

# Obsah

1. Úvod.....	1
2. Metodika práce.....	3
3. Timeshare.....	5
3.1. Historie timeshare .....	5
3.2. Timeshare – fungující mezinárodní systém .....	7
4. Legislativní úprava timeshare .....	14
4.1. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES.....	15
4.2. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES.....	16
5. Organizace zabývající se timeshare .....	19
5.1. The Organisation for Timeshare in Europe.....	19
5.2. The American Resort Development Association.....	24
5.3. The Global Alliance for Timeshare Excellence .....	25
5.4. Evropská spotřebitelská centra.....	26
5.5. Komparativní analýza činností organizací .....	28
6. Analýza postavení timeshare ve světě a v České republice .....	30
6.1. Spojené Státy Americké.....	30
6.2. Austrálie .....	32
6.3. Afrika .....	33
6.4. Evropa .....	34
6.5. Česká republika.....	39
7. Analýza činnosti Resort Condominiums International .....	44
7.1. Historie RCI .....	44
7.2. Poskytované služby – analýza činnosti společnosti .....	46
7.2.1. Výměnná činnost.....	46
7.2.2. Ostatní činnosti.....	47
7.2.3. Doplnkové služby.....	48
7.3. Shrnutí .....	49
8. Buy-to-let .....	51
8.1. Buy-to-let .....	51
8.2. Rizika Buy-to-let.....	52
8.3. Srovnání timeshare a Buy-to-let.....	53
9. Možnosti verifikace hlavních problémů timeshare .....	55

9.1. Verifikace na světové úrovni.....	55
9.2. Verifikace na tuzemské úrovni.....	57
10. Závěr.....	60
11. Summary .....	62
12. Přehled použité literatury .....	64
13. Seznam obrázků, tabulek a grafů .....	65
14. Seznam příloh.....	66

# 1. Úvod

Cestovní ruch se neustále vyvíjí a rozrůstá. V novodobé historii cestovního ruchu se setkáváme s jeho mnohými formami a produkty. Jedním z takových novodobých produktů cestovního ruchu je timeshare. Jeho vznik je datován ve Francii v 60. letech.

Timeshare je nepředstavitelný gigant na mezinárodní úrovni. V současné době se v této síti nachází 6000 rezortů ve více jak 100 zemích světa. Hnací silou tohoto systému jsou jeho největší účastníci – Hilton, Sheraton, Marriott, Ramada, Four Seasons, Ritz-Carlton nebo Radisson. Mezi evropské společnosti, které se účastní tohoto systému patří RIU Hotels, Sol Melia nebo De Vere.

Timeshare v překladu „sdílení času“, znamená, že si lidé zakoupí právo užívat zařízení pro ubytování v některé rekreační oblasti. Spotřebitel se podpisem smlouvy nestává majitelem nemovitosti, kupuje si pouze časové právo k užívání této nemovitosti. Toto právo je možné vyměnit za pobyt v jiné oblasti, prodat ho někomu jinému, darovat rodině nebo přátelům nebo odkázat potomkům. Zní to jako pohádka, spotřebitel jednou jedinou investicí získává možnost cestovat po celém světě. A to na dobu i 25 let nebo delší. Jedním z velkých hráčů na poli timeshare je společnost RCI – Resort Condominiums International, která sdružuje přes 3 miliony majitelů timeshare ve více než 3 700 hotelech. Všechno má své ale...

System jako takový je výborný nápad, bohužel se potýká i s nemalými problémy. System výborně funguje v zemích jako je Velká Británie, Švédsko, Německo, Itálie a Španělsko. Na trzích České republiky, Maďarska a Polska se timeshare teprve rozrůstá. Na poli České republiky začal bohužel velmi nešťastně. Největším problémem je neinformovanost zákazníka, která dává příležitost nepoctivým podnikatelům. To má za následek velmi špatnou pověst timeshare jako takového. Většina Čechů timeshare vnímá jako jeden velký podvod.

Cílem mé práce je představit timeshare. Nejen jako formu cestovního ruchu, ale také jako způsob podnikání. Timeshare je rozmanitý, má své oblasti působení a neustále se vyvíjí. Chci představit jeho světlé i tmavé stránky. Vysvětlit jak funguje. Zaměřím se na legislativu upravující tento sektor, a na organizace které působí na poli timeshare. Vysvětlím pro koho a jak je timeshare výhodný a pro koho nebude výhodný nikdy. Cílem je provést syntézu výsledků. Na základě zjištěných informací chci formulovat maximální pozitiva a stanovit možnosti – nástroje řešení minimalizace negativ.

## 2. Metodika práce

Jako téma diplomové práce bylo zvoleno téma „Timesharing v cestovním ruchu“. Téma jsem vybrala na základě osobního kontaktu s tímto produktem cestovního ruchu v Řecku v roce 2007, kde jsem pracovala v hotelu Nostos na ostrově Skiathos, zapojeného do sítě společnosti Resort Condominiums International (dále jen RCI). Při návratu domů a podrobnějším zkoumání situace na českém trhu, jsem zjistila že timeshare v České republice nemá vůbec dobré postavení a rozhodla jsem se vypátrat proč. Z mého pátrání vyšlo najevo, že na téma timeshare není žádný ucelenější text, který by se podrobněji zabýval systémem fungování, legislativní úpravou, či jeho pozitivy a negativy. Neexistuje komplexnější příručka, jak se vyhnout nepoctivým praktikám v oblasti timeshare a naopak jak poznat ty poctivé.

Podklady pro moji práci tvoří hlavně Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES ze dne 14.ledna 2009 o ochraně spotřebitele ve vztahu k některým aspektům smluv o dočasném užívání ubytovacího zařízení (timeshare), o dlouhodobých rekreačních produktech, o dalším prodeji a o výměně. Další jsou interní materiály RCI, které jsem získala díky své práci v zahraničí. Neméně významným zdrojem informací byla paní Vítězslava Pajerová, která pro RCI pracovala. Díky její ochotě jsem získala informace a postřehy z oblasti timeshare, které nejsou veřejně dostupné. Hodnotné informace mi poskytl i pan Jan Doležal, který má s timeshare bohužel nemilé zkušenosti. Sekundární zdroje informací jsou statistické údaje Evropské komise, informační materiály Ministerstva pro místní rozvoj, Sdružení ochrany spotřebitelů, nebo novinové články internetového serveru iDnes.cz. Doplnujícími zdroji jsou internetové diskuze spotřebitelů, kteří mají s timeshare osobní zkušenosti.

Součástí diplomové práce je analýza činnosti společnosti RCI. Díky analýze činnosti této společnosti, mohu komplexně vysvětlit systém fungování timeshare. Společnosti RCI a jí podobné jsou neodmyslitelnou součástí timeshare. Bez ní by timeshare ve své

novodobé podstatě nemohlo fungovat. Analýzu budu provádět na základě získaných interních materiálů společnosti a konzultacím, které jsem prováděla v době svého pobytu v Řecku, s pracovníky hotelu Nostos a jejich klienty.

Timeshare je ve světě velkým obchodem. Je proto velmi těžké získat jakékoli podrobné statistické informace. Společnosti si své údaje pečlivě hlídají, aby si udržely konkurenční výhodu. V roce 2005 probíhal velký celosvětový průzkum zaštiťovaný mezinárodní organizací Resort Development Organization, jehož výsledky jsou dostupné. Je to bohužel jediný ucelený materiál, se kterým mohu pracovat. Pozdější data jsou jen útržkovité informace zmiňované v různých zdrojích. Ucelené výroční zprávy jsou pouze placené.

V závěru práce budu na základě syntézy výsledků formulovat pozitiva timeshare a budu stanovovat možnosti – nástroje preventivní minimalizace negativ, které přináší.

## 3. Timeshare

### 3.1. Historie timeshare

Timeshare vznikl v roce 1966 v Saint Etienne Sur Dévoluy ve francouzských Alpách, kdy podnikavý hoteliér přišel s myšlenkou namísto pronájmu pokoje nabídnout koupi hotelu. Vymyslel proto slogan „Proč si pronajímat pokoj v hotelu, když je levnější jej koupit!“. Nápad se ale více prosadil až v 70. a 80. letech dvacátého století, hlavně v USA. Zapříčinila to ropná krize, která probíhala v USA v letech 1973 až 1974, když OPEC (Organizace zemí vyvážející ropu) záměrně snížila těžbu ropy, a uvalila embargo na země vyvážející ropu do Izraele, což bylo hlavně USA a Nizozemí. Ropnou krizí se cestování stalo drahé, a mnoho resortů začalo mít finanční problémy. Aby se finanční problémy urovnaly, musely by se resorty prodat. A právě zde se osvědčil nápad francouzského podnikatele. Proč prodat komplex jednou, když můžeme prodat jeden pokoj třeba i 50x a zůstat jeho majitelem? Postupně přibývaly i další destinace používající timeshare v Evropě, hlavně v Portugalsku a Španělsku.

V 80. letech nastal velký boom timeshare. Způsobily to hlavně měnící se vzorce poptávky po dovolené. Lidé hledali kvalitní ubytování, velkou prostorovou i časovou flexibilitu – a to všechno timeshare nabízí.

První evropskou konferenci o timeshare, kterou ale uspořádala americká společnost, se konala v roce 1978 v Londýně, kdy tématem bylo: „Timeshare kupující: kdo jsou a kde nakupují“. V tomto roce se také poprvé publikovaly odborné studie o timeshare.

I přes pokračující růst rozvoje se obraz timeshare průmyslu v očích spotřebitelů velmi zhoršil. Příčinou byly a jsou praktiky některých nepoctivých obchodníků, kteří hledají cestu ke snadným ziskům. I když samotný produkt byl velmi vzácně kritizován, byly to hlavně mnohé z marketingových a prodejních technik, které budily nedůvěru. Mírné

zlepšení situace nastalo v roce 1992, kdy byl ve Velké Británii přijat první zákon upravující oblast timeshare.

Poté timeshare procházelo obdobím růstu. Celosvětově se cestování změnilo 11.09.2001, kdy došlo k útoku na World Trade Center v New Yorku. Jako další mezní bod vývoje timeshare se uvádí globální recese v roce 2008<sup>1</sup>. Ten znamenal šok pro celosvětovou ekonomiku cestování nevyjímaje. Ovšem i tato krize byla v něčem prospěšná. Timeshare společnosti se musely zamyslet, jak situaci řešit. Lidé omezili cestování a dovolenou trávili v tuzemsku. To donutilo společnosti inovovat a vylepšovat služby tuzemských středisek. Docházelo k masivním kampaním propagujícím dovolenou v tuzemsku – hlavně ve Velké Británii. To vedlo ke zvyšování kvality poskytovaných služeb a k investicím v ubytovacích službách. To způsobilo zvýšení konkurenceschopnosti tuzemských středisek a zároveň se tato situace odrazila v národních konceptech cestovního ruchu v mnoha zemích.

Podle studie společnosti NorthCourse, jejíž část je uveřejněná na stránkách RDO<sup>2</sup> se do budoucna předpokládá další růst této oblasti. Bude ale ovlivňována stále více faktory. Jako jeden z nevýznamnějších se uvádí bezpečnost. S přibývajícím množstvím teroristických útoků a nepokojů v jednotlivých státech, bude otázka bezpečnosti stále silnějším argumentem ve výběru destinace dovolené. Významným faktorem je podle posledních studií i měna. V dnešní době Eurozóny mnoho cestujících preferuje finanční stabilitu. Možnost platby stejnou měnou je také nepochybně pohodlnější. Cestování začíná ovlivňovat i otázka ekologie. S ekologií souvisí hlavně doprava. Samy cestovní společnosti prosazují snižování emisí a prosazují myšlenku trvale udržitelného rozvoje. Předpokládá se, že díky vývoji a inovaci železnic (hlavně v Evropě – Francie a Německo) naroste počet cestujících vlaky. Toto se předpokládá díky neustálému růstu cen letenek a přibývajícím bezpečnostním opatřením v letecké dopravě. Výhodou vlaků

---

<sup>1</sup> Trends in European Fractional Real Estate 2009 : NorthCourse Report, April 2009 Consumer trends. In *European Trends In Fractional Real Estate report* [online]. Sunday, May 01, 2011 12:00 AM. [s.l.] : [s.n.], Sunday, May 01, 2011 [cit. 2011-08-16]. Dostupné z WWW:

<<http://www.rdo.org/VacationOwnership/ResearchAndStatistics.htm?NewsID=152>>

<sup>2</sup> Resort Development Organisation – původně Organisation for Timeshare in Europe - Organizace byla založena v únoru 1998 za účelem integrace všech evropských podniků zabývajících se timeshare



jsou nižší náklady a neomezené množství zavazadel. Již nyní nastává trend nových destinací. Neustále přibývá cestujících do Thajska, Vietnamu, Malaisie nebo například do Mexika či východoevropských zemí. Tyto nové destinace nahrazují nasycenost „staré Evropy“. Dříve nedostižné oblasti světa se nyní otvírají celému světu. I to je jedna z cest timeshare.

Dnes existuje na celém světě 6,8 milionu domácností, které vlastní timeshare nárok, z toho v roce 2007 1,5 milionu z nich žije v Evropě. V síti timeshare je 5 425 resortů a v roce 2007 byl obrat v timeshare průmyslu 9,4 miliardy amerických dolarů (cca. 2 biliony českých korun). V Evropě byl obrat v odvětví timeshare € 3,2 bilionu<sup>3</sup>.

### 3.2. Timeshare – fungující mezinárodní systém

České právo definuje timeshare jako: „užívání budovy nebo její část na jeden či více stanovených nebo stanovitelných časových úseků během roku“<sup>4</sup>. Nejčastěji se timeshare překládá jako „sdílení času“. Dovolená timeshare je v mnoha zemích populární. Nejvíce se timeshare využívá ve Velké Británii, Švédsku, Německu, Itálii a Španělsku. V zemích jako je Česká republika, Maďarsko a Polsko se timeshare teprve představuje.

Timeshare je standardní způsob podnikání, funguje-li tak jak má. Hlavní výhoda pro spotřebitele je ta, že si kupují budoucí dovolenou za dnešní ceny. Timeshare je možné zakoupit dvěma způsoby. Buď přímo od majitele nemovitosti – na dovolené v hotelu, nebo od vlastníků timeshare či zprostředkujících agentů. Hotel, nebo řetězec hotelů se rozhodne pro timeshare, nabídne svým klientům možnost zakoupit si uživatelské právo k pokoji ve svém hotelu. Potenciální klienti jsou většinou osloveni právě během své

---

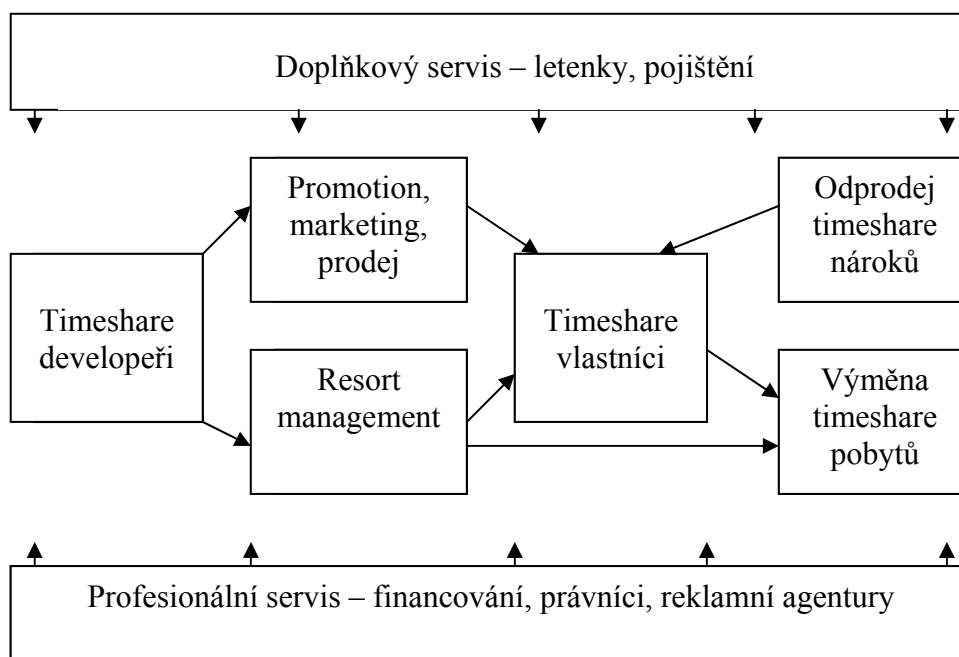
<sup>3</sup> The European Timeshare Industry 2008 : Key Findings for 2007. In *The European Timeshare Industry 2008* [online]. Tuesday, March 01, 2011 2:34 PM. [s.l.] : [s.n.], Tuesday, March 01, 2011 [cit. 2011-08-16]. Dostupné z WWW:

<<http://www.rdo.org/VacationOwnership/ResearchAndStatistics.htm?NewsID=73>>

<sup>4</sup> Občanský zákoník, § 58, odstavec 1

dovolené. Hotel má zaměstnané prodejce timeshare tzv. „Reps“, kteří oslovují jednotlivé hosty a vysvětlují jim výhody timeshare. Jsou-li mezi hosty majitelé timeshare nároků, pak se jím nabídne koupě dalších týdnů. Spolupráce s resortem je prvním krokem vstupu do timeshare. Jedná se většinou o jeden nebo dva týdny v roce<sup>5</sup>. Následující obrázek nastiňuje, jak timeshare funguje:

Obrázek č. 1 – Jak funguje timeshare?



