

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Zemědělská fakulta
Katedra obchodu



Studijní program: 6208 T Ekonomika a management
Studijní obor: obchodně podnikatelský

Ochrana spotřebitele v cestovním ruchu z pohledu EU

Vedoucí diplomové práce:
Ing. Jaroslav Šuchman

Autor:
Petr Kášek

2006

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Ochrana spotřebitele v cestovním ruchu z pohledu EU“ vypracoval samostatně a použitou literaturu jsem uvedl v příloženém seznamu.

V Táboře, dne: 28. dubna 2006

podpis autora

Poděkování

Tímto bych chtěl poděkovat panu Ing. Jaroslavu Šuchmanovi za veškerou pomoc a cenné odborné rady při zpracovávání této diplomové práce.

Zvláštní poděkování za odborné rady, konzultace a poskytnuté materiály patří dále těmto osobám:

Ing. Petr Mamula, CSc., předseda občanského "Sdružení pro bezpečnost potravin a ochrany spotřebitele" Praha

Mgr. Renata Králová, vedoucí odborný referent specialista, MMR ČR

Ing. Karel Kronovetr, CSc., vedoucí Evropského spotřebitel. centra pro ČR, Praha

1. Úvod.....	1
1.1. Formulace a zdůvodnění cíle práce.....	1
1.2. Metody pro dosažení cíle práce	2
1.3. Pracovní hypotézy.....	3
2. Přehled literatury a ostatních zdrojů informací.....	4
3. Východiska řešení problematiky.....	7
3.1. Identifikace klíčových pojmů a charakteristika ochrany spotřebitele.....	7
3.2. Nástin vývoje ochrany spotřebitele.....	12
3.3. Legislativní a institucionální zabezpečení ochrany spotřebitele.....	15
3.3.1. Přehled legislativy ochrany spotřebitele v ČR.....	15
3.3.2. Orgány, instituce a organizace ochrany spotřebitele v ČR.....	17
3.3.3. Náhled legislativy ochrany spotřebitele v EU	20
3.3.4. Orgány, instituce a organizace ochrany spotřebitele v EU	25
3.4. Charakteristika specifik ochrany spotřebitele v cestovním ruchu	30
3.4.1. Zvláštní předpisy v letecké dopravě (nařízení EP a Rady (EHS) 261/2004).....	32
3.4.2. Problematika dlouhodobého pronájmu nemovitostí – Timesharing.....	36
4. Analýza legislativy ochrany spotřebitele v cestovním ruchu ČR jako členské země EU	40
4.1. Směrnice 90/314/EHS o souborných službách pro cestování, pobyty a zájezdy	40
4.1.1. Představení a zdůvodnění významu směrnice	40
4.1.2. Rozbor směrnice	41
4.1.3. Zhodnocení směrnice.....	46
4.2. Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v ČR	47
4.2.1. Uvedení zákona a jeho význam	47
4.2.2. Analýza zákona.....	48
4.2.3. Vyhodnocení analýzy zákona	56
4.3. Zhodnocení kvality implementace směrnice do českého zákona	57
4.4. Terénní průzkum povědomí spotřebitelů v cestovním ruchu	59
4.4.1. Představení a zdůvodnění výzkumu.....	59
4.4.2. Vyhodnocení terénního průzkumu.....	60
5. Návrhy a doporučení pro zlepšení v oblasti ochrany spotřebitele cestovního ruchu v ČR ..	69
6. Závěr	71
7. Summary	72
8. Seznam použité literatury	73
9. Seznam příloh a přílohy	75

1. Úvod

1.1. Formulace a zdůvodnění cíle práce

Hlavním cílem naší práce je zhodnocení současného stavu ochrany spotřebitele v cestovním ruchu v České republice v kontextu EU. To předpokládá analýzu legislativní úpravy ochrany spotřebitele CR vycházející jak z EU, tak i České republiky, jakožto nové členské země EU.

Rovněž nás budou zajímat výsledky analýzy implementace právních předpisů EU do tuzemského systému. Jako praktický výstup dále poslouží výsledky dotazníkového šetření povědomí spotřebitelů služeb CR o svých právech a povinnostech, jakožto i z něj vyplývající návrhy a doporučení pro případné zlepšení stávajícího stavu v informovanosti zainteresovaných osob.

Dosažení hlavního cíle práce předpokládá řešení v této posloupnosti:

- identifikace a charakteristika ochrany spotřebitele
- nástin vývoje ochrany spotřebitele od jejího vzniku po současnost
- charakteristika ochrany spotřebitele v cestovním ruchu a jejích specifik
- porovnání legislativní základny v ochraně spotřebitele v cestovním ruchu v ČR a legislativy vycházející z EU
- provedení terénního průzkumu povědomí a informovanosti spotřebitelů CR o svých právech a povinnostech
- formulace návrhů a doporučení v případě odhalení nedostatečné informovanosti dotazovaných v dané oblasti nebo možných legislativních vylepšení

Ochrana spotřebitele patří mezi nejdynamičtěji se rozvíjející oblasti nejenom evropské legislativy. Je tomu tak i přesto, že EU nemá žádný jednotný právní systém v této oblasti, pouze harmonizuje ochranu spotřebitele v jednotlivých státech svými směrnici a nařízeními. Styl evropských směrnic je založen na podrobném výčtu možných okolností, doplněný o výjimky. Směrnice vyjadřuje požadavky na stav, jehož se má její implementací do členských legislativ dosáhnout. Dává dostatečný prostor zemím, jak tak učinit. Oproti tomu nařízení je přímo platné v celé EU, má přímý účinek na všechny její občany. EU má tak sice společnou spotřebitelskou politiku, nemá však jednotnou definici spotřebitele.

V prvé řadě bude proto nutné definovat a charakterizovat spotřebitele a jeho ochranu. Vysvětlíme si tak klíčové pojmy v této oblasti, vývoj ochrany spotřebitele jako takové od samých počátků až do dnešní doby.

V další části bude již potřeba podrobněji identifikovat a charakterizovat ochranu spotřebitele v ČR jako takovou. Poukážeme na její charakteristické a specifické rysy s důrazem na fakt, že zde se tak docela nejedná o tradiční ochranu spotřebitele jako kupujícího hmotných statků, nýbrž o spotřebitele jako klienta nebo hosta restaurace, hotelu či cestovní kanceláře, který často neplatí svými penězi za užitek z hmotného statku, ale spíše zážitek zprostředkovaný nehmotnou službou.

Dalším krokem bude srovnání právní úpravy této oblasti v ČR a charakteristika nástrojů EU v problematice ochrany spotřebitele, úspěšnost jejich implementace do českého právního systému a tím tedy zhodnocení změn v souvislosti se vstupem ČR do EU.

Poté provedeme terénní dotazníkové šetření, které bude mít za cíl zjistit míru informovanosti v ochraně spotřebitele zejména o svých právech na straně klientů.

Praktickým výstupem této práce by pak mělo být jakési shrnutí celé problematiky a definice možných návrhů, doporučení či opatření k zkvalitnění nejenom samotného povědomí veřejnosti i podnikatelské sféry v této oblasti, ale také případné návrhy na zlepšení systému ochrany spotřebitele jako takového.

1.2. Metody pro dosažení cíle práce

Metody, které použijeme při vypracování diplomové práce, se budou lišit v průběhu zpracovávání jednotlivých etap.

V první řadě musíme shromáždit potřebné informace nejen z odborné literatury, ale také z propagačních materiálů jednotlivých center a organizací pro ochranu spotřebitele, z jejich internetových stránek, ze stránek Ministerstva průmyslu a obchodu, Ministerstva pro místní rozvoj atp.

Metody dedukce, tedy postupu od obecného ke konkrétnímu, použijeme například v obecném definování spotřebitele a jeho ochrany, až po konkretizaci ochrany spotřebitele v ČR a jejích podmínek v regionu EU.

Kvalitu a postavení českého právního systému zjistíme porovnáním jeho stavu vůči požadavkům vycházejících z EU. Využijeme tedy metodu komparace.

Další nezbytnou metodou pro zpracování práce je analýza. Budeme analyzovat zejména postup a kvalitu implementace směrnic EU do českého systému, jeho výslednou kvalitu, tzn. získávat, třídit a hodnotit informace potřebné k řešení daného problému. Zjištěné skutečnosti zhodnotíme a shrneme, tedy provedeme syntézu.

Součástí diplomové práce je též terénní průzkum. Poté, co provedeme dotazování s určitým počtem respondentů, údaje vyhodnotíme a na základě vyhodnocení vyvodíme obecné

závěry. V našem případě půjde o zhodnocení úrovně informovanosti o právech a povinnostech v této oblasti a identifikace případných mezer ve vzdělání zainteresovaných subjektů.

1.3. Pracovní hypotézy

Předpokládáme, že ochrana spotřebitele v cestovním ruchu je důležitým faktorem CR země jako takového, nepřímo zvyšuje jeho kvalitu, důvěryhodnost a tím i jeho konkurenceschopnost. Už svou podstatou je ochrana spotřebitele důležitým prvkem veřejného života jako prostředek ke zvýšení jistoty a důvěry občana v to, že o jeho práva bude v případě nouze postaráno.

Domníváme se též opodstatněně, že důraz na ochranu spotřebitele obecně zvláště v posledním desetiletí roste a právní úpravy se stále více a více zaměřují kupříkladu na standardizaci úrovně kvality, jak je tomu například v podobě norem ISO. V této návaznosti i na prodloužení záruční lhůty, na kvalitnější a rychlejší vyřizování reklamací a tak dále.

Další naší potěšující domněnkou je pocit, že se tomu tak děje i na území České republiky, kde došlo před nedávnem například k prodloužení záruční doby na dnešní dva roky.

Dalším předpokladem je, že ochrana spotřebitele v cestovním ruchu má význam zejména z hlediska hromadného turismu. V případě cestování individuálního se většina situací, kdy dojde k porušení spotřebitelských práv, řídí v každém jednotlivém případě zvlášť zejména podle občansko-právních či obchodně-právních vztahů a nelze zde mluvit o komplexu ochrany spotřebitele v cestovním ruchu jako takovém. Z tohoto důvodu se zabýváme zejména ochranou spotřebitele jakožto klienta, který požívá služby balíkové, tedy služby cestovních kanceláří, respektive agentur. Toto rozhodnutí jsme učinili i na základě jednoho z hlavních cílů této práce, a sice zhodnocení kvality ochrany spotřebitele v cestovním ruchu. Takové závěry učiníme na základě rozboru, následného porovnání a ohodnocení úspěšnosti implementace směrnice 90/314/EHS do tuzemského zákona č. 159/1999 Sb. Obě tyto právní normy postihují právě cestovní ruch hromadný, uskutečňovaný prostřednictvím zájezdů cestovních kanceláří.

2. Přehled literatury a ostatních zdrojů informací

Zpracování diplomové práce předcházelo sběr dat, poznatků a informací, a to z odborné literatury, edice Průvodce EU, vztahných zákonů, směrnic a nařízení, internetových stránek a v neposlední řadě z odpovědí respondentů dotazníkového šetření a osobních rozhovorů s odborníky působícími v oboru. V následující části uvedeme prameny, ze kterých jsme vycházeli při identifikaci a charakteristice ochrany spotřebitele a nástinu její geneze k současnému stavu a rovněž zdroje pro vymezení dalších důležitých pojmů.

Při vymezení pojmů z oblasti ochrany spotřebitele bylo čerpáno zejména z publikace Ochrana spotřebitele Ing. Olgy Horové, Průvodce spotřebitele Evropskou Unií pánů Libánského a Štěpána, knihy Miloše Zdražila O ochraně spotřebitele a rovněž z tuzemského zákona č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele.

Prve zmíněná publikace vyšla roku 2004 jako skripta na Vysoké škole ekonomické v Praze a je určena pro studium zejména na podnikohospodářské fakultě této školy. Autorka zde velmi srozumitelnou a čtivou formou postupně uvádí do ochrany spotřebitele a poskytuje postačující přehled o souvislostech potřebných k pochopení dané problematiky. I přes její studijní zacílení je ji možno považovat též jako vhodný zdroj informací pro spotřebitele – laika, který by se sám rád v této problematice doveděl. Svědčí o tom též následující autorčina slova úvodem: Aby se naši občané mohli stát plnohodnotnými občany Evropské unie, budou muset vstřebat spoustu nových informací a naučit se chování, které je v zemích Evropské unie zcela běžné. Vstup České republiky do Evropské unie znamená pro našeho občana - spotřebitele přizpůsobit své znalosti a chování i v oblasti ochrany spotřebitele. Znamená to, že z neinformovaného a pasivního spotřebitele se musí transformovat ve vzdělaný (minimálně poučený) a odvážný subjekt trhu, který bude schopen v této oblasti sám chránit svá práva. Věřím, že předložený studijní text k této změně alespoň v minimální míře přispěje.¹

Oproti tomu kniha O ochraně spotřebitele Miloše Zdražila je publikací už o mnoho odbornější a rozsáhlejší. Její "aneb" zní: "Praktická příručka se vzory a judikaturou". V poslední části publikace totiž nacházíme přílohou nejen zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ale též vzory různých žalob a podání. Kniha se vyznačuje častými odkazy na konkrétní zákony, nezřídka vidíme rovněž doplňující poznámky v závorkách apod. Přes jistou zdánlivě sníženou srozumitelnost byla tato kniha významným zdrojem informací, definic a názorů.

¹ Horová, O. Ochrana spotřebitele. Praha, 2004, s. 5.

Ochrana zájmů spotřebitelů se řadí k úkolům, jež musí každá demokratická společnost vyznávající hodnoty tržního hospodářského systému zajistit již s ohledem na zajištění funkční hospodářské soutěže a tomu odpovídajícímu hospodářskému prostředí. Je si třeba uvědomit, že konkurenční zápas soutěžitelů (soutěžitelem se rozumí subjekt účastnící se hospodářské soutěže, tedy zejména podnikatel) je především zápasem o přízeň spotřebitele. Spotřebitelé jsou totiž vedle soutěžitelů dalším účastníkem trhu, subjektem právních vztahů tam vznikajících a zároveň i objektem nepoctivého jednání ze strany soutěžitelů. Pokud spotřebiteli nebude zajištěna účinná ochrana před nepoctivými, či jinak jej poškozujícími přístupy soutěžitelů, dojde nejenom k narušení soutěžního prostředí, ale zároveň k porušování některých hodnot demokratické společnosti, které jsou pro svůj význam zakotveny v Ústavě a Listině práv a svobod, tedy základních předpisech ústavního pořádku. Ty sice každému umožňují podnikání, avšak v rámci zákonem vymezených podmínek a nikoliv na úkor majetku a zdraví občanů či příznivého životního prostředí.²

Publikace Průvodce spotřebitele Evropskou Unií vyšla v roce 2001 v edici Průvodce EU pro informační účely v rámci komunikační strategie před vstupem České republiky do EU. Vřelou, místy až pohádkovou, formou vypráví o kladném přístupu EU k ochraně spotřebitele, o výhodách pro zákazníky a klienty na vnitřním trhu a o pozitivních dopadech na českého spotřebitele v souvislosti se vstupem České republiky do Unie. Málokde můžeme narazit na nějakou kritiku, či šedinu v ochraně spotřebitele a legislativě EU jako takové. Není se ale čemu divit, neboť k tomuto účelu rozhodně nebyla brožura vydána. Na druhou stranu pravdivost uvedených informací nemůžeme a ani nechceme napadat. Mezi použité kapitoly patří zejména ty obecně charakterizující ochranu spotřebitele v EU a přístup k ní, ale také části obecně pojednávající o směrnici Rady 90/314/EHS o souborných programech na cesty, prázdniny a zájezdy a směrnici Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práv k dočasnému užívání nemovitostí. Nyní opět citujme.

Cílem tedy není kontrolovat podnikatele vždy a všude, omezit jeho samostatné rozhodování a nadiktovat mu, co bude dělat. Tento přístup, který dobře známe z dob totalitního režimu, totiž nefunguje. Nepoctivec tyto pokyny stejně respektovat nebude, ty ale zato zkomplikují život všem ostatním. Předpisy Evropské unie směřují především k tomu, aby spotřebitel dostal včas všechny informace, potřebné ke svému rozhodnutí, a aby mezi nimi byly i ty, o jejichž nezbytnosti zatím neví. Zabezpečují mu, aby měl na rozhodování dost času

² Zdražil, M. O ochraně spotřebitele. Praha, 2000, s. 11.

a aby měl, pokud se v důsledku agresivních prodejních metod octne v časové tísní, možnost chybné rozhodnutí změnit, Zajišťují mu že bude vždy vědět, na koho se má obrátit s případnou stížností.³

Jako zdroj terminologie z oblasti cestovního ruchu posloužila zejména publikace doc. Ing. Indrové a kolektivu Cestovní ruch I. a zákon 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Publikace Cestovní ruch I. vyšla stejně jako Ochrana spotřebitele pod nakladatelstvím VŠE Oeconomica v Praze roku 2004. Opět se jedná o skripta, tentokrát pro bakalářský studijní program a náhled na cestovní ruch je pojat velmi obecně a průřezově, bez velkých hloubek poznatků. Výborně však posloužily jako zdroj základních pojmů, které bylo dále potřeba vyjádřit mezinárodně uznávanými definicemi. Následující citace poukazuje na stále rostoucí ekonomický význam a přínos cestovního ruchu zemi, která jej rozvíjí a podporuje. S výraznou provázaností s ekonomikou země je zde patrný rovněž zájem, který by mu měl být věnován.

Cestovní ruch se stal již neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti. V rámci cestovního ruchu se každoročně dává na celém světě do pohybu obrovské množství lidí, kteří zpravidla ve svém volném čase opouštějí dočasně místa svého stálého bydliště za účelem rekreace, poznání, styku s lidmi a z celé řady dalších důvodů. Cestovní ruch je však nejen výraznější složkou spotřeby obyvatelstva, ale stále více se stává i výrazným ekonomickým fenoménem. Aby účast na cestovním ruchu mohla být vůbec realizována, je jí třeba zabezpečit širokou škálou ekonomických činností (služeb a zboží). To vyplývá ze skutečnosti, že účast na cestovním ruchu je realizována mimo trvalé bydliště. Do míst cestovního ruchu se lidé musí přepravit, musí jim být vytvořeny podmínky pro jejich pobyt, i pro samotné využití volného času, které je vlastním motivem účasti na cestovním ruchu. Tím se cestovní ruch stává i důležitou oblastí podnikatelských příležitostí a zároveň i faktorem rozvoje regionálních celků, národních ekonomik i ekonomiky světové.⁴

Pojmy z oblasti obchodu jsou níže citovány např. ze zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník a opět zákona č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele. Klíčové termíny EU jsou použity dle Slovníku pojmů EU na webových stránkách www.businessinfo.cz. Další použité zdroje uvádíme vždy poznámkou pod čarou a dále v seznamu literatury.

³ Libánský, V., Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. Praha, 2001, s. 10.

⁴ Indrová, J., Cestovní ruch I. Praha, 2004, s. 7.

3. Východiska řešení problematiky

Pro to, abychom se mohli věnovat problému ochrany spotřebitele v cestovním ruchu, je potřeba se v dané problematice nejprve zorientovat. V první řadě bude nutné obecně definovat samotný pojem ochrany spotřebitele a dále konkrétně identifikovat spotřebitele, dělíci se, pro naše použití, na ochranu spotřebitele obecně oproti té v cestovním ruchu. Kromě samotných pojmů ochrana spotřebitele a spotřebitel považujeme za nezbytné vysvětlení i některých dalších odborných termínů, souvisejících s problematikou.

3.1. Identifikace klíčových pojmů a charakteristika ochrany spotřebitele

Každý nákup výrobku, zboží nebo služby je právním vztahem. Ať už si kupujeme rohlík, jízdenku na autobus, automobil nebo třeba zájezd, vždy vstupujeme jako spotřebitelé do právního vztahu s prodávajícím, tedy podnikatelem. Spotřebitel je zde oním fakticky slabším subjektem. Znamená to tedy, že je nutno jej chránit. Tato nutnost je o to intenzivnější, oč se zdá být zdánlivě nepotřebná.

Co je tedy vlastní **ochrana spotřebitele**? Na tuto otázku neexistuje konkrétní odpověď v podobě určité definice. Pod ochranou spotřebitele si proto představme soubor prostředků soukromoprávních a veřejnoprávních předpisů, které mají za cíl chránit práva spotřebitele. Z odborné literatury možno vyčíst další vymezení: Ochrana spotřebitele jako systém institucí, zákonů, spotřebitelských organizací a spotřebitelské aktivity prostupuje celou společností. Zahrnuje oblast politiky, ekonomiky, výzkumu, zkoušek (testování) a vlastní aktivní činnost občanů.⁵ "... jde o systematickou, cílevědomou činnost občanů a vlády státu, směřující k posílení postavení spotřebitele na trhu a k zajištění a udržování přiměřené ochrany mezinárodně uznávaných práv spotřebitelů."⁶ Nosným pilířem evropské spotřebitelské politiky je pět základních práv spotřebitele a to:

1. právo na ochranu zdraví a bezpečnosti
2. právo na ochranu ekonomických zájmů před zneužíváním moci prodejcem
3. právo na odškodnění
4. právo na spolehlivé informace a vzdělání
5. právo na zastoupení na národní i obecní úrovni⁷

⁵ Horová, O. Ochrana spotřebitele. Praha, 2004, s. 5.

⁶ Horová, O. Ochrana spotřebitele. Praha, 2004, s. 15.

⁷ Libánský, V., Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. Praha, 2001, s. 14.

Některé evropské i světové spotřebitelské organizace proklamují i další práva: právo na výběr, na uspokojení základních potřeb, na čisté životní prostředí... Tyto požadavky ovšem zasahují i do jiných oblastí evropské politiky. Evropská unie je v tomto pojetí jako spotřebitelská práva neprosazuje, což neznamená, že je odmítá. Koncepčním požadavkem evropské spotřebitelské politiky, včleněným i do amsterodamského znění Smlouvy o Evropském společenství, totiž je, aby spotřebitelská politika byla brána v úvahu při formulaci každé politiky Společenství.⁸

Politika ochrany spotřebitele pro stát tedy představuje tvorbu a vývoj legislativy a dalších aktivit směřujících k podpoře zájmů spotřebitelů, zajištění jejich zdraví a bezpečnosti na spotřebitelském trhu. Jak již bylo zmíněno při definování pojmu, právní akty se dělí svou příslušností na soukromoprávní a veřejnoprávní.

Pro soukromoprávní ochranu je typickým orgánem ochrany soud. Aby byla ochrana realizována, je nutný návrh poškozeného k provedení ochrany a jeho aktivní snaha o zdárné provedení všech stadií ochranných prostředků. Je to ochrana konkrétní a relativní, každý subjekt, jehož právo bylo porušeno, se musí sám domáhat nápravy. Poškozený je rovnou stranou soudního řízení a musí se starat o jeho průběh. V případě jeho rezignace bude řízení zastaveno a ochrana mu nebude poskytnuta. Soukromoprávní ochrana je typicky následná, k řešení problému porušení spotřebitelských práv dochází až po daném aktu narušení práv.⁹

Oproti tomu je ochrana veřejnoprávní pro poškozeného podstatně méně náročná, neboť od něj nevyžaduje prakticky žádnou iniciativu ani odborné znalosti. To však má své úskalí v tom, že je omezena možnost jeho kontroly nad vyřízením věci. Provádění prostředků ochrany koná orgán veřejné moci a neumožňuje většinou poškozenému do řízení zasahovat. Neexistuje tu nárok na provedení ochrany, což se zdá být velice důležitým nedostatkem. Veřejné právo ukládá povinnosti ve vztahu ke správnímu orgánu, který má také pravomoci ke kontrole dodržování těchto povinností. Ochrana má obecný a absolutní charakter, protože většinou nepřinese odčinění případné konkrétní způsobené újmy. Nepochybnou výhodou na druhé straně je rychlost provedení ochrany. Zatímco soudní řízení v soukromoprávních sporech obvykle trvá řádově měsíce či roky, řízení správní probíhá zpravidla podstatně rychleji, existují nakonec i zákonné lhůty pro vyřízení věci, které činí řádově několik desítek dnů. O soukromoprávní ochraně bylo řečeno, že je typicky následná, u ochrany veřejnoprávní však převažuje preventivní charakter. Známe řadu případů typicky předběžné veřejnoprávní

⁸ Libánský, V., Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. Praha, 2001, s. 14.

⁹ Pelikán, T. Právní ochrana spotřebitele. [Internet] 10. 2. 2004

<<http://www.spotrebiteel.cz/article/articleview/6223/1/1376/>>

ochrany (zákaz prodeje, odejmutí živnostenského oprávnění apod.), ale existují i příklady veřejnoprávní ochrany následné (postih za přešupek nebo jiný správní delikt). Pro soukromé právo je typický individuální, soukromý zájem, respektive zájem konkrétního subjektu (jímž ale může být i stát nebo státní orgán jako poškozenuý) a také porušení subjektivního práva.¹⁰

Nyní si řekněme, kdo je vlastně **spotřebitel**. V tuzemském zákoně nacházíme tuto definici: spotřebitelem je fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.¹¹ Z uvedené definice lze odvodit, že spotřebitelem je pouze subjekt (bez ohledu na to, zda se jedná o občana - fyzickou osobu - či uměle vytvořený útvar, jež označujeme osobou právnickou), který je konečným uživatelem výrobku nebo služby, určených pouze pro jeho osobní (konečnou) spotřebu. Jako konečný uživatel proto může vystupovat i podnikatel, který také řadu věcí denně nakupuje pro svou osobní spotřebu a neslouží mu k jeho podnikatelské činnosti. Není důležité, zda spotřebitel věc pro sebe již nepotřebnou posléze odprodá dalšímu spotřebiteli. Rozhodující je účelové určení výrobku (služby) k vlastní spotřebě v době pořízení.¹²

Oproti tomu EU nemá vymezení či definici spotřebitele vůbec. V publikaci Průvodce spotřebitele EU toto autoři na vcelku komickém (dle našeho názoru též irrelevantním) příkladě zdůvodňují tím, že v životě podnikatele je totiž prakticky nemožné rozlišit jeho jednání jako podnikatele a jako konečného konzumenta (tedy spotřebitele) a je tedy zbytečné se vůbec o vytvoření takové ("nepotřebné") definice snažit. Vymezení pojmu spotřebitele, jak je uvedeno ve zmíněném zákoně, i s výše citovaným dovysvětlením, je dosti jasné a konkrétní a dává tak dostatek prostoru pro rozlišení situací, kdy je podnikatel spotřebitelem, a kdy ne, v drtivé většině případů.

Prodávající je podnikatel, který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby. **Výrobce** je podnikatel, který zhotovil výrobek anebo jeho součást nebo poskytl služby, ..., a nebo který se za výrobce označil. **Dodavatelem** je každý další podnikatel, který přímo nebo prostřednictvím jiných podnikatelů dodal prodávajícímu výrobky. **Výrobkem** je jakákoli věc, která byla vyrobena, vytěžena nebo jinak získána bez ohledu na stupeň jejího zpracování a je určena k nabídce spotřebiteli. **Služba** je jakákoli podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli, s výjimkou činností upravených jinými zákony.¹³

¹⁰ Pelikán, T. Právní ochrana spotřebitele. [Internet] 10. 2. 2004
<<http://www.spotrebitel.cz/article/articleview/6223/1/1376/>>

¹¹ Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

¹² Zdražil, M. O ochraně spotřebitele. Praha, 2000, s. 16.

¹³ Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Podnikatelem podle tohoto zákona je: a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku, b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění, c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů, d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu. Místem podnikání fyzické osoby je adresa zapsaná jako její místo podnikání v obchodním rejstříku nebo v jiné zákonem upravené evidenci.¹⁴

Směrnice (Directive) je nástroj právního řádu ES. V zásadě není bezprostředně vnitrostátně účinná, ale je závazná pro členské státy z hlediska cíle, jehož se má dosáhnout, a lhůty, do níž musí být implementace obsahu směrnice do právního řádu jednotlivých států dosaženo. Za určitých podmínek je možné, aby se její ustanovení bezprostředně vnitrostátně účinnými v členské zemi stala. **Nařízení** (Regulation) je rovněž nástrojem právního řádu ES. Má obecnou platnost, je závazné ve všech svých částech a platí přímo v každém komunitárním státu. Je tedy součástí právního řádu států a nevyžaduje schválení nebo jinou transformaci do národního práva. Nařízení je přímo platné pro všechny občany členských zemí EU. Povinně je publikováno v Úředním věstníku.¹⁵

Cestovní ruch je mezinárodně definován jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště) a to na dobu kratší než jeden ucelený rok, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.¹⁶ Nebo také statisticky zaměřené vymezení WTO¹⁷ říká, že cestovní ruch je komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu, včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně – správních aktivit (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.

