

**Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta managementu v Jindřichově Hradci**

Bakalářská práce

2014

Valeriia Zagrekova

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta managementu v Jindřichově Hradci
Katedra společenských věd



Zákazník cestovní kanceláře a jeho právní ochrana

Autor bakalářské práce: Valeriia Zagrekova

Vedoucí bakalářské práce: doc. JUDr. Dr. Jan Hejda

Rok obhajoby 2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Zákazník cestovní kanceláře a jeho právní ochrana“ vypracovala samostatně a veškerou použitou literaturu a další prameny jsem řádně označila a uvedla v přiloženém seznamu.

V J. Hradci dne:

Podpis:

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala doc. JUDr. Dr. Janu Hejdovi za odbornou pomoc, rady a náměty potřebné pro vypracování bakalářské práce.

Anotace

Zákazník cestovní kanceláře a jeho právní ochrana

Cílem práce je analýza práv klientů cestovní kanceláře a možnosti jejich realizace podle občanského zákoníku a zákona na ochranu spotřebitele v závislosti na znění nového občanského zákoníku. Analýza trhu pojištění cestovních kanceláří pro případ úpadku a nastínění vybraných případů zkrachování cestovních kanceláří a s tím související finanční dopady na zákazníka. Zjištění na základě dotazníkového šetření, zda mají účastníci cestovního ruchu jako klienti českých cestovních kanceláří povědomí o svých právech a povinnostech. Dalším cílem mé bakalářské práce je analýza ochrany spotřebitele ve vybrané cestovní kanceláři a vytvořeny návrhy a doporučení, které by cestovní kanceláři pomohly zlepšit ochranu jejich zákazníků v souladu s právem.

Annotation

Customer of travel agency and his legal protection

The aim of the work is to analyze the rights of customers of travel agencies and the possibility of their realization according to the Civil Code and the Act of consumer's protection depending on its formulation of the New Civil Code. Analyze the insurance market of travel agencies in case of bankruptcy and outline selected cases of default travel agencies and related financial impact on customers. Determine with help of the survey whether participants as customers of Czech travel agencies know about their rights and obligations. Another aim of my work is to analyze consumer's protection in selected travel agency and made suggestions and recommendations that would help the travel agency to improve their customer's protection according to the law.

Obsah

Úvod.....	9
I. Teoretická část	12
1. Cíl a metodika práce.....	12
2. Analýza zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu	14
3. Ochrana spotřebitele v cestovní kanceláři	19
IV. Vybrané případy zkrachování cestovních kanceláří	25
a) CK Globaltour	26
b) CK Bolero tours.....	27
c) CK Best choice	28
II. Praktická část.....	30
1. Vlastní výzkum	30
a) Informace o respondentech.....	30
b) Vyhodnocení obsahové části dotazníku.....	32
c) Shrnutí	42
2. Analýza ochrany spotřebitele ve vybrané cestovní kanceláři	43
a) Představení cestovní kanceláře	44
b) Pojištění proti úpadku.....	45
c) Informační povinnost cestovní kanceláře	46
d) Smlouva o zájezdu a všeobecné obchodní podmínky.....	50
e) Možnost změny ceny po zakoupení zájezdu.....	54
f) Podmínky realizace zájezdu	54
g) Odstoupení od smlouvy	55
h) Cestovní pojištění klientů	56
i) Ochrana spotřebitele v průběhu zájezdu.....	56
3. Zpracovatelské návrhy a opatření.....	57

4. Doporučení pro zákazníky cestovních kanceláří v případě krachu cestovní kanceláře	58
Zhodnocení dosažení stanovených cílů bakalářské práce.....	61
Závěr	63
Seznam použité literatury:.....	66
Primární zdroje:.....	66
Sekundární zdroje:.....	66
Bibliografické zdroje:.....	66
Periodika:	66
Internetové zdroje:.....	66
Příloha č. 1: Smlouva o zájezdu CK QUICKTOUR	70

Úvod

Ve své bakalářské práci se věnuji zákazníkovi cestovní kanceláře a jeho právní ochraně. K výběru tohoto tématu mě vedla především skutečnost, že prakticky každý rok dojde ke krachu i několika cestovních kanceláří, přičemž velmi často je situace taková, že někteří zákazníci kanceláře jsou v době krachu kanceláře na zájezdu organizovaném kanceláří, kde se často setkají např. s problémy, že jejich ubytování již nebylo cestovní kanceláří zapláceno, či je cestovní kancelář již není schopna či ochotna dopravit z dovolené zpět do České republiky.

Zákazník cestovní kanceláře je přitom spotřebitel, tedy „fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání.“¹ Podle zákona č. 89/2012 Sb., nového občanského zákoníku se pak spotřebitelem rozumí „každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná.“² Spotřebiteli je v celém právním řádu poskytována významná ochrana, kterou jsou cestovní kanceláře povinny v rámci své podnikatelské činnosti zajistit. Ochranu spotřebitele upravuje rovněž evropské právo. Skutečností však je, že ne vždy cestovní kancelář splňuje veškeré požadavky, které na ní právní řád v této oblasti klade. Spotřebitel se tak ačkoli má nárok na ochranu, může ocitnout ve velmi nepříjemné a obtížně řešitelné situaci.

Tato bakalářská práce je rozdělena na dvě části, a to na část teoretickou a praktickou. V teoretické části, která tvoří asi třetinu práce, se zaměřuji nejprve na cíle této práce a metodologii a dále se podrobně věnuji analýze zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů, který je stěžejním právním předpisem v této oblasti, ochraně spotřebitele v cestovní kanceláři a dále je v teoretické části pojednáno o některých známých případech krachů českých cestovních kanceláří.

V praktické části se pak věnuji analýze ochrany spotřebitele ve vybrané cestovní kanceláři, přičemž praktická část sestává z vlastního výzkumu, který byl realizován

¹ § 2 odst. 1 písm. a zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.

² § 419 zákona č. 89/2012 Sb., nového občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.

jednak prostřednictvím dotazníkového šetření mezi zákazníky cestovních kanceláří a také v součinnosti s vybranou cestovní kanceláří a dále analýze ochrany spotřebitele ve vybrané cestovní kanceláři, kde je porovnána situace v cestovní kanceláři s požadavky právních předpisů. Další část praktické části práce je tvořena návrhy a doporučeními, které by cestovní kanceláři pomohly zlepšit ochranu jejich zákazníků v souladu s právem. Práce rovněž nakonec zhodnocuje, zda se podařilo dosáhnout vytyčených cílů.

Práce by měla odpovědět na otázku „jakým způsobem by měl zákazník nejlépe postupovat v případě, že se dostane do situace, kdy cestovní kancelář zkrachuje, a zákazník je buď právě na zájezdu, nebo má zájezd již zaplacený, ale ještě na něj neodcestoval?“

Práce je zpracována tak, že postupuje od obecných informací vyplývajících z právních předpisů po konkrétní situaci ve vybrané cestovní kanceláři až ke konkrétnímu návodu pro klienty cestovních kanceláří, co dělat, pokud cestovní kancelář zkrachuje.

Metodický postup, který jsem pro zpracování své bakalářské práce zvolila, je následující: v prvním kroku nastuduji teoretická východiska řešeného problému, kterým se věnuji v teoretické části práce. Ve druhém kroku je provedena analýza trhu cestovních kanceláří v České republice, následně je analyzováno rovněž chování spotřebitele na trhu cestovního ruchu. V dalším kroku je proveden výzkum u vybrané cestovní kanceláře a následně rovněž méně rozsáhlý průzkum u zákazníků cestovních kanceláří. Dalším krokem pak je vyhodnocení dat, která byla získána průzkumem. Posledním krokem této práce jsou zpracovatelské návrhy a návrhy opatření, která by mohla pomoci cestovní kanceláři v dodržování právní úpravy. Tento krok je realizován na základě zjištění, vyplývajících z předchozích kroků, zejména v rámci realizovaného výzkumu.

Za účelem získání podkladů nezbytných pro vytvoření bakalářské práce jsou v práci využity výzkumné formy, jako je dotazník a řízený rozhovor s vedoucím pracovníkem vybrané cestovní kanceláře. Tyto formy jsou zaměřeny tak, aby

v praktické části práce bylo možné co nejlépe využít získané informace a podklady pro naplnění cílů práce.

I. Teoretická část

1. Cíl a metodika práce

Cílem práce je analýza práv klientů cestovní kanceláře a možnosti jejich realizace se zaměřením na reklamační řízení zájezdů do zahraničí podle občanského zákoníku a zákona na ochranu spotřebitele v závislosti na znění nového občanského zákoníku. Dílčím cílem mé bakalářské práce je zhodnocení, zda vybraná česká cestovní kancelář jako poskytovatel služeb cestovního ruchu, je také poskytovatelem ochrany pro spotřebitele. Je tedy zkoumáno, zda cestovní kancelář postupuje ve všech krocích nabídky a prodeje zájezdu v souladu se zákonnou úpravou této problematiky. Nedílnou součástí této práce je tak analýza zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, a to zejména analýza práv a povinností vybrané cestovní kanceláře.

Práci jsem zaměřila především na reklamační řízení v případě krachu cestovní kanceláře, neboť právě tyto situace jsou patrně nejzávažnější (zejména v případě, kdy zákazníci cestovní kanceláře jsou v době krachu cestovní kanceláře přímo na zájezdu v zahraničí) a navíc nejsou vůbec neobvyklé, neboť v ČR prakticky každý rok zkrachuje hned několik cestovních kanceláří. Moje volba zaměřit bakalářskou práci především na krach cestovních kanceláří a s ním související ochranu spotřebitele, je tedy velmi praktická a vychází z reálných zkušeností v posledních letech. Právě krach cestovní kanceláře má totiž obvykle významný dopad na zákazníka cestovní kanceláře (zatímco některých dílčích porušení předpisů ze strany cestovní kanceláře si zákazník v praxi leckdy ani nemusí všimnout. V případě krachu cestovní kanceláře však často dochází k tomu, že zákazník má pokaženou dovolenou, v řadě případů navíc přijde o prostředky, které za dovolenou zaplatil, přičemž následně požaduje plnění po pojišťovně, což je obvykle záležitost, která se nevyřeší ihned, v některých případech došlo i k tomu, že cestovní kancelář byla natolik podpojištěna, že zákazníci většinu vložených prostředků zpět nikdy nedostali. Tyto důsledky jsou pro běžného spotřebitele nesporně velmi závažné.

V práci jsou komparována jednotlivá ustanovení vybraných druhů cestovních smluv a na příkladech vymezena práva doporučení klientům při podepsání smlouvy, její změně nebo odstoupení od smlouvy s tím, že se student zaměří na okolnosti, které jsou v rozporu s občanským zákoníkem a zákonem na ochranu spotřebitele a na které je třeba si dávat pozor.

Praktickým výstupem práce jsou doporučení klientům cestovních kanceláří, jak se bránit diskriminačním technikám při uzavírání smluv a na koho se obrátit při jejich řešení a náhradě škody, či újmy s důrazem na komparaci platného a nového občanského zákoníku.

Co se týká metodologie, v této práci je využita především metoda analýzy, tedy složitější skutečnosti budou zkoumány prostřednictvím jejich rozložení na skutečnosti jednodušší.

Metodický postup, který jsem pro zpracování své bakalářské práce zvolila, je následující: v prvním kroku byla nastudována teoretická východiska řešeného problému, kterým se věnuji v teoretické části práce. Ve druhém kroku je pak provedena analýza trhu cestovních kanceláří v České republice, následně je analyzováno rovněž chování spotřebitele na trhu cestovního ruchu. V dalším kroku je proveden výzkum u vybrané cestovní kanceláře a následně rovněž méně rozsáhlý průzkum u zákazníků cestovních kanceláří. Dalším krokem pak je vyhodnocení dat, která budou získána průzkumem. Posledním krokem této práce jsou zpracovatelské návrhy a návrhy opatření, která by mohla pomoci cestovní kanceláři v dodržování právní úpravy. Tento krok je realizován na základě zjištění z předchozích kroků, zejména v rámci realizovaného výzkumu.

Za účelem získání podkladů nezbytných pro vytvoření bakalářské práce jsou využity výzkumné formy, jako je dotazník a řízený rozhovor s vedoucím pracovníkem vybrané cestovní kanceláře. Tyto formy jsou zaměřeny tak, aby v praktické části práce bylo možné co nejlépe využít získané informace a podklady pro naplnění cílů práce.

V bakalářské práci se zaměřuji na zhodnocení současné situace v oblasti ochrany spotřebitele v cestovních kancelářích v České republice a na základě provedené analýzy

trhu cestovního ruchu a průzkumu u zákazníků zhodnocují současné trendy ochrany spotřebitele a navrhnou vhodná opatření, která by mohla být v této oblasti prospěšná. Základním právním pramenem, který upravuje řešenou problematiku je zákon č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník. Vzhledem k tomu, že nový občanský zákoník je zatím účinný pouze velmi krátce (od 1. 1. 2014) využívám do jisté míry jako prameny poznání o právní úpravě v nedávné době i předchozí zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník a již rovněž neúčinný zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. Tyto prameny nám pomáhají analyzovat např. situaci, kdy došlo ke krachu některé z cestovních kanceláří v minulých letech, stejně tak mohou být zdrojem pro srovnání současné a předchozí právní úpravy. Dalším významným vodítkem a zdrojem poznání pro zpracování této práce je zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Tento předpis transponuje do českého práva ochranu turistů uzavírajících smlouvu o cestování v rámci Evropské unie. Směrnice o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy (90/314/EHS), která je tímto zákonem transponována do českého práva, obsahuje pravidla týkající se odpovědnosti organizátorů a prodejců služeb cestovního ruchu nebo povinnosti týkající se informování spotřebitelů o nabízených službách.

2. Analýza zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu

Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu sestává ze čtyř částí, dříve sestával z pěti částí, nicméně část třetí byla zrušena. První část obsahuje úpravu některých podmínek podnikání v oblasti cestovního ruchu, část druhá upravuje obsah činnosti horské služby a její výkon, čtvrtá část mění zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání (dále jen živnostenský zákon) a pátá část je tvořena přechodnými a závěrečnými ustanoveními. Pro moji práci bude nejdůležitějším zdrojem poznání část první tohoto zákona. Právní úprava cestovních kanceláří a jejich povinností je pak obsažena zejména v § 5-11 zákona.

Jak je z výše uvedené struktury zákona zjevné, zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu není zákonem o cestovním ruchu, jak bývá někdy nesprávně označován, protože neupravuje (a ve svém rozsahu ani

nemůže upravovat) problematiku cestovního ruchu v celé šíři, ale pouze jeho určitou část. Zákonná úprava je zaměřena především na ochranu spotřebitele, tedy zákazníka cestovní kanceláře v souvislosti s prodejem a realizací zájezdu.³

Jak již bylo uvedeno v předcházející kapitole, zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu transponoval do českého práva evropskou směrnici č. 90/314/EHS. Zmíněná směrnice upravuje zájezdy v případech, kdy jsou cestovní kanceláři poskytovány současně alespoň dva druhy služeb (např. doprava a ubytování nebo třeba ubytování a průvodcovské služby) a zároveň takový zájezd trvá alespoň 24 hodin nebo zahrnuje minimálně jedno ubytování přes noc. Směrnice požaduje, aby smlouvy byly uzavírány písemně, a stanoví podmínky pro jejich změny nebo odstoupení od uzavřené smlouvy. Důležité je z tohoto pohledu především uložení povinnosti, aby informace cestovní kanceláře o připravených zájezdech, jejich ceně a ostatních podmínkách byly pravdivé a pro spotřebitele srozumitelné (jedná např. o informace zahrnující cenu, druh ubytování, zaplacené služby, vízové povinnosti a jiné formality, atd.). Směrnice také upravuje důsledky pro případ, že se zájezd neuskuteční nebo že cestovní kancelář neposkytne zákazníkovi významnou část sjednaných služeb.⁴

Základním cílem analyzovaného zákona je tedy ochrana zákazníků cestovních kanceláří pro případ jejich ekonomického úpadku v souladu s požadavky již zmíněné směrnice. Zároveň ovšem tento zákon reaguje na oprávněné zájmy podnikatelských subjektů v oblasti cestovního ruchu v návaznosti na aktuální ekonomické podmínky v České republice.⁵

Transpozice výše uvedené směrnice do českého práva, ke které došlo v roce 1999 ve formě zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu tak přinesla do českého práva celou řadu změn. Tento zákon například navázal na zákon č. č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, který obecně upravuje

³ MMR ČR. Komentář k zákonu. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Pravo-Legislativa/Prehled-platnych-pravnich-predpisu/Archiv/Komentar-k-zakonu>.

⁴ BUSINESSINFO. Popis nejdůležitějších právních předpisů EU na ochranu spotřebitele v působnosti MPO. *Businessinfo.cz* [online]. [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/prehled-pravni-predpisy-eu-spotrebitele-2424.html>.

⁵ MMR ČR. Komentář k zákonu. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Pravo-Legislativa/Prehled-platnych-pravnich-predpisu/Archiv/Komentar-k-zakonu>.

podmínky pro podnikání, tedy i pro podnikání cestovních kanceláří. Živnostenský zákon, který zakotvuje všeobecné a zvláštní podmínky podnikání, stanoví obsah živností, které jsou spojeny s cestovním ruchem. Takových živností je celkem pět a jedná se o provozování cestovní kanceláře, provozování cestovní agentury, hostinská činnost, poskytování ubytovacích služeb a průvodcovská činnost). Zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu pak podmínky pro takové podnikání podrobněji rozvádí. Zákon stanoví konkrétní práva a povinnosti při provozování dvou z uvedených živností, a to provozování cestovní kanceláře a cestovní agentury, jejichž rozdíl je spojen s definicí pojmu zájezd.⁶

Zájezd je stěžejním pojmem zákona o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a je definován v § 1 odst. 1 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Zákon stanoví, že „*zájezdem se rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin nebo když zahrnuje ubytování přes noc.*“⁷ Službami, které může zájezd zahrnovat, se rozumí: doprava, ubytování nebo jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu. Zákon dále stanoví, že „*oddělené účtování za jednotlivé položky téhož zájezdu nezprošťuje subjekt, který je oprávněn nabízet a prodávat zájezdy, závazků podle tohoto zákona.*“⁸

Zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu je důležitý zejména z hlediska rozlišení možnosti podnikání formou cestovní agentury a cestovní kanceláře. Podnikatel si může podle práva na svobodnou volbu podnikání zvolit kteroukoli činnost. Cestovní agentura představuje obecně volnější způsob podnikání, je živností ohlašovanou volnou, kdežto provozování cestovní kanceláře je koncesní živností s povinným pojištěním proti úpadku. Výlučně cestovní kancelář je pak oprávněna nabízet a prodávat zájezdy a uzavírat cestovní smlouvy. Z toho důvodu nese

⁶ BANDÚROVÁ, Monika. Zájezd jako stěžejní právní pojem v podnikání v cestovním ruchu. *Bulletin advokacie*. 2008, č. 6. s. 38.