Jestliže se jedná o řetězec hotelů, může si klient, za poplatek samozřejmě, vybírat pobyt v celém řetězci hotelů. Jedná-li se jen o jeden samostatný resort, musí se klient stát členem společnosti, která nabízí zprostředkování výměny timeshare, aby si mohl týdny vyměňovat. Hotel toto uživatelské právo na jeden pokoj prodá tolikrát, kolikrát mu to kalendářní rok dovolí. Tudiž třeba i padesátkrát.

Existují různé druhy vlastnictví timeshare:

- Fixní – spotřebitel kupuje vlastnictví na dobu, obvykle týden v sezóně, kdy má pevně daný termín a přesně specifikována úroveň ubytování.

<sup>5</sup> počet týdnů i doba timeshare je přesně stanovena v legislativní úpravě, budeme se jí zabývat později

- Plovoucí – spotřebitel kupuje vlastnictví na dobu, obvykle týden nebo dva v sezóně, kdy není pevně specifikován ani termín ani úroveň ubytování, pobyt je v rámci resortu.
- Právo na užití – spotřebitel si kupuje pouze právo na užití, pobyt si musí rezervovat obvykle velmi dlouho dopředu a spokojit se s tím druhem ubytování, co na něj zbude.

Další možností je stát se členem prázdninového klubu. Smlouva o členství v holiday klubu není smlouvou o timeshare. Funguje podobně jako timeshare, jen se namísto vlastníků práva na užívání stanete členem klubu s možností využívání výhodných rekreací po celém světě. Při uzavření této smlouvy platí trochu jiná právní ochrana, než při uzavření klasické timeshare smlouvy.

Spotřebitel nekupuje nemovitost jako takovou, kupuje si pouze právo na užívání. Jedná se spíše o nákup času pro trávení dovolené a proto může být timeshare spojován s celou řadou typů ubytování – hotely, apartmány, ale i jachty, celé chalupy či sruby nebo lodě ukotvené na kanálech (jedná se hlavně o Velkou Británii). Toto právo trvá 25 ale i 80 let, v některých zemích legislativa umožňuje vlastnictví navždy (např. Skotsko). Ve smlouvě nejsou zahrnuty náklady na dopravu, stravování, pojištění ani žádné jiné další služby. A právě toto je dle mého osobního názoru ten největší problém timeshare - neinformovanost. Většina klientely v Česku se domnívá, že si kupují kompletní balíček služeb a na tom staví nepoctiví prodejci. V závěru své práce formuluji jeden z možných způsobů verifikace tohoto problému.

Podepíše-li spotřebitel kupní smlouvu, stává se majitelem práva na užívání, jednoho nebo více týdnů v jednom resortu. Stane-li se majitelem tzv. timeshare nárokem má dvě možnosti. Buď jezdit pořád na stejné místo, nebo svůj týden vyměnit. Aby mohl svůj týden vyměnit, musí se stát členem výměnného systému. Existují dva uznávané výměnné systémy, Resort Condominiums International (dále jen RCI) a Interval Internacional (dále jen II). Společnosti nevlastní žádné nemovitosti ani timeshare přímo neprodávají. Zajišťují pouze možnost výměny již nakoupených týdnů a samozřejmě nabízejí balíčky služeb (letenky, půjčovny aut) pro kompletní dovolenou. Obě tyto

společnosti nabízejí ubytování a služby na vysoké úrovni. Kvalita zařízení je pravidelně sledována dotazníkovým systémem. Aktuální výzkumy těchto společností ukazují, že možnost výměny pobytu je pro více než 80% spotřebitelů motivem ke koupi timeshare.

A náklady na timeshare? Při podpisu smlouvy se platí jednorázově kupní cena. Cena se pohybuje v závislosti na úrovni hotelu, velikosti pokoje, atraktivity oblasti, formy vlastnictví apod. Cena se pohybuje přibližně od 60.000 korun za týden ale může dosáhnout i 200.000,-Kč. Po zaplacení kupní ceny, je spotřebitel povinen platit roční udržovací poplatek. Tento poplatek je obvykle stanovena investorem nebo správcovskou společností. Tento poplatek je na uhrazení nákladů na údržbu resortu. Týká se zahradničení, malování, renovace, zaměstnanců apod.. Je velmi důležité dát si při podpisu smlouvy pozor na možnost úpravy výše udržovacího poplatku. U nepoctivých podnikatelů se může stát, že mohou zvýšit tento poplatek až o 100% ročně. V současné době se tyto poplatky pohybují ve výši od 6.000,-Kč až do 15.000,-Kč. V roce 2007 dosáhla suma udržovacích poplatků v Evropě na € 618 milionů<sup>6</sup>. Kdo jsou tedy vlastníci timeshare nároků? Nejvíce kupujících patří do skupiny lidí s vyššími středními příjmy. Ale existuje tu mnoho variací. Timeshare je schopen se přizpůsobit průměrným příjmům i lidem velice bohatým. Medián ročních příjmů kupujících timeshare se pohybuje od 35,000USD do 90,000USD<sup>7</sup> které jsou pro oblast Karibiku. V přepočtu by to znamenalo přibližně 770,000Kč až téměř 2 miliony korun ročně. Je těžké blíže profilovat cílovou skupinu timeshare. Velmi se liší dle světových regionů. Například v Itálii timeshare přitahuje nejvíce svobodné lidi (37%), zatímco v Latinské Americe jsou to rodiny s dětmi (58%). Průměrný věk majitele timeshare v Evropě je 55 let.

---

<sup>6</sup> The European Timeshare Industry 2008 : Key Findings for 2007. In *The European Timeshare Industry 2008* [online]. Tuesday, March 01, 2011 2:34 PM. [s.l.] : [s.n.], Tuesday, March 01, 2011 [cit. 2011-08-16]. Dostupné z WWW:

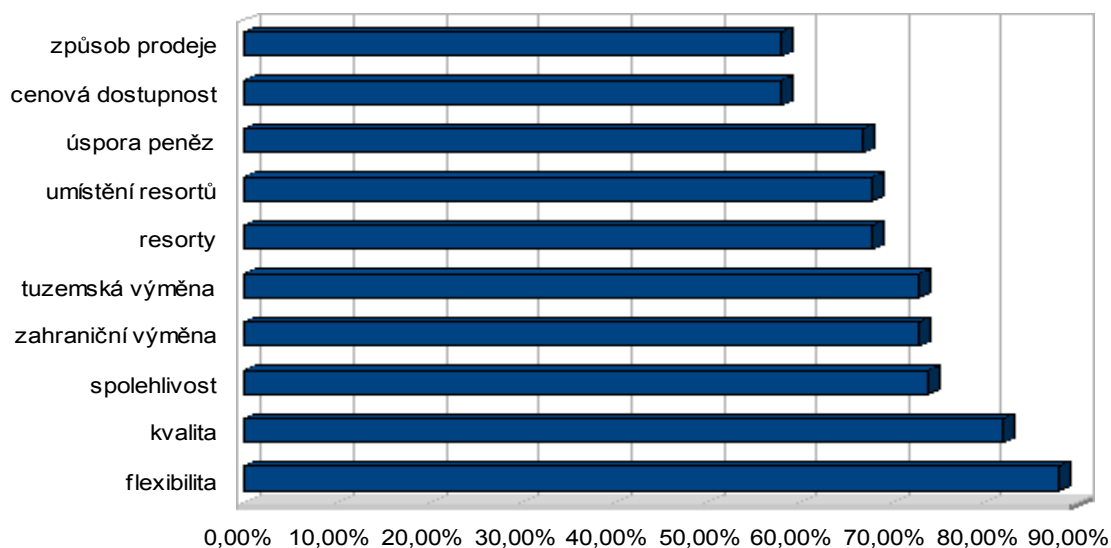
<<http://www.rdo.org/VacationOwnership/ResearchAndStatistics.htm?NewsID=73>>

<sup>7</sup> údaje z roku 2003 publikované společností RCI

Když se spotřebitel z jakýkoliv důvodů rozhodne, že už nechce v timeshare pokračovat, má několik možností. Může svůj nárok postoupit rodině nebo přátelům – ti však musí být členy timeshare. Může svůj nárok odprodat. V celém světě funguje mnoho internetových i jiných trhů, kde se s nároky obchoduje. Timeshare nárok lze i dědit, ale pod podmínkou, že dědici jsou členy timeshare. Nejsou-li, dědický nárok zaniká ve prospěch prodávající společnosti.

Z údajů uvedených výše vyplývá, že timeshare není levná záležitost. Timeshare má i své problémy – nekalá činnost některých podnikatelů v této oblasti. Situace je ovšem velmi odlišná stát od státu. Zatímco v České republice má timeshare postavení velmi nepříznivé, v jiných státech je na výsluní. Co je tedy motivem pro koupi timeshare? Odpověď na tuto otázku přináší velký průzkum společnosti RCI z roku 2007. Průzkum byl prováděn na téměř tisíci spotřebitelích. Z výsledků této studie je patrné že hlavními důvody jsou flexibilita (88%), kvalita (82%) a důvěryhodnost (74%). Graf níže uvádí další atributy, které jsou pro spotřebitele důležité. Je mezi nimi i možnost mezinárodní výměny (external exchange, 73%) a výměny pobytu na národní úrovni (internal exchange, 73%). Další z důvodů, které spotřebitelé uvádějí je oblíbenost resortu, komfort a členství v klubu (liked resort, 68%). Na stejné úrovni se nachází rozmanitost lokace jednotlivých resortů, ze kterých si spotřebitelé mohou vybírat (location of resort, 68%). Významným důvodem je i možnost uschování peněz do budoucí dovolené (save money on future vacations, 67%) či cenová dostupnost (affordable price, 58%), která není pro naše kraje příliš aktuální. Posledním z významných důvodů je způsob prodeje timeshare (treatment, 58%), který byl v České republice největším problémem.

Graf 1: Motivy nákupu timeshare



Zdroj: Resort Timeshare Consumers: Who They Are, Why They Buy, 2009 Fractionallife

Možná někoho napadne a proč si tedy nekoupit nemovitost v zahraničí rovnou? Stát se jejím majitelem a s nikým se nedělit. Situace je následující. Koupě nemovitosti v zahraničí je vázána respektováním legislativy dané země. To znamená nutnost znát cizí jazyk i legislativu samotnou. Za nemovitost se všude ve světě platí daně, které je možné vyřizovat zase jen v dané zemi. Nutná je také údržba a správcovství. Ano existují agentury nebo správci, které si lze najmout v dané zemi. Ale na dovolenou do zahraničí se jezdí jednou či dvakrát za rok. Po celý rok bude nemovitost buď chátrat, nebo se o ní bude někdo starat, ale klient nemůže vědět co se s nemovitostí po čas jeho nepřítomnosti děje.

Tabulka č.1. Hlavní výhody a nevýhody timeshare – všeobecně.

Výhody	Nevýhody
koupě budoucí dovolené za dnešní ceny	vysoká jednorázová platba
flexibilita	zahlcenost systému
kvalita	koupě jen pobytu – ne komplexního balíčku
možnost přenechání dovolené	

Zdroj: Irena Simlerová, 14.8.2011

Timeshare má své výhody i nevýhody. Je to specifický produkt, proto je velmi důležité, aby s ním byl kupující řádně seznámen než se uzavře kupní smlouva. Předejde se tak následnému zklamání či rozhořčení ze strany klientů. Timeshare je velký byznys fungující po celém světě. Jeho velkým problémem, hlavně v Evropě je přesycenost. Je přehlcn a nezvládá plně uspokojit všechny své klienty. Zapojí-li se klient do RCI výměnného systému, může čekat i několik let, než na něj vyjde řada a on může jet kam chce. Každý týden vložený do systému má totiž svou hodnotu a na základě té hodnoty se buď vymění rychleji nebo pomaleji. Proto se developeři poohlízejí po nových oblastech, kam spadá i Česká republika. Timeshare jako takový potřebuje pročistit a uvolnit napětí, které v tomto sektoru cestovního ruchu vzniká.

## 4. Právní úprava timeshare

Timeshare je jako specifický produkt cestovního ruchu i jako specifická forma podnikání upraven legislativně. Legislativní úprava timeshare se datuje od roku 1991, kdy Evropská komise oznámila svůj záměr předložit směrnice na ochranu spotřebitele při uzavírání timeshare smluv. Návrh měl tři hlavní zdroje:

- Evropský program na ochranu spotřebitele a informace přijaté v roce 1975
- Usnesení Evropského parlamentu v roce 1988 a 1991
- Tlak ze strany vlády Velké Británie, která se snažila o legislativní úpravu svého timeshare průmyslu

Původní návrh nové směrnice o timeshare se zabýval více oblastmi než se nakonec podařilo prosadit. Návrh bral v potaz povinnost poskytovat informace, určoval dobu možnou pro odstoupení od smlouvy, a právně stanovoval zastupování nabyvatelů nároku ve vztahu k nakládání s nemovitostí. Byla velká snaha upravit směrnici tak, aby se dosáhlo rovnováhy mezi nabídkou na straně jedné a spotřebitelem na straně druhé. Bohužel díky odmítavému postoji většiny členských zemí EU, musela Evropská komise podstatně slevit ze svých původních požadavků, aby dosáhla souhlasu. Tím se stalo, že nová směrnice nedosahovala takové kvality, jak bylo původně zamýšleno. Byla schválena Směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES.

Směrnici předcházel The Timeshare Act 1992, který reguloval chování prodejce timeshare v souvislosti s prodejem kupujícímu. Zákon platil ve Velké Británii. Tato právní úprava se vztahovala pouze na prodej timeshare ubytování na Britských ostrovech, nebo pro prodej timeshare občanovi Velké Británie, kdy ubytování je v zemi Evropského hospodářského prostoru.



#### 4.1. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES

Uzavírání timesharingových smluv je v EU od roku 1994 legislativně ošetřeno Směrnicí Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES ze dne 26. října 1994 o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práv k dočasnému užívání nemovitostí (dále jen Směrnice). Všechny členské země EU byly povinny přizpůsobit své vnitrostátní právní předpisy této směrnici do 29. dubna 1997. Česká republika tuto směrnici převzala v roce 2002 a její ustanovení zakotvila do Občanského zákoníku v rámci „zvláštního ustanovení o ochraně spotřebitele při uzavírání smlouvy o užívání budovy nebo její části na časový úsek“<sup>8</sup>.

Cílem této směrnice bylo zavést společná pravidla ochrany spotřebitele ve všech členských zemích EU. Směrnice se týká obchodních transakcí mezi prodejci a kupujícími. Neřeší vztahy mezi podnikateli, nebo možnosti dalšího prodeje timeshare. Směrnice se nepokouší zřídit právní struktury timeshare, zaměřuje se na oblast kupní smlouvy a ochrany spotřebitele. Směrnice se vztahuje na jakékoli smlouvy nebo skupiny smluv uzavřených na dobu nejméně tří let, týkající se nabytí věcného práva nebo práva k užívání jedné nebo více nemovitostí na určitou dobu v roce, která nesmí být kratší než jeden týden. Tato definice zapříčinila, že se objevilo mnoho nepoctivých společností, které poskytovali timeshare na méně než tři roky (většinou 35 měsíců) a tím se na ně nevztahoval tento právní předpis.