Zájezdem se rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb (doprava, ubytování, jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu.), je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba

¹⁴ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

¹⁵ Slovník pojmů EU. [Internet] <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanky/slovník-pojmu-eu/1000670/>>

¹⁶ Indrová, J., Cestovní ruch I. Praha, 2004, s. 12.

¹⁷ Světová obchodní organizace

poskytována po dobu přesahující 24 hodin nebo když zahrnuje ubytování přes noc. Provozovatel cestovní kanceláře (**cestovní kancelář**) je podnikatel, který je na základě koncese oprávněn nabízet a prodávat zájezdy.¹⁸

Příjezdový cestovní ruch (také aktivní) zahrnuje návštěvu a pobyt nerezidentů na ekonomickém území sledované země. Spotřeba příjezdového cestovního ruchu je chápána jako celkový objem prostředků vydaných na cestovní ruch nerezidenty a plynoucích do navštívené země. **Domácí cestovní ruch** je CR domácích návštěvníků na ekonomickém území sledované země. Je však nutné chápat domácí cestovní ruch, resp. jeho spotřebu širěji. Spotřeba domácího cestovního ruchu je spotřeba rezidentních návštěvníků ve sledované zemi. Konečný cíl cesty návštěvníka může být ve sledované zemi nebo mimo ni, ale příslušná spotřeba se musí realizovat v této zemi. **Výjezdový cestovní ruch** (také pasivní) zahrnuje návštěvu a pobyt rezidentů mimo ekonomické území sledované země. Spotřeba výjezdového cestovního ruchu je chápána jako spotřeba rezidentních návštěvníků mimo ekonomické území vlastní země. Nezahrnuje výrobky zakoupené na cestu nebo po cestě ve vlastní zemi (spotřeba domácího cestovního ruchu). **Vnitřní (interní) cestovní ruch** (domácí a příjezdový) je CR rezidentů i nerezidentů na ekonomickém území sledované země. **Zahraníční cestovní ruch** zahrnuje příjezdový a výjezdový CR.¹⁹

Timesharing je právo užívat zařízení pro ubytování na stanovený časový úsek během roku na mnoho let dopředu (minimálně 3 roky). Uzavírání timesharingových smluv v ČR upravuje Občanský zákoník. Velmi často umožňuje zneužití neznalosti a důvěry spotřebitelů.²⁰

¹⁸ Zákon č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu

¹⁹ ČSÚ. Metodické vysvětlivky k sestavení satelitního účtu CR. [Internet] 1. 11. 2004

< http://www.czso.cz/csu/edicniplan.nsf/o/1522-04--2__metodicke_vysvetlivky >

²⁰ Publikace Timesharing, Ministerstvo průmyslu a obchodu

3.2. Nástin vývoje ochrany spotřebitele

Při náhledu na vývoj ochrany spotřebitele bychom se nyní mohli vrátit hluboko do minulosti a historie lidstva, např. na středověké cechy. Jiné náznaky možno najít už v antickém Římě atp. My však dnešní pojem ochrany spotřebitele chápeme o mnoho moderněji, a proto vývoj této zájmové oblasti nastíníme až od druhé poloviny 20. století.

Bylo právě 15. března 1962, kdy prezident USA J.F. Kennedy vyhlásil první spotřebitelská práva. Tento den se proto obecně považuje za počátek vzniku oblasti zájmu o ochranu spotřebitele. Postupem let byla tato stále aktuální práva doplňována do dnešní podoby. Těchto práv by si měl být vědom nejenom každý spotřebitel, ale i prodávající - podnikatel. Jedná se vlastně o základní poučky běžné morálky včleněné do podoby práv. Tato práva zněla: právo na uspokojení základních potřeb, právo na bezpečnost, informace, výběr, právo být vyslyšen, právo na náhradu, na výchovu a zdravé životní prostředí.

Historie Evropské unie oproti tomu začíná v roce 1951, kdy bylo pařížskou smlouvou založeno Evropské společenství uhlí a oceli. Roku 1957 se spolupráce původních států významově rozšiřuje na Evropské hospodářské sdružení (EHS) a též Evropské sdružení pro atomovou energii (Euratom). Smlouvy o zřízení těchto dvou společenství byly podepsány 25. března 1957 v Římě. Žádná z těchto smluv se však o spotřebitelské politice vůbec nezmiňuje. První náznaky zájmu o tuto oblast se objevují až v 70. letech. Konkrétně roku 1972 Evropský summit konstatoval, že zlepšování životních podmínek obyvatelstva zahrnuje a podmiňuje též ochrana zdraví, bezpečnosti a ekonomických zájmů spotřebitelů. Rada ministrů tehdy formálně schválila pět základních práv spotřebitele (viz výše) a vyzvala dále Evropskou komisi k vypracování akčního plánu. O necelé tři roky později už byl přijat první evropský spotřebitelský program.

Po předchozích integračních krocích na evropském kontinentu byl základním kamenem pro následný dynamický rozvoj spotřebitelské politiky v rámci EU až zákon o jednotném trhu z roku 1987. Je zde řečeno, že příprava legislativy jednotného trhu důrazně vyžaduje vysokou úroveň ochrany spotřebitele. Před schválením Jednotného evropského aktu přijalo Společenství právní úpravu např. v oblasti bezpečnosti výrobků, označování potravin, klamavé reklamy a podomního prodeje. O dva roky později EU znovu přehodnocuje stále rostoucí význam spotřebitelské politiky a zřizuje Úřad pro spotřebitelskou politiku a to při Generálním ředitelství XI pro životní prostředí. Jako samostatnou politiku zavedla ochranu spotřebitele až Maastrichtská smlouva, která pro ni položila nezbytný právní základ a pojala ji za plnohodnotnou komunitární politiku. Po období nevalných pravomocí a nedostatečného personálního a finančního rozpočtu, je Úřad roku 1995 povýšen na samostatné generální

ředitelství XXIV – Spotřebitelská politika. Dalšímu vývoji pak pozitivně dopomohl problém nemoci šílených krav z roku 1997, po kterém byly jeho pravomoci rozšířeny i o otázky, které dříve připadaly jiným ředitelstvím. Dnes zní oficiální název takto: "Generální ředitelství XXII – Spotřebitelská politika a ochrana zdraví spotřebitele" a možno o něm též soudit, že se jedná o nejvýznamnější orgán pro otázky ochrany spotřebitele na světě.

Důležité je také zmínit v loňském roce zahájenou revizi spotřebitelského acquis, jejímž cílem je mimo jiné nalézt odpovídající přístup k regulaci ochrany spotřebitele na unijní úrovni. Proces by měl být dokončen v roce 2009.

Oproti tomu na území České republiky do roku 1989, kdy vládla centrálně plánovaná ekonomika, byla ochrana spotřebitele prováděna pouze sporadicky na základě absolutního vlivu státu. Zájmy spotřebitelů nemohli být uspokojovány svobodným rozhodnutím firem a podniků, neboť těm bylo dopodrobna předloženo to, co a jak mají vyrábět. V té době tak převládal monopolní stav trhu, kdy výrobce určoval cenu, standard kvality. Přitom jej nic nenutilo tuto jakost jakýmkoli způsobem zvyšovat, nikdo nebyl tlačěn k rozšiřování sortimentu apod. V té době byl garantem ochrany spotřebitele stát a jím stanovené orgány jako byly například národní výbory, Výbor lidové kontroly, hygienické a epidemiologické stanice, Státní obchodní inspekce atd. Tyto i další jiné instituce však svými omezenými pravomocemi a činnostmi nemohly plně odstranit problémy a nedostatky v ochraně spotřebitele v té době plynoucí z centrálního řízení ekonomiky. Pouze zmírňovaly dopad monopolní výroby na spotřebitele. Hlavními nedostatky tehdy bylo:

- jejich řízení, ovlivněné politickými zájmy státu
- jejich následnost, nikoliv prevence
- zaměření na oblasti, které nevyplývaly z potřeb spotřebitelů
- o závěrech kontrol, výsledcích komparativního testování výrobků atd. nemohl být spotřebitel informován

Jediným nástrojem ochrany spotřebitele byly tzv. Knihy přání a stížností, kde mohl spotřebitel zápisem vyjádřit svou nespokojenost s výrobkem či prodejem a Reklamační řády, které vycházely z platných legislativních norem. Je ale nutné připomenout, že každá reklamace byla poznamenána monopolní a dominantní pozicí výrobce a rovněž existence falešných "Knih přání a stížností" nebyla výjimkou, neboť spotřebitelé neměli běžně k dispozici informaci, jak má originál dokumentu skutečně vypadat.²¹

²¹ Horová, O. Ochrana spotřebitele. Praha, 2004, s. 25.

Dnes to sice zní možná jako sci-fi a osobně nemůžeme provést jakoukoli úvahu o této situaci před listopadem 1989, ale plně věříme tomu, že to takto nějak (ne-li hůře) skutečně bylo. Jak je možno se dále dočíst v literatuře, neexistoval v té době žádný samostatný zákon, který by konkrétně upravoval vztahy mezi prodávajícím a kupujícím, vztahy na poli ochrany spotřebitele. Byly sice vydávány různé normy a zákony, ale jejich prosazování, uplatňování a vynucování bylo často bráno velmi laxně a navíc byla udělována řada politicky a ekonomicky ovlivněných výjimek. Rovněž přístup koncových spotřebitelů k informacím byl více než složitý. Neexistovaly žádné organizace, sdružení, nevycházela žádná periodika s touto tematikou. Spotřebitel nebyl záměrně nikterak vychováván jako spotřebitel, spíše, nutno vypíchnout, jen jako člen stáda poslušných a tichých oveček.

Zlom v dění tak přinesly až polistopadové události a ochrana spotřebitele se začala dostávat do povědomí jako samozřejmost konečně i u nás. Zprvu vedla iniciativa zejména ze strany občanů. Po vzoru okolního světa vznikali nejprve spotřebitelské organizace a nadace, následně se začaly rozvíjet i aktivity státu a to zejména v souvislosti se zahájením rozhovorů a přidružení Československa k Evropskému společenství. Teprve podpisem "Evropské dohody", konkrétně článek 91 (o ochraně spotřebitele), získává i tato oblast evropský charakter. Koncem roku 1990 pak vzniká při Federálním ministerstvu kontroly samostatný odbor ochrany spotřebitele. Jeho nejvýznamnějším počinem bylo roku 1992 předložení návrhu zákona, který byl na posledním zasedání Federálního shromáždění 16. prosince 1992 schválen jako zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele. Po rozdělení federace se pak odbor "přesouvá" pod Ministerstvo hospodářství.

Později se toto ministerstvo transformuje na Ministerstvo průmyslu a obchodu. Jeho hlavním cílem je v dalším období příprava začlenění České republiky do EU a s tím ruku v ruce jdoucí implementace evropských předpisů, do tuzemského systému. Cílem je tak dosáhnout maximální srovnatelnosti v kontextu Evropského regionu. Celý proces začleňování evropských směrnic a nařízení do našeho právního systému je též zlehčeně možno charakterizovat jako využívání dlouholetých zkušeností vyspělejších států EU. Hlavní je zde ale fakt, že jednotná úprava shodná s právem EU je nezbytná pro volný pohyb zboží v rámci vnitřního trhu společenství. Pro správné fungování trhu, při předpokladu zachování (nebo alespoň maximálnímu možnému přiblížení se) dokonalé konkurence, je též důležité, aby mohl spotřebitel očekávat ve všech zemích EU srovnatelnou ochranu svých práv a zájmů.

Ministerstvo průmyslu a obchodu připravuje ve spolupráci s Ministerstvem spravedlnosti a po předběžných konzultacích s Legislativní radou vlády České republiky celkovou koncepci spotřebitelské legislativy a přejímání legislativních předpisů Evropské

unie. První kroky k převzetí evropské legislativy (zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích, zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a zákon č. 59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku) byly spojeny s řadou dílčích kompromisů způsobených snahou zachovat tradice a nenarušit systematiku českého práva. Další přejímání spotřebitelské legislativy naráží na mnoho zásadních problémů. Pro několik směrnic a připravovaných návrhů směrnic z oblasti ochrany ekonomických zájmů spotřebitele, které se přímo dotýkají občanského zákoníku a tím i základů českého soukromého práva, existují v zásadě tři možné způsoby začlenění do českého právního řádu a to:

- samostatnými zákony
- novým společným zákonem, zahrnujícím všechny nebo alespoň některé z předmětných směrnic, nezávislým na stávajících zákonech
- dílčími novelami existujících zákonů²²

3.3. Legislativní a institucionální zabezpečení ochrany spotřebitele

Hlavním předpokladem přistoupení ČR do EU bylo zavázání se převzít evropský právní řád, tzv. *acquis communautaire* a jeho zakomponování do právního systému naší republiky. V této souvislosti ČR přijala závazek usilovat o zajištění postupného právního souladu mimo jiné i na poli ochrany spotřebitele. Pro zajištění tohoto kritického úkolu byly a jsou průběžně navrhovány a přijímány úpravy zákonů, popř. novely těch stávajících, které začleňují předpisy Evropského společenství do národní legislativy. Následující kapitoly nám nastíní právní systém ochrany spotřebitele v České republice a přehled legislativních i mimolegislativních prostředků EU.

3.3.1. Přehled legislativy ochrany spotřebitele v ČR

Úprava **zákona** č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele stanovuje základní podmínky pro podnikání z hlediska ochrany spotřebitele. Jeho ustanovení se týkají podmínek výroby, dovozu, prodeje a označování výrobků jako i poskytování služeb. Zákon definuje spotřebitele, prodávajícího, výrobce a dovozce i dodavatele, výrobek, nebezpečný výrobek, službu, výrobky nebezpečné zaměnitelností s potravinou, padělek, nedovolenou napodobeninu, výrobek porušující práva patentu nebo užitného vzoru, diskriminaci spotřebitele, poctivost prodeje, zákaz nabídky a prodeje nebezpečných výrobků, zákaz klamání spotřebitele,

²² Horová, O. Ochrana spotřebitele. Praha, 2004, s. 27.

vyřizování reklamací, informační povinnosti prodávajícího, vydávání dokladu o zakoupení výrobku nebo poskytnutí služby. Zákon řeší nepřímo i oblast reklamy. Je zde řečeno, že prodávající se nesmí při prodeji výrobků a poskytování služeb chovat v rozporu s dobrými mravy. Dobrý mrav v reklamě svým způsobem upravuje zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy, kde je přímo zakázána reklama na zboží, služby a jiné výkony nebo hodnoty, jejichž prodej, poskytování a šíření není dovoleno, dále reklama obsahující nepravdivé údaje a prvky, jež jsou v rozporu s dobrými mravy, a nakonec i reklama založená na podprahovém vnímání a skrytá reklama. Dále, a v neposlední řadě, zákon stanoví rovněž náležitosti dokladu o zakoupení zboží nebo poskytnutí služby, ukládá povinnost seznámení spotřebitele s cenou prodávaného zboží nebo poskytované služby a informování spotřebitele o podmínkách a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady výrobku nebo služby.

Zákon 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu bude pro naši další práci více než klíčový. Krom speciálních a nových ustanovení se jím mimo jiné provádí změny občanského zákoníku a rovněž zákona živnostenského. Nacházíme v něm totiž hlavní prvky důležité pro ochranu spotřebitele v cestovním ruchu jako takovou. Z tohoto důvodu bude i dále předmětem bližší a podrobnější analýzy. Zákon pojednává zejména o základních termínech, jako například co je zájezd, kdo je provozovatel cestovní kanceláře (nebo-li cestovní kancelář), kdo je provozovatel cestovní agentury (nebo-li cestovní agentura), dále mluví o podmínkách udělení koncesní listiny cestovní kanceláři, o povinném smluvním pojištění, o povinnostech cestovní kanceláře, o cestovní smlouvě atd.

Obchodní zákoník funguje jako základní právní úprava podnikání a hlavní pramen obchodního práva. Obchodní zákoník upravuje ve vztahu k problematice ochrany spotřebitele následující oblasti: podnikání jako podnikatelskou činnost, podnikatele, obchodní smlouvy, smluvní pokuty, zánik závazku, promlčecí lhůty, kupní smlouvy, smlouvy o dílo, o dopravních službách, o úschově, o ubytování, o nájmu. Při kupních smlouvách (také o dílo, dodavatelsko-odběratelských) podle Obchodního zákoníku, když záruční doba nebyla smluvně zakotvena, platí ustanovení Občanského zákoníku. Ve smlouvě lze vytýčit tzv. záruku za jakost, kde prodávající přejímá (pouze písemně) závazek, že dodané zboží (služba) bude po jistý čas způsobilé pro užití ke smluvenému nebo jinak obvyklému účelu. Kupující je povinen danou věc nebo dílo převzít a podle její povahy bez odkladu vytknout prodávajícímu vady.

Občanský zákoník (zákon č. 367/2000 Sb.) je hlavním pramenem občanského práva a základním soukromoprávním předpisem na ochranu spotřebitele, zejména svou novelou č. 509/1991 Sb. V občanskoprávních vztazích je z pohledu práva dovoleno vše, co není

výslovně zákonem zakázáno. Je zde popsáno právo k věci - zajišťující moc osoby nad věcí, ochrana užívání věci i právo závazkové - pohledávka, dluh, věřitel, dlužník, věc nehmotná (ocenitelné produkty myšlení), ochrana osobnosti, vlastnické právo, vlastnictví, duševní vlastnictví, držba věci, odpovědnost za vady, odpovědnost za škodu a mnoho dalšího. Důležitými částmi jsou též stanovení o kupní smlouvě a jejích náležitostech, o požadavcích na stanovenou jakost, množství, míru nebo hmotnost, o informační povinnosti prodávajícího, o odpovědnosti za vady atd.

Platná právní úprava **trestního zákoníku** stanoví, že ten, kdo ve větším rozsahu poškozuje spotřebitele zejména tím, že porušuje závazná ustanovení o cenách zboží nebo služby anebo, kdo uvede ve větším rozsahu na trh výrobky, práce nebo služby a zatají při tom jejich podstatné vady, bude potrestán odnětím svobody na šest měsíců až tři léta nebo zákazem činnosti nebo peněžním trestem.²³

Jelikož většina podnikání v oblasti cestovního ruchu je vykonávána na základě živnostenského oprávnění (živnostenského listu), je pro nás zde důležitý i **zákon o živnostenském podnikání** č. 455/1991 Sb., ve znění pozdějších novelizací. Tento zákon zajišťuje určité minimum odborné způsobilosti podnikatelů v zájmu ochrany spotřebitelů a širších veřejných zájmů. Hlavním účelem je zde hluboká úprava podmínek a náležitostí, které jsou potřeba pro získání živnostenského oprávnění k podnikatelské činnosti.

Zákon č. 526/1990 Sb. o cenách mimo jiné stanovuje zamezení nekontrolovanému cenovému vývoji. Dále se vztahuje k uplatňování, regulaci a kontrole cen výrobků, výkonů a služeb pro tuzemský trh, včetně cen zboží z dovozu a stejně tak cen zboží určeného na vývoz. Významná jsou zde zejména nařízení o zřetelném a jasném označování obchodních artiklů cenami.

Nyní již jen zmiňme několik dalších zákonů, jejichž souvislost s danou tematikou je už o poznání užší, než tomu bylo u právních norem výše zmíněných: zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, zákon č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, zákon č. 64/1984 Sb., o České obchodní inspekci.

3.3.2. Orgány, instituce a organizace ochrany spotřebitele v ČR

Vzhledem k efektivní ochraně spotřebitele, v dnešním prostředí častých snah o různé způsoby podvodů, nekalého či nečestného chování v obchodě ve svůj prospěch na úkor druhého, samozřejmě nestačí pouhé stanovení pravidel, které se mají dodržovat. Je však

²³ Horová, O. Ochrana spotřebitele. Praha, 2004, s. 37.

rovněž nutné stanovit orgány, jejichž úkolem bude na státní úrovni ochranu spotřebitele garantovat, dále též kontrolovat, postihovat a předcházet poškozování práv spotřebitele v rozporu s platnými normami. Podobně jako v případě zákonných úprav, i zde se budeme věnovat pouze institucím, které významnějším způsobem ovlivňují dění v ochraně spotřebitele v cestovním ruchu. Opomineme tedy například orgány veterinární správy, Českou zemědělskou a potravinářskou inspekci apod.

V **Parlamentu ČR** (poslanecká sněmovna, Senát) jsou přijímány právní normy chránící spotřebitelská práva, sněmovna též určuje ombudsmana, čili veřejného ochránce práv.

Ombudsman je jednou z forem ochrany spotřebitele. Veřejný ochránce práv – ombudsman – je nezávislý, nestranný, vysoce postavený veřejný činitel volený Parlamentem, který by měl přispět k ochraně osob před jednáním úřadů a dalších institucí vykonávajících státní správu pokud:

- jsou v rozporu s právem
- neodpovídají principům demokratického právního státu a dobré správy
- jsou nečinné

Na "ochránce" se můžeme obrátit, pokud se domníváme, že jakýkoli úřad nebo instituce spadající pod státní správu nejednala vůči nám dle správných principů. Ombudsman má sice právo na rozsáhlá a nezávislá šetření, nemá však právo do čehokoli dále zasahovat, měnit rozhodnutí orgánu správy atp. Vstřícná náprava může pouze upozornit, vyzvat k nápravě, či případ mediálně zveřejnit. Ze zákona rovněž nemá právo vstupovat do soudních sporů ani jinak ovlivňovat výkon soudní moci.

Nejvýznamnější institucí na poli ochrany spotřebitele je v ČR **Ministerstvo průmyslu a obchodu**, k čemuž je ostatně předurčeno kompetenčním zákonem. Spotřebitelská politika organizačně náleží Odboru ochrany spotřebitele, jehož součástí je i Oddělení spotřebitelské politiky a Oddělení integrace s EU. Hlavním cílem spotřebitelské politiky je tvorba takových podmínek v oblasti prodeje zboží a služeb a ochrany spotřebitele, které zajistí rozvoj a zvýšení výkonnosti odvětví obchodu, a to při všestranné vyváženosti tohoto rozvoje a současně zkvalitnění oblasti ochrany spotřebitele na úroveň standardu zemí EU.

Ministerstvo pro místní rozvoj je fakticky tvůrcem zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu. Ten je důležitým nástrojem ochrany spotřebitele, klienta cestovního ruchu. Mimo to cestovní ruch jako takový v zemi koordinuje, spolupracuje na propagaci ČR v zahraničí a snaží se jí tam vybudovat dobře znící jméno. Mimo jiné má na starosti i regionální rozvoj, ve kterém hraje cestovní ruch tak důležitou roli.

Významným partnerem je na tomto poli pro ministerstvo hlavně Česká centrála cestovního ruchu (Agentura Czech Tourism).

Stejně tak jako ve světě i u nás doplňují celistvost úsilí o ochranu spotřebitele ještě občanské spotřebitelské organizace. V tuzemském prostředí se tak děje na základě zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů. Nutno však podotknout, že na rozdíl od vyspělejších států EU, mají tyto organizace, sdružení a hnutí nedostatečnou členskou základnu a to zejména v řadách skutečných aktivistů a tím nedosahují vyloženě uspokojivého významu.

Asi největším z takových organizací je dnes u nás Sdružení obrany spotřebitele ČR s příznačnou zkratkou S.O.S. Sdružení vzniklo a u Ministerstva vnitra registrováno bylo na počátku roku 1993 jako Moravskoslezské spotřebitelské sdružení se sídlem v Ostravě. Dnes je to organizace nezávislá, nezisková a nepolitická a má již celostátní působnost s centrálou v Praze. Za svůj hlavní cíl má svými prostředky napomoci k maximální informovanosti spotřebitele a vytvořit z něj tak rovno a plnoprávného účastníka trhu. Zmíněnými prostředky jsou zejména besedy, spolupráce s médii, vydávání vlastního časopisu "Štít spotřebitele" a v neposlední řadě činnost poradenská. Dále pomáhá hájit spotřebitelské zájmy v již vyvstalých sporech, spolupracuje při vytváření spotřebitelsko právních norem, usiluje o rozšiřování kontaktů se státní správou, komorami, cechy a dalšími organizacemi nejen v měřítku ČR, ale i v zahraničí. V kompetenci S.O.S. je i provozování SIC (Spotřebitelské informační centrum) ve velkých městech v zemi. Tato centra fungují jako kontaktní S.O.S. poradny v pravém slova smyslu. Ročně se pyšní více než dvěma tisíci vyřízených žádostí či dotazů. Další neméně důležitou aktivitou je provozování webových stránek www.spotrebitele.cz.

Spotřebitelský poradenský a informační servis (SPIS) vznikl jako samostatná organizace roku 1998 a jako první z podobných organizací si razil svou cestu zejména prostřednictvím internetu, a to konkrétně na stránkách www.spotrebitel.cz. Obdobně je jeho cílem rovněž prosazování a obhajoba práv a zájmů spotřebitelů, podpora evropské integrace a jejího pozitivního vlivu na kvalitu ochrany spotřebitele u nás, posilování spotřebitelského povědomí mezi občany. Tyto hlavní cíle sdružení jsou naplňována zejména následujícími prostředky: shromažďování informací o trhu, sortimentu, obchodní síti, trvalé působení na orgány spravující politiku ochrany spotřebitele, přijímání občanských podnětů a stížností a následná pomoc, organizování výchovných a vzdělávacích akcí, podávání podnětů zákonodárným orgánům a institucím státní správy.

Trojici nejvýznamnějších spotřebitelských organizací, jejichž činnost vychází ze strany občanů a jejich sdružení, uzavírá v ČR Občanské sdružení spotřebitelů TEST. To bylo založeno v Praze roku 1992 a na sklonku minulého století bylo asi nejvýznamnější občanskou

organizací na poli ochrany spotřebitele u nás. Svou činnost realizuje na třech hlavních úrovních.

- komparativní testování spotřebních výrobků ve spolupráci se státními zkušebnami atp.
- vzdělávání zejména formou článků v časopise dTEST
- právní pomoc těm, kdož se na sdružení obrátí, což jsou nejenom spotřebitelé, ale též prodejci a dovozci

Jak již naznačeno, nedílnou součástí činnosti TESTu je vydávání časopisu dTEST. Jádrem časopisu jsou vlastní testy výrobků, ale také převzaté testy ze zahraničí, zejména z německého spotřebitelského časopisu "Stiftung Warentest". Hlavní část nákladů na vydávání časopisu je hrazena dotací ze státního rozpočtu. Sdružení spolupracuje mimo jiné i s mezinárodním svazem Consumers International a dalšími, nejen zahraničními, organizacemi.

V dubnu 2000 založilo sedm spotřebitelských organizací v součinnosti s MPO ČR tzv. Spotřebitelský poradní výbor jako platformu pro trvalý dialog mezi vládou a nezávislými spotřebitelskými organizacemi zastupujícími zájmy občanů. Jeho závěry a usnesení mají charakter doporučení a signálních informací pro vládu ČR při řešení spotřebitelské problematiky a ochrany spotřebitelů v ČR. V dubnu 2006 se konalo již 21. zasedání SPV, jehož členy je v současné době celkem devět nevládních organizací, a to: Sdružení českých spotřebitelů, Praha, Sdružení obrany spotřebitelů ČR, Občanské sdružení spotřebitelů TEST, Praha, Spotřebitel.cz, Praha (dříve Spotřebitelský poradenský a informační servis), Centrum spotřebitelsko-podnikatelských vztahů a ochrany spotřebitele, Třebíč, Sdružení ochrany spotřebitelů a pacientů, Hradec Králové, Síť ekologických poraden ČR, Brno, Sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele, Praha a Asociace občanských poraden, Praha.