⁷ § 1 odst. 1 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

⁸ § 1 odst. 1 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

větší podnikatelské riziko, což se pak odráží v povinnosti platit pojistné stanovené zákonem. Odpovědnost cestovní kanceláře je dle současné právní úpravy nastavena jako odpovědnost za splnění všech smluvních povinností v rámci zájezdu, i když jejich plnění zajistí třetí osobou. Uvedené je výrazem toho, že cestovní kancelář zájezd vytvořila, nese tedy za něj odpovědnost. Odpovědnost cestovní agentury však není možno posuzovat stejně jako odpovědnost cestovní kanceláře. Agentura je odpovědná jenom za každou jednotlivou službu zvlášť, nikoli již za jejich vzájemnou koordinaci.⁹

V důsledku přijetí zákona o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, byl do zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku zakomponován nový smluvní typ, kterým byla cestovní smlouva.¹⁰ Zákonem č. 89/2012 Sb., novým občanským zákoníkem pak byl výraz cestovní smlouva nahrazen pojmem smlouva o zájezdu.¹¹ Právní úprava zájezdu a smlouvy o zájezdu je v současnosti zakotvena v § 2521 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., nového občanského zákoníku. „*Smlouvou o zájezdu se pořadatel zavazuje obstarat pro zákazníka předem připravený soubor služeb cestovního ruchu (zájezd) a zákazník se zavazuje zaplatit souhrnnou cenu.*“¹²

Na rozdíl od cestovní smlouvy, která byla upravena zákonem č. 40/1964 Sb., občanským zákoníkem, současná smlouva o zájezdu nemusí být písemná. Pořadatel zájezdu, tedy cestovní kancelář, je však povinna zákazníkovi vydat doklad o smlouvě, tzv. potvrzení o zájezdu. Potvrzení o zájezdu písemnou formu mít musí, a mezi jeho obligatorní náležitosti patří označení smluvní stran, vymezení zájezdu, údaje o ceně, ale také údaj o způsobu, jakým má zákazník uplatnit své právo z případného porušení povinnosti pořadatele zájezdu a rovněž údaj o lhůtě, ve které může zákazník svá práva uplatnit.¹³

⁹ BANDÚROVÁ, Monika. Zájezd jako stěžejní právní pojem v podnikání v cestovním ruchu. *Bulletin advokacie*. 2008, č. 6. s. 38.

¹⁰ MASTEĽA, Martin, DOBEŠOVÁ, Lenka, BAJURA, Jan. *Občanský zákoník v dotazech a odpovědích k l. 6. 2011*. Olomouc: ANAG, 2011. s. 625.

¹¹ MALIMÁNKOVÁ, Barbora. Zájezd po účinnosti NOZ. *E-pravo.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/zajezd-po-ucinnosti-noz-93041.html>.

¹² § 2521 zákona č. 89/2012 Sb., nového občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.

¹³ MALIMÁNKOVÁ, Barbora. Zájezd po účinnosti NOZ. *E-pravo.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/zajezd-po-ucinnosti-noz-93041.html>.

Pro účely analýzy podnikání v cestovním ruchu je také nutné odlišit dva pojmy, a to pojem cestovní kancelář a cestovní agentura. Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu totiž pracuje s oběma pojmy.

Cestovní agentura představuje obecně volnější způsob podnikání, je živností ohlašovanou volnou, kdežto provozování cestovní kanceláře je koncesní živností s povinným pojištěním proti úpadku. Výlučně cestovní kancelář je pak oprávněna nabízet a prodávat zájezdy a uzavírat cestovní smlouvy. Z toho důvodu nese větší podnikatelské riziko, což se pak odráží v povinnosti platit pojistné stanovené zákonem.¹⁴

Cestovní agentura může naopak prodej zájezdů pouze zprostředkovávat pro cestovní kanceláře a dále nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu (dopravu, ubytování, stravování, prodej letenek apod.). Na druhé straně však nemá pojišťovací povinnost, což v praxi znamená, že ceny svých produktů není nucena navyšovat, na rozdíl od pojištěné cestovní kanceláře.¹⁵

Rozdíly v kompetencích cestovních agentur a cestovních kanceláří lze shrnout následovně:

- Pořádat zájezdy je oprávněn výhradně provozovatel cestovní kanceláře;
- Cestovní kancelář smí nabízet další služby cestovního ruchu, organizovat kombinace služeb pro třetí stranu (agentury, dopravce, pořadatele kulturních, společenských a sportovních akcí a podobně);
- Cestovní kancelář má povoleno prodávat věci související s cestovním ruchem (vstupenky, mapy, plány, jízdní řády či průvodce);
- Cestovní agentura může prodej zájezdů pouze zprostředkovávat pro cestovní kancelář, avšak nemůže je sama na svůj účet organizovat a prodávat;

¹⁴ BANDÚROVÁ, Monika. Zájezd jako stěžejní právní pojem v podnikání v cestovním ruchu. *Bulletin advokacie*. 2008, č. 6. s. 38.

¹⁵ BANDÚROVÁ, Monika. Zájezd jako stěžejní právní pojem v podnikání v cestovním ruchu. *Bulletin advokacie*. 2008, č. 6. s. 38.

- Cestovní agentura nepodniká na základě koncese, ale pouze na základě ohlášení vázané živnosti, takže k jejímu provozování není vyžadováno splnění tak přísných podmínek.¹⁶

3. Ochrana spotřebitele v cestovní kanceláři

Ochrana spotřebitele je hlavním trendem v oblasti cestovního ruchu v posledních více než 20 letech.¹⁷ Tomu odpovídá i skutečnost, že právní předpisy v Evropské unii i v České republice tento trend do značné míry reflektují. V současnosti je tedy ochrana spotřebitele, který je klientem cestovní kanceláře zakotvena především v ustanoveních § 5-11 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a dále v ustanoveních § 2521-2549 zákona č. 89/2012 Sb., nového občanského zákoníku.

V zákoně o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu jsou upraveny jednak podmínky pro vydání koncesní listiny (§ 5), kde jsou stanoveny podmínky, za nichž lze vydat koncesi pro provozování cestovní kanceláře. Ochrana potenciálního spotřebitele zde spočívá zejména v tom, že již před žádostí o koncesi, je nutné mít sjednanou smlouvu o pojištění odpovědnosti. K žádosti o koncesi se pak vyjadřuje Ministerstvo pro místní rozvoj ČR ve formě stanoviska,¹⁸ tudíž by zde měla být určitá garance, že nově vzniklá cestovní kancelář splňuje základní podmínky zákonem stanovené.

Zákon o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu dále v § 6-8 podrobně upravuje povinné pojištění záruky. Toto pojištění patří mezi povinné smluvní odpovědnostní pojištění. Účelem tohoto pojištění je ochránit klienty cestovní kanceláře v případech, kdy cestovní kancelář z důvodu svého úpadku nebude schopná dostát svým

¹⁶ BUSINESSINFO. FAQ - Rozdíly mezi cestovní agenturou a kanceláří. *Businessinfo.cz* [online]. 2011 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/faq-rozdily-cestovni-agentura-kancelar-5864.html>.

¹⁷ PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. s. 132.

¹⁸ § 5 odst. 2 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

závazkům plynoucím z uzavřených cestovních smluv mezi zákazníky a cestovní kanceláři.¹⁹

Pojištění se podle zákona vztahuje na následující situaci, kdy cestovní kancelář buď neposkytne zákazníkovi dopravu z místa pobytu v zahraničí do České republiky, pokud je tato doprava součástí zájezdu, nebo nevrátí zákazníkovi již zaplacenou zálohu nebo plnou cenu zájezdu v případě, že se sjednaný zájezd neuskutečnil, nebo na situaci, kdy cestovní kancelář nevrátí zákazníkovi rozdíl mezi zaplacenou cenou zájezdu a cenou částečně poskytnutého zájezdu za předpokladu, že se daný zájezd uskutečnil pouze částečně.²⁰

Pojistná smlouva musí být ze zákona „*sjednána tak, aby se pojištění vztahovalo na veškeré zájezdy prodané v době platnosti pojistné smlouvy, ledaže cestovní kancelář uzavře pojistnou smlouvu novou,*“²¹ pokud by bylo v pojistné smlouvě sjednáno něco jiného, bylo by takové ustanovení neplatné.

Pojišťovna je ze zákona povinna předat cestovní kanceláři rovněž informace o pojištění určené zákazníkům, které se vztahují k podmínkám pojištění a způsobům oznamování pojistné události, nutnou náležitostí je také označení pojistky.²² Pro zákazníka jako spotřebitele je v praxi důležité, že platnost pojištění cestovní kanceláře si může ověřit buď u pojišťovny, u které je cestovní kancelář pojištěna, nebo na webových stránkách asociace cestovních kanceláří²³ nebo na stránkách Ministerstva pro místní rozvoj ČR.^{24,25}

¹⁹ POJISTI SE NA CESTU, Pojištění cestovní kanceláře proti úpadku. *Pojisti se na cestu* [online]. 2012 [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://pojistisenacestu.jaksepojistit.cz/dalsi-pojistna-ochrana/pojisteni-cestovni-kancelare-proti-upadku>.

²⁰ § 6 odst. 1 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

²¹ § 6 odst. 3 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

²² § 6 odst. 4 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

²³ Jedná se o stránky www.ackcr.cz.

²⁴ Jedná se o stránky www.mmr.cz.

²⁵ POJISTI SE NA CESTU, Pojištění cestovní kanceláře proti úpadku. *Pojisti se na cestu* [online]. 2012 [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://pojistisenacestu.jaksepojistit.cz/dalsi-pojistna-ochrana/pojisteni-cestovni-kancelare-proti-upadku>.

Zákon v této souvislosti vedle cestovních kanceláří zavazuje také pojišťovny, které poskytují pojištění cestovních kanceláří, neboť „v případě, že zákazníkovi nebude poskytnuta doprava z místa pobytu v zahraničí do České republiky, poskytne pojišťovna plnění zabezpečením dopravy z místa pobytu do České republiky, včetně nezbytného ubytování a stravování do doby odjezdu i v případě, že se pojišťovně nepodaří do 12 hodin po oznámení škodné události průkazně ověřit u odpovědného zástupce cestovní kanceláře, že došlo k pojistné události.“²⁶ Spotřebitel je chráněn rovněž tím, že ani v případě, kdy cestovní kancelář uvedla zkreslené či hrubě nepravdivé údaje ve vztahu k pojistné události, nesmí pojišťovna odmítnout pojistné plnění ve vztahu ke spotřebiteli, ale může uplatňovat náhradu škody vůči cestovní kanceláři.²⁷

Specifikem pojištění cestovních kanceláří je skutečnost, že pojištění lze sjednat pouze u vybraných pojišťoven, které je podle zákona č. 363/1999 Sb., o pojišťovnictví a o změně některých souvisejících zákonů (dále jen zákon o pojišťovnictví) oprávněna poskytovat pojištění záruky.²⁸ Takovými pojišťovnami jsou aktuálně Česká podnikatelská pojišťovna, Generali, UNIQA, ERV pojišťovna a Union pojišťovna.²⁹

Cestovní kancelář má povinnost sjednat své pojištění „na pojistnou částku minimálně 30 % ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů nebo v případě, že tyto tržby mají být nižší než tržby v předchozím roce, na pojistnou částku minimálně 30 % těchto tržeb v předchozím roce.“³⁰ Cestovní kancelář má rovněž povinnost umožnit pojišťovně kdykoli v průběhu trvání pojistné smlouvy, stejně jako v době, kdy cestovní kancelář jedná s pojišťovnou o pojištění, přístup k veškerým dokladům, které s pojištěním zájezdů souvisí. Pojistné podmínky pak stanoví, do jaké míry se cestovní kancelář podílí na úhradě pojistné události. Minimální výše spoluúčasti cestovní kanceláře musí ze zákona činit 2 % ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů. Další povinností cestovní kanceláře v souvislosti s pojištěním, je povinnost neprodleně

²⁶ § 7 odst. 1 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

²⁷ § 7 odst. 3 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

²⁸ § 8 odst. 1 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

²⁹ ACK ČR. Pojištění cestovní kanceláře. *Asociace cestovních kanceláří ČR* [online]. 2009 [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/casto-kladene-otazky/pojistene-cestovni-kancelare>.

³⁰ § 8 odst. 2 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

informovat o tom, že pojištění zaniklo Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Rovněž je cestovní kancelář povinna informovat ministerstvo o závažných nedostatcích v hospodaření cestovní kanceláře, které mohou v budoucnu vést k zániku pojištění cestovní kanceláře.³¹

Cestovní kancelář má však vůči svým klientům i jiné povinnosti než smluvní pojištění. V ustanovení § 9-11 zákona č. 159/1999 Sb., jsou pak upraveny další povinnosti cestovní kanceláře. Zde je velmi důležitá například povinnost cestovní kanceláře „označit provozovnu a propagační a jiné materiály určené zákazníkovi slovy *"cestovní kancelář"*, pokud toto označení neobsahuje již její obchodní firma; názvy *"cestovní kancelář"* nebo *"CK"* může používat pouze podnikatel, který je držitelem platné koncese,“³² tak jak o ní bylo pojednáno výše.

Cestovní kancelář je rovněž povinna předložit před uzavřením cestovní smlouvy zájemci, který o to požádá, k nahlédnutí doklad o pojištění záruky pro případ úpadku. Pokud cestovní kancelář zprostředkovává prodej zájezdu pro jinou cestovní kancelář či agenturu musí v propagačních, nabídkových a jiných materiálech, včetně jejich elektronické formy, vždy spotřebitele informovat, pro kterou cestovní kancelář je prodej zájezdu zprostředkováván, před uzavřením smlouvy o zájezdu na žádost spotřebitele poskytnout potvrzení o pojištění cestovní kanceláře, pro kterou je zájezd zprostředkováván, pokud má cestovní kancelář, pro kterou má být prodej zájezdu zprostředkován sídlo mimo území ČR, je zprostředkující cestovní kancelář povinna informovat Ministerstvo pro místní rozvoj ještě před tím, než začne zprostředkovávat prodej zájezdů. Zákazníkům je v případě zprostředkování pro zahraniční cestovní kancelář, povinen zprostředkovatel předložit opis oprávnění k provozování cestovní kanceláře včetně jeho úředně ověřeného překladu a informovat je o rozsahu pojištění zahraniční cestovní kanceláře.³³

Zákon dále stanoví povinnost cestovní kanceláře pravdivě informovat zákazníka ještě před uzavřením smlouvy o zájezdu o následujících skutečnostech, které musí být

³¹ § 8 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

³² § 9 odst. 1 písm. c. zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

³³ § 9 odst. 2 písm. c. zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

uvedeny buď v katalogu zájezdů, nebo musí zákazník informaci obdržet jinou prokazatelnou formou. Jedná se o tyto skutečnosti:³⁴

- termín zahájení a ukončení zájezdu,
- cena zájezdu, včetně rozvrhu placení a výši zálohy,
- požadavky na odstupné placené zákazníkem a výši odstupného,
- místo určení cesty a pobytu,
- využitý druh dopravy,
- informace o ubytování (poloha, kategorie, druh apod.),
- informace o stravování,
- předpokládaná trasa cesty včetně časů a míst zastávek,
- informace o nutnosti mít cestovní pas či vízum, popř. zvláštní zdravotnické formality
- zda je pro zájezd požadován minimální počet zákazníků včetně termínu, kdy nejpozději před odjezdem musí být zákazníkovi oznámeno, pokud nebude tohoto minimálního počtu dosaženo a cestovní kancelář zájezd z tohoto důvodu zruší,
- rozsah a podmínky pojištění,
- program v místě pobytu,
- doba, v níž je zákazník oprávněn oznámit cestovní kanceláři, že se místo něj zájezdu zúčastní jiná osoba,
- možnost uzavření individuálního cestovního pojištění pro zákazníka cestovní kanceláře.

Výše uvedené informace jsou pro cestovní kancelář v zásadě závazné, změněny mohou být pouze za předpokladu, že si tuto možnost cestovní kancelář v katalogu či

³⁴ § 10 odst. 1 písm. c. zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

jiném materiálu výslovně vyhradila a k jejich změně může dojít pouze před uzavřením cestovní smlouvy.³⁵

Podle § 2529 nového občanského zákoníku, pořadatel zájezdu doručí zákazníkovi vhodným způsobem nejpozději 7 dnů před zahájením zájezdu další podrobné a pro zákazníka důležité údaje o všech skutečnostech, které zná, nejsou-li již obsaženy ve smlouvě o zájezdu nebo v potvrzení o zájezdu, anebo v katalogu, který zákazníkovi předal.³⁶ Je-li smlouva uzavírána v kratší době před zahájením zájezdu (např. v případě tzv. last minute), musí zákazník tyto informace obdržet při uzavření smlouvy.³⁷

Okamžik splnění informační povinnosti o dalších podrobných informacích může cestovní kancelář splnit dle své vůle (např. 14 dní před zahájením zájezdu podle svého uvážení); nejzazší termín je 7 dnů před zahájením zájezdu (pořádková lhůta); právo domáhat se splnění povinnosti svědčí spotřebiteli až 6 dnů před zahájením zájezdu.³⁸

Podle nového občanského zákoníku také platí, že při porušení povinnosti, za niž cestovní kancelář odpovídá, nahradí pořadatel zájezdu cestujícímu vedle škody na majetku také újmu za ztrátu radosti z dovolené, zejména byl-li zájezd zmařen nebo podstatně zkrácen. Odstoupí-li cestující od smlouvy nebo uplatní-li právo z vady zájezdu, není tím dotčeno jeho právo na náhradu ztráty radosti z dovolené. Co se týká možnosti, kdy se cestovní kancelář může zprostit povinnosti hradit náhradu škody, platí zde zákonné pravidlo, že kdo způsobil škodu porušením povinnosti ze smlouvy, zproští se povinnosti škodu nahradit, pokud prokáže, že mu ve splnění povinnosti zabránila dočasně nebo trvale vyšší moc jako mimořádná nepředvídatelná a neodvratitelná překážka, vzniklá nezávisle na jeho vůli. Smluvní stranu nezproští povinnosti k náhradě škody překážka vzniklá z jejích osobních poměrů, překážka nastalá až v době, kdy byla s plněním v prodlení, ani překážka, kterou byla podle smlouvy povinna překonat.

