP CK pouze neodkazuje, čímž připravuje klienta o odpovědi na jeho případné dotazy. Porovnám-li odpovědi získané od CK a CA a od zákazníků, souhlasí stejné pořadí nejčastěji uvedených odpovědí.

Graf 6: Způsob seznámení se všeobecnými smluvními podmínkami (odpovědi spotřebitelů)



Zdroj: vlastní šetření

6.2.3 Kontrola správnosti údajů uvedených v cestovní smlouvě

Z dotazovaných respondentů si 97 % kontroluje údaje uvedené v cestovní smlouvě, zbylá 3 % spoléhají na pracovníky. Celkově to považuji za pozitivní výsledek, ovšem je otázkou, zda tato čísla odpovídají realitě a většina je skutečně opatrná.

S kontrolou údajů uvedených v cestovní smlouvě může souviset i pročítání VSP a reklamačního řádu. Každý má možnost si je přečíst před uzavřením cestovní smlouvy, neboť bývají zveřejňovány na internetových stránkách CK či CA nebo otištěné v katalozích a v případě, že nerozumí některému ustanovení, mohou se doptat zaměstnance CK či CA osobně a předejít tak případným nedorozuměním. Na VSP se před výběrem zájezdu u CK či CA podle výsledků zaměřuje poměrně vysoké procento zákazníků (44 %), což může znamenat např. skutečnost, že ví konkrétní subjekt, který si ke koupi zájezdu zvolí, nebo již mají zkušenosti se službami tohoto subjektu. Při podpisu smlouvy se s VSP seznamuje 29 %, kde zůstává otázkou, zda zákazník skutečně při uzavírání cestovní smlouvy čte rozsáhlé a drobným písmem napsané VSP, popřípadě si v nich nevyhledá pouze ty nejdůležitější skutečnosti nebo ustanovení, které ho zajímají. Lze říci, že 27 % klientů si VSP nečte, resp. si pročte některá ustanovení

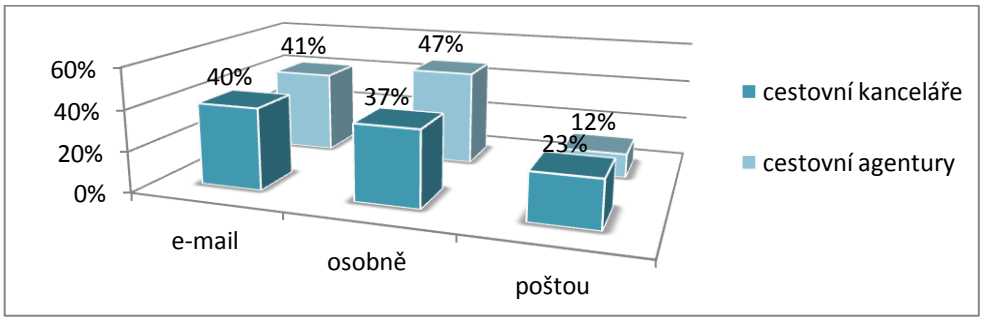
pouze v případě, pokud se dostaví nějaký problém a zákazníci ve VSP hledají, jak ho řešit (z toho 16 %). 11 % respondentů přiznalo, že VSP nečte vůbec, ale domnívám se, že kdyby nastal problém během zájezdu, dohledají si alespoň některá ustanovení, nebo zjistí svá práva a povinnosti kontaktováním CK nebo delegáta. Důvodem, proč si klienti nečtou VSP, může být, kromě rozsáhlosti a stylu psaní, i ten, že jim jednoduše stačí stručný výklad při osobním seznámení pracovníkem CK nebo CA.

6.3 Po uzavření cestovní smlouvy a před zahájením zájezdu

CK a CA musí nejpozději do 7 dní před zahájením zájezdu zákazníkovi poskytnout podrobné informace o všech skutečnostech, které jsou pro něj důležité, jsou CK nebo CA známy, lidově se jedná o tzv. pokyny k odjezdu. Tyto pokyny poskytují různý počet dní před začátkem zájezdu. Většina CK a CA uvedla 7 dní před zahájením zájezdu, ovšem některé odpověděli vyšší číslo, např. 7 dní a více, 10 dní, 12 až 14 dní. Ač zákon stanoví 7 dní, CA, jež si přála být anonymizována, uvedla 5 až 6 dní, jiná 7 a méně dní.

Tzv. pokyny CK a CA předávají zákazníkovi různými způsoby, ať už i několika najednou (nejčastěji e-mailem a osobně), nebo pouze jedním. Z následujícího grafu je možné vidět, jaký způsob se vyskytuje nejčastěji a jaký je naopak méně používaný. Nejnižší procento zaujímá zasílání poštou, jelikož využití této služby vyžaduje náklady, kdežto předání tištěných informací jsou zanedbatelné (náklady na toner, papír), u elektronického zasílání nejsou s předáním spojeny téměř žádné náklady.

Graf 7: Způsob předání tzv. pokynů zákazníkovi



Zdroj: vlastní šetření

Zajímalo mě rovněž, zda klienti nějakým způsobem porušují cestovní smlouvu, co je podle CK a CA příčinou takového porušení a co činí jako obranu proti takovým nekalým praktikám zákazníků. K mému překvapení to byly velmi neoblíbené otázky, jelikož z 8 CA a 18 CK napsalo odpovědi pouze 5 z nich. Ostatní pracovníci CK či CA tvrdily, že k porušení nedochází, ovšem během mého rozhovoru s nimi jsem nakonec

zjistila, že si nejsou jistí, jak by zákazník mohl smlouvu porušit (42 %). Nakonec se mi podařilo zjistit odpovědi jako nedoplacení celé ceny zájezdu (42 %), storno smlouvy (12 %) a změna nástupního místa (4 %). Jako příčinu porušení smlouvy ze strany zákazníka uvedly CK a CA například zdravotní stav (16 %), zapomnětlivost (37 %) a nedostatek financí (47 %). CK a CA zasílají upomínky či telefonicky upozorní klienta na neuhrazený doplatek, CA Invia své klienty nechává podepsat rozsah plateb.

6.4 Reklamace

6.4.1 Informace poskytnuté od CK a CA

Při otázce průměrného počtu reklamací za rok položené cestovním kancelářím a cestovním agenturám je třeba z objektivních důvodů rozlišit velikost CK či CA, resp. něco jiného bude vypovídat určitý počet reklamací CK podnikající pouze v rámci Českých Budějovic, jež má teoreticky méně zákazníků, než CK, jejíž působnost je díky pobočkám po celé republice větší a průměrné počty reklamací za rok mohou být vyšší.

Odpovědi na otázku průměrný počet reklamací za rok vypovídají celkově o poměrně vysoké spokojenosti klientů, jak ukazuje následující tabulka. Ovšem CK Alex, CK Bolero tours, CK Daen International, CK Exim tours, CK Neckermann a CA Rekrea nebyly ochotny poskytnout tyto informace s tím, že pobočka reklamace nevyřizuje, jelikož vyřizování přísluší centrále (kromě CA Rekrea).

Tabulka 1: Průměrný počet reklamací za rok podle subjektu

subjekt	velikost	průměrný počet reklamací za rok		
		celkem	z toho oprávněných	z toho neoprávněných
CK	malé	52	23	29
	velké	122	68	54
CA	malé	12	8	4
	velké	20	15	5

Zdroj: vlastní šetření

Nejčastějším předmětem reklamací bývá ubytování (kvalita, změna, služby ubytovacího zařízení), doprava (např. zastaralost autobusů), stravovací služby, služby delegátů, méně často se vyřizují reklamace na zpoždění letů nebo pláž. Některé CK a odpovědné vedoucí CA Obzor a CA Golda uvedly, že žádné reklamace nemají, resp. za rok 2011 žádné nevyřizovaly a zdůraznily spokojenost svých klientů. Zůstává otázkou, zda klienti případné nedostatky nereklamovali přímo u odpovědné CK, nebo zda zákazníci je vůbec reklamovali a co skutečně odpovídá pravdě.