3.3.3. Náhled legislativy ochrany spotřebitele v EU

Nejvyšší význam evropského práva má tzv. právo primární. Jeho prameny jsou zejména tři původní smlouvy, které již byly zmíněny výše, a jejich následné modifikace (především Jednotný evropský akt, Maastrichtská a Amsterdamská smlouva, ale i akty o přistoupení nových členů). Pro lepší orientaci se dnes používá tzv. konsolidovaná smlouva, což je smlouva o EHS ve znění všech pozdějších novel. Sekundární právo může vznikat jen na základě práva primárního a je tvořeno nařízenými, směrnici, rozhodnutími, doporučeními a stanovisky, které jsou přijímány společnými institucemi EU. Primární a sekundární právo, dále rozšířené o koncepce a strategie, Zelené či Bílé knihy, výkladové studie a další dokumenty se souhrnně označuje jako *Acquis communautaire*, zkráceně *acquis*.

Evropská unie, a je tak vidět i na internetovém serveru evropského práva EUR-LEX, řeší problematiku ochrany spotřebitele v rámci své zájmové oblasti č. **15. Životní prostředí, spotřebitelé a ochrana zdraví**²⁴.

Dnešnímu postavení ochrany spotřebitele v rámci EU vděčíme zejména předběžnému programu EHS o ochraně spotřebitele a informační politice²⁵, kde je v rozsáhlém materiálu shrnuto pět základních práv spotřebitele, která se stala základem komunitární legislativy v této oblasti.

Z hlediska spotřebitelské politiky jsou více než důležité tři smlouvy **primárního práva**. První z nich je již výše zmíněný Jednotný evropský akt, který s sebou přinesl pevné rozhodnutí o vybudování jednotného vnitřního trhu nejpozději do konce roku 1992. A právě pro správně fungující vnitřní trh je kvalitní ochrana spotřebitele nezbytností.

Smlouva o Evropské unii (tzv. **Maastrichtská smlouva**), která pojala ochranu spotřebitele jako plnohodnotnou komunitární politiku, vstoupila v platnost dne 1. listopadu 1993. Zatímco obecné principy Smlouvy stanoví, že Společenství musí přispívat k "posilování ochrany spotřebitele", článek 153 je skutečným právním rámcem pro spotřebitelskou politiku. Jeho přijetí vedlo k novému rozmachu, který se odrazil v přijetí mnoha nových opatření.

Dalšího posílení ochrany spotřebitele v rámci EU došlo počátkem platnosti tzv. **Amsterdamské smlouvy**. Tato smlouva, která po ratifikaci všemi členskými zeměmi, vstoupila v platnost 1. května 1999, upravila také článek 153. Ten se odvolává na již zmíněná spotřebitelská práva, která se stávají obecným cílem. V dalším bodě tohoto článku zaznívá velmi silný požadavek respektovat ochranu spotřebitele i při tvorbě a provádění všech ostatních politik a činností Společenství. Článek 153 je součástí Hlavy XIV – Ochrana spotřebitele a mimo jiné říká, že:

1. Na podporu zájmů spotřebitelů a k zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitele přispívá Společenství k ochraně zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů, stejně jako k podpoře jejich práva na informace, osvětu a sdružování se k ochraně svých zájmů.
2. Požadavky ochrany spotřebitele je třeba respektovat při stanovení a provádění jiných politik a činností Společenství.
3. Společenství přispívá k dosažení cílů uvedených v odstavci 1 prostřednictvím:

²⁴ Podrobná struktura oblasti v příloze č. 1

²⁵ Council Resolution on a preliminary programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy.

- a) opatření přijatých podle článku 95 (pravidla harmonizačního procesu – pozn. autora) v souvislosti s dovršováním vnitřního trhu;
 - b) opatření, která podporují, doplňují a monitorují politiku členských států;
4. Rada postupem podle článku 251 (o spolurozhodovacím procesu – pozn. autora) a po konzultaci s Hospodářským a sociálním výborem přijme opatření uvedená v odstavci 3(b);
5. Opatření přijatá podle odstavce 4 nebrání členskému státu zachovat nebo zavést přísnější ochranná opatření. Taková opatření musí být slučitelná s touto smlouvou a sdělují se Komisi.

Základním a nejvýznamnějším nástrojem **sekundárního práva EU** na poli ochrany spotřebitele v cestovním ruchu je bezesporu **směrnice Rady 90/314/EHS** ze dne 13. června 1990 o souborných službách²⁶ pro cesty, pobyty a zájezdy²⁷. Touto směrnicí se budeme podrobně zabývat v následujících kapitolách, proto si o ni nyní řekneme jen to nejzákladnější. Předmětem této směrnice je sblížení právních a správních předpisů členských států o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy prodávaných nebo nabízených k prodeji na území Společenství. Do českého právního systému byla implementována v podobě zákona 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Směrnice řeší zejména problematiku charakteristiky zájezdu jako kombinace několika služeb prodávané za jednotnou cenu, určuje, jaké kvality a kvantity mají dosahovat informace o zájezdech v katalogu cestovní kanceláře. Právě na poskytování a závaznosti informací od poskytovatele služeb je zde kladen velký důraz. Tento je samozřejmě o několik let později vpraven i do tuzemského zákona. Směrnice zde dále řeší podmínky uzavření smlouvy mezi klientem a poskytovatelem, možnosti její výpovědi, převedení práv atp.

V námi sledované oblasti je v poslední době stále důležitější dění v případě tzv. timesharingu. Tuto problematiku řeší **směrnice** Evropského parlamentu a Rady **94/47/ES** o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práva k dočasnému užívání nemovitosti. Směrnice výslovně řeší pouze otázky a aspekty informací o základních složkách smlouvy a možnosti jejího zrušení, resp. odstoupení od ní. Ostatní otázky jsou čistě v kompetenci členských zemí a jejich zákonodárců, neboť mají být obsaženy v jiných právních normách. V našich podmínkách byla směrnice začleněna do zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník.

²⁶ v některých zdrojích též o hotových programech na...

²⁷ Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours.

Vzhledem k tomu, že v hromadném cestovním ruchu hraje globálně letecká doprava dnes nejvýznamnější úlohu, důležité pro nás je zde i **nařízení** Evropského parlamentu a Rady č. **261/2004** ze dne 11. února 2004, kterým se stanoví společná pravidla náhrad a pomoci cestujícím v letecké dopravě v případě odepření nástupu na palubu, zrušení nebo významného zpoždění letů, a kterým se zrušuje nařízení (EHS) č. 295/91²⁸.

Tato kapitola má hovořit zejména o legislativních prostředcích EU v oblasti ochrany spotřebitele. Nicméně pro tuto politiku a její další efektivní rozvoj jsou velmi důležité rovněž nelegislativní strategické programy, jež na nejvyšších úrovních vznikají jako základní strategické dokumenty pro střednědobé periody. Oba následující dokumenty byly nastudovány z anglických mutací na portálu Europa²⁹. Součinností Evropské komise, Evropského parlamentu, Rady EU a Ekonomické a sociální komise tak vznikl základní strategický dokument nesoucí název **Strategie spotřebitelské politiky 2002-2006**³⁰. Tento dokument se blíže věnuje zejména bezpečnosti spotřebitele, ekonomickým a právním otázkám souvisejících s pohybem spotřebitele na trhu, spotřebitelské informovanosti a vzdělávání, propagaci a zviditelnění spotřebitelských organizací a jejich přínosu rozvoji a zkvalitnění ochrany spotřebitele. Jako tři hlavní cíle jsou zde položeny:

1. obecně vysoká úroveň ochrany spotřebitele požaduje harmonizování nejenom obecné bezpečnosti výrobků a služeb, ale též veškerých ekonomických a právních aspektů, které dávají spotřebiteli potřebnou jistotu k provádění obchodů a transakcí kdekoli na vnitřním trhu. Tímto cílem se rovněž rozumí následovat prohlášení stanovená Zelenou knihou EU o ochraně spotřebitele v EU³¹ a mají souviset zejména s bezpečností služeb.

2. efektivní vymáhání zásad. Za předpokladu, že stupeň ekonomické integrace na vnitřním trhu stále roste a že pro spotřebitele se otevírá stále více příležitostí, spotřebitelé by měli mít v praxi nárok na stejnou ochranu napříč celou EU.

3. zapojení občanů do politiky a rozvoje EU prostřednictvím spotřebitelských organizací. Za účelem efektivní politiky ochrany spotřebitele je nutné, aby spotřebitelé sami měli možnost svým přínosem ovlivnit rozvoj politiky jako takové, neboť tato je následně ovlivňuje. Spotřebitelé a jejich zástupci musí mít nezbytný prostor a prostředky k upozornění na své vlastní zájmy na stejné úrovni jako ostatní zainteresované strany. Hlavní činností při

²⁸ Regulation 261/2004 establishing common rules on compensation and assistance to passengers of denied boarding and of cancellation or long delay of flights.

²⁹ <http://europa.eu.int>

³⁰ Consumer Policy Strategy 2002-2006.

³¹ Green Paper on consumer protection in the European Union.

prosazování tohoto cíle je zejména přezkoumání míry účasti spotřebitelských organizací na tvorbě evropských politik a zavedení výchovných a podpůrných projektů.

Navazujícím strategickým dokumentem je **Program Společenství v oblasti zdraví a ochrany spotřebitele**³². Tento program nahradí do té doby platné dokumenty a to: Program Společenství v oblasti veřejného zdraví³³ a již zmíněnou Strategii spotřebitelské politiky 2002-2006. Program má tři části. Zatímco první z nich se zabývá cíly a opatřeními společnými pro obě oblasti, zbývající dvě se věnují výhradně problémům specifickým pro danou oblast.

První část mluví zejména o ochraně zdraví a bezpečnosti, stejně jako o ochraně ekonomických zájmů občanů. Politiky ochrany zdraví a ochrany spotřebitele sdílejí tři základní cíle:

1. ochrana občanů před riziky a ohroženími, která jsou v rukou jednotlivců
2. zvyšování možnosti občanů lépe rozhodovat o svých zájmech z hlediska zdraví a jejich ochrany jakožto spotřebitelů
3. začlenění politiky ochrany zdraví a spotřebitele do ostatních politik Společenství.

Za účelem posílení vzájemných vazeb mezi těmito dvěma politikami je výhodné provádět některé činy a nástroje společně. Jsou to zejména zlepšování komunikace s veřejností a obecného povědomí prostřednictvím konferencí, seminářů, publikací a informačních center, zvyšování účasti civilních občanů i podnikatelů na tvorbě evropského práva, podporovat mezinárodní spolupráci v těchto oblastech a zviditelňovat kvalitní výrobky.

Třetí část Programu Společenství v oblasti zdraví a ochrany spotřebitele na následující období, věnující se samostatně problémům ochrany spotřebitele, poukazuje na čtyři hlavní záměry:

1. lepší pochopení pojmů spotřebitele a trhu
2. lepší usměrňování ochrany spotřebitele
3. lepší vymahatelnost, dohled a odškodnění
4. lépe informované a vzdělané spotřebitele

Tomuto programu byl přidělen rozpočet ve výši 1,2 miliardy EUR a je otevřen zemím EFTA i zemím mimo EU, zejména těm, které hraničí se Společenstvím, zemím žádajícím a kandidátským i zemím západního Balkánu, které jsou zahrnuty ve stabilizačním a asociačním procesu.

³² Programme of Community action in the field of health and consumer protection 2007-2013.

³³ Programme of Community action in the field of public health 2003-2008.

3.3.4. Orgány, instituce a organizace ochrany spotřebitele v EU

Podobně jako v případě tohoto tématu v tuzemských podmínkách, postupme i zde od obecnějších institucí k těm specializovanějším, začněme tedy Evropským parlamentem. **Evropský parlament** je demokratickým vyjádřením politické vůle občanů Evropské unie. Je volen přímo a představuje největší mnohonárodní parlament na světě. Reprezentuje 375 milionů občanů Unie. Jeho hlavní cíle jsou stejné jako u kteréhokoli jiného parlamentu - přijímat dobré zákony a kontrolovat výkonnou moc. Nyní má k tomu mnohem lepší podmínky než dříve, protože jeho odpovědnost rozšířil a pravomoci posílil Jednotný evropský akt z roku 1987, Smlouva o Evropské unii z roku 1993, Amsterodamská smlouva z roku 1997 a Smlouva z Nice z roku 2000.³⁴ Evropský parlament je zastupitelským orgánem EU a spolurozhoduje při vytváření většiny legislativy z oblasti ochrany spotřebitelů. Počet jeho členů je Amsterdamskou smlouvou omezen na 700. Počet poslanců volených přímou volbou za jednotlivé země je úměrný počtu jejich obyvatel. Oficiálním sídlem Parlamentu je Štrasburk, ovšem některá jednání probíhají v Bruselu. Výbor Parlamentu pro životní prostředí, veřejné zdraví a spotřebitelskou politiku se v oblasti ochrany spotřebitele zaměřuje především na:

- ochranu spotřebitelů před riziky pro jejich zdraví a bezpečnost,
- dostatečnou konzultaci se spotřebiteli a jejich dostatečnou reprezentaci při přípravě opatření, která ovlivňují jejich zájmy (zejména ekonomické)
- zlepšení informovanosti a vzdělání spotřebitelů

Jednou z možností, jak se dovolat práv v EU, je podání petice k Evropskému parlamentu. Petici mohou podat individuálně i kolektivně občané EU, firma, organizace nebo asociace se sídlem nebo registrovanou pobočkou v členském státě Evropské unie nebo obyvatel nečlenského státu žijící v členském státě Evropské unie. Její forma a opodstatnění má samozřejmě svá přesná pravidla a je ji možno adresovat přímo úřadu předsedy Parlamentu do Luxemburgu.

Postu **Evropského ombudsmana** při Parlamentu dala vzniknout smlouva o EU (tzv. Maastrichtská). Ombudsman je zmocněn přijímat stížnosti týkající se případů špatného řízení ze strany orgánů Společenství ("špatné řízení" znamená v tomto případě nesprávnou aplikaci pravidel, tj. nepřiměřenou nebo chybnou aplikaci, jako je zneužití pravomoci, diskriminace, nedbalost atd.). Ombudsman je jmenován Evropským parlamentem na dobu volebního období Parlamentu. Při výkonu své funkce je plně nezávislý a jedná v obecném zájmu Evropské unie

³⁴ Informační centrum EU. Instituce Evropské unie. Praha, 2002, s. 10.

a jejích občanů. Podmínky, upřesňující, kdo může ombudsmana kontaktovat jsou takřka totožné jako pro podání petice k Parlamentu a stížnost se může týkat špatného řízení v rámci činnosti orgánů a institucí Společenství. Mezi ty patří například Evropský parlament, Rada Evropské unie, Evropská komise, Soudní dvůr, Evropský účetní dvůr, Evropská investiční banka atd. Některé případy jsou vyřešeny již v úvodních stádiích šetření. V ostatních se ombudsman snaží najít přátelské řešení. Je-li to nutné, poskytne dotčenému orgánu doporučení, jak věc vyřešit. Orgán pak musí ombudsmana do tří měsíců informovat o opatřeních, která se chystá přijmout. Pokud orgán doporučení ombudsmana nepřijme, ten může podat zprávu Evropskému parlamentu.

Evropská rada sdružuje hlavy států nebo předsedy vlád členských států a předsedu Evropské komise. Od roku 1974 se hlavy států a vlád Společenství scházejí nejméně dvakrát ročně jako Evropská rada neboli „Evropský summit“. Setkání se účastní také předseda Komise. Předseda Evropského parlamentu je zván, aby prezentoval práci Parlamentu v úvodu zasedání. Evropská rada se stává stále významnějším prvkem Evropské unie. Stanovuje priority dalšího vývoje Unie, určuje její politický směr, dává impulsy k dalšímu vývoji a řeší sporné otázky, které se nepodařilo vyřešit na úrovni Rady ministrů. V tomto orgánu se nejsilněji projevují názory a požadavky jednotlivých členských států. Evropská rada přijímá základní politická rozhodnutí většinou na základě konsenzu (jednomyslně). Evropská rada předkládá Evropskému parlamentu zprávu po každém svém zasedání a dále pro Parlament jednou ročně vypracovává zprávu o pokroku, kterého Unie za daný rok dosáhla.³⁵

Rada Evropské unie (rovněž Rada ministrů nebo jen Rada) je rozhodujícím orgánem EU pro své zákonodárné i výkonné pravomoci. Skládá se z rezortních ministrů vlád členských zemí podle projednávané problematiky. Počet hlasů v Radě závisí na velikosti země. Rada Evropské unie nemá ekvivalent nikde na světě. Členské státy prostřednictvím Rady vydávají zákony pro Evropskou unii, stanovují její politické cíle, koordinují své národní politiky a řeší spory mezi sebou a s dalšími institucemi. Smlouva o Evropské unii rozšířila pravomoc Evropského parlamentu prostřednictvím procedury spolurozhodování. Procedura spolurozhodování znamená, že značná část legislativy (jako například vnitřní trh, ochrana spotřebitele, transevropské sítě, vzdělání a zdravotnictví) je schvalována Parlamentem i Radou. Znamé "předsednictví Evropské unie" je ve skutečnosti předsedání určité členské země v Radě. To právě nyní připadá Rakousku. Význam této funkce se stále zvětšuje, vzhledem k rozšiřujícím se a prohlubujícím se pravomocím Evropské unie.³⁶

³⁵ Informační centrum EU. Instituce Evropské unie. Praha, 2002, s. 18, 19.

³⁶ Informační centrum EU. Instituce Evropské unie. Praha, 2002, s. 16, 17.

Hlavní institucí Společenství pro posuzování porušení práv je **Evropský soudní dvůr**. Sídlí v Luxemburgu, tvoří jej 15 soudců a jeho pracovním jazykem je francouzština. V situaci Společenství se jedná především o porušování evropského práva členskými státy tím, že ne vždy jsou národní předpisy v souladu s evropskými. Tato instituce funguje jako ústavní soud, správní soud, občanský soud i jako rozhodčí soud. Řeší i žaloby spotřebitelů o náhradu škody proti členskému státu, pokud spotřebiteli vznikla škoda tím, že členský stát neimplementoval či nedostatečně implementoval ve stanovené lhůtě určitou směrnici EU. Konkrétní příklady takovýchto situací si uvedeme níže.

V rámci **Evropské komise** se spotřebitelskou problematikou zabývá **Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele**³⁷. S postupným nárůstem významu ochrany spotřebitele v rámci politiky Evropské unie se postupně vyvíjelo i toto Generální ředitelství do své současné podoby. Jak již zmíněno výše v roce 1995 vzniklo samostatné Generální ředitelství XXIV - Ochrana spotřebitele. Po dalších změnách se nyní jmenuje právě Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele. Současným komisařem je pro politiku zdraví a ochrany spotřebitele Řek Markos Kyprianou. Generální ředitelství se dělí na 6 ředitelství (A-F), které se dále dělí na různý počet jednotek. Hlavním posláním je zajistit vysokou úroveň ochrany zdraví, bezpečí a ekonomických zájmů spotřebitelů a veřejného zdraví na úrovni Evropské unie.

Evropská komise svým rozhodnutím z května 2000 rekonstruovala již dříve existující **Spotřebitelský výbor**³⁸, v jehož rámci jsou konzultovány všechny otázky týkající se ochrany spotřebitelů na úrovni Společenství a jejich dopady na spotřebitelské zájmy v jednotlivých členských zemích. Spotřebitelský výbor se schází několikrát ročně v Bruselu a plní zejména tyto úkoly:

- tvoří fórum pro všeobecné diskuze o problémech se vztahem k spotřebitelským zájmům
- poskytuje svá stanoviska k otázkám Společenství týkajících se ochrany spotřebitelských zájmů
- radí a vede Evropskou komisi při navrhování politik a činností s vlivem na spotřebitele
- informuje Evropskou komisi o vývoji spotřebitelské politiky v členských státech
- slouží jako zdroj informací a "hlásná trouba" o akcích Společenství vůči dalším národním organizacím.

³⁷ Directorate-General Health and Consumer Protection.

³⁸ Consumer Committee.

Evropská skupina pro spotřebitelské právo³⁹ je skupina právníků a akademiků z právnických univerzit, kteří jsou přímo členy evropských organizací spotřebitelů nebo jsou s nimi spojeni. Byla vytvořena v březnu 1977 v Londýně s úmyslem posílit propojení mezi právními zástupci a výzkumníky zapojenými do podpory zákonných zájmů spotřebitelů v jednotlivých zemích. V zásadě se skupina skládá ze dvou členů z každé země: jeden z univerzitního prostředí a druhý ze spotřebitelské organizace nebo instituce. Vydává zprávy a názory ke specifickým tématům, která jsou považována za nejrelevantnější pro ochranu spotřebitele a jsou společná všem státům EU. Cílem je přesvědčit všechny aktéry podílející se na evropském spotřebitelském právu a vytváření politik, jako jsou národní orgány, orgány EU, obchod a průmysl, argumentací a právními důvody. Mezi její dosavadní nejvýznamnější připomínky vůči orgánům byly z našeho pohledu komentáře ohledně revize Smlouvy o ES a ustanovení o spotřebitelích, smlouvy o nabytí práva k dočasnému užívání nemovitosti, odmítnutí přepravy v letecké dopravě atd.

Stejně tak jako v každé moderní zemi včetně ČR i na úrovni EU působí na poli ochrany spotřebitele mimo vládních, respektive komunitárních, institucí i organizace nevládní, občanské. Ty však zjišťují, že je nutné se navzájem koordinovat, vyměňovat si zkušenosti a společně rychleji a účinněji zasahovat proti nedokonalostem trhu. Tak vznikají mezinárodní svazy sdružující spotřebitelské organizace. V celosvětovém měřítku působí Consumers International. V evropském kontextu jsou nejvýznamnější BEUC, AEC.

Evropská organizace spotřebitelů⁴⁰ je federace 37 samostatných národních organizací spotřebitelů ze zemí EU, kandidátských zemí EU a členských států EEA⁴¹. Je financována především z příspěvků členských organizací a částečně také z rozpočtu EU. BEUC se snaží, v zájmu zákazníků, ovlivňovat vývoj politiky EU začleněním základních práv konzumentů do všech jejích oblastí a tím propagovat a chránit zájmy evropských spotřebitelů. Odborně se věnuje problémům, které mají přímé hospodářské nebo právní důsledky pro spotřebitele anebo dopad na jejich zdraví, bezpečnost či životní prostředí. Snaží se zhodnotit přínosy volného evropského trhu a minimalizovat potenciální rizika pro spotřebitele, a to s ohledem na kvalitu a sociální i etickou problematiku. Zvýšenou pozornost věnuje potřebám znevýhodněných/zranitelnějších skupin občanů, jimiž jsou např. děti, starší osoby či lidé s postižením. EU podle BEUC představuje jeden z pilířů sdílené odpovědnosti pro všechny zúčastněné strany společnosti, jejímž cílem je udržet a posílit základní práva spotřebitelů.

³⁹ The European Consumer Law Group.

⁴⁰ Le Bureau Européen des Unions de Consommateurs – BEUC.

⁴¹ Evropská agentura pro životní prostředí.

BEUC zastává širší pojetí spotřebitelských práv, než jak je prosazuje Evropská unie. Usiluje o integraci následujících osmi základních spotřebitelských práv do všech oblastí politiky EU:

- právo spotřebitelů na bezpečnost
- právo spotřebitelů na informace
- právo spotřebitelů na volbu
- právo spotřebitelů na zastoupení
- právo spotřebitelů na náhradu škody
- právo spotřebitelů na vzdělání
- právo spotřebitelů na uspokojení základních potřeb
- právo spotřebitelů na čisté životní prostředí

BEUC má vizi Evropské unie, ve které všichni zúčastnění ve společnosti udržují a vylepšují spotřebitelská práva. Plné členství je otevřené nezávislým spotřebitelským organizacím ze zemí EU a ESVO⁴². Podobné organizace z ostatních evropských zemí se mohou stát přidruženým členem. Široké spektrum organizací, včetně vlád, regionálních, oborových či speciálních spotřebitelských skupin mohou získat status korespondenta BEUC. Česká republika je zde zastoupena Sdružením obrany spotřebitelů České republiky (S.O.S.).

Asociace evropských spotřebitelů⁴³ je relativně mladým svazem evropských národních spotřebitelských organizací. AEC spolupracuje se svými členy na zvýšení vlivu spotřebitelů ve společnosti se zaměřením na zvýšení sociálního a environmentálního uvědomění. Cílem je posílení spolupráce tak, aby to pomohlo různým organizacím po celé Evropě k zintenzivnění práce využíváním společných zkušeností. Tato asociace sdružuje přes 30 organizací ze zemí EU a českým zástupcem je Spotřebitelský poradenský a informační servis⁴⁴.

Dalším účinným nástrojem ochrany spotřebitele a to zejména ve smyslu informovanosti a "první pomoci", který spadá pod záštitu EU je v poslední době budovaná **Síť evropských spotřebitelských center**⁴⁵. Ta byla založena v lednu 2005 po spojení dvou do té doby existujících sítí ochrany spotřebitele a to Evropské mimosoudní sítě⁴⁶ a Euroguichet-NET, tedy dosavadní sítě evropských spotřebitelských středisek⁴⁷. Pro úplnost uveďme, že EEJ síť měla umožňovat spotřebitelům řešit spory mimosoudní cestou a usnadnit

⁴² Evropské sdružení volného obchodu.

⁴³ AEC - Association of European Consumers.

⁴⁴ www.spotřebitel.cz

⁴⁵ The European Consumer Centers Network - ECC-Net.

⁴⁶ EEJ-NET.

⁴⁷ zahrnující země EU plus Norsko a Island.

jim dovolat se nápravy ve sporech s dodavateli se sídlem v jiné členské zemi EU. V současné době je v Evropě celkem 28 takovýchto středisek⁴⁸ a v České republice bylo zřízeno počátkem roku 2005 v budově Ministerstva průmyslu a obchodu na Praze 1. Obecně tato centra nabízí bezplatné informace a rady o právech spotřebitelů v zemích EU, bezplatnou spolupráci a pomoc spotřebitelům při vyřizování jejich stížností na kvalitu zakoupených výrobků a služeb v ostatních členských zemích EU včetně Norska a Islandu, stížností na chování a jednání obchodníků v těchto zemích. V žádném případě se však nezabývá otázkami, stížnostmi a spory spotřebitelů na jejich domácím trhu.

Tato střediska mohou efektivně provozovat svou činnost jedině díky vzájemné komunikaci a kooperaci. Nevysvětlujme průběh těchto činností, nýbrž uvedme si konkrétní příklad, jež byl řešen ESC v Praze. Rezervace ubytování: Z irského spotřebitelského centra se na nás obrátili s prosbou o vyhledání české internetové firmy, nabízející ubytování v Praze. Jejich irská klientka se snažila rezervovat si prostřednictvím této firmy ubytování v Praze, ale 4 dny marně čekala na potvrzení objednávky. ESC Praha daného poskytovatele služeb skutečně vyhledalo a obeznámilo s případem. Se svým internetovým klientem se podnikatel spojil a omluvil se, že příčinou prodlení byla v dané chvíli nefungující elektronická pošta. Žádosti klientky vyhověl.⁴⁹

3.4. Charakteristika specifík ochrany spotřebitele v cestovním ruchu

Jak již bylo výše zmíněno, hlavním specifikem ochrany spotřebitele v cestovním ruchu je fakt, že většina produktů při uzavírání obchodních smluv je službou. Svůj rozměr a význam zde tak do jisté míry ztrácí pojmy jako například dvouletá záruční lhůta, odpovědnost za škody způsobené vadným výrobkem atd., které jsou obecně na poli spotřebitelské politiky tolik důležité. Vzhledem k tomu, že hlavním obchodním artiklem je zde především zájezd, tedy kombinace hned několika služeb, je tak zdaleka nejpodstatnější chránit spotřebitele – klienta cestovní kanceláře, resp. cestovní agentury – a jeho práva a zájmy zejména po čas konání vlastního zájezdu a zajistit jeho bezpečné navrácení zpět do vlasti, pokud vycestoval do zahraničí.

Komplexní služba CR vzniká na základě složitě provázané spolupráce mnoha dodavatelů a zprostředkovatelů služeb, přičemž podmínky realizace a kvalita doplňkových služeb jsou mnohdy neovlivnitelné (např. prodej upomínkových předmětů, doprava v místě

⁴⁸ aktuální informace <http://europa.eu.int>.