³⁵ § 10 odst. 2 písm. c. zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

³⁶ ACKČR. Listárna. *Asociace českých cestovních kanceláří a agentur* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.accka.cz/listarna.asp>.

³⁷ ŠVESTKA, Jiří. A kol. *Občanský zákoník I, II.*. 2. vyd. Praha: C.H.Beck, 2009. s. 2394.

³⁸ ŠVESTKA, Jiří. A kol. *Občanský zákoník I, II.*. 2. vyd. Praha: C.H.Beck, 2009. s. 2394.

Povinnost nahradit škodu se také poměrně sníží, pokud vznikla částečně následkem okolností, které se přičítají poškozenému.³⁹

Právo na náhradu za ztrátu radosti z dovolené však nevzniká zákazníkovi, kdykoliv se cokoliv na dovolené pokazí, např. pokud je špatné počasí. Vzniká pouze v případě, kdy zde dojde ze strany provozovatele cestovní kanceláře, či subjektů, za něž je odpovědný, k porušení povinností, které ke ztrátě radosti z dovolené vedou, např. hospitalizace v nemocnici v důsledku porušení hygienických předpisů ze strany hotelu apod.⁴⁰

IV. Vybrané případy zkrachování cestovních kanceláří

Jak již bylo v úvodu této práce uvedeno, zásadním problémem, který se týká ochrany spotřebitelů prakticky ze všeho nejvíce, je zkrachování cestovní kanceláře, neboť někteří zákazníci již mají zaplacené zájezdy, jiní zákazníci jsou v době krachu často přímo na zájezdu v zahraničí a může tak docházet k problematickým situacím v souvislosti se zajištěním ubytování či zpáteční cesty. Cílem práce analýza práv klientů cestovní kanceláře a jejich realizace se zaměřením na reklamační řízení zájezdů do zahraničí. Za účelem nastínění situací, kdy cestovní kancelář v některých případech dostatečnou ochranu spotřebiteli neposkytovala, stejně jako za účelem nastínění toho, že i v případě krachu cestovní kanceláře, je nutné a v praxi lze poskytnout spotřebitelům řádnou ochranu dle zákona, byla zařazena tato kapitola, neboť právě krach cestovní kanceláře bývá zásadním problémem a důvodem pro reklamaci a uplatňováním práv spotřebitele.

Pro představu s jakými problémy se zákazníci krachující cestovní kanceláře, zástupci cestovní kanceláře i pojišťovny potýkají, jsem zařadila několik případových studií, kdy došlo ke krachu české cestovní kanceláře. Tato situace není ojedinělá, ke krachu některé z cestovních kanceláří dojde v sezóně dovolených prakticky každý rok. V této části bakalářské práce jsem se snažila vybrat pokud možno různé případové studie, kdy k ukončení činnosti cestovních kanceláří vedl odlišné důvody.

³⁹ HULMÁK, Milan. Ztráta radosti z dovolené. *Právní rozhledy*. 2009, č. 2. s. 52.

⁴⁰ HULMÁK, Milan. Ztráta radosti z dovolené. *Právní rozhledy*. 2009, č. 2. s. 52.

a) CK Globaltour

4. července 2012 vyhlásila úpadek, tedy zkrachovala cestovní kancelář Globaltour. CK Globaltour byla podle Asociace cestovních kanceláří menší cestovní kancelář, která se specializovala na prodej leteckých zájezdů do Turecka. Vlastníkem cestovní kanceláře se základním jměním 200.000 korun byla jedna fyzická osoba. V den, kdy cestovní kancelář vyhlásila úpadek, měla na zájezdu v Turecku 186 klientů a dalších 250 lidí mělo u ní zakoupené zájezdy. Důvodem úpadku byly údajně finanční problémy způsobené nízkým prodejem zájezdů. Globaltour byla proti úpadku pojištěná u České podnikatelské pojišťovny. Klienti cestovní kanceláře, kteří již byli v Turecku na zájezdu, tam mohli zůstat do konce plánovaného pobytu, jejich pobyt i cestu zpět uhradila Česká podnikatelská pojišťovna.⁴¹

V souvislosti s touto cestovní kancelář se hovořilo o nedostacích zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Podle portálu na ochranu spotřebitelů v cestovním ruchu, který se jmenuje „Krachy cestovek“ došlo k tomu, že cestovní kancelář byla pojištěna na méně peněz, než bylo zapotřebí vyplatit klientům za již zaplacené zájezdy, což vedlo k tomu, že celá řada zákazníků o své peníze z větší části přišla. Česká podnikatelská pojišťovna totiž klientům, kteří žádali plnou náhradu prostředků za již zaplacené zájezdy, sdělila, že cestovní kancelář byla pojištěna jen na částku 1 078 800 Kč, přičemž pojišťovna již zaplatila za repatriaci klientů zkrachovalé CK ve výši 934 056 Kč. Na odškodnění zbylých cca 220 turistů tak zbývalo jen 144 744 Kč, neboť pojišťovna vyplácí kompenzaci jen do výše, na jakou byla cestovní kancelář pojištěna, což vedlo k tomu, že řada klientů obdržela od pojišťovny kompenzaci pouze ve výši okolo 5% částky, kterou za zájezd, na který nakonec neodjeli, zaplatili. Z toho důvodu se někteří klienti obrátili právě na organizaci „Krachy cestovek.“ Byla pak organizovaná hromadná žaloba, kterou se poškození domáhají náhrady vzniklé škody na státu, z důvodu, že mělo dojít ke špatné transpozici evropské směrnice do zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání

⁴¹ FINANCE. CK Globaltour vyhlásila úpadek, v Turecku má 186 klientů. *Finance* [online]. 2012 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/357666-ck-globaltour-vyhlasila-upadek-v-turecku-ma-186-klientu/>.

v oblasti cestovního ruchu.⁴² Doposud neexistuje ve věci žádné soudní rozhodnutí, nicméně v souvislosti s tímto případem lze nesporně poukázat na problémy v oblasti ochrany spotřebitele, pokud je cestovní kancelář nedostatečně pojištěna.

b) CK Bolero tours

CK Bolero tours ukončila svoji činnost v roce 2013 po 23 letech činnosti v oboru. Zájezdy cestovní kancelář nabízela hlavně zákazníkům z Jihočeského kraje, kde dosud měla čtyři kanceláře, a to v Třeboni, Českých Budějovicích, Jindřichově Hradci a Táboře. Velikostí se řadila mezi středně velké regionální kanceláře, které ročně vyslaly do zahraničí zhruba 5000 turistů. Důvodem, proč cestovní kancelář musela ukončit činnost, byla skutečnost, že se jí nepodařilo povinné pojištění proti úpadku. Cestovní kancelář ukončila činnost již v dubnu, tedy mimo hlavní sezónu, což znamenalo, že neměla v době úpadku v zahraničí žádné klienty. Veškeré prodeje zájezdů byly zastaveny již na počátku dubna 2013, od té doby kancelář jednala s pojišťovnami a vyvíjela snahu k uzavření nutné pojistky na další období. Přesto měla kancelář již několik set prodaných zájezdů na rok 2013, jejichž vypořádání řešilo dosavadní pojištění, které bylo realizováno u pojišťovny Generali.⁴³ Vedle toho, že se cestovní kanceláři nepodařilo uzavřít zákonné pojištění, situaci cestovní kanceláře v posledních letech jejího působení negativně ovlivnily slevy, které zástupce kanceláře označil za „zaklínadlo, bez kterého zájezd prakticky nejde prodat.“⁴⁴

Toto pojištění měla cestovní kancelář sjednáno do 31. března 2013. Pojištění se tak vztahovalo na neuskutečněné zájezdy prodané do tohoto data. Kancelář byla pojištěna na sedm milionů korun,⁴⁵ což podle aktuálních informací stačilo k uspokojení pohledávek všech zákazníků, kteří si zakoupili zájezd, na který již nestihli odjet, neboť cestovní kancelář zkrachovala.

⁴² KRACHY CESTOVEK. Zákon ožebračil další stovky lidí, klientů CK GLOBALTOUR!. *Krachy cestovek* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.krachycestovek.cz/clanek/325-zakon-ozebračil-dalsi-stovky-lidi-klientu-ck-globaltour>.

⁴³ BOLERO. Cestovní kancelář Bolero končí. *Bolero* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.bolero.cz/>.

⁴⁴ KRACHY CESTOVEK. Zkrachovala jedna z nejstarších jihočeských cestovek Bolero Tours. *Krachy cestovek* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.krachycestovek.cz/clanek/375-zkrachovala-jedna-z-nejstarsich-jihoceskyh-cestovek-bolero-tours>.

⁴⁵ ČTK. První letošní krach. CK Bolero tours končí. *Aktualně.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/podnikani/clanek.phtml?id=777991>.

c) CK Best choice

Česká cestovní kancelář Best Choice vyhlásila 6. 8. 2013 úpadek poté, co pár dní předtím zkrachovala její mateřská slovenská společnost Best Reisen - Best Choice se sídlem v Bratislavě. Ještě v den krachu mateřské společnosti na Slovensku však česká cestovní kancelář tvrdila, že finanční problémy mateřské společnosti se jí netýkají, nicméně během pár dní se ukázalo, že je situace jiná a rovněž česká dceřiná společnost se potýká se závaznými problémy, které ji dovedly až k vyhlášení úpadku. Obě cestovní kanceláře byly pojištěny u Kooperativy, uvedly rovněž stejné číslo pojistky, slovenská společnost s rozsahem pojištění na 2 500 000 Eur, česká na 30 000 000 Kč, tedy zhruba na polovinu. Cestovní kancelář Best choice byla menší cestovní kancelář, která se specializovala především na pobyty v Egyptě, tunisu a Turecku. V době svého krachu měla pražské cestovní kancelář Best Choice v zahraničí 15 klientů, slovenská mateřská společnost pak 186. Společnost, která působila v České republice od roku 2009, vykazovala za první tři roky své činnosti ztrátu ve výši téměř milionu korun.⁴⁶ Klienti, kteří se nacházeli v zahraničí, mohli svůj pobyt řádně dokončit, neboť ubytování i cestu zpět cestovní kancelář ještě uhradila.⁴⁷

Společnost na svých webových stránkách, které v současnosti již nejsou dostupné, uvedla následující prohlášení: „*Na základě kontinuálně klesající poptávky o zájezdy do našich stěžejních destinací za předchozí letní sezóny, který byl způsobený jak nepříznivým vývojem politické situace v daných destinací tak i nezdravým vývojem konkurenčního prostředí na poli pasivního cestovního ruchu v České republice, se společnost Best Choice s.r.o. dostala do druhotné platební neschopnosti.*“⁴⁸ To znamená, že v důsledku neplacní ze strany jejích dodavatelů, nebyla společnost dlouhodobě schopna hradit své závazky.

⁴⁶ KRACHY CESTOVEK. CK Best Choice - po slovenské krachla i ta česká. *Krachy cestovek* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.krachycestovek.cz/clanek/408-ck-best-choice-po-slovenske-krachla-i-ta-ceska>.

⁴⁷ HORÁČEK, Filip. Zkrachovala cestovní kancelář Best Choice, pocítí to desítky klientů. *Idnes.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/zkrachovala-cestovni-kancelar-best-choice-fia-/ekoakcie.aspx?c=A130806_144153_ekonomika_fih.

⁴⁸ HORÁČEK, Filip. Zkrachovala cestovní kancelář Best Choice, pocítí to desítky klientů. *Idnes.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/zkrachovala-cestovni-kancelar-best-choice-fia-/ekoakcie.aspx?c=A130806_144153_ekonomika_fih.

S ohledem na výši pojištění by všechny závazky cestovní kanceláře vůči spotřebitelům, kteří si zaplatili zájezd, který již cestovní kancelář nerealizovala, měly být uhrazeny z pojištění.

II. Praktická část

První část praktické části bude sestávat z vlastního výzkumu, který bude realizován u zákazníků- spotřebitelů. Druhá část se pak zaměří na analýzu ochrany spotřebitele v cestovní kanceláři, kde budu vycházet především z řízeného rozhovoru s pracovníkem vybrané cestovní kanceláře. Následně budou zařazeny návrhy a doporučení.

1. Vlastní výzkum

Cílem tohoto výzkumu je zjistit, jaké povědomí mají spotřebitelé – zákazníci cestovních kanceláří o svých právech, která vyplývají z české právní úpravy. Výzkum byl realizován prostřednictvím dotazníků, které byly distribuovány náhodným respondentům prostřednictvím internetu, zejména internetových diskusích zabývajících se cestováním, konkrétně se jednalo o diskusní fóra na stránkách www.cestovatel.cz, www.cestomaniak.cz, www.exotickecestovani.cz. a web www.ocestovani.cz

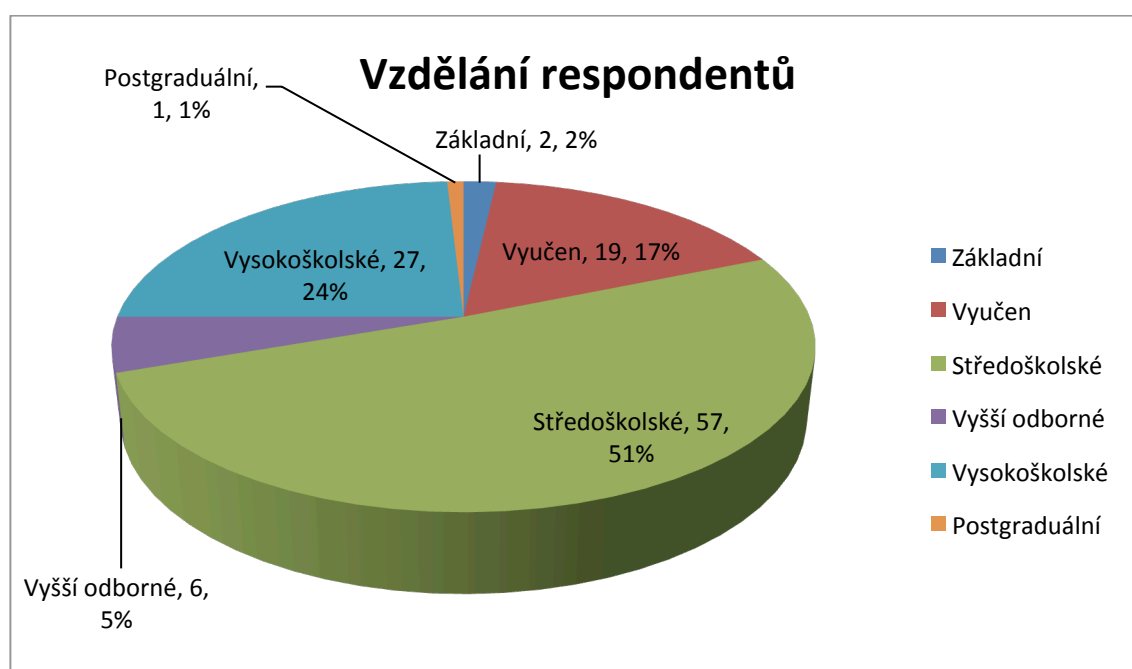
Osloveni tak byli lidé různých věkových kategorií, různého vzdělání a prakticky z celé ČR, což mi umožnilo získat poměrně reálný přehled o tom, jaká je v průměru informovanost spotřebitele o jeho právech v oblasti cestovního ruchu. Cílem výzkumu bylo získat alespoň 100 vyplněných dotazníků, ve skutečnosti se mi podařilo získat dokonce 112 dotazníků. V dotazníku bylo respondentům položeno celkem osm otázek, které se týkali jejich povědomí o právech spotřebitele v cestovním ruchu a vedle toho byly zjišťovány základní informace o respondentech, tedy věk, pohlaví, nejvyšší dosažené vzdělání a místo bydliště. Za účelem přehlednosti je vyhodnocení dotazníku zpracováno především prostřednictvím grafů, které jsou doplněny komentáři.

a) Informace o respondentech

Bylo zjišťováno vzdělání a místo bydliště respondentů. Tyto údaje jsou důležité pro vyhodnocení tohoto výzkumu, neboť je pravděpodobné, že osoby například s vyšším vzděláním budou mít více informací o svých právech jako spotřebitele, stejně jako o dění na trhu cestovních kanceláří.

Charakteristikou, která byla pro výzkum důležitá a byla tudíž zjišťována, bylo vzdělání respondentů. Byly vytvořeny následující kategorie vzdělání: základní, vyučen/a, středoškolské s maturitou, vyšší odborné, vysokoškolské, postgraduální. Na dotazník odpověděli 2 respondenti se základním vzděláním, 19 vyučených respondentů, 57 středoškolsky vzdělaných respondentů, 6 respondentů mělo vyšší odborné vzdělání, 27 respondentů mělo vysokoškolské vzdělání a 1 respondent měl postgraduální vzdělání. Více než polovinu respondentů tedy tvořili středoškolsky vzdělaní lidé.