6.4.2 Informace poskytnuté zákazníky CK a CA

Získané odpovědi se shodují s výsledky ze strany CK a CA. Zaokrouhleně 9 % respondentů má zkušenost s reklamací, což představuje poměrně malé procento. Předmětem reklamací bývají většinou vadně poskytnuté služby subdodavatelů CK. Zákazníci reklamovali v drtivé většině ubytování, resp. jeho kvalitu, dále například jiné ubytování a doprava, než bylo sjednáno, dále stravovací služby, chybějící delegát, zkrácení pobytu o jeden den, neuskutečnění výletu zahrnutého v ceně zájezdu nebo zveřejňování „chybných fotografií ubytovacího zařízení“. Nejčastěji jmenované podniky, u nichž spotřebitelé uplatňovali reklamaci, uváděli respondenti např. CA Invia, CA Rekrea a CK Čedok, tedy větší podniky, s větším objemem zájezdů, což může být i důvodem pro jejich časté uvádění, zbylé méně časté odpovědi se týkaly většinou malých CK. Ne vždy zákazníci s reklamací uspějí, což potvrzují i jejich odpovědi. S kladným vyřízením reklamace se setkalo 40 %, se zamítnutím 60 % respondentů.

Někteří nároční zákazníci dokážou být velmi důslední, kteří si stěžují, až mnohdy přehánějí, a to jen proto, aby dostali alespoň část peněz z poskytnutých služeb zpět. Potvrdila to i jednatelka českobudějovické cestovní kanceláře CK Máj, která má s takovými lidmi a až „nesmyslnými“ reklamacemi zkušenosti. Mnohdy se může zvednout i vlna stížností, která by se za normálních okolností nevyvstala. Druhý extrém představují klienti, kteří si nechají téměř vše líbit a reklamaci předem vzdávají. Nechtějí se totiž dohadovat a myslí si, že reklamací ničeho nedosáhnou.

Zajímalo mě, zda si klienti s sebou na dovolenou berou cestovní smlouvu, už jen například z toho důvodu, aby se v případě potíží mohli obrátit na delegáta a jeho prostřednictvím nárokovat zaplacené služby a uvedené ve smlouvě. Cestovní smlouvu si na svou dovolenou bere 80 %, zbývajících 20 % ji nechává doma. Po návratu z dovolené smlouvu schovává ještě stejných 80 % z dotazovaných, a ostatních 20 % ji vyhodí. Nyní mě napadá otázka, zda si při vyhazování spotřebitelé uvědomují, že smlouva obsahuje jejich osobní údaje, a zda dostatečně smlouvu zničí, aby tyto údaje nešlo získat, např. skartováním, neprůhledným zabarvením apod.

Na základě získaných odpovědí od klientů CK a CA musím vyvrátit hypotézu č. 2: Reklamace zájezdů klientů cestovních kanceláří a agentur je většinou neoprávněná. Výsledky dotazování vypovídají z 55 % případů o oprávněné reklamaci, neoprávněných bylo o něco méně, tedy 45 %, což nepředstavuje markantní rozdíl. Ovšem musím dodat, že takto rozhodují CK nebo CA, jež reklamace vyřizují, a může se stát, že jejich

rozhodnutí nebude pravdivé. V tomto případě nezbývá přesvědčenému zákazníkovi nic jiného než obrátit se na soud, který jako jediný může vyjádření CK nebo CK vyvrátit.

6.5. Doporučení cestovním kancelářím, agenturám a spotřebitelům

Cestovním kancelářím bych doporučila, než se situace zatím připravovanou novelou zákona č. 159/1999 Sb. zlepší, sjednat si pojistnou smlouvu s pojišťovnou na dostatečnou výši limitu pojištění, jež odpovídá objemu zájezdů CK. Předložit pojišťovně potřebné údaje a změnit či sjednat novou pojistnou smlouvu ochraňující klienty v případě úpadku CK.

CK a CA by měly mít rovněž přehled o aktuálním dění v cestovním ruchu, jaké jsou trendy, jaké se vyskytují aktuální problémy, jaké jsou změny v legislativě, jaký budou mít dopad na podnikání apod. Při dotazníkovém šetření jsem se CK a CA dotazovala, zda již vědí o novém občanském zákoníku, resp. jaké změny přináší. Výsledky vypovídají o malé informovanosti, o změně ví pouze 13 % CK a 25 % CA, z doslechu tuší 19 % CK a 12 % CA, více jak polovina CK (69 %) a CA (63 %) o změně neslyšela.

CK případně CA bych vytkla styl psaní VSP. Bohužel se smluvní podmínky takto většinou předkládají spotřebiteli, ale bylo by zajímavé se odlišit v tomto ohledu od ostatních, navíc drobné písmo na textem zahlcených stránkách zákazníka od přečtení odrazuje a může v něm vyvolat dokonce i určitou míru nedůvěry, popř. až strachu. Domnívám se, že zákazníci nebudou zatěžovat pracovníky CK či CA případnými zbytečnými dotazy. CK a CA by si měly uvědomit, že je jejich posláním a podstatou podnikání sloužit spotřebiteli při výběru, koupi a realizaci zájezdu. Vždyť jeho důvěra a spokojenost je klíčem k úspěšnému podnikání k dalšímu rozvoji CK nebo CA.

Za chybu u zákazníků považuji skutečnost, kdy mnozí s reklamací čekají až do příjezdu z dovolené. Řešit nedostatek je třeba hned a na místě, neboť pozdější prokazování nedostatků může být problematické. Dále samozřejmě pozorně číst VSP. Dále doporučuji spotřebitelům, aby si dávali při cestování pozor na organizátora zájezdu, zda se jedná o subjekt, který pro podnikání v této oblasti má příslušné oprávnění a zjišťovat si v případě CK ověřit její pojištění pro případ úpadku.

7 Závěr

Tato bakalářská práce měla za primární cíl analyzovat cestovní smlouvy cestovních kanceláří, popřípadě cestovních agentur, a to jak samotného předtisku, tak především všeobecných smluvních podmínek. Rozborem a vzájemným porovnáváním smluv a smluvních podmínek jednotlivých cestovních kanceláři i cestovních agentur bylo tohoto hlavního cíle dosaženo. Kromě hlavního cíle měla práce i další dva dílčí, jež se zaměřovaly na spotřebitele, resp. na jejich odpovědi při dotazování. Jeden z nich se týkal reklamace, resp. se jednalo o zjištění, jak bývají zákazníci úspěšní při vyřizování reklamací poskytnutých služeb (v případě oprávněných reklamací). Tento cíl byl naplněn. Druhým dílčím cílem bylo zjistit, jakou pozornost věnují zákazníci jednak kontrole svých osobních údajů uvedených v cestovní smlouvě, a též jakou péči věnují studiu všeobecných smluvních podmínek. I tento cíl byl dosažen na základě dotazníkového šetření a následného rozboru získaných odpovědí.

Práce obsahovala rovněž dvě pracovní hypotézy (pracovní hypotéza č. 1: Klienti cestovních kanceláří a agentur upřednostňují uzavírání cestovních smluv prostřednictvím objednávek přes internet a pracovní hypotéza č. 2: Reklamace zájezdů klientů cestovních kanceláří a agentur je většinou neoprávněná). Při rozhodování o první hypotéze si odpovědi získané od zákazníků a subjektů stály protichůdně, kdy dle odpovědí cestovních kanceláří a cestovních agentur by došlo k zamítnutí této hypotézy, naopak odpovědi od jejich zákazníků tuto hypotézu potvrzovaly. Jelikož se subjekty přiznaly, že pouze odhadují a nemají o této skutečnosti přehled, beru v úvahu, že tato hypotéza byla potvrzena. V případě druhé hypotézy z odpovědí vyšlo s těsným rozdílem větší procento oprávněných reklamací a hypotéza proto byla zamítnuta.

Provedený rozbor a porovnání cestovních smluv několika vybraných cestovních kanceláří (popř. cestovní agentury) vypovídá sice o odlišné grafické úpravě tiskopisu, o některých kolonkách uvedených navíc (např. místo na vyjádření přání zákazníka apod.), ale hlavně ve všech případech potvrzuje dodržení podstatných náležitostí. Z výsledků rozboru a porovnání všeobecných smluvních podmínek plyne opět dodržování zákonných náležitostí, ale v některých případech CK i doplňující a podrobné informace. V podstatě představují konkrétnější a detailnější implementaci zákona s odkazy se na něj. Některé cestovní kanceláře by se měly více zaměřit na přehlednost svých všeobecných podmínek a téměř všechny na styl jejich psaní.