⁴⁹ ESC. Vybrané případy řešené ESC Praha v roce 2005. [Internet] 6. 3. 2006
<<http://www.mpo.cz/scripts/detail.php?abbrev=11178&chapterid=2>>.

využívaná individuálně – taxislužba a MHD, kulturní a sportovní zařízení, rychlé občerstvení). Subjektivní hodnocení kvality služby klientem je ovlivněno kvalitou všech poskytovaných služeb (často kvalitou nejhorší služby), počasím a dalšími přírodními podmínkami, lidským faktorem na straně sjednaných i nesjednaných poskytovatelů služeb, klientů i místních obyvatel (např. okradení klientů). Mezi základní znaky kvalitní služby v CR patří spolehlivost, bezpečnost, dobrý poměr mezi kvalitou služby a cenou, způsob nabídky a rychlost zajištění služby, komplexnost, možnost individualizace.⁵⁰

Služby v cestovním ruchu mají řadu specifíků:

- jsou zpravidla vázány na využití určitého prostoru (návštěva měst a kulturních památek, sjíždění řek, lázeňská turistika, kongresová turistika atd.)
- jsou časově závislé (roční období, datum konání kongresu, výstavy, olympijských her, sezónnost, otvírací doby - období apod.)
- mají komplexní charakter a na jejich zajišťování se tak podílí řada druhem a úrovní služeb
- naprosto odlišných subjektů
- z hlediska zákazníka jsou zastupitelné: z hlediska destinace (Španělsko - Řecko), zprostředkovatele (výběr cestovní kanceláře), dodavatele služeb (v individuální turistice volba
- dopravního prostředku, volba přepravce, volba hotelu)
- jsou částečně závislé na jejich včasném zabezpečení - z hlediska poskytovatele (zprostředkovatele)
- i z hlediska zákazníka (rezervace dopravních cenin, rezervace ubytování)
- poptávka po určitém druhu služby je místně i časově značně závislá (např. sezónnost, časově
- se měnící poptávka po určitých destinacích)
- výrazně se uplatňuje segmentace trhu (přestože existují standardizované produkty typu
- rezortů u moře) – podle destinací, ceny, komplexnosti, délky pobytu, cíle a zájmů atd.

Zájezd je poskládán jako kombinace dopravních, ubytovacích a stravovacích služeb. Málokterá cestovní kancelář má k dispozici všechny tyto fragmenty celého výsledného zájezdu z vlastních zdrojů, tzn. že většina CK pořizuje tyto služby nákupem od jiných podnikatelských subjektů, poskytovatelů těchto služeb. I zde tedy vzniká jisté zvýšené riziko. Nemělo by však činit následné problémy klientovy, nýbrž odpovědnost by měl nést poskytovatel konečného produktového balíky, tedy cestovní kancelář.

⁵⁰ UHK. Specifika marketingu cestovního ruchu.pdf [Internet] < http://markcr.uhk.cz/page.aspx?page_id=6>

Dalším charakteristickým rysem ochrany spotřebitele v CR, budeme-li mluvit o hromadném CR, je, že v případě porušení práv spotřebitele, se zpravidla nejedná o jednotlivce, ale hned skupinu spotřebitelů – klientů.

Než se v následující kapitole začneme plně věnovat hlavnímu legislativnímu nástroji ochrany spotřebitele v cestovním ruchu, již několikrát zmíněné směrnici 314/90/EHS a souvisejícímu tuzemskému zákonu 159/1999 Sb., poukážme ještě na některé oblasti, které se přímo našeho tématu dotýkají a v posledních letech výrazně "hýbou" kroky politiků nejenom Evropské Unie, pokud máme na mysli její orgány, ale rovněž u nás. Mluvíme zejména o **nařízení** Evropského parlamentu a Rady **261/2004/EHS**, kterým se stanoví společná pravidla náhrad a pomoci cestujícím v letecké dopravě v případě odepření nástupu na palubu, zrušení nebo významného zpoždění letů a kterým se ruší nařízení (EHS) č. 295/91⁵¹ a **směrnici 94/47/ES** o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práva k dočasnému užívání nemovitostí⁵².

3.4.1. Zvláštní předpisy v letecké dopravě (nařízení EP a Rady (EHS) 261/2004)

V posledních letech, a je to jistě v souvislosti s jejím dynamickým růstem významu v cestovním ruchu, je velmi ožehavým a často diskutovaným tématem letecká doprava. Jak naznačeno, světový trh letecké dopravy se stále rozrůstá, vstupují na něj stále nové a nové společnosti, zatímco jen část těch starých zaniká. Na významu i oblíbenosti získávají tzv. nízko-nákladové letecké společnosti, ale také z části díky nim na trhu letecké dopravy vzniká jistý nepořádek. Mezi hlavní příčiny častých sporů a nesvárů patří zejména odepření nástupu na palubu v pravidelné letecké dopravě a problémová otázka náhrad vzniklých škod při zrušení nebo významném zpoždění letů.

Tuto problematiku na základní úrovni řešilo již **nařízení Rady č. 295/91**, kterým se stanovila společná pravidla systému náhrad za odepření nástupu na palubu v pravidelné letecké dopravě. Nicméně i po jeho zavedení zůstával počet cestujících, kterým byl odepřen nástup na palubu proti jejich vůli, stále příliš vysoký. Stejně tak počet cestujících postižených zrušením letů bez předchozího varování a postižených významným zpožděním letů. Protože se rozdíl mezi pravidelnou a nepravidelnou leteckou dopravou zmenšuje, ochrana cestujících

⁵¹ Regulation 261/2004 establishing common rules on compensation and assistance to passengers of denied boarding and of cancellation or long delay of flights.

⁵² Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable properties on a timeshare basis.

by se měla uplatnit nejen na pravidelných, ale také na nepravidelných letech, včetně těch, které tvoří součást souborných služeb pro cesty, pobyty a zájezdy.

Tyto a další nedostatky má napomoci odstranit v této otázce poslední **nařízení Evropského parlamentu a Rady (EHS) 261/2004**, které vstoupilo v platnost 17. 2. 2005. Nyní si přibližme obsah tohoto nařízení. První dvě strany, jak tomu bývá, obsahují srozumitelný výčet důvodů, proč je této směrnice zapotřebí, jaké problémy má řešit a odstranit a jakých zlepšení by měla dosáhnout. Úvodní odstavce jsou samozřejmě věnovány obhájení správného legislativního postupu, kterého bylo použito a nařízení je tak v souladu s primárním právem EU. Významnými jsou zde zejména usnesení o nutnosti aktualizace nařízení 295/91, jež se tímto novým vlastně úplně zruší a nahradí. Jako hlavní důvody jsou zde stále vysoké počty cestujících, jež byli odkázáni nekorektnímu jednání některých společností. Většina povinností vyplývajících z tohoto nařízení spočívá na provozujícím leteckém dopravci, který uskutečňuje nebo hodlá uskutečnit let, ať již letadlem vlastním, nebo pronajatým s posádkou a ostatními službami, či bez nich. Nařízení si však bere za svůj cíl neomezit práva provozujícího a to ve smyslu nároku na náhrady od třetích osob, jimiž bylo jeho škodu způsobující jednání zapříčiněno.

Novým zajímavým prostředkem, vedoucím ke snížení počtu odepřených cestujících, je možnost provozujícího oslovit na palubě letadla již nastoupivší cestující – dobrovolníky, kteří by byli za patřičné odškodnění, či poskytnutí náhradního letu, ochotni postoupit svá místa postiženým. Dobrovolníkům by se mělo rovněž umožnit buď zrušení jejich letů a proplacení jejich letenek, nebo pokračování za uspokojivých podmínek, protože čelí obdobným cestovním obtížím jako cestující, jimž byl odepřen nástup na palubu proti jejich vůli. Jestliže se nepřihlásí dostatečný počet dobrovolníků k tomu, aby zbývající cestující s rezervacemi mohli nastoupit let, může provozující letecký dopravce odeprít cestujícím nástup na palubu proti jejich vůli. Ty provozující letecký dopravce neprodleně odškodní. Odškodnění je stanoveno ve výši :

- 250 EUR u všech letů o délce nejvýše 1 500 kilometrů;
- 400 EUR u všech letů ve Společenství delších než 1 500 kilometrů a u všech ostatních letů o délce od 1 500 kilometrů do 3 500 kilometrů;
- 600 EUR u všech letů nespádajících pod písmeno a) nebo b)

Cestující má právo na náhradu škody v tomto rozsahu teprve tehdy:

- pokud není informován o zrušení letu alespoň dva týdny před plánovaným časem odletu, nebo

- není o zrušení letu informován ve lhůtě od dvou týdnů do sedmi dnů před plánovaným časem odletu a není mu nabídnuto přesměrování, které by mu umožnilo odletět nejpozději dvě hodiny před plánovaným časem odletu a dosáhnout cílového místa určení nejpozději čtyři hodiny po plánovaném čase příletu, nebo
- není informován o zrušení letu ve lhůtě kratší sedmi dnů před plánovaným časem odletu a není mu nabídnuto přesměrování jeho letu, které by mu umožnilo odletět nejpozději jednu hodinu před plánovaným časem odletu a dosáhnout cílového místa určení nejpozději dvě hodiny po plánovaném čase příletu.

Jestliže je cestujícím v souladu s dalším článkem nabídnuto přesměrování na jejich cílové místo určení, může provozující letecký dopravce o 50 % snížit odškodné, pokud přesměrovaný let nepřekračuje plánovaný čas příletu původně rezervovaného letu o dvě, respektive tři, respektive čtyři hodiny podle výše popsaných délek letu.

Každý cestující, jemuž byl odepřen nástup na palubu má, jak výše zmíněno, právo nejen na proplacení výdajů ale také např. na přesměrování. Cestujícím je nabídnuta možnost volby mezi:

- a. náhradou pořizovací ceny letenky do sedmi dní, a to za část nebo části neuskutečněné cesty a za část nebo části již uskutečněné cesty, jestliže let nadále neslouží účelu vztahujícímu se k původnímu cestovnímu plánu cestujícího
- b. přesměrováním za srovnatelných dopravních podmínek a při nejbližší příležitosti na jejich cílové místo určení
- c. přesměrováním za srovnatelných dopravních podmínek na jejich cílové místo určení v pozdější době podle přání cestujícího s výhradou dostupnosti míst.

Cestujícím, jejichž lety jsou zrušeny, by mělo být umožněno proplacení jejich letenek nebo využití přesměrování za uspokojivých podmínek a mělo by být o ně v průběhu čekání na pozdější let dostatečně postaráno. Mezi péči, jež je provozovatel povinen poskytnout v případech odepření nástupu na palubu, patří zejména strava a občerstvení v rozsahu přiměřeném čekací době, ubytování v hotelu, pokud se pobyt na jednu noc nebo více nocí stane nezbytným, nebo se nezbytným stane pobyt delší než zamýšlený cestujícím a přeprava mezi letištěm a místem ubytování.

Pozornost je zde věnována i změně třídy letu na vyšší nebo nižší. Zatímco když provozující dopravce umístí cestující do třídy vyšší, než pro kterou byla zakoupena letenka, nesmí požadovat žádnou dodatečnou platbu, v případě opačného postupu je přepravce povinen uplatnit cestujícímu slevu ve výši 30%, respektive 50%, respektive 75% podle uvedených délkových kategorií letu.

Stejně jako podle Montrealské úmluvy by měly být povinnosti provozujících leteckých dopravců omezeny nebo vyloučeny v případech, kdy byla událost způsobena mimořádnými okolnostmi, kterým by nebylo možné zamezit, i kdyby byla přijata všechna přiměřená opatření. Tyto mimořádné okolnosti se mohou vyskytnout zejména v případech politické nestability, povětrnostních podmínek neslučitelných s uskutečněním dotčeného letu, bezpečnostních rizik, neočekávaných nedostatků letové bezpečnosti a stávek, které postihují provoz provozujícího leteckého dopravce. Pro úplnost a jasnost uvedme, že Montrealská úmluva byla podepsána v Montrealu roku 1971 a dále rozšířena 1988 a 1999. Tato úmluva pojednává o skutkové podstatě trestných činů ohrožení bezpečnosti vzdušného dopravního prostředku v úmyslu získat, nebo vykonávat nad ním kontrolu. Jde o tyto trestné činy:

- násilný čin proti letadlu za letu, čímž je ohrožena jeho bezpečnost
- zničení letadla za provozu nebo způsobení takové škody na letadle, že není schopné letu
- umístění předmětu na palubě, který může letadlo nebo jeho část zničit a ohrozit jeho bezpečnost
- poškození zařízení letadla, které naruší jeho bezpečný provoz
- sdělení nepravdivé informace, čímž je narušena bezpečnost provozu (poplašná zpráva)

Nařízení myslí i na osoby s omezenou pohyblivostí a osoby, které je doprovázení, neboť zde je kladen důraz na uspokojení jejich zvláštních potřeb. Členské státy by měly stanovit pravidla pro sankce použitelné při porušení tohoto nařízení a zajistit jejich používání. Sankce musí být účinné, přiměřené a odrazující. Tímto nařízením nejsou dotčena práva cestujících podle směrnice 90/314/EHS a nepoužije se v případech, kdy jsou souborné služby pro cesty, pobyty a zájezdy zrušeny z důvodů jiných než zrušení letu.

I v tomto nařízení je kladen patřičný důraz na rozsah informací plynoucích směrem od dopravce k cestujícímu. Provozující letecký dopravce zajistí, aby u registrace k přepravě bylo zobrazeno čitelné oznámení, které je pro cestující zřetelně viditelné a které obsahuje tato slova: „Je-li vám odepřeno nastoupit na palubu nebo je-li váš let zpožděn nejméně o dvě hodiny, požádejte u přepážky registrace k přepravě nebo u brány pro nástup na palubu o listinu popisující vaše práva, zejména ohledně náhrady škod a pomoci.“ Odepře-li provozující letecký dopravce nástup na palubu nebo zruší-li let, předá každému postiženému cestujícímu písemné oznámení, které v souladu s tímto nařízením stanoví pravidla pro náhradu škody a pomoc. Toto oznámení předá rovněž každému cestujícímu postiženému alespoň dvouhodinovým zpožděním. Při uplatnění těchto pravidel na nevidomé a zrakově postižené osoby se užijí jiné vhodné prostředky.

Odpovědnost vůči cestujícím vyplývající z tohoto nařízení nesmí být omezena, ani se jí nelze zprostit, zejména odlišným nebo omezujícím ustanovením v přepravní smlouvě. Je-li však takové odlišné nebo omezující ustanovení použito ve vztahu k cestujícímu nebo jestliže cestující není správně informován o svých právech a z tohoto důvodu přijal náhradu škody, která nedosahuje náhrady stanovené v tomto nařízení, je cestující dále oprávněn k uskutečnění nezbytných úkonů u příslušného soudu nebo příslušných orgánů směřujících k získání dodatečné náhrady.

Jedním z posledních článků nařízení je též stanoveno, že do 1.1. 2007 předloží Komise Evropskému Parlamentu a Radě zprávu o uplatňování a výsledcích a to zejména pokud jde o výskyt odepření nástupu na palubu a výskyt zrušení letů a možné rozšíření rozsahu působnosti tohoto nařízení na cestující, kteří mají smlouvu s dopravcem Společenství nebo mají letovou rezervaci tvořící součást „souborných služeb pro cesty, pobyty a zájezdy“, pro které je použitelná směrnice 90/314/EHS, přičemž jde o cestující, kteří nastupují na lety z letiště v třetí zemi na letiště v členském státě, a tyto lety nejsou provozovány leteckými dopravci Společenství. Toto nařízení vstoupilo v platnost dnem 17. února 2005 a je závazné v celém rozsahu a přímo použitelné ve všech členských státech.

Příslušné stížnosti cestujících u nás zatím přijímá Ministerstvo průmyslu a obchodu, jež následně případy přeposílá Ministerstvu dopravy, nicméně tento stav bude trvat, dle informace vedoucího ESC Praha pana Ing. Kronovetra, jen do 1. 7. 2006, kdy zodpovědnost za prosazování tohoto nařízení plně převezme Úřad pro civilní letectví. Při Evropské komisi pak existuje zvláštní úřad pro vymáhání pohledávek (rozuměj náhrad) za leteckou společností vůči cestujícím, kterým byl odepřen nástup na palubu letadla, či byl jejich let významně zpožděn nebo dokonce zrušen.

3.4.2. Problematika dlouhodobého pronájmu nemovitostí – Timesharing

Timesharing je poměrně nová forma užívání nemovitostí nebo jejich částí, určených k rekreačním účelům. Její podstatou je, že spotřebitel získá právo užívat určitou nemovitost nebo její část po určité nebo určitelné období roku. Toto právo je sjednáno zpravidla na poměrně dlouhé období (na dvacet i více let, nejméně však tři roky) a doba, po kterou může spotřebitel v každém roce nemovitost užívat, je nejméně týden. Za nabytí tohoto práva je spotřebitel povinen uhradit při podpisu smlouvy nebo v krátké lhůtě po tomto podpisu poměrně vysokou částku a navíc musí počítat s tím, že každoročně se bude podílet na úhradě nákladů, které jsou spojeny s užíváním nemovitosti (s jejími opravami a úpravami) a nákladů za poskytnuté služby. Spotřebitel může od smlouvy odstoupit nebo ji vypovědět jen během

poměrně krátké lhůty po podpisu smlouvy. Později již tuto možnost nemá a své užívací právo může pouze převést na jiného zájemce.⁵³

Timesharing, což je používané pojmenování tohoto způsobu zajištění rekreačních pobytů i v neanglicky mluvících zemích EU, se nejvíce rozšířil v jižních evropských přímořských státech a to hlavně Španělsku, Portugalsku a Itálii. Z těchto oblastí samozřejmě pochází poskytovatelé, chcete-li postupitelé práv k užívání nemovitostí. Na rozšířenost slova timesharing po celé EU měly a mají vliv zejména atraktivita tohoto prostředí, teplé subtropické podnebí a další. Tyto faktory tak vyvolávají velký zájem o pobyty nejen týdenní či delší, ale také například pouze o víkendy, a to ze zemí s chladnějším nebo nestálým klimatem, jakými jsou zejména Velká Británie, Německo a země Skandinávie. Během první poloviny devadesátých let minulého století tak dochází k rapidnímu nárůstu (490 uzavřených smluv a 259 tisíc uživatelů v roce 1990 oproti 1188 smlouvám a 669 tisíc uživatelů v roce 1994⁵⁴) uzavřených smluv i uživatelů objektů.

Tento způsob dlouhodobého zajišťování rekreačních objektů byl však často provázen jednáním ze strany poskytovatelů, jež často daleko přesahovalo veškeré etické, morální i obchodní zásady, což mělo pochopitelně za následek zklamání a podvedení spotřebitelů. Belgické (a nejenom ty) zkušenosti z konce devadesátých let hovořily zejména o těchto problémech:

- nepoctivé metody prodeje – velký psychický nátlak vyvíjený za zájemce
- obtíže spojené s dalším prodejem nebo směnou užívání na časové úseky
- těžkosti se zrušením smlouvy během stanovené lhůty
- problémy s navrácením zaplacené částky

Mezi další nevýhody timesharingu patří též velmi dlouhá, někdy až časově neomezená doba platnosti těchto smluv, neadekvátně vysoká cena v přepočtu na časové úseky užívání, nemožnost zjištění skutečných nákladů, neprůhlednost některých zprostředkovatelů a některé jiné. Zájemcům je často slibován jistý "vlastnický pocit", přičemž smlouvou k žádnému převodu vlastnických práv nedochází. Velmi často tak dochází k zneužití neznalosti, důvěry, až naivity spotřebitelů. Příkladem těchto nekalých metod jsou i "náhodní" stopaři, kteří zastavují motoristy, pozvou je například na kávu a poté uvolněné atmosféry využijí k rozpravě a následnému podpisu timesharingové smlouvy. Ten samý účel je sledován na hromadných veřejných setkáních s organizátory takových pobytů. K dokreslení nám poslouží komentář převzatý z publikace Průvodce spotřebitele Evropskou Unií. "V mnohých případech

⁵³ Libánský, V., Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. Praha, 2001, s. 45.

⁵⁴ Zdroj: Libánský, V., Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. Praha, 2001, s. 46.

je zájemce těmito metodami tak překvapen, že vůbec neví, co vlastně nabývá a často je mu tvrzeno, že získává práva, která se ve skutečnosti nepřevádějí."

Toto vše probíhalo za situace, kdy v převážné většině evropských států nebyla v legislativě zakořeněna ani zmínka o nabytí užívacího práva v popsaném smyslu. Pokud tak v některých nepočetných případech (Francie, Portugalsko, Řecko, Velká Británie) bylo, právní úpravy se velmi odlišovaly.

Za této situace pozice orgánů EU nebyla snadná a jednoduchá. Na straně jedné bylo zřejmé, že názory na vznik užívacího práva, na jeho právní základ, jsou v členských státech natolik rozdílné, že neumožňují vytvořit harmonizovanou úpravu. Na straně druhé připomenuté prohřešky proti prodejní etice vyžadovaly posílit ochranu spotřebitele, který uvažuje o nabytí tohoto užívacího práva.⁵⁵

Studii zmíněné směrnice jsme došli k následujícím poznatkům. Tato směrnice se vztahuje pouze na ustanovení upravující aspekty smluvních převodů, které se týkají informací o podstatných náležitostech smluv a způsobech předávání těchto informací a postupů a způsobů vypovězení smluv a odstoupení od nich. Její vymezení je vcelku široké, neboť se vztahuje na smlouvy s alespoň tříletou platností, podle nichž užívací právo musí trvat alespoň jeden týden v každém roce jejich platnosti. Směrnice uvádí výčet údajů a dat, které je spotřebiteli povinna předat osoba, která užívací práva poskytuje. Jsou zde stanoveny požadavky na formu, jazyk a další náležitosti smlouvy. Smlouva musí být sepsána v jazyce či v jednom z jazyků členského státu, v němž má nabyvatel trvalý pobyt, anebo v jazyce či v jednom z jazyků členského státu, jehož je nabyvatel státním příslušníkem, podle volby nabyvatele, vždy však musí jít o úřední jazyk Společenství. Směrnice dále přiděluje spotřebiteli právo odstoupit od smlouvy bez udání důvodu během prvních deseti dnů od podpisu smlouvy a dále během tří měsíců, počítáno rovněž od podpisu timesharingové smlouvy, v případě, že do té doby neobdržel všechny stanovené údaje. Jak je v podobných směrnících zvykem a v tomto případě snad nutností, stanoví dále směrnice možnost členských států vpravit do svého právního řádu pravidla s vyšším stupněm ochrany spotřebitele, než je zde uvedeno.

V České republice je uzavírání timesharingových smluv upraveno Občanským zákoníkem a to §58 - §65. S potěšením můžeme konstatovat, že studium těchto několika paragrafů Občanského zákoníku nás dovedlo k zjištění, že zákonodárství České republiky skutečně využilo možnost stanovení přísnějších právních podmínek ve prospěch spotřebitele.

⁵⁵ Libánský, V., Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. Praha, 2001, s. 47.

Hlavním pozitivem je stanovení lhůty pro výpověď smlouvy bez udání důvodu na 15 dnů od podpisu smlouvy, nadstavba dalších 15 dnů po uplynutí tří měsíců, kdy poskytovatel neposkytl všechny potřebné údaje a informace a rovněž lhůty 3 měsíců od sjednaného termínu dokončení rozestavěné budovy či její části, jestliže nebyla v tomto termínu dokončena řádně a včas.

Písemné informace poskytnuté před uzavřením smlouvy⁵⁶ jsou její nedílnou součástí. Změny poskytnutých informací, pokud se strany nedohodnou jinak, mohou vyplývat pouze z okolností, které nemůže poskytovatel ovlivnit. Na každou změnu těchto informací musí poskytovatel spotřebitele nejpozději 10 dnů před uzavřením smlouvy písemně upozornit. Údaj, kde lze informace podle tohoto odstavce získat, musí obsahovat rovněž každá reklama týkající se práva užívat budovu či její část.⁵⁷

A v neposlední řadě stojí i následující. Spotřebitel nesmí být zbaven ochrany dle předchozích ustanovení bez ohledu na právo, kterým se smluvní vztah řídí, pokud se budova či její část nachází na území České republiky nebo má-li spotřebitel trvalý pobyt v České republice. Stejná ochrana náleží spotřebiteli v případech, kdy se budova nebo její část nachází na území členského státu Evropské unie.⁵⁸

Pomoc klientům a spotřebitelům nabízí i v tomto případě Evropské spotřebitelské centrum při Ministerstvu průmyslu a obchodu. Mimo jiné se podílí na zvýšení informovanosti a opatrnosti při uzavírání timesharingových smluv vydaným letáčkem Timesharing, který s sebou přináší sice jen základní informace o tom, co timesharing vlastně je, ale za to obsahuje praktické desatero doporučení pro spotřebitele při uzavírání smlouvy o členství v holiday klubu či timesharingové smlouvy⁵⁹.

⁵⁶ Příloha č. 2.

⁵⁷ §60 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník.

⁵⁸ §64 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník.

⁵⁹ Příloha č. 3

4. Analýza legislativy ochrany spotřebitele v cestovním ruchu ČR jako členské země EU

Jak jsme již několikrát předeslali, hlavní náplní této kapitoly bude analýza tuzemského zákona č. 159/1999 Sb., jakožto hlavního nástroje ochrany spotřebitele v cestovním ruchu. Tento rozbor provedeme ve vazbě na podobně koncipovanou analýzu směrnice 90/314/EHS, jejíž implementací do českého práva vznikl právě zákon o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu (č. 159/1999 Sb.). Následně tyto dvě legislativní úpravy porovnáme a zjistíme tak kvalitu zákonných podkladů pro efektivní ochranu klienta cestovní kanceláře v naší zemi, která je již bezmála dva roky členskou zemí EU (1. 5. 2004 - zdroj Eurospkop.cz).

4.1. Směrnice 90/314/EHS o souborných službách pro cestování, pobyty a zájezdy

4.1.1. Představení a zdůvodnění významu směrnice

Před více než patnácti lety přijala Evropská unie směrnici Rady č. 90/314/EHS (dále jen "směrnice"). Tato směrnice obsahuje souhrn minimálních požadavků zejména vůči podnikatelům a členským státům, jejichž plnění je z hlediska potřeb Evropská unie, resp. deklarované ochrany spotřebitele, považované za vhodné a žádoucí. Současně tehdejší členským státům uložila promítnout tyto požadavky do jejich právních řádů nejpozději do konce roku 1992 takovým způsobem, aby byl zajištěn základní smysl a cíl směrnice, spočívající v sjednocení postupu při prodeji a realizaci souboru služeb, což výrazně přispěje k ochraně spotřebitele. Ochrana spotřebitele je přitom jednou z prioritních oblastí Evropské unie, takže na implementaci této směrnice byl, zejména pokud šlo o státy ucházející se o členství v Evropské unii, kladen velký důraz. Důvody, které vedly Evropskou unii k přijetí směrnice upravující specifický druh podnikání v oblasti cestovního ruchu, lze rozdělit do dvou skupin.

První skupinu tvoří obecné důvody vyplývající z podstaty existence Evropské unie, tj. vytvoření vnitřního trhu Společenství, jehož stále důležitější součástí je i oblast cestovního ruchu. Jednou z překážek svobody poskytování služeb v různých členských státech byly rozdíly vyplývající z odlišností národních právních úprav této problematiky. Sjednocení právních úprav přispěje k zajištění společného trhu, což přinese výhody jak podnikatelům (budou moci nabízet své služby i v jiných členských státech) tak spotřebitelům (budou moci využívat srovnatelných podmínek při kupování zájezdů v kterémkoli členském státě).

Důvodem, proč se směrnice nezabývá celou oblastí cestovního ruchu, ale pouze částí související se zájezdy, vyplývá jak z obecně rozšířeného využívání této formy, tak z její specifičnosti spočívající v tom, že je obvykle spojena s vydáváním značných finančních částek předem, přičemž realizace zájezdu je obvykle v jiném státě, než má spotřebitel bydliště. Pokud tedy v těchto případech dojde k neplnění ze strany podnikatele, vznikají problémy většinou nejen spotřebitelům, ale i státu, například v případě zajištění repatriace.