Čtyři hlavní oblasti působnosti směrnice:

- Kupující musí mít zákonné minimum „na rozmyšlenou“ do deseti dnů od podpisu smlouvy
- Přijímání vkladů před uplynutím této lhůty je zakázáno
- Uzavírané smlouvy musí být v úředním jazyce státu, ve kterém kupující žije

---

<sup>8</sup> Jedná se o § 58 až § 65 Občanského zákoníku

- Kupující musí dostávat všechny popisné informace o nemovitostech a o svých právech

Ve své konečné podobě se směrnice zabývá pouze povinností poskytovat informace, možností odstoupení od smlouvy a zákazem přijímání zálohových plateb. Hlavní ustanovení Směrnice lze shrnout následovně:

Zákon vymezuje, že smlouva musí být písemná a uzavřena na dobu delší než tři roky. Musí obsahovat podrobné informace o poskytovateli i spotřebiteli, podrobné vymezení práva užívat budovu, polohové určení, přesný popis a vybavení budovy nebo například vymezení základních služeb. Důležitou součástí je i to ujednání, že kupujícímu nevzniknou jiné náklady nebo povinnosti než ty, které jsou uvedené ve smlouvě. Smlouva musí být v mateřském jazyce kupujícího nebo v úředním jazyce státu, ve kterém kupující žije. Kupující musí mít minimální dobu 10 dnů k odstoupení od smlouvy od jejího podpisu, nebo 3 měsíce v případě, že smlouva neobsahuje povinné údaje uvedené ve směrnici. Oznámení o odstoupení od smlouvy nesmí být doručeno po uplynutí této lhůty. Podat ho může jen osoba uvedená ve smlouvě. Zálohová platba prodávajícímu je zakázaná. Jsou-li součástí smlouvy jiné smlouvy související s financováním nákupu, vztahují se na ně stejné právní podmínky. Členské státy mohou přidat ustanovení pro větší ochranu spotřebitele, ale nesmí nic z této směrnice odebrat.

#### 4.2. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES

Vzhledem k tomu, že od uvedení Směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES v platnost, došlo na trhu k podstatným změnám, muselo se přistoupit k revizi této směrnice, a dne 14. ledna 2009 byla přijata nová Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES (dále jen směrnice). Nejvýznamnější ze změn které na trhu nastaly, je nabídka nových produktů podobných jako timeshare a nové typy timeshare smluv. Tyto produkty ale nespádají do působnosti směrnice a neexistence právní úpravy těchto produktů a smluv způsobuje nemalé potíže spotřebitelům ale i poctivým podnikatelům.

Velkým problémem se stal i fakt, že prodej a výměna v režimu timeshare nebyly pokryty právním režimem.

Nová směrnice reaguje na dvě důležité skutečnosti objevující se na trhu. Jedním je vývoj produktů nabízených spotřebitelům, jež mají obdobné dopady na spotřebitele, avšak na něž se nevztahují stávající pravidla, zejména z důvodu úzce vymezené působnosti směrnice (jedná se např. o tzv. diskontní prázdninové kluby, pronájem lodí či karavanů nebo zajišťování ubytování na dobu kratší než 1 týden či uzavírání smluv na dobu kratší než 36 měsíců). Druhým je narůstající počet stížností spotřebitelů na takové produkty. Díky stále narůstajícímu počtu stížností spotřebitelů v oblasti timeshare zvolila Evropská komise při revizi směrnice cestu veřejné konzultace. Cílem této veřejné konzultace bylo zapojit do revize co nejširší sféru spotřebitelů. Spotřebitelé mohli své připomínky k návrhu směrnice a své osobní zkušenosti s timeshare do 1. srpna 2006 zasílat na e-mail k tomu speciálně vytvořený. Psát spotřebitelé mohli v českém jazyce.

Nejdůležitější změny v nové směrnici shrneme v několika dalších odstavcích. Nová směrnice napříště definuje timeshare jako: „smlouvu o dočasném užívání ubytovacího zařízení na období delší než jeden rok, na základě které spotřebitel za úplatu získává právo užívat jedno nebo více ubytovacích zařízení s noclehem na více než jeden časový úsek<sup>9</sup>“. Z tohoto jasně vyplývá, že nově se timeshare limituje jen jedním rokem a ne třemi, jak tomu bylo u staré směrnice. Další novinkou je definice prázdninových klubů. „Smlouvou o dlouhodobém rekreačním produktu se rozumí smlouva uzavřená na období delší než jeden rok, na základě které spotřebitel za úplatu získává především právo na slevu nebo jiné výhody spojené s ubytováním, a to společně s dopravou či jinými službami nebo bez nich<sup>10</sup>“. Směrnice se zabývá i smlouvou o dalším prodeji, smlouvou o výměně, definicí obchodníka a spotřebitele či vedlejší smlouvou.

---

<sup>9</sup> článek 2, odstavec 1a, Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES

<sup>10</sup> článek 2, odstavec 1b, Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES

Směrnice nově stanovuje, že timeshare nesmí být na trh uváděn jako investice. Také reguluje způsob propagace. Nově je ustanovena povinnost obchodníka uvádět na pozvánce na propagační akci timeshare, že se akce týká timeshare a tuto informaci nechat k dispozici po celou dobu trvání této akce.

Nově se mění lhůta pro odstoupení od smlouvy z původních 10 dnů na 14 dnů, ty jsou pevně dané a členské státy EU již nemohou s touto lhůtu měnit. Povinnost oznámit obchodníkovi svůj úmysl odstoupení od smlouvy před uplynutím této lhůty zůstává stejná. Nově se může podat nejen písemně, ale i na jiném trvalém nosiči, kterým je zde myšleno například CD. Stejně zůstává i to, že odstoupí-li spotřebitel od smlouvy ve stanovené lhůtě, nenese žádné náklady ani není odpovědný za úhradu jakékoliv hodnoty odpovídající službě, která mohla být do okamžiku odstoupení od smlouvy poskytnuta.

Peněžité zálohy jsou směrnicí i nadále zakázány. Spolu s nimi i poskytování záruk, vázání peněžních prostředků na účtech, výslovné uznání dluhu nebo jakékoli jiné úhrady spotřebitele ve prospěch obchodníka.

Tato směrnice byla do českého občanského zákoníku přijata prostřednictvím zákona č. 28/2011Sb. koncem února 2011. Přezkoumání této směrnice proběhne nejpozději do 23. února 2014, kdy bude možné posoudit nakolik je Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES ze dne 14. ledna 2009 účinná.

## 5. Organizace zabývající se timeshare

Tak jako každé jiné odvětví průmyslu, má i timeshare své organizace na národní, nadnárodní i celosvětové úrovni. V následující kapitole se pokusíme o představení některých z nich. Na závěr kapitoly provedeme komparativní porovnání těchto organizací, aby vyšlo najevo, která organizace se čím zabývá a komu slouží její rady a pomoc.

### 5.1. The Organisation for Timeshare in Europe

Organizace pro timeshare v Evropě (dále jen OTE) byla založena v únoru 1998 za účelem integrace všech evropských podniků zabývajících se timeshare. OTE se věnuje poctivosti obchodování, vzdělávání a podpory růstu timeshare v Evropě. OTE má více než 130 členů ze všech odvětví průmyslu, včetně resortů vývojářů, specialistů v oblasti marketingu a managementu, finančních institucí či společností pracujících v oblasti prodeje a koupě realit. OTE je obchodní subjekt, který není plně sponzorován z rozpočtů Evropské Unie nebo národních rozpočtů. Organizace je financována z členských příspěvků a ze služeb, které svým členům poskytuje. Také z publikační činnosti, která vzniká z konferencí a summitů společností pořádaných. OTE každý rok pořádá pro své členy největší konferenci o timeshare, které se účastní více než 1200 delegátů. Společnost poskytuje také vzdělávací programy, zaměřené na marketing, prodej a řízení služeb. Programy mají za cíl pomoci udržet a zlepšit vysokou úroveň poskytovaných služeb zákazníkům. OTE rovněž spolupracuje se vzdělávacími institucemi v oblasti cestovního ruchu (např. společnost Mag Consulting,).

Členství je pro každého, kdo se primárně nebo částečně věnuje odvětví timeshare. Členové OTE se svým členstvím zavazují k vysoké úrovni služeb jimi poskytovanými, trestní bezúhonnosti a k dodržování etického kodexu, který je pojistkou poctivého obchodu pro kupující.

Tento kodex je používán od roku 1999 a v průběhu času je neustále aktualizován. Dne 1. března 2005 byl přijat nový Etický kodex OTE u kterého byla podstatně zvýšena jeho účinnost. Na sestavení nového kodexu se podílely nejen pracovní skupiny OTE, ale probíhaly i rozsáhlé konzultace s dalšími stranami. Ty zastupovali Evropská komise, Evropské spotřebitelské centrum, The Association of Timeshare Owners Committees – TATOC (Asociaci vlastníků timeshare), nebo například asociace spotřebitelů na národních úrovních. Závazek uznání Etického kodexu OTE je pro společnosti do OTE vstupujících, nedílnou součástí jejich přijetí. OTE pravidelně pomocí auditů kontroluje, zda členové svůj závazek dodržují. Členové OTE představují špičku ve svém oboru, která se věnuje poctivému obchodování, napomáhání vývoji tohoto odvětví, řízení timeshare středisek nebo servisu pro timeshare vlastníky či členy klubů.

OTE jako taková vystupuje v médiích jako zastávce a obhájce , která na základě statistických údajů a faktů zdůrazňuje přínos a úspěchy timeshare. Má za úkol správně informovat evropské spotřebitele, a to i o nekalém jednání některých podnikatelů v této oblasti.

OTE spolupracuje s vládami na evropské i národní úrovni. Cíl této spolupráce představuje vytvoření korektních právních předpisů, které chrání spotřebitele a pomáhají pozitivnímu vývoji odvětví timeshare. Nedílnou součástí cíle této spolupráce je i vytvoření tzv. dobrého jména timeshare. Prostřednictvím své kanceláře a svých poboček OTE podporuje dialog mezi vládou, spotřebitelskými organizacemi a obchodníky, který má za cíl neustálé zlepšování právních norem pro timeshare.

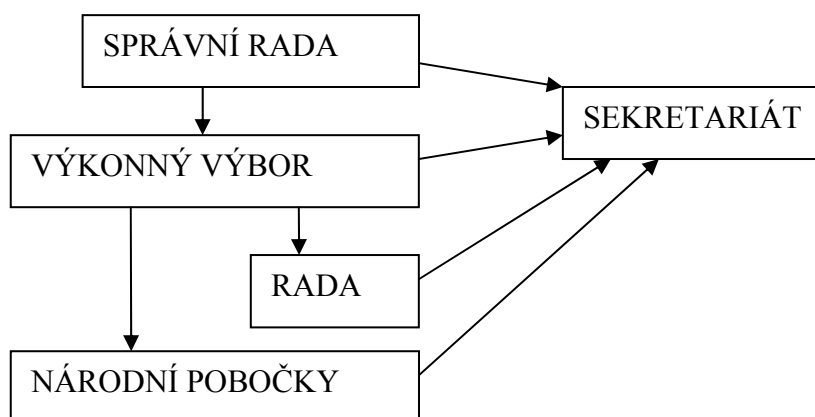
OTE má hlavní kancelář v Bruselu, pobočky v Londýně a v Madridu. Součástí organizační struktury OTE jsou i „National Chapters of OTE“, které lze v češtině definovat jako Národní pobočky OTE. Těchto Národních poboček je v současnosti celkem 14 operujících v těchto zemích:

- Belgie – oblast Benelux a Francie
- Kypr
- Finsko – oblast severských zemí

- Německo
- Řecko
- Maďarsko
- Itálie
- Portugalsko
- Španělsko
- Spojené království Velké Británie a Severního Irska

I OTE má jako každá jiná společnost organizační strukturu, která vypovídá o způsobu organizace práce a rozdělení kompetencí v daném podniku. Organizační strukturu této společnosti můžeme načrtnout asi takto:

Obrázek č. 2 – Struktura OTE



Zdroj: Irena Simlerová

Správní rada je odpovědná za celkovou politiku, strategii a řízení organizace. Tyto jsou utvářeny na základě klíčových údajů za celé odvětví. Předsedou je ke dni 21.3.2009 pan Richard McIntosh, generálním ředitelem je k témuž dni Paul Gardner Bougaard.

Výkonný výbor řídí tuto organizaci v souladu se strategiemi, které schválí správní rada. Výkonný výbor řeší situace, které vyžadují rychlé řešení. Výbor se skládá z klíčových osobností správní rady, včetně předsedy a generálního ředitele.

Součástí organizační struktury jsou čtyři Rady, které byly zřízeny aby se věnovaly zvláštním oblastem politiky společnosti a svými návrhy podporovaly činnosti správní rady.

- Communications Council (Komunikační rada) – je odpovědná za pořádání konferencí a seminářů pro členy OTE, za používání a ochranu loga a jména OTE, výrobu a distribuci propagačních materiálů OTE, komunikaci a propagaci OTE.
- Legislative Council (Legislativní rada) – monitoruje navrhované právní předpisy, poskytuje právní pomoc členům OTE prostřednictvím Komunikační rady, podporuje aktivní zapojení OTE do národních i nadnárodních aktivit související s propagací timeshare.
- Membership Council (Rada pro členy a členství) – doporučuje členství, stanovuje strukturu a výši poplatků za členství, propaguje výhody členství, zajišťuje zpracování žádostí o přijetí a přesné a aktuální informace o členech.
- Costumer Council (Rada pro spotřebitele) – prvořadým úkolem této rady je vyřizování stížností spotřebitelů profesionálním způsobem, se zajištěním zpětné vazby, usnadňuje kontakt oficiálních spotřebitelských sdružení s vlastníky timeshare po celém světě.

Národní pobočky mají za úkol zajistit, aby v zastoupených zemích byly splněny strategie a cíle OTE. Mají rovněž za úkol zajistit odpovědné provádění programů a činností specifikovaných právě pro jejich domácí trh. Nesou rovněž odpovědnost za propagaci a mediální komunikaci na místní úrovni. Každá Národní pobočka má samostatný řídicí výbor, který se řídí politikami OTE v národním kontextu.

Sekretariát podporuje činnost všech výše uvedených. Tedy představenstva, výkonného výboru, rad, a národních poboček. K jeho hlavním aktivitám patří spotřebitelský servis. Díky své reputaci se OTE stal pro mnohé spotřebitele důvěryhodným poradcem při řešení dotazů ohledně timeshare. Díky své databázi členů, může OTE pomoci najít spotřebitelům to co hledají. V rámci spotřebitelského servisu sekretariát poskytuje bezplatné poradenství a smířčí služby pro kohokoli, kdo spolupracuje s jeho členy. Jako dobrý výsledek této činnosti můžeme uvést data z roku 2004. Ze 182 případů stížností



z celé Evropy, bylo více jak 95% díky sekretariátu OTE vyřešeno. OTE ale řeší jen stížnosti, které se týkají jejich členů. Toto oddělení také napomáhá rozvíjet propagaci, která napomáhá spotřebitelům s nákupem, prodejem a pochopením timeshare. Je to právě sekretariát, který zajišťuje, aby se informace o průmyslu timeshare dostaly k rukám úředníků, zákonodárců a ministrů na hlavních evropských i národních trzích a hlavních evropských institucích v Bruselu a ve Štrasburku. Je to hlavně sekretariát který předává médiím fakta o průmyslu a stará se, aby je média použily ve vhodných souvislostech na podporu timeshare. Dodává médiím informace o výzkumu, rozvoji a statistikách v tomto odvětví.

OTE je obchodní společnost, která se velkou měrou podílí na rozvoji a podpoře timeshare průmyslu v Evropě. Může být pokládána za „jistotu“ v této oblasti, protože její členové splňují vysoké požadavky na kvalitu a úroveň služeb poskytovaných svým zákazníkům. Jestliže spotřebitel spolupracuje s členem OTE, může si být jistý, že se nestane obětí nekalé činnosti. A kdyby přece jen došlo k pochybení, OTE se postará, aby došlo k nápravě. Nemalé zásluhy jsou OTE přičítány i na poli rozvoje timeshare. Díky podpoře komunikace mezi jednotlivými subjekty a pořádání mezinárodních kongresů dosahuje timeshare stále lepšího postavení v očích zákazníků, a to nejvíce díky legislativě na níž má OTE svůj podíl.

Dne 25. března 2009 došlo ke změně názvu OTE na Resort Development Organisation (RDO). Do češtiny to lze přeložit jako Organizace pro rozvoj resortů. Změna nastala jako reakce na masivní rozvoj a změny které v průmyslu od jeho začátku nastaly. Organizace jako taková se nezabývá pouze timeshare, ale zastupuje průmysl timeshare jako celek.