Výsledky z dotazníkového šetření, prováděného u obou smluvních stran, se mnohdy shodovaly (až na drobné rozdíly), ale nastaly i situace, kdy se zcela rozcházely, jako například v případě uzavírání smlouvy přes internet, jež bylo již řešeno v rámci pracovní hypotézy č. 1. V celkovém shrnutí přineslo vyhodnocení dotazníkového šetření poměrně pozitivní výsledky, hlavně v případě spotřebitelů, kteří si převážně dávají pozor na to, co podepisují, kontrolují údaje uvedené v cestovní smlouvě a ve více jak polovině případů si pročítají všeobecné smluvní podmínky. Za negativní považuji výsledek, že někteří nevnímají rozdíl mezi cestovními kancelářemi a cestovními agenturami, a dále skutečnost, že zákazníci si v některých případech nezjišťují, zda je cestovní kancelář pojištěna pro případ úpadku, a mnohdy přesně neví, kde si tuto skutečnost ověřit. Cestovní kanceláře a cestovní agentury sice poskytují potřebné informace různými (i kombinovanými) způsoby v dostatečném rozsahu, ale na druhou stranu nevěnují přílišnou pozornost měnícímu dění v oblasti legislativy, jaké změny nastanou, jaké následky pro ně konkrétně mohou přinést, jakým způsobem budou muset se na tyto změny připravit (např. přizpůsobit své všeobecné smluvní podmínky) a případně další otázky. Další nedostatek vidím v již zmíněné úpravě smluvních podmínek. Dotazníkové šetření s sebou přineslo výše uvedené výsledky, ovšem zůstává neznámou, zda získané odpovědi odpovídají pravdivému tvrzení a skutečnosti.

Podle mého názoru je třeba legislativu aktualizovat a zabránit tak dvojímu právnímu výkladu, a aby byla zachována implementace směrnic Evropské unie. Úprava cestovní smlouvy a problematiky týkající se cestovních kanceláří a cestovních agentur se v současném znění postupem času stala nedostatečnou. Tato úprava je dle mého názoru nedostatečná v případě pojištění cestovní kanceláře pro případ úpadku, kdy nastává problém hlavně ze strany pojišťoven v případě výplaty pojistného plnění. Zavedla bych rovněž povinnost živnostenským úřadům prověřovat pravdivost prohlášení při žádosti o koncesi a další přísnější podmínky, aby se minimalizovalo riziko podnikání neúspěšných podnikatelů a zvýšila se ochrana spotřebitele. Provozování cestovní agentury bych zařadila mezi živnosti vázané, kdy docházelo k jejich založení osobou, která má prokazatelné vzdělání v oblasti cestovního ruchu. Co skutečně přinesou jednak připravovaná novela zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a též změny úpravy cestovní smlouvy v novém občanském zákoníku se projeví až po určité době jejich platnosti.

8 Summary

A primary aim of this thesis is to analyse travel agreements of tour operators and travel agencies, in respect of their general terms and also the forms themselves. Besides this main purpose there are two additional ones - to research how the customers are successful in clearing their complaints about services provided to them (in case of the justified complaints) and to find out how the customers pay attention to control their personal data contained in the travel agreements and also how carefully they read general terms and conditions. All the mentioned aims have been achieved.

The thesis includes two working hypotheses that were disproved after having got the respondents`answers.

Answers of both contracting parties, i.e. the tour operators and the customers, obtained from the questionnaire survey, present the situations of their agreements and disagreements (e.g. contracts concluded through the Internet).

The author of the thesis also analyses the applicable legislation. The current regulation of the travel contract and the issue concerning the tour operators and the travel agencies has gradually become insufficient. According to the author, it is necessary to update the legislation, to avoid ambiguity in interpretation of some legal provisions and to guarantee maintaining the implementation of European Union directives.

The forthcoming amendment of Act No. 159/1999 Coll., on some business conditions in the tourism and the main changes in regulation of travel contract contained in the new the Civil Code are also mentioned in the thesis. The impact of these legal changes on practice will be able to assess only some time after their entry into force.

Keywords: travel agreement, travel agency, tour operator, Civil Code, Terms and conditions, customer (customer), complaint, insurance in case of insolvency

9 Seznam zkratek

AČCKA… Asociace cestovních kanceláří a agentur

ACK ČR… Asociace cestovních kanceláří České republiky

CA… cestovní agentura

CK… cestovní kancelář

MMR… Ministerstvo pro místní rozvoj

Občanskému zákoníku … Občanský zákoník

VSP… Všeobecné smluvní podmínky

Zákon č. 159/1999 Sb…. Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 634/1992 Sb… Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

CK Alex… Alex, cestovní kancelář, s.r.o.

CK Alexandria… Alexandria, spol. s.r.o.

CK Blue Style… cestovní kancelář Blue Style s.r.o.

CK Bolero tours… Marie Lebedová CK Bolero tours Třeboň

CK Čedok, a.s… cestovní kancelář Čedok a.s.

CK Daen International… cestovní kancelář Daen International, spol. s.r.o.

CK Exim Tours… EXIM TOURS a.s., cestovní kancelář

CK Firo-tour… FIRO tour a.s.

CK Fischer… cestovní kancelář FISCHER, a.s.

CK Máj… cestovní kancelář CK Máj spol. s.r.o.

CK Neckermann… Thomas Cook s.r.o.

CK Petra tour… cestovní kancelář PETRA TOUR, s.r.o.

CK Cestovka Pohoda… cestovní kancelář Cestovka Pohoda, s.r.o.

CK Quicktour… cestovní kancelář Quicktour s.r.o.

CK Roslo… cestovní kancelář RoSlo s.r.o.

CK Saturn… ČSAD AUTOBUSY České Budějovice, a.s.

CK Toledo… CK Toledo v.o.s.

CA Invia… cestovní agentura INVIA.CZ, a.s.

CA Golda… cestovní agentura Golda Mayerová Milada

10 Seznam literatury

10.1 Literární zdroje

BUCHAROVÁ, J., KOCOVÁ I. *Povinnosti cestovních kanceláří a cestovních agentur: cestovní smlouva: (výklad zákona)*. Praha: MAG Consulting, 2000, 63 s.

COOPER, CH., FLETCHER, J., FYALL, A., GILDBERT D., S. WANHILL. *Tourism: Principles and practice*. fourth edition. Instock: Financial Times Press, 2008. ISBN 9780273711291.

ČESKÁ REPUBLIKA. Zákon č. 40/1964 Sb. ze dne 26. února 1964 občanský zákoník ve znění pozdějších předpisů. In*: Sbírka zákonů Československé socialistické republiky*. 1964, částka 19, s. 70 - 73. ISBN 9788072087297.

ČESKÁ REPUBLIKA. *Občanský zákoník: Komentář I, II 2 vydání.* In: Praha: C.H.Beck, 2009.

GOELDNER, CH. R., RITCHIE J. R. B. *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2009. ISBN 9780470084595.

HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 9788073731076.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Vyd. 1. Praha: Idea servis, c2010, 405 s. ISBN 9788085970685.

ŠVESTKA, J., SPÁČIL, J., ŠKÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kolektiv *Občanský zákoník I, II, 2. vydání*, Praha: C.H.Beck 2009, 2321 s. ISBN 9788074001086

10.2 Internetové zdroje

Business.center.cz. *Cestovní smlouva [online]* Copyright © 1998 - 2013. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcanzak/cast8h21.aspx

Business.center.cz. *Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání [online]* Copyright © 1998 - 2013. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/

Business.center.cz. *Zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele [online]* Copyright © 1998 - 2013. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/spotrebitel/cast2.aspx

Business.center.cz. *Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník [online]* Copyright © 1998 - 2013. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast4h2d6.aspxČECHUROVÁ, L. Asociace cestovních kanceláří ČR. *Neoprávněné podnikání – riziko pro turisty i pořadatele [online]*. [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: http://www.ackcr.cz/tiskove-zpravy/neopravnene-podnikani-riziko-pro-turisty-i-poradatele

Ca-obzor.cz *[online]* [cit. 2012-09-15]. Dostupné z: http://ca-obzor.cz/viewpage.php?page_id=2Cestovní kancelář Blue Style s.r.o. *Reklamační řád a ITQ pro internetový prodej 2012 [online]* Copyright 1997-2013. Dostupné z: http://www.blue-style.cz/dulezite-informace/vsp-pro-internetovy-prodej/reklamacni-rad-itq-2012/