Druhou skupinou jsou důvody, které vedly ke stanovení jednotlivých požadavků. Jedná se zejména o základní definice, ustanovení o ceně a její změně, ustanovení o základních náležitostech cestovní smlouvy, o povinnostech organizátora a prodejce zájezdů, jejich odpovědnosti a o záruce v případě platební neschopnosti.⁶⁰

4.1.2. Rozbor směrnice

Pro potřeby tohoto rozboru byla použita česká mutace směrnice (za současné konfrontace s anglickou verzí), která je dostupná na webových stránkách Evropského právně-informačního serveru EurLex⁶¹. Tuto si nyní podrobně rozeberme. Celkový rozsah, počítaje i dále zmíněné "Whereas"⁶² činí právě devět stran. Tělo je rozděleno podle řešených otázek do celkem deseti článků. Po nich následuje podpis tehdejšího předsedy Rady D. J. O'Malleyho ze dne 13. června 1990 z Lucemburku, odkazy na příslušné Úřední věstníky a příloha s prvky, které mají být obsaženy ve smlouvě o souborných službách.

Přesně tak, jak tomu bylo v případě našeho náhledu na nařízení 261/2004/EHS (viz výše), i zde nacházíme na prvních dvou stranách směrnice zdůvodnění nutnosti směrnice jako takové, což přímo poukazuje na nedostatky, jež byly zjištěny a mají se tímto odstranit nebo alespoň omezit. Rovněž jsou zde charakterizovány hlavní účely, jichž se má dostát. Jedním z hlavních cílů Společenství je dotvoření vnitřního trhu, jehož je odvětví cestovního ruchu důležitou součástí. Dalším cílem, který je směrnicí sledován, je co nejvýraznější sblížení národních politik členských států, jakožto usnadnění volného pohybu služeb v této oblasti a pomoci tak rovné hospodářské soutěži mezi provozovateli v různých členských státech. Má se tím dosáhnout stavu, kdy jakýkoli poskytovatel souborných služeb bude mít možnost působit na celém trhu Evropské unie a zrovna tak spotřebitel, ať už je z jakékoli členské země, bude moci nakoupit tyto služby bezpečně a bez obav i za hranicemi své vlasti.

⁶⁰ Beránková, J., Stříbrná, M. Ochrana zákazníků cestovních kanceláří. Praha, 1999, s. 3.

⁶¹ <http://europa.eu.int/eur-lex>

⁶² Anglická spojka, jež je z anglických do českých mutací směrnic překládána jako "vzhledem k tomu", čehož se užívá k uvození jednotlivých odůvodnění v první části každé směrnice.

Je zde rovněž obhájeno, že ačkoli se jeví směrnice restriktivně zaměřená proti poskytovatelům služeb, rozhodně to tak ve skutečnosti není. Hlavní výhody sice přináší zejména spotřebiteli zvýšením jeho jistot, ale rovněž druhá strana smluvních vztahů bude těžit z předpokládaného zvýšeného zájmu turistů i z třetích zemí, kteří chtějí využívat výhody zaručené úrovně souborných služeb. Vysvětleno je i zaměření zejména na souborné služby (zájezdy), neboť tyto tvoří základní součást cestovního ruchu. Zvýšená ochrana a přísnost směrnice je zdůvodněna zvláštní povahou služeb poskytovaných v rámci souborných balíčků, která obvykle předpokládá předběžné vydání vysokých peněžních obnosů. Rovněž také z důvodu, že k čerpání těchto předem splacených služeb dochází většinou mimo území vlastní spotřebitele, což situaci, v případě platební neschopnosti poskytovatele, výrazně komplikuje.

Součástí každé politiky, která má plnit funkci ochrany spotřebitele je kladen důraz i na pravdivost a zákaz klamání informací. Specifikum je v případě zájezdů jejich nabídka pomocí katalogů, které mají obsahovat výhradně jasné a přesné informace. Nároky jsou zde kladeny i na nutnost vystavení kopie cestovní smlouvy, již se poskytnutí služeb sjednalo, přímo spotřebiteli. Tomu musí být též poskytnuta možnost převést práva (rezervaci) ze smlouvy vyplývající na třetí osobu. Rovněž musí mít možnost v určitých případech od smlouvy před odjezdem odstoupit. Ani cena, která byla smluvena, by neměla být v zásadě změněna, pokud takovou možnost neuvádí smlouva. I v takovém případě musí tato změna podléhat určitým pravidlům. Rovněž je zde zanesena potřeba stanovení jistých kompenzací a postupů ze strany poskytovatele, pokud některé z čerpaných služeb nedosahují smluvené kvality a rozsahu nebo jejich část dokonce není poskytnuta vůbec. Zakotvena je rovněž oboustranná (pro klienta i poskytovatele) výhodnost předložení záruky pro případ platební neschopnosti nebo úpadku. Vymezení možnosti členských zemí přijmout nebo zachovat přísnější opatření, než jsou požadována, jsou v takové směrnici samozřejmostí. Na základě těchto požadavků, dříve zjištěných nedostatků a soudobých potřeb tedy došlo k formulaci této směrnice.

Článek první vymezuje předmět směrnice jako sblížení právních a správních předpisů členských zemí o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy prodávaných nebo nabízených ke koupi na území Evropské unie. Uvedené pouze doplňuje znění vlastního názvu směrnice.

Článek druhý se již zabývá termíny a definicemi, které jsou ve směrnici dále použity.

1. souborem služeb (zájezd) rozumí předem stanovenou kombinaci alespoň dvou služeb (doprava, ubytování nebo jiné služby cestovního ruchu, které nejsou doplňkem předchozích a tvoří významnou část souboru). Oddělené účtování za tyto služby přitom nezbavuje organizátora nebo prodejce závazků dle této směrnice. Tato definice však je dnes v EU již

upravena a to díky rozsudku Evropského soudního dvora C-400/00. Tímto rozsudkem se stanoví, že od účinnosti směrnice nejsou již více zproštěny zájezdy sestavené až na individuální objednávku. Rozsudek si ještě připomeneme později.

2. organizátorem je podle směrnice osoba, která jinak než příležitostně organizuje souborné služby a prodává je nebo je nabízí k prodeji, přímo nebo prostřednictvím prodejce.

3. prodejcem je pak osoba, která prodává nebo nabízí k prodeji soubor služeb sestavený organizátorem.

4. Spotřebitelem je charakterizován jako osoba, která si koupí nebo se zaváže, že si koupí, soubor služeb (chápáno jako hlavní smluvní strana) nebo jakákoli osoba, jejímž jménem se hlavní smluvní strana zavazuje ke koupi souboru služeb (rozuměj ostatní příjemci) nebo jakákoli osoba, na kterou hlavní smluvní strana nebo ostatní příjemci převedou soubor služeb (specifikováno jako příjemce).

5. Smlouvou je dohoda, která zavazuje spotřebitele vůči organizátorovi nebo prodejci.

První odstavec třetího článku jasně a striktně stanoví, že popis zájezdu či jakékoli informace o jeho ceně a další smluvní podmínky nesmí obsahovat žádné klamavé údaje. Podobně jsou v druhém odstavci popsány nároky na pravdivost katalogu, jsou-li touto formou spotřebiteli informace rovněž sdělovány. Podrobně jsou zde charakterizovány obsahové náležitosti, jimiž jsou místo určení cesty, použitý dopravní prostředek, jeho vlastnosti a kategorie, podobně je tomu v případě ubytování včetně jeho kategorizace či stupně vybavenosti. Dalšími položkami jsou stravování, plán cesty (itinerář), informace o pasových, vízových a zdravotních požadavcích (zdravotní doklady), výše zálohy (nominálně nebo procentuálně) a časový rozvrh plateb a v neposlední řadě zmínka o tom, je-li k uskutečnění souborné služby nutný jistý minimální počet účastníků a to včetně mezního termínu, do kterého musí být spotřebitel informován o zrušení zájezdu z důvodu nenaplnění. Tyto údaje v katalogu jsou pro poskytující stranu závazné, pokud případné změny nesdělil spotřebiteli ještě před podpisem smlouvy nebo pokud nedojde ke vzájemné dohodě obou stran o těchto změnách.

Rozsáhlý čtvrtý článek vymezuje zejména informační povinnosti poskytovatele, změny podmínek, odstoupení od smlouvy a další. Zdůrazněny jsou zde zejména informace o pasových a vízových požadavcích a nutnosti potřebných zdravotních dokladů. Poskytovatel by měl spolu s tím před uzavřením smlouvy dále uvést obvyklé lhůty na vyřízení těchto dokumentů. Kdykoli před započítáním cesty musí být rovněž spotřebiteli podány i další informace. Zejména podrobné podmínky týkající se dopravy, jako např. časové a místní rozvržení trasy, údaje o dopravním prostředku a místě náležitým cestujícím. Důležité jsou

zde rovněž kontaktní údaje na místního zástupce poskytovatele v místě pobytu (delegáta), který může v případě nouze poskytnout pomoc. Pokud tento neexistuje, musí se spotřebiteli dostat alespoň kontaktní údaje na poskytovatele nebo prodejce. Podobně tak jsou kladeny požadavky na možnost přímého kontaktu s nezletilou osobou nebo jejím zástupcem, pokud je dítě účastníkem zahraničního zájezdu. V neposlední řadě má poskytovatel vhodnou formou předat informace o možnosti uzavření pojištění klienta pro případ jeho nákladů vzniklých v souvislosti se zrušením cesty z jeho strany nebo v souvislosti s návratem domů při jeho nehodě či nemoci. Jednu kopii smlouvy má vždy spotřebitel obdržet při jejím podpisu a stejně tak tomu má být i v případě tzv. last-minute zájezdů. Dále je spotřebiteli přisouzeno právo na předání své rezervace jiné osobě. Musí tak být učiněno v dostatečném předstihu a osoba nová musí splňovat případné podmínky účasti na zájezdu. Postupitel i nový klient pak společně a nerozdílně ručí protějščí straně smluvního vztahu za doplatek ceny a nákladů spojených s převodem rezervace.

Cena zájezdu má být podle téhož článku směrnice neměnná. Pouze v případě, že se smlouvou nevymezí možnosti jejího navýšení či snížení. Změna se může uskutečnit na základě změn cen dopravy, včetně pohonných hmot, poplatků za určité služby (letištní a přístavní poplatky) nebo změn směnných kurzů použitých pro daný soubor služeb. Nesmí tak však být učiněno během posledních dvaceti dnů před nástupem. V případě zásadních změn ve smlouvě musí být spotřebiteli poskytnuta možnost buď od smlouvy bez sankce odstoupit, nebo přijmout dodatek ke smlouvě upřesňující provedené změny včetně jejich vlivu na cenu. Pokud spotřebitel odstoupí od smlouvy podle výše uvedeného nebo pokud organizátor z jakéhokoli důvodu, s výjimkou porušení povinností spotřebitelem, soubor služeb před sjednaným dnem odjezdu zruší, má spotřebitel právo na jiný soubor služeb odpovídající nebo vyšší kvality, pokud je mu organizátor nebo prodejce schopn takovou náhradu nabídnout. Pokud má nabídnutý náhradní soubor služeb nižší kvalitu, musí organizátor spotřebiteli uhradit rozdíl v ceně. Jinak se spotřebiteli vrátí celé částky uhrazené na základě smlouvy v co nejkratší době. Spotřebitel má pak právo na odškodnění od poskytovatele za neplnění smlouvy. Vyňaty jsou zde pouze následující případy kdy:

- dojde ke zrušení zájezdu poskytovatelem při nenaplnění minimálního počtu účastníků, který byl stanoven a spotřebitel byl v dostatečné lhůtě o tom informován
- dojde ke zrušení zájezdu z důvodu vyšší moci, jejíž důsledkům nebylo objektivně možno zabránit

Pokud není schopen poskytovatel plnit smlouvené podmínky nebo zjistí, že schopen nebude, učiní vše potřebné, aby mohl zájezd pokračovat bez navýšení smlouvené ceny. Případný

cenový rozdíl služeb spotřebiteli uhradí. Pokud tyto kroky nelze podniknout nebo je spotřebitel z řádných důvodů nepřijme, poskytne se spotřebiteli bez navýšení ceny náhradní doprava do místa odjezdu nebo jiné domluvené místo a případně se mu nahradí škoda.

Článek pátý již, místy méně srozumitelně, hovoří o nezbytnosti přijetí opatření (ze strany členských států), kterými by organizátor nebo prodejce, jakožto smluvní strana, ručil spotřebiteli za smlouvené plnění zavázaných služeb, ať tyto závazky nese organizátor či jiný poskytovatel služeb. V případě škod plynoucích spotřebiteli je zde požadováno, aby členské státy přijaly nezbytná opatření vedoucí k plné odpovědnosti organizátora nebo prodejce za tyto škody. Prodávající strana je této odpovědnosti zproštěna pouze v případě, že zjištěné nedostatky v plnění smlouvy způsobil sám spotřebitel (rozuměj sebepoškození) nebo je tyto možné přičíst třetí osobě, která není smluvní stranou a její jednání je nepředvídatelné či nepřekonatelné (např. vandalismus) anebo v případě, že byly způsobeny vyšší mocí jako jsou události nepředvídatelné a nebylo jim moci předejít a zamezit ani přes řádnou péči organizátora (přírodní pohromy apod.). V těchto případech, vyjma zmíněného sebepoškození, je organizátor povinen poskytnout v nesnazi spotřebiteli pomoc. Při výskytu škod jiných než na zdraví či životě, mohou členské státy stanovit, že výše náhrad budou omezeny smlouvou. Toto omezení však musí být přiměřené. Poslední odstavec pak přiděluje spotřebiteli povinnost, pakliže zjistí jisté nedostatky, které jsou v nesouladu se smlouvou, neprodleně o tom informovat organizátora.

Šestý článek pak stanoví povinnost organizátora, prodejce nebo jeho místního zástupce (delegát apod.) v případě reklamace neprodleně usilovat o nalezení vhodné nápravy.

Sedmý článek, jakoby nepřímo patřící pod článek pět, mluví o povinnosti organizátora předložit dostatečných záruk pro zajištění vrácení spotřebitelových prostředků a pro návrat spotřebitele v případě platební neschopnosti nebo úpadku.

Článek osmý ponechává členským státům právo zachovat ve své legislativě úpravu přísnějších předpisů pro ochranu spotřebitele.

A jak již bylo zmíněno výše, devátý článek požaduje zavedení těchto sledovaných cílů do národních předpisů nejpozději do konce roku 1992.

A konečně poslední, desátý, článek směřuje směrnici členským státům EU.

4.1.3. Zhodnocení směrnice

Po podrobném rozboru této směrnice přichází na mysl několik hlavních pocitů. Neprávníkům se může zdát někdy nepříliš srozumitelná, za což zodpovídá vcelku složitý jazyk a forma, jimiž je směrnice sepsána. Nicméně po opětovném přečtení nepochopených částí se vše stává jasnějším. Rovněž lze nabýt dojmu, že přes věcnou významnost této směrnice, jí chybí určitá míra konkrétnosti a bližší specifičnosti. Je tomu tak zejména v případech poskytnutí náhrad v případě škod, dále v článku o povinných zárukách, jež musí organizátor (prodávající) předložit a později též v nouzi spotřebiteli poskytnout nebo třeba hovořilo-li se o výpovědních lhůtách. Nutno si však uvědomit, že tato směrnice není právním předpisem, který stanoví přesné podmínky v této oblasti, ale má pouze a hlavně vyjadřovat účel a stav, kterého má být dosaženo její implementací do legislativ členských zemí. Je tedy spíše, s nadsázkou řečeno, jakýmsi manuálem, který má národním zákonodárcům ukázat, co je potřeba udělat, zajistit. Zmíněné vyšší konkrétnosti a větší přesnosti se jistě dočkáme právě při analýze souvisejícího tuzemského zákona.

Vzhledem k tomu, že poslední desetiletí dynamický rozvoj cestovního ruchu a jeho veškerých statistik stále významněji zasahuje nejenom do kulturního dění světa a jiných oblastí lidského života, ale hlavně výrazně pozitivně (ve smyslu příjezdového CR, který je též řidčeji označován jako neviditelný export) mění bilance každé zúčastněné země, je význam této směrnice nedocenitelný. Směrnice 90/314/EHS je, nejenom dle našeho názoru, velmi účinným nástrojem a předpokladem k efektivní ochraně spotřebitele a poživitele souborných služeb v cestovním ruchu. Záleží pak už jen na členských státech a jejich zákonodárcích, jak si s touto poradí a jak kvalitně ji zabudují do vlastních systémů. Její podstata však výrazně omezila nekalé úmysly některých podnikatelů v této oblasti, jejichž jediným výsledkem byla po dlouhá léta často jedině nespokojenost a odrazení mnoha spotřebitelů.

Problémy doby, kdy směrnice ještě neexistovala, však nejsou jedinými, které můžeme nalézt. Typickým příkladem problémů způsobených nedostatečnou nebo opožděnou implementací směrnice je situace, která nastala německým turistům zhruba půl roku po směrnici požadovaném zavedení. Zvláště počet takto postižených spotřebitelů byl alarmující, činil více než deset tisíc. Totiž turisté, kteří za své zahraniční zájezdy tehdy zaplatili cestovní kanceláři, na ně vůbec neodjeli nebo později skončili bez pomoci v místě destinace či v letištní hale, neboť se organizátoři dostali do platební neschopnosti, či dokonce zkrachovali. Německo bylo totiž v té době jednou ze zemí, které včas nezavedly směrnici do svého práva, a tak tyto cestovní kanceláře nebyly zajištěny pro takový případ. Někteří z postižených se však obrátili na soud se žalobou na Spolkovou republiku Německo, že vše se stalo vlastně její

vinou, protože směrnice, která by této situaci zamezila, nebyla včas vpravena do jejich právního řádu.

Na základě podnětu německé justice se k otázce vyjádřil i Soudní dvůr Evropských společenství a v rozsudku z 8. 10. 1996 žádost německých turistů uznal za oprávněnou. Důvodem jejich nároku bylo porušení práva Evropské unie, neboť směrnice z r. 1990 nebyla v Německu, tedy v členském státu EU, transformována ve stanovené lhůtě. Ministerstvo spravedlnosti SRN postiženým zákazníkům škodu nahradilo, a to dokonce včetně úroků. Připomeňme jen, že tuto povinnost má při porušení práva EU jen členský stát, nikoliv stát nečlenský: čeští turisté byli tedy v r. 1997 v porovnání s německými turisty v r. 1993 ve zcela odlišné situaci.⁶³

4.2. Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v ČR

4.2.1. Uvedení zákona a jeho význam

Stejně jako jsme postupovali v případě evropské směrnice 314/90/EHS i tento tuzemský zákon si nejprve představíme a v následující podkapitole provedeme jeho podrobnou analýzu. Při této analýze počítáme, že se setkáme s daleko vyšším stupněm konkrétnosti, než tomu bylo v případě směrnice, neboť narozdíl od ní se jedná o zákon, který má už přesně stanovit podrobná "pravidla hry" v této oblasti. Během rozboru budeme kooperovat s publikací Mag consulting, Ochrana zákazníků cestovních kanceláří, jež je výkladem zákona z roku 1999. V závěru se též podíváme na předloženou novelu zákona, která je nyní v Parlamentu ČR zastoupena číslem tisku 1183 a její druhé čtení je navrženo v Poslanecké sněmovně na 18. 4. tohoto roku. Tento návrh zákona, kterým by se měnil zákon stávající podoby, přináší jistě svěží změny jako pružnou reakci na aktuální dění v EU.

Na předloze zákona o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně občanského zákoníku a živnostenského zákona se začalo pracovat již v roce 1995. Jeho příprava byla poznamenána širokou diskusí s odbornou veřejností, byly zvažovány různé přístupy a alternativy, a to zejména v oblasti jištění zákazníků cestovních kanceláří. V prosinci 1998 vláda návrh zákona schválila a postoupila k projednání Parlamentu České republiky. Poslanecká sněmovna přijala návrh zákona dne 2. června 1999 a Senát pak dne 30. června 1999.

Zákon není zákonem o cestovním ruchu, jak bývá někdy nazýván, protože neupravuje (a ani nemůže upravovat) problematiku cestovního ruchu v celé šíři, ale pouze jeho určitou

⁶³ Libánský, V., Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. Praha, 2001, s. 42

část. Zákonná úprava je zaměřena především na ochranu spotřebitele - zákazníka cestovních kanceláří v souvislosti s prodejem a realizací zájezdu. Jedná se o velmi důležitou oblast, neboť v tomto případě jde o specifický druh podnikání s výrazným dopadem jak na zákazníka, tak na prestiž České republiky v zahraničí. Z oficiálních statistik Českého statistického úřadu vyplývá, že jen ve třetím čtvrtletí roku 2005 uskutečnilo svoji cestu (ať už zahraniční nebo tuzemskou) více než jeden a čtvrt milionů českých občanů prostřednictvím cestovní kanceláře resp. agentury. Za tyto cesty (zájezdy) bylo utraceno ve zmiňovaném období téměř 17 miliard Kč. Tato čísla snad dostatečně hovoří o významnosti zákona.

Základním cílem zákona je tedy ochrana zákazníků cestovních kanceláří v případě jejich ekonomického úpadku v souladu s požadavky výše uvedené směrnice, která je tímto zákonem zapracována do českého právního řádu. Zároveň však zákon reaguje na oprávněné zájmy podnikatelských subjektů v cestovním ruchu v současných ekonomických podmínkách České republiky, umožňující další pozitivní rozvoj tohoto trhu a vytváří předpoklady pro bezproblémové začlenění České republiky do Evropské unie vytvořením srovnatelného podnikatelského prostředí v této oblasti.⁶⁴ V zákoně se tedy jedná hlavně o vymezení základních pojmů, dvou v té době nových živností (provozování cestovní kanceláře a cestovní agentury), práv a povinností souvisejících s poskytováním zájezdu, podmínek a rozsahu povinného smluvního pojištění cestovních kanceláří, nového typu smlouvy (smlouva cestovní v občanském zákoníku) apod. Důležité je zde i správné posouzení způsobu provozu živnosti, což má vliv nejen na rozsah potřebných živnostenských oprávnění, ale také s nimi spojené povinnosti a závazky.

4.2.2. Analýza zákona

Zákon jako takový si můžeme představit jako asi čtrnácti stránkový dokument, který je rozdělen do čtyřech částí a dále pak do 15§. První a druhý paragraf jsou samozřejmě věnovány vymezení základních pojmů. Zájezdem je již známá kombinace několika služeb s dalšími charakteristikami. Stejně jako ve směrnici stanoví, že oddělené účtování za položky nezbavuje subjekt (cestovní kancelář, resp. cestovní agenturu – dále jen CK resp. CA) závazků dle tohoto zákona. Tato poznámka je velmi důležitá, neboť v minulosti se často stávalo, že někteří vynalézaví podnikatelé prodávali své zájezdy bez nutnosti zákonného pojištění, neboť oni neprodávali vlastně zájezd, ale pouze několik služeb zvlášť.

⁶⁴ Ministerstvo pro místní rozvoj. Komentář k zákonu [Internet]
<<http://www.mmr.cz/index.php?show=001027002001>>

K pozitivnímu vymezení zájezdu se připojuje i jeho negativní podoba, která říká, co zájezdem není. Podle platného znění zájezdem není kombinace služeb cestovního ruchu, která:

- je sestavená až na základě individuálního požadavku
- je prodávána dalšímu podnikateli pro jeho další podnikání
- nesplňuje znaky živnostenského podnikání

Prodávat takto specifikované zájezdy pak mohou jen CK na základě cestovní smlouvy (viz dále). Zprostředkovávat prodej zájezdu mohou nejenom CK, ale rovněž CA, charakterizované níže.

Druhý paragraf mluví o provozovateli CK, což je podnikatel, který je na základě koncese oprávněn prodávat zájezdy. Podle přílohy č. 3 zákona č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, jsou podmínky pro získání koncese následující:

- vysokoškolské vzdělání a 1 rok praxe v oboru, nebo
- vyšší odborné vzdělání a 3 roky praxe v oboru, nebo
- úplné střední vzdělání nebo úplné střední odborné vzdělání a 6 let praxe v oboru, nebo
- doklady podle § 19 odst. 1 písm. b) zákona č. 18/2004 Sb., o uznávání odborné kvalifikace. Zde je řečeno, jaké časové délky výkonu práce uchazeče v oboru jsou potřebné v kombinaci s jeho dosaženým vzděláním a pozicí, na které působil.

V rámci takto získaného živnostenského oprávnění může CK dále:

- nabízet a prodávat i jednotlivé služby cestovního ruchu a jejich kombinace na základě individuální objednávky
- organizovat, nabízet a prodávat soubory služeb jiné CK
- zprostředkovávat prodej samostatných služeb jiných CK, CA nebo jiných osob (dopravci, pořadatelé kulturních, společenských a sportovních akcí)
- analogicky též zprostředkovávat prodej zájezdu jiné CK, cestovní smlouva je uvedena na organizátorskou CK
- prodávat předměty v souvislosti s cestovním ruchem (vstupenky, mapy, tištěné průvodce apod.)

Paragraf třetí popisuje CA jako podnikatele, který je po ohlášení vázané živnosti oprávněn provozovat činnost v rozsahu výše uvedených činností CK. Podobně jako u koncese jsou v živnostenském zákoně vymezeny tyto požadavky pro získání oprávnění k provozu vázané živnosti:

- vysokoškolské vzdělání a 1 rok praxe v oboru, nebo
- úplné střední vzdělání nebo úplné střední odborné vzdělání a 3 roky praxe v oboru, nebo

- doklady podle § 19 odst. 1 písm. b) zákona č. 18/2004 Sb., o uznávání odborné kvalifikace (viz výše)

CA ale nesmí zprostředkovávat prodej zájezdu pro subjekt, který není ve smyslu §2 tohoto zákona CK. Dále je CA povinna označit provozovnu, propagační a jiné materiály určené zákazníkovi slovy "cestovní agentura", pokud již toto označení neobsahuje její obchodní jméno (název společnosti).

Čtvrtý paragraf stručně hovoří o pojmu zákazník. To je osoba, která uzavře cestovní smlouvu nebo osoba, na jejích účet byla smlouva uzavřena. Zákazníkem je i osoba, na kterou je později zájezd převeden. Podmínky tohoto převodu dále upravuje znění §852 občanského zákoníku, ke kterému se později dostaneme.

Zde končí hlava první a počíná druhá, věnovaná CK. §5 stanoví podmínky vydání koncesní listiny. K žádosti budoucí CK o koncesi vydává své stanovisko Ministerstvo pro místní rozvoj (dále jen ministerstvo) a musí tak učinit do 30-ti dnů od doručení této žádosti příslušným živnostenským úřadem. Přesné náležitosti žádosti o vydání koncesní listiny jsou uvedeny v §45, §46 a §50 živnostenského zákona. Navíc je pro rozhodnutí ministerstva nutno připojit ještě:

- smlouvu s pojišťovnou o pojištění v rozsahu stanoveném níže,
- podnikatelský záměr s uvedením zamýšlených oblastí cestovního ruchu k podnikání, zda součástí zájezdů bude i doprava, předpokládaný (nebo dřívější) počet zákazníků,
- prohlášení, že v posledních pěti letech nebylo žadateli zrušeno živnostenské oprávnění k provozování CK nebo CA z důvodu porušení stanov zákona nebo z důvodu ekonomického úpadku
- prohlášení o předpokládaném datu zahájení činnosti

Na základě uvedených podkladů vydá ministerstvo své kladné stanovisko. Opačný případ nastane, jestliže uzavřená pojistná smlouva nesplňuje níže uvedené podmínky nebo bylo žadateli v posledních pěti letech zrušeno živnostenské oprávnění k provozování CK nebo CA z důvodu porušení stanov zákona nebo z důvodu ekonomického úpadku.

Paragrafy 6 – 8 jsou stanoveny náležitosti a povinnosti v souvislosti s uzavřením smluvního pojištění mezi CK a pojišťovnou. Pojištěním vzniká zákazníkovi CK, která se dostala do úpadku, právo na plnění v případech kdy CK:

- neposkytne zákazníkovi dopravu, je-li součástí zájezdu, z místa konání zpět do ČR
- nevrátí zákazníkovi zálohu nebo cenu zájezdu, pokud se zájezd neuskuteční
- nevrátí zákazníkovi rozdíl mezi cenou zaplacenou a cenou skutečně poskytnutých služeb, pokud se zájezd uskuteční pouze z části

Není-li zde dále stanoveno jinak, řídí se povinné pojištění záruk podmínkami zákona 37/2004 Sb. o pojistné smlouvě a o změně souvisejících zákonů (zákon o pojistné smlouvě). Pojišťovna předá CK spolu s pojistkou doklady obsahující informace o uzavřeném pojištění, zejména označení pojišťovny, podmínky pojištění a způsob oznámení případné pojistné události. Je zde uložena povinnost CK tyto doklady předat zákazníkovi spolu s cestovní smlouvou.

