



Vysoká škola obchodní a hotelová

Studijní obor: Management cestovního ruchu

ORGANIZOVÁNÍ ZÁJEZDU – PRÁVNÍ ASPEKTY

Tour Organization – Legal Aspects

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:

JUDr. David Sehnálek, Ph.D.

Autor:

Jana Slezáčková

Brno, duben 2011

Jméno a příjmení autora: Jana Slezáčková
Název diplomové práce: Organizování zájezdu – právní aspekty
Název práce v angličtině: Organization tour – law aspect
Obor: Management cestovního ruchu
Vedoucí diplomové práce: JUDr. David Sehnálek, Ph.D.
Rok obhajoby: 2011

Anotace

Tématem Bakalářské práce je stanovit stěžejní právní vztahy v cestovním ruchu, které ovlivňují tvorbu zájezdu. V první části jsou popsány činnosti spojené s přípravou zájezdu. Jde zejména o sjednání cestovní smlouvy, možnost odstoupení od smlouvy, ochranu spotřebitele, dohodnutí smluvních podmínek mezi podnikatelem a spotřebitelem a v neposlední řadě problematiku pojištění. Součástí autorské činnosti méj bakalářské práce je vyhledání vhodné literatury. V druhé části se zaměřím na způsoby pojištění, provedu průzkum ve využívání pojištění a reklamací.

Annotation

The aim of this bachelor's thesis is to identify the main legal relations that exist in the area of tourism and that affect the process of tour organization. In the first part the process of tour organization, the possibility to withdraw from the contract, the consumer protection, the terms of contract and last but not least issues related to the insurance are described. The second part is focused on selected practical issues, for example insurance and its functioning in practice and the question of warranty claims.

Klíčová slova: zájezd, cestovní smlouva, ochrana spotřebitele, cestovní kancelář, pojištění,

Keywords: excursion, travel contract, consumer protection, travel agency, insurance,

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářkou práci *Organizování zájezdu – právní aspekty* vypracovala samostatně pod vedením JUDr. Davida Sehnálka, Ph.D. a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 29. dubna 2011

vlastnoruční podpis autora

OBSAH

ÚVOD	9
1 TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1.1 ZÁJEZD	10
1.1.1 Cestovní ruch	11
1.2 JEDNOTLIVÉ SUBJEKTY CESTOVNÍHO RUCHU	13
1.2.1 Dodavatelé služeb	13
1.2.2 Zprostředkovatelé	15
1.2.3 Organizátoři.....	15
1.2.4 Veřejnost	16
1.3 SMLUVNÍ VZTAHY MEZI JEDNOTLIVÝMI SUBJEKTY	17
1.3.1 Cestovní smlouva	17
1.3.2 Smlouva o ubytování.....	20
1.3.3 Smlouva s dopravcem	21
1.3.4 Vztah mezi cestovní kanceláří a průvodcem	23
1.4 OCHRANA SPOTŘEBITELE	23
1.4.1 Pojištění cestovní kanceláře proti úpadku	24
1.4.2 Připojištění spotřebitele.....	24
1.4.3 Odstoupení od smlouvy.....	25
1.4.4 Reklamace.....	26
2 PRAKTICKÁ ČÁST	28
2.1 PRAKTICKÝ VÝZNAM POJMU ZÁJEZD	28
2.2 ZÁVAZNÉ DOKUMENTY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU	32
2.3 NEZÁVAZNÉ DOKUMENTY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU	37
2.4 SOUČASNÝ STAV V ČR	42
2.4.1 Pojištění proti úpadku.....	42
2.4.2 Kontroly CK a CA v roce 2010.....	45
2.4.3 Využití služeb CK a CA v roce 2010.....	48
2.4.4 Stav reklamací ve vybrané CK.....	52
ZÁVĚR	55
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	57
SEZNAM OBRÁZKŮ	61
SEZNAM GRAFŮ	61
SEZNAM TABULEK.....	61
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	61
SEZNAM PŘÍLOH.....	61

ÚVOD

Cestovní ruch patří k neodmyslitelné části lidského života. Služby, které poskytuje, jsou čím dál častěji využívány, člověk se tak dokáže oprostít od starostí běžného života, utíká do světa, kdy může zpomalit a oddychnout. Díky volnému pohybu osob je schopen člověk poznat jiné krajiny a kulturu. Cestovní ruch není pouze sektor pro turistické zajištění dovolené, ale cestovní ruch je velmi široká struktura služeb a produkce výrobků, které společně s dobře vykonanými službami přináší zisk všem, uživatelům služeb i jejich producentům. Organizování cest či poskytování služeb cestovního ruchu se věnuje velké množství subjektů, u kterých stejně jako u konečného spotřebitele, však nemůžeme předpokládat dokonalou znalost všech právních aspektů. Právo je totiž pro spoustu lidí oblastí, ve které se špatně vyznají.

Cílem této práce je vymezení právního pojmu zájezd, identifikace jednotlivých subjektů cestovního ruchu a právních vztahů mezi nimi, specifikace typu pojištění a způsobu reklamací. V praktické části se zaměřím především na cestovní kanceláře a agentury. Provedu ucelení systému dokumentů, které jsou závazně i dobrovolně platné pro tyto subjekty. Dále se budu zajímat o pojištění CK proti úpadku a problém certifikace CK/CA. Zjistím, v jaké míře lidé využívali služeb CK/CA v roce 2010 a jejich spokojenost s poskytnutými službami. Také upozorním na nejčastější prohřešky cestovních kanceláří a agentur, kterých se dopouštěli v roce 2010. Ve vybrané CK provedu průzkum podílu reklamací a způsobu jejich řešení.

V této práci bude pro zdroj primárních dat použita metoda nestandardizovaného rozhovoru s pracovníky vybrané cestovní kanceláře. Dále budeme používat analýzu, komparativní metodu, dedukci a statistickou metodu ke kvantifikaci sledovaných jevů. Jako základní hypotézy si stanovíme:

1. Nejčastějším prohřeškem CK/CA je nekalá a klamavá praktika?
2. Převážná většina zákazníku je se svým zájezdem spokojena?
3. Jsou zákazníci ochotni zaplatit vyšší cenu zájezdu, pokud by zvolená CK/CA měla certifikaci?
4. Podíl reklamací z celkového počtu účastníků je minimální a nedosahuje ani hranice 5 %?

1 TEORETICKÁ ČÁST

Cestovní ruch je důležitou ekonomickou a sociální částí dnešní společnosti. Světová organizace cestovního ruchu WTO definuje cestovní ruch jako *„Činnost osob, cestujících ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečnou činnost osob, cestujících ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“* [1]

1.1 Zájezd

Zájezdem se rozumí dopředu sestavená a za celkovou cenu nabízená kombinace alespoň dvou z následujících třech typů služeb, pokud přesahuje jeden den, nebo poskytuje i ubytování přes noc a pokud jeho nabídka a prodej splňují znaky živnostenského podnikání: [2]

Do těchto služeb zařazujeme:

- dopravu
- ubytování
- jiné služby cestovního ruchu, které hrají důležitou roli během pobytu, nebo jejichž cena tvoří alespoň 20% ze souhrnné ceny zájezdu

Zájezd je tedy základním produktem cestovního ruchu, je tvořen z množství jednotlivých služeb, které jsou kombinovány. Podle novely zákona č. 214/2006 Sb. se za zájezd považuje i takzvaný forfait, kdy je na přání zákazníka sjednaná individuální kombinace služeb. Pro lepší pochopení mohu uvést příklady, kdy za zájezd nepovažujeme možnost, kdy si zákazník sjedná pouze ubytování, do požadované země od cestovní kanceláře a dopravuje se do místa pobytu sám, potom se v těchto případech jedná o pobyt. Zákazník v těchto případech není pojištěn a pojištění si musí sjednat sám. Zájezdem se nemyslí ani kombinace služeb prodávané jiné cestovní kanceláři, za účelem dalšího podnikání. [3]

Tvorba zájezdu - Když tvoříme zájezd, musíme si ho vždy do detailů naplánovat. Musíme přesně zpracovat trasu, podle druhu dopravního prostředku a délku trvání cesty. Pokud se jedná o autobusový způsob přepravy, kde jsou stanoveny zastávky jízdním řádem, musíme se řídit podle nich, pokud se ale například jedná o autokarový způsob přepravy, máme pronajatý dopravní prostředek a zastávky si určíme samy, podle námi stanovených úseků. Program je sestaven na každý dne pobytu, opět podle typu zájezdu. Při sestavování programu se musíme brát na zřetel složení skupiny, jakého jsou věku, zda to jsou rodiny s dětmi, či páry a jiné. Musíme mít předem domluvené a zabezpečení služby, podle předběžné kalkulace určíme cenu zájezdu a v této fázi už stačí jen zpracovat zájezd a zveřejnit nabídky.

Prodej zájezdu - začíná již navázáním kontaktu s potenciálním klientem. Klientovi musíme poskytnout všechny potřebné a právem požadované informace k vybranému zájezdu, má dostatek času na rozmyšlení, pokud váhá, snažíme se mu pomoci vybrat destinaci, něco mu doporučit, co by pro něj mohlo být zajímavé a po finanční stránce únosné. Následně přejdeme k sepsání samotné cestovní smlouvy, kde jí zkontrolujeme, aby nedošlo k nedopatření. Po sepsání smlouvy s klientem má každý zájezd přiděleno identifikační číslo a zájezd je dále předám průvodci, který se má seznámit s plánovaným zájezdem a skupinou lidí, na kterou se musí připravit.

Zájezdy dělíme z hlediska geografického, způsobu dopravy, ročního období, délky trvání, podle vzdálenosti a směru, pobytu a v poslední řadě podle obsahu.

1.1.1 Cestovní ruch

Tento pojem je označován jako pohyb osob, mimo jejich časté prostředí, do dalekých míst od jejich bydliště, za různými účely s výjimkou migrace, nebo výkonu práce. Cestovní ruch může být za dobrých podmínek zdrojem příjmů, nových pracovních míst, příležitosti k zlepšení návštěvnosti měst a obcí. Pomocí cestovního ruchu je možné zvyšovat životní úroveň, nabídnout sociální a ekonomické příležitosti všem subjektům, které by měli zájem využívat cestovní ruch pro svůj prospěch. [4]

Cestovní ruch lze dělit na:

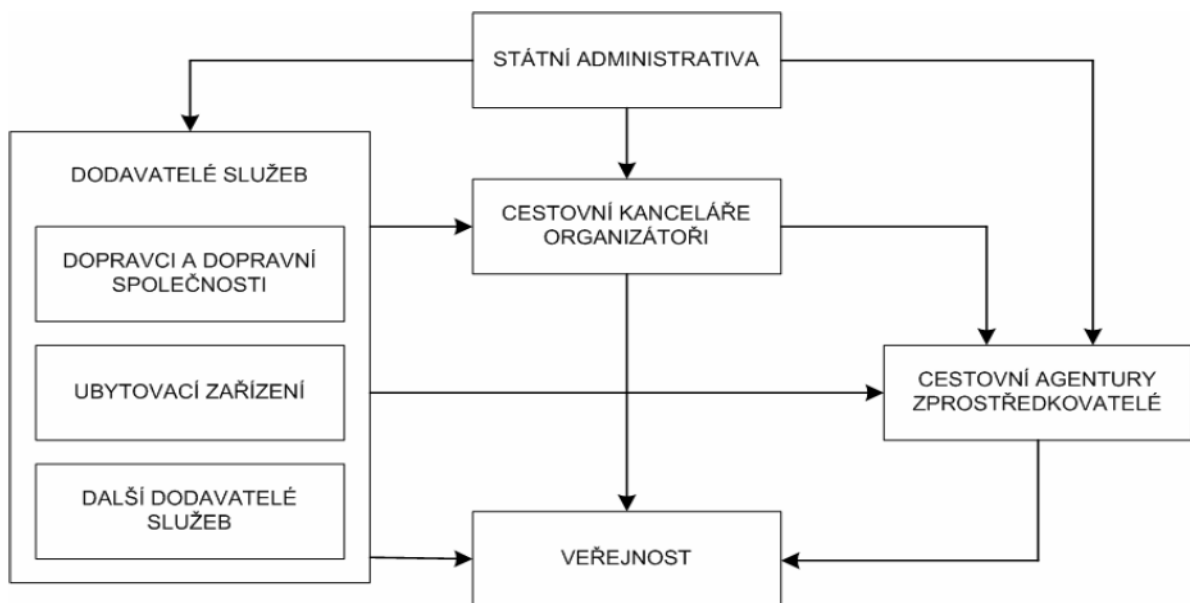
- domácí cestovní ruch – znamená pobyt účastníků zájezdu ve své zemi. Jedná se o domácí klientelu.
- zahraniční cestovní ruch – zde klienti vyjíždějí za hranice jejich státu. Zahraniční cestovní ruch je dále možné rozlišit na:
 - Zahraniční cestovní ruch pasivní – kdy obyvatelé daného státu vyjíždějí za hranice své země. Takovéto případy se nazývají výjezdový cestovní ruch odborně řečeno „outgoing“
 - Zahraniční cestovní ruch aktivní – zde se jedná o návštěvníky ze zahraničí, do dané země. Zde se jedná o příjezdový cestovní ruch. Odborně řečeno „incoming“¹
 - Tranzitní cestovní ruch – znamená pouze průjezd zahraničních obyvatel přes daný stát, s tím že jejich cílová stanice není v tomto státě, ale ve státě třetím. [5]

Do základních forem členění cestovního ruchu podle motivace zákazníka patří:

- Rekreční cestovní ruch – jedná se o relaxační formu, hlavním motivem je odpočinek, regenerace fyzických a duševních sil člověka.
- Kulturně-poznávací cestovní ruch – jeho hlavní náplní je poznávání kulturně rekreačních památek, přispívat k rozšíření kulturně společenského přehledu občanů.
- lázeňsko-léčebný cestovní ruch – ten je zaměřen na delší pobyt spojený s léčebnými procesy
- sportovně-turistický cestovní ruch – je specializován hlavně na udržování a posilování fyzické kondice a zdraví
- zdravotně orientovaný cestovní ruch, venkovský, kongresový, vzdělávací a další [6]

¹ Rozlišování aktivního a pasivního cestovního ruchu je významné také z pohledu požadavků práva EU, zejména ve vztahu ke svobodě pohybu služeb.

1.2 Jednotlivé subjekty cestovního ruchu



Obr. 1. Klasické schéma distribučního systému v cestovním ruchu (Zdroj: ČERTÍK) [7]

1.2.1 Dodavatelé služeb

Z pohledu práva turismus – cestovní ruch zahrnuje řadu aktivit a právních vztahů, které jsou regulované prostřednictvím řady institutů a smluvních typů.

Dopravce – je jednou z nejdůležitějších podmínek realizace cestovního ruchu a to ve všech jeho formách. Cestovní ruch je na rozvoji dopravy přímo závislý. V současné době s rozvojem cestovního ruchu se určitá dopravní infrastruktura buduje hlavně pro jeho využití. Takovým příkladem mohou být lyžařské vleky, horské tratě, lanovky a jiné. Dopravními službami v cestovním ruchu jsou takové, kdy mohou být spojeny se zajištěním vlastní dopravy, zavazadel včetně poskytnutí informací o dopravním spojení, rezervování místenek v prostředcích dopravy, prodejem cenin, vyřizování stížností a reklamací. Dopravu z pohledu práva čelníma na přepravu osob na pravidelnou a nepravidelnou:

- Při pravidelné přepravě je stanoveno přepravními řády, jak má cestující práva vůči dopravci, v případě, kdy nebyla v řádně a v čas provedena přeprava
- Při nepravidelné přepravě je dopravce povinen uhradit škodu, která vznikla cestujícím, když přeprava nebyla provedena řádně a včas. Podmínky a rozsah jejich náhrad jsou stanoveny přepravními řády.
- Tyto práva musí cestující uplatnit včas, jinak do šesti měsíců zaniknou. [8]

Mezi hlavní znaky dopravní služby spadá existence plánu přepravy (jízdni řád, letový řád). Cena se odvíjí od tarifního systému, podle rychlosti, vzdálenosti, komfortu. Co se týče ceny dopravy je často ovlivňována státní investicí na trhu a to prostřednictvím zákona stanovení cen takzvanou subvencí (přiděl rozpočtových prostředků), nebo pro určitý způsob přepravy zdaněním. [9]

Ubytovatel – Smlouva o ubytování, ze které vznikne objednateli právo na poskytnutí přechodného ubytování od ubytovatele, a ubytovateli vznikne právo na odpovídající odměnu. Právo vzniká na dobu ujednanou nebo na dobu vyplývající z účelu ubytování. Na rozdíl od nájemní smlouvy, nevznikají ubytovanému tak rozsáhlá práva jako nájemci. Rozdíl mezi smlouvami spočívá především v tom, že předmětem nájemní smlouvy je užívání bytu či jiného obyvatelného prostoru, kdežto u smlouvy o ubytování je předmětem navíc i poskytnutí služeb s ubytováním spojených. [10]

Ubytovací zařízení jsou rozdělena podle druhů a kategorie. Kategorie jsou od sebe odlišeny hvězdičkou, což značí úroveň ubytovacího zařízení. Určitým druhem ubytovacího zařízení může být penzion, hotel, motel, kemp, hostel a další. Ubytovací zařízení by mělo mít možnost uspokojit potřeby zákazníků, využití jejich volného času jako sportovní, společenské, kulturní činnosti a jiné. [11]

Průvodce - průvodcovské služby jsou neodmyslitelnou součástí především organizovaného cestovního ruchu. Průvodce poskytuje svoje služby za úhradu, jsou spojené s častým prováděním skupin, či osob účastníků cestovního ruchu s organizačním či technickým zabezpečením. Tyto služby jsou předem dohodnuté, včetně časového a věcného dodržování programu a poskytování informací. Důležitost průvodce během zájezdu je neodmyslitelná. Nedá se nahradit žádnými organizačními, technickými či jinými prostředky.

Na průvodci z velké části záleží spokojenosti zákazníků, jak vnímá jednotlivé služby a tím hodnotí, vydařenost zájezdu. Hlavním úkolem průvodce je zajistit, aby klient čerpal předem dohodnuté služby v jejich smluveném rozsahu a odpovídající kvalitě. Pokud nastane situace, kdy musí být napraveny chyby v přepravě a organizaci zájezdu, je to právě průvodce, který se stará o znovu nabytí spokojenosti zákazníka se službami. Průvodce musí danou cestovní kancelář, pro kterou pracuje dobře reprezentovat a zosobňovat její služby. [12]

Práce průvodce je i v samotném naplánování zájezdu. Průvodce musí naplánovat chronologickou, psychologickou a topografickou. Výsledkem topografické přípravy jsou

expediční lístky, které se vztahují k jednotlivým zajímavým místům, kterými projíždíme, zajišťuje nám to tak řádnou připravenost a zajímavost zájezdu.