Cestovka Pohoda. *Podmínky prodeje zájezdů cestovní kanceláře Cestovka Pohoda s.r.o. [online] Copyright © 2010*. Dostupné z: http://www.cestovkapohoda.cz/doc/podminky.pdf

Cestovní kancelář ALEX. *Všeobecné smluvní podmínky cestovní kanceláře ALEX 2013 [online]* Copyright © 1990 - 2013. Dostupné z: http://www.ckalex.cz/vseobecne-smluvni-podminky/

Cestovní kancelář Bolero Tours. *Cestovní smlouva uzavřená ve smyslu zákona č. 159/99 Sb. [online]* Copyright © 2013. Dostupné z: http://www.bolero.cz/userfiles/file/dokumenty_1.pdf

Cestovní kancelář CK Máj. *O nás. [online]* [cit. 2013-01-30]. Dostupné z: http://www.ckmaj.cz/index.php/onas

Cestovní kancelář Quicktour. *Dodatek k cestovní smlouvě – Všeobecné podmínky cestovní kanceláře QUICKTOUR s.r.o. [online]* Copyright © 2013. Dostupné z: http://www.quicktour.cz/quicktour-dokumenty/QUICKTOUR-vseobecne-podminky-2010.pdf

CK Alexandria. *Všeobecné smluvní podmínky*. *[online]* [cit. 2013-01-24]. Dostupné z: http://www.alexandria.cz/images/public/pdf/podminky-2013.pdf

CK Roslo s.r.o. *Všeobecné smluvní podmínky CK RoSlo s.ro. [online]* [cit. 2013-01-05]. Dostupné z: http://www.roslo.cz/uploads/fs_files/contentpages/1/3_46.pdf

CK Saturn. *Dodatek k cestovní smlouvě [online] Copyright (c) 2000-2011*. Dostupné z: http://www.cksaturn.cz/documents/dodatek-k-cestovni-smlouve.pdf

CzechTourism. *6. Základní data a fakta o cestovním ruchu v ČR [online]*. © Copyright 2005-2013. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/6-zakladni-data-a-fakta-o-cestovnim-ruchu-v-cr/

CzechTourism. *Cestovní ruch přinesl Česku 135 miliard korun [online]*. [cit. 2012-03-08]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/cestovni-ruch-prinesl-cesku-135-miliard-korun.html

Čedok a.s. *Všeobecné smluvní podmínky cestovní kanceláře Čedok a.s. [online] Copyright © 2013*. Dostupné z: http://www.cedok.cz/obchodni-podminky/pdf/vseobecne-smluvni-podminky.pdf

Daen. *Všeobecné smluvní podmínky pro účast na zájezdech a čerpání cestovních služeb poskytovaných cestovní kanceláří podle ustanovení zákona č. 159/1999 Sb. [online]* Copyright © 2013. Dostupné z: http://daen.work.stovka.cz/downloads/VP_Daen.pdf

Dovolená a zájezdy CK FISCHER. *Důležité informace [online]* Copyright © 1999 - 2012. Dostupné z: http://www.fischer.cz/CKFischerWeb/media/Images/Soubory-PDF/pojistne-podminky/Leto-2012_Podminky-pro-cestujici,-Dulezite-informace-a-reklamacni-rad_1.pdf

Dovolená a zájezdy CK FISCHER. *ITQ Kodex – garance služeb [online]* Copyright © 1999 - 2012. Dostupné z: http://www.fischer.cz/o-ck-fischer/itq-kodex

dTest: Nezávislé testy, víc než jen recenze. *Pozor na nezákonné storno poplatky zájezdů [online]* [cit. 2012-07-14]. Dostupné z: http://www.dtest.cz/clanek-1747/pozor-na-nezakonne-storno-poplatky-zajezdu#download

Etics. *Kodex International Travel Quality (ITQ) [online]* Copyright © 2006-2010. Dostupné z: www.travel2002.cz/pdf/itq.pdf

EXIMtours. *Všeobecné obchodní podmínky LÉTO 2013 [online]* Copyright © 2009. Dostupné z: http://www.eximtours.cz/texty/vseobecne-podminky/#L_to_2012

Finance.cz – daně, banky, kalkulačky, spoření, kurzy měn. *Cestovní smlouva a její náležitosti [online]*. [cit. 2012-05-21]. Dostupné z: http://www.finance.cz/zpravy/finance/352870-cestovni-smlouva-a-jeji-nalezitosti/

FIRO-tour. *Všeobecné smluvní podmínky cestovní kanceláře FIRO-tour a.s. [online]* Copyright © 2013. Dostupné z: http://www.firotour.cz/public/99/87/c3/11902_58193_vseobecne_podminky_4strany.pdf

Generali Pojišťovna a.s. *Cestovní kancelář nese odpovědnost za výši pojistné částky [online]* Copyright © 2013. Dostupné z: http://www.generali.cz/aktuality/cestovni-kancelar-nese-odpovednost-za-vysi-pojistne-castky

IHNED.cz: Zpravodajský server Hospodářských novin. *Na co si dát pozor při koupi zájezdu [online]*. [cit. 2008-01-09]. Dostupné z: http://life.ihned.cz/cestovani/c1-22732080-on-koupi+z%E1jezdu-000000_d-4e

Krachy Cestovek – Portál o praktikách neseriozních cestovních kancelářích. *O projektu [online]* Copyright © 2012. Dostupné z: http://www.krachycestovek.cz/o-projektu

Krachy Cestovek – Portál o praktikách neseriozních cestovních kancelářích. *Novelizace špatného zákona o cestovním ruchu se opět odsouvá [online]*. [cit. 2013-25-01]. Dostupné z: http://www.krachycestovek.cz/clanek/327-novelizace-spatneho-zakona-o-cestovnim-ruchu-se-opet-odsouva

MMR: *Komentář k zákonu č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů a zákona č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). [online]*. [cit. 2010-1-27]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Pravo-Legislativa/Pravni-predpisy/Archiv/Komentar-k-zakonu

MMR. *Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenské podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů [online]*. Dostupné z: http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=fdceff95-6b92-4539-974f-893e9760f65b

MRÁČKOVÁ, E. Asociace cestovních kanceláří ČR. *Listopadový Klubový den ACK: novela zákona 159/1999 Sb. a pojištění insolvence [online]*. [cit. 2012-06-13]. Dostupné z: http://www.ackcr.cz/klubove-dny-a-akce/listopadovy-klubovy-den-ack-novela-zakona-159-1999-sb-a-pojisteni-insolvence

MRÁČKOVÁ, E. Asociace cestovních kanceláří ČR. *Pojištění cestovních kanceláří pro případ úpadku [online]*. [cit. 2012-01-24]. Dostupné z: http://www.ackcr.cz/tiskove-zpravy/pojisteni-cestovnich-kancelari-pro-pripad-upadku

MRÁČKOVÁ, E. Asociace cestovních kanceláří ČR. *Stornopoplatky jsou oprávněné [online]*. [cit. 2011-7-20]. Dostupné z: http://www.ackcr.cz/aktuality-pro-odborniky/stornopoplatky-jsou-opravnene

Neckermann cestovní kancelář. *Všeobecné podmínky [online]* Copyright © 2012. Dostupné z: http://www.ckneckermann.cz/cz/download/vseobecne-podminky-2012.pdf

Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu. *Podnikatelé obírají lidi přes cestovky, často opakovaně [online]*. [cit. 2012-07-12]. Dostupné z: http://www.novinky.cz/finance/272995-podnikatele-obiraji-lidi-pres-cestovky-casto-opakovane.html

Občanský zákoník. *Prezident republiky podepsal nový občanský zákoník [online]* [cit. 2012-02-20]. Dostupné z: http://obcanskyzakonik.justice.cz/cz/aktuality/31-prezident-republiky-podepsal-novy-obcansky-zakonik.html

PETRA TOUR. *Všeobecné podmínky Cestovní kanceláře PETRA TOUR s. r. o. [online]* [cit. 2012-08-26]. Dostupné z: http://www.petratour.cz/sites/pro-klienty

Právní informační server. *Ztráta radosti z dovolené [online]*. [cit. 2009-05-18]. Dostupné z: http://www.ipravnik.cz/cz/clanky/obcanske-pravo/art_5911/ztrata-radosti-z-dovolene.aspx

Právo On-line *[online]*. [cit. 2012-06-26]. Dostupné z: http://pravo.newtonit.cz/default.asp?cache=898006