Graf č. 1: Vzdělání respondentů

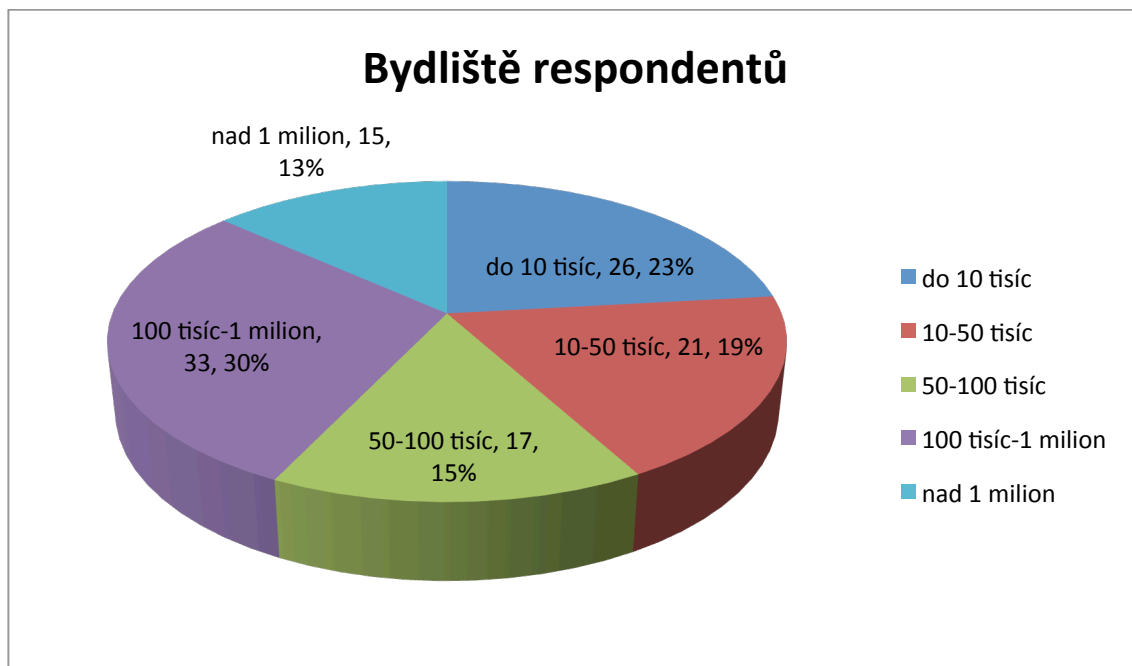


Poslední informací, která byla o respondentech pro účely další analýzy zjišťována, bylo místo bydliště. Protože by však bylo velmi obtížné zjišťovat jednotlivá místa bydliště a zařazovat je do určitých kategorií, bylo toto ponecháno na respondentech, neboť byly opět vytvořeny určité skupiny v návaznosti na počet obyvatel bydliště. Vzhledem k tomu, že nebylo vyžadováno konkrétní místo bydliště, je však možné, že někteří respondenti své bydliště nezařadili do správné kategorie, nicméně předpokládáme, že tato odchylka bude minimální.

První skupinou byly obce s méně než 10 000 obyvateli, kde podle průzkumu bydlelo 26 respondentů. Druhou skupinu tvořili obce s 10 000 - 50 000 obyvateli, kam své bydliště zařadilo 21 respondentů. Třetí skupinu tvořily obce s 50 001 - 100 000

obyvateli, kam své bydliště zařadilo 17 respondentů. V obci o velikosti v rozmezí 100 001 - 1 000 000 obyvatel bydlelo podle výzkumu 33 respondentů a v obci nad 1 000 000 obyvatel, tedy v Praze bydlelo 15 respondentů.

Graf č. 2: Bydliště respondentů



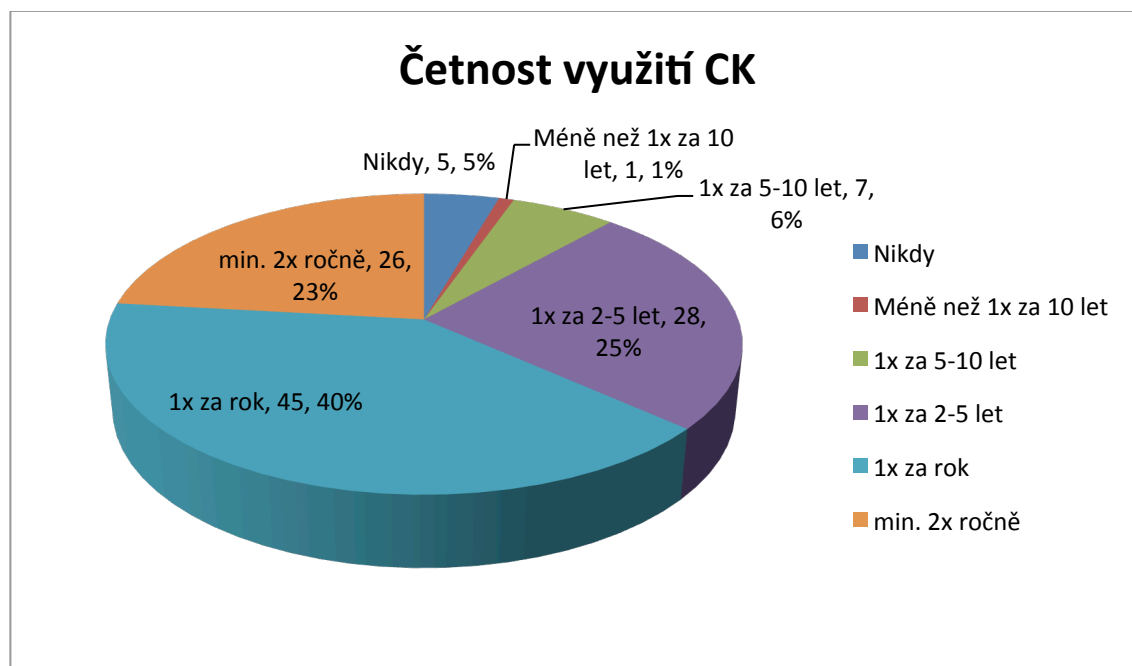
b) Vyhodnocení obsahové části dotazníku

V obsahové části dotazníku byla prostřednictvím devíti otázek zjišťována základní fakta o tom, do jaké míry se respondenti orientují na trhu cestovních kanceláří, a do jaké míry jsou obeznámeni se svými spotřebitelskými právy v této oblasti. Odpovědi na jednotlivé otázky budou opět vyhodnoceny prostřednictvím přehledných grafů.

První otázka zněla: „*Jak často cestujete s využitím služeb cestovní kanceláře?*“ Otázka přitom měla za cíl zjistit, zda respondent s cestovními kancelářemi vůbec cestuje, a jak často. Respondenti odpovídali tak, že 5 respondentů služeb cestovních kanceláří nevyužívá, 1 respondent odpověděl, že cestovní kanceláře využívá méně než jednou za deset let, 7 respondentů odpovědělo, že cestovní kancelář využívají jednou za 5-10 let, 28 respondentů jich využívá cca jednou za 2-5 let, 45 respondentů využívá cestovní kanceláře jednou ročně a 26 respondentů využívá cestovní kanceláře dvakrát

nebo i vícekrát za rok. Tyto odpovědi významně svědčí pro to, že respondenti cestovní kanceláře využívají poměrně často, nicméně výsledek nemusí úplně odpovídat tomu, jaká je situace v celé české populaci, neboť dotazníky byly distribuovány skrze stránky, kam obvykle hodí zejména lidé, kteří cestování více či méně považují za svůj koníček.

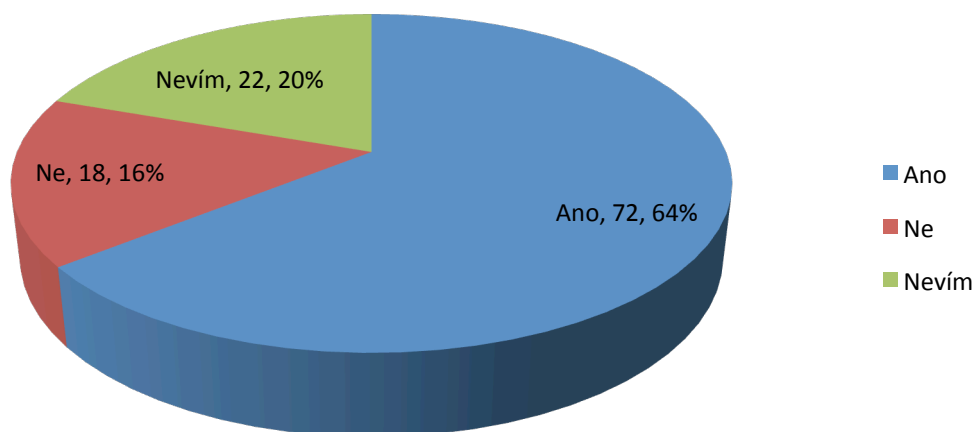
Graf č. 3: Jak často cestujete s využitím služeb cestovní kanceláře?



Další otázka, která byla respondentům položena, zjišťovala, zda respondenti vědí, že každá cestovní kancelář musí být ze zákona pojištěna proti úpadku. Otázka tedy zněla „*Musí být každá cestovní kancelář povinně pojištěna proti úpadku?*“ Ze 112 respondentů odpovědělo 72, že ano, 18, že ne, a 22, uvedlo, že neví. Z toho vyplývá, že více než polovina respondentů správně odpověděla, že cestovní kanceláře musí být povinně ze zákona pojištěny proti úpadku, nicméně i přesto bylo poměrně významné procento respondentů, kteří neví, nebo si mylně myslí, že kancelář být pojištěna nemusí. Z odpovědi je zřejmé, že informovanost respondentů o povinnosti cestovní kanceláře pojistit se proti úpadku by určitě mohla být i lepší.

Graf č. 4: Musí být každá cestovní kancelář povinně pojištěna proti úpadku?

Musí být CK pojištěna proti úpadku?

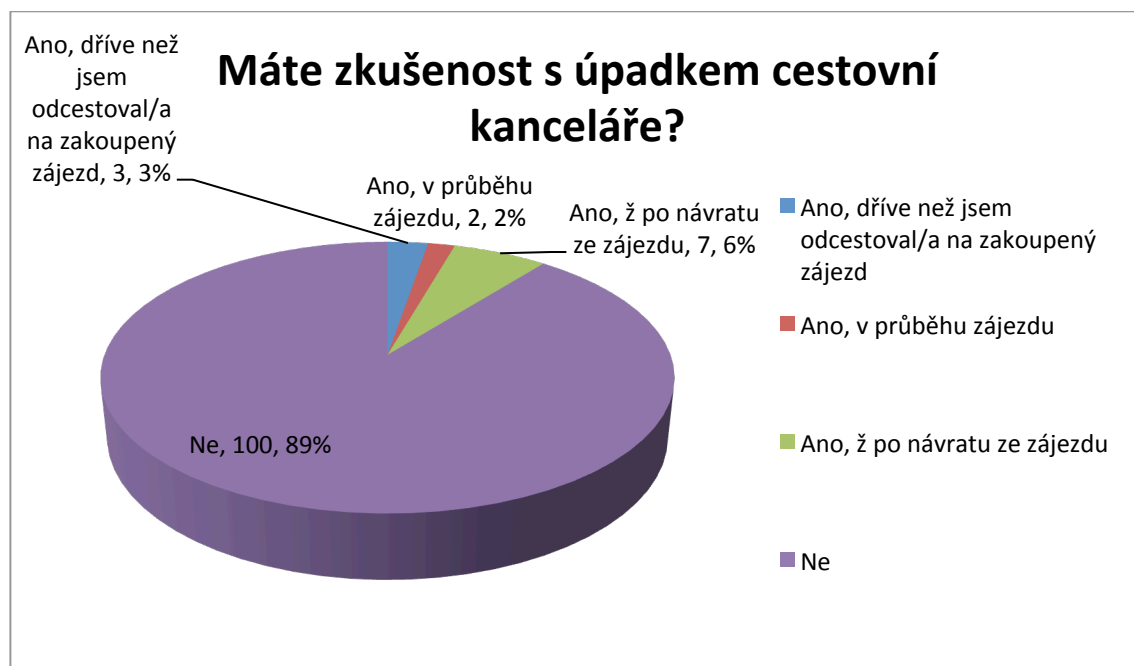


V souvislosti s výše uvedenou otázkou, byli respondenti rovněž dotázáni, zda se někdy osobně setkali s tím, že by cestovní kancelář, u které zakoupili zájezd, zkrachovala. Respondenti měli možnost vybrat si jednu z následujících odpovědí:

- **A)** Ano, dříve než jsem odcestoval/a na zakoupený zájezd,
- **B)** Ano, v průběhu zájezdu,
- **C)** Ano, ž po návratu ze zájezdu,
- **D)** Ne.

Ze 112 respondentů 3 respondenti odpověděli, že CK zkrachovala dříve, než odjeli na zájezd, 2 respondenti se setkali s krachem kanceláře v době, kdy se účastnili zájezdu, a 7 respondentů uvedlo, že kancelář zkrachovala až po jejich návratu ze zájezdu. Zbylých 100 respondentů nemělo zkušenost s krachem cestovní kanceláře. Je tedy zřejmé, že s ohledem na to, že k úpadku některé z cestovních kanceláří dochází v České republice každoročně, není osobní zkušenost s krachem cestovní kanceláře, u níž respondenti zakoupili zájezd výjimkou. Na druhou stranu je pravděpodobné, že na webových stránkách zaměřených na cestování, kde byl dotazník distribuován, budou podrobně zjišťovat informace o zájezdech, cestování a cestovních kancelářích právě spotřebitelé, kteří již mají určitou negativní zkušenost z minulosti, z tohoto pohledu mohou být výsledky dotazníku do jisté míry zkreslené.

Graf č. 5: „Máte osobní zkušenost s tím, že by cestovní kancelář, u níž jste zakoupil/a zájezd zkrachovala?“



Další otázka, na kterou respondenti odpovídali, zněla: „*Co musí být součástí každé cestovní smlouvy?*“ V odpovědi na tuto otázku respondenti vybírali jednu možnost, z pěti navržených, přičemž jednou z možností bylo „nevím.“ Možnosti, ze kterých mohli respondenti vybírat, byly následující:

- **A)** označení smluvních stran, vymezení zájezdu, individuální připojištění klienta pro případ zdravotních problémů,
- **B)** označení smluvních stran, označení a vymezení zájezdu a kompletní cena zájezdu včetně všech poplatků, mezi něž patří např. letištní taxy, palivové příplatky apod.,
- **C)** označení smluvních stran, vymezení zájezdu, trasa zájezdu, včetně předpokládaných zastávek,
- **D)** označení smluvních stran, trasa zájezdu, individuální připojištění klienta pro případ úrazu,
- **E)** nevím.

Ze 112 respondentů na tuto otázku zvolilo 12 respondentů možnost A), 67 respondentů možnost B), 7 respondentů možnost C), 8 respondentů zvolilo možnost D), a 18 respondentů zvolilo možnost E), tedy nevím. I v tomto případě tedy většina (60 %) respondentů zvolila správnou možnost, nicméně je zřejmé, že dalších 40 % respondentů zvolilo nesprávnou variantu, popř. uvedlo, že správnou odpověď nezná. Je tedy zřejmé, že i zde nebyla informovanost respondentů optimální.

Graf č. 6: Co musí být součástí každé cestovní smlouvy?



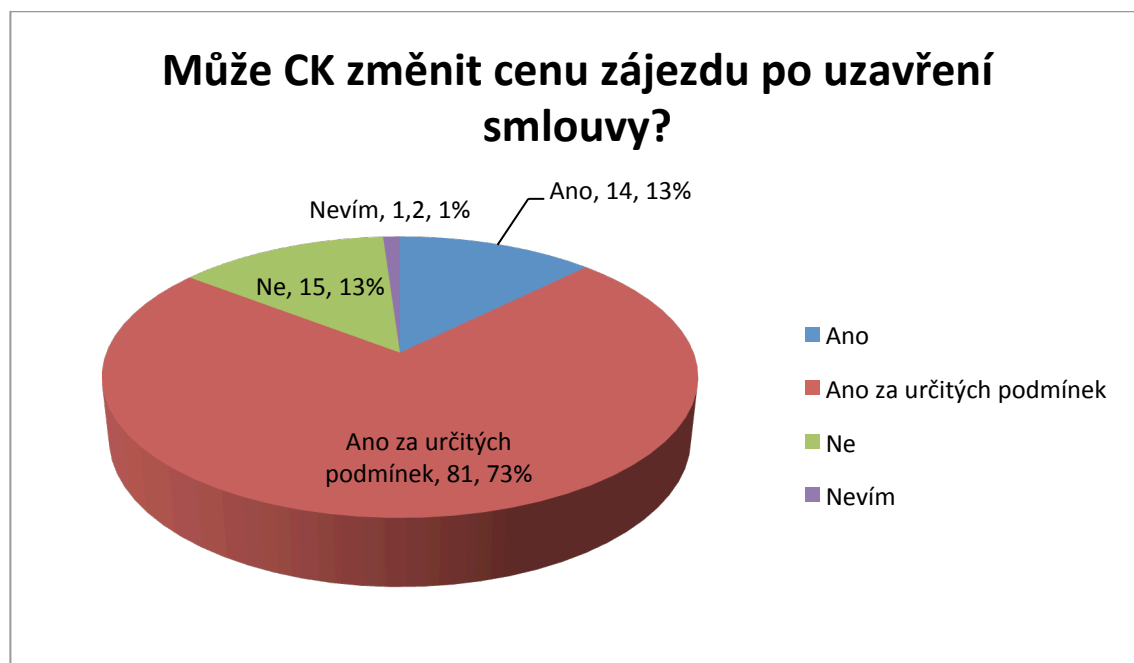
Respondenti odpovídali rovněž na otázku „Je cestovní kancelář oprávněna změnit stanovenou cenu zájezdu po uzavření smlouvy?“ Možnosti, ze kterých měli respondenti vybírat, byly následující:

- **A)** Ano,
- **B)** Ano, za určitých zákonem stanovených podmínek,
- **C)** Ne,
- **D)** Nevím.

Z nabízených odpovědí zvolilo 14 respondentů možnost A), tedy ano, 81 respondentů možnost, 15 respondentů zastávalo názor C), tedy ne, a zbylí 2 respondenti uvedli D), tedy že neví. Cestovní kancelář může změnit cenu zájezdu po zakoupení

zájezdu nejpozději 21. dní před zahájením zájezdu, tedy v době posledních 20 dní před zahájením zájezdu již cenu změnit nelze. V případě že cestovní kancelář mění cenu zájezdu v zákonné lhůtě, může tak učinit pouze za předpokladu, že důvodem změny ceny zájezdu, je buď zvýšení ceny za dopravu včetně cen pohonných hmot, zvýšení plateb spojených s dopravou, např. letištních a přístavních poplatků, které jsou zahrnuty v ceně zájezdu, nebo zvýšení směnného kursu české koruny použitého pro stanovení ceny zájezdu v průměru o více než 10 %, pokud k této změně dojde do jednadvacátého dne před zahájením zájezdu.⁴⁹ Správnou odpovědí na otázku položenou respondentům tedy byla možnost B) Ano za určitých podmínek. V této oblasti byli tedy znalosti respondentů oproti předchozím otázkám na nadprůměrné úrovni, neboť celých 74 % respondentů odpovědělo správně. Přesto je zřejmé, že pro zlepšení informovanosti spotřebitelů je zde zejména s ohledem na to, že dotazníky byly distribuovány přes webové stránky zaměřené na cestování, tedy lidem, kteří obvykle cestovní kanceláře více či méně využívají, prostor pro určité zlepšení.