Podle §7 je pojišťovna povinna poskytnout zákazníkovi dopravu zpět do ČR, včetně nezbytného ubytování a stravy do doby odjezdu, v případě, že se tak ze strany CK nestane a to i pokud se jí během 12 hodin od nahlášení škodné události nepodaří zjistit od odpovědného zástupce CK, že k pojistné události skutečně došlo. Zjistí-li se následným šetřením, že k pojistné události ve skutečnosti nedošlo, musí CK pojišťovně vynaložené plnění uhradit. Zajistí-li si zákazník přepravu do vlasti a stravování a ubytování s tím spojené na vlastní náklady, pojišťovna mu uhradí náklady pouze do výše, které by na jeho návrat do ČR vynaložila sama. Pro oznámení pojistné události není vyžadována písemná podoba. Pojišťovna má plnění poskytnout okamžitě po ověření pravdivosti oznámení. Pojišťovna není oprávněna odmítnout nebo snížit výši plnění, ani dozví-li se, že údaje poskytnuté CK při podpisu pojistné smlouvy byly nepravdivé nebo neúplné. Následně je pak oprávněna domáhat se náhrady škody u CK.

Paragraf osm stanoví další podmínky smluvního pojištění. To lze sjednat pouze u pojišťovny, která je podle zákona č. 363/1999 Sb., o pojišťovnictví, oprávněna poskytovat pojištění záruky. Pojistné podmínky pro povinné pojištění záruky je pojišťovna povinna předložit České národní bance na její vyžádání ke kontrole. Česká národní banka spolupracuje při jejich kontrole s ministerstvem. Cestovní kancelář je povinna sjednat pojištění v rozsahu §6 na pojistnou částku minimálně 30% ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů nebo v případě, že tyto tržby mají být nižší než tržby v předchozím roce, na pojistnou částku minimálně 30 % těchto tržeb v předchozím roce. Pojišťovna má na vyžádání právo před podpisem pojišťovací smlouvy nebo kdykoli v jejího průběhu nahlédnout do všech dokladů, které souvisí s pojištěním zájezdů. Dále jsou pojistnými podmínkami stanoveny náležitosti a podmínky spoluúčasti CK při plnění pojistné události. Tato nesmí být nižší než 2% z plánovaných ročních tržeb z prodeje zájezdů. Rovněž jsou vymezeny informační povinnosti CK a pojišťovny vzhledem k ministerstvu v případě zániku pojištění a v případě závažných nedostatků, jež mohou vést k jeho zániku. Pojišťovna je dále povinna informovat ministerstvo při vzniku pojistné události a jejím plnění.

Následující paragrafy stanoví další povinnosti CK. První z nich hovoří o nezbytnosti uzavřené pojistné smlouvy ve výše vysvětleném smyslu po celou dobu svojí podnikatelské činnosti. Nesmí zprostředkovávat prodej zájezdu pro jiný subjekt než je jiná CK. Stejně jako v případě CA, musí označit svou provozovnu a veškeré materiály určené zákazníkovi slovy "cestovní kancelář", pokud tyto již nejsou obsaženy v jejím obchodním jméně.

Desátý paragraf jmenuje informační povinnosti CK vůči zákazníkovi ještě před podpisem cestovní smlouvy, které mu musí být sděleny buď pomocí katalogu zájezdů CK nebo jinou srozumitelnou formou a mohou mít vliv na jeho rozhodnutí o koupi zájezdu. Pro úplnost je uvádíme v kompletním znění:

- termín zahájení a ukončení zájezdu,
- cena zájezdu, včetně časového rozvrhu plateb a výše zálohy,
- případy, kdy je zákazník povinen zaplatit cestovní kanceláři odstupné při odstoupení od cestovní smlouvy a výše tohoto odstupného,
- místo určení cesty nebo pobytu,
- druh dopravního prostředku (hlavní charakteristické znaky nebo třídy),
- ubytování (poloha, kategorie, stupeň vybavenosti a hlavní charakteristické znaky),
- stravování,
- předpokládaná trasa cesty, včetně časů a míst zastávek,
- pasové a vízové požadavky pro občany České republiky a zdravotní formality, které jsou nutné pro cestu a pobyt a obvyklé ceny a lhůty pro jejich vyřízení,
- informace o tom, zda je pro konání zájezdu požadován minimální počet zákazníků včetně termínu, kdy nejpozději před odjezdem musí být zákazníkovi oznámeno, že nebylo tohoto počtu dosaženo a cestovní kancelář zájezd ruší,
- rozsah a podmínky pojištění zákazníka podle § 6 až §8 (rozsah pojistného plnění, podmínky pro uplatnění nároku zákazníka, pojišťovna, s níž má uzavřeno pojištění),
- program v místě pobytu,
- lhůta, ve které může zákazník oznámit, že se zájezdu místo něho zúčastní jiná osoba, pokud jsou důvody pro její stanovení a podmínky, které musí účastník zájezdu splňovat, pokud jsou důvody pro jejich stanovení,
- možnosti uzavřít individuální pojištění zákazníka pro cesty a pobyt včetně pojištění pro případ, že zákazníkovi vzniknou náklady v souvislosti s jeho odstoupením od cestovní smlouvy, pokud toto pojištění není zahrnuto v ceně zájezdu.

Tyto údaje jsou pro CK závazné. Jejich změny jsou možné pouze v případě, že je tato možnost v katalogu CK vyhrazena nebo došlo k dohodě mezi CK a zákazníkem.

Paragraf jedenáctý zmiňuje porušení tohoto zákona, které mohou vést (dle §58 odst. 2 a 3 živnostenského zákona) k pozastavení či dokonce zrušení živnostenského oprávnění, pokud se tyto zjistí. Jsou to tyto tři:

- zprostředkování prodeje pro jiný subjekt, který není CK (§3 odst. 2)
- neposkytnutí informačních materiálů o sjednaném smluvním pojištění zákazníkovi spolu s cestovní smlouvou (§6 odst. 3)
- absence smluvního pojištění CK (§9 písm. a)

Další, třetí, rozsahově v zákoně poměrně významná část, se věnuje změně občanského zákoníku. V zákoníku se tímto zakládá nová hlava dvacátá první, cestovní smlouva. Hlava má sice pouze jeden paragraf (§852), ten se však dále dělí do jedenácti písmen.

Písmeno "a" praví, že cestovní smlouvou (dále jen smlouva) se CK zavazuje, že zákazníkovi poskytne zájezd a zákazník se zase zavazuje zaplatit smlouvenou cenu. Návrh smlouvy je předložen CK a po podpisu jedno vyhotovení náleží zákazníkovi. Ten spolu se smlouvou obdrží též doklad o pojištění vystavený pojišťovnou.

Písmenem "b" jsou charakterizovány nezbytné náležitosti obsažené smlouvou. Jsou jimi zejména označení smluvních stran, vymezení zájezdu, jeho termínu, místa konání, jím obsažených služeb a jejich kvalit, kategorií, rozsahu apod. Tyto informace mohou být poskytnuty rovněž odkazem na katalog, pokud jsou zde obsaženy. Obsažena musí být též cena, včetně časového rozvrhu plateb a výše záloh. Smlouva musí rovněž obsahovat způsob, jakým má zákazník uplatnit své nároky plynoucí z porušení právní povinnosti CK a výši odstupného, které je povinen zákazník CK uhradit při odstoupení od smlouvy. Dále je obsahu předepsáno zmínit i další platby za služby, jejichž cena není zahrnuta v ceně zájezdu, je-li realizace zájezdu podmíněna dosažením minimálního počtu zákazníků, výslovné uvedení této skutečnosti a současně lhůtu, ve které nejpozději musí cestovní kancelář zákazníka písemně informovat o zrušení zájezdu z důvodu nedosažení minimálního počtu zákazníků. Jsou-li důvody pro stanovení podmínek, které musí účastník zájezdu splňovat, uvede CK tyto podmínky a rovněž lhůtu, ve které může zákazník oznámit, že se zájezdu místo něho zúčastní jiná osoba.

§852c hovoří o možnostech a podmínkách jednostranného zvýšení ceny zájezdu CK, které může být ve smlouvě dohodnuto. Způsob výpočtu zvýšení ceny musí být přesně stanoven. Tato eventualita však nepřipadá v úvahu během 20-ti dnů před zahájením zájezdu. Cenu lze navíc navýšit jen v případech, kdy dojde ke zvýšení cen za dopravu včetně cen pohonných hmot, kdy se zvýší platby spojené s dopravou (letištní resp. přístavní poplatky), nebo se zvýší kurs české koruny použitý pro stanovení ceny zájezdu v průměru o více než

10%, pokud k této změně nedojde během zmíněné 20-ti denní lhůty. Písemné oznámení o změně ceny přitom musí být odesláno zákazníkovi nejpozději 21 dnů před zahájením zájezdu, jinak CK právo na zvýšení ceny zájezdu nevzniká.

Část paragrafu "d" ukládá povinnost CK sdělit písemně zákazníkovi nejpozději 7 dnů před zahájením zájezdu další doplňující informace, nezmněné v katalogu nebo ve smlouvě, které jsou pro něj však důležité. Patří sem mimo upřesnění stávajících údajů i možnost kontaktu s nezletilou osobou, je-li tato účastníkem zájezdu, kontaktní informace osob, na které se může zákazník obrátit v případě nesnází během zájezdu (např. delegát CK a zastupitelský úřad). Informační povinnost se vztahuje i na možnost pojištění zákazníka pro případ nákladů spojených s jeho odstoupením od smlouvy, pokud toto již není v ceně zájezdu zahrnuto. Pokud je smlouva uzavírána v době kratší než 7 dní před konáním zájezdu, je nutno všechny tyto informace poskytnout již při jejím uzavírání.

Možnost změny podmínek smlouvy CK před konáním zájezdu z objektivních důvodů je zmíněna písmenem "e". Tuto změnu může CK zákazníkovi navrhnout a to včetně pozměněné ceny, je-li tato rovněž předmětem změny. Ten má dále v minimálně pětidenní lhůtě od doručení návrhu změn smlouvy možnost od smlouvy nového znění odstoupit. Neučiní-li tak, má se za to, že se změnami souhlasí.

Písmeno "f" uděluje zákazníkovi právo postoupit svou účast na zájezdu jiné osobě. Toto musí sdělit CK písemně spolu s prohlášením nového zákazníka, že souhlasí se smlouvou a splňuje veškeré podmínky pro poskytnutí zájezdu. Je tak možné učinit pouze ve lhůtě určené smlouvou, je-li stanovena. Dnem doručení sdělení CK se "náhradní" osoba stává zákazníkem. Původní i nový zákazník spolu a nerozdílně ručí za zaplacení ceny zájezdu i nákladů, které v souvislosti se změnou zákazníka mohou CK vzniknout.

Následující písmeno "g" přiznává zákazníkovi další právo a to odstoupit od smlouvy před zahájením zájezdu. CK má toto právo rovněž, ale pouze v případě zrušení zájezdu nebo z důvodu porušení povinností zákazníka. Odstoupil-li zákazník od smlouvy podle písmene "e" nebo odstoupila-li CK od smlouvy z důvodu zrušení zájezdu před jeho zahájením, má zákazník právo požadovat, aby mu CK na základě nové smlouvy poskytla jiný zájezd nejméně v kvalitě odpovídající původní smlouvě, může-li CK takový zájezd nabídnout. Platby podle původní smlouvy se převádějí na smlouvu novou a je-li v takovém případě cena nového zájezdu nižší, je CK povinna bez zbytečného odkladu zákazníkovi rozdíl vrátit. Pokud zruší CK zájezd během 20 dnů před odjezdem, musí zákazníkovi zaplatit pokutu 10% z ceny zájezdu, přičemž práva zákazníka na náhradu škody tím nejsou dotčena. Odpovědnosti za škodu se může CK zprostit, jen pokud prokáže, že nedošlo k naplnění minimálního počtu

účastníků zájezdu nebo pokud je zrušení zájezdu v důsledku neodvratitelné události, které nemohla zabránit ani při vynaložení veškerého úsilí, které lze na ni rozumně požadovat.

Písmeno "h" říká, že není-li důvodem odstoupení zákazníka porušení povinnosti CK nebo odstoupí-li CK od smlouvy před zahájením zájezdu z důvodu porušení povinnosti zákazníkem, je zákazník povinen zaplatit cestovní kanceláři odstupné ve výši stanovené smlouvou a cestovní kancelář je povinna vrátit zákazníkovi vše, co od něho inkasovala na úhradu ceny zájezdu podle zrušené smlouvy. Naopak je-li důvodem zákazníka odstoupit od smlouvy porušení povinností CK nebo není-li uzavřena nová smlouva, má CK povinnost neprodleně vrátit zákazníkovi veškeré obnosy, které od něj obdržela na základě zrušené cestovní smlouvy. Právo zákazníka na náhradu škod tím není dotčeno.

Podle písmene "i" §852 občanského zákoníku CK odpovídá zákazníkovi za porušení závazků ze smlouvy bez ohledu na to, zda tyto závazky mají být splněny jí samou nebo jinými dodavateli služeb poskytovaných v rámci zájezdu. Pokud tyto své povinnosti nesplní CK řádně a včas, musí u ní zákazník uplatnit své právo co nejdříve, nejpozději však do třech měsíců ode dne, kdy byl zájezd ukončen nebo (v případě neuskutečnění zájezdu) ode dne, kdy měl být zájezd ukončen podle smlouvy. V opačném případě jeho práva zanikají. V případě, že je zájezd zprostředkován, platí stejné podmínky při uplatnění zákaznickova práva u zprostředkující CK nebo CA.

Písmeno "j" charakterizuje okolnosti, za kterých se může CK zprostit od náhrad škod. Je to v případě nenaplnění minimálního počtu účastníků stanoveného smlouvou a v důsledku neodvratitelné události. Dále se CK může odpovědnosti za škodu zprostit v případech, kdy prokáže, že škodu nezavinila ani ona ani žádný z jejích dodavatelů, ale kdy škodu způsobil buďto zákazník sám, nebo třetí osoba, která nemá nic do činění s poskytováním zájezdu a byla-li událost jí způsobená nepředpokladatelná a nevyhnutelná, nebo v případě jiné neodvratitelné události, již nemohlo být ani přes veškerou snahu zabráněno. Výše náhrad vyplacených CK může být omezena mezinárodní dohodou České republiky, pokud je tato výše uvedena ve smlouvě v souladu s touto dohodou.

A konečně poslední oddíl paragrafu, písmeno "k", říká, že v případech škod způsobených třetí osobou nebo neodvratitelnou událostí je povinna CK poskytnout zákazníkovi v nesnázích rychlou pomoc. Jestliže po zahájení zájezdu CK neposkytne zákazníkovi smluvené služby nebo jejich podstatnou část řádně a včas nebo zjistí, že tak nebude moci učinit, je povinna bez zbytečného odkladu a bezplatně provést taková opatření, aby mohl zájezd pokračovat. Pokud nelze učinit jinak, poskytne CK alespoň služby nižších kvalit, ale cenový rozdíl musí zákazníkovi vrátit. V případě dopravy je povinna dopravit

zákazníka na místo odjezdu nebo jiné místo, se kterým souhlasil. Pokud cena náhradní dopravy je nižší než smluvená, cenový rozdíl vrátí zákazníkovi, v opačném případě rozdíl uhradí CK na vlastní náklady.

V zákoně dále následuje část třetí (§13), o změně zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Je zde věcně hovořeno o změnách v přílohách tohoto zákona, které vymezují skutečnosti, jež musí být nabyty pro provozování CA resp. CK, dále orgán státní správy, který se vyjadřuje k žádosti o koncesi (Ministerstvo pro místní rozvoj) a příslušný právní předpis poznámkou. Tyto podmínky již byly charakterizovány při výčtu náležitostí při žádosti o udělení živnostenského podnikání v této oblasti, proto se jimi již nebudeme zabývat.

Poslední, část čtvrtá, popisuje §14 přechodná ustanovení. Živnostenská oprávnění, na jejichž základě byly do vstupu zákona v platnost provozovány živnosti, které se tímto zákonem mění, pozbyly platnosti po šesti měsících ode dne nabytí účinnosti zákona. Zákon dává podnikatelům možnost své živnosti převést ve stanovené lhůtě na nové živnosti. A konečně poslední paragraf, patnáctý, stanoví nabytí účinnosti zákona na 1. října 2000.

4.2.3. Vyhodnocení analýzy zákona

Rozbor zákona č. 159/1999 Sb., nám zabral poměrně více úsilí, času ale i stránkového prostoru v naší práci oproti směrnici 90/314/EHS. Není se však čemu divit, neboť zákon jako takový je celkově rozsáhlejší a to nejen stránkově při jeho vytisknutí, ale rovněž co se obsahové stránky týče. Jak jsme správně předpokládali, zákon již velmi konkrétně řeší jednotlivé otázky v případě nabízení a poskytování souborných služeb cestovního ruchu a s tím související podmínky. Jak jsme během analýzy zákona mohli pozorovat, je rozdělen do několika částí. První, zákon jako takový, nám nejprve definoval jednotlivé zúčastněné subjekty, podobně jako směrnice, s tím rozdílem, že jsou zde tyto definice již přizpůsobeny tuzemským podmínkám. Cestovní smlouvě je zde pak věnován celý oddíl, tedy část druhá, která upravuje v uvedeném znění občanský zákoník. Část třetí zase mění příslušné znění živnostenského zákona, kde jsou dále upraveny podmínky získání potřebných živnostenských oprávnění.

První významný prvek pro ochranu spotřebitele, s nímž se v zákoně setkáváme, je druhé negativní vymezení zájezdu. Totiž že zájezdem není soubor služeb prodáváný jinému podnikateli za účelem jeho dalšího podnikání. Ten poté nakládá se zájezdem jako s vlastním, sám je pak hlavní smluvní stranou cestovní smlouvy. To dává oproti minulosti značnou jistotu, neboť před platností tohoto zákona se spotřebitel často dostával do situace, kdy vlastně ani pořádně nevěděl, s kým smlouvu uzavřel a kdo mu ručí za její řádné plnění. Z analýzy

zákona vyplývá i mnoho dalších, velmi významných, posílení ochrany spotřebitele v cestovním ruchu. Vedle již zmíněného jsou to zejména velmi striktně vymezené náležitosti cestovní smlouvy, informační povinnosti poskytovatele služeb, stanovení veškerých minimálních lhůt pro oznámení, spotřebitelská práva pro případ neúplného plnění smluveného apod.

4.3. Zhodnocení kvality implementace směrnice do českého zákona

Původně jsme tuto kapitolu chtěli nazvat jako porovnání obou právních předpisů. Nicméně to by bylo značně nepřesné pojmenování, neboť nelze porovnávat neporovnatelné. Směrnice 90/314 totiž není právní nástroj, který upravuje konkrétní podmínky ve své oblasti. Ano, některé části směrnice byly do zákona převzaty téměř přímo, bez nutnosti dalšího rozvádění. Text směrnice byl tak často (s nadsázkou řečeno) již přímo předpisem, ne jen nástinem cílů, ale i přesto bychom se rádi slovu porovnání vyhnuli. Směrnice, jak již bylo naznačeno, vydává požadavek na stav, jehož by se její implementací do národní legislativy mělo dosáhnout. Navíc dává členským státům možnost, přijmout do svých systémů opatření ještě tvrdší než v ní zmíněné. V několika případech se tak podle nás stalo.

Zákonem stanovené podmínky podnikání především přispívají ke zkvalitnění činnosti dotčených podnikatelských subjektů. Základní princip zákonné úpravy spočívá v tom, že tehdejší volná živnost, kterou mohl provozovat kdokoliv po splnění obecných podmínek, se změnila na živnosti dvě. První z nich je koncesovaná živnost provozování cestovní kanceláře (podnikatelé, kteří mohou prodávat zájezdy zákazníkům), kdy nejen musí být splněny podmínky pro její získání, ale je nutné plnit i zmíněné zákonem stanovené povinnosti při jejím provozování. Druhou je vázaná živnost provozování cestovní agentury (podnikatelé, kteří nemohou svým jménem prodávat zájezdy, resp. mohou jejich prodej pouze zprostředkovávat), kdy pro její získání postačí mít požadovanou minimální kvalifikaci a s jejímž provozováním nespojuje zákon tolik povinností jako u cestovní kanceláře. Toto vymezení, jak názvu podnikatelského subjektu tak charakteru činnosti, umožňuje i rychlou orientaci zákazníka ohledně smluvního partnera při nákupu zájezdu. Partnerem zákazníka v souvislosti se zájezdem je vždy cestovní kancelář. Cestovní agentura je vždy jen zprostředkovatel.

Věcný problém ochrany spotřebitele v oblasti cestovního ruchu bezprostředně souvisel s jištěním zákazníků cestovních kanceláří, což byla nejdiskutovanější část zákona a také část, jejíž zpracování si údajně vyžádalo nejvíce času. S ohledem na majetkové poměry občanů bylo nutné pro případ repatriace vyloučit ty způsoby jištění, které předpokládají jejich

dostatečnou solventnost k zajištění návratu do vlasti vlastními prostředky a teprve následné obdržení příslušné finanční kompenzace. Za této situace byla zvolena jediná forma jištění, která zabezpečuje rychlou a bezproblémovou repatriaci zákazníků, a to povinné smluvní pojištění. Uzavřít toto pojištění je jednou z povinností cestovní kanceláře v souvislosti s prodejem zájezdu. Způsob repatriace upravuje zákon poměrně podrobně. Dokonce v případě, že se pojišťovně nepodaří do 12 hodin po oznámení škodné události u dané cestovní kanceláře průkazně ověřit, že došlo k pojistné události, začne pojišťovna, prostřednictvím svých asistenčních služeb, repatriaci zabezpečovat.

Další velmi podstatnou věcí, kterou se zákon, resp. novela občanského zákoníku, zabývá, je cestovní smlouva. Zákon stanoví práva a povinnosti cestovní kanceláře a zákazníka v souvislosti s uzavřením cestovní smlouvy, jejími změnami a realizací zájezdu na základě této smlouvy. Některá práva a povinnosti jsou stanoveny přímo zákonem, jiné mohou vyplývat z konkrétních smluv. Právní úprava tohoto zvláštního smluvního typu odpovídá požadavkům směrnice na nezbytný obsah cestovní smlouvy, třebaže sladění těchto požadavků, u nás neobvykle podrobných i netradičních, s naším právním řádem bylo velmi komplikované. Některé hlasy dokonce říkají, že tento zákon byl jedním z prvních právních předpisů, který důsledně implementuje příslušnou směrnici Evropské unie do právního řádu České republiky.

Jak již bylo zmíněno, analyzovali jsme zákon v současném platném znění. Aktuální by pro nás zde ale mohla být i připravovaná a právě projednávaná novela tohoto právního předpisu. Kromě jiného se zde uvažuje o zohlednění rozsudku Evropského soudního dvora v Luxemburgu z dne 30. dubna 2002. Jedná se o rozsudek ve sporu č. C-400/00. Tento rozsudek nepřímo reviduje směrnici 314/90/EHS, kde je stanoveno, že soubor služeb sestavený až na základě individuální objednávky nelze považovat za zájezd a tento je pak od aplikace znění příslušného právního předpisu zproštěn. Toto však na základě rozhodnutí soudu značně omezuje spotřebitelská práva a v budoucnu by tak mělo být se zájezdem na objednávku nakládáno v tomto ohledu jako s každým jiným. Dále to znamená, že cestovní agentura, která je oprávněna vykonávat "vedlejší činnosti" cestovní kanceláře, by do budoucna nemohla kombinace služeb sestavené na základě individuální objednávky poskytovat, neboť se na ni nevztahuje povinnost pojištění záruky pro případ úpadku. Další snahou této novely je například upravit podmínky podnikání v této oblasti i pro subjekty ze zahraničí a vyhovět tak potřebám Jednotného vnitřního trhu.

4.4. Terénní průzkum povědomí spotřebitelů v cestovním ruchu

4.4.1. Představení a zdůvodnění výzkumu

V předchozím textu jsme se věnovali analýze a vzájemnému porovnání legislativních prostředků ochrany spotřebitele v organizovaném cestovním ruchu v naší zemi a na úrovni vycházející z EU. Jak zřejmě vyplynulo, domníváme se, že jsou předpoklady pro kvalitní ochranu spotřebitele tuzemským zákonem vcelku dobře podloženy. Nás však bude nyní zajímat, jak s těmito poskytnutými výhodami a právy dokáže český občan, spotřebitel, zákazník, klient cestovní kanceláře naložit, jak si je svých práv vědom a umí se o ně také ohlásit. Jak minulé praxe nejenom v příbuzných oblastech ukázaly, může mít spotřebitel v zádech sebevíce výhod a práv, ale pokud je sám přímo nezná a nedokáže jich v pravý čas a adekvátně použít, ztrácí často svůj primární význam, smysl jeho ochrany. Chceme tedy dospět k zjištění, jak je na tom český spotřebitel v cestovním ruchu se znalostí svých práv a povinností, čeho je si vědom a čeho ne, kde tuší a kde zase vůbec. Pro potřebu zodpovězení těchto našich hlavních otázek bylo v rámci terénního průzkumu využito primárních informací, jimiž podle K. Zbořila⁶⁵ rozumíme informace získané vlastním výzkumem a sloužící výhradně nebo především potřebám tohoto výzkumu, které nebyly v dané formě dříve nikdy publikovány. Jelikož je naším cílem zjistit výše uvedené, rozhodli jsme se oslovit muže i ženy v několika věkových kategoriích. Celkem bylo osloveno 300 respondentů.

Metodou sběru primárních údajů byla metoda šetření, kdy jsme potřebné informace od zkoumaných subjektů získávali dotazováním, tj. kladením cílených otázek. Technikou šetření jsme zvolili písemné dotazování, tj. pomocí dotazníku, který byl respondentům distribuován. Část respondentů byla oslovena osobně. Otázky v dotazníku jsme formulovali velmi jednoduše, aby respondenti neměli problémy s jejich pochopením. Snažili jsme se tedy, aby dotazník byl krátký, jednoduchý, atraktivní, aby jeho vyplňování bylo snadné a časově nenáročné. V dotazníku⁶⁶, jsme použili uzavřené otázky, a to výčtové i výběrové. U otázek výčtových mohl respondent vybrat jednu nebo více vyhovujících odpovědí, u některých jsme dali možnost zvolit svou vlastní odpověď, u otázek výběrových zatrhával respondent pouze jednu z několika možných odpovědí. Strukturu dotazníku jsme se pokusili uspořádat tak, aby měla logickou posloupnost.

Než jsme dotazník použili pro hlavní šetření, učinili jsme nejprve tzv. pre-test. Tohoto se zúčastnil úzký okruh respondentů, jež svými připomínkami k dotazníku napomohli k jeho finální, upravené podobě.

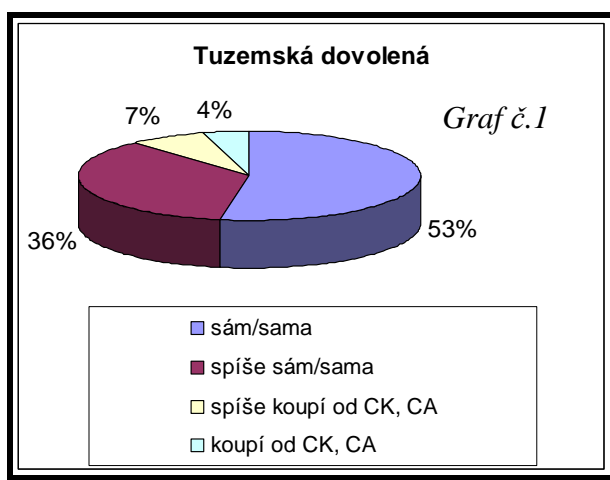
⁶⁵ 1998, Marketingový výzkum - metodologie a aplikace

⁶⁶ Příloha č. 4

4.4.2. Vyhodnocení terénního průzkumu

Jak jsme uvedli již v předchozí kapitole, výzkumu se zúčastnilo celkem 300 respondentů. Tento počet byl úměrně rozdělen mezi muže a ženy a sledovali jsme rovněž proporcionální vyváženost v případě věku a nejvyššího dosaženého vzdělání. Zajímavé bylo v některých odpovědích pozorovat rozdílnosti zejména podle věku a nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů. Nyní si již pojďme jednotlivé otázky rozebrat. Pro názornost a přehlednost doplňujeme slovní komentář též grafy.