11 Seznam tabulek a grafů

1.1 Seznam tabulek

Tabulka 1: Průměrný počet reklamací za rok podle subjektu

1.2 Seznam grafů

Graf 1: Rozdíl mezi CK a CA vnímaný spotřebiteli
Graf 2: Kritéria ve výběru subjektu
Graf 3: Zdroj informace o povinném pojištění CK pro případ úpadku
Graf 4: Možnost spotřebitelů zakoupit si zájezd před internetové stránky CK
Graf 5: Způsob seznámení zákazníka se všeobecnými smluvními podmínkami (odpovědi CK a CA)
Graf 6: Způsob seznámení se všeobecnými smluvními podmínkami (odpovědi spotřebitelů)
Graf 7: Způsob předání tzv. pokynů zákazníkovi

12 Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník určený cestovním kancelářím

Příloha č. 2: Dotazník určený cestovním agenturám

Příloha č. 2: Dotazník určený zákazníkům cestovních kanceláří a cestovních agentur

Příloha č. 4: Nejnižší výše zálohy při uzavření cestovní smlouvy podle jednotlivých cestovních kanceláří

Příloha č. 5: Stoprocentní odstupné podle jednotlivých cestovních kanceláří

Příloha č. 6: Kompenzační tabulka ztráty radosti

Příloha č. 7: Tabulka minimálního počtu účastníků a lhůta pro informování zákazníka o neuskutečnění zájezdu podle jednotlivých CK

Příloha č. 8: Předtisk cestovní smlouvy Invia.cz, a.s.

Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník určený cestovním kancelářím

Vážení zástupci cestovní kanceláře……,

jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a dovoluji si Vás tímto požádat o vyplnění dotazníku, který se vztahuje k mé bakalářské práci s názvem Cestovní smlouva. Zajímají mě Vaše zkušenosti s uzavíráním cestovních smluv a reklamací zájezdů a Vaše názory na změny, které přináší nový Občanský zákoník, jakožto odborníků pohybujících se v oblasti cestovního ruchu.

Děkuji Vám za Vaše odpovědi a za čas strávený vyplněním dotazníku.

S úctou Aneta Kratochvílová

1) Vaše CK si sestavuje cestovní smlouvu včetně všeobecných obchodních podmínek:
   ☐ sama ☐ využila služeb právníků jinak:……
2) Mají Vaši zákazníci možnost koupit si zájezd na Vašich internetových stránkách?
   ☐ ano ☐ ne
3) Využívají podle Vás Vaši zákazníci nákup zájezdů přes internet?
   ☐ ano ☐ spíše ano ☐ spíše ne ☐ ne
4) Seznamujete zákazníka při podpisu smlouvy se všeobecnými obchodními podmínkami a reklamačním řádem?
   ☐ ano, vždy ☐ někdy ☐ ne, nikdy
5) Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, jakým způsobem tak činíte?
   ☐ ústně ☐ předáním listinné kopie
   ☐ zasláním elektronické kopie jinak: .....
6) a) Jaké je nejčastější porušení smlouvy ze strany klienta?
   ……

   b) Co je podle Vás příčinou takového porušení?

   ……

   c) Co činíte jako obranu proti takovým nekalým praktikám zákazníků?

   ……
7) Kolik dní před zahájením zájezdu poskytujete zákazníkům další podrobné informace o všech skutečnostech, které jsou pro něj důležité a které jsou vám známy a nejsou uvedeny v cestovní smlouvě nebo katalogu (tzv. pokyny)?
   …….. dní

8) Jakou formou tyto informace zákazníkovi předáváte?

……

9) Jakým způsobem informujete zákazníky o pojištění pro případ úpadku Vaší CK?

……

10) Co nejčastěji zákazníci reklamují?

……

11) Průměrný počet reklamací za rok
- z toho je oprávněných ……
- z toho je neoprávněných ……

12) Víte o chystaných změnách občanského zákoníku, který vstoupí v platnost od ledna 2014?

☐ ano, vím o změně ☐ jen z doslechu, z médií

☐ nevím o změně, slyším poprvé

13) Požadujete, aby byly Vaše odpovědi v mé práci anonymizovány?

☐ ne ☐ ano

Příloha č. 2: Dotazník určený cestovním agenturám

Vážení zástupci cestovní agentury……..,

jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a dovoluji si Vás tímto požádat o vyplnění dotazníku, který se vztahuje k mé bakalářské práci s názvem Cestovní smlouva. Zajímají mě Vaše zkušenosti s uzavíráním cestovních smluv a reklamací zájezdů a Vaše názory na změny, které přináší nový Občanský zákoník, jakožto odborníků pohybujících se v oblasti cestovního ruchu.

Děkuji Vám za Vaše odpovědi a za čas strávený vyplněním dotazníku.

S úctou Aneta Kratochvílová

1) Přebíráte tiskopis cestovní smlouvy od CK (touroperátora)?
   ☐ přebíráme ☐ máme vlastní vzor
2) Seznamujete zákazníka při podpisu smlouvy se všeobecnými obchodními podmínkami a reklamačním řádem?
   ☐ ano, vždy ☐ někdy ☐ ne, nikdy
3) Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, jakým způsobem tak činíte?
   ☐ ústně ☐ předáním listinné kopie
   ☐ zasláním elektronické kopie jinak: .....
4) Mají Vaši zákazníci možnost koupit si zájezd na Vašich internetových stránkách?
   ☐ ano ☐ ne
5) Preferují Vaši zákazníci objednávání zájezdů přes internet?
   ☐ ano ☐ spíše ano ☐ spíše ne ☐ ne
6) a) Jaké je nejčastější porušení smlouvy ze strany klienta?
   ……

   b) Co je podle Vás příčinou takového porušení?

   ……

   c) Co činíte jako obranu proti takovým nekalým praktikám zákazníků?

   ……
7) Kolik dní před zahájením zájezdu poskytujete zákazníkům další podrobné informace o všech skutečnostech, které jsou pro něj důležité a které jsou vám známy a nejsou uvedeny v cestovní smlouvě nebo katalogu (tzv. pokyny)?
   …….. dní
8) Jakou formou tyto informace zákazníkovi předáváte?
   ……

9) Informujete Vašeho klienta, ještě před podpisem cestovní smlouvy, jaké cestovní kanceláře zájezd zprostředkováváte?

☐ ano, vždy ☐ ne, až po podpisu smlouvy ☐ ne, nikdy

10) Jaký je počet cestovních kanceláři, jejichž zájezdy zprostředkováváte? (přibližně)

……

11) Co nejčastěji zákazníci reklamují?

……

12) Průměrný počet reklamací za rok

- z toho je oprávněných ……
- z toho je neoprávněných ……

13) Víte o chystaných změnách občanského zákoníku, který vstoupí v platnost od ledna 2014?

☐ ano, vím o změně ☐ jen z doslechu, z médií

☐ nevím o změně, slyším poprvé

14) Požadujete, aby byly Vaše odpovědi v mé práci anonymizovány?

☐ ne ☐ ano

Příloha č. 3: Dotazník určený zákazníkům cestovních kanceláří a cestovních agentur

Dobrý den,

jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a dovoluji si Vás tímto požádat o vyplnění dotazníku, který se vztahuje k mé bakalářské práci s názvem Cestovní smlouva. Zajímají mě Vaše názory a zkušenosti s cestovními kancelářemi a agenturami. Dotazník je anonymní.

Děkuji Vám za Vaše odpovědi a za čas strávený vyplněním dotazníku.

1) Máte svou oblíbenou cestovní kancelář či agenturu, kde jste věrným klientem?
   - ☐ ano, jezdím pravidelně s…….
   - ☐ ne, je mi jedno, u koho zájezd kupuji
2) Podle čeho si vybíráte cestovní kancelář či agenturu?
   - ☐ podle ceny ☐ podle zkušenosti ☐ podle její nabídky

   z jiného důvodu:……
3) Jakým způsobem si vybíráte a kupujete zájezd?
   - ☐ přes internetové stránky kanceláře/agentury ☐ osobně na pobočce
   - ☐ nevyužívám služeb cestovních kanceláří/agentur
4) Zjišťujete si, zda je cestovní kancelář pojištěna pro případ úpadku?
   - ☐ ano, vždy ☐ někdy ☐ ne, nikdy
5) Víte, kde si můžete ověřit, zda je cestovní kancelář pojištěna pro případ úpadku?
   - ☐ vím, na …… ☐ nevím
6) Kontrolujete si údaje vyplněné v cestovní smlouvě?
   - ☐ ano ☐ ne, spoléhám na pracovníka
7) Necháváte si své specifické požadavky (např. výhled na moře atd.) zanášet do cestovní smlouvy?
   - ☐ ano, vždy ☐ někdy ☐ ne, nikdy
8) Jakým způsobem Vás CK či CA seznamuje se všeobecnými obchodními podmínkami?