1.2.2 Zprostředkovatelé

Cestovní agentura – jejím provozovatelem je podnikatel, který na základě získání ohlašovací vázané živnosti smí tuto práci vykonávat. Cestovní agentura nesmí sama prodávat svoje zájezdy, může pouze spolupracovat s cestovní kanceláří, jejíž produkty nabízí klientům. Vždy musí dát na vědomí, s jakou cestovní kanceláří spolupracuje. Pokud má cestovní kancelář sídlo na území jiného státu, je povinností cestovní agentury o tomto stavu informovat Ministerstvo pro místní rozvoj a to ještě před zahájením zprostředkování zájezdu, včetně údajů týkajících se rozsahu pojištění proti úpadku cestovní kanceláře, nebo jiné formy zajištění zájezdů. Cestovní kancelář musí vždy před uzavřením cestovní smlouvy dát možnost klientovy nahlédnout na doklad o pojištění proti úpadku dané cestovní kanceláře. Pokud se prodej zájezdu zprostředkovává na dálku, musí cestovní agentura zájemci s předstihem poskytnout výše uvedené informace. [13]

1.2.3 Organizátoři

Cestovní kancelář – jejím provozovatelem je podnikatel, který na základně koncese získá oprávnění organizovat, nabízet a prodávat zájezdy. Koncesované živnosti vznikají na základě správního rozhodnutí. Jsou osvědčeny výpisem ze živnostenského rejstříku. Cestovní kancelář smí na základě živnosti nabízet služby cestovního ruchu, prodávat jízdní řády, mapy, plány, upomínkové předměty, smí organizovat zájezdy, nabízet je i prodávat jiné cestovní kanceláři a to za účelem jejího dalšího podnikání. Pokud zprostředkovává cestovní kancelář cestovní smlouvu uvedenou v těchto zmíněných případech pro jinou cestovní kancelář či agenturu, tak musí být smlouva uzavřena jménem cestovní kanceláře, pro kterou je zprostředkován zájezd. Cestovní kancelář smí zprostředkovávat prodej svých služeb pro cestovní kancelář, cestovní agenturu, popřípadě pro jiné osoby, jimiž mohou být dopravce, pořadatel kulturních a společenských akcí a další. [14]

Cestovní kanceláře jsou podle ekonomického kritéria důležitými obchodními partnery leteckých společností a ubytovacích zařízení. Cestovní kanceláře se převážně zabývají nákupem dopravních služeb, nákupem ubytovacího zařízení, nabídkou a kombinací služeb, monitorováním těchto služeb, informační a propagační činností.

Podle rozsahu nabízených služeb a jejich charakteru je možné cestovní kancelář rozdělit na základní a specializovanou. Stává se, že oba typy se v praxi prolínají a to z důvodů vzájemné spolupráce prodeje zájezdu. Snaží se tak rozšířit klientelu, upokojit svoji nabídkou každého zákazníka a tím i navýšit zisk.

Základní cestovní kanceláře – nabízejí většinou služby v plném rozsahu (tuzemské i zahraniční zájezdy, incoming, ...) z těchto důvodů je zapotřebí pracovní aparát a dostatečné materiální vybavení.

Specializované cestovní kanceláře – ty jsou zaměřené na určitý druh a rozsah služeb, popřípadě na určitou skupinu zákazníků. Tato specializace umožňuje dosažení vyšší kvality specializovaných služeb. [15]

1.2.4 Veřejnost

Široká veřejnost vnímá nabídky produktů cestovního ruchu různým způsobem. Každý den se spotřebitelé setkávají s různou propagací služeb cestovního ruchu a to prostřednictvím internetu, letáků, billboardů, katalogů. Jsou případy, kdy by si měl klient dát pozor na klamavou reklamu, jež může být zavádějící. Klamavá reklama je v České republice zakázána obchodním zákoníkem. Podle definice lze reklamu chápat jako reklamu, která může klamat spotřebitele a ovlivnit tak jeho chování, a to svým obsahem nebo tím, že zahrnuje dvojznačné nebo nesprávné podněty anebo nepodává klíčové informace.

Pravidla jakými se řídit při provádění reklamy jsou různá. Každý stát to má nastaven jinak. To co je povoleno ve Francii, neznamená, že může být povoleno u nás v ČR. V ČR se o reklamu, její propagaci a přímý marketing stará Rada pro reklamu.

Rada se stará o to aby reklama byla:

- v souladu se zákonem
- etická
- poctivá
- pravdivá

Reklama by měla respektovat všechny náležitosti spravedlivé konkurence. Jestliže se jednotlivec, skupina osob nebo firma cítí reklamou dotčení či poškození, mohou podat stížnost Radě a ta jí následně bude řešit. [16]

Legislativa o klamavé reklamě se vztahuje na všechny prvky, které mohou ovlivnit rozhodování spotřebitele.

V České republice se nesmí používat reklama:

- zboží, jehož prodej je zákony zakázán
- založena na neuvědomovaném vnímání
- klamavá
- skrytá
- která je v rozporu s dobrými mravy

I když obchodník neměl v plánu klamat, skutečnost, že reklama navodí ve spotřebiteli falešný dojem, který může ovlivnit jeho chování, postačí, aby bylo možné takovou reklamu zakázat. Takovou reklamou může být například retušování fotek v katalogu. Pokud ještě k tomu reklama obsahuje zavádějící informace, je důkazní břemeno obráceno a obchodník musí prokázat, že se nejedná o klamavou reklamu. [17]

1.3 Smluvní vztahy mezi jednotlivými subjekty

V této kapitole se budu blíže zabývat vztahem mezi CK a zákazníkem a to v době, kdy uzavře s kanceláří či agenturou cestovní smlouvu. Rozeberu, jaká jsou jeho práva a jaké povinnosti ze smlouvy vyplívají. Budu se zabývat vztahem mezi CK a ubytovatelem, podrobněji rozeberu smlouvu o ubytování, odpovědnost za věci vnesené. Upřesním, v jakém jsou poměru CK a dopravce, o za co všechno nese dopravce zodpovědnost. V poslední řadě proberu vztah mezi CK a průvodcem, upřesním jeho důležitost pro cestovní ruch.

1.3.1 Cestovní smlouva

„Cestovní smlouvou se provozovatel, tedy cestovní kancelář zavazuje, že zákazníkovi poskytne zájezd a zákazník se zavazuje, že zaplatí smluvenou cenu.“ [18]

Obsahem smlouvy jsou práva a povinnosti obou smluvních stran. Podmínky cestovní smlouvy jsou obsaženy v §852a - §852k OZ. Cestovní smlouva musí být sepsaná písemně a musí obsahovat určité náležitosti. Cestovní kancelář má za povinnost vystavit cestovní smlouvu, zpracovanou ji musí předat zákazníkovi s dokladem o pojištění, který byl vydán pojišťovnou.

Cestovní smlouva musí obsahovat:

- označení smluvních stran,
- vymezení zájezdu, zejména termín jeho zahájení a ukončení, uvedení všech poskytovaných služeb, které patří do ceny zájezdu, místo a dobu jejich trvání, vymezení zájezdu může být nahrazeno odkazem na číslo zájezdu nebo jiné označení v katalogu jen v případě, že katalog obsahuje všechny tyto informace a byl zákazníkovi předán,
- cenu zájezdu s časovým plánem splátek a výši zálohy,
- způsob, jakým zákazník uplatní své nároky, pokud dojde k porušení jeho práv,
- výši odstupného, které je klient nucen uhradit při odstoupení od cestovní smlouvy v případech stanovených tímto zákonem
- pokud jsou do zájezdu zahrnuty i jiné platby za služby, jejichž cena není zahrnuta v ceně zájezdu, údaje o počtu a výši těchto dalších poplatků,
- Pokud patří do zájezdu i ubytování, jeho poloha, kategorie, stupeň vybavenosti a hlavní charakteristické znaky,
- je-li v zájezdu zahrnuta doprava, druh, charakteristika a kategorie dopravního prostředku,
- pokud je součástí zájezdu stravování, musí být uveden způsob a rozsah
- pokud je realizace zájezdu odvíjena od dosažení minimálního počtu zákazníků, výslovné uvedení také skutečnosti a současné dobu, ve které nejpozději musí cestovní kancelář klienta písemně informovat o zrušení zájezdu z důvodu nedosažení minimálního počtu účastníků,
- pakli-že jsou důvody pro stanovení podmínek, které musí klient splňovat, uvedení těchto podmínek a lhůtu, kdy může klient oznámit, že místo něho se zúčastní jiná osoba, pokud jsou důvody pro její stanovení.

Pokud nebudou dodrženy ustanovení v §852b/1 a to, že v cestovní smlouvě nebude uvedeno označení smluvních stran, nebude stanovena cena zájezdu a vymezení zájezdu, tak v takovém případě se smlouva bere za nekompletní a tím pádem neplatí. Této problematice se budu věnovat podrobněji v kapitole nazvané smlouvy s dopravcem. Nedodržení zbytku náležitostí má za následek neplatnost pouze relativní. [19]

Práva cestovní kanceláře – Cestovní kancelář smí zvýšit cenu zájezdu, podle § 852c OZ. Může tomu tak být v případech, kdy je zvýšena cena za dopravu, nebo zvýšení plateb s dopravou (letištních poplatku, zvýšení směnného kurzu české koruny a podobně. Cena ale

nesmí být navýšena během 20 dnů před zahájením zájezdu. Cestovní kancelář smí od smlouvy odstoupit a to ze zákonem stanovených důvodů jako jsou zrušení zájezdu či neplnění povinností zákazníkem. Pokud zákazník odstoupí od smlouvy bez udání důvodu či z jiných důvodů má cestovní kancelář právo mu udělit stornopoplatek.

Pokud je cestovní kancelář nucena z nějakých důvodů změnit podmínky smlouvy, před zahájením zájezdu, může zákazníkovi navrhnout změnu cestovní smlouvy. Jestliže tato změna vede i ke změně ceny, musí být nová cena v nové smlouvě uvedena. Informace o změně ceny musí být zaslané zákazníkovi nejméně 21 dní před zahájením zájezdu. Zde má zákazník právo rozmyslet si, zda bude s novou smlouvou souhlasit, nebo od ní odstoupí. Jestliže zákazník do doby kratší než 5 dnů od smlouvy neodstoupí, automaticky se má za to že se smlouvou souhlasí. Cestovní kancelář také může před zahájením zájezdu odstoupit, ale to pouze v případě zrušení zájezdu, nebo z důvodů porušení povinnosti zákazníkem. Cestovní kancelář musí poskytnout účastníkům zájezdu rychlou pomoc, pokud došlo k porušení povinností třetí osobou nebo k nepředvídatelné události, během kterých se dostal účastník do potíží.

Práva zákazníka - Mezi základní práva zákazníka patří právo na poskytnutí zájezdu v souladu se sepsanou smlouvou. Zákazníkovi musí být podány veškeré informace ve stanovené lhůtě 7 dnů. Může se stát že, z nějakých důvodů se nemůžeme zúčastnit, v takovém případě může využít práva na záměnu osob, nebo před zahájením zájezdu odstoupit od smlouvy do 5 dnů. V případě, že odstoupí, bude sankciován a platí stornopoplatek stanovený danou cestovní kancelář. [20]

Lze se pojistit, pro případ storna zájezdu. Storna zájezdu a přerušování pojištění chrání pojišťovny v případě, že je třeba zrušit nebo zkrátit jejich cestu. Do pojištění proti případnému stornování zájezdu jsou zahrnuty velmi závažné případy, kdy zkrátka není možné cestu uskutečnit. K takovým případům patří například nemoc, nějaký závažný úraz, díky kterému je cesta nevhodná či naprosto vyloučená, smrt někoho blízkého, nepředvídatelné události jako jsou například povodně, špatné povětrnostní podmínky, výbuchy sopky, teroristické útoky, dopravní nehody. Když jste již v průběhu zájezdu a stane se nějaká nečekaná událost, máte možnost uplatnit své právo a nechat si zaplatit zbytek nevyužitého času, který jste tam měli ještě strávit. [21]

Co se týče odpovědnosti cestovní kanceláře, musíme připomenout, že cestovní kancelář odpovídá zákazníkovi za porušení závazků vyplývajících z uzavřené smlouvy bez ohledu na to, zda jsou tyto závazky splněny cestovní kancelář či jinými dodavateli služeb v rámci poskytovaného zájezdu. Pokud nastane situace, kdy cestovní kancelář zruší zájezd ve

lhůtě kratší než 20 dnů, před termínem zahájení zájezdu, je povinna uhradit zákazníkovi pokutu ve výši 10% z ceny zájezdu. Právo zákazníka na náhradu škody tímto není dotčeno.

Pokud cestovní kancelář nesplní cestovní své povinnosti řádně a včas, pak musí zákazník uplatnit svá práva bez zbytečného odkladu. Musí tak učinit nejpozději do 3 měsíců od uskutečnění zájezdu. [22]

1.3.2 Smlouva o ubytování

Další důležitou částí při zájezdu jsou ubytovací služby. Jejich úkolem je umožnit přenocování, nebo přechodné ubytování klientům, mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně uspokojování jiných potřeb, které souvisejí s přenocováním nebo přechodným, třeba služby stravovací. Většinou se jedná o krátkodobé ubytování. Pokud zákazník chce, může si jej sjednat sám, nebo může využít balíčku v katalogu.

V této smlouvě je řečeno, že ubytovatel je povinen poskytnout smluvené ubytování, na přechodnou předem domluvenou dobu v odpovídajícím zařízení jako je hotel, penzion, kemp a jiné. Zákazník musí za tuto službu zaplatit, již předem sjednanou částku. Smlouva nemusí mít písemnou formu. V návaznosti na ubytování dochází zpravidla ke sjednání doprovodných služeb. Zákazník má právo využívat i další prostory a služby, které jsou spojené s ubytováním. Jedná se o snídaně, možnost buzení, úklid pokoje a další. Za tyto služby si zákazník musí zpravidla připlatit.

Práva zákazníka - Zákazník smí používat prostory, které si pronajal spolu s používáním společných prostor, které jsou s ubytováním spojeny. Odstoupit od smlouvy zákazník smí bez udání důvodu, ale také v případě, že ubytovací zařízení nesplňuje požadovaná kritéria, která byla ve smlouvě jasně dohodnutá.

V prvním případě mohla vzniknout škoda ubytovateli a tím byla porušena smlouva a zákazník musí zaplatit škodu za dny, které už tam nestrávil. Jestliže dojde ke ztrátě zavazadel či jejich poškození a věcech v nich obsažených má zákazník právo se domáhat škody po ubytovateli.

Práva ubytovatele - Ubytovatel má právo na uhrazení poplatku za pronájem ubytovacího zařízení, za služby s tím spojené, ve stanovené lhůtě. Jestliže zákazník nějakým způsobem hrubě porušuje povinnosti ve smlouvě, dobré mravy, má ubytovatel právo od smlouvy odstoupit před uplynutím doby, tím se myslím dříve než na sjednanou dobu. Jestli-

že od smlouvy odstoupí host a ubytovateli tím vznikne újma, je zákazník nucen uhradit škodu, která mu vznikla. [23]

1.3.2.1 Odpovědnost za škodu ve věcech vnesených

Mezi základní povinnosti ubytovatele, poskytujícího ubytovací služby, je vytvoření podmínek pro ochranu věcí, které si zákazník sebou přinesl. Provozovatel ubytovacího zařízení odpovídá za škodu na věcech vnesených do ubytovacího zařízení. Toto nařízení je upraveno, v ustanoveních § 433 v občanském zákoníku.

Za věci vnesené se považují takové, které byly přepraveny do míst vyhrazených k ubytování, nebo k uložení, na dočasnou dobu, nebo ty věci, které byly odevzdány provozovateli, nebo pracovníkům ubytovacího zařízení. Za vnesenou věc se považuje i oblečení, šperk, který má zákazník na sobě. *„Odpovědnost ubytovatele za škodu na vnesených věcech je odpovědností objektivní, nezávisí teda na tom, zda provozovatel škodu zavinil, či nikoliv.“* [24] Jestli však prokáže, že poničení věci došlo jiným způsobem, například že to má na svědomí host, může se této odpovědnosti zbavit. Až na pár výjimek provozovatel odpovídá za všechny vnesené věci. Tato výjimka se vztahuje na šperky, peníze a jiné cennosti, jestliže škodu nezavinili pracovníci ubytovacího zařízení.

Provozovatel odpovídá za škodu pouze od výše 5000 Kč, jestliže věci nebyla převzata do úschovy například do trezoru majitele hotelu, ne trezoru, který se nachází v pokoji. Host musí své právo na náhradu škody uplatnit bez odkladu, jinak jeho právo zanikne, pokud se tak nastane nejpozději do 15 dne po vzniklé události. Pokud se stane, že provozovatel neuhradí vzniklou škodu, musí se zákazník obrátit na příslušný soud v tříleté promlčecí lhůtě. Ta se bere ode dne, kdy mohlo být právo vůči ubytovateli uplatněno. [25]

1.3.3 Smlouva s dopravcem

Smlouva o přepravě osob - *„Smlouvy o přepravě osob jsou upraveny ust. § 760 až 773 OZ, přičemž právní úprava je dělí na dvě zvláštní smlouvy a to na: Smlouvu o přepravě osob § 760 až 764 OZ a smlouvou o přepravě nákladu § 765 až 771 OZ.“* [26]

Jedná se o vztah mezi cestovní kanceláří a zákazníkem. Následně na základě této smlouvy, je zákazníkovi poskytována služba, která spočívá v přepravě cestujícího a jeho zavazadel dopravním prostředkem do místa určení řádně a včas, za předem stanovené jízdné. Cestující má právo na to, aby byl na požadované místo přepraven ve stanoveném čase, má právo na přepravení zavazadla, které je přepravováno odděleně do stejného místa a to

nejpozději současně s ním. Cestující musí zaplatit za přepravu jízdné, jehož cena je stanovena přepravními řády nebo tarify. Zákazník také platí za přepravu zavazadla, musí zachovávat příslušná ustanovení, která se týkají přepravního řádu a tarifů pro jednotlivé způsoby přepravy a musí se řídit pokyn dopravce. Výkonným právním předpisem ve smlouvě o přepravě osob je vyhláška č. 175/2000 Sb., o přepravním řádu pro veřejnou drážní a osobní dopravu. [27]

Odpovědnost za škodu - Jestli-že nastane opoždění požadovaného spoje, neodpovídá za škodu dopravce. Dopravce neodpovídá za škodu způsobenou nevčasným provedením přepravy. Cestující má v tomto případě nárok na zpětnou přepravu, jiným spojem i vyšší kategorie a to bez příplatku z důvodů toho, ujel-li mu spoj ne jeho vinou, nebo může žádat o navrácení jízdného. Svoje práva musí zákazník uplatnit bez zbytečného odkladu od doby, kdy mohla být prvně uplatněna prekluzivní lhůta tz., že pokud neuplatnění svoje práva v této lhůtě právo zanikne a nebude se moc domáhat náhrady škody.

Pokud během přepravy vznikne na přepravovaných věcech nějaká škoda, nebo újma na zdraví cestujícího, plně za ni nese zodpovědnost dopravce. Práva cestujícího na náhradu škody musí být uplatněna nejpozději do 6 měsíců od doby, kdy mohla být prvně uplatněná již výše zmiňovaná prekluzivní lhůta. Stejně tak odpovídá dopravce za poškození zavazadel, která byla přepravována odděleně od cestujícího.