## 5.2. The American Resort Development Association

Partnera OTE na Americkém kontinentu představuje The American Resort Development Association (Americká asociace pro rozvoj resortů, dále jen ARDA). ARDA je profesní sdružení zastupující vlastníky timeshare nároků a společnosti podnikající v oblasti timeshare, které napomáhají jeho rozvoji. Sdružení bylo založeno roku 1969. Dnes má téměř 1000 členů. Členy představuje různorodá škála, od soukromých osob – vlastníků timeshare nároků, přes společnosti na národní úrovni po společnosti s celosvětovou společností.

ARDA podporuje růst a vývoj odvětví timeshare v různých oblastech. Podílí se a ovlivňuje místní, státní i národní vládní záležitosti týkající se odvětví. Monitoruje situaci na trhu a vyvozuje z tohoto monitorování důsledky pro trh timeshare. Aktivně lobuje za vytvoření účinného právního prostředí, které by posílilo důvěryhodnost odvětví pro spotřebitele a jejich právní ochranu. Sdružení se podílelo i na přijetí Emergency Economic Stabilization Act of 2008 (H.R. 1424), což je podpora stabilizace hospodářského zákona, která napomáhala v USA v počátcích finanční krize v roce 2008 k záchraně průmyslu cestovního ruchu.<sup>11</sup> Jeden oddíl ARDA představuje The ARDA-Resort Owners Coalition (ARDA-ROC), která je v USA pro vlastníky timeshare nároků „jistotou“ při pomoci řešení problémů v oblasti timeshare. Pomoc je poskytována jen členům tohoto sdružení. Vzdělávací institut The ARDA International Foundation (AIF) nabízí vzdělávací a profesní rozvoj svým členům prostřednictvím publikací, které se zabývají etickými, právními, regulačními a provozními aspekty timeshare. Toto vzdělání je poskytováno na národních i regionálních úrovních pomocí vzdělávacích seminářů pořádaných každý rok. Tato společnost, kterou ARDA zaštituje je nezisková organizace, která svým výzkumem přináší nové a cenné poznatky o průmyslu timeshare. Díky spojení organizací působící v odvětví timeshare i v odvětvích souvisejících v USA i v zámorí, umožňuje ARDA růst průmyslu. Jako bonus této činnosti získává i cenné statistické údaje o odvětví a o podnikání v tomto

---

<sup>11</sup> více informací na: ARDA.org [online]. 2.10.2008 [22.3.2009].  
<[http://www.arda.org/Content/NavigationMenu/Federal/Economic\\_Stabilizati.htm](http://www.arda.org/Content/NavigationMenu/Federal/Economic_Stabilizati.htm)>.

oboru. Tyto údaje mohou pozitivně ovlivňovat budoucnost timeshare, tím i jeho ekonomický přínos pro průmysl a činí toto odvětví díky pozitivní propagaci stále rozmanitější a atraktivnější pro spotřebitele. Tohoto efektu se dosahuje díky různým informačním nástrojům, které ARDA využívá. Je to hlavně zveřejňování výzkumu v této oblasti, vydávání internetového magazínu na svých webových stránkách poskytování informací tamtéž. ARDA se snaží své členy neustále informovat o trendech v průmyslu a aktuálním dění.

ARDA je společnost celosvětového významu. Ovlivňuje timeshare nejen pro oblast USA, ale díky své AIF má vliv na světový průmysl. Pracuje podobně jako OTE a díky jejich spolupráci si odvětví timeshare svou úroveň neustále posunuje výš.

### 5.3. The Global Alliance for Timeshare Excellence

The Global Alliance for Timeshare Excellence – Globální aliance pro timeshare (dále jen GATE) byla založena rokem 1999 vedoucími představiteli sdružení timeshare v USA, Kanadě, Latinské Americe, Evropě, na Středním východě, v Austrálii a v jižní Africe, pro podporu timeshare na celém světě. Každé ze svých původních sdružení si zachovává svou vlastní identitu, ale společně se snaží usilovat o spolupráci v otázkách společného zájmu v oblasti timeshare a v zájmu svých členů a spotřebitelů. GATE chce sloužit jako prostředek k zajištění toho, aby legislativní a regulační návrhy byly rozumné a sloužily rozvoji odvětví. Rovněž působí jako zdroj pozitivního vlivu na povzbuzení průmyslu k činnosti takovým způsobem, aby na vnímání veřejnosti působil pozitivním dojmem.

K hlavním cílům činnosti této organizace patří:

- předkládá stanoviska timeshare průmyslu a jeho účastníků k právním předpisům a obchodním předpisům vztahujícím se k jejich činnosti
- poskytuje poradenství vládám o způsobech realizace legislativních předpisů v oblasti timeshare

- podněcuje, podporuje a koordinuje přes-hraniční obchodní vztahy mezi timeshare developery a dodavateli se sídlem v členských zemích
- hledá způsoby, jak maximalizovat pozitiva pro vlastníky timeshare nároků po celém světě.

Členy GATE jsou:

- American Resort Development Association (ARDA)
- Australian Timeshare & Holiday Ownership Council (ATHOC)
- Organisation for Timeshare in Europe (OTE) – oblast Evropské Unie, Středního východu a severní Afriky
- Canadian Resort Development Association (CRDA)
- Timeshare Institute of Southern Africa (TISA) – pro oblast Durbanville, jižní Afrika
- AMDETUR/LADETUR – členské asociace působící v oblasti Mexika a Latinské Ameriky

#### 5.4. Evropská spotřebitelská centra

První myšlenka pro vytvoření jednotného systému na ochranu a pomoc spotřebitele vznikla v roce 1991, kdy Evropská Unie začala zakládat spotřebitelská střediska Euroguichet za účelem poskytnutí informací a pomoci v oblasti zahraničního obchodu. Snaha pokračovala v roce 2001 kdy zahájila činnost Evropská síť pro mimosoudní urovnání sporů – European Extra-Judicial Network (EEJ – Net). Cílem této sítě bylo pomáhat spotřebitelům v EU při řešení jejich sporů alternativním řešením (ADR). V roce 2005 se síť Euroguichet a EEJ – Net sloučily a vytvořily síť Evropských spotřebitelských center (dále jen ECC – Net).

V České republice funguje Evropské spotřebitelské centrum pro Českou republiku (dále jen ESC), které bylo založeno 1.1.2005 za finanční podpory Evropské Unie. Původně

bylo centrum zřízeno při Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR, ale od 1.1. 2009 působí při České obchodní inspekci.

Všechna centra poskytují své služby bezplatně členům EU. Na financování sítě se podílejí členské státy a Evropská Unie. V roce 2006 byla tato podpora přibližně 4 miliony eur.

Ke službám, které ESC bezplatně poskytuje patří:

- pomoc při řešení stížností a sporů s prodejci výrobků a služeb v členských zemích EU, Norsku a na Islandu,
- poskytnutí rad a informací o právech spotřebitelů na společném trhu a o možných způsobech vymáhání těchto práv,
- je kontaktním místem pro zprostředkování pomoci při mimosoudním řešení jejich sporů s obchodníky,
- poskytnutí pomoci spotřebitelům z ostatních členských zemích ve sporech s českými prodejci.

ESC nemá v kompetenci řešit:

- spory na národní úrovni,
- spory týkající se zemí mimo EU,
- spory, kdy prodávající není podnikatelem, ale soukromou osobou.

ESC se zabývá i různými činnostmi:

- spolupráce s jinými evropskými centry,
- informují spotřebitele o jejich právech,
- v případě potřeby pomáhají spotřebiteli sepsat stížnost,
- fungují jako zdroj vstupních informací pro novou spotřebitelskou politiku EU.

Poslední činnost je uskutečňována hlavně díky přímé zpětné vazbě ohledně konkrétních otázek týkajících se spotřebitelů EU. ESC v tomto ohledu také poskytuje cenné informace Evropské komisi v oblasti spotřebitelské politiky.

A jak souvisí ESC s timeshare? ESC je první organizací, kam se může nespokojený spotřebitel obrátit. Plná třetina všech stížností v roce 2007 se týkala timeshare. Většinou

se jednalo o stížnosti českých občanů na španělské podnikatele. V této souvislosti vydalo ESC několik upozornění, které jsou volně dostupné na ESC webu v sekci Timeshare. Jedná se například o: Upozornění na pochybné společnosti nabízející Timeshare v Portugalsku, Užijte si dovolenou ve Španělsku – ale buďte opatrní!, či Holiday kluby – doporučení. ESC také přispělo k realizaci společné sítě ESC Turismus, která poskytuje cenné informace v oblasti cestování<sup>12</sup>.

## 5.5. Komparativní analýza činností organizací

Na základě zjištěných informací sestavíme tabulku, ze které bude zřetelné, jaké služby, jakým způsobem a komu výše zmíněné organizace poskytují. Tabulka bude sloužit pro přehledné shrnutí celé kapitoly.

Tabulka č. 2 – Komparativní analýza činnosti organizací působící v oblasti timeshare.

	<b>GATE</b>	<b>ARDA</b>	<b>OTE</b>	<b>ECC-Net.</b>
<b>1. oblast působnosti</b>	celosvětově	USA	Evropa	Evropská Unie
<b>2. financování</b>	členské asociace	členské poplatky	členské poplatky	fondy EU, členské státy
<b>3. cíl činnosti</b>	prospěch odvětví	pomoc členům, státním orgánům	pomoc členům, státním orgánům	spotřebitelé členských zemí, státní orgány
<b>4. ostatní činnost</b>	-podpora rozvoje timeshare	- poradenská - informační - vzdělávací	- poradenská - informační - vzdělávací	- právní pomoc - informační - poradenská

Zdroj: Irena Simlerová, 14.3.2011

<sup>12</sup> více informací na: ČOI.cz [online]. 23.3.2009. <<http://www.coi.cz/cs/esc-2/spotrebitel-2/cesty-do-zahranici/radce-spotrebitelum-pri-turistice-po-zemich-evropske-unie-islandu-a-norsku-1.html>>

Z tabulky jasně vyplývá, že největší vliv na celé odvětví má GATE. Působí na nejvyšší úrovni. Svým jednáním a činy ovlivňuje organizace ostatní. Je ale také pravdou, že ostatní organizace k její činnosti nemálo přispívají, svou činností. GATE se staví za světový průmysl timeshare. Není její úkolem přímo komunikovat s účastníky tohoto průmyslu. Druhým v tabulce významnosti je ARDA. Tato organizace spravuje celou oblast USA, kde je timeshare velmi oblíben. ARDA se stará o své členy, a díky tomu že podporuje je, přispívá k růstu celého odvětví. Svou záštitou dává spotřebitelům jistotu kvalitních služeb. Zaslouhuje se o pozitivní vnímání timeshare u spotřebitelů. Svou činnost která je zpoplatněná rozšířila i o nezpoplatněný sektor. Tento sektor je nemalého významu, týká se totiž vzdělávání. Evropským protějškem americké ARDA je OTE. Jeho vliv není tak velký, protože operuje na geograficky menším území a timeshare v Evropě není tak silné jako v USA. I jeho služby jsou zpoplatněné, ale své zásluhy má v oblasti rozvoje odvětví a to díky pořádání konferencí a summitů. Svými poznatky i OTE napomáhá vládním orgánům ke tvorbě účinné legislativy, která je více než potřebná. V neposlední řadě je tu i ECC-Net. Operační prostor pro tuto síť je nejmenší z výše zmíněných. Síť operuje na území Evropské Unie, a může řešit jen to co se Evropské unie týká. Je ale dostupná všem spotřebitelům a to bez poplatku.

## 6. Analýza postavení timeshare ve světě a v České republice

Tak jako má každé odvětví průmyslu svou historii, má i timeshare svou cestu vývoje. Tato cesta se velmi liší podle toho, kterým státem světa vedla. Ovšem to, co tyto cesty spojuje, je neuvěřitelná dynamičnost růstu. Vezmeme-li v potaz, že timeshare se datuje od šedesátých let dvacátého století, je jeho rozmach do dnešních dnů ohromující.

Timeshare jako odvětví průmyslu, je-li v dané zemi úspěšné, velmi ovlivňuje ekonomiku státu. V této oblasti se pracuje s velkými sumami peněz i s velkým množstvím pracovních míst. Neméně důležitý je i silný multiplikační efekt, který timeshare vytváří.

V následující kapitole se zaměříme na rozdílný vývoj tohoto průmyslu na různých kontinentech i na jeho rozličné postavení v jednotlivých zemích. Také se pokusíme přiblížit jaký vliv má na státní ekonomiku.

### 6.1. Americký kontinent

K rozmachu timeshare v USA došlo v 70. a 80. letech dvacátého století. Důvodem byla ropná krize (v letech 1973-1974), která učinila cestování velmi drahé. Tím se mnoho hotelů a letovisek dostalo do existenčních problémů a hledalo řešení, jak z nich ven. Jednou z možností bylo timeshare. Hotely rozprodaly právo na užívání jednotlivých pokojů svým klientům. Tím získaly finance a zůstaly vlastníky nemovitosti. Krize v hotelích a letoviscích byla zažehnána. V dnešní době se timeshare zabývají i tak významní podnikatelé na poli cestovního ruchu jako je řetězec hotelů Hilton nebo Marriott. Díky tomu, že je timeshare průmysl v USA tak významný, existuje i jeho detailní statistika a je neustále sledován a mapován. Tato situace bohužel v České republice není a je proto velmi těžké tyto hodnotící údaje porovnat.



Zajímavé informace lze vyčíst ze studie pro rok 2005 Pricewaterhouse Coopers pro ARDA International Foundation (AIF), která byla vydaná v březnu 2007 při výročním sjezdu ARDA v Orlandu. Ze zprávy vyplývá, že timeshare průmysl přispěl v roce 2005 do americké ekonomiky 62 miliardami USD. Celkový přínos byl 92 mld. USD. 62 mld. USD byly spotřebitelské a podnikatelské výdaje, 21,5 mld. USD tvořily platy pro 565 300 pracovních míst na plný i částečný úvazek, a 8,5 mld. USD tvořily příjmy z daní.

V průběhu tříletého období, od roku 2002 do konce roku 2004 dosáhl timeshare průmysl nárůstu o 24% v klíčových ekonomických kategoriích. Počet pracovních míst se zvýšil o 58 200 pozic (11,8 % nárůst). Daňové příjmy vzrostly o 1,7 mld. USD (nárůst o 24,8%).

K 1. lednu 2006 v USA existuje více než 1 600 timeshare středisek a 4,1 milionu domácností, které vlastní nárok na jeden nebo více týdnů timeshare na rok. To je 5% nárůst oproti stejnému období v roce 2005. Celkem je v USA v provozu 154 439 ubytovacích jednotek. V průměru to znamená 96 ubytovacích jednotek na resort. Na jednu ubytovací jednotku timeshare připadá v USA 26,5 vlastníka. Tento údaj, říká, že timeshare je stále v USA živé, má stabilní postavení a neustále roste. Timeshare představuje přínos pro obce v okolí středisek timeshare i pro stát jako celek. V roce 2005 aktivně svůj timeshare prodávalo 882 resortů. Tato střediska prodala 529 031 „týdnů“ za průměrnou cenu 16 782 USD. Celkový objem tržeb byl 8,6 mld. USD, což byl 9% nárůst oproti roku 2004. Průměrný roční čistý zisk pro aktivní středisko byl 21 mil. USD.

Profil průměrného kupujícího timeshare v USA se stává stále rozmanitější. Průměrný věk vlastníků timeshare nároků je 52 let. Roční příjem kupujících je 81 000 USD. 17% všech kupujících jsou svobodné osoby a 24,9% kupujících má děti do 18 let věku. Podle nejnovějších údajů z roku 2007 se v USA prodalo timeshare za 10,6 mld. USD (nárůst oproti 2005 o 23%). Nově vzniklo dalších 40 resortů a tím se počet ubytovacích jednotek zvýšil na 180 158. Počet vlastníků se zvýšil na 4,7 milionů domácností.

Z výše uvedených informací vyplývá, že timeshare průmysl je v USA opravdu na vysoké úrovni. Vezmeme-li v úvahu obecný trend Američanů cestovat hlavně po svém kontinentu, většina peněz vložených do timeshare zůstává v domácí ekonomice. I to je jeden z důvodů, proč je průmysl tak veliký, protože koupí-li si timeshare občan České republiky, koupí si ho v zahraničí a své peníze investuje do tamní ekonomiky. O důležitosti tohoto odvětví cestovního ruchu svědčí i zájem o sledování a prognózování tohoto průmyslu. Informací o historii, současném stavu i odhadů do budoucnosti v oblasti timeshare lze najít celou řadu. Timeshare se v USA zabývá celá řada organizací, vládních orgánů a institucí.