   ……..
9) Pročítáte si všeobecné podmínky a reklamační řád?
   - ☐ ano, ještě před podpisem smlouvy
   - ☐ ano, po podpisu smlouvy
   - ☐ ano, teprve až když se něco přihodí
   - ☐ vůbec si je nečtu
10) Berete si cestovní smlouvu s sebou na dovolenou?
   - ☐ ano ☐ ne

11) Schováváte si cestovní smlouvu i po příjezdu z dovolené?

☐ ano, ještě po nějakou dobu

☐ ne, vyhodím ji hned po příjezdu domů

12) Reklamoval(a) jste už někdy nějaký zájezd?

☐ ano ☐ ne

13) Pokud jste na předchozí otázku odpověděl(a) ano, co jste a u jaké CK či CA reklamoval(a)?

……

u…….

14) Byla Vaše reklamace úspěšná?

☐ ano ☐ ne

15) Víte, jaký je rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou?

☐ ano ☐ ne

16) V čem vidíte rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou?

……

……

……

17) Do jaké věkové kategorie patříte?

☐ do 18 let

☐ 19 – 26 let

☐ 27 – 40 let

☐ 41 – 55 let

☐ 56 – 65 let

☐ 66 let a více

18) Jaký je Váš čistý měsíční příjem?

☐ do 10.000 Kč

☐ 10.001 – 20.000 Kč

☐ 20.001 – 30.000 Kč

☐ 30.001 – 40.000 Kč

☐ více než 40.000 Kč

Příloha č. 4: Nejnižší výše zálohy při uzavření cestovní smlouvy podle jednotlivých cestovních kanceláří

Tabulka 2: Nejnižší výše zálohy při uzavření cestovní smlouvy podle jednotlivých cestovních kanceláří

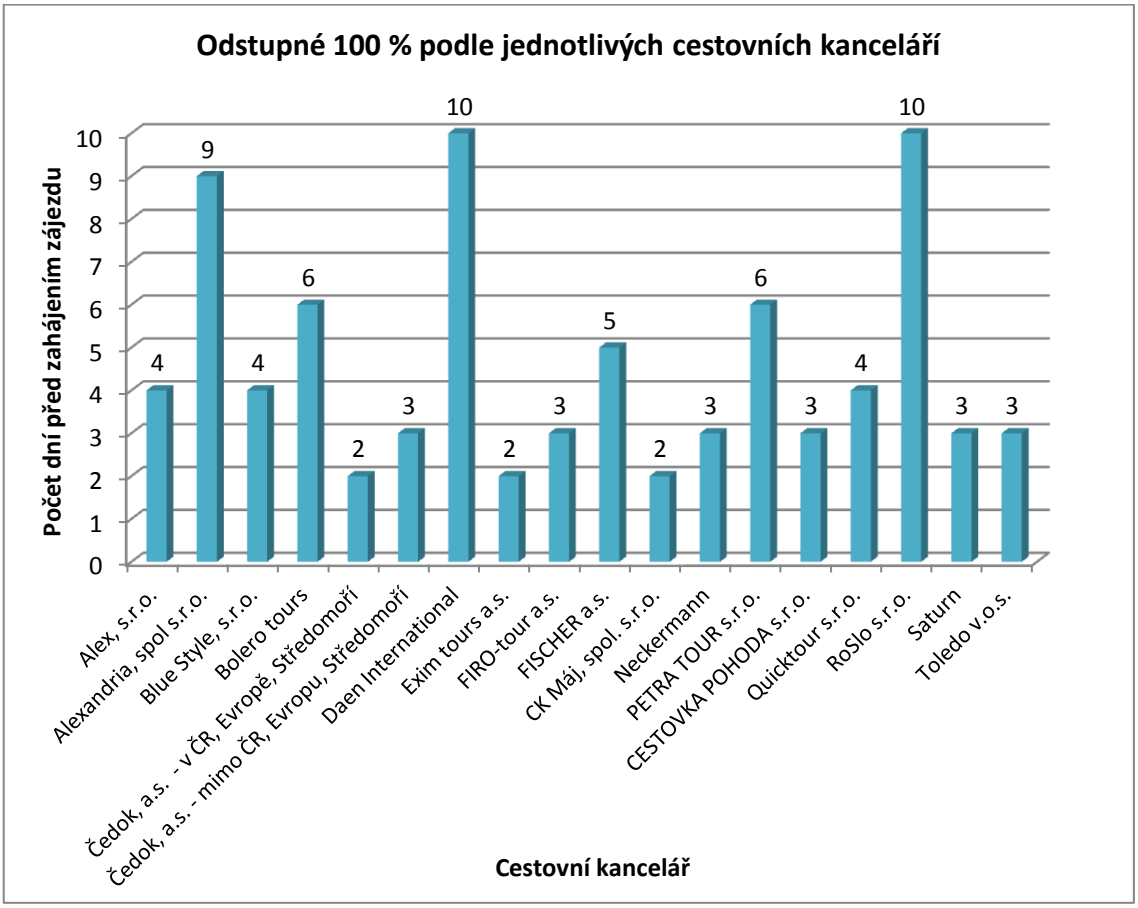
CK/CA	Záloha z celkové ceny zájezdu
Alex, s.r.o.	50%
Alexandria, spol s.r.o.	5000 Kč (dospělá os.), 1000 Kč (dítě do 12 let)
Blue Style, s.r.o.	5000 Kč/os.
Bolero	-
Čedok a.s.	50 % (zájezd), 100 % (jednotlivé služby)
Daen International	50%
Exim tours a.s.	30%
FIRO-tour a.s.	50%
FISCHER a.s.	990 Kč/os. (při uzavření CS do 15.1.2012), 2990 Kč/os. (CS do 29.2.2012), 4990 Kč/os. (CS do 30.4.2012), 7000 Kč/os. (CS do 1.5.2012)
CK Máj, spol. s.r.o.	50%
Neckermann	50%
PETRA TOUR s.r.o.	50%
CESTOVKA POHODA s.r.o.	50%
Quicktour s.r.o.	50%
Roslo s.r.o.	50%
Saturn	-
Toledo v.o.s.	50%

Vysvětlivky	výše zálohy je stanovená smlouvou nebo katalogem, jinak uvedené částky
	u leteckých zájezdů

Zdroj: vlastní šetření

Příloha č. 5: Stoprocentní odstupné podle jednotlivých cestovních kanceláří

Graf 8: Odstupné 100 % podle jednotlivých cestovních kanceláří



Zdroj: vlastní šetření

etics
INTERNATIONAL TRAVEL PROTECTION

KODEX INTERNATIONAL TRAVEL QUALITY (ITQ)

Nepříjemnosti na dovolené - kompenzační tabulka *(T-ITQ-0911)*

Tabulka ITQ kodexu vám prozradí, kolik procent z ceny zájezdu můžete jako řadový účastník požadovat od organizátora nazpět za konkrétní nedostatky.

1. Uvedené procentuální hodnoty se vztahují k celkové ceně zájezdu (tzn. včetně palivového příplatku, letištních tax a dalších poplatků, avšak bez pojistného, půjčovného za auto apod.).
2. U údajů pohybujících se v určitém rozmezí (např. 10 až 20 %) se výše kompenzace řídí stupněm pochybení a stanoví se pomocí objektivních kritérií. Subjektivní dojmy nejsou brány v úvahu.
3. Menší nepříjemnosti nejsou důvodem ke slevám. Snažte se raději využít příjemných stránek dovolené, než abyste vyhledávali nedostatky.
4. Pokud byl určitý nedostatek časově omezen, je třeba kompenzaci stanovit dle skutečné doby jeho trvání. Pokud jste se tedy mohli např. po polovině dovolené přestěhovat do pokoje se slibovaným výhledem na moře, musíte vypočítanou kompenzaci vydělit dvěma.
5. Tabulka představuje pouze určité orientační vodítko. Výsledná kompenzace může být v jednotlivých případech vyšší i nižší.