Smlouva o přepravě zavazadla - Zavazadlo může mít cestující buď u sebe, jako takzvané cestovní zavazadlo, nebo může být přepravováno zvlášť. Oba způsoby přepravy zavazadla jsou odlišné, proto je nutné je rozlišovat v případě, že by došlo k poškození zavazadla a tím pádem kdo má odpovědnost za poškození.

Je-li zavazadlo přepravováno odděleně od cestujícího, odkazuje zákon na ustanovení o smlouvě o přepravě nákladu. Je v ní sepsáno, že nákladní přepravou se rozumí služba, kterou má odesílatel právo využít při přepravě zásilky z jednoho místa do druhého a tam předání jeho příjemci. Jedná se o právní vztah mezi dopravcem a odesílatelem, na základě smlouvy, která ale není předepsaná, je pouze ústní. Je zde ovšem možnost na zažádání odesílatele, aby dopravce potvrdil objednávku, a taktéž platí, že odesílatel má povinnost na požádání potvrdit objednávku písemně.

Odpovědnost za škodu - Dopravce má za povinnost starat se o zásilku od doby jejího převzetí až do doby jejího vydání, odpovídá za škodu na ní vzniklou během přepravy. Při ztrátě nebo zničení zásilky je dopravce povinen uhradit cenu, kterou měla ztracená nebo

zničená zásilka v době, kdy byla převzata k přepravě. Dopravce odpovídá i za jiné škody než výše uvedené, jestliže byly způsobeny překročením oddací lhůty. [28]

1.3.4 Vztah mezi cestovní kanceláří a průvodcem

Cestovní kancelář a průvodce mohou uzavřít následující smlouvy:

- **Pracovně právní vztah** podle zákoníku práce. To znamená, že osoba, která má zájem o místo průvodce je zaměstnancem dané cestovní kanceláře, nebo externím pracovníkem na základě dohody o provedení práce či dohody o pracovní činnosti.
- **Vztah na základě smlouvy o dílo**, který je upraven občanským zákoníkem
- **Vztah mezi dvěma podnikatelskými subjekty**, který se řídí smlouvou z obchodního zákoníku například mandátní smlouvou. [29]

1.4 Ochrana spotřebitele

Politika ochrany spotřebitele byla včleněna do Smlouvy ES až Maastrichtskou Smlouvou o EU. V momentě, kdy vystupujeme jako spotřebitel – myšleno jako osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami - nám zákon umožňuje ochranu, v oblasti naší informovanosti a v požadování kvalitních služeb odpovídajících jejich ceně. Takovýto spotřebitel je v postavení fakticky slabším než poskytovatel služby, neboť má horší ekonomickou pozici, je snadněji ovlivnitelný a v mnohých aspektech je odkázán na druhou stranu spotřebitelského vztahu (především při poskytování informací). Proto právo tento handicap spotřebitele kompenzuje jeho zvýšenou ochranou.

Právní úprava ochrany spotřebitele zahrnuje tři hlavní oblasti:

- ochranu zdraví a fyzické integrity spotřebitele (týká se odpovědnosti za bezpečný výrobek)
- ochranu jeho ekonomických zájmů (týká se jeho ekonomického postavení vůči prodávajícímu zboží nebo poskytovateli služby)
- ochranu při uplatňování práv spotřebitele soudní cestou

Pro spotřebitele platí v EU speciální pravidla týkající se mezinárodní pravomoci soudů ve sporech ze spotřebitelských smluv. Spotřebitel smí podat žalobu u příslušného soudu ve svém státě, ale ne ve státě, kde má sídlo žalovaná strana, jak je obecným pravidlem. [30]

1.4.1 Pojištění cestovní kanceláře proti úpadku

Pojištění cestovních kanceláří proti úpadku je důležité z hlediska krytí škod, vzniklých v souvislosti s finančními problémy. Takové situace mají negativní dopad na klienta. Cestovní kancelář má ze zákona povinnost být pojištěna proti případnému úpadku. Díky tomu vzniká klientovi právo na plnění. Takovéto plnění je vypláceno v případech, kdy CK z důvodů úpadku:

- nezajistí klientovi dopravu z místa pobytu v zahraničí zpět do ČR, jestliže je tato doprava součástí zájezdu,
- nevrátí zákazníkovi zálohu, či celou cenu zájezdu z důvodů neuskutečnění zájezdu,
- nevrátí klientovi rozdíl mezi zaplacenou cenou zájezdu a cenou částečně poskytnutého zájezdu v případě, že se zájezd uskutečnil pouze z části [31]

Pojistná smlouva s pojišťovnou musí být sjednána tak, aby se pojištění vztahovalo na všechny zájezdy, které byly prodány v době, kdy platila pojistná smlouva, pokud cestovní kancelář neuzavře novou pojistnou smlouvu. Kromě pojistky proti úpadku jsou cestovní kanceláři předány doklady pro zákazníky, které obsahují informace o uzavření pojištění, označení pojišťovny, podmínky pojištění a způsob, jakým je oznámena pojistná událost. [32]

1.4.2 Připojištění spotřebitele

Problematika pojistného zabezpečení na cestách je spjata s předcházejícím odvětvím sociálního a soukromého pojištění. Jsou pojištění, která platí v plném rozsahu, bez ohledu na to, kde se právě nacházíme například pro životní a úrazové pojištění. Nelze ovšem říci, že výše pojistného zabezpečení těmito pojištěními je dostačující. Takové pojištění, které je dostačující v místě bydliště či státě, nemusí již dostačovat ve státě jiném. Například pokud se účastník cestovního ruchu zraní či zemře v zahraničí, jsou výdaje dražší, než v místě pobytu. V takovém případě záleží na tom, zda byly sepsány příslušné mezinárodní dohody o sociálním pojištění. Takováto dohoda ujedná, že občan daného státu má nárok na poskytnutí zdravotní péče v jiné zemi. Pro lékaře je důležité, zda je někdo, kdo jeho práci zaplatí.

V případě, kdy nemá člověk sjednané patřičné pojištění, může být požádán o zaplacení zdravotní péče přímou úhradou. Veřejné zdravotní pojištění v České republice zaplatí léčebné výlohy v jiné zemi, ale pouze do výše nákladů, v rámci Evropské unie se uplatní nařízení o koordinaci sociálního zabezpečení, dle kterého se hradí jinak. Dle práva země, kde byla péče poskytnuta. Proto když cestujeme do evropských zemí, nebo mimo ně, je dobrý mít sjednané

soukromé zdravotní pojištění a cestovní úrazové připojištění, které může být kombinováno s cestovním nemocenským pojištěním.

Cestovní pojištění lze rozdělit na následující druhy pojištění:

- Cestovní nemocenské pojištění taktéž řečeno zdravotní, které bývá kombinováno s cestovním úrazovým pojištěním
- Cestovní odpovědnostní pojištění
- Cestovní pojištění právní ochrany
- Pojištění pro případ zrušení cesty
- Pojištění pro případ přesušení cest
- Pojištění zavazadel [33]

1.4.3 Odstoupení od smlouvy

Odstoupení od smlouvy se týká obou subjektů. Buďto odstupuje klient z důvodů například nemoci, či cestovní kanceláře, která od smlouvy odstupuje v případě, kdy zákazník nesplnil podmínky uzavřené cestovní smlouvy – např. nezaplatil požadované platby.

Odstupné by mělo mít především odškodňovací funkci, je proto sporné, zda např. 100% storno poplatky jsou správné v případě, kdy součástí zrušeného zájezdu jsou služby, které nebyly využity a mohlo být zabráněno jejich marnému vynaložení (strava, kterou zákazník nevyužil, jízdenka, která nebyla zakoupena, cena výletů z místa pobytu zahrnutých s předstihem do ceny zájezdu apod.). Je zde také ten fakt, že CK mohla v poslední řadě místo zákazníka, který zájezd zrušil poslat jiného. Zde je dobré chtít po CK vyúčtování provedených plateb a výši odstupného srovnat se skutečnou výši nákladů, aby nedošlo k bezdůvodnému obohacení. Stanovení odstupného by mělo být poměrné k vynaloženým nákladům, které byly spojeny se zrušením smlouvy. U nepřiměřených smluvních podmínek je oproti tomu dané, že se spotřebitel může dovolat jejich neplatnosti podle § 55 a násl. občanského zákoníku.

U zájezdů, kde přímo vynaložené a prokázané náklady na zákazníka už přesáhly výše domluvené odstupné, se odstupné stanoví nově jako součet těchto nákladů zvýšený o základní odstupné 10 % z ceny katalogového zájezdu. Po odečtení odstupného bude klientovy zbytek jím zaplacené zálohy co nejdříve vrácen.

Jako příklad výše odstupného jsem zvolila cestovní kancelář S.E.N, jejíž výše odstupného z katalogové ceny zájezdu činí:

- 10 % při odstoupení do 60 dnů před odjezdem,
- 30 % při odstoupení od 59 do 31 dnů před odjezdem,
- 50 % při odstoupení od 30 do 21 dnů před odjezdem,
- 80 % při odstoupení od 20 do 4 dnů před odjezdem,
- 100% při odstoupení méně než 4 dny před odjezdem či nenastoupení na zájezd. [35]

Storno poplatků se zákazníka netýká v případě, kdy se rozhodne od smlouvy odstoupit v situaci, kdy nesouhlasí se změnou cestovní smlouvy. Výjimkou je případ jednostranného navýšení ceny zájezdu z důvodu změny směnného kurzu Kč o více než 10 % či zvýšení nákladů spojených s dopravou. CK je povinna oznámit tuto skutečnost klientovi minimálně 20 dnů před zahájením zájezdu. Storno poplatků se klienta dále netýká v případě, kdy odstupuje od smlouvy pro porušení povinností ze strany CK, nebo v případě, kdy se zákazník rozhodne, před zahájením zájezdu, že místo něho pojedou někdo jiný.

Od smlouvy je třeba odstoupit s předstihem a napsat důvod odstoupení, jen tak se člověk může zcela vyhnout nebo snížit výši storno poplatků. K odstoupení nemusíte mít souhlas CK, jedná se o jednostranný právní úkon.

Pomoc při řešení spotřebitelských zahraničních stížností a sporů nabízí Evropské spotřebitelské centrum při České obchodní inspekci. Dostupné je na stránkách www.coi.cz/esc. [36]

1.4.4 Reklamace

Reklamace znamená možnost zákazníka na uplatnění škody výrobku nebo služeb. Jestliže v našem případě neodpovídá úroveň hotelu, služeb v hotelu, je to důvod k reklamaci. Každý má právo uplatnit reklamaci a měl by ho využít, i když mu to nepřipadá vhodné, nebo má pocit studu. Pokud chceme provést reklamaci, musíme si uvědomit, co vlastně jdeme provést, jestli reklamaci nebo přijetí reklamace. „*Za přijímání reklamace je třeba považovat právní úkon poskytovatele služby, respektive osoby jím pověřené, kterým vezme na vědomí spotřebitelovo uplatnění odpovědnosti za vady (reklamaci).*“ [37] Naopak proti tomu vyřízení reklamace znamená, že si sami uvědomíme vady na výrobku, můžeme požadovat výměnu zboží, nebo reklamaci odmítneme.

K provedení opravy smí být pověřena konkrétní osoba, která má tyto věci na starost a vyřizuje je. Tato osoba musí znát dobře český jazyk, musí jím plynule komunikovat a umět dobře reagovat na kladené otázky, které se týkají běžného života. Tento požadavek je na zamyšlení z toho důvodu, zda nejsou porušována základní lidská práva a svobody. Neboť žádný zákon nepředepisuje znalost českého jazyka českým občanům příslušejícím např. k národnostním menšinám, není možné je proto diskriminovat a nutit je k zaměstnávání česky mluvící osoby. Pokud ale žádná taková osoba není, která by vyřizovala reklamace, musí poskytovatel přijmout zboží na jakékoliv jeho prodejně k reklamaci.

Pokud dojde k případu, kdy poskytovatel zruší provozovnu, musí to nahlásit na živnostenském úřadu. Činí tak pro případ, kdyby potřebovali spotřebitelé něco reklamovat, tak aby se měli kam obrátit. Zákon už ale neuvádí, zda je živnostenský úřad povinen tuto informaci oznámit dále spotřebitelům, případně za jakých podmínek.

V dřívějším znění zákona o ochraně spotřebitele bylo dohodnuto ještě zvláštní ustanovení o zájezdech týkajících se skupin, totiž týkajících se cestovních kanceláří. To dávalo za povinnost poskytovateli oněch služeb mít přítomnost delegáta, po celou dobu zájezdu, který by vyřizoval reklamace. Toto ustanovení bylo nakonec staženo, z důvodů zdražení ceny zájezdu a tím tam odrazuje zákazníka. [38]

2 PRAKTICKÁ ČÁST

Cestovní ruch představuje u nás i ve světě dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky. Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomické odvětví. Cestovní ruch je oborem s velkým významem pro ekonomiku České republiky a zároveň je oborem, který má obrovský potenciál růstu. V roce 2009 se cestovní ruch podílel na celkové produkci ČR 5,6% a na příjmech státního rozpočtu dokonce 6,9%. Cestovní ruchu je také velmi významným zaměstnavatelem, který s podílem 7,4% na celkové zaměstnanosti dokonce zaměstnává 2,5x více lidí než zemědělství. [39]

2.1 Praktický význam pojmu zájezd

Zájezdem ve smyslu zákona je pouze předem sestavená kombinace 2 a více služeb cestovního ruchu, z nichž alespoň jednou, je buď doprava, nebo ubytování, a to jen tehdy, pokud tato kombinace trvá déle než 24 hodin nebo pokud zahrnuje ubytování přes noc.

Podle výkladu Evropského soudního dvora znamená termín předem sestavená- kdykoliv před čerpáním první služby. Kombinace je tedy předem sestavená nejen, je-li primárně dána do balíčku tím, kdo služby nabízí, ale i tehdy, pokud je sestavena až na základě přání spotřebitele dříve, než spotřebitel začne čerpat první službu.

Zájezdem, ale není, když si klient až následně v místě ubytování dokoupí výlet, program, oběd či večeři. Zájezdem rovněž není, pokud si klient k zakoupenému ubytování později (kdekoliv) zakoupí jízdenku či letenku.

Zájezdem je, jestliže si klient zakoupí současně ubytování a dopravní ceninu, voucher na dopravu. Nabídka místa v dopravním prostředku, která je provedena současně s nabídkou ubytování a koresponduje s ní, je tedy nutné chápat jako nabídku zájezdu pokud tedy organizátor nabízí v katalogu zvlášť ubytování a zvlášť k němu vhodnou dopravu (leteckou, autokarovou, železniční) v odpovídajících termínech, jde o nabídku zájezdu, kterou smí vlastním jménem provádět jen cestovní kancelář.

Pro účely pojištění pro případ úpadku pak mohou při prodeji nastat 2 různé situace:

- pokud si klient z takové nabídky zakoupí jen 1 službu (jen dopravu nebo jen ubytování), tak nezakoupil zájezd, a proto se na tuto službu nevztahuje pojištění pro případ úpadku

- pokud si zakoupí dopravu a ubytování, jde o zájezd, a proto se na tyto služby pojištění vztahuje.

Cestovní kancelář by v žádném případě neměla prodávat jednotlivou službu pomocí formuláře cestovní smlouvy – šlo by o klamání zákazníka, protože cestovní smlouvou se dle zákona 159/1999 Sb. prodává zájezd, který je předmětem pojištění pro případ úpadku.

Nabídkou zájezdu není, pokud cestovní agentura nabízí pouze ubytování a kromě toho v rámci svých služeb zprostředkovává prodej dopravních cenin pravidelné dopravy (dle volby jakéhokoliv zákazníka na základě jízdních řádů). Cestovní agentura však nesmí na přání zákazníka takové služby kompletovat, protože pak už by to byl zájezd. Zájezdem je pobyt v ubytovacím zařízení zahrnující ubytování a další předem rezervované služby, např. stravování, použití wellnes, sportovního zařízení, gastronomického zařízení a jiných služeb, pokud tyto služby nejsou automaticky zahrnuty v ceně ubytování.

Odhlédneme-li od dalších podmínek, kombinací služeb, které tvoří zájezd je:

- doprava + program - pokud jeho cena tvoří alespoň 20% ceny zájezdu nebo pokud je program pro účastníka zájezdu významný (a celek přesáhne 24 hodin)
- doprava + ubytování, které není doplňkem dopravy. Zájezdem je ale ubytování v dopravním prostředku nabízené speciálně jako turistická poznávací trasa/plavba
- ubytování + stravování - pokud stravování není jen doplňkem ubytování. Za doplněk ubytování se považuje ve všech případech snídaně; stravování nad rozsah snídaně se za doplněk ubytování považuje, pokud je poskytnuto ubytovacím objektem automaticky každému hostu v rámci ceny ubytování (např. hotely fungující pouze v režimu all inclusive).
- ubytování + program popř. služby, pokud jejich cena tvoří alespoň 20% ceny zájezdu nebo pokud je program pro účastníka zájezdu významný. Pro program jako doplněk ubytování platí obdobně, že program se za doplněk ubytování považuje, pokud je poskytnuto ubytovacím objektem automaticky každému hostu v rámci ceny ubytování.

Zájezdem tedy je, když cestovní kancelář klientovi opatří lístky na kulturní představení a následné přenocování, i když klient pojedje po vlastní ose. Zájezdem není, když na to samé představení pojedje autobusem cestovní kanceláře, ale nepřespí tam a vrátí se domů dříve než za 24 hodin. Zájezdem je také lyžařský pobyt s permanentkou (i bez dopravy), i když cena permanentky nepředstavuje 20% ceny zájezdu, protože lyžování je v takovém případě bezesporu pro účastníka významným programem. Zájezdem je i kombinace dopravy a zajištění vstupenek na významnou sportovní, společenskou či kulturní akci (i pokud cena vstupenky nedosáhne 20% celkové ceny), ale za předpokladu, že celek přesáhne 24 hodin.

Zcela specifickým problémem je nabídka a prodej léčebných a jiných pobytů v lázeňských zařízeních. Tyto pobyty z hlediska zákona o péči o zdraví lidu č. 20/1966 postaveny do jiného režimu. Léčebný pobyt ve státním i nestátním lázeňském zařízení ve smyslu tohoto zákona není zájezdem (i když zahrnuje kombinaci služeb cestovního ruchu jako je ubytování, stravování, nejvýše jednodenní výlety a kulturní programy- tyto další služby cestovního ruchu se však chápou jako doplněk léčby). Podstatným a určujícím znakem léčebného pobytu je lékařská péče. V posledních letech však lázně a podobná zařízení čím dál častěji nabízejí a prodávají čistě komerční wellness pobyty, které jsou prakticky totožné s programy organizovanými wellness hotely nebo cestovními kancelářemi. Pobyt v léčebném zařízení, jehož součástí není léčebná péče pod lékařským dohledem, není léčebným pobytem, ale zájezdem bez ohledu na to, který subjekt je nabízí a prodává.