Graf č. 7: Je cestovní kancelář oprávněna změnit stanovenou cenu zájezdu po uzavření smlouvy?



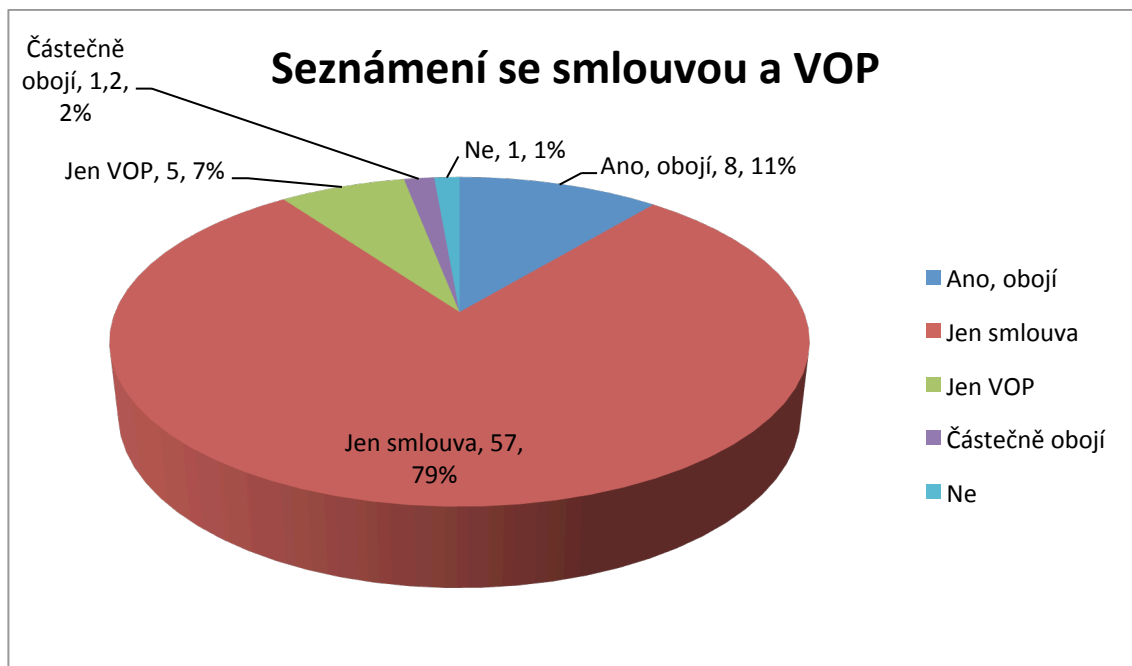
⁴⁹ Cestujete s cestovní kanceláří: Změna cestovní smlouvy. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. 2012 [cit. 2014-02-09]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Dovolena-bez-starosti/Cestujete-s-cestovni-kancelari>.

Další otázka, byla od některých výše uvedených mírně odlišná, neboť zjišťovala subjektivní chování spotřebitele při podpisu smlouvy o zájezdu. Otázka byla následující: „*Jste vždy před podpisem smlouvy seznámeni s obsahem smlouvy a všeobecnými podmínkami cestovní kanceláře?*“ Odpovědi, které byly respondentům v dotazníku nabízeny, byly následující:

- **A)** Ano, s obojím,
- **B)** Jen s obsahem smlouvy,
- **C)** Jen se všeobecnými podmínkami,
- **D)** Částečně (jen rychle pročtu nejdůležitější pasáže)
- **E)** Ne.

V odpovědi na tuto otázku pouze 8 respondentů uvedlo, že jsou seznámeni, jak s obsahem smlouvy, tak s všeobecnými podmínkami. Nejvíce respondentů, celkem 57 uvedlo, že je seznámeno pouze s obsahem smlouvy, pouze se všeobecnými podmínkami bývá seznámeno jen 5 respondentů a 41 respondentů uvedlo, že jen rychle pročte nejdůležitější pasáže obou dokumentů. Pouze jeden respondent nebývá se smlouvou a všeobecnými podmínkami seznámen vůbec. Tento výsledek poukazuje na to, že spotřebitelé obvykle vědí, že se mají se smlouvou a se všeobecnými podmínkami cestovní kanceláře seznámit, nicméně velmi často tak z různých důvodů nečiní v potřebném rozsahu. I přesto se však většina respondentů snaží si alespoň nejdůležitější otázky pohlídat ještě před samotným podpisem smlouvy o zájezdu. Pouhých 11% respondentů se před podpisem smlouvy o zájezdu seznamuje podrobně s oběma dokumenty.

Graf č. 8: Jste vždy před podpisem smlouvy seznámeni s obsahem smlouvy a všeobecnými podmínkami cestovní kanceláře?



V další otázce jsem zjišťovala, zda respondenti mají zkušenost s reklamací zájezdu či jeho části. Celkem 37 osob uvedlo, že má zkušenosti s reklamací zájezdu, zatímco 75 osob tuto zkušenost nemá. Je tedy zřejmé, že reklamace zájezdu jsou mezi spotřebiteli poměrně častým jevem, je tudíž rovněž potřeba, aby spotřebitelé znali svá práva v případě reklamace zájezdu, popř. jeho části.

Graf č. 9: Máte zkušenosti s reklamací zájezdu či jeho části?



Další otázka se pak opět věnovala otázce reklamace zájezdu spotřebitelem. Otázka zjišťovala, zda spotřebitelé vědí, do kdy mohou po skončení zájezdu zájezd reklamovat. Možnosti odpovědí byly následující:

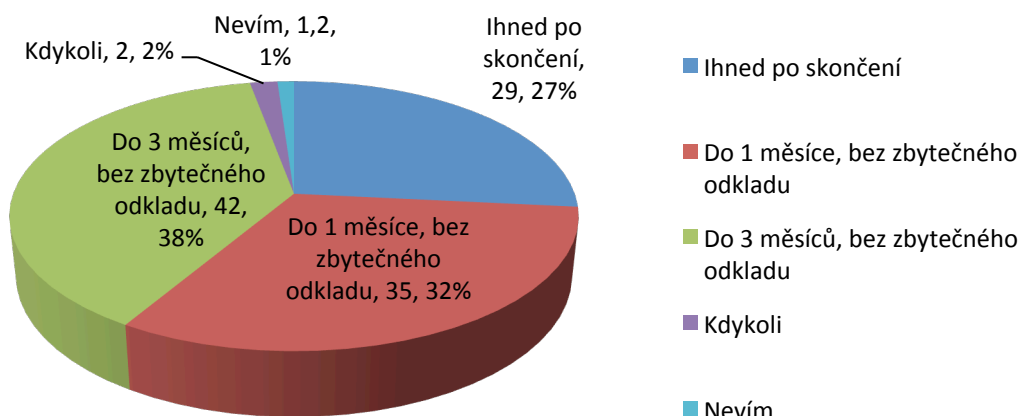
- A) Ihned po skončení,
- B) Do 1 měsíce, avšak bez zbytečného odkladu,
- C) Do 3 měsíců, avšak bez zbytečného odkladu,
- D) Kdykoli,
- E) Nevím.

V případě této otázky se ukázalo, že naprostá většina respondentů neznala správnou odpověď, která měla znít, bez zbytečného odkladu, nejpozději do 3 měsíců, tedy možnost C). 29 respondentů uvedlo, že zájezd je nutné reklamovat ihned po jeho skončení, 35 respondentů se domnívalo, že reklamovat zájezd je možné jen do 1 měsíce od skončení zájezdu, a to bez zbytečného odkladu. Správnou odpověď (možnost C) uvedlo celkem 42 respondentů, 2 respondenti uvedli, že zájezd je možné reklamovat kdykoli a 4 respondenti uvedli, že neví.

V případě této otázky je zjevné, že spotřebitelé nemají správné a dostatečné informace, což může v praxi vést k řadě problémů při reklamaci zájezdu či jeho části. Zde by tedy bylo vhodné se na otázku informovanosti spotřebitele o jeho právech zaměřit a tyto informace by měly být více šířeny např. ve sdělovacích prostředcích, více upozorňovat by na ně mohly také cestovní kanceláře, které však v praxi o to, aby klienti zájezdy reklamovali, nestojí, a tudíž jim současná situace vyhovuje. Cestovní kanceláře totiž v některých případech využívají neznalost spotřebitelů ve svůj prospěch a reklamace tedy v potřebném rozsahu neřeší, popř. se snaží je neřešit.

Graf č. 10: Do kdy je možné reklamovat zájezd, či jeho část?

Do kdy je možné reklamovat zájezd, či jeho část?



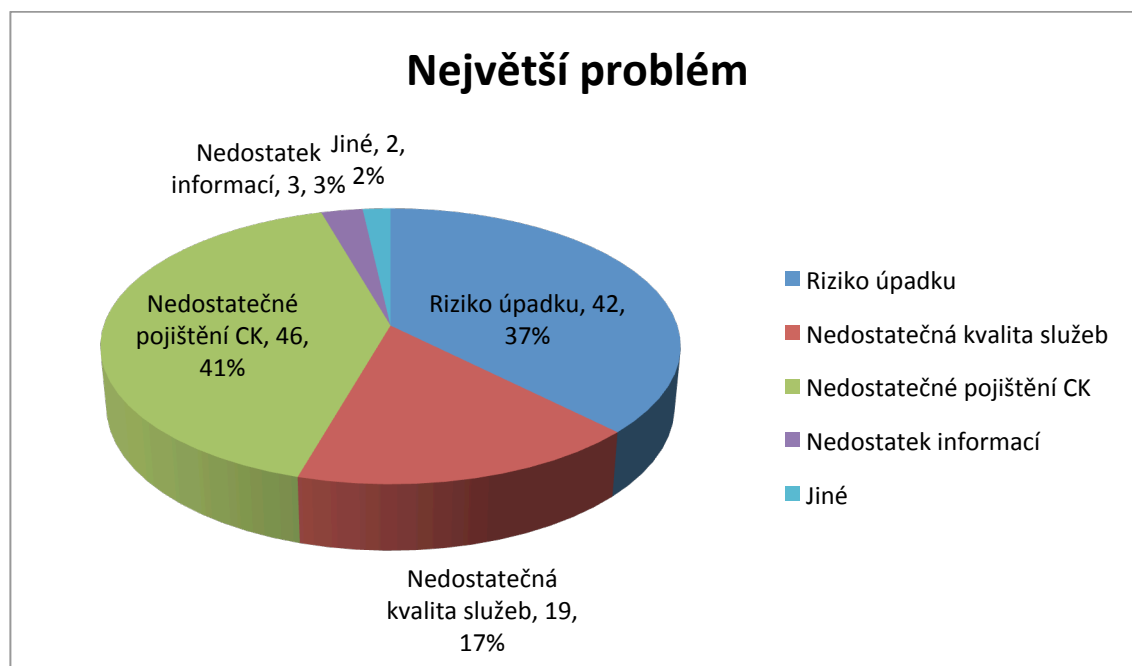
Poslední otázka, která byla respondentům položena, se opět zaměřovala spíše na jejich subjektivní pocit. Otázka zněla následovně: „*Jaký je podle Vás největší problém v souvislosti s cestovními kancelářemi v ČR a s jejich fungováním?*“ Respondentům byly nabízeny následující možnosti odpovědí:

- **A)** Riziko úpadku cestovní kanceláře,
- **B)** Nedostatečná kvalita služeb,
- **C)** Nedostatečné pojištění cestovní kanceláře proti úpadku,
- **D)** Nedostatečné poskytování informací ze strany cestovní kanceláře,
- **E)** Jiné.

Respondenti uvedli, že 42 z nich považuje za největší problém riziko úpadku cestovní kanceláře (A), 19 respondentů označilo za největší problém nedostatečnou kvalitu poskytovaných služeb (B), 46 respondentů označilo za největší problém nedostatečné pojištění cestovních kanceláří proti úpadku (C) a 3 respondenti uvedli jako největší problém nedostatečné informace ze strany cestovní kanceláře (D), zbylí 2 respondenti považovali za největší problém něco jiného (E). Je zřejmé, že ačkoli názory na tuto problematiku byly odlišné, většina respondentů se obávala buď přímo úpadku, nebo nedostatečného pojištění s ním spojeného, které může vést, a jak již bylo v teoretické části uvedeno, v řadě případů také vedlo k tomu, že klientům cestovních

kanceláři nebyla v případě úpadku cestovní kanceláře nahrazena zdaleka plná cena zájezdu, kterou za něj zaplatili.

Graf č. 11: Jaký je podle Vás největší problém v souvislosti s cestovními kancelářemi v ČR a s jejich fungováním?



c) Shrnutí

Z výše analyzovaného dotazníku vyplynulo, že ačkoli respondenti byli spíše vzdělanější lidé, neboť 24 % respondentů tvořili vysokoškoláci, dalších 5 % byli absolventi vyšších odborných škol a 51 % mělo středoškolské vzdělání, jejich povědomí například o možnosti reklamace zájezdu či jeho části bylo poměrně nízké. V této souvislosti je nutné podotknout, že 88 % respondentů cestovní kancelář využívá poměrně pravidelně, tudíž určité povědomí o svých právech ve vztahu k cestovní kanceláři, by respondenti mít měli. Vyšší povědomí měli respondenti například o povinném pojištění proti úpadku, nicméně i zde 36% respondentů neznalo správnou odpověď. Stejně tak u náležitostí smlouvy 40 % respondentů neodpovědělo správně na to, co musí být součástí smlouvy. Poměrně významné procento (27 %) respondentů rovněž nevědělo, zda může cestovní kancelář navýšit cenu po uzavření smlouvy. Nebylo přitom v rámci odpovědí na tuto otázku zjišťováno, zda respondenti znají podmínky, za kterých může cestovní kancelář navýšit cenu zájezdu, a v jaké lhůtě tak

může učinit. Důležitým zjištěním rovněž bylo, že naprostá většina respondentů nevěnuje potřebnou pozornost smlouvě a všeobecným obchodním podmínkám cestovní kanceláře, obvykle respondenti pročtou jen část potřebných dokumentů, či jen některé z nich. Ačkoli velká část respondentů má obavy z krachu cestovní kanceláře, popř. z toho, že nedostanou v takovém případě zpět své prostředky, realita je taková, že jejich informovanost rozhodně není optimální, byť výsledek nebyl s ohledem na to, že na dotazník odpovídali spíše vzdělanější lidé, v řadě otázek nikterak špatný, v některých případech odpověděla většina respondentů správně (např. na otázku o pojištění, co musí být součástí smlouvy nebo možnost změny ceny zájezdu po uzavření smlouvy odpovědělo obvykle správně alespoň 60 % respondentů, v některých případech i téměř ¾ respondentů).

Z průzkumu také vyplynulo, že problémy, spojené s úpadkem cestovní kanceláře, popř. s reklamami zájezdu či jeho částí, zdaleka nejsou neobvyklé. 11 % respondentů se totiž setkalo s úpadkem kanceláře, u které si zaplatili zájezd a celých 33 % respondentů někdy v životě již reklamovalo zájezd či jeho část. S tím souvisí skutečnost, že je skutečně nutné, aby spotřebitelé byli seznámeni se svými právy vůči cestovní kanceláři, neboť je poměrně častým jevem, že zájezd neprobíhá úplně optimálně, a je potřeba, aby spotřebitelé svá práva u cestovní kanceláře následně uplatňovali. Cestovní kanceláře přitom velmi často využívají právě mezer v zákoně a neznalosti spotřebitelů k tomu, aby jejich oprávněné požadavky neakceptovaly a zpochybňovaly.

2. Analýza ochrany spotřebitele ve vybrané cestovní kanceláři

Po poměrně dlouhém výběru a dojednávání podmínek realizace výzkumu, byla pro tuto část bakalářské práce zvolena cestovní kancelář QUICKTOUR s.r.o., kde byli ochotni zodpovědět na mé otázky a umožnili mi použít zjištěné informace adresně v tomto výzkumu. Tato část výzkumu byla realizována prostřednictvím řízeného rozhovoru s manažerkou cestovní kanceláře, který byl s ohledem na časové možnosti obou stran realizován po telefonu a dále prostřednictvím analýzy dokumentů, které jsou buď dostupné z internetových stránek, popř. mi byly zaslány. Výzkum byl přitom zaměřen na pojištění proti úpadku, informační povinnost cestovní kanceláře, smlouvu o

zájezdu, všeobecné obchodní podmínky, možné změny ceny a podmínky realizace zájezdu a zajištění zákonných ustanovení v praxi v cestovní kanceláři, dále byla analyzována možnost odstoupení od smlouvy obou stran smlouvy o zájezdu, možnost cestovního pojištění klientů cestovní kanceláře a poslední otázkou, která byla ve výzkumu řešena, byla ochrana spotřebitele v průběhu zájezdu a zejména její zajištění a praktická realizace ze strany cestovní kanceláře.

a) Představení cestovní kanceláře

Cestovní kancelář QUICKTOUR s.r.o. je od 1. 1. 2010 nástupcem dnes již neexistující cestovní kanceláře Kamil Krupka – QUICKTOUR České Budějovice, která byla založena již v roce 1990. Centrála cestovní kanceláře sídlí v Českých Budějovicích, nicméně již od roku 1995 provozuje tato kancelář pobočku v centru Prahy, další menší pobočky se pak nacházejí ve Voticích (střední Čechy), v Třeboni a v Mirovicích u Písku (jižní Čechy). Cestovní kancelář je členem Asociace českých soukromých cestovních kanceláří a agentur a Hospodářské komory Česká republika – Švýcarsko,⁵⁰ což lze do jisté míry považovat za určitou garanci kvality cestovní kanceláře z hlediska zajištění práv spotřebitelů.