Poskytovaná služba	Nedostatek	% od	% do	Poznámka
	I. Ubytování			
1	Změna rezervovaného objektu			
	a) do nižší kategorie	10	25	
	b) do stejné kategorie	5	10	neplatí v případě poskytnutí kompenzace a její akceptace ze strany zákazníka
	c) do vyšší kategorie	0	5	
	d) Změna místní polohy	5	15	dle vzdálenosti od původně objednaného hotelu (objektu)
2	Změna způsobu ubytování v rezervovaném hotelu (hotel místo bungalovu)	5	10	
3	Změna v typu pokoje			
	a) nedodržení typu pokoje (dvoulůžkový místo rodinného apod.)	10	15	při příslibu*
	b) bezbariérový přístup	15	25	při příslibu*
4	Nedostatky ve vybavení pokoje			
	a) chybí balkon	5	5	při příslibu*
	b) není výhled na moře	10	10	při příslibu*
	c) schází klimatizace	10	20	při příslibu*/podle ročního období
	d) schází TV	5	5	při příslibu*

Etics ITP, s.r.o.
Křižíkova 237/36a
186 00 Praha 8 - Karlín
tel: 221 860 460
klient@etics.cz
www.etics.cz

Poskytovaná služba	Nedostatek	% od	% do	Poznámka
5	Služby			
	a) bez úklidu	10	20	dle příslibu* (např. ve studiích a apartmánech se úklid během pobytu neprovádí)
	b) nedostatečná výměna prádla (ložní prádlo, ručníky)	5	10	za nedostatečnou výměnu prádla (ložní prádlo, ručníky) je považováno: v hotelech 3* a nižší kategorie - méně než 1x za pobyt; v hotelech 4* a vyšší kategorie - méně než 2x za pobyt
6	Narušení soukromí			
	a) Nepřiměřený hluk ze stavby v bezprostředním okolí	10	20	v případě, že byl zákazník písemně upozorněn, nárok nevzniká
	b) Nepřiměřený hluk v ubytovacím zařízení z důvodu jeho rekonstrukce	10	20	v případě, že byl zákazník písemně upozorněn, nárok nevzniká
7	Výpadek zařízení			
	a) toalety	15	15	
	b) proudu nebo dodávky plynu	10	10	kontinuální výpadek delší než 3 hodiny
	c) vody	15	15	
	d) klimatizace	10	15	v případě, že nefunguje klimatizace z důvodu výpadku proudu, vyplácí se jen jedna (vyšší) kompenzace (tzn., za klimatizaci, nikoliv současně za výpadek proudu)
8	Služba late check out - nedodržení	5	5	vrácení částky za službu + % kompenzace z tabulky 5%
	Služba early check in - nedodržení	5	5	vrácení částky za službu + % kompenzace z tabulky 5%
9	Schází (přislíbené) lázeňské zařízení (termální lázně - Thalassoterapie)	20	40	podle typu příslibu v katalogu (např. „lázeňská dovolená")
	II. Stravování			
1	Obsahové nedostatky			
	a) kontinentální snídaně místo bufetu	5	5	
	b) výběr z méně než dvou teplých jídel	10	10	podle příslibu*
	c) menu místo bufetu	15	15	podle příslibu*
	d) nedodržení typu stravování (polopenze místo all inclusive)	15	15	
	e) nedodržení typu all inclusive (All místo Ultra All)	10	10	
	f) nepoživatelná (zkažená) jídla	20	30	
	III. Různé			
1	Chybějící koupaliště/venkovní bazén	10	20	při příslibu*
2	Chybějící vyhřívání bazénu (dle sezóny)	5	10	při příslibu*
3	Chybějící dětský bazén	5	10	při příslibu*
4	Scházející sauna	5	5	při příslibu*
5	Chybějící tenisový kurt	5	5	při příslibu*
6	Chybějící minigolf	3	3	při příslibu*
7	Chybějící škola plachtaření, surfování, potápění	5	5	při příslibu*
8	Scházející příležitost k jízdě na koni	5	5	při příslibu*
9	Scházející péče o děti - babysitting	5	10	při příslibu*
10	Chybějící přístup na internet	5	5	při příslibu*

Poskytovaná služba	Nedostatek	% od	% do	Poznámka
5	Služby			
	a) bez úklidu	10	20	dle příslibu* (např. ve studiích a apartmánech se úklid během pobytu neprovádí)
	b) nedostatečná výměna prádla (ložní prádlo, ručníky)	5	10	za nedostatečnou výměnu prádla (ložní prádlo, ručníky) je považováno: v hotelech 3* a nižší kategorie - méně než 1x za pobyt; v hotelech 4* a vyšší kategorie - méně než 2x za pobyt
6	Narušení soukromí			
	a) Nepřiměřený hluk ze stavby v bezprostředním okolí	10	20	v případě, že byl zákazník písemně upozorněn, nárok nevzniká
	b) Nepřiměřený hluk v ubytovacím zařízení z důvodu jeho rekonstrukce	10	20	v případě, že byl zákazník písemně upozorněn, nárok nevzniká
7	Výpadek zařízení			
	a) toalety	15	15	
	b) proudu nebo dodávky plynu	10	10	kontinuální výpadek delší než 3 hodiny
	c) vody	15	15	
	d) klimatizace	10	15	v případě, že nefunguje klimatizace z důvodu výpadku proudu, vyplácí se jen jedna (vyšší) kompenzace (tzn., za klimatizaci, nikoliv současně za výpadek proudu)
8	Služba late check out - nedodržení	5	5	vrácení částky za službu + % kompenzace z tabulky 5%
	Služba early check in - nedodržení	5	5	vrácení částky za službu + % kompenzace z tabulky 5%
9	Schází (přislíbené) lázeňské zařízení (termální lázně - Thalassoterapie)	20	40	podle typu příslibu v katalogu (např. „lázeňská dovolená")
	II. Stravování			
1	Obsahové nedostatky			
	a) kontinentální snídaně místo bufetu	5	5	
	b) výběr z méně než dvou teplých jídel	10	10	podle příslibu*
	c) menu místo bufetu	15	15	podle příslibu*
	d) nedodržení typu stravování (polopenze místo all inclusive)	15	15	
	e) nedodržení typu all inclusive (AII místo Ultra AII)	10	10	
	f) nepoživatelná (zkažená) jídla	20	30	
	III. Různé			
1	Chybějící koupaliště/venkovní bazén	10	20	při příslibu*
2	Chybějící vyhřívání bazénu (dle sezóny)	5	10	při příslibu*
3	Chybějící dětský bazén	5	10	při příslibu*
4	Scházející sauna	5	5	při příslibu*
5	Chybějící tenisový kurt	5	5	při příslibu*
6	Chybějící minigolf	3	3	při příslibu*
7	Chybějící škola plachtaření, surfování, potápění	5	5	při příslibu*
8	Scházející příležitost k jízdě na koni	5	5	při příslibu*
9	Scházející péče o děti - babysitting	5	10	při příslibu*
10	Chybějící přístup na internet	5	5	při příslibu*