Také je nutné si uvědomit, že zájezd ve smyslu zákona může zorganizovat i subjekt, který nebyl zřízen za účelem podnikání. Z hlediska legálnosti organizování cest v cestovním ruchu nepodnikatelskými subjekty se jako problematické jeví zejména akce organizované tělovýchovnými jednotami, spolky, kulturními domy, odborovými organizacemi. Kombinace služeb jinak splňujících definici zájezdu bývají také organizovány církvemi, hnutími a zdravotnickými zařízeními. Ve všech takových případech lze jednoznačně vymezit, že zájezdem není, pokud tyto subjekty organizují, nabízejí a prodávají kombinace služeb pouze svým členům za úplatu nepřevyšující přímé náklady. Naopak zájezdem je, pokud nabízejí a prodávají kombinace služeb na komerční bázi, tj. nečlenům a za cenu převyšující podíl přímých nákladů připadajících na 1 osobu, pokud tak činí opakovaně (tedy většímu počtu osob u stejné akce – nebo jakémukoliv počtu osob u více akcí).

Pokud tedy organizuje nepodnikatelský subjekt, pak se to za zájezd nepovažuje:

- pokud tak učiní jen jedenkrát
- pokud na tento pobyt pojedou jen členové a jejich přímí rodinní příslušníci a pokud nebude vytvořen zisk
- pokud na tento pobyt pojedou členové a k doobsazení volných míst bude použit menší počet třetích osob za úhradu nepřevyšující přímé náklady
- pokud na tento pobyt pojedou členové a třetí osoby za úhradu nepřevyšující přímé náklady, a pokud pořádání podobných akcí a jejich program přímo koresponduje s účelem spolku.

Naopak za zájezd se považuje:

- pokud tak činí opakovaně a nabízí k prodeji a prodá více míst třetím osobám za cenu převyšující přímé náklady na osobu

- pokud tak činí výlučně pro třetí osoby.

Zájezdem tak není, když škola organizuje pobyty svých žáků za cenu pokrývající přímé náklady, ale zájezdem je, pokud by takové pobyty prodávala pro žáky jiných škol či jiným osobám za cenu převyšující přímé náklady na osobu nebo by je opakovaně organizovala pro žáky jiných škol. Mimořádné doplnění zájezdu školy o menší počet žáků jiných škol za cenu pokrývající pouze přímé náklady s tím spojené však není zájezd. [40]

Zákon také jasně vymezuje, že zájezd nesmí prodávat svým jménem nikdo jiný než cestovní kanceláře. Pokud zájezd prodává kterákoliv osoba, která není držitelem koncese cestovní kanceláře, jedná se o správní delikt (osoba podnikající) nebo přestupek (fyzická osoba bez živnostenského oprávnění) se všemi důsledky podle živnostenského zákona nebo naplnění skutkové podstaty trestného činu neoprávněného podnikání dle trestního zákona.

Zároveň je jasně určeno, že zprostředkovávat prodej zájezd smí jen jiná cestovní kancelář nebo cestovní agentura. Pokud prodej zájezdu zprostředkuje osoba (fyzická nebo právnická) která nemá živnostenské oprávnění cestovní kanceláře (koncese) nebo cestovní agentury (živnost volná), jedná se o správní delikt se všemi důsledky podle živnostenského zákona nebo trestný čin neoprávněného podnikání dle trestního zákona. V praxi se bohužel setkáváme s případy, že prodej zájezdu zprostředkovávají trenéři a další osoby ve sportovních zařízeních, lektori a učitelé ve specializovaných školách a kurzech, osoby ve zdravotnictví a provozovatelé internetových serverů. Pokud tyto osoby nemají zřetelné označení provozování cestovní agentury, jde o přestupek resp. správní delikt dle živnostenského zákona č. 455/1991 Sb., a to i v případě, že se jedná o zájezd koncesované cestovní kanceláře oprávněné podnikat v České republice [41]

Určité podmínky a povinnosti musí také splnit cestovní kancelář usazená mimo Českou republiku, aby mohla být považována za cestovní kancelář ve smyslu zákona.

Na úroveň českým cestovním kancelářím jsou postaveny jen cestovní kanceláře z EU resp. Evropského hospodářského prostoru, které mají oprávnění k provozování cestovní kanceláře ve své zemi a jsou zajištěny pro případ úpadku nejméně v rozsahu stanoveném zákonem č.159/1999 Sb. Nelze tedy zprostředkovávat prodej zájezdů cestovních kanceláří ze zemí mimo EU, které nemají registraci v ČR, ani když mají koncesi cestovní kanceláře ve své zemi a mají tam potřebné zajištění. [42]

2.2 Závazné dokumenty v oblasti cestovního ruchu

V České republice platí celá řada zákonů, které mají vztah k cestovnímu ruchu. Je to díky mnoha subjektům, které jsou jeho součástí, od poskytovatelů ubytování, stravování a dopravy, poskytovatelům ostatních služeb, přes organizátory (většinou CK) a zprostředkovatele (převážně CA) až po konečného spotřebitele.

Nařízení vlády

Nařízení vlády 70/2002 Sb., o technických požadavcích na zařízení pro dopravu osob.

Po vstupu České republiky do EU jsou pro české subjekty také závazné směrnice a nařízení EU, jakož i předcházejících organizací, jehož je EU právním nástupcem-Evropského hospodářského společenství (EHS) a Evropského společenství (ES). Směrnice EU je právním aktem Evropské unie, závazným pro členské státy pokud jde o výsledek, kterého má být dosaženo. Směrnice jsou implementovány (včleněny) do právního řádu daného státu. Směrnice EU mají menší normativní účinnost než nařízení EU. [43]

Směrnice 84/450/EHS - o sblížení právních a správních předpisů členských států o klamavé reklamě

Klamavá reklama se zde definuje jako reklama, která jakýmkoli způsobem, včetně způsobu svého předvedení, klame nebo může klamat osoby, pro které je určena nebo které zasahuje, a která z důvodu své klamavé povahy může ovlivnit jejich ekonomické chování nebo která ze stejných důvodů poškodí nebo může poškodit konkurenci.

Při rozhodování, zda je reklama klamavá, je třeba vzít v úvahu následující vlastnosti:

- charakteristické vlastnosti zboží nebo služeb (např. jejich dostupnost, povaha, provedení, složení, metoda a čas výroby nebo obstarávání, vhodnost pro daný účel, způsoby použití, množství, specifikace, zeměpisný nebo obchodní původ, výsledky, k nimž má používání vést, výsledky a materiální charakteristiky testů a kontrol zboží nebo služeb)
- cena nebo způsob, kterým se cena počítá
- podmínky při dodávkách zboží a obstarávání služeb
- typ inzerenta, jeho vlastnosti a práva.

Členské státy zajistí přiměřené a účinné prostředky ke kontrole klamavé reklamy, například možnost, aby osoby nebo organizace s odůvodněným zájmem:

- podaly žalobu proti klamavé reklamě
- předložily klamavou reklamu příslušnému správnímu orgánu, aby o stížnostech rozhodl nebo zahájil vhodné správní řízení.

Členské státy delegují na soudy nebo na správní orgány pravomoci, díky nimž budou moci:

- nařídit stažení klamavé reklamy nebo zahájit právní řízení, které k tomu povede;
- nařídit zákaz klamavé reklamy, jež má být právě zveřejněna, nebo zahájit příslušné právní řízení, které k tomu povede.

Tato opatření mohou být také přijata urychleným postupem s dočasným nebo trvalým účinkem. Tato směrnice nevylučuje dobrovolnou kontrolu klamavé reklamy samoregulačními orgány, pokud řízení vedená těmito orgány doplňují řízení soudní nebo správní. [44]

Směrnice 90/314/EHS - o turistických zájezdech a zájezdech s cestovními kancelářemi

Ze směrnic, které souvisí s ochranou spotřebitele je třeba zmínit směrnici Rady ES ze dne 13. Června 1990 „o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy(90/134/EHS), která byla zařazena do českého právního řádu zákonem č. 159/1999 Sb., o některých specifických podmínkách podnikání v cestovním ruchu, ve znění pozdějších předpisů, které se zabývají ochranou klienta cestovní kanceláře a vymezuje celou řadu povinností cestovní kanceláře vůči svým zákazníkům“

Hlavní funkcí této směrnice je přiblížit právní a správní předpisy členských států o zájezdech s cestovními kancelářemi, které se prodávají nebo jsou nabízeny k prodeji na území Společenství. Jakékoli materiály popisující zájezd, které organizátor nebo maloobchodní prodejce poskytuje spotřebiteli, cena zájezdu a jiné podmínky smlouvy musejí být pravdivé a nesmí obsahovat žádné zavádějící informace.

Jakékoli brožury vydávané pro zákazníky musejí uvádět čitelně, srozumitelně a přesně cenu a odpovídající informace o následujících položkách:

- místo určení, vlastnosti a kategorie použité dopravy
- typ ubytování, jeho místo, kategorie nebo stupeň pohodlí
- plán stravování
- trasu zájezdu
- všeobecné informace o pasových a vízových požadavcích a o zdravotních formalitách potřebných pro cestu a pobyt
- částku v penězích nebo procentní podíl ceny, které je nutno zaplatit na účet
- zda existuje potřebný minimální počet osob k uskutečnění, a pokud tomu tak je, dokdy bude spotřebitel informován o případném zrušení zájezdu.

Informace v brožuře jsou závazné kromě případů, kdy změny určitých podrobností zájezdu byly zákazníkovi jasně sděleny před uzavřením smlouvy nebo jsou změny učiněny později po dohodě mezi smluvními stranami. [45]

Směrnice 93/13/EHS - o nerovných podmínkách ve spotřebních smlouvách

Účelem této směrnice je zakázat nerovné podmínky ve smlouvách se spotřebiteli. Toto nařízení se vztahuje pouze na smlouvy uzavřené se spotřebitelem jako fyzickou osobou, která smlouvu uzavírá k účelům, které nespádají do jejího podnikání nebo zaměstnání. Tato směrnice se vztahuje pouze na podmínky, které nebyly vyjednány jednotlivě. Smluvní podmínka, která nebyla jednotlivě vyjednána, se považuje za nerovnou, když, na rozdíl od požadavku na konání v dobré víře, způsobí významnou nevyváženost v právech a povinnostech stran vyplývajících ze smlouvy, která vede k újmě spotřebitele. Při hodnocení, zda je smluvní podmínka nerovná, se bere v úvahu povaha zboží nebo služeb, okolnosti při přípravě smlouvy a jiné podmínky dané smlouvy, ke kterým se podmínka vztahuje.

Součástí směrnice je seznam podmínek, které mohou být považovány za nerovné. Z těchto uvádím pouze ty, které mají vztah k problematice cestovního ruchu a organizování zájezdu. Jsou to podmínky, které mají dosáhnout nebo způsobit:

- vyloučení nebo omezení právní odpovědnosti prodávajícího nebo dodavatele v případě úmrtí nebo zranění zákazníka, které byly způsobeny činem nebo opomenutím prodávajícího nebo dodavatele
- nepatřičné vyloučení nebo omezení zákonného práva spotřebitele vůči prodávajícímu, dodavateli nebo jiné straně v případě neplnění nebo nedostatečného plnění jakékoli smluvní povinnosti prodávajícího nebo dodavatele, včetně možnosti vyrovnání spotřebitelova dluhu vůči prodávajícímu nebo dodavateli reklamací, kterou může spotřebitel uplatnit
- uzavření dohody, která je závazná pro spotřebitele, zatímco poskytování služeb prodávajícím nebo dodavatelem závisí na podmínkách, jejichž realizace závisí na vlastní vůli prodávajícího nebo dodavatele
- aby jakýkoli spotřebitel, který nesplní své povinnosti, musel platit nepřiměřeně vysokou částku jako náhradu
- neodvolatelný závazek spotřebitele, aby plnil podmínky, se kterými nemá skutečnou možnost se seznámit před uzavřením smlouvy
- aby prodávající nebo dodavatel jednostranně měnil smlouvu bez platného důvodu uvedeného ve smlouvě
- aby prodávající nebo dodavatel měnil jednostranně bez platného důvodu jakékoli vlastnosti výrobku nebo poskytované služby

- aby cena zboží byla určena v době dodávky nebo aby prodejce zboží nebo dodavatel služeb zvýšili svoji cenu, aniž by dali spotřebiteli odpovídající právo smlouvu zrušit, pokud by konečná cena byla příliš vysoká proti ceně odsouhlasené při uzavírání smlouvy
- aby prodávající nebo dodavatel měli právo určit, zda dodané zboží nebo služby jsou v souladu se smlouvou, nebo měli exkluzivní právo vykládat jakékoli podmínky smlouvy
- aby spotřebitel plnil své povinnosti, když prodávající či dodavatel své povinnosti neplní
- aby prodávající nebo dodavatel měli možnost převést svá práva a povinnosti vyplývající ze smlouvy tam, kde to může sloužit ke zmenšení záruk pro spotřebitele bez souhlasu spotřebitele [46]

Směrnice 97/55/ES - doplnění směrnice 84/450/EHS o klamavé reklamě tak, aby zahrnovala i reklamu srovnávací

Cílem této směrnice je určit podmínky, za nichž je povolena srovnávací reklama. Srovnávací reklama se definuje jako jakákoli reklama, která výslovně nebo nepřímou označuje konkurenci nebo zboží či služby konkurencí nabízené.

Srovnávací reklama se povoluje tehdy, když jsou splněny následující podmínky:

- není klamavá
- porovnává zboží nebo služby, uspokojující stejné potřeby nebo určené ke stejnému účelu
- nestranně porovnává jednu nebo více fyzických, důležitých, ověřitelných a charakteristických vlastností zboží a služeb, může zahrnovat i cenu
- neumožňuje záměnu mezi inzerentem a konkurencí nebo mezi obchodními značkami, obchodními jmény, jinými rozlišovacími značkami, zbožím nebo službami inzerenta a konkurence
- nezpochybňuje nebo neočerňuje obchodní značky, obchodní jména, jiné rozlišovací značky, zboží, služby, činnosti nebo poměry konkurence
- u výrobků s označením původu se v jednotlivých případech vztahuje na výrobky se stejným označením
- netěží neoprávněně z dobré pověsti obchodní značky, obchodního jména nebo jiných rozlišovacích značek konkurence nebo z označení původu konkurenčních výrobků
- nepředstavuje zboží nebo služby napodobující nebo kopírující zboží nebo služby s ochrannou obchodní známkou nebo obchodním jménem.

Pokud se porovnání týká zvláštní nabídky, musí tato nabídka jasně a jednoznačně udávat datum, do kterého platí, nebo případně uvádět, že zvláštní nabídka je závislá na

dostupnosti zboží a služeb, a tam, kde tato nabídka ještě nezačala platit, datum počátku období platnosti zvláštní ceny nebo jiných specifických podmínek. [47]

Směrnice 97/714/ES - o ochraně zákazníků při používání smluv na dálku

Účelem této směrnice je sblížit právní a správní předpisy členských států o smlouvách na dálku mezi spotřebiteli a dodavateli a stanovit povinná pravidla inerčního prodeje a technik komunikace na dálku, které dodavatelé používají. Smlouva na dálku je definována jako jakákoli smlouva o zboží a službách, uzavřená mezi dodavatelem a spotřebitelem v rámci organizovaného programu prodeje zboží a poskytování služeb provozovaného dodavatelem, který pro účely smlouvy používá výhradně jeden nebo více prostředků komunikace na dálku až do okamžiku uzavření smlouvy a včetně něj. Označení na dálku znamená, že se obě strany neseťkávají tváří v tvář a nedochází tak k současné fyzické přítomnosti dodavatele a spotřebitele. Tato forma prodeje zahrnuje celou řadu obchodních činností, při kterých se používají nabídkové katalogy zasílané poštou, reklama v novinách, přímé zasílání nabídek vybraným osobám, internet, fax, e-mail, automatické telefonické hovory, apod.

Před uzavřením každé smlouvy na dálku musí být nejprve podány informace o:

- totožnosti dodavatele a v případě, že je vyžadována záloha, i o jeho adrese
- základních vlastnostech zboží a služeb
- ceně zboží a služeb včetně všech daní
- nákladech dodání
- způsobu platby, dodávky a plnění
- existenci práva na odstoupení od smlouvy
- nákladech používání prostředků komunikace na dálku v případech, kde jsou počítány jinak než podle základní sazby
- době, po kterou jsou nabídka nebo cena v platnosti
- minimálním trvání smlouvy, když jde o smlouvy na dodávku zboží nebo služeb, které budou dodávány trvale nebo opakovaně

U každé smlouvy na dálku má spotřebitel právo odstoupit od smlouvy během lhůty alespoň sedmi pracovních dnů, aniž by musel platit penále a udávat jakýkoli důvod. Jediný poplatek, který může být spotřebiteli v tomto případě účtován, jsou přímé náklady na vrácení zboží. V případě, že dodavatel nesplnil své povinnosti a spotřebitele neinformoval, prodlužuje se tato lhůta na tři měsíce. Pokud se smluvní strany nedohodly jinak, musí být objednávka realizována maximálně do 30 dní. V případě, že zboží nebo služby nejsou k dispozici, spotřebitel musí být informován a do 30 dní mu musí být vráceny částky, které zaplatil. [48]

Směrnice 2005/29/ES - o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu

Tato směrnice upravuje obchodní praktiky, které přímo ovlivňují rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci týkající se produktů nebo služeb. Nekalé obchodní praktiky jsou zakázány. Obchodní praktika je nekalá, pokud je v rozporu s požadavky náležité profesionální péče a podstatně narušuje nebo je schopná podstatně narušit ekonomické chování průměrného spotřebitele, který je jejím působení vystaven nebo kterému je určena, ve vztahu k danému produktu.

Obchodní praktiky jsou nekalé zejména tehdy, jsou-li klamavé nebo agresivní. Obchodní praktika, je považována za klamavou, pokud obsahuje nesprávné informace, a je tedy nepravdivá, nebo pokud jakýmkoli způsobem, včetně celkového předvedení, uvádí nebo je schopná uvést průměrného spotřebitele v omyl, což vede, nebo může vést k rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

Obchodní praktika je považována za agresivní, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodnou volbu nebo chování průměrného spotřebitele ve vztahu k produktu, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil. [49]

2.3 Nezávazné dokumenty v oblasti cestovního ruchu

Norma je všeobecně závazné pravidlo, je právníky vykládána ve smyslu, že je pouze doporučením a návodem k jednotnému postupu a přístupu k řešení daného procesu.

Tak je tomu např. při stanovení ubytovacích standardů u hotelů tzv. hvězdičky, kdy jsou standardy hotelů zakotveny v normě ČSN 761110, která je v platnosti od 1. 1. 2008.

Pro informaci a srovnání standardů v jednotlivých zemích Evropy je také možné navštívit webové stránky asociace ubytovacích služeb HOTREC, která uvádí národní standardy v ubytování pro mnoho členských zemí Evropské unie. Asociace HOTREC stanovila 15 doporučení pro stanovení národních hotelových systémů klasifikace v členských státech Evropské unie. Z těchto snah asociace HOTREC je patrný vliv na harmonizaci kvalitativních parametrů pro oblast ubytovacích služeb v rámci Evropy.