## 6.2. Austrálie

O timeshare v Austrálii pečuje Australan Timeshare & Holiday Ownership Council (dále jen ATHOC), který funguje jako nezisková organizace od roku 1994. Cílem jeho činnosti je zastupovat zájmy všech zapojených v australském timeshare průmyslu. ATHOC jménem všech svých členů úzce spolupracuje s vládou a snaží se podpořit dosažení vysoké úrovně poskytovaných služeb tím, že všichni jeho členové musí dodržovat Etický kodex a Kodex praxe který ATHOC vydal. Jako mimořádnou činnost má ATHOC svou nadaci, kde díky sponzorským darům svých členů pomáhá potřebným lidem, hlavně dětem, po celé Austrálii.

Timeshare v Austrálii se dočkalo své renesance během posledních šesti let. V letech 2004 – 2005 počet majitelů timeshare se zvýšil o 50% na více než 125 000 vlastníků. Počet středisek timeshare se zvýšil z 57 na 73 a čistý prodej timeshare dosáhl 173 mil. USD. Celkově lze říci, že meziroční nárůst tohoto odvětví je 10%, což je nejvyšší růst pro jednotlivý segment cestovního ruchu.

V Austrálii je 42% všech spotřebitelů timeshare velmi spokojeno a 39% spokojeno, což pro timeshare znamená 81% úspěšnost. Nejvíce ubytovacích jednotek timeshare je v Queensland, New South Wales a Victoria, celkem jich je 2308. Timeshare střediska

vykazují trvale vysokou obsazenost, a to 86%. Timeshare v Austrálii zaměstnává přibližně 5 800 lidí na hlavní pracovní poměr. V timeshare resortech se utratilo 91,6 milionu USD. Na daních timeshare průmysl zaplatil na 22,7 milionu USD.

Timeshare v Austrálii je, podle výše uvedených údajů, na dobré cestě rozvoje. Jednou z nevýhod pro rozvoj tohoto průmyslu je ten, že Austrálie je ostrovní stát. To zapříčiňuje například pro Evropany vyšší finanční náročnost na dopravu.

### 6.3. Afrika

Timeshare se v Africe zabývá organizace Timeshare Institute of Southern Africa (dále jen TISA). Jižní Afrikou je myšlen region do kterého řadíme tyto země: Angola, Botswana, Lesotho, Madagaskar, Malawi, Mauricius, Mozambik, Namibie, Jihoafrická republika, Svazijsko, Zambie a Zimbabwe. Tato organizace existuje od roku 1990 s cílem vytvářet, udržovat a rozvíjet prostředí pro životaschopnost a růst vlastnictví timeshare. Hlavním cílem této organizace je ochrana spotřebitelů a stimulace růstu timeshare. Organizace sdružuje své členy pod záštitou užívání Etického kodexu vydaného organizací. Členstvím organizace dokazují, že podnikají poctivě a tím se stávají žádanější pro zahraniční i domácí klientelu.

V jižní Africe bylo k 1.1. 2004 180 resortů. Z toho 169 jich je v Jihoafrické republice, 6 v Zimbabwe, 2 v Réunion (ostrov v souostroví Maskaróny) a po jednom na Mauriciu, Namibii a Svazijsku. Jeden týden v jižní Africe lze pořídít okolo 2 700 USD nebo 2000 €. Podle údaje TISA se jedná o jednu z nejlevnějších nabídek. Další velkou výhodou timeshare v Africe je nabídka jedněch z největších pokojů jako standardních. Nejžádanějšími lokalitami v Africe jsou oblasti s možností zážitků a zábavy – národní parky, kulturní zvyky (42,6%), dále pláže (39,1%), horské oblasti (33,9%), golfová turistika (25,8%) a možnost hazardních her (19,1%). Nejvíce timeshare se prodá právě při návštěvníkově dovolené (44,8%), timeshare pro Afriku zakoupené v místě trvalého bydliště hosta je daleko nižší (27%). Okolo 250 000 vlastníků timeshare nároků drží

nárok na 363 000 „týdnů“ v jižní Africe. V roce 2003 to bylo 38 000 „týdnů“ a v roce 2002 to bylo 32 000 „týdnů“. V roce 2002 bylo 61% všech prodaných timeshare nároků zakoupeno od developerů nebo jiných komerčních zdrojů. 26% nároků bylo získáno odprodejem a ostatních 13% nároků bylo získáno formou daru nebo dědictví.

Timeshare v jižní Africe bylo do nedávné doby málo využívané, ale podle údajů uvedených výše, lze předpokládat jeho rapidní růst a rozvoj. Výhodou jsou nesporná exotika lokality a nízká nákupní cena.

#### 6.4. Evropa

Byť je průmysl timeshare v Evropě rozšířený, získat podrobné informace o jeho velikosti a vlivu na ekonomiku jednotlivých států je velmi obtížné. Timeshare se v Evropě zabývá Resort Development Organisation (dále jen RDO), donedávna známá jako Organisation for Timeshare in Europe. K přejmenování došlo 25. března 2009. Rozvoj timeshare průmyslu je v poledních letech v Evropě velmi pozvolný.

Na celém světě existuje okolo 7 milionů vlastníků timeshare, a z toho jich v Evropě žije 1,5 milionu (v roce 2005 to bylo 1,4 milionu). Tito lidé žijí ve 25 různých státech. Evropané, kteří timeshare využívají jsou většinou starší, zkušení cestovatelé, kteří na dovolenou jezdí i třikrát v roce. Tím splňují výše uvedenou podmínku pro časté cestování, aby se jim timeshare vyplatil. Na pěti kontinentech funguje více než 5 500 středisek timeshare, v Evropě jich je 1 500 ( v roce 2005 to bylo 1 452) s kapacitou více než 83 000 míst. Tyto kapacity využívá více než půl milionu vlastníků každý rok v rámci výměnného systému. Nedávný průzkum RDO za účasti 30 000 vlastníků timeshare vypověděl, že 7 lidí z 10 doporučuje timeshare dovolenou svým známým. Dále říká, že 96% dotazovaných si myslí, že tato forma dovolené je lepší než normální způsob a 97% dotázaných je s ubytováním v timeshare střediscích spokojeno víc než s ubytováním v hotelích.

Timeshare každý rok do evropské ekonomiky přispívá 10 miliardami Eur. Střediska vykazují vysokou obsazenost 80%, a dávají tak možnost zaměstnání velkému množství lidí. Odhaduje se, že v oblasti timeshare je zaměstnáno více jak 200 000 evropských občanů. V tomto odvětví operuje okolo 620 společností.

V Evropě je přes 80 000 ubytovacích jednotek, kdy průměrný počet ubytovacích jednotek na středisko je 57. Menší střediska, která mají od 1 do 24 ubytovacích jednotek je v Evropě okolo 28 240 (35,3%). Standardní velikost jednotky je jedno nebo dvoupokojový apartmán s kuchyní a koupelnou. Těch dvoupokojových je 27,7% a jednopokojových je 47,5%. Volbu výběru spotřebitelů při nákupu velmi ovlivňuje další vybavenost resortu. Na vrcholu pomyslného žebříčku jsou bazény, blízkost umístění restauračních zařízení, barů, tělocvičen, tenisových kurtů a golfových hřišť. Součástí každého apartmánu standardně bývá vybavená kuchyň, jídelní prostor, TV, stereo a soukromá terasa. O situaci na poli timeshare průmyslu v Evropě vypovídá následující tabulka z roku 2005.

Tabulka č. 3 - Timeshare střediska a vlastníci pro rok 2005

Země	Resorty	Ubytovací jednotky	Vlastníci dle ubytování v tisících	Vlastníci dle bydliště v tisících
Rakousko	42	2520	51	30
Belgie	3	120	2	20
Chorvatsko	2	70	1	0
Kypr	13	520	9	1
Česko	7	320	6	15
Dánsko	14	420	9	5
Finsko	38	1900	32	50
Francie	130	8190	166	100
Německo	28	1620	31	230
Řecko	49	2450	36	40
Maďarsko	16	910	16	40
Island	1	20	1	0
Irsko	10	100	2	10
Itálie	181	12490	242	100
Malta	25	1750	21	10
Nizozemí	3	260	6	20
Polsko	2	70	1	20
Portugalsko	92	5700	114	20
Španělsko	327	22890	396	70
Švédsko	15	900	18	20
Anglie	121	4240	89	420
Norsko	4	160	3	15
Švýcarsko	29	1450	35	30

Zdroj: Timeshare Consumers Association, Timeshare Resorts and Ownership in Europe, December 2005

Z tabulky vyplývá, že timeshare je nejvíce rozvinuté Španělsku, Itálii, Francii a Anglii, kde je umístěno nejvíce timeshare středisek. Je také pravda, že nejvíce stížností v oblasti timeshare bylo podáno ve Španělsku a na španělské obchodníky. Španělsko proto bylo nuceno zpřísnit svá legislativní opatření. Nejvíce timeshare využívají Angličané a Němci. A byla to právě Anglie, která má největší podíl na mezinárodním prosazování legislativy na ochranu spotřebitele. A nejvíce se timeshare prodává ve Španělsku, Itálii a Francii. Tabulka nám dává tři hlavní střediska timeshare v Evropě, a to Španělsko, Itálii a Francii. Tato situace je podobná i v současné době.

Pro upřesnění situace si tyto tři státy, ještě spolu s Anglií a Českou republikou porovnáme s ohledem na počet obyvatel a rozlohu státu. Vezmeme-li v úvahu počet obyvatel jednotlivých států vyjde nám, že nejvíce je timeshare využíváné v Anglii, kde je vlastníkem timeshare každý 120 občan. V České republice je to každý 696 člověk. Zajímavé je, že ačkoli je nejvíce timeshare středisek ve Španělsku, z hlediska velikosti země jich je nejvíce v Anglii. Při pohledu na počet timeshare nároků v dané zemi k počtu obyvatel nám tabulka říká, že do Španělska daleko více lidí, v rámci timeshare, přijíždí než za timeshare vyjíždí. Stejná situace je i v Itálii a Francii. Opačná situace je v Anglii i České republice, kde mnohem více lidí s timeshare stát opouští než díky němu do země přijíždí. Podle této tabulky v České republice na jednu ubytovací jednotku připadá 32.644 lidí, zatímco ve Španělsku je to pouhých 2.012 lidí.

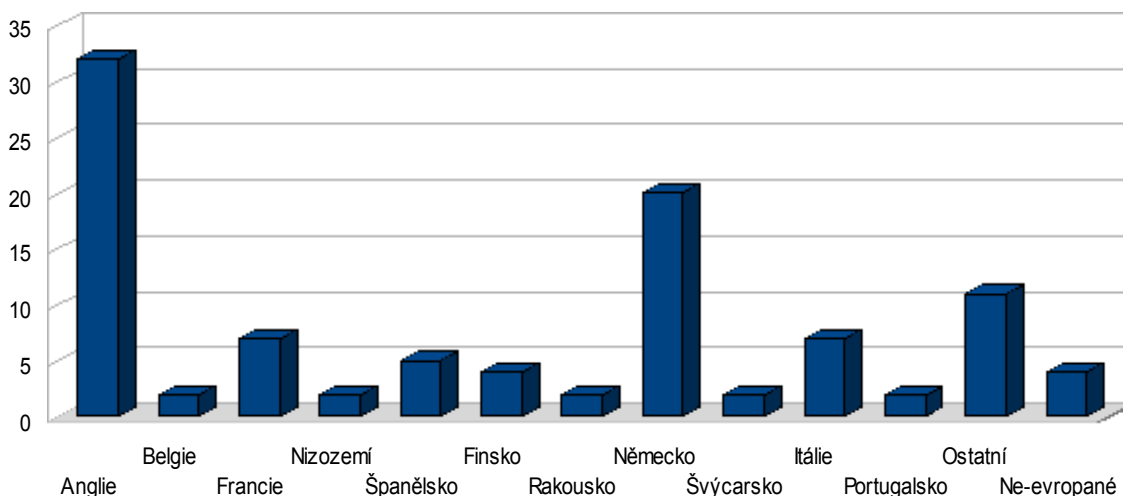
Tabulka č. 4 – Timeshare v Evropě s ohledem na rozlohu s počet obyvatel

	Španělsko	Itálie	Francie	Anglie	Česko
resorty na km <sup>2</sup>	0,00065	0,00060	0,00024	0,00093	0,000089
obyvatelé/ubytovací jednotky	2.012	4.621	7.348	11.816	32.644
obyvatelé/počet domácích vlastníků	658	577	601	119	696
Obyvatelé/timeshare nárok	116	238	362	562	1741

Zdroj: Irena Simlerová, 14.3.2011

Jak již bylo uvedeno výše, v Evropě vlastní timeshare okolo 1,5 milionu domácností. Průměrně tyto domácnosti vlastní 1,75 timeshare týdně. Téměř každý třetí z těchto vlastníků je Angličan a spolu s majiteli z Německa, kteří tvoří 20% vlastníků, dají dohromady polovinu všech vlastníků timeshare v Evropě. V Evropě se profilují dva typy kupujících. Jeden je charakteristický pro Anglii a Francii : věk nad 50 let, osamostatněné děti. Pro Španělsko je to: věk 30-49 let, většinou dvě děti v domácnosti. Blíže situaci přibližuje následující graf.

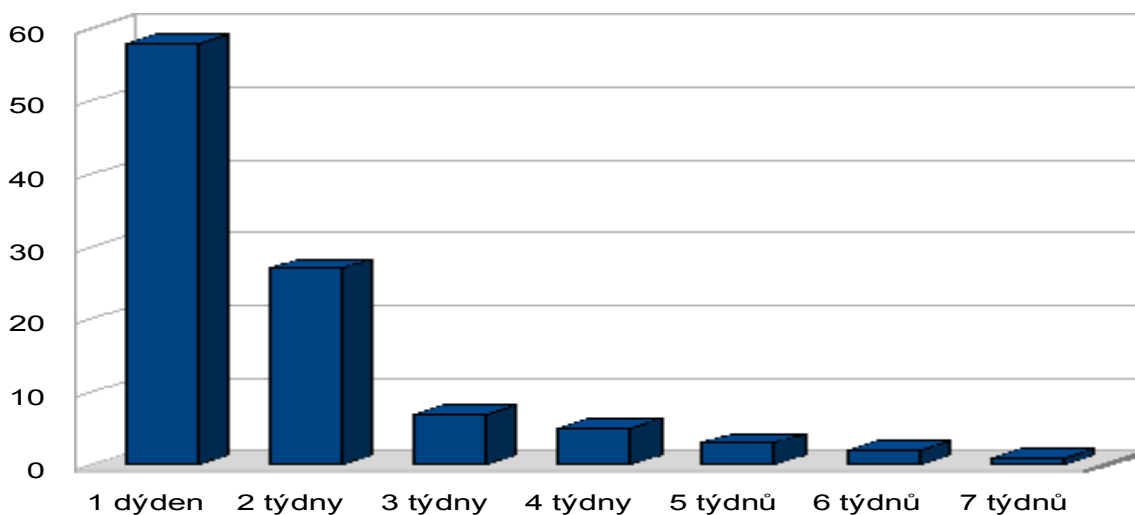
Graf č. 2 – Vlastníci timeshare dle národnosti



Zdroj: Resort Development Organisation, Resort Ownership by Country of Residence of Owner, December 2005

Většina kupujících, 50% - 70%, si pořizuje jen jeden týden dovolené na rok, zatímco dva týdny si pořizuje okolo 20% - 35% kupujících. Ovšem od roku 2000 funguje po celém světě uznávaný systém RCI points. Systém nefunguje na počet týdnů, ale na počet bodů, kdy každý týden dovolené má hodnotu určitého počtu bodů. Záleží na lokaci, úrovni letoviska, sezóně i na jeho oblíbenosti u klientů. Tyto body podrobněji představíme v kapitole o společnosti RCI.