Poskytovaná služba	Nedostatek	% od	% do	Poznámka
11	Nevyhovující pláž - např. úpravy stavebního charakteru (nezahrnuje vlivy počasí a přírodní vlivy). Platí pro změny oproti údajům z katalogu.	10	15	v případě, že byl zákazník písemně upozorněn a souhlasí, nárok nevzniká
12	Chybějící možnosti ležení na pláži a slunečníky	10	10	při příslibu* - ANO / NE - (není garantován počet dle lůžek hotelu)
13	Chybějící občerstvení a stánky na pláži	5	5	při příslibu*
14	Chybějící nudistická pláž	10	10	podle příslibu*
15	Chybějící doprava na pláž	5	10	při příslibu*
16	Výpadek výletů na pevninu při lodních zájezdech (vztahuje se k zájezdům - plavby)	20	30	podílu z ceny zájezdu za každý den výletu na pevninu
17	Časová ztráta v důsledku nezbytného stěhování			
	a) ve stejném hotelu			podíl z ceny zájezdu za půl dne
	b) do jiného hotelu			podíl z ceny zájezdu za jeden den
	IV. Služby delegáta			
1	a) asistence na letišti (účast) při příletu do destinace, odletu z destinace	5	10	s výjimkou některých poznávacích zájezdů, podle příslibu
	b) informační schůzka - účast	5	5	s výjimkou nepředvídatelné události
2	Zrušení objednaného výletu	5	5	vrácení ceny výletu + % kompenzace z tabulky 5% (kompenzaci z tabulky nelze uplatnit v případě zrušení výletu z důvodu vyšší moci (např. špatného počasí atd.) nebo nenaplnění min. počtu osob)
	V. Doprava			
1	Zpoždění letu			
	a) o více než 2 hodiny	poukázka na občerstvení v hodnotě 110 Kč (v destinaci 4-6 €) vydaná na letišti nebo občerstvení v odpovídající uvedené hodnotě		
	b) o více než 4 hodiny	poukázka na občerstvení v hodnotě 110 Kč plus 110 Kč (v destinaci 4-6 €) vydaná na letišti nebo občerstvení v odpovídající uvedené hodnotě		
	c) o další každé 2 hodiny	plus 110 Kč (v destinaci 4-6 €) za každé 2 hodiny vydaná na letišti nebo občerstvení v odpovídající uvedené hodnotě		
	d) o více než 12 hodin	ubytování v hotelu v místě odletu, vrácení částky za nečerpané služby (ubytování, strava) + poukázka na občerstvení		
2	Nedostatky ve vybavení			
	a) nižší třída	10	15	
3	Služby			
	a) neposkytnuté stravování v letadle	5	5	podle příslibu*
4	Chybějící transfer z letiště (nádraží) do hotelu, z hotelu na letiště	náklady na náhradní dopravní prostředek		

* uvedeno v katalogu, popř. písemně oznámeno zákazníkovi

Zdroj:*Etics international travel protection*

Příloha č. 7: Tabulka minimálního počtu účastníků a lhůta pro informování zákazníka o neuskutečnění zájezdu podle jednotlivých CK

Tabulka 3: Minimální počet účastníků a lhůta pro informování zákazníka o neuskutečnění zájezdu podle jednotlivých CK

CK	minimální počet účastníků	musí informovat před začátkem zájezdu do:
Alex	70%	10 dnů
Alexandria	75%	5 dnů
Blue Style	neuvádí	14 dnů
Bolero tours	35	21 dnů
Čedok	35	7 dnů
Daen International	32	10 dnů
Exim tours	různý	14 dnů
FIRO-tour	stanoví katalog	10 dnů
FISCHER	stanoví katalog	7 dnů
CK Máj	35 (autobusy do 45 míst, 40 (autobusy do 49 míst)	21 dnů
Neckermann	stanoví katalog	20 dnů (trvání zájezdu nad 6 dní), 7 dnů (trvání z. 2-6 dní), 48 hod. (jednodenní z.)
Petra Tour	stanoví katalog	14 dnů
Cestovka Pohoda	75%	20 dnů
Quicktour	neuvádí	neuvádí
Roslo	neuvádí	neuvádí
Saturn	33	21 dnů
Toledo	neuvádí	20 dnů
Vysvětlivky	z celkové obsazenosti	počet je uvedený u každého zájezdu

Zdroj: vlastní šetření

Příloha č. 8: Předtisk cestovní smlouvy Invia.cz, a.s.

CESTOVNÍ SMLOUVA

VŠECHNY ZÁJEZDY POŘÁDANÉ CESTOVNÍ KANCELÁŘÍ JSOU POJIŠTĚNY VE SMYSLU ZÁK. Č. 159/1999 Sb.

Rezervační číslo:		Variabilní symbol:	

SMLUVNÍ STRANY:

1) CESTOVNÍ KANCELÁŘ (pořadatel zájezdu)		zastoupená cest. agenturou (prodejce č.)	INVIA.CZ

Sídlo:	Sídlo:Senovážné náměstí 1463/5, 11000 Praha, IČO:26702924, DIČ:CZ26702924
IČO: DIČ:	Společ. je zapsána u: rejstříkového soudu v Praze, odd. B, vložka 15601
www. .cz, tel: , fax:	bank.spoj.: KB: 51-066 0770 297/0100, Č.Spořitelna: 19 43 285 309 / 0800
	bank.spoj.: Raiffeisen banka: 140 948 50 01 / 5500, ČSOB: 187 874 348 / 0300
	www.invia.cz - poradce@invia.cz - tel.: 226 000 622 - fax: 226 000 701

2) OBJEDNAVATEL ZÁJEZDU

příjmení, jméno, titul					
ulice, čp. město				PSČ:	
telefon 1		telefon 2		mobil	
e-mail - nutno uvést!					

pořad. č.	titul	příjmení, jméno	datum narození	st. příslušnost	číslo pasu *)	konečná cena
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						

ROZSAH SLUŽEB

DESTINACE		Termín a počet nocí:	

DOPRAVA

pořad. č.	druh	trasa

UBYTOVÁNÍ

pořad. č.	název, kategorie	typ ubytování

STRAVOVÁNÍ

pořad. č.	druh stravování

DALŠÍ SLUŽBY

pořad. č.	název služby	cena/os.	počet os.	celkem

Požadavek/přání klienta:
(Není považováno za součást služeb sjednaných touto smlouvou. Bez právního nároku.)

Klient má sjednáno vlastní cestovní pojištění

Doplnění cestovní smlouvy:

SLEVA			
druh slevy		hodnota slevy	
CENA CELKEM			**0.00**
záloha č. 1:		splatná dne:	
záloha č. 2:		splatná dne:	
záloha č. 3:		splatná dne:	
doplatek:		splatný dne:	

PŘEDÁNÍ CESTOVNÍCH POKYNŮ	Zasláním na adresu objednavatele - e-mailem	*) pouze v případě, kdy je vyžadováno

CK se zavazuje poskytnout objednavateli zájezd dle výše uvedených podmínek a ten se zavazuje zaplatit smluvenou výše uvedenou celkovou cenu. Objednavatel tímto potvrzuje, že mu byl předán příslušný katalog pořadatele zájezdu, event. písemná dodatečná nabídka zájezdu či pouze katalogový list či informace s uvedením hlavních charakteristických znaků ubytovacího místa, polohy, kategorie, stupni vybavenosti ubytování atd., že byl s touto charakteristikou seznámen a že tato je nedílnou součástí této smlouvy. Zároveň potvrzuje, že se seznámil a souhlasí se zněním pojistných podmínek cestovního pojištění, všeobecných smluvních podmínek pořadatele zájezdu i obchodních podmínek INVIA.CZ, včetně důležitých informací, které jsou součástí obchodních podmínek INVIA.CZ, případně všeobecných smluvních podmínek pořadatele zájezdu. Též souhlasí, i jménem všech přihlášených osob, aby údaje uvedené v této cestovní smlouvě byly zahrnuty do databáze pořadatele zájezdu i prodejce zájezdu a v souladu se zákonem c. 101/2000 Sb. dále zpracovávány pro jejich potřeby. Objednavatel dále prohlašuje, že zajistí, aby jím přihlášené osoby dostály svým povinnostem vůči pořadateli zájezdu. Objednavatel prohlašuje, že byl seznámen s povinností uhradit ve lhůtě splatnosti veškeré povinné příplatky související s objednávaným zájezdem/službou dle platného katalogu, všeobecných smluvních podmínek a/nebo dodatečných nabídek a tuto povinnost se zavazuje řádne splnit. Objednavatel zájezdu svým podpisem stvrzuje, že byl seznámen s pojistkou na pojištění záruky pro případ úpadku pořadatele zájezdu dle zákona c.159/1999 Sb. Cestovní smlouvu je objednavatel zájezdu povinen doručit do INVIA.CZ na uvedenou e-mailovou adresu. Doručení jinému subjektu je nepřípustné a může způsobit propadnutí rezervace či vícenáklady pro objednavatele. Objednavatel zájezdu svým podpisem stvrzuje, že byl seznámen se všemi uvedenými náležitostmi a podmínkami a souhlasí s nimi. Tato cestovní smlouva nabývá účinnosti dnem písemného potvrzení objednávky zájezdu ze strany pořadatele zájezdu a doručením objednavateli.

Dne	15. 3. 2012	Razítko a podpis pracovníka CK / prodejce		Podpis objednavatele zájezdu	

Vyřizuje:Ondřej Šandera tel.:724443443 fax.:386352095 e-mail:ondrej.sandera-cb@invia.cz ID karty:1850590

Faktury zasílejte na: faktury@invia.cz nebo +420 226 000 591. Děkujeme.

Zdroj: Cestovní agentura Invia, a.s.