Diskuze o platnosti norem ISO pro segment cestovního ruchu neberou konce. Je nezbytné si uvědomit účel a poslání normy. Velmi často a chybně jsou chápány normy ISO pro oblast řízení kvality jako normy stanovující a deklarující, tedy jako normy technické, vymezující daný výrobek a stanovující jeho neměnitelnou podobu. Normy v oblasti řízení vymezují a obecně definují základní oblasti, které je třeba pro dosažení požadavku organizace na vytváření kvalitního produktu sledovat a zahrnout do řídicího procesu a jeho kontroly. Jde o normy generické, které jsou základním schématem pro definování řídicích procesů, jejich monitorování a hodnocení. Zdá se tedy jasné, že vytváření speciálních norem je v sektoru cestovních kanceláří a cestovních agentur nadbytečné. Řídicí procesy a základní požadavky pro tvorbu produktů cestovního ruchu, společně s činnostmi souvisejícími, jsou systémově zakotveny ve státní nebo evropské legislativě. Naopak národní normy platí v souvislosti opačné, pokud národní legislativa je náročnější než norma nebo legislativa evropská. Tyto zákonné normy je management společností povinen respektovat a aplikovat je do svých řídicích procesů. Jestliže existuje jasně vymezené postavení zákonných norem a vyhlášek, tak stále není jednoznačný výklad a přístup k chápání norem ČSN, které jsou považovány za nezávazná doporučení. [50]

ČSN EN ISO 9001 – Systém managementu kvality

Generická mezinárodní norma, která slouží jako základní nástroj pro identifikaci jednotlivých procesů v organizaci, stanovování klíčových parametrů těchto procesů, jejich systematické monitorování a hodnocení, sledování trendů těchto procesů a trvalé zlepšování těchto procesů. [51]

ČSN EN ISO 14 001 – Systémy environmentálního managementu

Základní norma, která slouží jako efektivní nástroj pro identifikaci environmentálních aspektů, jejich hodnocení a řízení, což ve svém důsledku vede ke zlepšení environmentálního profilu organizace a významně snižuje riziko výskytu neplnění základních legislativních požadavků ČR v oblasti životního prostředí. [52]

ČSN OHSAS 18 001 - Směrnice pro systém managementu BOZP

Tato směrnice byla utvořena jako reakce na naléhavý požadavek klientů na uznávanou normu systému managementu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, podle níž mohou být jejich systémy managementu posuzovány a certifikovány jako návod pro zavedení takovéto normy. Technická specifikace, která je systémovým nástrojem pro minimalizaci rizik v organizaci, jejich systémové a systematické vyhledávání, hodnocení a řízení s cílem minimalizace nežádoucích situací v oblasti BOZP v organizaci. [53]

ČSN EN 13809 - Služby cestovního ruchu - Cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) – terminologie

Sestává z následujících šesti částí pod společným názvem normy:

- Obecná terminologie - uvádí obecné termíny a definice cestovního ruchu a služeb cestovního ruchu se zaměřením zejména na dopravu, asistenční služby a doplňkové služby.
- Poskytovatel služeb cestovního ruchu - obsahuje obecnou definici a dále definice cestovní kanceláře (touroperátora) a cestovní agentury.
- Nabídka služeb cestovního ruchu - vymezuje všeobecné pojmy, cestování pro skupiny se zvláštními zájmy a termíny v popisu zájezdu nebo v nabídce cestovního ruchu.
- Cestovní smlouva - specifikuje základní termíny používané v cestovní smlouvě.
- Cena za služby cestovního ruchu - definuje různé typy cen a jejich obsah
- Dokumentace o cestovních službách - charakterizuje obsah jednotlivých dokumentů.

[54]

ČSN 76 1110 - Služby cestovního ruchu – Klasifikace ubytovacích zařízení – Kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel

Tato ČSN slouží jako pomůcka pro zařazování ubytovacích zařízení kategorií hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel do příslušných tříd podle minimálních stanovených požadavků na vybavenost a rozsah poskytovaných služeb a má za cíl zlepšení orientace spotřebitelů (hostů), organizátorů (cestovních kancelářů) a zprostředkovatelů (cestovních agentur), zvýšení transparentnosti trhu ubytování a zkvalitnění služeb poskytovaných

ubytovacími zařízeními. Požadavky jsou uváděny jako minimální, nabízená služba či vybavení vyšší úrovně, než je uvedeno, je tedy pro danou třídu vyhovující. [55]

ČSN EN ISO 18513 - Služby cestovního ruchu - Hotely a ostatní kategorie turistického ubytování - Terminologie

Tato norma se řadí mezi jedinou mezinárodní normu v oblasti poskytování služeb.

Sestává ze tří částí pod společným názvem normy

- Základní pojmy - charakterizují obecné termíny, definice ubytování a definice různých kategorií turistického ubytování podle klasifikace ubytování.
- Služby - se zaměřují na vymezení pokrmů a nápojů obsažených v různých formách snídaní, poskytovaných v rámci turistického ubytování, jakož i další služby, které mohou být v rámci turistického ubytování zajišťovány.
- Zařízení pro hosty - vymezuje všeobecné pojmy, pokud jde o různé typy zařízení v rámci kultury a trávení volného času v souvislosti s poskytovaným ubytováním, jakož i dalších zařízení, nabízených v jeho rámci. [56]

Doporučený standard ubytovacích služeb pro ubytování v soukromí, Kempy a chatové osady, Turistické ubytovny

Standard je rozdělen do skupin podle oblastí služeb

1. Ubytování v soukromí

2. Kempy a chatové osady

3. Turistické ubytovny

Certifikaci provádí jednotlivá profesní zájmová sdružení, která zároveň ručí za kvalitu nabízených služeb a provádí kontroly dodržování kvality poskytovaných služeb:

- Ubytování v soukromí: Svaz podnikatelů ČR ve venkovské turistice a agroturistice
- Kempy a chatové osady: Kempy a chatové osady ČR - Živnostenské společenství
- Turistické ubytovny: Klub Českých turistů [57]

ČSN EN 14804 - Poskytovatelé jazykových studijních pobytů – Požadavky

Specifikuje požadavky kladené na poskytovatele jazykových studijních pobytů, včetně škol, cestovních kanceláří a agentur. Tato norma specifikuje úroveň kvality služeb jazykové výuky ve třídách v zahraničí a souvisejících služeb, včetně ubytování, programu ve volném čase a cestovních služeb, které mohou jazykové studijní programy doplňovat. [58]

ČSN EN 15565 - Služby cestovního ruchu - Požadavky na zajištění školení a kvalifikační programy pro profesionální průvodce cestovního ruchu

Cílem tohoto dokumentu je sjednocení pohledu na vzdělávání turistických průvodců v rámci EU. Norma se dotýká především poskytovatelů vzdělávání tedy škol, školicích zařízení, školitelů a organizátorů rekvalifikací a kurzů. Stanovuje obsah a rozsah kompetencí, obecných a specifických znalostí a dovedností. [59]

Kromě norem můžeme do nezávazných dokumentů zařadit také dokumenty, ke kterým se dobrovolně zavázali členové některé z profesních organizací.

Asociace cestovních kanceláří České republiky (ACK) je dobrovolným sdružením subjektů domácího i zahraničního cestovního ruchu oprávněných k činnosti na území ČR. Je samostatnou právnickou osobou s působností po celém území ČR. Posláním ACK je zastupování a ochrana hospodářských zájmů členů, podpora jejich informovanosti, rozvíjení jejich činnosti a profesní prestiže. Asociace se angažuje při kultivování českého trhu cestovního ruchu, iniciuje tvorbu příslušné legislativy a hospodářských opatření ve vztahu k cestovnímu ruchu a je v tomto směru partnerem a připomínkovým místem pro orgány státní moci a správy. ACK podporuje dobré jméno a úroveň českého cestovního ruchu, zasazuje se proti nekalé konkurenci a poškozování pověsti cestovního ruchu v České republice. ACK ČR byla založena jako první profesní sdružení cestovních kanceláří v ČR v srpnu 1990, v současné době sdružuje 196 cestovních kanceláří a agentur a 80 přidružených členů z navazujících oborů dopravy, veletrhů a propagace, odborného školství, pojištění a zpracování dat. Její členové se dobrovolně rozhodli dodržovat Morální kodex jednání cestovní kanceláře [60]

Druhou profesní organizací působící na českém trhu je Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (AČCKA) - české profesní sdružení subjektů cestovního ruchu, založené v roce 1991, které má v současné době 250 členů z řad subjektů cestovního ruchu. Účelem sdružení AČCKA je zastupování a ochrana hospodářských zájmů svých členů, podpora jejich informovanosti, rozvíjení jejich činnosti a profesní prestiže. AČCKA navazuje kontakty a trvale spolupracuje s obdobnými organizacemi cestovního ruchu v zahraničí, s národními centrály cestovního ruchu, s pořadateli veletrhů a dalšími subjekty. Zástupci AČCKA jsou členy celostátních a regionálních orgánů, účastní se jednání o vývoji legislativy, podílí se na tvorbě odborných zákonů a připomínkují zákony související. AČCKA je řádným členem ECTAA - asociace sdružující národní asociace cestovních kanceláří a cestovních agentur zemí Evropské unie, účastní se zasedání a své členy pravidelně informuje a aktuálním děním z evropské legislativy. Její členové dobrovolně dodržují Etický kodex člena. [61]

2.4 Současný stav v ČR

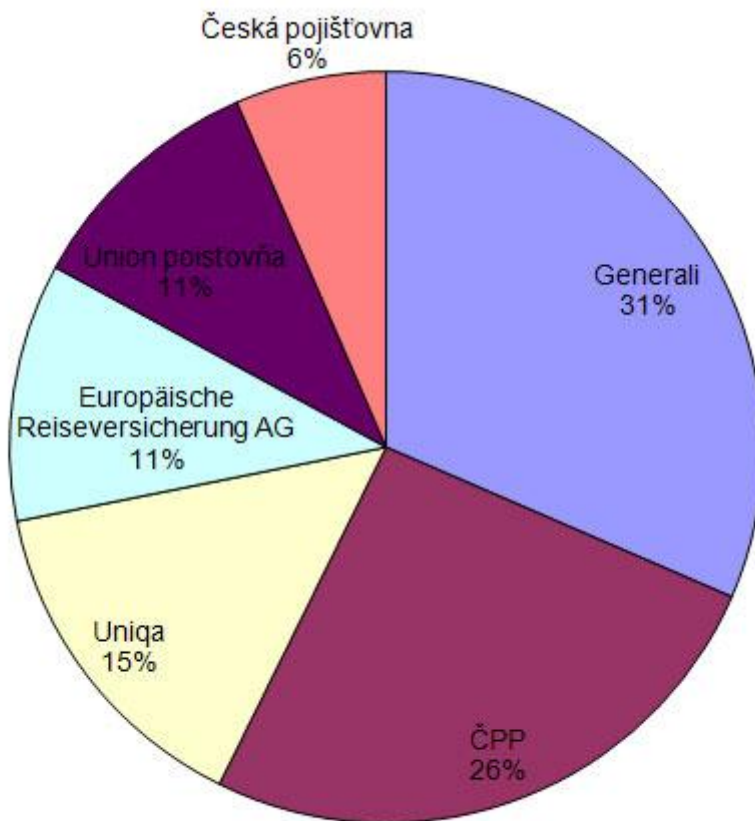
Počty cestovních kanceláří v Česku rostou už šestý rok po sobě. Na konci prosince loňského roku jich v zemi působilo 1394, což je zvýšení proti roku 2009 o 26 nových kanceláří. V letošním roce by však mohl nastat obrat. Další růst počtu CK je na malém českém trhu neudržitelný, třetím rokem navíc klesá počet prodaných zájezdů na úkor individuální turistiky. K poslednímu dni loňského roku nejvíce kanceláří působilo v Praze. Zatímco v roce 2002 byl podíl Prahy na celkovém počtu pětinový, v roce 2010 už dosahoval více než třetiny všech cestovních kanceláří. Naopak nejméně CK je dlouhodobě v Karlovarském kraji, na konci roku jich tam působilo jen 36. Nejvyšší tempo růstu počtu CK bylo mezi roky 2005 a 2006, kdy k 31. 12. 2006 vzrostl počet CK o 10 procent. Za takto razantní nárůst množství cestovních kanceláří mohla povinnost pojišťovat i zájezdy na osobní objednávku, která nastala 1. srpna 2006. Některým agenturám tak nezbylo nic jiného, než se pojistit a zažádat o udělení koncesní listiny, čímž se přeměnily na cestovní kanceláře. V současné době je 86 % cestovních kanceláří a 14 % cestovních agentur z celkového počtu CK a CA působících na českém trhu. Část cestovních kanceláří a cestovních agentur se profesně sdružuje do asociací. V současné době existují dvě asociace - Asociace cestovních kanceláří ČR (ACKČR) a Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (AČCKA). V ACKČR je 15 % a v AČCKA 18 % z celkového počtu CK. Některé cestovní kanceláře jsou členy obou asociací. [62]

2.4.1 Pojištění proti úpadku

Cestovní kanceláře jsou povinné sjednat pojištění proti úpadku cestovní kanceláře, a to na pojistnou částku minimálně 30 % plánovaných ročních tržeb z prodeje zájezdů nebo v případě, že tyto tržby mají být nižší než tržby v předchozím roce, tak na pojistnou částku minimálně 30 % těchto tržeb v předchozím roce. Doklad o pojištění proti úpadku je nedílnou součástí uzavřené cestovní smlouvy. Pojištění proti úpadku cestovní kanceláře může cestovní kancelář sjednat pouze s pojišťovnou, které bylo uděleno povolení k podnikání podle zvláštního právního předpisu. [63]

V současné době poskytuje pojištění proti úpadku cestovní kanceláře následujících šest pojišťoven:

- Generali Pojišťovna a.s. - se sídlem Bělehradská 132,120 00 Praha 2
v ČR od roku: 1995
počet pojištěných CK: 310
podíl na trhu: 31%
- Česká podnikatelská pojišťovna, a.s. - se sídlem Budějovická 5,140 21 Praha 4
v ČR od roku: 1995
počet pojištěných CK: 254
podíl na trhu: 26%
- UNIQA pojišťovna, a.s. - se sídlem Evropská 136/810,160 12 Praha 6
v ČR od roku: 1993
počet pojištěných CK: 143
podíl na trhu: 15%
- Europäische Reiseversicherung AG - se sídlem Mnichov, Německo
v ČR od roku: není
počet pojištěných CK: 109
podíl na trhu: 11%
- Česká pojišťovna a.s. - se sídlem Spálená 75/16,113 04 Praha 1
v ČR od roku: 1992
počet pojištěných CK: 64
podíl na trhu: 6%
- Union poisťovňa, a. s. - se sídlem Bajkalská 29/A,813 60 Bratislava
v ČR od roku: není
počet pojištěných CK: 104
podíl na trhu: 11% [64]



Zákazníkovi pojištěnému cestovní kanceláří vzniká právo na plnění v případech, kdy cestovní kancelář 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.

Učinit podání může občan, který je postiženým klientem cestovní kanceláře, včetně osob blízkých. Další postup se stanoví společně s delegátem cestovní kanceláře či s jejím zástupcem v ČR, zda je schopen zajistit ubytování a návrat zpět do ČR. V případě problémů se doporučuje spojit se s místně příslušným zastupitelským úřadem ČR a s ohledem na konkrétní situaci konzultovat další postup. Se žádostí o pomoc a informaci se obraťte na zastupitelský úřad ČR osobně, písemně či telefonicky, a to neprodleně po zjištění, že cestovní kancelář není ochotna nebo schopna dále plnit své závazky vůči klientům, případně řešit

jejich krizovou situaci. Obrátte se na konzulární pracovníky zastupitelského úřadu ČR příslušného pro stát, v němž je třeba životní situaci řešit. Na úřadě předložte:

- doklad totožnosti, z něhož vyplývá, že žadatel je občanem České republiky (např. občanský průkaz, cestovní pas),
- voucher, resp. doklad o úhradě služeb zkrachovalé cestovní kanceláře, popř. smlouvu uzavřenou s touto cestovní kancelář.

Občan též poskytne zastupitelskému úřadu ČR potřebné informace o jeho situaci a o připravenosti cestovní kanceláře ji řešit. V závislosti na konkrétních okolnostech případu jedná zastupitelský úřad České republiky tak, aby při řešení záležitosti nedocházelo k nežádoucím prodlevám. Postup zastupitelského úřadu ČR v zahraničí při krachu cestovní kanceláře není upraven konkrétním obecně závazným právním předpisem. Zastupitelský úřad postupuje v souladu s ustanoveními Vídeňské úmluvy o konzulárních stycích z 24. dubna 1963, publikované vyhláškou č. 32/1969 Sb. Zastupitelský úřad se bude snažit kontaktovat odpovědné pracovníky cestovní kanceláře a pokusí se je přimět k řešení situace klientů. Jejich pozitivní reakci však zaručit nemůže. V případě, že cestovní kancelář není schopna řešit situaci klientů, zastupitelský úřad České republiky v zahraničí záležitost projedná s příslušnou pojišťovnou a bude jí nápomocen při organizování pomoci klientům. V případě, že v zemi, v níž se občan České republiky nachází, nesídlí zastupitelský úřad ČR, může se občan ČR obrátit na zastupitelský úřad některého z členských států Evropské unie, který v dotyčné zemi sídlí. [65]

2.4.2 Kontroly CK a CA v roce 2010

Česká obchodní inspekce je orgánem státní správy podřízeným Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a byla ustanovena zákonem č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci. Česká obchodní inspekce kontroluje a dozoruje právnické a fyzické osoby prodávající nebo dodávající výrobky a zboží na vnitřní trh, poskytující služby nebo vyvíjející jinou podobnou činnost na vnitřním trhu, poskytující spotřebitelský úvěr nebo provozující tržiště (tržnice) pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává dozor jiný správní úřad.

Česká obchodní inspekce kontroluje:

- dodržování zákona o ochraně spotřebitele 634/1992
- zaměřují se hlavně na nebezpečné výrobky, které nesmí nikdo prodávat ani nabízet
- na dodržování informačních povinností - návody (v češtině!), složení, označení ceny a zboží

- na kontrolu kvality zboží
- klamání spotřebitele
- diskriminaci
- přítomnost česky mluvící obsluhy
- dodržování zákona o technických požadavcích na výrobky, který stanoví povinnosti výrobce, distributora a dovozce
- bezpečnost výrobku
- prohlášení o shodě

Může kontrolovat i jiné skutečnosti, ale toto patří k nejčastěji zaměřeným kontrolám. [66]

Jestli je jednání CK a CA v souladu se zákonem, anebo se některé cestovní kanceláře a agentury snaží pouze nalákat klienty, ověřují pravidelně inspektoři ČOI. Při kontrolách v průběhu loňského roku celkem ČOI zkontrolovala 168 cestovních kanceláří a cestovních agentur a porušení jedné nebo více povinností stanovených zákonem zjistila v 56 z nich (tj. 33,3 %). S podnětem ke kontrole se na ČOI obrátilo v loňském roce celkem 83 spotřebitelů (v 8 případech kontrola potvrdila oprávněnost podání, dále zjistila 8 jiných porušení a v jednom případě bylo zjištění postoupeno příslušnému orgánu dozoru). Nejvíce porušení povinností v oblasti cestovního ruchu zjistili inspektoři u podnikatelů v Praze a Středočeském kraji, celkem 50,8 % (32 z 63 kontrolovaných), na dalším nelichotivém místě skončily se 45,8 % porušení cestovní kanceláře a agentury v Královéhradeckém a Pardubickém kraji (tj. 11 z 24 kontrolovaných). Nejméně porušení bylo zjištěno v Plzeňském a Karlovarském kraji, jen 5,6 % (tj. 2 ze 36 kontrolovaných). Pravomocné pokuty byly uloženy dosud v 41 případech, a to 14 kontrolovaným osobám v rozpětí od 10 do 20 tisíc Kč, a 27 kontrolovaným pokuty ve výši 1 až 9 tisíc Kč. S dalšími dosud nebylo správní řízení ukončeno.