Graf č. 3 – Množství zakoupených týdnů na majitele

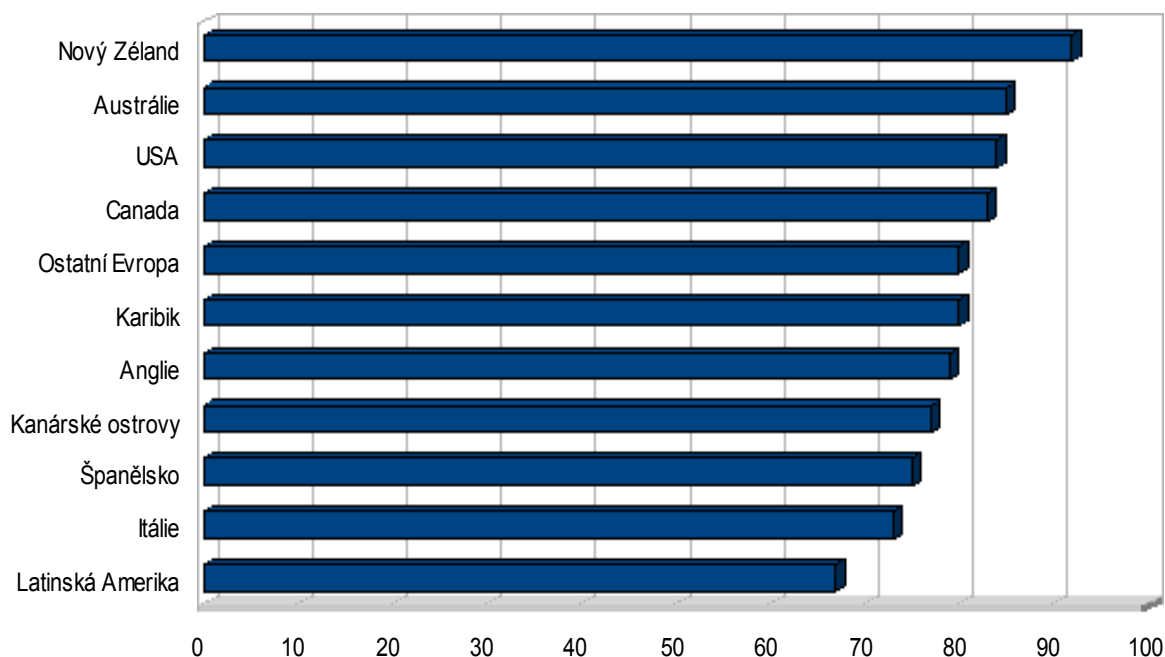


Zdroj: Resort Development Organisation, Average Numer of Weeks Owned, December 2005



V Evropě timeshare v posledních letech spíše stagnuje. Jeho růst nedosahuje takové dynamičnosti jak tomu bylo dříve. Na vině je především přehlcenost systému. Je to tak obrovský kolos, že se začíná dusit. Přesto na závěr této části připojuji graf ukazující spokojenost timeshare vlastníků s jednotlivými oblastmi kde jsou timeshare resorty lokalizovány. Jinak ze studií, které zjišťovali spokojenost vlastníků s timeshare vůbec vyplývá, že je jich s timeshare spokojeno celých 85% (rok 2007).

Graf č.4 – Spokojenost timeshare vlastníků



Zdroj: Resort Timeshare Consumers: Who They Are, Why They Buy, RCI survey 2005

## 6.5. Česká republika

Timeshare v České republice nemá dobré postavení. Na svědomí to má jeho uvedení na trh. Bohužel s timeshare v našich zemích začali nepoctiví obchodníci, kteří spotřebitele ve většině případů ošidili. Timeshare okolo roku 2001 vypadalo asi takto.

Možnost 1.: Spotřebitelé, ať už jednotlivci či manželské páry jsou pod záminkou výhry exotického zájezdu pozváni, většinou do luxusních prostor, aby si svou výhru vyzvedli. V pozvánce je i poznámka, která je navádí aby si s sebou přinesli peněžní hotovost. Na místě zjistí, že těchto výherců je víc. Následně se koná dražba velmi výhodného zájezdu. Každý pár má na starosti jedna asistentka, která je sugestivně podněcuje k využití takové výhodné nabídky. Pár který zájezd vydraží musí okamžitě v hotovosti složit kupní cenu tohoto zájezdu a podepsat kupní smlouvu. Každý pár je následně odveden na chodbu, kde mu manažeři předávají obálku s „výhrou“. Jedná se o poukaz na pobyt. Pouze na pobyt, ne na dovolenou. Cestu, služby a stravování si musí každý hradit sám. Z přiloženého seznamu nabídek ubytování je možné si vybrat stejný pobyt, který se před chvílí dražil. Poté nastává realita. Většinou těchto výherců se nedaří odcestovat. Lidé, kteří si jsou stěžovat jsou odkázáni na jednatele společnosti, kterým je většinou občan nějaké cizí země, kterého je možno kontaktovat jen písemně. Samozřejmě se tyto dopisy vrací neotevřené zpět. Dražbu v České republice může provádět jen osoba – dražitel, který k tomu má živnostenské oprávnění. Takto obchodovala společnost Elite Holiday Systém v Liberci. Je to jen jedna z mála těchto nepoctivých společností. A proč si lidé zájezdy kupují? V průběhu prezentace je většinou používána psychologická manipulace. Je navozena atmosféra výjimečnosti klientů i nabídky. Už to že se spotřebitel této akce zúčastní, věnuje tím společnosti energii v podobě času a peněz a to se potom velmi nesnadno říká ne. Klient se musí rozhodnout okamžitě, jinak o tak mimořádnou nabídku přijde. To vše jsou velmi propracované psychologické postupy, které tyto společnosti využívají a klamou tak své klienty.

Možnost 2.: „Dobrý den, vyhrál jste reklamní dovolenou od našeho klubu“, zazní v telefonu. Následně je spotřebitel pozván na prezentace timeshare společnosti. Zde mu je nabídnuta možnost koupit si velmi výhodně dovolenou na celý život pro sebe, svou rodinu i přátele. Společnost International Vacation Club (dále jen IVC) nabízela za čtvrt milionu korun jeden týden dovolené každým rokem až do skonání světa na Kanárských ostrovech nebo ve Španělsku. Pomocí komparativní metody se pokusíme nastínit finanční stránku situace. Z tabulky vyplývá, že timeshare se vyplatí, ale jen v dlouhodobém horizontu. To je právě to, co je „českou povahou“ špatně přijímané.

Tabulka č. 5 – Srovnání cen IVC a CK Fischer

	<b>International Vacation Club</b>	<b>CK Fischer</b>
Ubytování (pro 4 osoby)	195 000,-Kč	cca. 45 000,-Kč
Stravování	úhrada zvlášť (4 000,-Kč)	all inclusive
Pojištění(cestovní pojištění)	úhrada zvlášť ( 350,-Kč)	v ceně
Doprava	úhrada zvlášť (11 990,-Kč)	v ceně
Roční udržovací poplatek	7 000,-Kč	není
Poplatek za změnu týdne	3 500,-Kč	není
Poplatek za změnu lokality	3 500,-Kč	není
Cena - propočet první rok*	<b>225 250,-Kč</b>	45 000,-Kč
Cena - propočet na 5 let*	<b>311 700,-Kč</b>	225 000,-Kč
Cena - propočet na 10 let*	428 400,-Kč	<b>450 000,-Kč</b>

\* propočty cen nejsou ovlivňovány ostatními ekonomickými faktory – inflace, změny cen letištních poplatků atd. Zdroj: Irena Simlerová

I zde jsou osobní asistentky a psychologický nátlak. Prodávají společnosti vystupují jako cestovní kanceláře i zástupci zahraničních resortů i jako členové společnosti RCI. A také se zde na závěr skládaly zálohové platby a podepisovaly smlouvy.

Praktiky těchto obchodníků jsou založeny na třech základních bodech:

- malá informovanost a malé právní znalosti obyvatelstva,
- podvědomá touha většiny lidí vlastnit něco extra,
- pocit kupujících, že něco koupili velmi výhodně a přitom velmi levně.

Problémem, který nastal v obou výše uvedených možnostech bylo, že lidé až po podpisu smlouvy a většinou po uplynutí doby pro odstoupení od smlouvy (v té době to bylo 7 dní), zjistili informace, které jim nikdo na prezentaci nezdůraznil. Je to hlavně nutnost zajistit si vše sám, s tím souvisí spousta telefonátů a nutnost znalosti cizího jazyka. Ve smlouvě není zahrnuta letenka, pojištění, strava, transfer z letiště, pobytová taxa, delegát. Jedná se většinou také o další náklady s využíváním timeshare spojené. Tyto nejsou součástí smlouvy o timeshare.

Jedná se hlavně o tyto náklady:

- letenka a letištní poplatky,
- pronájem auta a jeho pojištění,
- stravování,
- za každý přesun pobytového týdne nebo jeho výměnu je nutné zaplatit,
- cestovní pojištění,
- aby se vám investice vyplatila, musíte cestovat,
- roční udržovací poplatek.

Situace se ale změnila. Zapříčinila to legislativní úprava. Díky ní, a její aktualizace se timeshare přece jen na českém trhu začíná pomalu usidlovat a rozrůstat. Timeshare je stále pro většinu Čechů finančně náročně. Ale i mezi námi se najdou lidé, kteří jsou s formou timeshare cestování spokojeni. S timeshare mohou být opravdu spokojeni jen lidé, kteří přesně ví co kupují a co všechno s touto koupí souvisí. Musí předpokládat své další povinnosti a úkoly při zařizování dovolené a musí i počítat s vyšší finanční náročností během prvních let. Společnost Timeshare Customers Association uvádí, že v roce 2005 bylo v České republice 15 000 majitelů timeshare nároků. Dále 6000 timeshare nároků v České republice a na území naší země bylo 320 jednotek ubytování (hotelový pokoj, apartmán, budova) pro timeshare systém. Pro srovnání v Polsku v té době bylo 20 0000 vlastníků timeshare nároků, 1 000 timeshare nároků v Polsku a 70 ubytovacích jednotek.

Vzhledem k tomu, že jsme si doposud uváděli jen negativa, uvedeme nyní i důvody proč timeshare nakupovat:

- kvalita – timeshare nabízí ubytování vysoké kvality,
- více než jen hotel – ubytování bývá prostornější než u hotelových pokojů,
- svět je váš – díky výměnným systémům, můžete bez dalších doplatků za ubytování jezdit každou vaší dovolenou jinam,

- zaměření na rodinu – střediska předpokládají rodinou dovolenou a jsou proto na to vybavena – chůvy, dětská hřiště, programy pro děti i celé rodiny,
- flexibilita – s využitím tzv. bodů můžete svou dovolenou čerpat po částech nebo si užít jednu dlouhou,
- variabilita – nejsou to jen hotely či apartmány nebo chaty, existuje tu možnost pronajmout si loď, výletní loď, nebo house boat,
- ceny – platíte současnou cenu za budoucí dovolenou,
- osobní přístup – ve střediscích se setkáváte s lidmi, které jste tam potkali v dřívějších letech a víte tedy, co můžete očekávat.

V České republice je velmi málo lidí co o timeshare něco ví. A ví-li něco, je to většinou nepoctivé jednání se kterým se setkali. Je to problém nástupu timeshare na český trh, kdy se ho ujali nepoctiví podnikatelé, kteří chtěli od lidí jen získat peníze. Problémem byla a je neinformovanost a tak zvané „čecháčství“. Češi mají v povaze být důvěřiví. Jejich necností je též potřeba pocitu mít něco výjimečného a přesně to jim nepoctiví podnikatelé nabídli. Proto se timeshare dostalo do takové pozice kde je. Naší jedinou možností je upravená legislativa a nutnost zvýšení informovanosti mezi lidmi. Bohužel tomuto nepřispívají ani novinové články, které často uvádí zavádějící či neúplné informace. Z výše uvedených údajů lze vyčíst, že timeshare jako součást cestovního ruchu může být velice prospěšná národní ekonomice i samotným občanům. A to by se mělo využít, protože timeshare jako takové světová finanční krize zase tolik neohrozí. Timeshare je již nakoupené a majitelé ho v podstatě musí využívat. Proto by bylo vhodné se pokusit o revitalizaci tohoto průmyslu i u nás.

## 7. Analýza činnosti Resort Condominiums International

Resort Condominiums International (dále jen RCI) je společnost založená v roce 1974 v USA. Byla založena jako služba pro výměnu nároků timeshare vlastníků. Je globálním leaderem v této oblasti více než 30 let. Jako první tuto službu začala poskytovat a i dnes stále stojí v čele tohoto odvětví. RCI má více než 3 000 000 členů a více než 3 700 přidružených středisek ve 101 zemích celého světa. Ze všech timeshare výměn, které na světě proběhnou jsou 3 ze 4 uskutečněné prostřednictvím RCI. RCI je dceřinná společnost Wyndham Worldwide Corporation (NYSE: WYN).

Celá tato kapitola je podložena informacemi získanými od paní Vítězslavy Pojerové při standardizovaném rozhovoru. Paní Vítězslava Pojerová pro tuto společnost pracovala tři roky v centrále v Irsku. Další zdroje informací mi při rozhovorech v Řecku poskytli přímo „Reps“ – prodejci timeshare, a ředitel hotelu Nostos na Ostrově Skiathos Mrs. Damascos.

### 7.1. Historie RCI

RCI svou první kancelář v parku Fletcher ve městě Indianapolis, Virginia, USA. V té době se zapsalo 453 členů a společnost už měla i první přidružené resorty. Již v roce 1975 měla společnost na 236 potvrzených výměn. Timeshare ten rok utržilo 490 milionů USD. Dva roky po svém založení začala RCI spolupracovat s resortem mimo USA, bylo to v Mexiku. Rok 1977 přinesl otevření pobočky v Londýně a vydávání časopisu Endless Vacation. Roční příjem RCI byl 1,5 milionu USD. První evropskou konferenci o timeshare tato společnost uspořádala v roce 1978 v Londýně, tématem bylo: „Timeshare kupující: kdo jsou a kde nakupují“. V tomto roce se také poprvé publikovaly odborné studie o timeshare. V roce 1979 vzniká regulérní cestovní kancelář RCI Travel. V dalších letech RCI otevírá pobočky v Monaku, Austrálii, Japonsku, na Floridě, Argentině či v Kalifornii. V roce 1983 RCI uskutečňuje 54 038 výměn, má 682

přidružených středisek. O rok později otvírá pobočku v Jihoafrické republice a sestavuje „Inc 500“, kde uvádí 500 nejrychleji rostoucích soukromých firem v USA. V roce 1985 zavádí program Mezinárodního rozlišení kvality resortů, začíná vydávat časopis o timeshare průmyslu RCI Perspective (nyní RCI Ventures), má 1000 přidružených středisek a tržby timeshare průmyslu dosahují tento rok 1,5 miliardy USD. Rok 1987 přináší 300 000 výměn a expanzi na Evropský trh. Jsou otevřeny pobočky v Německu, Itálii a Portugalsku či Dánsku. Rok 1989, který pro Českou republiku přinesl Sametovou revoluci, RCI přinesl milionového člena a roční příjem 107 milionů USD. Rok poté timeshare průmysl roste o 15% meziročně, RCI vyřizuje 3 miliony telefonních hovorů a otvírá kanceláře ve Venezuele, Řecku, Španělsku, Tenerife a další v Mexiku. V roce 1994, kdy RCI slaví 20 let od svého vzniku má společnost 3 400 zaměstnanců, 54 kanceláří ve 26 zemích, 1,8 milionů členů, 2 853 přidružených středisek a 1 396 785 uskutečněných výměn. Má svůj vlastní program pro oceňování resortů – RCI Gold Grown Resort, svůj vlastní cestovní klub Hilton Grand Vacation Club, a pobočky v Singapuru, Indii a Brazílii. V roce 2000 RCI zavádí světově uznávaný systém RCI points a potvrzuje více než 2,7 milionu výměn. Rok poté spouští program výměny bytů soukromých vlastníků. V roce 2004 slaví RCI 30 let své činnosti, má více než 3 miliony členů, více než 3700 přidružených středisek ve 101 zemích světa. RCI je v současné době zapojena do mnoha nadnárodních společností, které vlastní přes 60 000 nemovitostí po celém světě. Je také vlastníkem hotelů Dynamics, což je přední poskytovatel řešení pro ubytovací a pohostinskou činnost. Ovšem RCI jako taková není majitelem nemovitostí kterou jsou předmětem timeshare a ani timeshare jako takové neprodává. RCI spadá do rodiny společností Wyndham Worldwide Corporation, která je celosvětovým vůdcem v oblasti výměnné a nájemní dovolené. Tato společnost zastřešuje výměnné systémy fungující na celém světě, například v Anglii English Country Cottages, ve Francii French Life, a dalších 30 společností renomovaných značek zabývajících se timeshare, pronájmem a dalšími činnostmi v tomto oboru.