Cestovní kancelář má poměrně široké pole působnosti, nabízí jak poznávací zájezdy, tak i pobytové zájezdy, které jsou realizovány zejména do zemí EU, výjimkou z tohoto pravidla je Srí Lanka. Cílem cestovní kanceláře je poskytovat široké spektrum zájezdů v prvotřídní kvalitě. Svou pozornost obrací k poznávacím a pobytovým zájezdům pořádaným po celé Evropě, přičemž z poznávacích zájezdů se specializuje zejména na Holandsko, Švýcarsko, Francii včetně Korsiky, dále je velice oblíbená Černá Hora a Rakousko se zaměřením na turistiku. Cestovní kancelář nabízí rovněž pobyty v rámci ČR, a to zejména v jižních Čechách a na jižní Moravě. Cestovní kancelář se zaměřuje rovněž na zimní dovolené na horách, které realizuje zejména v Rakousku a na lázeňské a wellness pobyty, zejména se zaměřením na Maďarsko a ČR. Cestovní kancelář rovněž pořádá tzv. eurovíkendy, tedy krátké pobyty zejména v evropských městech. Cestovní kancelář se věnuje rovněž sportovně zaměřeným zájezdům, zajímavostí je, že cestovní kancelář nabízí rovněž zájezd, jehož náplní je

⁵⁰ QUICKTOUR. Kontakty. *QUICKTOUR* [online]. 2012 [cit. 2014-02-09]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/kontakty/>.

golf. Vedle výše uvedeného cestovní kancelář organizuje rovněž školní výlety a zájezdy do některých evropských zemí a jazykové kurzy ve Velké Británii. V předvánočním období nechybí ani adventní zájezdy do měst s typickými adventními trhy v sousedních státech ČR (zejména v Německu a Rakousku). V kanceláři celkově v různých pobočkách stabilně pracuje 10 stálých zaměstnanců společnosti, kteří se otázkou prodeje zájezdu i poskytování veškerých informací zabývají.

b) Pojištění proti úpadku

Zákonem stanovené pojištění proti úpadku má cestovní kancelář QUICKTOUR s.r.o. v současné době (na období od 1. 1. 2014 do 31. 12. 2014) uzavřené u pojišťovny Generali, která patří mezi pět českých pojišťoven, které mohou toto zákonné pojištění cestovním kancelářím poskytovat. Tuto skutečnost je možné si ověřit jednak na webových stránkách pojišťovny Generali,⁵¹ kde je uvedeno i číslo pojistné smlouvy (1710100004). Certifikát (potvrzení) o pojištění u Generali, lze dohledat také na stránkách cestovní kanceláře QUICKTOUR s.r.o.⁵² Informace o zákonném pojištění je rovněž uvedena hned na počátku každého katalogu zájezdů cestovní kanceláře. Ze řízeného rozhovoru vyplynulo, že cestovní kancelář je dále ochotna tuto informaci kdykoli klientovi poskytnout v ústní podobě, pokud si ji klient vyžádá a na pobočce cestovní kanceláře v Českých Budějovicích může klient kdykoli na požádání nahlédnout do originálu pojistné smlouvy, na ostatních provozovnách je k dispozici kopie pojistné smlouvy, do které může klient nahlédnout.

Výše pojistné částky činí 20 000 Kč, což je poměrně vysoká částka, tudíž lze předpokládat, že kancelář není podpojištěna, a nemělo by tudíž dojít k situaci, kdy klientům nebude z pojištění plněno v plné výši, protože pojistná částka již bude vyčerpána. Cestovní kancelář ročně zprostředkuje nějaký typ pobytu zhruba 7 500 klientů.

Z pohledu zákonného pojištění pro případ úpadku nebyly u cestovní kanceláře QUICKTOUR s.r.o. tudíž shledány žádné nedostatky, které by byli v rozporu

⁵¹ GENERALI. Pojištění záruky pro případ úpadku CK. *Generali pojišťovna* [online]. 2014 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.generali.cz/cestovni-kancelare/?q=Quicktour&s=1>.

⁵² QUICKTOUR. Pojistka k pojistné smlouvě 1710100004. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/video/upload/QUICKTOUR-pojistka-Generali-pro-pripad-upadku-2014.pdf>.

s právními předpisy, které upravují ochranu spotřebitele při uzavírání smlouvy o zájezdu.

c) Informační povinnost cestovní kanceláře

S ohledem na to, že cestovní kancelář je povinna informovat zákazníka o celé řadě skutečností, uvádí řadu informací již na svých webových stránkách (www.quicktour.cz). Na webových stránkách jsou dostupné následující dokumenty:⁵³

- Certifikát (potvrzení) o pojištění proti úpadku cestovní kanceláře
- Výpis ze živnostenského rejstříku
- Výpis z obchodního rejstříku
- Všeobecné podmínky 2014
- Cestovní smlouva 2014
- Katalog zájezdů pro rok 2014
- Katalog zimních zájezdů pro sezónu 2013/2014
- Katalog zájezdů pro rok 2013
- Katalog adventních zájezdů 2013

Veškeré výše uvedené dokumenty je možné v tištěné podobě získat rovněž na libovolné pobočce cestovní kanceláře QUICKTOUR s.r.o. Pracovníci na pobočkách jsou také připraveni zodpovědět veškeré otázky zájemců o uzavření smlouvy o zájezdu jak osobně při návštěvě pobočky, tak i prostřednictvím e-mailové nebo telefonické komunikace.

Co se týká obsahu katalogu, se kterým zájemce obvykle přijde do styku jako s prvním, obsahuje následující informace:⁵⁴

⁵³ QUICKTOUR. Dokumenty. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/dokumenty/>.

⁵⁴ QUICKTOUR. Katalog zájezdů 2014. *Cestovní kancelář QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: http://www.quicktour.cz/katalog/KATALOG_QUICKTOUR_2014.pdf.

- Informaci o zákonném pojištění proti úpadku cestovní kanceláře, jak o něm bylo pojednáno již výše v této práci.
- Datum zahájení a datum ukončení všech nabízených zájezdů.
- Cenu veškerých nabízených zájezdů, včetně informací o možných slevách (např. sleva 15 % při zaplacení plné ceny zájezdu do 15. 1. 2014, popř. sleva 10% zájezdu, při zaplacení celé částky do 15. 4. 2014 apod.), u každého zájezdu je rovněž vypočteno, co cena zájezdu zahrnuje, a co naopak nezahrnuje, včetně ceny v případě, že si nezahrnutou službu je možné připlatit. V katalogu je rovněž navržen rozvrh placení, v zásadě je možné zaplatit nejprve 50 % ceny a následně zbylou část, v případě, že má zájemce zájem o slevu, je možné zaplatit celou částku předem v dostatečném předstihu, záloha musí vždy činit alespoň 50 % ceny, což je blíže specifikováno ve všeobecných obchodních podmínkách, které jsou nedílnou součástí katalogu zájezdů. Doplatek zájezdu se pak hradí nejpozději 35 dní před začátkem zájezdu. V případě ceny zájezdu nižší než 1000 Kč se platí celá částka naráz. Zákazník má možnost platit rovněž prostřednictvím šeků společností SODEXHO a CHEQUE DEJENEUR, na což je upozorněn hned na počátku katalogu zájezdů.
- Všeobecné podmínky, které tvoří nedílnou součást katalogu zájezdů, pak upravují požadavky na odstupné placené zákazníkem a výši odstupného, které je odstupňováno podle počtu dnů, od skutečnosti, která zakládá zákazníkovi povinnost k jeho úhradě. Výše odstupného je vyjádřena v procentech ceny zákazníkem objednaného zájezdu, přičemž se pohybuje v rozmezí 10 - 100 % ceny zájezdu.
- Nabídka každého zájezdu obsahuje jasně určené místo určení cesty a místo pobytu, včetně stručné charakteristiky lokality i hotelu, ve kterém bude zákazník ubytován, a jeho umístění v rámci lokality pobytu.
- Katalog dále obsahuje způsob dopravy do místa pobytu, přičemž v této oblasti cestovní kancelář velmi často nabízí i možnost vlastní dopravy, v takovém případě pak doprava zajištěná cestovní kanceláří (často autobusová) není v ceně zájezdu, je tedy nutné si ji přioobjednat zvlášť,

nicméně její cena je uvedena hned v katalogu, s informací, že samotná cena zájezdu nezahrnuje cenu dopravy. V některých případech, zejména v případě vzdálenějších lokalit je nabízena rovněž letecká doprava.

- Katalog obsahuje informace o ubytování, tj. názvu hotelu či penzionu, jeho poloze v rámci lokality zájezdu, základní charakteristiku hotelu informace o ubytování, katalog uvádí, zda je ubytování realizováno v hotelu, v penzionu nebo v bungalovech, chatkách, či hostelech a uvádí rovněž jejich kategorii prostřednictvím počtu hvězdiček. Katalog rovněž uvádí informace o vybavení pokojů či bungalovů i samotného hotelu či penzionu.
- Katalog u každého zájezdu rovněž uvádí, zda je v ceně stravování, a o jaké stravování se jedná, tedy, zda o polopenzi či plnou penzi, podrobněji bývá uvedeno rovněž, co stravování zahrnuje, z kolika jídel bývá na výběr, jakým způsobem je organizováno (forma bufetu, výběr jídel předem apod.).
- Především u poznávacích zájezdů pak katalog obsahuje předpokládanou trasu zájezdu včetně načasování a míst jednotlivých zastávek s jejich základní charakteristikou, v případě, že se jedná o jiný typ zájezdu než je poznávací zájezd, je informace o trase, kterou se klient dostane do místa pobytu jen velmi stručná. Vždy jsou uvedena veškerá místa odjezdu v ČR.
- Ve všeobecných obchodních podmínkách je pak uvedeno, že zákazník má povinnost zajistit si platné cestovní doklady a váza včetně případných potřebných lékařských potvrzení. Katalog však nikde u zájezdů konkrétně neuvádí, zda, a do které země jsou tyto náležitosti potřeba. Pracovnice kanceláře v rámci řízeného rozhovoru uvedla, že naprostá většina nabízených zájezdů je organizována od zemí EU, kde není třeba mít cestovní pas či vízum, nejsou ani potřeba žádná speciální očkování. Pokud tomu tak v případě některého zájezdu je, je na to zákazník upozorněn při zakoupení zájezdu na pobočce cestovní kanceláře. Dle mého názoru by však bylo vhodné uvést např. informaci, že do zemí EU

lze cestovat pouze na občanský průkaz, cestovní pas ani vízum není potřeba, přímo v katalogu.

- U zájezdů, u kterých je požadován minimální počet zákazníků, je tento počet vždy výslovně uveden v katalogu. U většiny zájezdů cestovní kanceláře tento počet stanoven je, a tudíž je i uveden. Všeobecné podmínky pak stanoví, že podmínkou realizace zájezdu je dosažení minimálního počtu zákazníků. Ve všeobecných podmínkách je rovněž uvedeno, že tohoto počtu musí být dosaženo alespoň 10 dní před datem zahájení zájezdu.
- U každého zájezdu je uvedeno, zda zájezd zahrnuje či nezahrnuje komplexní cestovní pojištění, přičemž v zásadě platí, že cestovní pojištění zahrnuto v ceně zájezdu není a je možné v cestovní kanceláři přikoupit cestovní pojištění Turista od České pojišťovny, což je uvedeno na konci katalogu, a čehož klienti cestovní kanceláře obvykle využívají.
- V případě poznávacích zájezdů katalog zahrnuje podrobné informace o programu každého dne zájezdu. V případě pobytových zájezdů je vždy uvedena informace o tom, jaké aktivity je možné v místě pobytu zdarma i za poplatek provozovat, jaké možnosti nabízí přímo ubytovací zařízení apod.
- Ve všeobecných podmínkách, které jsou nedílnou součástí katalogu, je uvedeno, že zákazník je oprávněn písemně cestovní kanceláři oznámit, že se místo něj zájezdu zúčastní jiná osoba, přičemž lhůty pro toto oznámení jsou upraveny rovněž ve všeobecných podmínkách.

Na základě výše uvedené analýzy bylo zjištěno, že zákazník předtím než si zakoupí u cestovní kanceláře zájezd, obdrží veškeré informace, které mu má cestovní kancelář povinnost poskytnout. Cestovní kancelář v katalogu zájezdů uvádí, že všeobecné podmínky jsou nedílnou součástí katalogu, čímž zajišťuje splnění zákonných požadavků. V praxi jsou všeobecné podmínky vždy vloženy v každém jednotlivém katalogu, a pokud by se v některém případě stalo, že by vloženy nebyly, je zákazník upozorněn na to, že jsou součástí katalogu viditelným textem v úvodu katalogu, tudíž by si je mohl vyžádat, popř. dohledat na webové stránce, kde jsou dostupné. V praxi je

však tato skutečnost pracovníky kontrolována, popř. by si toho pracovník všiml při předání katalogu zákazníkovi, a tudíž k tomuto faktickému nedostatku nedochází.

d) Smlouva o zájezdu a všeobecné obchodní podmínky

Smlouva o zájezdu,⁵⁵ která je uzavírána mezi QUICKTOUR s.r.o. a zákazníkem má písemnou formu a lze ji zařadit mezi formulářové smlouvy, kam jsou na základě klientovi objednávky pouze doplněny některé informace. Tomu odpovídá skutečnost, že smlouva je na internetových stránkách dostupná v excelu⁵⁶ a na provozovnách mají zaměstnanci cestovní kanceláře tentýž formulář, který vyplňují v počítači a následně vytisknou a podepíší, a přidají otisk razítka za stranu cestovní kanceláře, a nechají podepsat zákazníka. Smlouva bývá vyhotovena ve dvou stejnopisech, přičemž jeden dostává zákazník, a druhý zůstává v cestovní kanceláři, formulář je rovněž uložen v počítačovém systému cestovní kanceláře, aby s ním mohlo být dále snadno pracováno. S ohledem na to, že smlouva je uzavřena písemně a klient dostává jedno vyhotovení smlouvy, není potřeba klientovi poskytovat potvrzení o uzavření smlouvy, neboť toto potvrzení je nahrazeno stejnopisem smlouvy v souladu s ustanovením § 2525 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku.⁵⁷ Smlouva je s ohledem na její formulářový způsob vyplnění přehledná, jednoduchá a domnívám se, že pro běžného zákazníka srozumitelná.

Smlouva obsahuje následující údaje:⁵⁸

- Základní údaje jako číslo smlouvy, kód zájezdu, a minimální počet účastníků zájezdu, identifikaci cestovní kanceláře.
- Vymezení zájezdu – zde je uveden termín zájezdu, země pobytu, místo pobytu, název ubytovacího zařízení, typ ubytování, kategorie ubytování, způsob dopravy a místo odjezdu, pokud si klient nezajišťuje vlastní dopravu, informace o stravování, které je v ceně zájezdu.

⁵⁵ Smlouva je přílohou č. 1 této práce.

⁵⁶ QUICKTOUR. Smlouva o zájezdu 2014. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/dokumenty/>.

⁵⁷ § 2525 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.

⁵⁸ QUICKTOUR. Smlouva o zájezdu 2014. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/dokumenty/>.

- Smlouva dále obsahuje informace o cestovním pojištění, pokud je uzavíráno spolu se smlouvou.
- Údaje o zákazníkovi- tedy jméno, titul, datum narození, adresu trvalého bydliště a kontaktní telefon. Stejné údaje jsou ve smlouvě obsaženy i o ostatních osobách, které se spolu se zákazníkem zájezdu zúčastní.
- Údaje o ceně zájezdu a dalších služeb, které nejsou v základní ceně zájezdu, ale zákazník si je v cestovní kanceláři přibjednal, případně i údaj o slevě pro zákazníka a celkovou částku, kterou se zákazník zavazuje zaplatit. Informace o způsobu platby. Pro účely platby je pak uveden i variabilní symbol, se kterým má zákazník platbu provést, pokud neplatí hotově na pobočce cestovní kanceláře.
- Podpis účastníka, otisk razítka a podpis pracovníka cestovní kanceláře, datum uzavření smlouvy o zájezdu.

K stejnopisu smlouvy jsou pak v praxi zákazníkovi vždy vydávány rovněž všeobecné obchodní podmínky cestovní kanceláře v tištěné podobě, aby bylo zajištěno, že zákazník bude informován o veškerých náležitostech, se kterými musí být podle zákona seznámen.

Všeobecné obchodní podmínky⁵⁹ obsahují následující informace:

- Podmínky realizace zájezdu, zde je například uvedeno, že za předpokladu, že je stanoven minimální počet zákazníků pro realizaci zájezdu, je nutné, aby tento minimální počet zákazníků byl splněn alespoň 10 dní před realizací zájezdu. Je zde rovněž obsažena možnost cestovní kanceláře stanovit speciální podmínky, které musí zákazník splňovat, aby se mohl zájezdu účastnit. Tato část obsahuje rovněž možnost zákazníka oznámit cestovní kanceláři, že se místo něj zúčastní zájezdu jiná osoba, poplatky spojené se změnou jsou pak uvedeny v jiné části (odstupné).

⁵⁹ QUICKTOUR. Všeobecné obchodní podmínky 2014. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/video/upload/Vseobecne-podminky-Quicktour-2014.pdf>.

- Pravidla pro platby. Obchodní podmínky uvádí, že v případě, že je cena zájezdu nižší než 1000 Kč, platí zákazník celou částku ihned. V případě vyšší ceny je možné zaplatit nejprve zálohu, která musí činit minimálně 50 % ceny zájezdu, doplatek je pak nutné zaplatit nejpozději 35 dní před začátkem zájezdu. V případě, že je smlouva o zájezdu uzavřena 35 dní před zahájením zájezdu, nebo později, je cenu zájezdu nutné zaplatit celou naráz.
- Zvýšení ceny zájezdu je rovněž obsaženo ve všeobecných podmínkách, bude o něm však pojednáno v následující podkapitole.
- Povinnosti cestovní kanceláře v souvislosti s uzavíráním smlouvy o zájezdu. Cestovní kancelář je především povinna nejpozději do 7 dnů před zahájením zájezdu poskytnout zákazníkovi písemně další podrobné informace o všech skutečnostech, které jsou pro zákazníka důležité a které jsou jí známy, pokud nejsou obsaženy již ve smlouvě nebo v katalogu, který byl zákazníkovi předán. Jedná se např. o kontakt na osobu, na kterou se zákazník může v místě pobytu obrátit v případě nesnází, upřesnění informací o ceně služeb, které nejsou zahrnuty v ceně zájezdu apod.
- Změna podmínek smlouvy, tato možnost je rozdělena pro případy, kdy dochází ke změně ze strany kanceláře, a pro případy, kdy ke změně dochází ze strany zákazníka. Místo zákazníka se může zájezdu zúčastnit jiná osoba (za poplatek ve výši 200 Kč, pokud je tato informace sdělena cestovní kanceláři alespoň 11 před zahájením zájezdu, pokud je cestovní kancelář informována později, stojí změna 500 Kč), cestovní kancelář musí v případě zásadních změn navrhnout změnu cestovní smlouvy, co se týká dílčích programových změn, oznamuje je kancelář zákazníkovi bez zbytečného odkladu.
- Odstoupení od smlouvy. Podrobněji bude rozebráno v kapitole g).
- Odstupné. Rovněž bude podrobněji rozebráno v kapitole g).