Nejčastěji byly porušeny následující zákony:

- **Zák. č. 634 Sb., o ochraně spotřebitele:**

§ 13 - povinnost informovat o podmínkách, rozsahu a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady...22x

§ 4 - užití nekalé obchodní praktiky 14x

§ 5 - užití klamavé obchodní praktiky 13x

§ 12 - povinnost informovat spotřebitele o ceně poskytovaných služeb zřetelným označením. (neúplná nebo chybějící informace nesmí vzbuzovat zdání, že bude vyšší nebo nižší než ve skutečnosti je...) 8x

§ 19 - povinnost přijmout reklamaci po celou pracovní dobu, vydat potvrzení o uplatnění reklamace se všemi náležitostmi...3x

§ 3 – poctivost prodeje a poskytování služeb, povinnost poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a ceny správně účtovat 1x

§ 6 - diskriminace spotřebitele 1x

§ 10 - viditelné a srozumitelné označení produktů 1x

§ 9 - neposkytnutí řádných informací o poskytované službě...1x

- **Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci:**

§ 9 - porušení podmínek stanovených jiným právním předpisem (tj. mimo dozorovou pravomoc ČOI)... 8x

- **Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu**

§ 3, odst. 5a – porušení povinnosti v propagačních, nabídkových a jiných materiálech, včetně jejich elektronických forem, vždy informovat, pro kterou cestovní kancelář je prodej zájezdu zprostředkováván...7x

Jako nejčastější prohřešky se ukazuje porušení povinnosti informovat a o ceně poskytovaných služeb zřetelným označením a o podmínkách, rozsahu a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady. Dále je časté užití nekalé a klamavé obchodní praktiky.

Na základě těchto zkušeností doporučuje Česká obchodní inspekce následující:

- Vybírat si z nabídek více kancelářů a porovnávat rozsah nabízených služeb i ceny.
- Sledovat rizikové faktory vybrané země na stránkách ministerstva zahraničí.
- Hledat ohlasy klientů na služby jednotlivých hotelů.
- Seznámit se pečlivě se smluvními podmínkami, které jsou součástí smlouvy.
- Vyžadovat při objednávce řádně vyplněnou cestovní smlouvu, tedy se všemi povinnými údaji (viz zák. č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, §§ 852a-852k) a údaji o rozsahu placených služeb, nespoléhat na dodržení ústních ujednání.
- Při nedodržení podmínek smlouvy nápravu stavu vyžadovat okamžitě na místě plnění/pobytu bez zbytečného prodlení, nejlépe písemně, prostřednictvím delegáta nebo u odpovědného pracovníka hotelu.
- Dle možností pořídit fotodokumentaci smlouvě neodpovídající služby nebo nevyhovujících podmínek (pro případnou reklamaci po návratu, pokud nebyla sjednána náprava na místě).

- Reklamací uplatnit písemně nejdéle do 3 měsíců po ukončení plnění (po návratu z dovolené, a to u kanceláře, s níž byla uzavřena smlouva.
- V případě nevyřízení reklamace do 30 dnů nebo jejího nepřijetí kontaktovat nejbližší inspektorát [67]

2.4.3 Využití služeb CK a CA v roce 2010

Formou dotazníků se společnost INCIMA GfK snažila zjistit využívání služeb cestovních kanceláří a agentur v posledních 12 měsících. Jedná se o skupinu respondentů 18 let a více let, kteří se během uplynulého půl roku nezúčastnili výzkumu tru, veřejného mínění, kteří nepracují v mediální či výzkumné oblasti cestovním ruchem a kteří během 12 měsíců využili služeb CK nebo CA.

Nejčastěji zmiňovanou frekvencí využívání služeb je 1x za rok, to zodpověděla téměř polovina dotazovaných. Méně než 1x ročně cestuje 30 % respondentů. Oproti tomu klienti ve středním věku 30 -59 let uvedli, že využívají služby cestovního ruchu více.

1x za 3 měsíce 6%	1x za 6 měsíců 17 %	1x za 12 měsíců 48%	Méně než 1x za 12 měsíců 29%
----------------------	------------------------	------------------------	---------------------------------

Tabulka č. 1 Využívání služeb CK a CA Zdroj: www.mmr.cz

Pro CA je typické větší využití služeb, 12 % respondentů netuší, u jakého typu cestovní organizace si službu zakoupili. Rozdíl mezi CK a CA si uvědomuje pouze 44% zákazníků. Téměř 60% z tohoto počtu uvádí rozdíl v organizaci zájezdu a prodeje vlastních zájezdu u CK, oproti tomu u CK zmiňuje rozdíl v pojištění 37% dotazovaných a kolem 20% upozorňuje na rozdíl v rozsahu služeb.

Vlastnosti CK a CA

Klienti subjektivně hodnotili důležitost jednotlivých charakteristik jimi naposledy využitých služeb CK, CA a jejich spokojenost. Respondenti hodnotili stylem udělování známky jako ve škole kdy 1= velmi důležité a 5 = nepodstatné.

Faktory ovlivňující výběr CK

Podle dotazníků je pro respondenty rozhodující při výběru cestovní kanceláře či agentury osobní zkušenost z minulých cest. Průměrná důležitost je 1,52 a to pro 68% respondentů.

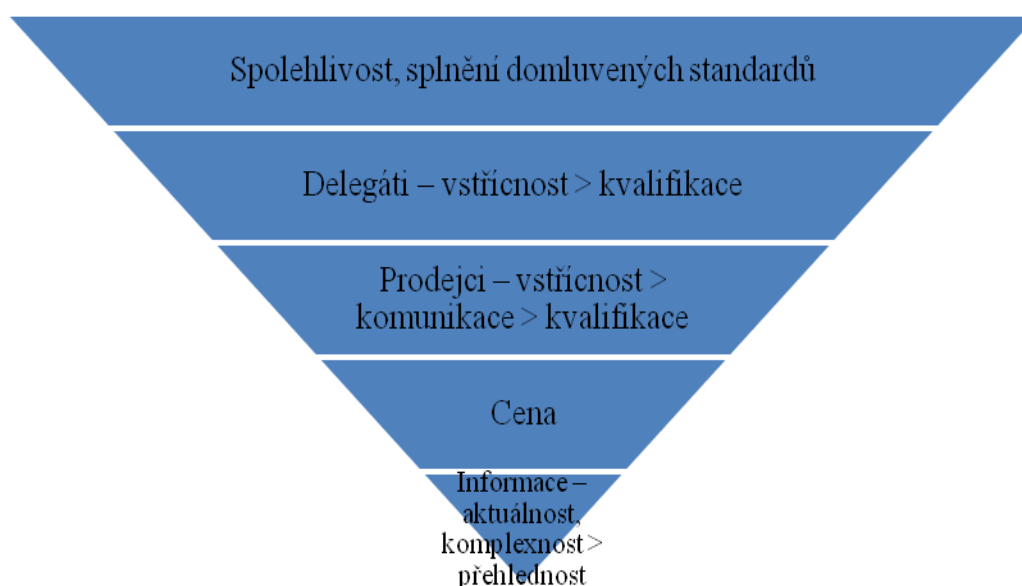
Další možností je navštívit cestovní kancelář osobně na pobočce nebo kontaktovat CK/CA tato možnost obdržela hodnocení 1,63. Mezi poslední patří reference od přátel a známých, kteří ji doporučili, to získalo ohodnocení 1,7 s určitým odstupem fakt, že katalog poskytuje svoje služby v katalogu 1,99 a používá svoje internetové stránky 2,02.

Lze tedy konstatovat, že důležitost „hmatatelných“ atribut nabídky ať již v katalogu, nebo na pobočce se zvyšuje s rostoucím věkem zákazníků. Oproti tomu pro mladší klientelu je důležitější existenci internetových stránek. Jako překvapující nejméně důležitý faktor se jeví „nejnižší cena na trhu“.

Faktory ovlivňující spokojenost se službami CK

„Mezi další vlastnosti, které detailně analyzují parametry poskytovaných služeb patří naplnění očekávání klienta, dodržení smlouvy, dodržení kvality ubytování a služeb, pojištění proti úpadku a uvádění pravdivých a úplných cen.“ [68]

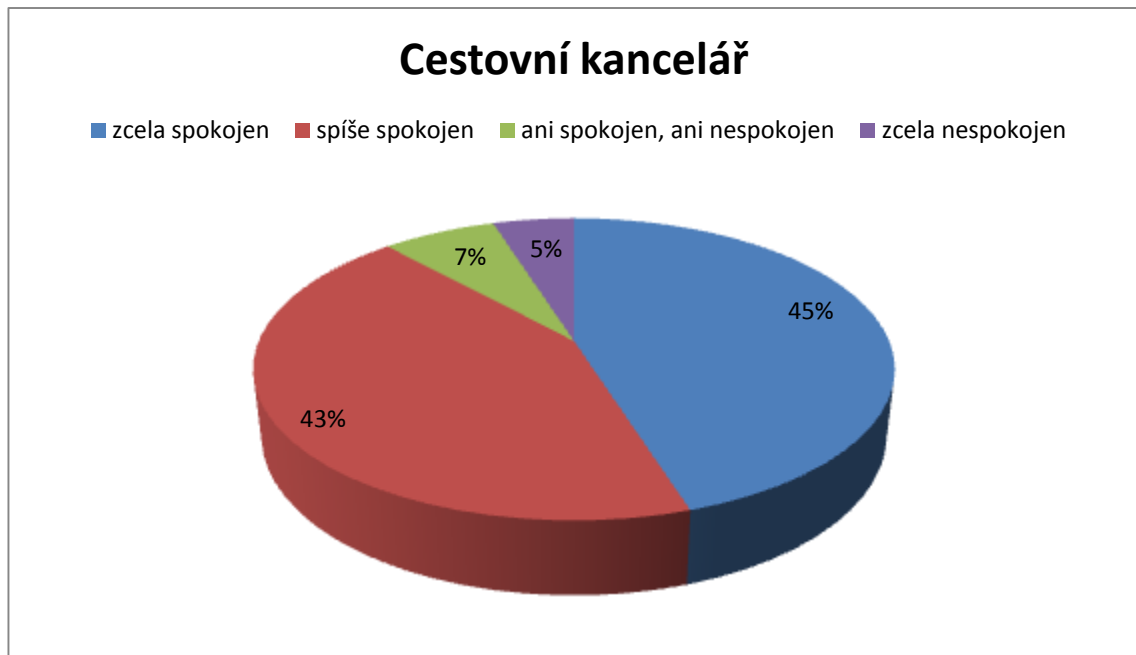
Tyto vlastnosti jsou podstatné pro 83% a více respondentů s průměrnou známkou 1,15 až 1,21. Jako další klienty zajímalo dodržování kvality stravování, řešení reklamací a ochota delegátu, to hodnotilo ¾ dotázaných jako „velmi důležité“. Pokud se jedná o další faktory, lze říci, že chování delegátů je upřednostňováno než chování prodejců, vstřícnost, ochota a bezproblémová komunikace jsou často důležitější než kvalifikace. Až po těchto všech výše uvedených faktorech následuje cena s průměrnou důležitostí 1,64. Je však potřeba říci, že celková náročnost klientů je vysoká, všechny parametry byly vyhodnoceny jako „velmi důležité“ nejméně 40% klientů.



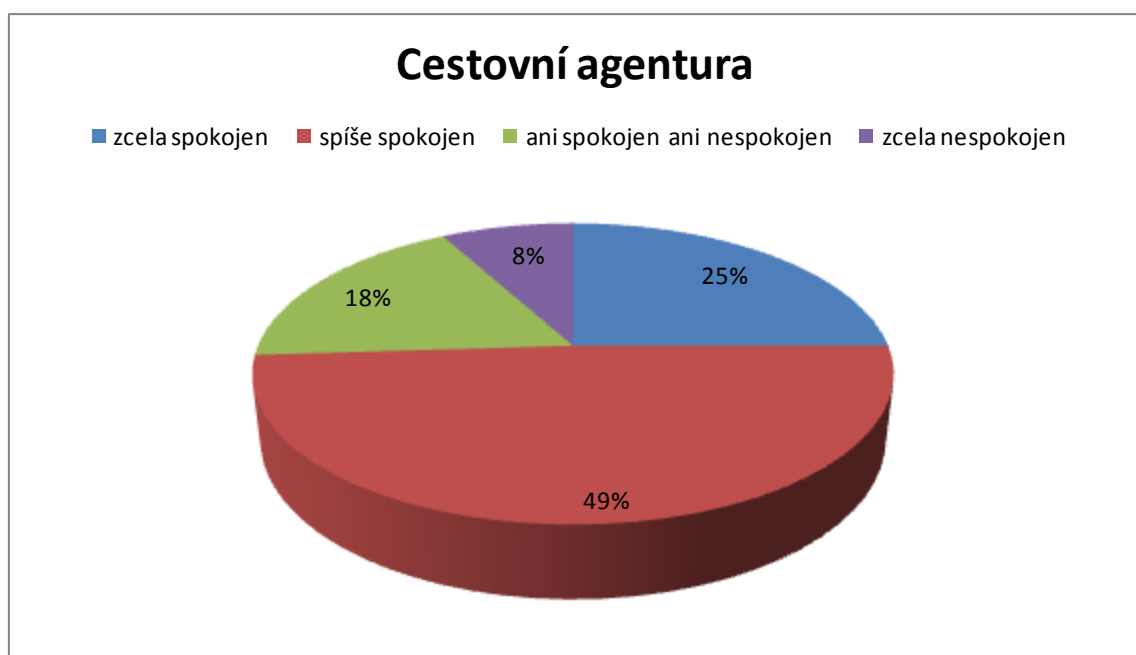
Tabulka č. 2 důležitost vlastností Zdroj: www.mmr.cz

Spokojenost s naposledy využitou CK a CA

Se službami poskytujícími cestovními kancelářemi jsou klienti z velké většiny spokojeni, celých 84% respondentů je zcela nebo spíše spokojených, těch, kteří spokojeni nejsou je pouhých 5%. Menší míra spokojenosti je srovnatelná u náročnějších klientů, kteří využívají služby CK a CA více často například u vysokoškolských studentů. Podle průzkumu má cestovní kancelář větší spokojenost podle hodnocení 1,69 zatímco cestovní agentura získala od respondentů 2,09.



Graf č. 2: procentuelní využití CK Zdroj: www.mmr.cz



Graf č. 3: procentuelní využití CA Zdroj: www.mmr.cz

Svým známým by CK či CA doporučilo 80% respondentů, z toho by doporučili CK 49% oproti tomu CA jen 22%.

Faktory ovlivňující výběr CK a CA

Při výběru jsou ve hře faktory jako webové stránky, katalogy, zkušenosti, reference od přátel a známých. Ve více jak 75% případů klienti využívají webové stránky, navštíví danou pobočku s dobrým jménem, která jim poskytla katalog pro lepší výběr. 64% klientů pak využije nabídky podle doporučení známých a 53% má osobní zkušenost s pobočkou.

Faktory ovlivňující spokojenost se službami

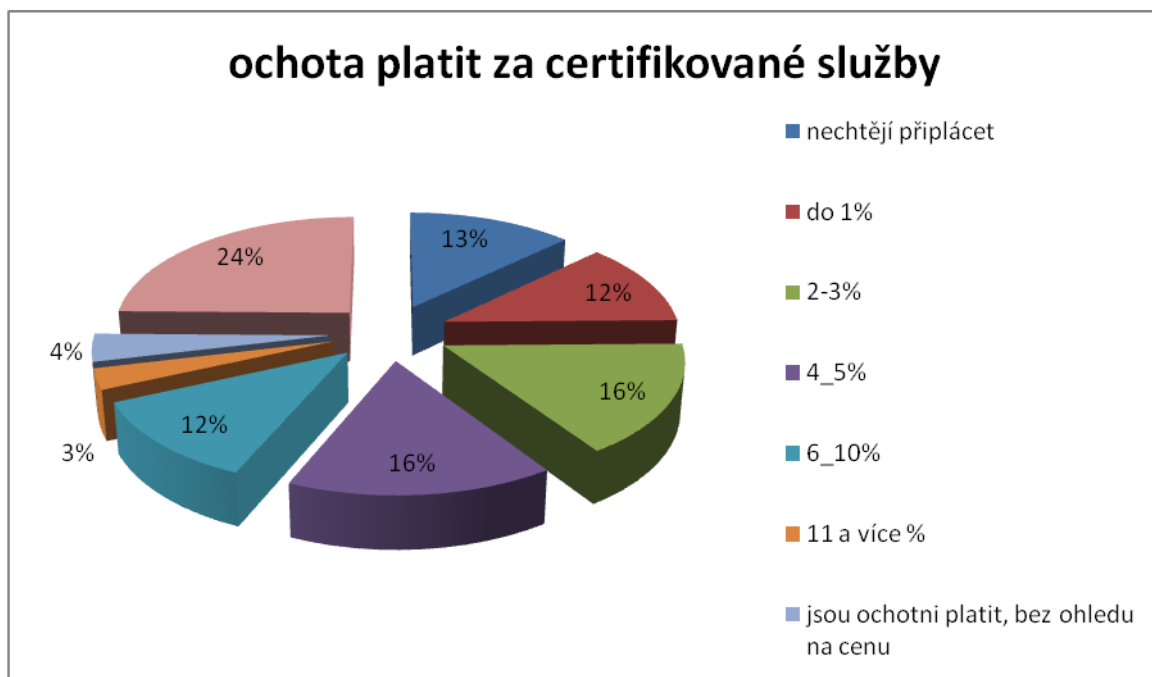
Cestovní kanceláře dopadly v hodnocení lépe, nežli cestovní agentury. Největší rozdíly, které CA nepřidávají na spokojenosti, souvisejí s prodejem služeb jejich dostupnost, rychlost, kvalifikovanost prodejce, vyřízení reklamací a pojištění klientů a samozřejmě pojištění proti případnému úpadku. Nejvyšší míru spokojenosti zaregistrovali CK a CA s pojištěním proti úpadku, kde byli hodnoceny průměrnou známku 1,24 celkem 73% dotazovaných. Co se týče dodržení smluvených podmínek, dostupnost pobočky a sdělení pravdivých cen obdrželo hodnocení lepší než 1,5. Jako další činitelé, ke kterým patří zejména dodržení kvality ubytování a stravování, ochota prodejců a komunikace s nimi, přehlednost katalog, cena a splnění očekávání obdrželo hodnocení od 1,55 až do 1,60. Spokojenost přesahuje míru důležitosti hlavně, pokud se jedná o přehlednost nabídky na internetu či v tisku.