Graf č. 1: Jak si obvykle zajišťujete svou tuzemskou dovolenou, pobyt?

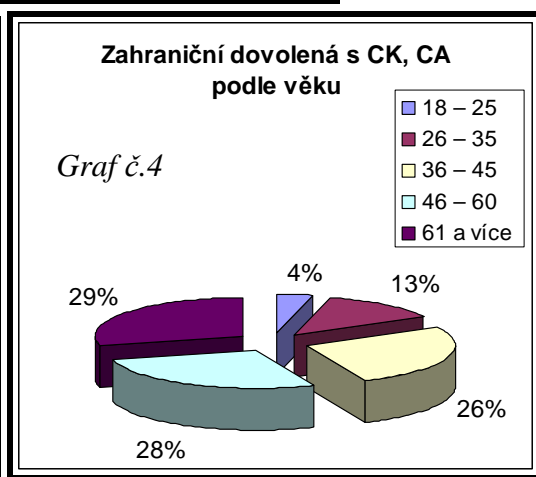
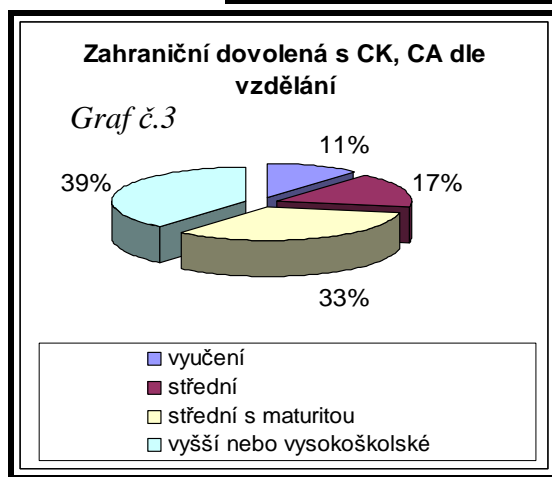
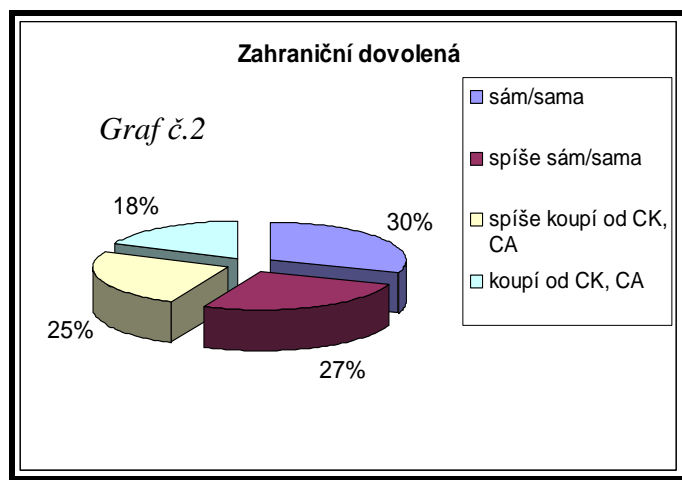


Z grafu jasně vidíme to, co jsme předpokládali. Drtivá většina (celkem 89%) se přiklání k tuzemské dovolené ve vlastní režii. Z obecného hlediska je to pochopitelné, neboť se zde člověk snadno domluví, není tak daleko od domova a dovolená většinou vyjde i levněji. Zákazník tak nemá potřebu svěřovat organizaci někomu jinému. Výsledek navíc koresponduje i s čísly zveřejněnými Českým statistickým úřadem, kde nacházíme srovnatelný údaj za 3. kvartál roku 2005 v hodnotě 94% (zdroj ČSÚ). Nutno rovněž podotknout, že se odpovědi příliš nelišily podle zařazení tázaného věkově, ani co se týče dosaženého vzdělání.

Graf č. 2: Jak si obvykle zajišťujete svou zahraniční dovolenou, pobyt?

Graf č. 3: Zahraniční dovolená s CK, CA podle vzdělání.

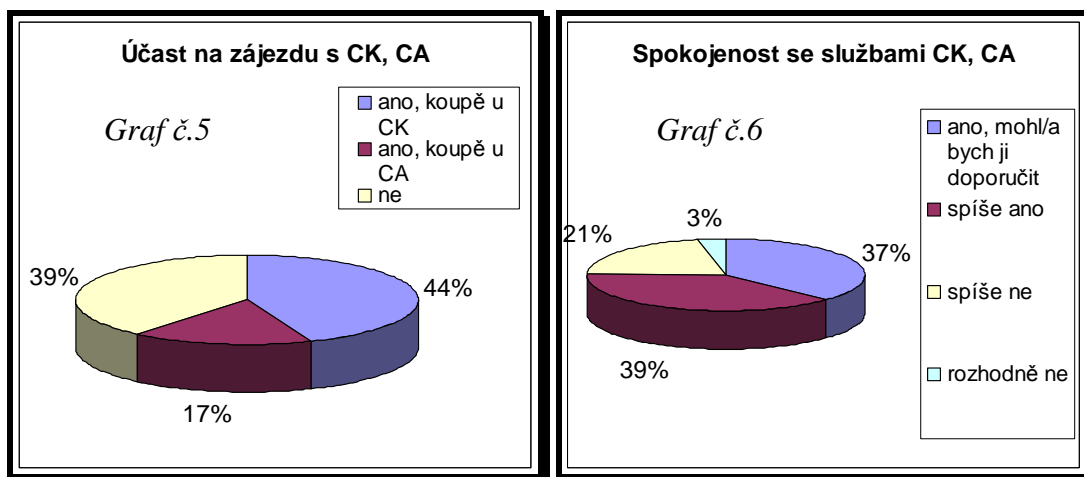
Graf č. 4: Zahraniční dovolená s CK, CA podle věku.



Pravděpodobně díky přesně opačným motivům je situace v případě zahraniční dovolené výrazně odlišná od výsledků odpovědí o dovolené v ČR. Zatímco během dovolené ve vlasti se člověk přiklání k organizovanému poskytnutí jen zřídka, v případě vycestování do zahraničí se skóre již téměř vyrovnává. Tuto situaci opět potvrzují data ČSU. Zajímavé zde bylo dále pozorovat poměr zákazníků CK a CA podle vzdělání. Jak je patrné z grafu, na služby poskytovatelů souborných služeb se zaměřují spíše osoby s vyšším stupněm vzdělání. To je možná v souvislosti s případně vyšším platovým zařazením této skupiny tázaných a s ním ruku v ruce jdoucími vyššími nároky na pohodlnou a bezstarostnou dovolenou. Z dalšího grafu dále zjišťujeme, že k organizovanému zájezdu mají daleko blíže starší skupiny populace. Tento výsledek je zcela pochopitelný, neboť i tyto (zvláště pak senioři) upřednostňují jistě spíše pohodlí.

Graf č. 5: Zúčastnil/a jste se v posledních pěti letech přímo nějakého zájezdu, který jste zakoupil/a u cestovní kanceláře (CK) nebo cestovní agentury (CA)?

V třetí otázce jsme upřesnili pětiletý horizont z toho důvodu, že zhruba právě tuto dobu, je u nás v platnosti zákon č. 159/1999 Sb., který významně změnil prostředí ochrany spotřebitele v ČR. Z tohoto grafu vidíme hned několik zajímavostí. Je to za prvé vysoký dvou-pětinový podíl lidí, kteří se za tento časový úsek nezúčastnili žádného organizovaného zájezdu. Tento výsledek však relativně koresponduje s podílem odpovědí (otázka č. 2) těch dotázaných, kteří si dovolenou raději prožijí bez pomoci CK. Další poznatek jako by naznačoval, že klient raději navštíví přímo poskytovatel CK, než aby svůj zájezd pořídil prostřednictvím CA. Nicméně 60 procent dotázaných tedy nějakou zkušenost z poslední doby má.



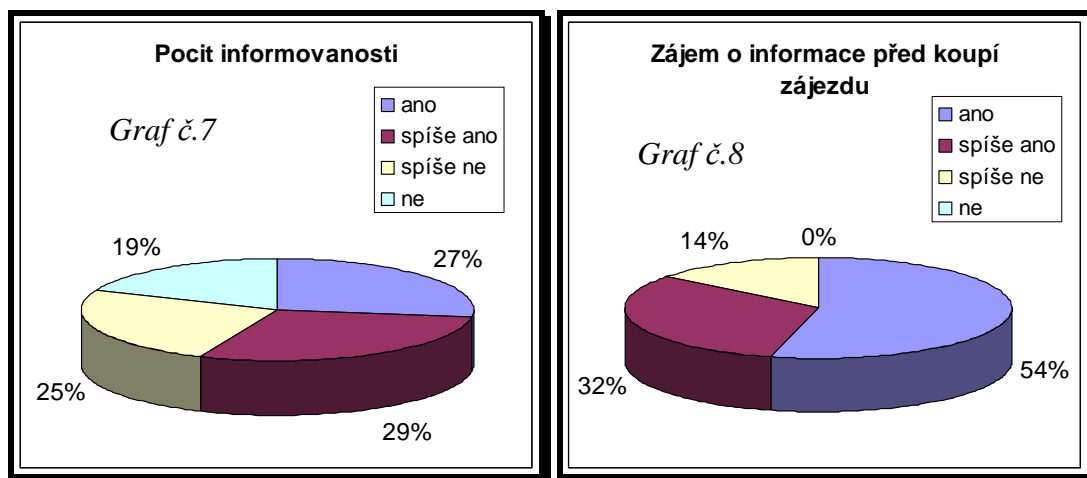
Graf č. 6: Byl/a jste se službami CK (CA) spokojen/a?

Další naší otázkou jsme se zajímali o spokojenost účastníků zájezdu s poskytnutými službami. Zde vyplynul velmi pozitivní podíl spokojených spotřebitelů. Z osobního dotázání většiny respondentů jsme zjistili, že nejčastějšími důvody jejich nespokojenosti byla zejména poloha jejich hotelu (blízkost probíhající stavby, rušné komunikace apod.), některé problémy se stravováním nebo potíže způsobené nedokonalě připraveným dopravním prostředkem CK. Několik respondentů se účastnila zájezdů, jež byly z důvodu ekonomických potíží CK přerušeny, nicméně všichni byli posléze nějakým způsobem odškodněni, což je potěšující.

Graf č. 7: Cítíte se být ohledně svých práv a povinností a práv a povinností CK (CA) při koupi a realizaci zájezdu dostatečně informován/a?

Poměrně překvapivé výsledky jsme obdrželi u páté otázky, již jsme zjišťovali pocit informovanosti respondentů o právech a povinnostech svých a CK (CA). Tento výsledek poukazuje na nepřilíš vysoké mínění našich spoluobčanů o své informovanosti v této

problematicke. Pouhá čtvrtina dotazovaných, která je si svými právy jista, rozhodně nemůže být uspokojivým výsledkem a měly by se v tomto učinit nějaká opatření.

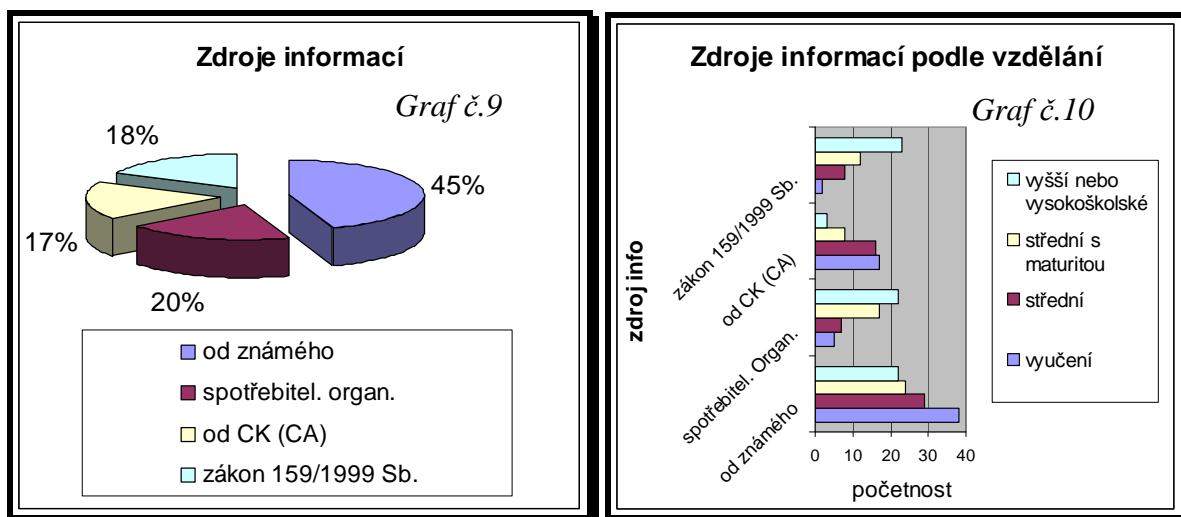


Graf č. 8: Při koupi zájezdu jste se (byste se) o tato práva a povinnosti zajímal/a předem?

Další naše otázka a jí náležící odpovědi ale na druhou stranu poukazuje výraznou převahu zájmu (zde zahrnut i případný zájem u dotazovaných, kteří by zájezd kupovali poprvé) klientů CK o tyto informace. Je to samozřejmě dobře a zcela pochopitelné, neboť klient bez tohoto zájmu by byl sám proti sobě. Zvýšený zájem v tomto ohledu totiž pomůže předejít početným neoprávněným sporům. Důkazem toho je i fakt, že možnost "ne" nezatrhl ani jeden respondent.

Graf č. 9: Jak jste (byste) tyto informace získal/a?

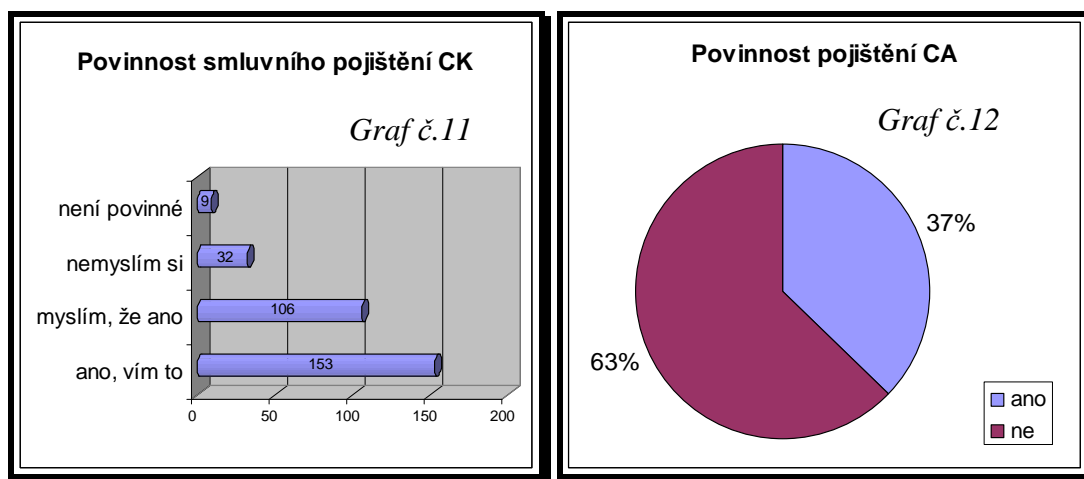
Graf č. 10: Zdroje informací podle nejvyššího dosaženého vzdělání.



Zajímavé pro nás bylo pozorovat, na jaké zdroje informací se dotazovaní nejraději spoléhají. Téměř polovina by v případě potřeby doplnění znalostí volila svého známého, který je v dané problematice zkušenější. Zbývající část byla rovnoměrně rozdělena mezi dotazy na spotřebitelské organizace či studium jejich www-stránek, resp. publikací, dotazy přímo na CK a snahu najít požadované chybějící informace v zákoně. Pro srovnání uvádíme i další graf, kde je vidět, k jakým zdrojům se respondenti přiklonili podle svého nejvyššího dosaženého vzdělání. Svého známého by v průměru upřednostňovali všechny uvedené kategorie. Nejvýznamnější rozdíly vznikly zejména u získání potřebných informací od spotřebitelských organizací a jejich hledání v zákoně, kdy by tyto způsoby volili téměř výhradně lidé s vyšším stupněm dosaženého vzdělání. Pro doplnění uvedme, že nikdo z v pre-testu dotázaných nevedl jiný způsob získání informací, proto nebyla tato možnost do finální podoby dotazníku přenesena.

Graf č. 11: Myslíte si, že smluvní pojištění CK pro případ jejího úpadku je povinné?

Celkem jistých a přesvědčivých odpovědí se nám dostalo v otázce osmé, kde jsme se ptali na povinné smluvní pojištění CK. Z pochopitelných důvodů (vyhnutí se navedení respondenta k odpovědi) nebylo slovo "povinné" v položené otázce obsaženo. Tento jev si vysvětlujeme zejména zvýšenou medializací problému v posledních letech.



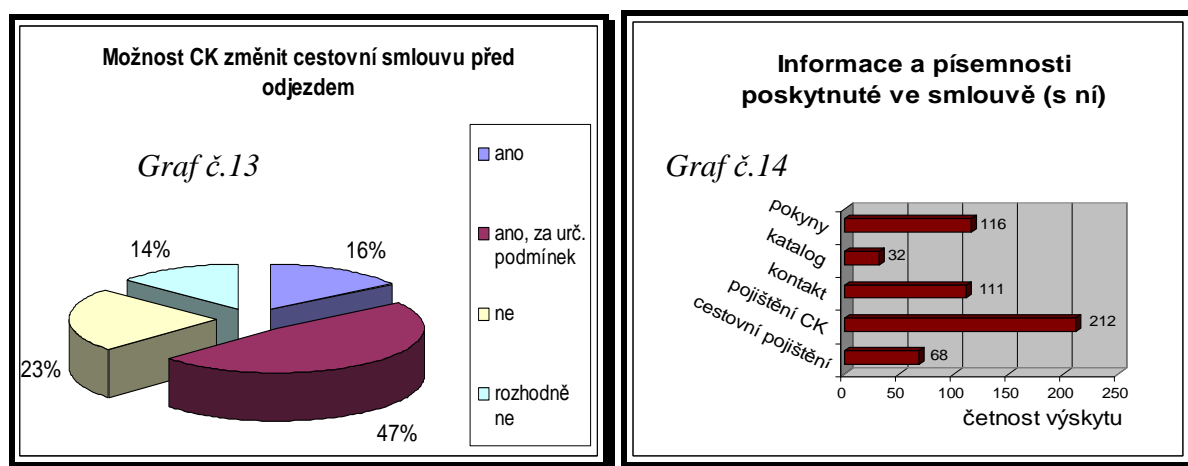
Graf č. 12: Myslíte si, že pojištěna má být CA?

Ne tak přesvědčivého výsledku se nám však dostalo ve stejné položené dotazu adresovaném cestovní agentuře. Více než třetina dotázaných povinnost povinného smluvního pojištění přisoudila i CA. Dle našeho názoru je to způsobeno zejména neúplným rozlišováním významu těchto dvou podnikatelských činností na trhu. K odpovědi "ne" jsme ještě žádali o její opodstatnění. Ta potvrdila, že respondenti v tomto případě skutečně ví, o čem je řeč. Valná většina totiž správně identifikovala CA jako subjekt, který pouze zprostředkovává

nabídku a prodej zájezdů pro CK. Jen malá část uvedla odpověď špatnou nebo nedokázala svou odpověď opodstatnit.

Graf č. 13: Má CK možnost měnit smlouvou stanovenou cenu zájezdu před Vaším nástupem na něj?

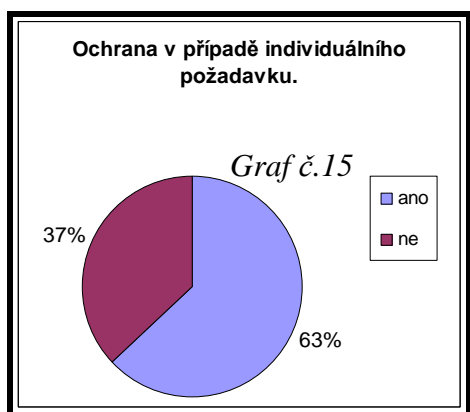
V otázce desáté jsme mezi možnosti zařadili pouze jednu správnou odpověď. CK má možnost cenu zájezdu před nástupem na něj upravit, ale pouze za určitých podmínek, které vyplynuly z analýzy zákona v předchozí rozsáhlé kapitole. Tuto možnost zvolila necelá polovina respondentů. 16 procent dotázaných by se tedy vůbec nedivila, pakliže by jim CK poslala rozhodnutí o zvýšení ceny např. týden před odjezdem. Celkem třetina dotázaných se zase ohrazovala proti zvýšení ceny dva měsíce před nástupem z důvodu pohybu směnného kurzu české koruny, i když by byla tato možnost zanesena ve smlouvě.



Graf č. 14: Informace a písemnosti, o nichž si myslíte, že musí být obsaženy ve smlouvě, která je uzavírána s větším časovým předstihem (např. 3 měsíce) nebo je máte obdržet spolu s ní:

Mezi možné odpovědi na otázku jedenáctou jsme ukryli celkem dvě správné. Jmenovitě se jednalo o pokyny k uplatnění nároků při porušení povinností CK a informace pojišťovny o podmínkách uzavřeného pojištění CK. Četnost výskytu zaškrtnutí těchto možností názorně ukazuje graf. Přesvědčivější výsledek mělo pojištění CK. Četnost odpovědí v případě pokynů pro klienty již tak početná není, v čemž vidíme vážný problém. Řada respondentů by neprávem, ve větším časovém úseku než stanoví zákon, požadovala ke smlouvě kontakt na osobu v místě zájezdu (delegáta), informace o možnosti svého vlastního cestovního pojištění nebo dokonce výtisk katalogu, v němž se nachází jimi kupovaný zájezd.

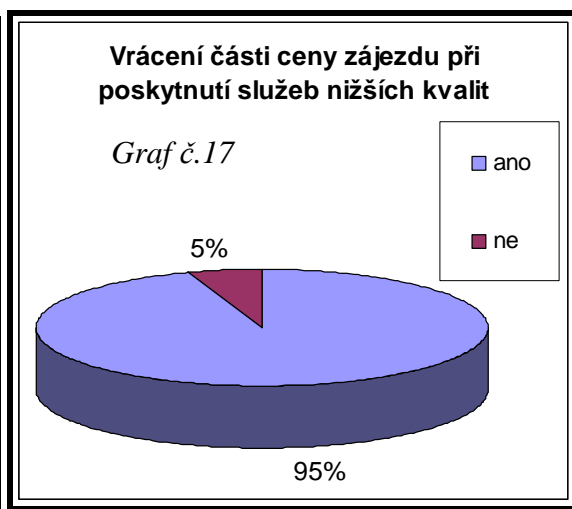
Graf č. 15: Myslíte si, že jste chráněn/a při koupi zájezdu dle Vašeho individuálního požadavku stejně jako v případě "katalogového" zájezdu?



Zajímavé bylo rovněž pozorovat dvoutřetinový omyl při právech u koupě zájezdu sestaveného až na základě individuálního požadavku klienta. Ten totiž není podle zákona zájezdem, neboť tím může být pouze a jenom kombinace služeb sestavená předem. Je tomu tak doposud, více ukáže až další postup zákonodárců, kteří se na základě rozsudku Evropského soudního dvora snaží tuto nepříznivou skutečnost v zákoně napravit. Zatím ale platí stávající znění a více než dvě třetiny dotázaných by se tak mohly dočkat nemilého překvapení.

Graf č. 16: Myslíte si, že máte povinnost doplatit CK rozdíl mezi službami, které jste si smluvili, a službami vyšší kategorie, jež Vám během zájezdu CK případně poskytne?

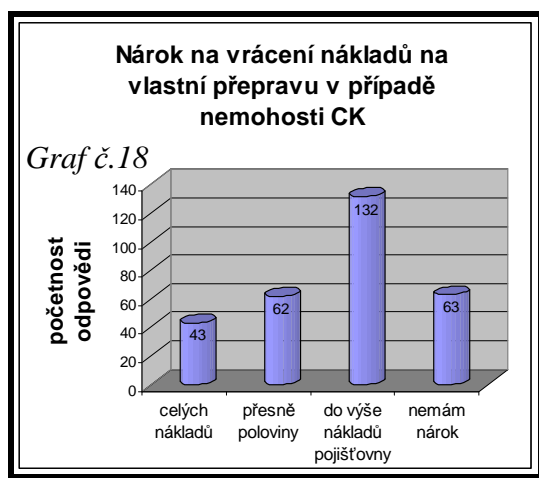
Ani třináctá otázka nepřinesla zvláště potěšující výsledky. Téměř třetina respondentů by bez váhání zaplatila cenový rozdíl mezi kvalitou služeb smluvených a službami vyšších kvalit, které jim CK poskytne během zájezdu v případě potřeby.



Graf č. 17: Jak by tomu podle Vás bylo v opačném případě? Má CK za povinnost Vám cenový rozdíl uhradit?

V následující opačné otázce se nám dostalo odpovědí, jako by odpovídal zcela jiný soubor. Téměř všichni respondenti by totiž správně na CK požadovali cenový rozdíl v případě následného poskytnutí nižšího standardu služeb. Je ale nutno uznat, že zde je správná odpověď více než navádějící, neboť za vůz bez klimatizace také nezaplatíme plnou cenu, ve které byla vzduchotechnika zahrnuta.

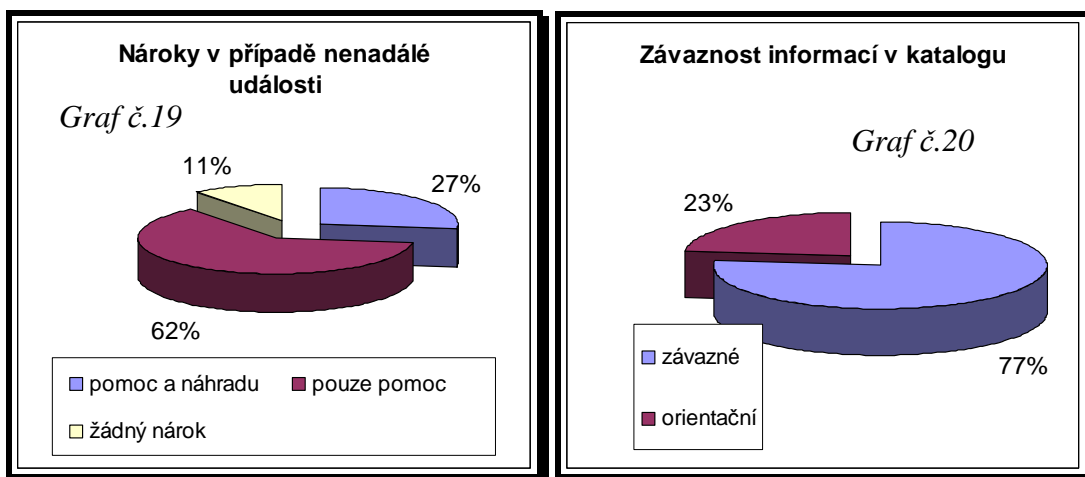
Graf č. 18: Pokud se v případě úpadku CK do ČR vrátíte na vlastní náklady, máte od pojišťovny nárok na proplacení:



U patnácté otázky jsme zařadili právě jednu správnou odpověď. Její početnost výskytu mezi všemi odpověďmi ukazuje graf. Projevilo se zde, že se nejedná o zas tak diskutovaný a vyskytovaný problém, neboť správně odpověděla ani ne polovina dotázaných. Negativním překvapením byl výsledek, že celá pětina si myslí, že v případě nespolehnutí se na dopravu zajištěnou pojišťovnou nemá nárok na žádné odškodnění.

Graf č. 19: Na jaký postup ze strany CK máte během zájezdu nárok v případě Vašich škod např. při živelné katastrofě nebo teroristickém útoku?

Výsledky odpovědí na šestnáctou otázku nikterak nevybočovaly z průměru ostatních. Ukázalo se i zde, že ne všichni respondenti se při záluďnějších otázkách v tématice dokonale orientují. Desetina z nich má dokonce zato, že je cestovní kancelář i přes nečekanost a nevyhnutelnost takové situace může nechat plně na pospas. Čtvrtina by na CK zase požadovala náhradu škod takto způsobených.