## 7.2. Poskytované služby – analýza činnosti společnosti

### 7.2.1. Výměnná činnost

Hlavní činností RCI je poskytování výměnných služeb. Vzhledem k tomu, že RCI má přes 3 700 přidružených středisek po celém světě a více než 3 miliony členů jsou možnosti výměny téměř neomezené. Výměny jako také lze provádět na dvou úrovních. Buď v rámci jednoho hotelového řetězce, který má více hotelů v různých destinacích. Nebo za pomoci RCI, která zastřešuje všechny kategorie ubytování po celém světě. Všechno má své ale.

Aby se klient mohl zapojit do tohoto systému musíte být majitelem timeshare týdnu. Ty RCI neprodává. Lze ho koupit buď přímo v hotelu, který je přidružen, nebo od zprostředkovatelů prodeje. Tyto týdny se svou cenou pohybují okolo 200 000,-Kč. Koupí-li spotřebitel týden a chce se stát členem RCI a využívat tuto službu, měl by si zjistit, jakou výměnnou hodnotu má týden, v RCI definovaný jako „Trading Power“. Hodnota závisí na úrovni resortu, sezóně kdy lze týden využívat a samozřejmě lokalitě kde je daný hotel. Jednou z možností jak si alespoň trochu poradit je podívat se jak je týden oklasifikován RCI. Může být označen jako Red time, White time, nebo Blue time. Toto označuje týdny jako nejvíce poptávané, velmi poptávané nebo méně poptávané. Bohužel získat informaci jak si v žebříčku RCI stojí právě ten daný týden je téměř nemožné. Jsou to přísně tajené interní informace.

Když se spotřebitel stane majitelem týdne a rozhodne se do RCI vstoupit, vloží svůj týden do „SPACEBANK“, což je počítačový systém který vyhledává klientem zadaný požadavek na dovolenou. A je to právě tento systém, který vyhodnocuje jak moc cenný je týden který byl vložen a co za něj lze získat. Při vstupu se platí roční členský poplatek 100 € (v roce 2007), a dalších 160 € (v roce 2007) za požadavek na výměnu. K tomu je tu ale stále povinnost platit roční udržovací poplatek tomu resortu, kde byl timeshare zakoupen. Svůj požadavek na dovolenou je nejlepší zadat ihned, když je do systému týden vkládán Následuje potvrzení přijetí vašeho požadavku a jeho vyřízení.



System vyhodnocuje požadavek a v případě úspěchu klienta okamžitě kontaktuje. Když se zadaným požadavkem neuspěje nabídne podobné letovisko v podobném termínu, ale to letovisko může být na opačném konci světa. Klient může odmítnout a čekat dál, nebo přijmout a tím je obchod uzavřen. Veškerý kontakt s klienty RCI vyřizují operátorky Coll Centra, které je v Irsku. Má 12 center, utříděných podle geografického rozmístění resortů. V každém centru pracuje přes 700 lidí. To dělá dohromady 8 400 lidí jen v jednom Coll Centru. Ti mají na starosti vyřizování stížností a zadávání informací do systému. Všechny tyto výše zmíněné operace lze samozřejmě provádět on-line na internetových stránkách společnosti.

Druhou možností jak se zapojit do timeshare jsou již výše zmiňované RCI points (dále jen body). Podmínkou pro vstup je zakoupení timeshare jako je to u první možnosti. I vstup do RCI je stejný. Pak ale máte možnost přejít na RCI Points systém. Zakoupený týden se podle interního klíče přepočte na určitý počet bodů. Zase záleží na úrovni ubytování, sezóně, lokalitě. Potom si v katalogu nevybíráte podle toho co se vám líbí a na co můžete čekat i tři roky, ale podle toho, co je vám dostupné. Každá nabídka ubytování má svou určitou bodovou hodnotu. Tyto body lze i půjčit například rodině, nebo je uložit do dalších období. Také za ně lze čerpat jakkoli dlouhý časový úsek, nemusí to být právě týden. Do tohoto programu lze přejít i z původního programu týdenního. Tyto body jsou jednou z možných cest, jak timeshare systém vyčistit, protože klienti už dopředu ví co je pro ně dostupnější. Tyto katalogy jsou v elektronické i tištěné podobě a tedy dostupné všem. Výhodou bodů je i to, že je lze použít na nákup letenek a doplňkových služeb, které RCI poskytuje.

### 7.2.2. Ostatní činnosti

Mimo výměnného systému RCI poskytuje i další služby a programy:

- The Registry Collection – mezinárodní poskytovatel služeb v oblasti luxusních nemovitostí, se zaměřením hlavně na výměnu a správcovství těchto nemovitostí,

- Private Label Clubs (privátní značkové kluby) – RCI pomáhá vytvářet a podporovat mnoho světově známých cestovních klubů, poskytující jim administrativní pomoc, účinnou marketinkovou asistenci, a další služby na podporu jejich činnosti,
- RCI Vacation Club Services – RCI vypomáhá všem registrovaným cestovním klubům s výměnným systémem, privátními značkami, vytvářením nových klubů, nebo modifikací klubů stávajících,
- NorthCourse Leisure Real Estate Solutions (NorthCourse řešení pro nemovitosti určené pro volnočasové aktivity) – tato společnost nabízí komplexní spektrum poradenských služeb na klíč, sestavovaných na základě průzkumů trhu a řešení případových studií pro jednotlivé nemovitosti, tato společnost je částí společnosti RCI,
- Hotel Dynamics – společnost specializující se na navrhování, implementaci řízení a hodnocení výsledků přizpůsobené místním marketinkovým podmínkám, pro pohostinství a timeshare průmysl, společnosti působí v Africe, Austrálii, Asii, Evropě, Mexiku, Jižní Americe a Středním Východě.

### 7.2.3. Doplnkové služby

RCI poskytuje i další služby související především s výměnným systémem. Při potvrzení výměny operátorka hned nabízí:

- Cestovní poradenství – v tomto bloku jsou cestující upozorňováni na některá specifika vycestování nebo pobytu v dané zemi. Týká se to především nejružnějších povolení, osvědčení či očkování, ale i kulturních specifik.
- Rezervaci letenek – RCI je schopná ihned k danému zájezdu zarezervovat letenky. Jsou samozřejmě levnější, než kdyby si je zákazník sháněl sám.
- Půjčovnu aut – RCI je schopna svým klientům vyjednat půjčení auta v místě pobytu

- Poradenství při výběru ubytování – RCI pomáhá svým klientům najít tu lokalitu, která vy nejvíce vyhovovala jejich požadavkům. Může se jednat o adrenalinové sporty, kulturní poznání nebo jiná specifika, která klienti žádají.
- Plavby lodí – RCI poskytuje výměnný systém i v timeshare zakoupeného pro lodní kajuty. I zde je možnost výběru podle druhu lodi ale samozřejmě i trasy cesty.

### 7.3. Shrnutí

Společnost RCI je jednou z nejvýznamnějších na poli výměny timeshare. Existuje jich samozřejmě mnohem víc, ale RCI je největší, s největším rozsahem svých služeb a s největším pokrytím. Zastřešuje spolupráci více než 3 700 středisek, pro více než 3 miliony klientů. Zaměstnává velké množství lidí a velmi přispívá k rozvoji tohoto odvětví. Nejnovějším počinem společnosti je spojení RCI s Disney Vacation Club. Tím do společnosti RCI vstupuje dalších 135 000 členů a pro své stávající členy se rozrostla nabídka výměny dovolené o všechny Disneyland po celém světě.

Toto je jedna z možných cest, jak tento kolos osvěžit. Jak je uvedeno výše, systém je přehlcen. Společnost proto musí hledat možnosti, jak systém vyčistit. Celý systém stojí na tzv. „pevných držácích“, což jsou starší občané, kteří timeshare využívají již desítky let. Nových lidí do systému moc nepřibývá, a když ano, naráží na problémy s přehlcením.

Samozřejmě záleží na každém co hledá. Jsou lidé, kteří jsou se službou maximálně spokojeni. Spokojenost ovšem záleží na výši vkladu, který je investován. Čím vyšší vklad, tím vyšší spokojenost. Ano lze koupit timeshare za 2 000€, ale tento týden má jen minimální šanci na výměnu. Jeho síla v systému je mizivá. Proto si každý musí dobře rozmyslet co od tohoto očekává. Nejlepší cesta je zjistit si předem maximální

množství informací od objektivních zdrojů. A to je bohužel to, co většina lidí, hlavně v Česku nedělá.

Situace se ovšem bude muset řešit. Růst přílivu nových majitelů timeshare stagnuje, což svědčí o tom, že je něco v nepořádku. Systém musí přijít snovým řešením. Jako hlavní cíl řešení vidíme rozšíření ubytovacích kapacit, aby se mohlo vyjít vstříc všem klientům. V posledních letech byl totiž markantní velký rozdíl mezi počtem přibývajících členů a růstem počtu středisek.

## 8. „Buy-to-let“ – nová cesta timeshare

### 8.1. „Buy-to-let“

Jak jsem již uváděla v předchozích kapitolách, Timeshare se v Česku nepodařilo prosadit ve větší míře. Není to vina systému jako takového, spíš špatného zavedení. Timeshare se chopili nepoctiví obchodníci ve snaze získat co nejvíce peněz. Nyní si Timeshare hledá novou cestu jak na český ale i na slovenský trh proniknout. Jako dobrá příležitost se ukázala cesta investic do rekreačního bydlení.

System, v angličtině používaný termín „buy-to-let“, funguje následujícím způsobem. Investor si může zakoupit jeden z apartmánů v plánovaném hotelu. V prvních deseti letech bude moci majitel apartmánu používat 30 dní v roce v jím zvolených termínech. Po deseti letech vlastnictví ho bude moci využívat bez omezení. Platit by měl pouze energie. Majitel bude zapsán v katastru nemovitostí jako vlastník. Ovšem v prvních deseti letech je potřeba dodržet smlouvu o zapůjčení k pronájmu. Vlastním může svůj apartmán prodat, nový majitel ale musí nést břemeno o zapůjčení k pronájmu. Znamená to tedy, že investor si zakoupí nemovitost, kterou má možnost využívat po dobu 10 let 30 dní v roce. Po ostatní dobu jsou apartmány pronajímány jako v klasickém hotelu. Pro hotel to tedy znamená 335 dní možnosti pronájmu za rok.

Oproti tomu společnost nabízí následující. V prvních pěti letech je investorům slíben garantovaný výnos cca. 5% ročně. Výnos je samozřejmě počítán z čistého zisku. Pokud hotel bude dosahovat vyšších příjmů, než je garantovaná část, dostanou investoři navíc ještě polovinu z příjmů. Podle různých propočtů, mohou investoři očekávat výnos až 9,7% při obsazenosti kolem 60%<sup>13</sup>. System je v malých obměnách používán různými společnostmi nejen v České republice.

Tak jako celá oblast Timeshare, je i tato její část ve světě využívána a dobře fungující. S investováním do hotelových pokojů, ze kterých je možné získat výnos začala před několika lety britská společnost GuestInvest. Ta v roce 2008 spravovala pět hotelů v Londýně. GuestInvest začala svou činnost provozovat v roce 2004. Další společnosti

---

<sup>13</sup> Podle Ondřeje Soukupa, manager developerských projektů společnosti MEXX Reality, 2008

zabývající se tímto konceptem jsou Galliard Homes nebo Frogmore Property Company. Tehdy měl koncept velký úspěch. Toto dokládá fakt, že první dva hotely byly rozprodány v průběhu několika týdnů a investoři dosahovali zisku až 10%. Průměrný dosažený výnos byl tehdy 8%, což bylo srovnatelné s výnosy z normálních pronájmů. Zde ale investoři nemají starosti s údržbou a povinnostmi okolo pokojů.

V Česku tento způsob investice a její zhodnocení nabídla společnost MEXX Reality<sup>14</sup>. Tato společnost v roce 2008 nabídla jako první v České republice možnost kombinace investování s garantovaným výnosem a rekreační bydlení. Projekt pod jménem „Apartmány nad zlato“ nabídl možnost investice do hotelu Golden Park Kremnica<sup>15</sup>. Společnost nabízela 134 apartmánů ve velikosti od 24m<sup>2</sup> do 84m<sup>2</sup>. Ceny se pohybovaly od 1,2 milionu do 4 milionů Sk.

Za koupi pokoje nabízela společnost:

- Vlastní nemovitost v zajímavé lokalitě
- Vybavení apartmánu odpovídající úrovni hotelu
- Jistotu růstu – hodnota investice poroste díky všeobecnému růstu cen nemovitostí na Slovensku
- Garantovaný výnos 5% z investice po dobu 5 let
- Po 10 letech možnost naložit s nemovitostí zcela dle vlastního uvážení
- 30 dní dovolené pro investora nebo pro jeho přátele zdarma, nebo komerční využití
- Možnost využití veškerých hotelových služeb
- Zabezpečení správy, technické údržby a provozu bez poplatků

## 8.2. Rizika „Buy-to-let“

Investování do hotelových pokojů, je samozřejmě spojeno i s určitým rizikem. Hotel, aby byla investice výhodná, musí dosahovat určité minimální obsazenosti.

---

<sup>14</sup> Společnost vedená u rejstříkového soudu v Praze jako MEXX Reality CZ s.r.o., IČO:24704580, Sídlo:Praha 1, Nové Město, Václavské náměstí 802/56, PSČ 110 00

<sup>15</sup> obec Kremnica, okres Žiar nad Hronom, Slovenská Republika

MEXX Reality uváděli 60%, GuestInvest uváděl minimum 75% obsazenost. Je tedy nasnadě, že využívány pro tento typ developerských záměrů jsou využívány dlouhodobě oblíbená letoviska. U nás jsou to hlavně oblasti horské a lázeňské. Dnes se musí brát v úvahu hlavně krize. Také se ale musí brát v úvahu, že podle mnohých odborníků krize končí a není tedy lepší období na nákup nemovitostí. Je tedy přirozené, že tato forma investice může být pro mnohé zajímavější, než investice do běžného rezidenčního projektu. Tím spíše, jeli hotel umístěn v turisticky zajímavé lokalitě.

### 8.3. Rozdíl mezi Timeshare a „Buy-to-let“

Na rozdíl od timeshare si při koupi hotelového pokoje kupujete pouze jediný pokoj a o výnosy se dělíte pouze s hotelem a ne dalšími několika investory. Můžete zde strávit určitý počet dní zadarmo, platí to však pouze pro jediný hotelový pokoj. Nelze samozřejmě říci, že každá nabídka takové investice je seriózní a zaručeně výdělečná – tak jako v každém odvětví obchodu. Je už však na každém potenciálním zájemci, aby zvážil všechna rizika. Mnoho lidí tomuto způsobu investování nepřijde na chuť. Nedostatek prostředků, případně negativní zkušenosti s domácími a zahraničními podvodníky, kteří nabízejí timeshare investice, určitě odradí mnohé. Tato forma investice zatím není v našich krajích rozšířená. A bohužel ani vývoj posledních let neukazuje, že by k mělo dojít k jejímu rozšíření. Všechny projekty, které byly na našem území spuštěny, bohužel skončily neúspěchem. Hotely se provozují klasickou formou hotelového provozu. Mou teorií je, že na to ještě nejsme připraveni. Chybí nám letité zkušenosti, které mají státy s přirozeným historickým vývojem. Je to jako s timeshare, které je téměř po celém světě velmi využívané a oblíbené a u nás ne.

Tabulka č.6 – Rozdíl mezi timeshare a „Buy to let“

<b>Timeshare</b>	<b>Buy to let</b>
není koupě nemovitosti – jen právo užívat	koupě nemovitosti jako takové – zapsání v katastru nemovitostí
možnost výměny pobytu	pobyt na stále stejném místě - pokoji
neexistuje zde přidaná hodnota v podobě výnosů z investice	přidaná hodnota - výnosy z koupě - investice
možnost odprodání nároku kdykoli	možnost odprodání nároku až po určité době

Zdroj: Irena Simlerová



## 9. Možnosti verifikace hlavních problémů timeshare

V poslední kapitole se pokusíme nastínit hlavní problémy timeshare ve světě i v České republice. Pokusíme se navrhnout možnosti řešení situace na českém trhu tak, abychom minimalizovali negativa a maximalizovali pozitiva daného systému. Timeshare může být velkým přínosem nejen pro stát jako takový ale i pro jednotlivé regiony republiky a jejich obyvatele. Ze zkušeností s timeshare vyplývá, že timeshare nebylo mnoho poznamenáno útoky z 11. září 2001 a z odhadů budoucí vývoje vyplývá, že ani finanční krize nebude mít pro timeshare zdrcující vliv. Rodinná dovolená má totiž nezaměnitelné postavení v životním stylu většiny obyvatel. Díky finanční recesi z minulých let, samozřejmě došlo k útlumu cestovního ruchu na celosvětové úrovni. Existují tu však předpoklady, a odborníci se na tomto shodují, že v budoucích letech bude opět docházet k rozkvětu cestovního ruchu.