K činitelům s nižší mírou spokojenosti patří právě řešení reklamací, počet benefitů, zajištění pojištění, proškolení prodejců a momentální a úplná informovanost údajů jak v katalogu, tak na webových stránkách.

Možnost certifikace CK a CA

Nápad na certifikaci CK většina dotazovaných vítá, určitě nebo spíše by služby, které by byly certifikované preferuje 81% respondentů, z toho pouze 3% ji zcela odmítají. To je zcela zanedbatelné procento lidí. Nejvíce by certifikaci ocenili obyvatelé větších měst a hlavního města Prahy. S certifikací by se zákazníci museli připravit i na zvýšení ceny. Ochota připlácet za zájezd certifikované společnosti by byla pouze 36%, kteří tvrdí že by si určitě připlatili a 27% tvrdí že „spíše ano“. Téměř čtvrtina respondentů váhá a 13% to zcela odmítá. Připravenost připlácet si za toto osvědčení se odvíjí s rostoucím příjmem, vzděláním a velikostí místa pobytu.

Výše této platby je akceptovatelná do 5% ceny zájezdu, víc by většina nebyla ochotna platit. Podle průzkumu dotazování bylo zjištěno, že do 1% by bylo ochotných platit 12% dotazovaných, do 2-3% by bylo ochotných platit 16% respondentů a kolem 4-5% také 16% respondentů. Cenu, která převyšuje 6%, by bylo schopných platit 12% respondentů a pouze 4% dotazovaných by zaplatili bez ohledu na příplatek. [69]



Graf č. 4: Ochota zákazníků platit za certifikované služby Zdroj:www.mmr.cz

2.4.4 Stav reklamací ve vybrané CK

V této kapitole bylo plánem zjistit podíl reklamací vzhledem k celkovému počtu účastníků zájezdu a způsob řešení reklamací ze strany cestovních kanceláří. Původní představa, že mi tyto informace poskytne některá z velkých cestovních kanceláří působících na českém trhu brzy vzala za své. Pokud jsem nenarazila na naprostou neochotu se mnou spolupracovat, bylo mi nejčastěji sděleno, že nemají zákonnou povinnost si takovou statistiku vést. A pokud už jsem narazila na CK vlastníci tyto údaje, odmítla mi je sdělit s tím, že je to pouze jejich interní záležitost. Zda to byl hlavní důvod nebo by tento podíl byl tak velký, že by se dal považovat jako negativní reference, se můžeme jenom dohadovat. Také jsem při šetření zjistila, že tento údaj-počet reklamací zájezdu vzhledem k celkovému počtu účastníků příp. objem reklamovaných zájezdů vzhledem k celkovým tržbám, nesleduje žádná organizace, u které by se to dalo předpokládat. Žádný státní orgán, profesní organizace cestovních kanceláří ani některé ze sdružení na ochranu spotřebitele tyto data neshromažďuje, ani nezpracovává. Z těchto důvodů jsem nakonec dala přednost spolupráci s 2 menšími cestovními kancelářemi, jejichž zástupci byli ochotní se mnou na toto téma

diskutovat, i když je mi jasné, že vzhledem k celkovým poměrům v České republice nebudou mít tyto údaje příliš velkou vypovídací hodnotu.

Jako první se mi podařilo navázat spolupráci s cestovní kanceláří KRISTOF, která je zaměřena na poznávací zájezdy, jazykové kurzy a studium v zahraničí a s kterou mám i vlastní kladnou zkušenost. Cestovní kancelář KRISTOF s. r. o. sídlí na adrese Moskevská 28, Liberec 460 01 a byla založena v roce 1995. V roce 2010 zorganizovala zájezdy v celkové výši 20 milionu Kč, kterých se účastnilo 3437 lidí. KRISTOF má uzavřenou pojistnou smlouvu pro případ úpadku cestovní kanceláře ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb., ale v základní ceně všech jazykových kurzů i poznávacích zájezdů je počítáno také se sdruženým pojištěním Allianz pro cesty a pobyt v zahraničí, s pojištěním pro případ zrušení účasti na kurzu/zájezdu a léčebné výlohy.

Ve svých materiálech uvádí pro zákazníka tyto reklamační podmínky:

Pokud nebude vámi objednaná služba jazykového kurzu či poznávacího zájezdu odpovídat objednanému standardu, máte právo tuto službu reklamovat, a to následujícím způsobem: Reklamací podává přímo pedagog nebo student prostřednictvím pedagoga zástupci KRISTOF (průvodce), který skupinu doprovází. O reklamaci a jejím řešení vyhotoví zástupce KRISTOF zápis. Nebude-li možné závadu fakticky odstranit či kompenzovat, stává se tento zápis podkladem pro poskytnutí slevy z ceny. Tato sleva je poskytnuta spolu s dořešením reklamace v zákonné lhůtě 30 dnů po podání reklamace. Reklamací je nutné podat neprodleně tak, aby mohla být zjednána náprava přímo na místě. Reklamací služeb poskytovaných anglickými partnery je vzhledem k nutnému zjištění skutkové opodstatněnosti reklamace nutné podat ještě před skončením poskytování příslušné služby. Reklamací služeb poskytovaných českou stranou je možno podat kdykoliv do návratu do ČR. Reklamace, které nebyly podány zástupci KRISTOF do skončení poskytování příslušné služby a o nichž nebyl vyhotoven zápis, nemohou být dále řešeny. [70]

Vedením CK mi bylo sděleno, že přesnou statistiku si nevedou, ale počet reklamací v loňském roce odhadují na max. 2-3 % z celkového počtu zúčastněných. Vzhledem k povaze CK jsou hlavními účastníky studenti středních a základních škol, takže případné reklamace vyřizují rozzlobení rodiče, kteří do celé věci nevidí, protože na místě pobytu nebyli. Tyto reklamace se většinou týkají stížností na ubytování v rodinách (např. že s dětmi příliš nekomunikují, a oni se tak nemohou jazykově zlepšovat) nebo se objevují stížnosti na stravování, které mohou ale vyplívat z jiného typu kuchyně, než na kterou jsou zvyklí z domova nebo malicherné důvody z prosté lidské závisti (typu že k večeři nedostali zákusek, nebo že ke svačině dostali něco jiného, nežli jejich spolužáci). Tyto reklamace se proto berou

jako neopodstatněné, protože pochybení není na straně cestovní kanceláře. Zatím se neřešilo nic závažného, co by nějak významně poškodilo účastníka zájezdu a žádná z reklamací neskončila ani u soudu ani mimosoudním vyrovnáním.

Druhá sledovaná kancelář S.E.N je zaměřená na exotické země, cykloturistiku, pěší turistiku, jachting a další zážitkové pobyty. Cestovní kancelář S.E.N s. r. o má sídlo na adrese Korunní 79, 130 00 Praha 3. V roce 2010 zorganizovala 144 zájezdů v celkové výši 35 milionu Kč, kterých se účastnilo 4 153 lidí. CK má uzavřenou pojistnou smlouvu pro případ úpadku cestovní kanceláře ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb.. Podmínkou účasti na jejich zájezdech je uzavření cestovního pojištění kryjícího léčebné výlohy a náklady na repatriaci. Toto pojištění není až na výjimky zahrnuto v ceně zájezdů, ale ochotně ho zprostředkují buď individuálně, nebo hromadně ve zvýhodněných limitech. Reklamační řád, jsem pro ukázkou přidala jako přílohu.

Také v této cestovní kanceláři mi sdělili, že žádné statistiky o reklamačních řízeních nevedou. Spíše mají pouze stížností, které se mnohdy hned vyřeší. Podle vedení CK se jedná o 2% reklamací či stížností. Nelze ovšem říci, že by se jednalo o závažné věci. Jsou tací, kteří jsou schopni reklamovat zájezd do Číny, protože očekávali lepší ubytování, přestože kategorie hotelu či ubytovacího zařízení odpovídá cena zájezdu a je uvedena i ve smlouvě, zákazník je přesto nespokojen. Zato u cyklozájezdů musí cestovní kancelář již čelit závažnějším problémům. Mezi takové patří často poškození kol či jejich odcizení. Cestovní kancelář je na takovéto zájezdy vybavena vleky pro 40 kol a klienti jsou poučeni, že si musí na svá kola dávat pozor, musí se řádně zabezpečit, aby nemohlo dojít k podobným případům. Pokud si nechá kolo přes noc venku, ač je ubytovaný v chatce, je to pouze na jeho vlastní riziko, cestovní kancelář nenese odpovědnost za ztrátu. Pakliže se jedná pouze o poškození, nikterak závažné, bylo mi sděleno, že než si dělat zle s klientem, radši se mu zakoupí ona zničená část jako třeba sedlo či plášť. U této cestovní kanceláře se také reklamacím snaží předcházet tak, že klient podepisuje před cestou poučení, kde je jasně uvedeno jaké má nároky na služby, svá práva a také za co nese odpovědnost on sám a za co cestovní kancelář.

ZÁVĚR

Činnosti v cestovním ruchu týkající se nabídky a prodeje služeb, které vytvářejí dovolenou, upravuje již 12 let zákon č.159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu. Byl vytvořen jako promítnutí Směrnice Evropské Unie č. 90/314/EHS o souborných službách pro cestování pobytu a zájezdy do české legislativy. V návaznosti na některé nové skutečnosti, především judikatury Evropského soudního dvora, byl novelizován v rámci zákona č. 214/2006 Sb. s účinností od 1.8.2006. Kromě těchto základních dokumentů existuje celá řada dalších, které jsou blíže popsány v první polovině praktické části.

Jsou vymezeny dva typy podnikatelských subjektů poskytujících služby v cestovním ruchu - cestovní kanceláře a cestovní agentury, jejichž přesné povinnosti jsou stanoveny zákonem. Za určité potíže lze považovat, že česká legislativa nepřevzala evropskou definici přesně v jejím kontextu, ale nesystémově spojila definici zájezdu s kriteriem podnikatelské činnosti. V češtině bylo použito slovo zájezd, které bylo obecně vžito pro všechny jakkoliv organizované cesty, a proto běžný občan takto chápe slovo zájezd i po té, co zákon vstoupil v účinnost a zúžil význam tohoto pojmu na přesně vymezené kombinace organizované podnikatelsky, ale zájezd může zorganizovat i nepodnikatelský subjekt(tělovýchovná jednota, škola, zájmový spolek, kulturní dům, odborová organizace). Vysvětlením právního pojmu zájezd a jeho implementace do praxe a dokumenty týkající se této oblasti se blíže věnuji v první polovině praktické části.

Cestovní kanceláře jsou povinné sjednat pojištění proti úpadku cestovní kanceláře, a to na pojistnou částku minimálně 30 % plánovaných ročních tržeb z prodeje zájezdů nebo v případě, že tyto tržby mají být nižší než tržby v předchozím roce, tak na pojistnou částku minimálně 30 % těchto tržeb v předchozím roce. Doklad o pojištění proti úpadku je také nedílnou součástí uzavřené cestovní smlouvy. Pojištění proti úpadku cestovní kanceláře může cestovní kancelář sjednat pouze s pojišťovnou, které bylo uděleno povolení k podnikání podle zvláštního právního předpisu V současné době poskytuje pojištění proti úpadku cestovní kanceláře následujících šest pojišťoven seřazených sestupně dle podílu na trhu, který je uvedený v závorce: Generali Pojišťovna a.s.(32%),Česká podnikatelská pojišťovna a.s. (26%),UNIQA pojišťovna a.s.(15%), Europäische Reiseversicherung AG(11%), Union pojišťovna a. s. (11%) a Česká pojišťovna a.s. (7%).

V roce 2010 provedla česká obchodní inspekce kontroly cestovních kanceláří a agentur, ve 33% z nich našla některý z prohřešků vůči platným zákonům. Při těchto kontrolách se nám potvrdili hypotéza: **Nejčastějšími prohřešky CK/CA je užití nekalé a**

klamavé obchodní praktiky, které tvoří polovinu zjištěných případů. Jako další prohřešek se ve 14% případů uvádí porušení povinnosti v propagačních, nabídkových a jiných materiálech, včetně jejich elektronických forem, vždy informovat, pro kterou cestovní kancelář je prodej zájezdu zprostředkováván.

Z průzkumu trhu provedené společností INCIMA GfK ve využívání cestovních kanceláří a agentur a spokojenosti s jejich službami můžeme vyvodit následující závěry:

- téměř polovina dotazovaných uvedla, že využívá služby CK/CA jednou ročně
- rozdíl mezi cestovní kanceláří a agenturou si uvědomuje pouze 44% dotazovaných a z toho pouze 37% si uvědomuje rozdíl v pojištění jejich zájezdu
- nejčastěji při výběru cestovní kanceláře či agentury rozhoduje zkušenost, kterou mají z minulých let, reference známých a v poslední době také dostupnost na internetu
- jako nejdůležitější faktory respondenti uvádí spolehlivost a splnění domluvených standardů, vstřícnost delegátů a prodejců. Cena obsadila překvapivě až čtvrté místo.
- **převážná většina 84% dotázaných uvedlo spokojenost se službami CK/CA více spokojených však bylo na straně cestovní kanceláře. Cestovní kanceláře dopadly v hodnocení lépe, nežli cestovní agentury. Největší rozdíly, které CA nepřidávají na spokojenosti, souvisejí s prodejem služeb jejich dostupnost, rychlost, kvalifikovanost prodejce, vyřízení reklamací a pojištění klientů a samozřejmě pojištění proti případnému úpadku.**
- **možnost certifikace, která zajistí dodržování určitých standardů a pravidel, by vítalo celých 81% dotazovaných a by byli průměrně ochotni zaplatit 3% z ceny zájezdu.** Jako garanta zájezdu preferují dotazovaní profesní organizaci před státem.

Při zjišťování stavu reklamací ve vybrané CK jsem navázala spolupráci se 2 menšími cestovními kancelářemi KRISTOF Liberec a S.E.N Praha. Obě kanceláře jsou samozřejmě pro případ úpadku cestovní kanceláře ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb., ale liší se v otázce dalších pojištění. Zatímco KRISTOF má v základní ceně všech zájezdů také sdružené pojištění Allianz pro cesty a pobyt v zahraničí, s pojištěním pro případ zrušení účasti na kurzu/zájezdu a léčebné výlohy, tak S.E.N toto pojištění nemá až na výjimky zahrnuto v ceně zájezdů, ale ochotně ho zprostředkují. Současně jako minimální podmínku účasti na jejich zájezdech je uzavření cestovního pojištění kryjícího léčebné výlohy a nákladů na repatriaci. Obě CK uvádějí shodně 2% objemu reklamací vzhledem k počtu zákazníků a přednostně řeší reklamace dohodou např. ve formě finančního nebo věcného vyrovnání. Potvrdila se tak naše hypotéza, že **podíl reklamací z celkového počtu účastníků je minimální a nedosahuje ani hranice 5 %.**

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] DROBNÁ, Daniela; MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch pro střední školy a veřejnost*. Praha: Fortuna, 2007. 208 s., ISBN 80-7168-901-7. 12 s.
- [2] *Zájezd*. [online]. 22. 11. 2010 [cit. 2011-01-13]. Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Zájezd>>
- [3] RYGLOVÁ, K., *Cestovní ruch*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009 -- 187 s. : ISBN: 978-80-7418-028-6
- [4] JAKUBÍKOVÁ, D., *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009 -- 288 s. : ISBN: 978-80-247-3247-3
- [5] SCHWARZEROVÁ, Kateřina. *Marketingová strategie cestovní kanceláře*: diplomová práce. Brno, Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2007. 84 s., 12 s. příl. Vedoucí diplomové práce Klapalová, A.
- [6] DROBNÁ, Daniela; MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch pro střední školy a veřejnost*. Praha: Fortuna, 2007. 208 s. ISBN 80-7168-901-7.
- [7] Čertík, M., *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Off, c2000 -- 352 s. ; ISBN: 80-238-6275-8
- [8] OBČANSKÝ ZÁKONÍK, Hlava 12, Smlouvy o přepravě osob. oddíl první 59 s.
- [9] RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009 -- 187 s. : ISBN: 978-80-7418-028-6
- [10] SPRINZ, P. *smlouva o ubytování* [online]. 26.03.2008 [cit. 2011-01-01] Dostupné z: <<http://www.pravnik.cz/a/245/smlouva-o-ubytovani.html>>
- [11] ČERTÍK, M., *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Off, c2000 -- 352 s. ; ISBN: 80-238-6275-8
- [12] ČERTÍK, M., *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Off, c2000 -- 352 s. ; ISBN: 80-238-6275-8
- [13] ORIEŠKA, J., 1948- *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010 -- 405 s. ISBN: 978-80-85970-68-5
- [14] ORIEŠKA, J., 1948- *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010 -- 405 s. ISBN: 978-80-85970-68-5
- [15] SCHWARZEROVÁ, Kateřina. *Marketingová strategie cestovní kanceláře*: diplomová práce. Brno, Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2007. 84 s., 21, 22 s. příl. Vedoucí diplomové práce Klapalová, A.
- [16] RYGLOVÁ, K., *Cestovní ruch*. 3. vyd. Ostrava : Key Publishing, 2009 -- 187 s. : ISBN: 978-80-7418-028-6 (brož.)
- [17] www.dolceta.eu, *Co je to klamavá reklama*. [online]. [cit. 2011-04-11]. Dostupné z: <<http://www.dolceta.eu/ceska-republika/Mod1/spip.php?rubrique48>>
- [18] SPIROVÁ, K. *cestovní smlouva*. [online]. 27.06.2008 [cit. 2011-04-09]. Dostupné z: <<http://www.pravnik.cz/a/287/cestovni-smlouva.html>>
- [19] HULVA, T., *Právo ochrany spotřebitele pro neprávnický*. Praha : Aspi, 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.