Graf č. 20: Představte si katalog se zájezdy jakékoli CK. Informace v něm uvedené považujete pro CK pouze za spíše orientační nebo zcela závazné?

Otázku číslo 16 můžeme z hlediska úspěšnosti správných odpovědí zařadit mezi jednu z neúspěšnějších. Více než tři čtvrtiny respondentů, nutno podotknout, že k našemu milému překvapení, totiž správně považuje informace uvedené v katalogu CK za zcela závazné.

Výsledky celého výzkumu jsou na základě rozboru jednotlivých odpovědí více než patrné. Z našeho průzkumu totiž vyplynulo, že český klient si v globálu svými právy zcela jistý není nebo si jich dokonce není leckdy ani plně vědom. Jak vidno z předchozích kapitol, podmínky pro ochranu spotřebitele v cestovním ruchu, jakožto častého klienta CK, jsou v naší zemi poměrně kvalitní a nijak nepokulhávají za legislativou Evropy. Bylo by však patrně potřeba povědomí o těchto prostředcích českého spotřebitele nějakým způsobem zvýšit. Tuto problematiku se pokusíme řešit v jedné z následujících kapitol.

5. Návrhy a doporučení pro zlepšení v oblasti ochrany spotřebitele cestovního ruchu v ČR

Na základě poznání situace a zorientování se v dané problematice (díky nasbíraným informacím z literatury, osobním rozhovorům s odborníky, poznatkům a postřehům vlastním i získaným terénním šetřením), bychom nyní chtěli naši práci dovést k vyústění do návrhů a doporučení, jak by se dal stávající stav na poli ochrany spotřebitele v cestovním ruchu v České republice, jakožto členské země EU, zlepšit.

Jak jsme již v předchozím textu uvedli, hlavní předpoklady pro kvalitní ochranu spotřebitele v cestovním ruchu jsou u nás zakořeněny zejména velmi povedenou implementací směrnice 90/314/EHS do tuzemského zákona 159/1999 Sb. Jak vyplynulo z našich analýz, tento zákon vznáší vsutku vysoké (ale přiměřené) nároky na provoz poskytovatelů dotčených služeb, pravidla uzavírání obchodních vztahů i jejich průběh a realizaci, chcete-li plnění, popřípadě odškodnění. Zmíněným **právním předpisům**, k čemuž nás dovedla právě jejich analýza, **lze asi máloco vytknout**. Terénní průzkum však zjistil nedostatky úplně na jiném místě. Jak jsme mohli pozorovat během jeho vyhodnocování, poměrně významná část dotázaných si svými právy a povinnostmi a na druhé straně právy a povinnostmi cestovní kanceláře (n. cestovní agentury) nebyla příliš jistá. Výsledky odpovědí na některé otázky zde zůstaly daleko za naším očekáváním.

Kvalitní ochrana spotřebitele však vyžaduje nejen odpovídající právní podklady, ale je též podmíněna veřejnou a všeobecnou znalostí těchto předpisů. **Naše hlavní doporučení tedy směřuje k pokusu o zvýšení tohoto obecného povědomí, o zvýšení zájmu o nezbytné informace.** Hlavním prostředkem by podle nás mělo být zejména poukázání ze strany státu a jeho orgánů na úskalí dané oblasti. Z toho by se zvýšený občanský zájem o tuto problematiku mohl spontánně vyvinout. Rovněž by v návaznosti na úspěšnou inicializaci spotřebitelského zájmu bylo potřeba tyto **kritické informace více zpřístupnit** a otevřít nejširšímu okruhu občanů. Studium příslušného zákona je sice cestou, která poskytne informace platné, přesné a nezkrácené, nicméně ne každý nalezne v sobě odhodlání k jeho přečtení. Musíme totiž brát v úvahu možnou obavu části spotřebitelů před jeho zdánlivou složitostí či nepochopitelností. To potvrdil i náš výzkum, kde by se více než polovina respondentů uchylovala ke zdrojům informací, které mohou být často zavádějící (respondentův známý nebo CK). Veškeré potřebné, kvalitní a věrohodné informace by proto měly být spotřebiteli poskytnuty daleko více přístupnou a srozumitelnou formou.

Za velmi dobrý pokus o krok tímto směrem považujeme informaci "10+1 dobrých rad pro zákazníka cestovní kanceláře", zveřejněný na webových stránkách Ministerstva pro místní rozvoj. Doporučovali bychom však rozšíření tohoto desatera, pokusit se stručně obsáhnout veškeré důležité části zákona. Spotřebitel se totiž může spokojit s uvedeným a nemusí být vždy motivován k získání dalších informací. O mnoho obsáhlejší informace poskytuje dále informační server Sdružení obrany spotřebitelů (SOS) - Svět spotřebitelů. Zde se postupně pomocí hypertextových odkazů dostáváme až k otázkám kolem cestovních kanceláří. Zde uvedené není však vždy zcela aktuální, navíc vzhledem k úpravě a formě se zdá být studium zákona téměř vhodnější variantou.

Z výše uvedených důvodů bychom tedy doporučili určitou formou mediální kampaně **přimět spotřebitele více se o svá práva vzhledem k cestovním kancelářím zajímat.** Použitelných mediálních nosičů můžeme najít mnoho. Mohlo by se jednat například o krátké spoty v TV, které by však mohly být celkem drahou záležitostí. Ne tak nákladná, ale neméně účinná, by mohla být pobídka prostřednictvím celoplošných rádiových stanic, denního tisku nebo například nejnavštěvovanějších českých internetových vyhledávačů. Máme zde na mysli zejména www.seznam.cz, www.centrum.cz apod. Zde bude **nutno rovněž zmínit již konkrétní a předem připravené zdroje informací**, na které se bude moci informace hledající spotřebitel odkázat. Tyto zdroje by pak měly obsahovat stručné ale kompletní informace, neměly by pouze zodpovídat nejčastější dotazy, ale rovnou nabídnout přehledný komplex informací. Zde již patrně nebude možné využít audiovizuálních médií (televize a rádio) vzhledem k relativní neuchovatelnosti jimi přenášených informací. Za efektivnější prostředek distribuce proto považujeme tištěnou podobu, případně publikaci na internetu. Vhodné by též bylo vydat například malou informační brožurku nebo leták, který by byl distribuován spotřebiteli na vyžádání nebo by byl dostupný ve veřejných institucích (turistická informační centra, městské úřady apod.).

Naše další doporučení bychom mohli nazvat spíše přáním. Je totiž velmi pozitivní, že zákonodárná moc naší země **vyvíjí po vydání zákona 159/1999 Sb. i další iniciativu v této oblasti.** Příkladem je právě projednávaná novela tohoto zákona, která upřesňuje některé definice a podmínky zejména na straně povinností poskytovatelů souborných služeb. Dále pružně reaguje na aktuální dění na půdě EU tím, že se snaží do zákona dále přímo zakomponovat výše zmíněný rozsudek Evropského soudního dvora, čímž by došlo k ještě důslednější ochraně spotřebitele na našem trhu. Můžeme tak pouze doporučit a přát si, aby se tak dělo i v budoucnu. Podobně tak můžeme mluvit i v případě Evropského spotřebitelského

centra při Ministerstvu průmyslu a obchodu, které se zase zaměřuje na pomoc českému spotřebiteli na trhu EU za hranicemi České republiky.

Věříme, že pokud by tyto naše návrhy vešly do praxe, napomohly by nejen vyššímu povědomí českého spotřebitele v otázkách své ochrany v cestovním ruchu, ale pomohly by rovněž zkvalitnit prostředí organizovaného cestovního ruchu v naší zemi jako takové.

6. Závěr

Hlavním cílem naší práce bylo na základě zhodnocení současného stavu, zhodnocení kvality implementace evropského práva do našeho právního systému a provedení terénního průzkumu informovanosti o ochraně spotřebitele v cestovním ruchu, formulovat náměty a doporučení pro možná zlepšení v této oblasti. Aktuálnost a význam naší práce vidíme hlavně v potřebě důrazu na kvalitní ochranu spotřebitele v cestovním ruchu a následnou informovanost zúčastněných subjektů. Této oblasti by tak i nadále měla být věnována zvýšená pozornost a naše práce poukázala, v kterých částech pak zvláště.

Východisky pro naši práci byly nejprve identifikace, charakteristika a nástin vývoje ochrany spotřebitele v cestovním ruchu a jejích specifík. Jádrem celé práce byla pak analýza příslušné legislativy. Jejím cílem bylo zjistit, jak přebírá ČR právní prvky směřující od EU a jak kvalitní základy tak pro ochranu spotřebitele v cestovním ruchu buduje. V návaznosti jsme provedli terénní výzkum informovanosti českých občanů o svých právech v organizovaném cestovním ruchu. Na základě výsledků průzkumu a předchozích analýz jsme formulovali naše náměty a doporučení, jak zjištěnou současnou situaci v dané oblasti zlepšit.

Zjistili jsme totiž, že kvalita předpokladů ochrany spotřebitele v cestovním ruchu je sice na velmi vysoké evropské úrovni, ale vzdělanost spotřebitelů zde mírně pokulhává. Je tedy potřeba, a to zejména díky zvláště vysokým rizikům spojeným s případnou neznalostí spotřebitelských práv, aby byly v tomto směru učiněny jisté kroky, které jsme se snažili nadefinovat výše. Tuto snahu o zkvalitnění stávajícího stavu však nechápeme pouze jako prostředek k ochránění finančních zájmů českých klientů cestovních kanceláří, ale také jako kritický prvek pro zvuk cestovního ruchu České republiky navenek. Vnímáme to tak z důvodu zvýšeného zájmu EU o ochranu spotřebitele ve všech oblastech jednotného vnitřního trhu.

Nyní si myslíme, že úkol naší práce byl splněn. Věříme dále, že pokud se alespoň některá naše doporučení aplikují v praxi, pomůže to zkvalitnění diskutované oblasti a předejde se tak celé řadě spotřebitelských sporů a nesnází.

7. Summary

The main task of our diploma work was a formulation of some suggestions and recommendations for improvement in the field of consumer protection in tourism. Those proposals are based on summing up the present conditions, European law to domestic legal system implementation quality assessment and also we have to mention the public survey of awareness of tourism consumer protection which we accomplished as well. Currentness and main point of our work we understand primarily in the need of legally based high-quality consumer protection and follow-up knowledge of concerned parties. Therefore heightened attention should be paid to this domain. Our work is further pointing out the most problematic parts of this field.

Groundwork of this thesis was firstly identification, characterization and evolution outline of consumer protection in tourism and its particularity likewise. Then analysis of related legislation was the heart of whole work. Its objective was to find out how is the European law taking over to Czech Republic and how quality bases for consumer protection are build so. In sequence we carried out mentioned enquiry of Czech citizens rights in organized tourism awareness. We expressed our suggestions and recommendations how to improve the contemporary state in this field on the basis of survey and previous analysis results.

We have found out that the consumer protection in tourism is on pretty high European level but consumer knowledge fall behind slightly here in our country. Chiefly because of huge risks connected with possible consumer rights ignorance there is a pleading need to take certain measures which we have tried to specify hereinbefore. However we do not understand this effort to improve current state only as a mean of consumer financial interest protection but also as a critical factor of Czech tourism reputation abroad. We feel this also because of the European Union escalated concern in consumer protection in each politics of single market.

Finally we think that the goal of our work was completed well. We believe further that if at least some of our recommendations will be utilized in practice it will help to improve the discussed field.

8. Seznam použité literatury

a) Knižní a časopisecká literatura

1. BÁRTA, V., BÁRTOVÁ, H. Marketingový výzkum trhu. Praha : Economia, 1991.
ISBN 80-85378-09-4
2. BERÁNKOVÁ, J., STRÍBRNÁ, M. Ochrana zákazníků cestovních kanceláří. Praha: MagConsulting, s.r.o., 1999
3. HESKOVÁ, M. 1999. Základní problémy cestovního ruchu. Praha: VŠE, fakulta managementu, 1999. ISBN: 80-7079-047-4
4. HOROVÁ, O. Ochrana spotřebitele. Praha: VŠE Praha, 2004. ISBN: 80-245-0690-4
5. IC EU. Instituce Evropské unie. Praha, 2002. ISBN: 80-238-8100-0
6. INDROVÁ, J. a kol. Cestovní ruch I. Praha: VŠE Praha, 2004. ISBN: 80-245-0799-4
7. INDROVÁ, J. a kol. Cestovní ruch a Evropská unie. Praha: VŠE, 2000.
ISBN: 80-245-0084-1
8. KOLEKTIV. Akademický slovník cizích slov. Praha: Academia, 2000. ISBN 80-7011-680-3
9. KOLEKTIV. Průvodce podnikatele Evropskou unií. Praha: MZV ČR, 2000.
ISBN: 80-85864-83-5
10. LIBÁNSKÝ, V. ŠTĚPÁN, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. Praha: MZV ČR, 2001. ISBN: 80-86345-12-2
11. Ochrana spotřebitele v Evropské unii. In: Směr Evropská unie, 5/2000, s.1-8.
12. PETRŮ, Z. Základy ekonomiky cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999.
ISBN: 1866-050-99
13. SYNEK, M. a kol. Jak psát diplomové a jiné práce. Praha : VŠE Praha, 2002.
ISBN 80-245-0309-3
14. ŠIŠKOVÁ, N. Základní otázky sbližování českého práva s právem ES. Praha: CODEX Bohemia s.r.o., 1998. ISBN: 80-85963-77-9
15. Timesharing. Praha: ESC, Ministerstvo průmyslu a obchodu
16. VEBER, J. a kol. Řízení jakosti a ochrana spotřebitele. Praha: Grada Publishing, s.r.o., 2002. ISBN 80-247-0194-4
17. ZBOŘIL, K. Marketingový výzkum - metodologie a aplikace. Praha : VŠE Praha, 1998.
ISBN 80-7079-394-5
18. ZDRAŽIL, M. O ochraně spotřebitele. Praha: Linde Praha, a.s., 2000.
ISBN: 80-7201-240-1

b) Ostatní materiály

19. nařízení Evropského parlamentu a Rady 261/2004/EHS, kterým se stanoví společná pravidla náhrad a pomoci cestujícím v letecké dopravě v případě odepření nástupu na palubu, zrušení nebo významného zpoždění letů
20. směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práva k dočasnému užívání nemovitostí
21. směrnice Rady EU 90/314/EHS o hotových programech na cesty, prázdniny a zájezdy
22. zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu
23. zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
24. zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání
25. zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník
26. zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
27. Cestování v 21. století – Timesharing a jeho úskalí. Dostupné na internetu.
www.ceskenoviny.cz
28. Citace převážně prakticky. Dostupné na internetu. www.interval.cz
29. Česká pojišťovna. Dostupné na internetu. www.cpoj.cz
30. Český statistický úřad | ČSÚ. Dostupné na internetu. www.czso.cz
31. DTest. Dostupné na internetu. www.dtest.cz
32. Europa - The European Union On-Line. Dostupné na internetu. europa.eu.int
33. EUR-Lex: European Union law. Dostupné na internetu. europa.eu.int/eur-lex
34. Evropská unie - portál o EU | EurActiv.cz. Dostupné na internetu. www.euractiv.cz
35. FinQ.cz - Pojištění insolvence CK. Dostupné na internetu. www.finq.cz
36. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Dostupné na internetu. www.mmr.cz
37. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Dostupné na internetu. www.mpo.cz
38. Slovník pojmů EU. Dostupné na internetu. www.businessinfo.cz
39. Specifika marketingu cestovního ruchu. Dostupné na internetu. markcr.uhk.cz
40. Spotřebitel.cz. Dostupné na internetu. www.spotřebitel.cz
41. Svaz průmyslu a dopravy ČR. Dostupné na internetu. www.spcr.cz
42. Svět spotřebitelů - Sdružení obrany spotřebitelů ČR. Dostupné na internetu.
www.spotřebitele.cz
43. Zákony a vyhlášky. Dostupné na internetu. www.cestovni-ruch.cz
44. Zastoupení Evropské komise v ČR. Dostupné na internetu. www.evropska-unie.cz
45. S.O.S. ČR. Ochrana spotřebitele v ČR a EU [CD-ROM]. Praha, 2002

9. Seznam příloh a přílohy

Příloha 1 - Struktura skupiny 15 Evropského práva: Životní prostředí, spotřebitelé a ochrana zdraví

Příloha 2 - Požadavky na informace obsažené v timesharingové smlouvě dle občanského zákoníku

Příloha 3 - Desatero doporučení pro spotřebitele při uzavírání smlouvy o členství v holiday klubu či timesharingové smlouvy

Příloha 4 - Dotazník terénního průzkumu

Příloha 1

Struktura skupiny 15 Evropského práva: Životní prostředí, spotřebitelé a ochrana zdraví

15 Životní prostředí, spotřebitelé a ochrana zdraví

15.10 Životní prostředí

15.10.10 Základní ustanovení a programy

15.10.20 Znečištění

15.10.20.10 Jaderná bezpečnost a radioaktivní odpad

15.10.20.20 Ochrana a management vod

15.10.20.30 Monitoring znečištění atmosféry

15.10.20.40 Prevence znečištění hlukem

15.10.20.50 Chemikálie, průmyslová rizika a biotechnologie

15.10.30 Vesmír, životní prostředí a přírodní zdroje

15.10.30.10 Management a efektivní využití vesmíru, životního prostředí a přírodních zdrojů

15.10.30.20 Konzervace divoké fauny a flory

15.10.30.30 Odpadový management a čisté technologie ("clean technology")

15.10.40 Mezinárodní spolupráce

15.20 Spotřebitelé

15.20.10 Obecné

15.20.20 Spotřebitelská informovanost, vzdělávání a zastoupení

15.20.30 Ochrana zdraví a bezpečnost

15.20.40 Ochrana ekonomických zájmů

15.30 Ochrana zdraví

15.40 Ochrana zvířat

Příloha 2

Požadavky na informace obsažené v timesharingové smlouvě dle občanského zákoníku

- a) jméno, příjmení, datum narození a bydliště spotřebitele,
- b) obchodní firmu, sídlo, předmět podnikání a identifikační číslo poskytovatele, který je právnickou osobou, a jméno a příjmení osoby oprávněné jednat jeho jménem,
- c) jméno a příjmení, popřípadě obchodní firmu, bydliště, předmět podnikání a identifikační číslo poskytovatele, který je fyzickou osobou,
- d) jméno a příjmení, bydliště nebo sídlo vlastníka budovy či její části,
- e) právní vztah poskytovatele k budově či její části,
- f) vymezení práva užívat budovu či její část na jeden či více stanovených nebo stanovitelných časových úseků během roku, které je předmětem smlouvy, a stanovení podmínek, za kterých lze toto právo uplatnit na území státu, v němž se budova nalézá, a prohlášení, že byly tyto podmínky respektovány,
- g) polohové určení, přesný popis a vybavenost budovy či její části, u budovy též evidenční nebo popisné číslo,
- h) informaci o stupni rozestavěnosti budovy či její části, včetně rozestavěnosti inženýrských sítí a termínu dokončení, uvedení čísla stavebního povolení a úplného názvu a adresy stavebního úřadu, informace o podmínkách vypořádání provedených plateb, pokud budova či její část nebude dokončena řádně a včas,
- i) vymezení základních služeb, které se s právem užívání poskytují (například osvětlení, voda, vytápění), a rozsah dalších služeb, včetně služeb spojených s právem užívat společné prostory a zařízení,
- j) vymezení rozsahu užívání společných prostor a zařízení,
- k) vymezení zásad, kterými se bude řídit správa, údržba a opravy budovy či její části,
- l) stanovení data, od kterého lze čerpat právo vyplývající ze smlouvy, dobu jeho trvání, přesné stanovení časových úseků nebo způsob jejich určení,
- m) cenu, kterou spotřebitel uhradí za právo užívat budovu či její část, odhad a způsob výpočtu variabilní částky splatné za kalendářní rok, jejíž součástí jsou zálohy na úhradu za užívání společných prostor a zařízení, na poskytování služeb, na správu objektu, na opravy a údržbu budovy, místní poplatky a příspěvky na tvorbu rezerv pro krytí neočekávaných rizik, jakož i další platby spojené s užíváním,
- n) způsob platby,

- o) podmínky pro zapojení do systému výměny uživatelského práva organizovaného poskytovatelem nebo třetí stranou určenou poskytovatelem a o veškerých nákladech s tím spojených,
- p) poučení o právu na odstoupení od smlouvy, včetně stanovení náležitostí a formy oznámení o odstoupení, způsobu a místa doručení a označení osoby, které se toto oznámení doručuje, druh a výše plateb, jejichž úhradu může v takovém případě poskytovatel požadovat,
- r) podmínky převodu nebo přechodu práva vyplývajícího ze smlouvy na třetí osobu,
- s) datum uzavření smlouvy.

Příloha 3

Desatero doporučení pro spotřebitele při uzavírání smlouvy o členství v holiday klubu či timesharingové smlouvy

1. Pokud vyhrajete nějakou cenu nebo dovolenou, pro jejichž převzetí se musíte dostavit na prezentaci, mějte se na pozoru. Můžete být vystaveni několikahodinovému silnému tlaku na koupi timeshare nebo dokonce jen na koupi členství v holiday klubu.
2. Při koupi členství v holiday klubu nebo timesharingu na lodi máte daleko menší právní ochranu než při přímém uzavření timesharingové smlouvy.
3. Pokud budete osloveni na dovolené, nenasedějte do taxi nebo autobusu, které obchodní zástupce zajistí pro návštěvu prezentace. Společnosti často nabízejí místa velmi vzdálená od vašeho hotelu a mimo město, aby vám ztížily odchod z prezentace, pokud už toho budete mít dost.
4. Pokud si nejste obchodem jisti, odejděte. Ignorujte tvrzení, že taková „speciální nabídka“ se už nebude opakovat. Jakmile podepíšete smlouvu, je obtížné od ní odstoupit.
5. Dávejte si pozor na zálohové platby. Pokud společnost zkrachuje před splatností vratné zálohy, nikdy své peníze zpět nedostanete. Mějte na paměti, že u timesharingové smlouvy nesmí poskytovatel na spotřebiteli požadovat jakékoli platby před uzavřením smlouvy ani po dobu, po kterou může spotřebitel uplatnit právo na odstoupení od smlouvy (§ 61 Občanského zákoníku).
6. Požádejte o podrobné písemné informace o nákladech, zúčastněných společnostech a odpovědnostech. Vezměte si informace s sebou a přečtěte si je než cokoli podepíšete. Nenechte se tlačít k podpisu na místě.
7. Pokud změníte názor, jednejte rychle! Zkontrolujte i drobně tištěný text na své smlouvě. Při uzavření timesharingové smlouvy existuje patnáctidenní lhůta na odstoupení od smlouvy bez udání důvodu a dokonce tříměsíční lhůta, neobsahuje-li smlouva náležitosti podle § 58 Občanského zákoníku. V případě členství v holiday klubu je možnost odstoupení složitější.
8. Někteří prodejci mohou předávat vaše údaje úvěrovým společnostem - nenechte se dotlačit k půjčce peněz.
9. Než podepíšete svou dovolenou „zdarma“, zjistěte si vše o dalších nákladech. Často jsou vyšší než u luxusní dovolené, ale nabízí se menší výběr termínů i destinací.
10. Pokud vlastníte timeshare, bývá velmi obtížné jej prodat. Za nabídnuté zprostředkování můžete zaplatit vysoký poplatek, o který ale přijdete, pokud se kupující neobjeví.

Příloha č. 4: Dotazník

Dotazník

Vážená paní, vážený pane,

jsem studentem Jihočeské univerzity a provádím průzkum pro svou diplomovou práci. Jeho cílem je zjištění informovanosti a povědomí klientů cestovních kanceláří zejména o svých právech. Vaše odpovědi budou podkladem pro návrhy a doporučení k zlepšení stávajícího stavu v dané oblasti. Velmi Vás proto prosím o spolupráci a vyplnění tohoto dotazníku. Informace Vámi udané jsou zcela anonymní, nebojte se proto odpovědět pravdivě. Vaše odpovědi kroužkujte. Děkuji.

Petr Kášek

1. Jak si obvykle zajišťujete svou tuzemskou dovolenou, pobyt?
a) sám/sama b) spíše sám/sama c) spíše koupí od CK, CA
d) koupí od CK, CA
2. Jak si obvykle zajišťujete svou zahraniční dovolenou, pobyt?
a) sám/sama b) spíše sám/sama c) spíše koupí od CK, CA
d) koupí od CK, CA
3. Zúčastnil/a jste se v posledních pěti letech přímo nějakého zájezdu, který jste zakoupil/a u cestovní kanceláře (CK) nebo cestovní agentury (CA)?
a) ano, koupě u CK b) ano, koupě u CA c) ne
4. Byl/a jste se službami CK (CA) spokojen/a?
(vyplňte pouze v případě, že jste v 3. otázce zahrnuli možnost a) nebo b)
a) ano, moh/la bych ji doporučit b) spíše ano
c) spíše ne d) rozhodně ne
5. Cítíte se být ohledně svých práv a povinností a práv a povinností CK (CA) při koupi a realizaci zájezdu dostatečně informován/a?
a) ano b) spíše ano c) spíše ne d) ne
6. Při koupi zájezdu jste se (byste se) o tato práva a povinnosti zajímal/a předem?
a) ano b) spíše ano c) spíše ne d) ne
7. Jak jste (byste) tyto informace získal/a?
a) dotazem zkušenějšího známého
b) dotazem nějaké spotřebitelské organizace (osobně, info na jejich web-stránkách, publikace)
c) dotazem přímo CK (CA)
d) ze zákona 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu
8. Myslíte si, že smluvní pojištění CK pro případ jejího úpadku je povinné?
a) ano, vím to b) myslím, že ano c) nemyslím si d) není povinné
9. Myslíte si, že pojištění má být CA?
b) ano b) ne (proč?)
10. Má CK možnost měnit smlouvou stanovenou cenu zájezdu před Vaším nástupem na něj?
a) ano b) ano, za určitých podmínek
c) ne d) rozhodně ne, cena byla pevně stanovena
11. Zatrhněte zde, prosím, informace a písemnosti, o nichž si myslíte, že musí být obsaženy ve smlouvě, která je uzavírána s větším časovým předstihem (např. 3 měsíce) nebo je máte obdržet spolu s ní:

- a) pokyny k uplatnění Vašich nároků při porušení povinností CK
b) katalog, kde je uveden i Vámi kupovaný zájezd
c) kontakt na zodpovědnou osobu v místě konání zájezdu
d) informace pojišťovny o podmínkách uzavřeného pojištění CK
e) podmínky Vašeho cestovního pojištění
12. Myslíte si, že jste chráněn/a při koupi zájezdu dle Vašeho individuálního požadavku stejně jako v případě "katalogového" zájezdu?
a) ano, určitě b) ne
13. Myslíte si, že máte povinnost doplatit CK rozdíl mezi službami, které jste si smluvili, a službami vyšší kategorie, jež Vám během zájezdu CK případně poskytne?
a) ano b) ne
14. Jak by tomu podle Vás bylo v opačném případě? Má CK za povinnost Vám cenový rozdíl uhradit?
a) ano b) ne
15. Pokud se v případě úpadku CK do ČR vrátíte na vlastní náklady, máte od pojišťovny nárok na proplacení:
a) celých nákladů b) přesně poloviny c) do výše nákladů přepravy za pomoci pojišťovny
d) nemám nárok na nic, tímto jsem ho ztratil/a
16. Na jaký postup ze strany CK máte během zájezdu nárok v případě Vašich škod např. při živelné katastrofě nebo teroristickém útoku?
a) pomoc CK v nouzi a náhradu veškerých škod b) pouze pomoc CK v nouzi
c) zde je CK veškerých povinností zproštěna
17. Představte si katalog se zájezdy jakékoli CK. Informace v něm uvedené považujete pro CK pouze za orientační nebo spíše zcela závazné?
a) závazné b) orientační

Identifikační otázky:

1. Pohlaví:

- a) žena
b) muž

2. Věk:

- a) 18 – 25
b) 26 – 35
c) 36 – 45
d) 46 – 60
e) 61 a více

3. Nejvyšší dosažené vzdělání:

- a) vyučení
b) střední
c) střední s maturitou
d) vyšší nebo vysokoškolské

Děkuji Vám za ochotu a čas strávený vyplněním dotazníku.