### 9.1. Verifikace na světové úrovni

Z informací, které jsou uvedeny v předchozích kapitolách lze formulovat několik zásadních problémů timeshare na mezinárodní úrovni.

- Přesycenost systému

Hlavním problémem je přehlcenost systému. Vlastníků je v systému příliš, a všichni chtějí na nejvíce žádaná místa – Francie, Itálie, Španělsko. Bohužel tak vzniká situace, kdy se pořadí určuje na základě hodnoty „Trading power“ v systému. Ti co do systému vložili větší investice se posouvají v čekacím systému výš a výš. Ti, jejichž investice byla malá musí čekat, až se uspokojí bonitnější klienti. Klienti se i zde, ostatně jako všude dělí na dvě skupiny – ti co peníze mají, a ti co jich tolik nemají. Jedinou možností je vybírat si letoviska, která nejsou tolik žádaná a jsou v systému označována jako „Blue time“. To ale už zase tolik nekorresponduje s počátečními sliby společnosti o dovolené kdekoli na světě. Přirozené řešení této situace, které nastává na dnešních

tržích timeshare, je samozřejmě i využívání „nových“ destinací cestovního ruchu, jak uvádím v první kapitole své práce. Poptávka se začíná pomalu přesouvat z klasických destinací na tato místa. Což uvolňuje napětí na celém trhu timeshare. Novinkou z roku 2009 byla také intenzivní propagace tuzemských středisek. A vznik tzv. městských středisek, kdy je možnost využít timeshare pro pobyt ve světových metropolích. Probíhala hlavně ve Velké Británii. Kdy díky finanční recesi, byl pokles obrátu na trhu timeshare nejcitelnější. Lidé se rozhodli trávit svou dovolenou v tuzemsku. To byl signál pro timeshare společnosti, které inovovali a vylepšovali svou nabídku. Řešením této situace je tedy „objevování“ nových destinací cestovního ruchu a zároveň připomínání toho, že i tuzemsko je vhodnou destinací pro timeshare.

- Neinformovanost

Neinformovanost je problémem všude. Ve světě i v České republice. Problém začíná už na počátku, a to u resortů. Ti poskytují málo, nebo neúplné informace. Jejich hlavním cílem je timeshare prodat, dál často nehledí. Je sice pravda, že se RCI snaží o eliminaci tohoto problému se svými spolupracujícími středisky, ale není stoprocentně úspěšná. Lidé se často až dlouho poté, co podepíší kupní smlouvu a zaplatí peníze dozvídají podstatné informace o fungování celého systému a dalších poplatcích. Často pak vznikají nedorozumění nebo zklamání ze strany klientů. I tento problém se řeší díky fungování trhu. Neustále s růstem počtu resortů roste i konkurence. Na tento problém se dlouhodobě zaměřují i mezinárodní organizace timeshare s cílem toto maximálně potlačovat a přispívat k větší informovanosti.

- Crimeshare

Je označení mezinárodně používané pro nepoctivé podnikání v oblasti timeshare. Tito podnikatelé na systému parazitují. Mají smlouvy postavené tak aby dostáli legislativě, ale jejich činnost není v souladu s dobrými mravy. Z lidí pouze vylákají peníze. Často se i stává, že si lidé koupí nárok k užívání nemovitosti, která vůbec neexistuje. Nečestní podnikatelé zneužívají neinformovanost a důvěřivost lidí. Díky tomuto problému je timeshare postavení v Česku na tak špatné úrovni. Jedinou možností jak se bránit, je si prodejce timeshare řádně prověřit a zjistit si co nejvíce informací o kupované

nemovitosti. Dobré je i znát legislativu, aby kupující věděl co všechno je povinností prodávajícího a na co má jako kupující nárok. I na tento problém se dlouhodobě zaměřují mezinárodní organizace timeshare s cílem toto maximálně potlačovat a přispívat k větší informovanosti.

- Klientela

Timeshare jako takové stojí na klientech kteří jsou v systému už dlouho. I to je jeden z faktorů, který ovlivňuje sílu týdne v systému. Proto je pro nové ne tolik movité klienty těžké se v systému prosadit. Tito staří klienti, které představují hlavně britští a němečtí důchodci, jsou jednou z příčin, proč je timeshare přehlcen.

Řešením celé situace je zaměření se na ještě neobsazené, nové trhy. Možností je právě i Česká republika nebo Polsko, Maďarsko a podobné státy. Další možností by mohlo být rozčlenění vlastníků timeshare v rámci RCI (protože je nejvíce využívaná) do skupin, které by měli předem stanovené na které resorty mají možnost dosáhnout podle výše své investice. Tím by ovšem ztrácela na významu hlavní myšlenka celého systému a to – cestovat neomezeně po celém světě. Cestování po celém světě by zůstalo, ovšem jen v těch cenových relacích v jakých se pohybuje zakoupený týden. Dobrým nápadem jsou i výše zmíněné body. Body jasně určují na co má klient možnost dosáhnout a na co ne. V každém katalogu je uvedeno kolik bodů nemovitost stojí a na jak dlouho. Body je možné si šetřit a dopřát si například jednou za pár let opravdu luxusní dovolenou.

## 9.2. Verifikace na tuzemské úrovni

Nejvíce nepříznivou situací pro timeshare na českém trhu je jeho postavení v očích veřejnosti. Většina o timeshare neví nic. A ti co něco ví, tak jsou to jen samá negativa. Tento stav je bohužel dán vývojem okolo roku 2000, kdy na domácí trh proniklo mnoho nepoctivých obchodníků. Využili neznalosti občanů a pod záminkou exkluzivní nabídky,

kteřá se nebude opakovat z lidí vylákali vysoké sumy. A tato situace se bohužel nemění ani v současnosti.

- Postavení na thru

Nejzásadnější je tedy postavení timeshare v podvědomí domácích spotřebitelů. Má tak pokaženou reputaci, že to bude stát mnoho úsilí a času toto napravit. Jako jedno z možných řešení je masová kampaň na podporu rozvoje timeshare u nás. Vhodná by mohla být spolupráce ORD nebo GATE s vládními orgány (Ministerstvo pro místní rozvoj), nebo s Českou centřálou cestovního ruchu. Situaci by mohla řešit vhodná kampaň se záštitou RCI spolu s nějakou u nás renomovanou společností v oblasti cestovního ruchu nebo pohostinství. Mohl by to být například řetězec Orea Hotels. Jako další pomoc při ozdravném procesu by mohlo být vydávání informačních brožur, kde by se timeshare přiblížilo českému spotřebiteli. Tato situace by mohla být vhodným řešením v této době, kdy celý timeshare průmysl hledá nové destinace.

- Kriminalita a informace

S tímto problémem souvisí kriminalita na poli timeshare a neinformovanost českého spotřebitele. Nevědomost českého spotřebitele byla hlavním důvodem, proč se u nás tolik rozmohl nekalý způsob podnikání v tomto oboru. Svou vinu na situaci má i povaha národa, která když slyší slogany jako „nabídka Vašeho života“, nebo „mimořádná sleva“, či „jedinečná příležitost“, jakoby neviděla, neslyšela a jen slepě šla. Kupující si neprověřili nabídky, ani prodejce ani si nezjišťovali bližší informace. Jen slepě podléhali psychologickému nátlaku, který byl v republice využíván jako účinný nástroj prodeje. Jako náprava této situace je vytvoření nové směrnice o timeshare, která jen čeká na přijmutí Vládou České republiky, to musí být učiněno do 23. února 2011. Nová legislativa samozřejmě určitě nebude bez chyby, a nepoctiví podnikatelé si vždycky najdou cestu jak jí obejít, ale i přesto je to velký krok k nápravě.

- Finance

Překážkou úspěšného prodeje je i finanční náročnost koupě timeshare. Koupě má formu investice, která se vyplácí až po delší době (viz tabulka č. 4, kapitola 6). Jsme zase zpět

u povahy Čechů. Pro většinu lidí je tato vyhlídka nezajímavá. Nemáme v povaze peníze investovat. Pro většinu spotřebitelů, je timeshare finančně velmi náročné. Jako řešení by se mohl vytvořit program speciálně pro Českou republiku. Bylo by to vlastně timeshare na národní úrovni. Timeshare pro Čechy po Česku. Vše by fungovalo stejně, jen výměna by se konala v rámci České republiky. Pro spotřebitele by to představovalo minimalizaci ostatních nákladů. Nejsou potřeba letenky, půjčovny aut, pojištění. Program by byl jako předstupeň mezinárodního timeshare.

## 10. Závěr

Jako téma diplomové práce bylo zvoleno téma „Timesharing v cestovním ruchu“. Téma jsem si vybrala na základě osobního kontaktu s tímto produktem cestovního ruchu v Řecku, v roce 2007, kde jsem pracovala v hotelu Nostos na ostrově Skiathos, zapojeného do sítě společnosti Resort Condominium International (dále jen s). Při návratu domů a podrobnějším zkoumání situace na českém trhu jsem zjistila, že timeshare v České republice nemá vůbec dobré postavení a rozhodla jsem se vypátrat proč.

Na základě svého zkoumání jsem se dozvěděla jak timeshare funguje. Jaká jsou jeho pozitiva i negativa. Proč je pro někoho výborným řešením dovolené a pro někoho jen velkým zklamáním. Také, proč je jeho postavení ve světě tak odlišné od toho na našem trhu.

Cílem mé diplomové práce bylo formulovat na základě syntézy výsledků své práce pozitiva timeshare a stanovit možnosti – nástroje preventivní minimalizace negativ, které přináší. Toto jsem učinila. Pro lepší přehlednost jsem výsledky své práce rozdělila do dvou úrovní: světové a národní. Jako největší celosvětový problém timeshare se jeví jeho přesycenost. K tomuto závěru jsem došla na základě rozhovorů s paní Vítězslavou Pojerovou, která pro RCI pracovala několik let. Jako jedna z možností řešení se nabízí vyčištění systému. Vhodnou cestou by mohlo být rozšíření počtu středisek timeshare – využití zatím málo využívaných destinací, nebo jejich rozčlenění na základě hodnotového systému, který uvádím v kapitole 8. Na Českém trhu je největší překážkou pro úspěch timeshare jeho postavení v očích veřejnosti. Toto postavení je dáno špatným vstupem na náš trh, kdy se tohoto ujali nepoctiví podnikatelé a timeshare se pro Čechy stal podvodem. Možnost řešení vidím ve spolupráci vládních orgánů s organizacemi zabývající se timeshare. Tato spolupráce by mohla přinést velkou informační a ozdravující kampaň pro timeshare. Pro vládu by měla tato činnost přinést v podobě

přílivu finančních prostředků do ekonomiky. Pro organizace zabývající se timeshare je Českou jednou z možností nového trhu, který by mohl napomoci systém pročistit.

Rozvinutý timeshare na českém trhu, který by fungoval poctivě, by byl přínosem pro všechny zúčastněné. Timeshare v sobě zahrnuje nejen systém timeshare jako takový, ale i mnoho dalších činností, které s timeshare souvisí, podporují ho a pomáhají mu fungovat. To by mohlo napomoci v oblasti zaměstnanosti i v oblasti rozvoje jednotlivých krajů České republiky, kterým by timeshare tak jako cestovní ruch přinášel finanční prostředky. Timeshare nabízí jednu z možných cest jak do státní ekonomiky přivést finanční prostředky. Je to cesta prověřená v mnoha různých státech. Přínos by nebyl jen pro stát, ale samozřejmě i pro obyvatele naší republiky.

## 11. Summary

On the basis of my researching, I learned how timeshare works. What are its strengths and weaknesses. Why is for someone an excellent solution, for someone just very disappointing. Also, why is his position in the world so different from that in our market?

The goal of my thesis has been formulated on the basis of a synthesis of the results of my work benefits and the possibility of timeshare - a preventive tool to minimize the negative, which brings. This I did. For better clarity, I have the results of my work was divided into two levels: global and national. As the largest global problem, it appears the timeshare satiety. To this end, I was on the basis of interviews with Mrs. Vítězslavou Pjerovou that has worked RCI for several years. As one of the options offers a solution to the cleaning system. Appropriate way could be increasing the number of timeshare resorts, or a breakdown on the basis of value system, which is given in chapter 8. On the Czech market is the biggest obstruction to the success of timeshare its position in the eyes of the public. This position is due to poor entry to our market, where this took rogue timeshare and entrepreneurs to become Czech fraud. Possible solution I see in cooperation government with organizations dealing with the timeshare. Such cooperation could provide a major information campaign and resorting to health timeshare. For the Government this activity should benefit in the form of an influx of funds into the economy. For organizations involved in the timeshare is one of the Czech new market opportunities that could help the system clean.

Developed in the timeshare market, which would work fairly, would be beneficial for all concerned. Timeshare includes not only the system as a timeshare, but also many other activities, which are linked to timeshare, support him and help him work. This could help in the field of employment in the development of various regions of the Czech Republic, who would like timeshare tourism yield funds. Timeshare offers one of the possible ways to the national economy to bring funds. It's verified the way in many



different countries. The benefit would not become only for Government, but also for the people of our country.

## 12. Přehled použité literatury

1. HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha : Nakladatelství Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
2. HESKOVÁ, Marie. *Základní problémy cestovního ruchu*. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. 224 s. ISBN 80-7079-047-4.
3. HORNER, S., SWARBROOKE, J., *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, a.s.. 2003. 488s. ISBN 80-247-0202-9
4. KOTLER, P., BOWEN, J., *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearson Int. Edition 2006
5. Občanský zákoník, § 58 až § 65
6. PAGE, S., Conner, J., *Tourism and modern syntheses*. Thomson Learning 2006
7. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES
8. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES
9. *American Resort Development Association* [online]. 2009 [cit. 2011-08-16]. Dostupné z WWW:<<http://www.arda.org/arda/home.aspx>>.
10. *ATHOC* [online]. 2007. [cit.2009-08-16]. Dostupné z WWW: <<http://Athos.com.au/athoc>>.
11. *Česká obchodní inspekce* [online]. 2010. [cit. 2009-08-16]. Dostupné z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2.html>>.
12. DAŇKOVÁ, A.; ENOCHOVÁ, J. Timeshare: nové figle, jak vylákat peníze. iDNES.cz [online]. 2.11.2002. [cit.2009-08-16]. Dostupné z WWW: <[http://ekonomika.idnes.cz/timeshare-nove-figle-jak-vylakat-penize-fcv-/test.asp?c=A020129\\_100347\\_test\\_jan](http://ekonomika.idnes.cz/timeshare-nove-figle-jak-vylakat-penize-fcv-/test.asp?c=A020129_100347_test_jan)>.
13. *RCI* [online]. 2011. [cit.2009-09-16]. Dostupné z WWW: <<https://www.rci.com/RCI/>>.
14. *TATOC* [online]. 2010. [cit. 2009-05-18]. Dostupné z WWW: <<http://www.timeshareassociation.org>>

## 13. Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek č.1 – Jak funguje timeshare? .....	8
Graf č.1 – Motivy nákupu timeshare .....	12
Tabulka č.1 – Hlavní výhody a nevýhody timeshare-všeobecně.....	12
Obrázek č.2 – Struktura OTE .....	21
Tabulka č.2 – Komparativní analýza činnosti organizací působící v oblasti Timeshare .....	28
Tabulka č.3 – Timeshare střediska a vlastníci pro rok 2005 .....	36
Tabulka č.4 – Timeshare v Evropě s ohledem na rozlohu a počet obyvatel.....	37
Graf č.2 – Vlastníci timeshare dle národností.....	38
Graf č.3 – Množství zakoupených týdnů na majitele .....	38
Graf č.4 – Spokojenost timeshare vlastníků .....	39
Tabulka č.5 – Srovnání cen IVC a CK Fischer.....	41
Tabulka č.6 – Rozdíl mezi timeshare a „Buy to let“ .....	34

## 14. Seznam příloh

1. Directory of RCI Points Resort 2005/2006
2. RCI Community Guide
3. RCI Holiday, the RCI magazine
4. RCI Points Directory of Resorts 2002/3
5. RCI Points Partners 2006/7
6. Freedom to Luise, RCI catalogue for January 2007
7. Nostos Select Points guide 2004/2005