- Odpovědnost cestovní kanceláře. Neobecné obchodní podmínky uvádějí, že „*cestovní kancelář odpovídá zákazníkovi za porušení závazků vyplývajících z uzavřené smlouvy bez ohledu na to, zda tyto závazky mají být splněny cestovní kanceláří nebo jinými dodavateli služeb cestovního ruchu poskytovaných v rámci zájezdu. Nesplní-li cestovní kancelář své povinnosti vyplývající ze smlouvy nebo tohoto zákona řádně a včas, musí zákazník uplatnit své právo u cestovní kanceláře bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 1 měsíce od skončení zájezdu nebo v případě, že se zájezd neuskutečnil, ode dne, kdy měl být zájezd ukončen podle smlouvy, jinak právo zaniká.*“⁶⁰
- Porušení smlouvy v průběhu zájezdu. Jedná se o porušení povinností ze strany cestovní kanceláře, kdy zákazníkovi nebyly poskytnuty sjednané služby či jejich část. Zákazník má podle podmínek povinnost uplatnit reklamaci bez zbytečného odkladu u zástupce cestovní kanceláře v místě pobytu, cestovní kancelář má pak povinnost sjednat náhradu, popř. vrátit zákazníkovi část zaplacené ceny, na což mu zástupce cestovní kanceláře vystaví voucher, na jehož základě je pak zákazníkovi cestovní kanceláří vrácena část zaplacené ceny zájezdu. Z řízeného rozhovoru v této souvislosti vyplynulo, že ve výjimečných případech se stává, že zákazníka není možné ubytovat v ubytovacím zařízení, které bylo původně inzerováno a sjednáno v cestovní smlouvě, což vede k tomu, že zákazník bývá ubytován v jiném zařízení, které se někdy liší např. kategorií, popř. i některými doplňkovými službami (např. některé hotely mají bazén, jiné ne apod.), což vede k tomu, že zákazníkovi je pak vrácen rozdíl v ceně ubytování. Kancelář se v případě tohoto typu problémů snaží situaci se zákazníkem řešit tak, aby zákazník nebyl nespokojen, a vedle vrácení rozdílu v ceně nabízí navíc obvykle např. slevu ve výši 10 % na libovolný další zájezd u ní zakoupený.
- Pojištění. Podrobněji bude analyzováno v kapitole h).

⁶⁰ QUICKTOUR. Všeobecné obchodní podmínky 2014. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/video/upload/Vseobecne-podminky-Quicktour-2014.pdf>.

- Závěrečná ustanovení. Zákazník potvrzuje, že se s podmínkami seznámil, potvrzuje, že veškeré jím uvedené údaje jsou správné apod. Je zde zakomponována i povinnost zákazníka zajistit si platné cestovní doklady a víza, popř. i další náležitosti, které jsou nutné k vycestování do konkrétní země. Je zde rovněž uvedeno, že podmínky platí od 1. 1. 2014.

Praktickým, nikoli legálním nedostatkem všeobecných podmínek je skutečnost, že jsou vyvedeny poměrně malým písmem, což vede k tomu, že celé všeobecné podmínky jsou sice obvykle vytištěny na 1 stranu A4, nicméně v tištěné jsou leckdy obtížně čitelné, v elektronické verzi je možné si podmínky zvětšit.

e) Možnost změny ceny po zakoupení zájezdu

Cestovní kancelář si zde vyhrazuje možnost zvýšit cenu zájezdu, za předpokladu, že v době, která činí více, než 20 dnů před zahájením zájezdu dojde k následujícím skutečnostem: zvýšení ceny za dopravu včetně cen pohonných hmot, nebo zvýšení plateb spojených s dopravou, např. letištních a přístavních poplatků, které jsou zahrnuty v ceně zájezdu, nebo dojde ke zvýšení směnného kurzu české koruny použitého pro stanovení ceny zájezdu v průměru o více než 10%. Tato úprava zvýšení ceny je plně v souladu se zákonnou úpravou.

Na základě řízeného rozhovoru bylo zjištěno, že k této situaci dochází jen ve výjimečných případech, pokud měl klient zájezd zakoupený delší dobu dopředu, což není příliš častým jevem. Pokud k tomu dojde, pracovníci cestovní kanceláře zákazníkovi volají na kontaktní telefon, který uvedl ve smlouvě ihned, jakmile se o změně dozví, přičemž informace po dohodě se zákazníkem zasílají také poštou, případně i e-mailem, pokud jim ho zákazník sdělí. Situace je v rámci telefonického rozhovoru zákazníkovi vysvětlena a je požádán o doplacení rozdílu ceny.

f) Podmínky realizace zájezdu

Zájezd se realizuje za předpokladu, že je alespoň 10 dní před zahájením zájezdu dosaženo minimálního počtu klientů, který je u zájezdu, kde je tato podmínka stanovena uveden v katalogu a rovněž ve smlouvě o zájezdu. Cestovní kancelář je povinna informovat písemně zákazníka o zrušení zájezdu z důvodu nedosažení minimálního

počtu zákazníků nejpozději 10 dní před stanoveným datem poskytnutí první služby. Cestovní kancelář si ve všeobecných podmínkách dále vyhradila, že může v katalogu nebo v poznámce smlouvy stanovit zvláštní podmínky, které musí zákazník splňovat pro účast na konkrétním zájezdu.

g) Odstoupení od smlouvy

Jedná o případy, kdy může od smlouvy odstoupit cestovní kancelář, a o případy, kdy tak může učinit zákazník. Obě situace jsou upraveny ve všeobecných obchodních podmínkách. Cestovní kancelář smí odstoupit od smlouvy jen z důvodu zrušení zájezdu nebo kvůli porušení povinností ze strany zákazníka. Zákazník je oprávněn odstoupit od smlouvy kdykoli.

S ohledem na skutečnost, že cestovní kancelář realizuje i výlety, pobytové a poznávací zájezdy pro školy, schází v úpravě odstupní od smlouvy ve všeobecných podmínkách reflexe ustanovení § 2546 občanského zákoníku, kde je tančeno, že:

„Pořadatel nemá právo na odstupné, odstoupí-li zákazník od smlouvy před zahájením školního pobytu proto, že mu pořadatel nesdělil ani v předstihu dvou týdnů

- a) jméno a adresu hostitele, u něhož bude žák po příjezdu ubytován, a*
- b) jméno a adresu pověřené osoby (koordinátora) v zemi školního pobytu, u níž lze požadovat pomoc, a údaj o možnosti spojit se s ní.“⁶¹*

Toto právo sice zákazníkovi vyplývá přímo ze zákona, s ohledem na to, že cestovní kancelář v řadě ustanovení poměrně striktně reflektuje ustanovení zákona, bylo by vhodné doplnit i tuto informaci přímo do všeobecných obchodních podmínek.

Ve všeobecných podmínkách je uvedena tabulka, podle které se počítá odstupné, pokud zákazník odstoupí od smlouvy, či dojde ke změně osoby, která se zájezdu zúčastní, výpočet je stanoven na základě toho, jak dlouho před začátkem zájezdu zákazník odstoupí od cestovní smlouvy.

⁶¹ § 2525 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.

Z realizovaného rozhovoru vyplynulo, že odstoupení od smlouvy ze strany cestovní kanceláře i ze strany zákazníků je naprosto výjimečným jevem, zákazníci obvykle volí variantu, že místo nich jede na zájezd jiná osoba, za což cestovní kanceláři zaplatí maximálně 500 Kč, tudíž je tato varianta pro ně znatelně výhodnější, než zájezd rušit.

h) Cestovní pojištění klientů

Cestovní pojištění není zahrnuto do ceny zájezdu, nicméně jak uvádí cestovní kancelář ve všeobecných podmínkách, sjednání takového pojištění je nutnou podmínkou účasti na zájezdu, v opačném případě nebude zákazníkovi účast umožněna. Zákazník má samozřejmě možnost sjednat si tento typ pojištění u libovolné pojišťovny. Cestovní kancelář nabízí ve spolupráci s Českou pojišťovnou cestovní pojištění TURISTA. Možnost uzavřít pojištění TURISTA přímo v cestovní kanceláři spolu se smlouvou o zájezdu je inzerována jak v katalogu, tak ve všeobecných podmínkách a rovněž na webových stránkách, pracovníci cestovní kanceláře se klienta při uzavření smlouvy o zájezdu vždy ptají, zda má o toto pojištění zájem, v případě, že klient zájem nemá, jej upozorní na nutnost uzavřít cestovní pojištění u libovolné pojišťovny před tím, než se zúčastní zájezdu.

i) Ochrana spotřebitele v průběhu zájezdu

Ochrana klienta v průběhu zájezdu je realizována na základě smlouvy o zájezdu a všeobecných obchodních podmínek cestovní kanceláře QUICKTOUR s.r.o. V případě, že v průběhu zájezdu dojde k porušení smlouvy o zájezdu ze strany cestovní kanceláře, v případě, že spotřebiteli nebyly poskytnuty sjednané služby či jejich část. Zákazník má podle podmínek povinnost uplatnit reklamaci bez zbytečného odkladu u zástupce cestovní kanceláře v místě pobytu, cestovní kancelář má pak povinnost sjednat náhradu, popř. vrátit zákazníkovi část zaplacené ceny, na což mu zástupce cestovní kanceláře vystaví voucher, na jehož základě je pak zákazníkovi cestovní kanceláří vrácena část zaplacené ceny zájezdu. Zástupce cestovní kanceláře (delegát) je přítomen v každém letovisku, kam cestovní kancelář pořádá zájezdy, přičemž zákazníci dostávají telefonní kontakt na delegáta a první den zájezdu se s delegátem koná cca hodinová

schůzka, kde jim delegát mimo jiné sdělí i informace, kde a kdy je k zastižení, zákazníci jsou tedy dostatečně informováni, na koho se v případě problémů obrátit.

Zástupci cestovní kanceláře v místě pobytu spotřebitelům rovněž pomáhají v případech obtíží, typicky se jedná o situace, kdy např. dojde k okradení spotřebitele a potřebuje tuto skutečnost vyřídit na policii v daném státě, popř. se spojit s českým konzulátem v konkrétní zemi. Občas se cestovní kancelář setkává se situacemi, kdy delegáti pomáhají dále řešit např. zdravotní problémy účastníků zájezdu.

Pro případ úpadku cestovní kanceláře je cestovní kancelář dostatečně pojištěna, problémy související s úhradou nákladů na pobyt a cestu zpět již započatého zájezdu, by tudíž neměly v případě úpadku cestovní kanceláře nastat.

3. Zpracovatelské návrhy a opatření

Na prvním místě bych chtěla analyzovat výsledky první části praktické části, kde byly analyzovány znalosti řadových spotřebitelů o jejich právech ve vztahu k cestovní kanceláři a o povinnostech cestovní kanceláře v oblasti ochrany spotřebitele. Zde ačkoli respondenti byli spíše vzdělanější lidé, kteří navíc ve většině případů služby cestovních kanceláří využívají, jejich povědomí, o některých jejich oprávněních ve vztahu k cestovní kanceláři bylo poměrně nízké. V této souvislosti je na jednu stranu nutné vzít v potaz, že průzkum byl realizován v lednu roku 2014, tedy krátce po vstupu v účinnost nového občanského zákoníku, nelze tudíž od laické veřejnosti očekávat podrobnou znalost nového zákona, přesto se však domnívám, že by bylo vhodné, aby veřejnost byla více informována o svých právech ve vztahu k cestovní kanceláři např. prostřednictvím kampaní na internetu, v tisku či v televizi apod.

Pokud se zaměříme na analýzu ochrany spotřebitele v cestovní kanceláři QUICKTOUR s.r.o., z výše uvedeného je zřejmé, že cestovní kancelář se v zásadě řídí zákonem a řadu jeho ustanovení přebírá i do svých všeobecných podmínek. Katalogy obsahují vše, co obsahovat podle zákona mají, smlouva je vyhotovována písemně, přičemž klient dostává jedno vyhotovení, tudíž zákonné požadavky jsou splněny. Velmi pozitivně hodnotím jednoduchost a přehlednost formulářové smlouvy. Další pozitivní aspekt, který byl v analýze zjištěn, že cestovní kancelář při rozhovoru se zákazníky,

kteří uzavírají smlouvu o zájezdu na pobočce, upozorňuje zákazníky na nejdůležitější ustanovení smlouvy a zejména všeobecných obchodních podmínek i ústní formou. Pozitivně rovněž hodnotím, že v případě, kdy zákazník reklamuje služby kanceláře, např. z důvodu nedostatků v ubytování, kancelář nabízí i určitý bonus nad rámec zákona, např. ve formě slevy na příští zájezd zakoupený u této cestovní kanceláře.

Přesto se však domnívám, že by bylo vhodné učinit drobné změny v otázce ochrany spotřebitele. S ohledem na to, že cestovní kancelář se mimo jiné věnuje i zájezdům pro školy, bylo by vhodné zakomponovat do všeobecných obchodních podmínek i ustanovení § 2546 občanského zákoníku, které umožňuje spotřebiteli odstoupit za určitých podmínek od smlouvy, neboť ačkoli spotřebitel toto právo má na základě zákona, z výše uvedeného dotazníku, kteří spotřebitelé vyplňovali je zřejmé, že se v problematice velmi často příliš dobře neorientují.

Dále se domnívám, že výše odstupného, která se v případě odstoupení klienta od smlouvy pohybuje v rozmezí 10-100 % by mohla být zejména v případech, kdy je odstupné 80 % nebo 100 % o něco nižší, mělo by stačit 80 % pro případ, kdy zákazník odstoupí od smlouvy méně než 9 dní před zájezdem, pro ostatní případy by mělo stačit ještě menší procento. Skutečnost je totiž taková, že klient v tuto chvíli nečerpá žádné služby, tudíž zde není důvod pro to, aby storno poplatek činil celých 100 %, byť je zřejmé, že cestovní kancelář již patrně měla nějaké náklady se zákazníkem.

Rovněž by podle mého názoru bylo vhodné, aby všeobecné podmínky, které zákazníci dostávají v tištěné podobě, byly vytištěny větším písmem, než jsou aktuálně, neboť pro řadu spotřebitelů jsou opravdu obtížně čitelné. V internetové verzi byla jejich velikost optimální v případě, že byly zvětšeny na 130%. Ačkoli obchodní podmínky jsou v souladu se zákonem, může tato skutečnost působit na spotřebitele nedůvěryhodně.

4. Doporučení pro zákazníky cestovních kanceláří v případě krachu cestovní kanceláře

Práce si kladla za cíl odpovědět na otázku „jakým způsobem by měl zákazník nejlépe postupovat v případě, že se dostane do situace, kdy cestovní kancelář zkrachuje,

a zákazník je buď právě na zájezdu, nebo má zájezd již zaplacený, ale ještě na něj neodcestoval?“

V obou výše uvedených případech, by prvním, ještě preventivním krokem, měla být kontrola pojištění záruky pro případ úpadku u cestovní kanceláře, se kterou se zákazník chystá odjet na dovolenou.

V případě, že se zákazník v době úpadku cestovní kanceláře nachází v zahraničí, postará se o něj pojišťovna, u níž je cestovní kancelář pojištěna. To však rozhodně neznamená, že zákazník nemá dělat vůbec nic, naopak. V případě, že je místě delegát cestovní kanceláře, je nejvhodnější kontaktovat nejprve delegáta a domluvit se s ním, zda již komunikoval nebo bude komunikovat s pojišťovnou, u níž je cestovní kancelář pojištěna. Situaci totiž vždy zjednoduší, pokud za skupinu turistů v jedné lokalitě komunikuje s pojišťovnou jen jedna osoba. Pokud delegát není k dispozici, je nutné, aby zákazníci sami kontaktovali asistenční službu pojišťovny. Asistenční služba musí nejprve zmapovat situaci a zjistit, kolik je v dané destinaci klientů, v jakém jsou stavu a které služby CK uhradila a které ne, je tedy vhodné se nejprve domluvit s ostatními účastníky zájezdu a následně asistenční službě poskytnout co nejkomplexnější informace. Následně pak pojišťovna celou situaci řeší. Nejčastěji náhradním ubytováním, zajišťuje transport mezi hotely a letištěm, ale i potřebné léky a zdravotnické pomůcky, kojenecké potřeby, lékaře na telefonu či tlumočení při jednání s úřady a zajistí návrat do republiky.⁶² V žádném případě nelze doporučit zajišťovat si cestu zpět do ČR samostatně.

Po návratu domů z dovolené je pak možné domáhat se peněz, za které byl zájezd zakoupen, resp. je možné si nárokovat tu část z ceny zájezdu, kterou nebylo možné využít kvůli krachu cestovní kanceláře. Nelze se však domáhat náhrady za využitou část zájezdu.⁶³

⁶² KLIMÁNKOVÁ, G. Co dělat v případě, že zkrachovala vaše cestovní kancelář?. *Měsíc* [online]. 2012 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/aktuality/co-delat-v-pripade-ze-zkrachovala-vase-cestovni-kancelar/>.

⁶³ HOLÝ, David. Automobil Cestování Pojištění odpovědnosti Užitečná pojištění Úspory Co dělat, když zkrachuje Vaše cestovní kancelář. *E-pojištění* [online]. [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.epojisteni.cz/aktuality-co-delat-kdyz-zkrachuje-cestovni-kancelar/>.

Pokud zákazník zájezd již zaplatil, ale ještě na něj nestačil odcestovat, je postup pochopitelně jiný. Při krachu cestovní kanceláře před uskutečněním zájezdu je situace snazší, stačí se totiž u pojišťovny, kde je cestovní kancelář pojištěna proti úpadku do půl roku přihlásit o peníze, které zákazník již cestovní kanceláři zaplatil, nezávisle na tom, zda se jednalo pouze o zálohu, či o celou cenu zájezdu. jste už CK zaplatili, ať už jde o zálohu, nebo plnou cenu zájezdu.⁶⁴

⁶⁴ HOLÝ, David. Automobil Cestování Pojištění odpovědnosti Užitečná pojištění Úspory Co dělat, když zkrachuje Vaše cestovní kancelář. *E-pojištění* [online]. [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.epojisteni.cz/aktuality-co-delat-kdyz-zkrachuje-cestovni-kancelar/>.