- [20] HULVA, T., *Právo ochrany spotřebitele pro neprávniky*. Praha: Aspi, 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.
- [21] *Storna zájezdu a pojištění přesušení*. [online]. [cit. 2011-04-10]. Dostupné z: <<http://translate.google.cz/translate?hl=cs&langpair=en%7Ccs&u=http://allinsuranceinfo.org/travel/rip-cancellation-interruption.html>>
- [22] HULVA, T., *Právo ochrany spotřebitele pro neprávniky*. Praha: Aspi, 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.
- [23] ORIEŠKA, J., *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd.. V Praze : Idea servis, 2010. – 116 s. ISBN: 978-80-85970-68-5
- [24] ORIEŠKA, J., *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. V Praze: Idea servis, 2010. 405 s. 134s. ISBN: 978-80-85970-68-5
- [25] HULVA, T., *Právo ochrany spotřebitele pro neprávniky*. Praha: Aspi, 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.
- [26] HULVA, T., *Právo ochrany spotřebitele pro neprávniky*. Praha: Aspi, 2006. 360 s. 182 ISBN 80-7357-172-2.
- [27] HULVA, T., *Právo ochrany spotřebitele pro neprávniky*. Praha: Aspi, 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.
- [28] HULVA, T., *Právo ochrany spotřebitele pro neprávniky*. Praha: Aspi, 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.
- [29] DROBNÁ, D; MORÁVKOVÁ, E., *Cestovní ruch pro střední školy a veřejnost*. Praha: Fortuna, 2007. 208 s. ISBN 80-7168-901-7.
- [30] *Ochrana spotřebitele – právní uprava a její změny*. [online]. 01.05.2004 [cit. 2011-04-01]. Dostupné z: <http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=156&typ=r &levelid=eu_173.htm>
- [31] DUCHÁČKOVÁ, E., *Principy pojištění a pojišťovnictví*. 3. vyd. Praha: Ekopress, 2009. 224 s. ISBN: 978-80-86929-51-4
- [32] ORIEŠKA, J., *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN: 978-80-85970-68-5
- [33] VOSTATEK, J. *Sociální a soukromé pojištění*. 1. vyd. Praha: Codex Bohemia, 1996. 601 s. ISBN: 80-85963-21-3
- [35] *Cestovní smlouva*. [online]. [cit. 2011-04-12]. Dostupné z: <www.cksen.cz>
- [36] *Storno zájezdu u cestovní smlouvy*. [online]. [cit. 2011-04-10]. Dostupné z: <<http://www.dtest.cz/clanek-785/storno-zajezdu-u-cestovni-smlouvy>>
- [37] PELIKÁN, T. *Ochrana spotřebitele ve správním právu*. [online]. 2005. [cit.2011-04-11].< Dostupné z: http://www.ak-pkk.cz/publikace_ochrana_spotrebitele.cz.php#Reklamace>
- [38] PELIKÁN, T. *Ochrana spotřebitele ve správním právu*. [online]. 2005. [cit. 2011-04-11]. Dostupné z: <http://www.ak-pkk.cz/publikace_ochrana_spotrebitele.cz.php#Reklamace>
- [39] [online]. [cit. 2011-04-20]. Dostupné z: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/kalendar/aktual-cru>>

- [40] Petr KRČ, P., NĚMČÍKOVÁ, H., MRÁKOTOVÁ, R., *Tvůrce a realizátor turistického produktu*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola podnikání, 2008. 81 s. ISBN: 978-80-7410-003-1 25 s.
- [41] DAVIDOVÁ, J., TOPENČÍK, M., *Koncesní zákon: komentář*. 1. vyd. Praha: ABF - Arch, 2007. 215 s. ISBN: 978-80-86905-27-3
- [42] Ministerstvo pro místní rozvoj. [cit. 2011-04-18]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Informace-pro-zakazniky>>
- [43] [online]. 9. 3. 2011 [cit. 2011-04-20]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Směrnice_Evropské_unie>
- [44] NOVÁKOVÁ, E., JANDOVÁ, V., *Reklama a její regulace: praktická příručka*. Praha: Linde, 2006. 245 s. ISBN: 80-7201-601-6 41-
- [45] HOUŠKA, P., *Cestovní ruch v působnosti orgánů EU*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. 275 s. ISBN: 978-80-245-1645-5
- [46] *Směrnice Rady 93/13/EHS*. [online]. [cit. 2011-04-20]. Dostupné z:< <http://eur-lex.europa.eu/>>
- [47] Karel ČERMÁK, K., *Česká právní úprava klamavé a srovnávací reklamy v kontextu komunitárního práva*. [online]. 23. 9. 2009 [cit. 2011-04-20]. Dostupné z: <http://pravnicaradce.ihned.cz/c4-10078260-38392630-F00000_d-ceska-pravni-uprava-klamave-a-srovnavaci-reklamy-v-kontextu-komunitarniho-prava>
- [48] SMEJKAL, L., *Distanční smlouvy a ochrana spotřebitele na dálku*. [online]. 13. 7. 2001 [cit. 2011-04-20]. Dostupné z: <<http://www.europeum.org/cs/integrace/27-integrace--9/746-distanni-smlouvy-a-ochrana-spotrebitele-v-informani-spolenosti>>
- [49] [online]. [cit. 2011-04-26]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_cs.pdf internetová knížka>
- [50] *Práva spotřebitele v EU*. [online]. 04.06.2003 [cit. 2011-04-24]. Dostupné z: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/politiky-eu/prava-spotrebitele-v-evropske-unii/1000521/7893/>>
- [51] KOLEKTIV AUTOŮ, *Dokumentační, výrobní, kontrolní a zkušební procesy při provádění výrobků, konstrukcí a technických zařízení*. TDS Brno - SMS, 2006 . 268 s. ISBN: 80-903386-5-8
- [52] KOLEKTIV AUTOŮ, *Dokumentační, výrobní, kontrolní a zkušební procesy při provádění výrobků, konstrukcí a technických zařízení*. TDS Brno - SMS, 2006. 268 s. ISBN: 80-903386-5-8
- [53] ŠNEK, Z., *Bezpečnost a ochrana zdraví při práci: prakticky a přehledně podle normy ČSN OHSAS 18001:2008* 1. vyd. Olomouc: ANAG, 2009. 279 s. ISBN: 978-80-7263-551-1
- [54] HOŠKA, P., *Cestovní ruch v působnosti orgánů EU*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. 275 s. ISBN: 978-80-245-1645-5
- [55] GALVASOVÁ, I., *Průmysl cestovního ruchu* 1. vyd. Praha Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. -- 262 s. ISBN: 978-80-87147-06-1
- [56] HOUŠKA, P., *Cestovní ruch v působnosti orgánů EU*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. 275 s. ISBN: 978-80-245-1645-5

- [57] GALVASOVÁ, I., *Průmysl cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. -- 262 s. ISBN: 978-80-87147-06-1
- [58] HOUŠKA, P., *Cestovní ruch v působnosti orgánů EU*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. 275 s. ISBN: 978-80-245-1645-5
- [59] HOUŠKA, P., *Cestovní ruch v působnosti orgánů EU*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. 275 s. ISBN: 978-80-245-1645-5
- [60] Asociace cestovních kanceláří České republiky. [cit. 2011-04-26]. Dostupné z: <www.ackcr.cz>
- [61] Asociace českých cestovních kanceláří a agentur. [cit. 2011-04-26]. Dostupné z: <www.accda.cz>
- [62] Ministerstvo pro místní rozvoj. [cit. 2011-04-24]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/Pro-media/Tiskove-zpravy/2010/MMR-zahajilo-realizaci-Narodniho-systemu-kvality-s>>
- [63] ČERTÍK, M., *Cestovní ruch: vývoj organizace a řízení*. 1. vyd. Praha: Off, c2000. 352 s. ISBN: 80-238-6275-8
- [64] Ministerstvo pro místní rozvoj. [cit. 2011-04-26]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Informace-pro-zakazniky>>
- [65] DUCHÁČKOVÁ, E., *Principy pojištění a pojišťovnictví*. 3. vyd. Praha: Ekopress, c2009. 224 s. ISBN: 978-80-86929-51-4
- [66] *Co obnáší být podnikatelem - ČOI*. [online]. 25. 1. 2007 [cit. 2011-04-20]. Dostupné z: <http://www.podnikatel.estranky.cz/clanky/pozor_-kontrola___/coi.html>
- [67] *Kontroly CK a CA v roce 2010*. [online]. 23. 3. 2011. [cit. 2011-04-15]. Dostupné z: <<http://www.coi.cz/cs/tiskovy-servis/vysledky-kontrol/kontroly-ck-a-ca-v-roce-2010.html>>
- [68] Ministerstvo pro místní rozvoj. [cit. 2011-04-24]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Informace-Udalosti/Narodni-system-kvality-sluzeb/Zavadeni-narodnich-standardu-kvality-ve-vybranych-/Przkumy>>
- [69] Ministerstvo pro místní rozvoj. [cit. 2011-04-24]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Informace-Udalosti/Narodni-system-kvality-sluzeb/Zavadeni-narodnich-standardu-kvality-ve-vybranych-/Przkumy>>
- [70] *Všeobecné informace – doplňující informace*. [online]. [cit. 2011-04-25]. Dostupné z: <<http://www.kristof-jazyky.cz/vseobecne-informace/doplňkove-informace.html>>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Klasické schéma distribučního systému v cestovním ruchu, (Zdroj: ČERTÍK[7])

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Procentuální využití pojišťoven v pojištění proti úpadku.....	48
Graf č. 2: Procentuální využití CK.....	55
Graf č. 3: Procentuální využití CA.....	55
Graf č. 4: Ochota zákazníků platit za certifikované služby.....	57

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Využívání služeb CK a CA.....	53
Tabulka č. 2: Důležitost vlastností.....	54

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

CR cestovní ruch

CK cestovní kancelář

CA cestovní agentura

OZ občanský zákoník

ISO mezinárodní organizace pro normalizaci

HOTREC asociace hotelů a restaurací České republiky

ACK asociace cestovních kanceláří

ACKČR asociace českých cestovních kanceláří a agentur

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 - Morální kodex člena ACK ČR

Příloha č. 2 - Etický kodex člena AČCKA

Příloha č. 3 - reklamační řád cestovní kanceláře SEN

Příloha č. 1 Morální kodex člena ACK ČR

Článek 1

Poslání kodexu

Členové ACK ČR se dohodli, že budou ve své činnosti dodržovat ustanovení tohoto Kodexu zejména proto, aby:

byly udržovány korektní vztahy mezi členy ACK a jejich obchodními partnery a klienty i mezi členy navzájem,

byla posilována důvěra veřejnosti k profesi cestovní kanceláře zejména tím, že členství v ACK bude zárukou spolehlivosti a vysoké kvality poskytovaných služeb,

byly chráněny zájmy členů ACK ve vztahu k obchodním partnerům, zákazníkům, orgánům státní správy a jiným subjektům.

Článek 2

Zásady chování a jednání cestovní kanceláře

Členové ACK dodržují stanovy a usnesení orgánů ACK a plní závazky k ACK.

Při své podnikatelské činnosti se členové ACK řídí těmito zásadami:

soutěž mezi cestovními kancelářemi vedou čestným a poctivým způsobem, nepoužívají bez dohody databáze, grafické návrhy apod. prostředky, o nichž se dozvědí, že byly pořízeny nákladem jiné cestovní kanceláře

respektují pravidla hospodářské soutěže a obchodní zvyklosti, vyvarují se nepravdivých a neúplných informací o svých konkurentech a jejich zaměstnancích

reklamu vedou pravdivě v souladu se zásadami čestné soutěže, klientům poskytují dostatečně podrobné informace (v rozsahu požadovaném směrnicí 90-314-EEC, resp. Základními zásadami záručních podmínek CK - členů ACK)

- poskytují si navzájem informace o neseriózním jednání obchodních partnerů s cílem ochránit členskou organizaci a jejich klienty před negativním působením takových subjektů a jsou v tomto ohledu vzájemně solidární.

Při jednáních s partnery se cestovní kanceláře řídí těmito zásadami:

uplatňování zdvořilého a korektního přístupu k partnerům a klientům

řádné uzavírání smluv vč. dohodnutí přesných obchodních, platebních a stornopodmínek; k tomu využívají v ACK přijaté vzorové dohody a základní zásady záručních podmínek cestovní kanceláře

dodržování platných právních tuzemských i mezinárodních norem vč. sestavování itinerářů
respektujících mezinárodní dohody o podmínkách bezpečnosti dopravy
respektování obchodních zájmů partnera a dodržování obchodního tajemství
řádné plnění veškerých závazků plynoucích z uzavřených smluv
používání autorizovaných průvodců pro poskytování průvodcovských služeb
uzavírání cestovního pojištění klientů

Článek 3

Závěrečná ustanovení

Nedodržování zásad tohoto Kodexu může být důvodem k rozhodnutí o vyloučení z ACK.
Kodex byl schválen Valným shromážděním ACK ČR dne 19.června 1997.

Příloha č. 2 Etický kodex člena AČCKA

ETICKÝ KODEX

Přijetím za člena nebo pokračováním v členství v AČCKA člen souhlasí s dodržováním tohoto Etického kodexu. Porušení kteréhokoliv pravidla Etického kodexu může být důvodem pro disciplinární řízení vedené prezidiem AČCKA, při kterém může být žádáno vysvětlení či náprava a rozhodováno o sankcích – napomenutí nebo vyloučení z řad členů AČCKA.

1. Člen ctí zákony, jiné předpisy či normy, které upravují chování a jednání subjektů působících v cestovním ruchu, a vykonává svoji činnost erudovaně a čestně, v souladu s dobrými mravy, stanovami AČCKA a tímto Etickým kodexem. Člen nespolupracuje s institucemi a podnikatelskými subjekty, jejichž činnost je v rozporu s právním řádem České republiky a dobrými mravy.
2. Člen se vědomě neúčastní žádných protiprávních aktivit, neobchází zákony a jiné předpisy a nejedná v rozporu s dobrými mravy a pravidly hospodářské soutěže. V zájmu ochrany trhu před neseriózními obchodními partnery a jinými podnikateli si budou členové poskytovat vzájemné a pravdivé informace o negativním působení těchto subjektů.
3. Člen se nesmí vědomě podílet na lživé nebo klamavé inzerci nebo vědomě pronést lživá, zavádějící nebo klamavá vyjádření či tvrzení, vztahující se k cestovnímu ruchu jako oboru podnikání nebo k profesionální kvalifikaci či schopnosti vlastní nebo ostatních kolegů.
4. Člen spolupracuje s ostatními cestovními kancelářemi a agenturami a dalšími subjekty podnikajícími v cestovním ruchu, pokud je to v zájmu klienta. Veškerá jeho činnost směřuje k trvalému posilování důvěryhodnosti a dobré pověsti cestovních kanceláří a agentur. Při takové spolupráci úmyslně nepoškodí klienta ani partnera, respektuje zásady zdvořilosti a kolegiality. Klient musí být pravdivě informován o skutečném poskytovateli služeb v cestovním ruchu.
5. Člen svým jednáním nepoškodí oprávněné zájmy a práva klienta. Mezi svými klienty nečiní rozdíly z důvodů rasových, náboženských, národnostních, politických či jim podobných.
6. Člen je povinen řádně plnit své finanční závazky vůči klientům, dodavatelům služeb, touroperátorům nebo provizním prodejčům.

7. spolupráce touroperátora a prodejce se řídí vzájemným respektováním práv a povinností obou stran a uzavřenými obchodními smlouvami, které nemohou být měněny jednostranně.
8. člen nesmí přímo, svým jménem ani prostřednictvím třetích osob oslovovat klienty, které mu zprostředkoval jeho provizní prodejce, a nabízet jim svoje služby. Pokud takto postupuje, pak pouze se souhlasem svých provizních prodejců.
9. člen se nesnaží získat nečestným způsobem důvěrné informace o klientech, interních záležitostech a podnikání svého profesního kolegy, nesmí zcizit databázi klientů svého kolegy a musí ve firemních společenských smlouvách a zaměstnaneckých smlouvách využívat v co nejširším měřítku „konkurenční doložku“.

Příloha č. 3 reklamační řád cestovní kanceláře SEN

XIII. Reklamační řád, reklamace

- 1) Poskytování služeb cestovní kanceláře zákazníkům, odpovědnost za poskytnutí služby a právo z odpovědnosti za vady poskytnuté služby se řídí ustanoveními Cestovní smlouvy, příslušnými ustanoveními občanského zákoníku, zákonem č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v CR a zákonem o ochraně spotřebitele.
- 2) Jestliže zákazník zjistí, že služba mu poskytnutá má vadu, především že se odlišuje od služeb uvedených v katalogu a v Pokynech k odjezdu, může uplatnit své právo z odpovědnosti za vadu (dále jen „reklamaci“).
- 3) Zákazník může uplatnit reklamaci pouze za svoji osobu a za osoby, za které reklamované služby objednal.
- 4) Během zájezdu je zákazník povinen uplatnit reklamaci neprodleně po jejím zjištění u průvodce kanceláře, resp. Vedoucího zájezdu, nebo u k tomu pověřeného pracovníka. O tom sepíše pracovník cestovní kanceláře nebo k tomu pověřený pracovník notifikační protokol, kde se uvede doba uplatnění vady, v čem zákazník vadu spatřuje a co požaduje. Protokol podepíše jak průvodce či k tomu oprávněná osoba, tak i zákazník.
- 5) Po ukončení čerpání služeb (zájezdu) je zákazník povinen uplatnit reklamaci písemnou či ústní formou, a to bez zbytečného odkladu, nejpozději však do tří měsíců od skončení zájezdu.
- 6) Zákazník může uplatnit reklamaci dle občanského zákoníku, a to výhradně za svoji osobu, rodinné příslušníky a za osoby, za které reklamované služby objednal, nejlépe písemnou formou.
- 7) Reklamaci je zákazník povinen uplatnit písemně na adresu cestovní kanceláře a nebo ústně v sídle cestovní kanceláře, pokud v tomto případě nelze vyřídit reklamaci ihned, bude odpovědným pracovníkem sepsán záznam, obsahující následující náležitosti: veškeré osobní údaje, identifikaci zájezdu, předmět reklamaci, okamžik zjištění reklamace a požadavek na způsob jejího vyřízení. O způsobu vyřízení reklamace bude zákazník vyrozuměn písemně.
- 8) V případě, že uplatněná reklamace neobsahuje výše uvedené skutečnosti, není cestovní kancelář povinna k této reklamaci přihlížet a je povinna o této skutečnosti písemně informovat. V případě, že reklamace bude zákazníkem dodatečně doplněna o chybějící údaje, běží lhůta 30 dnů až ode dne doručení doplňujících údajů cestovní kanceláři.
- 9) Pracovník cestovní kanceláře, který je pověřen vyřizováním reklamací, je povinen ji vyřídit nejpozději do 30 dnů ode dne doručení reklamace cestovní kanceláři. V případě složitějších

reklamací, zejména pokud je nutné vyžádat stanoviska třetích osob nebo vyjádření ze zahraničí, prodlužuje se uvedená lhůta o dalších 30 dnu.

10) Reklamuje-li zákazník vadu služeb cestovní kanceláře v průběhu jejich poskytování u pověřeného pracovníka cestovní kanceláře (průvodce zájezdu, vedoucího zájezdu apod.), může tento rozhodnout o reklamaci ihned. Jestliže není na základě uplatněné reklamace zjednána náprava ihned, je zákazník povinen uplatnit svoji reklamaci po svém návratu dle bodu XII.5 a násl. tohoto článku všeobecných podmínek.

11) Zákazník je povinen poskytnout součinnost potřebnou k vyřízení reklamace, zejména podat informace, předložit doklady prokazující skutkový stav, specifikovat své požadavky co do jejich důvodu, apod.

12) Vyřízení oprávněné reklamace spočívá v bezplatném odstranění vady služby nebo doplnění služby a je-li to podle charakteru služby možné, rovněž v poskytnutí náhradní služby. Není-li to možné, poskytne cestovní kancelář přiměřenou slevu z ceny vadne poskytnuté služby.