Zhodnocení dosažení stanovených cílů bakalářské práce

Cílem této práce byla analýza práv klientů cestovní kanceláře a jejich realizace se zaměřením na reklamační řízení zájezdů do zahraničí podle občanského zákoníku a zákona na ochranu spotřebitele v závislosti na znění nového občanského zákoníku. V této souvislosti je nutné zmínit, že klient cestovní kanceláře jako spotřebitel má poměrně významná práva, jak se bránit proti nesprávnému, popř. nezákonnému postupu cestovní kanceláře a je českými právními předpisy poměrně dobře chráněn. Je však vždy nutné uplatnit své nároky a reklamace včas, jinak pojišťovna nevyplatí plnění a ani cestovní kancelář reklamaci nevyřídí. V praxi se však při některých řízeních o reklamaci a pojistných událostech zjistilo, že některé cestovní kanceláře byly významně podpojištěny, což práva spotřebitele významně ohrozilo.

Jedním z cílů mé bakalářské práce bylo zhodnocení, zda vybraná česká cestovní kancelář jako poskytovatel služeb cestovního ruchu, je také poskytovatelem ochrany pro spotřebitele. Bylo zjištěno, že cestovní kancelář QUICKTOUR s.r.o., ve které byl výzkum prováděn, se v otázkách ochrany spotřebitele řídí zákonem, přičemž v některých případech se v zájmu spotřebitele snaží spotřebiteli vyjít vstříc a poskytuje informace, které jsou uvedené v katalogu, smlouvě o zájezdu a všeobecných obchodních podmínkách rovněž ústní formou, resp. upozorňuje na nejdůležitější pasáže při nákupu zájezdu na pobočce. Co se týká pojištění proti úpadku je kancelář pojištěna dostatečně, aby nedochází tedy k podpojištění a k riziku, že pojišťovna bude spotřebiteli plnit méně, než byly jeho náklady.

Vedlejší cíle práce byly pak koncipovány pak jednak jako analýza trhu pojištění cestovních kanceláří pro případ úpadku a nastínění vybraných případů krachu cestovních kanceláří a s tím související finanční dopady na zákazníka takové kanceláře, a dále bylo cílem práce dotazníkovým šetřením zjistit, zda mají účastníci cestovního ruchu jako klienti českých cestovních kanceláří povědomí o svých právech a povinnostech. Veškerým cílům, které jsem si v úvodu práce vytyčila, jsem se v práci také věnovala, tudíž byly nesporně naplněny, byť s ohledem na rozsah bakalářské práce, by bylo možné v řadě otázek provést i hlubší a podrobnější studii, než byla provedena.

Co se týká pojištění cestovních kanceláří, je možné se pojistit jen u vybraných pěti kanceláří, kterými jsou Česká podnikatelská pojišťovna, Generali, UNIQA, ERV pojišťovna a Union pojišťovna. Cestovní kancelář tudíž musí mít pojištění sjednané u některé z těchto pojišťoven, nelze si pojištění sjednat jinde. Počet pojišťoven není nijak zvlášť rozsáhlý v porovnání s tím, kolik pojišťoven reálně v ČR působí, nicméně i tak je pro fungující cestovní kancelář možné bez problémů pojištění sjednat.

Analyzováno bylo rovněž několik krachů cestovních kanceláří a jejich dopady na zákazníka. Největší dopad na zákazníka měla situace, kdy cestovní kancelář byla výrazně podpojištěna a někteří zákazníci, kteří si zaplatili zájezd a již na něj neodjeli, tudíž dostali od pojišťovny plnění jen v řádu několika málo procent ceny zájezdu, který zaplatili. Pokud je kancelář pojištěna dostatečně, s těmito problémy se nelze setkat, nicméně i tak se zákazník může dostat do nepříjemné situace, s ohledem na to, že v počátku neví, zda a jakou částku od pojišťovny dostane. Do nepříjemné situace se mohou dostat i zákazníci, kteří jsou v okamžiku krachu na zájezdu, pokud nebylo např. řádně zapláceno za jejich ubytování a cestu zpět. Ačkoli pojišťovny tyto otázky řeší mezi prvními otázkami, které v souvislosti s pojistnou událostí řeší, obvykle trvá minimálně několik hodin až dní, než je situace plně vyhodnocena, z čehož pro spotřebitele plyne určitá nejistota, navíc po něm může např. ubytovací zařízení v místě pobytu vyžadovat přímou úhradu za ubytování apod.

Posledním dílčím cílem této práce bylo zjistit, jaká je informovanost běžného spotřebitele, o jeho oprávněních ve vztahu k cestovní kanceláři. V této souvislosti bylo zjištěno, že informovanost v řadě otázek rozhodně není dostatečná a bylo by vhodné se informovaností spotřebitele blíže a častěji zabývat např. ve formě různých kampaní.

Závěr

V této práci bylo pojednáno o zákazníkovi cestovní kanceláře a jeho právní ochraně. V této souvislosti bylo zjištěno, že ne vždy je ochrana spotřebitele v cestovních kancelářích v ČR zajištěna dostatečným způsobem a ne vždy jsou spotřebitelé dostatečně informováni o svých právech ve vztahu k cestovní kanceláři.

Cílem této práce byla analýza práv klientů cestovní kanceláře a jejich realizace se zaměřením na reklamační řízení zájezdů do zahraničí podle občanského zákoníku a zákona na ochranu spotřebitele v závislosti na znění nového občanského zákoníku. V této souvislosti bylo zjištěno, že práva spotřebitele vůči cestovní kanceláři jsou poměrně široká, nicméně je vždy nutné dodržet čas, eventuálně i formu, v jaké je možné se svých práv (ať již práv a informace, či práv z reklamace nebo jiných) domáhat. S tím také souvisí nejčastější problémy, které se vyskytují. Lze říci, že tento cíl byl v práci splněn, nicméně analýza práv spotřebitelů nemohla být s ohledem na rozsah těchto práv příliš podrobná.

Informovanost spotřebitelů, která v průzkumu zdaleka nebyla optimální, může být v současné době (únor 2014) dána především změnou legislativy, neboť v souvislosti s rektifikací soukromého práva, došlo k celé řadě dílčích změn i v oblasti uzavírání smlouvy o zájezdu a ochrany spotřebitele v oblasti cestovního ruchu. Přesto je však zřejmé, že spotřebitel by měl být pokud možno informován o svých právech, neboť řada cestovních kanceláří může nedostatečné informovanosti spotřebitelů využívat ve svůj prospěch.

Velkým problémem, který se v ČR projevuje prakticky každý rok již řadu let, jsou úpadky cestovních kanceláří, zejména v sezóně, kdy má cestovní kancelář řadu klientů v zahraničí v rámci zaplaceného zájezdu a další klienti mají zájezdy zaplacené. Jak vyplynulo z dotazníku, i někteří respondenti se s touto situací v praxi setkali. Jak bylo ukázáno na některých případech krachů cestovních kanceláří v ČR za posledních několik let, je zřejmé, že některé cestovní kanceláře podcenili např. otázku pojištění, čímž pak došlo k situaci, kdy spotřebitelům bylo z pojištění plněno významně méně, než zaplatili cestovní kanceláři. V jiných případech se projevila celkově nepříliš dobrá ekonomická situace na trhu v ČR. V této souvislosti je však zřejmé, že spotřebitelé jsou

patrně obezřetnější a zájezdy nakupují přednostně u stabilních a dlouhodobě fungujících cestovních kanceláří. Na spotřebitele může v této souvislosti rovněž dobře zapůsobit, pokud cestovní kancelář dodržuje povinnosti plynoucí ze zákona a nabízí například spotřebitelům i určité záruky navíc či ve větší míře než vyžaduje zákon.

Jedním z cílů mé bakalářské práce bylo zhodnocení, zda vybraná česká cestovní kancelář jako poskytovatel služeb cestovního ruchu, je také poskytovatelem ochrany pro spotřebitele. Jak bylo již uvedeno, v případě analyzované kanceláře nebyly v této souvislosti shledány zásadnější nedostatky, bylo formulováno několik málo doporučení pro zlepšení, nicméně kancelář dodržuje zákonné požadavky, v případě nespokojenosti zákazníka se snaží situaci řešit smírnou cestou a nabízí zákazníkovi i určité bonusy navíc. Kancelář je pojištěna na vyšší částku, než by bylo podle zákona nutné, nehrozí tedy problémy s podpojištěním, klienti si mohou skutečnost, že je cestovní kancelář snadno ověřit buď na internetu, nebo na pobočce cestovní kanceláře, což jim poskytuje určitou jistotu. Tento cíl lze rovněž označit za splněný, neboť byly analyzovány všechny důležité aspekty ochrany spotřebitele ve vybrané cestovní kanceláři.

Spotřebitelům lze v souvislosti s úpadky cestovních kanceláří doporučit vždy si cestovní kancelář prověřit jak z hlediska pojištění, tak z hlediska referencí klientů, kteří již v minulosti u kanceláře zájezdy zakoupili, a lze také doporučit mít při cestě do zahraničí rovněž dostatečnou rezervu pro případ krachu cestovní kanceláře, aby bylo možné si v krajním případě cestu zpět, popř. ubytování uhradit a následně se domáhat plnění z pojištění cestovní kanceláře.

Dílčím cílem práce byla pak analýza trhu pojištění cestovních kanceláří pro případ úpadku a nastínění vybraných případů krachu cestovních kanceláří. Co se týká pojištění cestovních kanceláří, je nutno zmínit, že je možné se pojistit jen u vybraných pěti kanceláří, kterými jsou Česká podnikatelská pojišťovna, Generali, UNIQA, ERV pojišťovna a Union pojišťovna. Cestovní kancelář tudíž musí mít pojištění sjednané u některé z těchto pojišťoven, nelze si pojištění sjednat jinde. Počet pojišťoven není nijak zvlášť rozsáhlý v porovnání s tím, kolik pojišťoven reálně v ČR působí, nicméně i tak je pro fungující cestovní kancelář možné bez problémů pojištění sjednat.

Závěrem považuji za nutné zmínit, že všem cílům, které jsem si v úvodu práce vytyčila, jsem v práci také věnovala přiměřenou pozornost, tudíž byly nesporně naplněny, byť s ohledem na rozsah bakalářské práce, by bylo nesporně možné v řadě otázek provést i hlubší a podrobnější studii, než byla provedena.

Seznam použité literatury:

Primární zdroje:

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.

Zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

Sekundární zdroje:

Bibliografické zdroje:

MASTELA, Martin, DOBEŠOVÁ, Lenka, BAJURA, Jan. *Občanský zákoník v dotazech a odpovědích k 1. 6. 2011*. Olomouc: ANAG, 2011.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011.

ŠVESTKA, Jiří. A kol. *Občanský zákoník I, II*, 2. vyd. Praha: C.H.Beck, 2009.

Periodika:

BANDÚROVÁ, Monika. Zájezd jako stěžejní právní pojem v podnikání v cestovním ruchu. *Bulletin advokacie*. 2008, č. 6.

HULMÁK, Milan. Ztráta radosti z dovolené. *Právní rozhledy*. 2009, č. 2.

Internetové zdroje:

ACK ČR. Pojištěné cestovní kanceláře. *Asociace cestovních kanceláří ČR* [online]. 2009 [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/casto-kladene-otazky/pojistene-cestovni-kancelare>.

ACKČR. Listárna. *Asociace českých cestovních kanceláří a agentur* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.accka.cz/listarna.asp>.

BOLERO. Cestovní kancelář Bolero končí. *Bolero* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.bolero.cz/>.

BUSINESSINFO. Popis nejdůležitějších právních předpisů EU na ochranu spotřebitele v působnosti MPO. *Businessinfo.cz* [online]. [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/prehled-pravni-predpisy-eu-spotrebitel-2424.html>.

BUSINESSINFO. FAQ - Rozdíly mezi cestovní agenturou a kanceláří. *Businessinfo.cz* [online]. 2011 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/faq-rozdily-cestovni-agentura-kancelar-5864.html>

ČTK. První letošní krach. CK Bolero tours končí. *Aktualně.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/podnikani/clanek.phtml?id=777991>.

FINANCE. CK Globaltour vyhlásila úpadek, v Turecku má 186 klientů. *Finance* [online]. 2012 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/357666-ck-globaltour-vyhlasila-upadek-v-turecku-ma-186-klientu/>.

GENERALI. Pojištění záruky pro případ úpadku CK. *Generali pojišťovna* [online]. 2014 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.general.cz/cestovni-kancelare/?q=Quicktour&s=1>.

HOLÝ, David. Automobil Cestování Pojištění odpovědnosti Užitečná pojištění Úspory Co dělat, když zkrachuje Vaše cestovní kancelář. *E-pojištění* [online]. [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.epojisteni.cz/aktuality-co-delat-kdyz-zkrachuje-cestovni-kancelar/>.

HORÁČEK, Filip. Zkrachovala cestovní kancelář Best Choice, pocítí to desítky klientů. *Idnes.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/zkrachovala-cestovni-kancelar-best-choice-fia-/ekoakcie.aspx?c=A130806_144153_ekonomika_fih.

KLIMÁNKOVÁ, G. Co dělat v případě, že zkrachovala vaše cestovní kancelář?. *Měsíc* [online]. 2012 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/aktuality/co-delat-v-pripade-ze-zkrachovala-vase-cestovni-kancelar/>.

KRACHY CESTOVEK. Zákon ožebračil další stovky lidí, klientů CK GLOBALTOUR!. *Krachy cestovek* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z:

<http://www.krachycestovek.cz/clanek/325-zakon-ozebracil-dalsi-stovky-lidi-klientu-ck-globaltour>.

KRACHY CESTOVEK. Zkrachovala jedna z nejstarších jihočeských cestovek Bolero Tours. *Krachy cestovek* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.krachycestovek.cz/clanek/375-zkrachovala-jedna-z-nejstarsich-jihoceskyh-cestovek-bolero-tours>.

KRACHY CESTOVEK. CK Best Choice - po slovenské krachla i ta česká. *Krachy cestovek* [online]. 2013 [cit. 2014-01-24]. Dostupné z: <http://www.krachycestovek.cz/clanek/408-ck-best-choice-po-slovenske-krachla-i-ta-ceska>.

MALIMÁNKOVÁ, Barbora. Zájezd po účinnosti NOZ. *E-pravo.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/zajezd-po-ucinnosti-noz-93041.html>.

MMR ČR. Komentář k zákonu. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Pravo-Legislativa/Prehled-platnych-pravnich-predpisu/Archiv/Komentar-k-zakonu>.

POJISTI SE NA CESTU, Pojištění cestovní kanceláře proti úpadku. *Pojisti se na cestu* [online]. 2012 [cit. 2014-01-12]. Dostupné z: <http://pojistisenacestu.jaksepojistit.cz/dalsi-pojistna-ochrana/pojisteni-cestovni-kancelare-proti-upadku>.

QUICKTOUR. Kontakty. *QUICKTOUR* [online]. 2012 [cit. 2014-02-09]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/kontakty/>.

QUICKTOUR. Pojistka k pojistné smlouvě 1710100004. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/video/upload/QUICKTOUR-pojistka-Generali-pro-pripad-upadku-2014.pdf>.

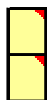
QUICKTOUR. Dokumenty. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/dokumenty/>.

QUICKTOUR. Katalog zájezdů 2014. *Cestovní kancelář QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: http://www.quicktour.cz/katalogy/KATALOG_QUICKTOUR_2014.pdf.

QUICKTOUR. Smlouva o zájezdu 2014. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/dokumenty/>.

QUICKTOUR. Všeobecné obchodní podmínky 2014. *QUICKTOUR* [online]. 2014 [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.quicktour.cz/video/upload/Vseobecne-podminky-Quicktour-2014.pdf>.

Příloha č. 1: Smlouva o zájezdu CK QUICKTOUR



uzavřená podle zákona 159/1999 Sb. a občanského zákoníku platného od 1.1.201.

 Cestovní kancelář QUICKTOUR s.r.o., Biskupská 12, 370 01 Č. Budějovice, tel. 386 350 220, fax: 386 350 218, tel./fax: 387 311 22
 ICO 281 15 244, DIC CZ 281 15 244, OR u Krajského soudu v C. Budějovicích odd. C, vl. 18056, číslo účtu: 31741231/0100 KB C.
 Budějovice, e-mail: rezervace@quicktour.cz, http://www.quicktour.cz

VYMEZENÍ ZÁJEZDU				číslo smlouvy:	
termín zájezdu:		/		-	/
země pobytu:					kód zájezdu:
pobytové místo:					minimální počet účastníků zájezdu:
ubytovací zařízení:					razítko prodejce (zmocněného k uzavření sml)
typ ubytování:			kateg.:		
způsob dopravy:	☐ autobus	☐ letadlo	☐ vlastní		
odjezdové místo:					
stravování:	☐ snídaně	☐ oběd	☐ večeře		
cestovní pojištění:	☐				e-mail:

1	titul	jméno	příjmení	datum narození	pozn.
	adresa trvalého bydliště			PSC	mobilní tel. tel. pevná li

Zákazník č.1 uzavírá s cestovní kanceláří tuto cestovní smlouvu podle zákona 159/1999 Sb. i ve prospěch následujících osob:

2	titul	jméno	příjmení	datum narození	pozn.
	adresa trvalého bydliště			PSC	mobilní tel. tel. pevná li
3	titul	jméno	příjmení	datum narození	pozn.
	adresa trvalého bydliště			PSC	mobilní tel. tel. pevná li
4	titul	jméno	příjmení	datum narození	pozn.
	adresa trvalého bydliště			PSC	mobilní tel. tel. pevná li
5	titul	jméno	příjmení	datum narození	pozn.
	adresa trvalého bydliště			PSC	mobilní tel. tel. pevná li
6	titul	jméno	příjmení	datum narození	pozn.
	adresa trvalého bydliště			PSC	mobilní tel. tel. pevná li

VYPLNÍ CESTOVNÍ KANCELÁŘ:

cena zájezdu	počet	cena (Kč)	celkem (Kč)	platby (Kč)	datum	způsob platby, VS / č. dokla
ubytování			0,00 Kč			
			0,00 Kč			
			0,00 Kč			
			0,00 Kč			
			0,00 Kč			
			0,00 Kč			
doprava			0,00 Kč			
pojištění			0,00 Kč			
sleva			0,00 Kč			
cena celkem			0,00 Kč			

poznámky CK:

