

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**SYSTÉM PRÁVNÍ OCHRANY SPOTŘEBITELE
V ČESKÉ REPUBLICCE**

Autor práce: Adam Klavík

Studijní obor: Management a marketing služeb

Forma studia: Prezenční

Vedoucí práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Katedra: Management a marketing služeb

2012

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v této práci.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna v souladu § 47b zákona č.111/1998 Sb. v platném znění.

.....

Děkuji vedoucí bakalářské práce doc. Ing. Marii Heskové, CSc. za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce. Zároveň děkuji za odborné konzultace panu Mgr. Karlu Havlíčkovi.

Abstrakt

Klavík, A. *Systém právní ochrany spotřebitele* : bakalářská práce. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2012. 60 s. Vedoucí bakalářské práce : doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Práce se zabývá základními principy spotřebitelské politiky. Především zkoumá pojem spotřebitel a jeho definice, historický vývoj a jeho postavení v oblasti práva a ochrany, a to nejen na území České republiky, ale i v zemích Evropské unie. Důležitou součástí je analýza zákona o ochraně spotřebitele a přehled spotřebitelských institucí. Práce dále definuje pojmy cestovní kancelář, cestovní agentura a šetří obsah a podstatu cestovní smlouvy.

Hlavní náplní praktické části je dotazníkové šetření, pomocí kterého je prozkoumán názor veřejnosti na jednotlivé otázky týkajících se práv cestujících z pohledu ochrany spotřebitele. Toto šetření je rozděleno na tři části, v nichž každá zkoumá dílčí informace od respondentů.

Klíčová slova: spotřebitel, ochrana spotřebitele, Evropská unie, právo, cestovní smlouva

Abstract

Klavík, A. *System of legal protection of consumers in the Czech Republic* : Bachelor thesis. České Budějovice : The College of European and Regional Studies, o. p. s., 2012. 60 p. Supervisor : doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

This bachelor thesis deals with basic principles of consumer policy. It mainly examines the term of consumer and its definitions, historical development and its status in field of law and protection not only in Czech Republic, but also in other countries of the European Union. The important part of the thesis is analysis of law of consumer protection and the overview of consumer's institutions. This thesis also defines the terms travel office, traveler agency, and examines the contents and substance of the travel contract.

The main content of the practical part is a questionnaire survey, which is used to look into the opinion of the public relating to the questions on rights of travelers from the side of consumer protection. This survey is divided into three parts and each investigates partial information from the respondents.

Key words: consumer, consumer protection, European Union, law, a travel contract

ÚVOD	8
1. Cíle a metodika bakalářské práce.....	9
2. Stav poznání ochrany spotřebitele	10
2.1 Spotřebitel	10
2.1.1 Čtyři práva spotřebitele.....	11
2.1.2 Osm práv spotřebitele	11
2.2 Soukromoprávní ochrana spotřebitele	12
2.2.1 Spotřebitelské smlouvy	13
2.3 Veřejnoprávní ochrana spotřebitele	13
2.3.1 Prodávající.....	14
3. Principy spotřebitelské politiky na trhu Evropské unie	16
3.1 Vývoj ochrany spotřebitele v EU.....	16
3.2 Instituce EU a ochrana spotřebitele.....	17
3.2.1 Evropská komise	18
3.2.2 DG SANCO - Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele.....	18
3.2.3 Evropský parlament	18
3.2.4 Evropský soudní dvůr	19
3.2.5 Rada Evropské unie.....	19
3.3 Nestátní nezisková organizace v oblasti ochrany spotřebitele ve světě.....	20
3.3.1 BEUC (Bureau European Unions of Consumers).....	20
3.4 Informační zdroje	20
3.4.1 RAPEX.....	20
3.4.2 RASFF	21
3.5 Strategie spotřebitelské politiky EU v letech 2007 – 2013.....	21
3.6 Deset základních pravidel ochrany spotřebitele v EU	23
4. Ochrana spotřebitele v České republice.....	25
4.1 Právní předpis – zákon č.634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele.....	25
4.2 Instituce v ČR.....	30
4.3 Nestátní neziskové organizace v oblasti ochrany spotřebitele v ČR.....	31
4.3.1 Sdružení obrany spotřebitelů (SOS).....	31
4.3.2 Evropské spotřebitelské centrum (ESC)	33
5. Cestovní kancelář, agentura a cestovní smlouva.....	34

5.1 Cestovní kancelář	34
5.2 Cestovní agentura.....	34
5.3 Zájezd.....	35
5.4 Cestovní smlouva.....	35
6. Marketingový výzkum	39
ZÁVĚR	52
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	53
SEZNAM ZKRATEK.....	56
SEZNAM PŘÍLOH.....	57

ÚVOD

Téma bakalářské práce „Systém právní ochrany spotřebitele v České republice“ zahrnuje poměrně široké spektrum informací a můžeme na něho nahlížet z několika různých směrů. Z pohledu státních organizací, které navrhují, schvalují a vydávají zákony nebo z pohledu lidí - spotřebitelů, kteří se snaží maximalizovat svůj užitek v oblasti spotřebního zboží a služeb. Dále z pohledu nestátních neziskových organizací, které se musí striktně řídit nařízenými zákony, stejně jako všichni ostatní výrobci a prodejci. Snahou těchto organizací je spotřebiteli poskytnout pomoc v případě, že nedokáže řešit vzniklou situaci, například při zakoupení vadného zboží.

Téma ochrany spotřebitele jsem si zvolil především proto, že je velmi aktuální a nezabývá se jen určitou skupinou obyvatel, ale zahrnuje celou širokou veřejnost. Řeší věci, které se nás denně týkají. Každý z nás si někdy v životě koupil jídlo v obchodě, odcestoval na dovolenou nebo si objednal zboží na internetu. Z těchto příkladů je patrné, že každý z nás je spotřebitel. Nejen v České republice, ale i v zahraničí je spotřebitel a jeho ochrana čím dál tím více probírané téma, ať už v médiích nebo jen mezi členy domácnosti. Aktuálnost tématu ochrany spotřebitele je obzvlášť v současné době, kdy se na trhu setkáváme stále častěji s některými nekalými praktikami obchodníků spojenými např. s problémy kvality potravinářských výrobků, předražování výrobků v tzv. přímém prodeji a další.

1. Cíle a metodika bakalářské práce

Cílem bakalářské práce je popsat a vysvětlit základní principy spotřebitelské politiky v České republice a v zemích EU. Následně poté pro vybranou oblast vytvořit dokument, který v ucelené formě seznámí spotřebitele s jeho právy a povinnostmi. Protože problematika ochrany spotřebitele je příliš široká a nebylo by možné ji obsáhnout v jedné kvalifikační práci, byla pro praktickou část práce vybrána oblast cestovního ruchu, která po roce 2000 doznala značných změn.

Nejdříve bylo nutné nastudovat a formulovat pomocí odborné literatury základní problematiku spotřebitele jako takového. Definovat pojem spotřebitel, vývoj práv spotřebitele, analyzovat soukromoprávní a veřejnoprávní ochranu spotřebitele a povinnosti prodávajících. Touto problematikou se zabývá celá úvodní kapitola bakalářské práce.

Pokračování teoretické části práce se dále promítá ve druhé a třetí kapitole. Druhá kapitola řeší principy spotřebitelské politiky na trhu Evropské unie. Zahrnuje vývoj ochrany spotřebitele v EU, instituce EU a informační zdroje týkající se ochrany spotřebitele, strategie spotřebitelské politiky v letech 2007-2013 a deset základních pravidel spotřebitele v EU. Třetí kapitola podrobně popisuje zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele, činnost a funkce České obchodní inspekce a uvádí příklad neziskových organizací zabývajících se ochranou spotřebitele.

Čtvrtá kapitola se podrobněji zaměřuje na konkrétní problematiku, tj. na problematiku cestovního ruchu, ve které se vyskytuje vymezení cestovní smlouvy pomocí Občanského zákoníku a dalších dokumentů a termínů, kterými jsou cestovní kancelář, agentura, zájezd.

Poslední část je část praktická. Pro praktickou část byl využit marketingový výzkum, byl zpracován projekt marketingového výzkumu. Jako metoda bylo použito dotazníkové šetření. Dotazník byl zcela anonymní a bylo v něm položeno celkem osmnáct otázek. Výsledky šetření jsou pro přehlednost znázorněny v grafech a tabulkách, interpretace byla využita pro závěrečné návrhy.

Teoretická část

2. Stav poznání ochrany spotřebitele

2.1 Spotřebitel

Definici pojmu, kdo je to spotřebitel, najdeme hned v několika pramenech. Obecně lze říci, že spotřebitel je osoba, která něco spotřebovává (konzumuje). Je osobou, která užívá výrobky a služby jako konečný adresát výrobku nebo služby, a to pro jeho přímou osobní potřebu, nikoli za účelem dalšího prodeje. Spotřebitel se tedy účastní finální spotřeby zboží nebo služeb a jeho postavení spotřebitele není vázáno na státní občanství, trvalý pobyt, ani na další podmínky.¹

- Dle zákona o ochraně spotřebitele je spotřebitelem „*fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.*“²
- Zákon o ochraně hospodářské soutěže vidí spotřebitele jako subjekt a účastníka trhu.
- Směrnice o ochraně spotřebitele pro Evropskou unii označuje spotřebitele jako „*fyzickou osobu (nikoliv právnickou), jež jedná za účelem, který je mimo oblast činnosti.*“³
- Národní spotřebitelská rada Spojeného království se řídí touto definicí spotřebitele: „*Spotřebitel je každý člen společnosti v některém období svého života, který v tomto období vystupuje jako kupující nebo uživatel zboží a služeb, ať už veřejně nebo soukromě nabízených.*“ Horová uvádí, že dle této definice je úloha jednotlivce jako spotřebitele odlišná od jeho role jako podnikatele. V běžné terminologii je možno tuto definici vyjádřit takto: „*Spotřebi-*

¹ Tomančáková, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*, Linde Praha a. s. - Právnické a ekonomické nakladatelství a knihkupectví Bohumily Hořínkové, 2008, s. 17.

² § 2 odst. 1 pís. a) zákona 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

³ § 6a in fine zákona č.63/1991 Sb., o ochraně spotřebitele.

tel je fyzická osoba, která kupuje nebo užívá zboží, a které jsou nabízeny služby veřejně nebo soukromě poskytované pro svou potřebu nebo pro potřebu své rodiny. “⁴

2.1.1 Čtyři práva spotřebitele

Počátky spotřebitelského práva se datují v prvních dvaceti letech dvacátého století v USA. Za vlády Johna Fitzgeralda Kennedyho (1917-1963) došlo k vyhlášení prvních spotřebitelských práv a to roku 1962, kdy byla formulována první čtyři základní práva spotřebitelů – právo na bezpečnost, právo na informace, právo na výběr a právo být vyslyšen.

2.1.2 Osm práv spotřebitele

Vývoj se od prvních 4 práv spotřebitele nezastavil a díky mezinárodní organizaci spotřebitelů CI (Consumer International) došlo k deklaraci osmi základních práv, která mají být pro spotřebitele v současném tržním hospodářství zabezpečena, tedy právo na:

- **Bezpečnost** - výrobky a služby, které jsou na trhu poskytovány, musí být bezpečné a nesmí ohrozit zdraví a bezpečnost spotřebitele, jedná se především o elektrospotřebiče, hračky, potraviny, kosmetické přípravky.
- **Volný výběr zboží** - zajištění volného výběru kvalitního zboží za přijatelné ceny, omezení cen monopolních výrobců.
- **Odškodnění** – právo na náhradu za vadné výrobky a za škody užívaným zbožím nebo službami, řešení stížností a reklamací.
- **Informace** – poskytování objektivních informací o vlastnostech výrobku, o bezpečném užívání, vedlejších účincích, o výkonech výrobku a v neposlední řadě o jeho ceně.
- **Vzdělání** – podpora státu o zvýšení vzdělanosti spotřebitelů, učení spotřebitele o samostatnosti v oblasti spotřebitelské problematiky.
- **Zdravé životní prostředí** – v době výroby, užití a v procesu likvidace výrobků a služeb nesmí být ohroženo životní prostředí spotřebitele.

⁴ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*, Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002, s. 8.

- **Zastupování** - zastoupení zájmů spotřebitelů při tvorbě a provádění státní politiky a při vývoji produktů a služeb.
- **Základní potřeby** – uspokojení základních potřeb pomocí vhodného jídla, oblečení, přístřeší, zdravotní péče, školství, veřejné služby, vody a kanalizace.⁵ a ⁶

2.2 Soukromoprávní ochrana spotřebitele

V soukromoprávně právní ochraně spotřebitele je hlavním orgánem soud. Subjekt, jehož práva byla poškozena, se musí domáhat nápravy sám a je jen pouze na něm, zda se bude domáhat či nikoliv. Z toho vyplývá, že ve většině případů nastane situace, kdy subjekt, jehož právo bylo porušeno, se raději vzdá svých nároků na ochranu práv, na místo řešení dlouhého soudního procesu.⁷

Ochranu spotřebitele v oblasti soukromého práva upravuje Občanský a Obchodní zákoník. Občanský zákoník vymezuje dvě hlavní oblasti ochrany spotřebitele:

- Spotřebitelské smlouvy
- Specifickou úpravu smluvních typů občanského práva

Dalšími druhy odpovědnosti, které se také týkají spotřebitele, jsou dle Občanského zákoníku především:

- Odpovědnost podnikatele za škodu na věcech vnesených nebo odložených
- Odpovědnost za škodu způsobenou provozní činností
- Odpovědnost za škodu způsobenou dopravním prostředkem

Obchodní zákoník specifikuje ochranu spotřebitele v rámci právní úpravy nekalé soutěže.⁸

Soukromoprávní oblast ochrany spotřebitele obsahuje především úpravu spotřebitelských smluv, jejíž legislativní základ najdeme v Občanském zákoníku § 52a následující.

⁵ Veber, J. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*, 2. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2007, s. 39.

⁶ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*, Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002, s. 10.

⁷ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*, Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002, s. 12.

⁸ Janků, M. *Základy práva pro posluchače právnických fakult*, 2. přepracované a doplněné vydání, Praha: C. H. Beck, 2006, s. 420.

2.2.1 Spotřebitelské smlouvy

Spotřebitelská smlouva je smlouva, kde na jedné straně stojí spotřebitel, a na straně druhé dodavatel, jednající v rámci své podnikatelské činnosti, spotřebitel nikoliv. Jejím hlavním cílem je bránit negativním praktikám prodávajících a být kompatibilní s legislativou Evropské unie. Forma spotřebitelské smlouvy může být písemná i ústní.

Dle občanského zákoníku mezi nejčastěji používané typy spotřebitelské smlouvy patří smlouva kupní, smlouva o dílo, prodej v obchodě, smlouva o ubytování, smlouva o přepravě osob, cestovní smlouva, smlouva o úschově, smlouva o přepravě osob, příkazní smlouva a další.

Zásady spotřebitelských smluv jsou dle Janka⁹ uvedeny takto:

- Smluvní jednání se nemohou odchýlit od zákona směrem v neprospěch spotřebitele,
- lze sjednat výhodnější podmínky pro spotřebitele,
- spotřebitel se nemůže smluvně vzdát práv, která mu občanský zákoník jako spotřebitel přiznává,
- jsou zohledněny základní soukromoprávní principy, tj. dobrá víra a rovnováha právních smluvních stran,
- porušení uvedených práv na ochranu spotřebitele znamená relativní neplatnost takové smlouvy, neboť spotřebitel se může domáhat neplatnosti promlčecí době tří let.

2.3 Veřejnoprávní ochrana spotřebitele

Veřejnoprávní úprava umožňuje sankcionovat porušení práv a povinností bez konkrétního potřebného jednání spotřebitele, nastupuje tedy obvykle z vůle státního orgánu, prostřednictvím správního řízení, a to bez ohledu na vůli jiných osob. Provádění prostředků ochrany koná orgán veřejné moci, tím pádem poškozenému není umožněno do řízení zasahovat. Toto správní řízení probíhá podstatně rychleji a pružněji než řízení soukromoprávní prováděné soudní cestou. Forma veřejnoprávní ochrany spotřebitele

⁹ Janků, M. *Základy práva pro posluchače neprávnických fakult*, 2. přepracované a doplněné vydání, Praha: C. H. Beck, 2006, s. 421.

kombinuje ochranu následnou (např. udílení pokut) s ochranou preventivní (např. pozastavení živnostenského oprávnění, zákaz prodeje).¹⁰

Veřejnoprávní složky ochrany spotřebitele se týká zejména zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Dále lze z veřejnoprávních předpisů uvést:

- Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky,
- Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků,
- Zákon č. 59/1988 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku,
- Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

Ze zákonů soukromoprávní povahy (mimo obchodního a občanského zákoníku) to je Zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru.¹¹

2.3.1 Prodávající

Zákon č.634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele stanovuje některé podmínky podnikání významné pro ochranu spotřebitele. Celému zákonu se budu podrobněji věnovat v jedné z dalších kapitol své práce.

V následujícím odstavci se pozastavím nad vymezením pojmu *prodávající*, který je jedním ze základních pojmů daného zákona, a jeho povinností.

Zákon definuje prodávajícího jako „*podnikatele, který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby.*“ Dále je za prodávajícího považována „*fyzická osoba, která prodává spotřebiteli rostlinné a živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské nebo chovatelské činnosti anebo lesní plodiny.*“¹²

¹⁰ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*, Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002, s. 13.

¹¹ Janků, M. *Základy práva pro posluchače právnických fakult*, 2. přepracované a doplněné vydání, Praha:C. H. Beck, 2006, s. 414.

¹² Zákon o ochraně spotřebitele [online]. HAVIT, s. r. o, 1998-2012 [cit. 2011-02-11]. Dostupný z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/spotrebitel/cast1.aspx>>. ISSN 1213-7235.

Veber¹³ ve své publikaci cituje dle zákona č.634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele tyto následující povinnosti prodávajících:

- *prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře nebo množství a umožnit spotřebiteli překontrolovat si správnost těchto údajů,*
- *prodávat výrobky a poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, pokud je závazně stanovena nebo pokud vyplývá ze zvláštních předpisů,*
- *prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a ceny při prodeji výrobků nebo poskytování služeb správně účtovat,*
- *jednoznačně informovat spotřebitele o ceně prodáváných výrobků nebo poskytovaných služeb v okamžiku nabídky,*
- *řádně informovat spotřebitele o vlastnostech prodáváných výrobků a poskytovaných služeb, o způsobu použití a údržby výrobku a o nebezpečí, které vyplývá z jeho nesprávného použití nebo údržby, i o riziku souvisejícím s poskytovanou službou, je-li to potřebné vzhledem k povaze výrobku, způsobu a době užívání, povinně přiložit k výrobku srozumitelný písemný návod v českém jazyce, umožňuje-li to povaha výrobku, povinně na žádost spotřebitele výrobek předvést,*
- *vydat na žádost spotřebitele doklad o zaplacení výrobku nebo poskytnutí služby s uvedením druhu výrobku nebo služby, data zakoupení výrobku nebo poskytnutí služby a ceny, řádně vyplnit záruční list, řádně informovat spotřebitele o rozsahu, podmínkách a způsobu reklamace, včetně údajů o tom, kde lze reklamaci uplatnit, o provádění záručních oprav, v provozovně musí být po celou otevírací dobu pracovník pověřený přijetím reklamace, který musí rozhodnout o reklamaci ihned (v souladu s občanským zákoníkem rozhoduje, zda jde o vadu odstranitelnou či neodstranitelnou), ve složitějších případech do tří pracovních dnů, v případě vady odstranitelné musí být výrobek opraven do 30 dnů od přijetí reklamace, v případě vady neodstranitelné má spotřebitel právo na vrácení peněz nebo na jiný výrobek.*

¹³ Veber, J. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*, Zákon č.634/1992 o ochraně spotřebitele v platném znění, 2. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2007, s. 42.

3. Principy spotřebitelské politiky na trhu Evropské unie

3.1 Vývoj ochrany spotřebitele v EU

Evropská unie se v počátcích integrace otázkou ochrany spotřebitele vůbec nezabývala. První zmínky o ochraně spotřebitele se datují začátkem 70. let, kdy v roce 1972 na Evropském summitu v Paříži hlavy států a vlád vyzvaly k politické akci v této oblasti. Pak v dubnu roku 1975 představila Evropská komise Předběžný program EHS o ochraně spotřebitele a informační politice. Tento dokument, který vytvořil základ spotřebitelské legislativy Společenství, shrnul pět základních práv spotřebitelů:

- právo na ochranu zdraví a bezpečnosti,
- právo na ochranu ekonomických zájmů,
- právo na náhradu škody,
- právo na informace a vzdělávání,
- právo na zastoupení (právo být slyšet).

Po tomto „Předběžném programu“ následovaly další programy, nicméně až *Jednotný evropský akt* a následně přijímanou legislativu můžeme označit za skutečný začátek komunitární spotřebitelské politiky.

Jednotný evropský akt, který pevně stanovil, že vnitřní trh musí vzniknout do konce roku 1992, zakotvil poprvé v primárním právu pojem spotřebitel. Čl. 100a (dnes čl. 95) smlouvy zmocnil Evropskou komisi navrhopat opatření na ochranu spotřebitelů, přičemž základem měl být vysoký stupeň ochrany. Pojem spotřebitele v něm však nebyl přesně definován. Přestože Jednotný evropský akt rozšířil politiky Společenství o nové oblasti, kterými jsou sociální politika, regionální politika nebo politika na ochranu životního prostředí, spotřebitelská politika se v něm ještě neobjevuje.

Jako samostatnou politiku zavedla ochranu spotřebitele až Maastrichtská smlouva, která pro ni v čl. 129a (dnes čl. 153) položila nezbytný právní základ a pojala ji za plnohodnotnou komunitární politiku. V článku bylo stanoveno, že Společenství musí

přispívat k posilování ochrany spotřebitele. Jeho zakotvení vedlo k dalšímu rozmachu regulace, který se projevil v přijetí mnoha nových opatření.¹⁴

Následující změna primárního práva zakotvená v Amsterodamské smlouvě přinesla v oblasti ochrany spotřebitele také určité změny. V nově číslovaném čl. 153 se na jejím základě nyní výslovně stanoví, že Společenství přispívá k „ochraně zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů, jakož i k podpoře jejich práva na informace, vzdělávání a práva sdružovat se k ochraně svých zájmů.“ Navíc mají být podle tohoto článku zohledněny požadavky vyplývající z ochrany spotřebitele i při vymezování a provádění ostatních politik Společenství.

Před schválením Jednotného evropského aktu přijalo Společenství právní úpravu např. v oblasti bezpečnosti výrobků, označování potravin, klamavé reklamy a podomního prodeje.

Spotřebitelskou legislativu Evropské unie tvoří převážně směrnice, které původně schvalovala sama Rada. Po přijetí Maastrichtské smlouvy jsou přijímány zpravidla ve spolumozhodovací proceduře Radou a Evropským parlamentem. Významná jsou ale i různá doporučení a stanoviska formulovaná v Zelených či Bílých knihách, různé výkladové studie a pokyny. Opomenuta nesmějí být ani nařízení.¹⁵

3.2 Instituce EU a ochrana spotřebitele

V institucionální struktuře Evropské unie hraje hlavní roli trojúhelník Evropská komise - Rada EU - Evropský parlament, který doplňuje Evropský soudní dvůr. V rozdělení zodpovědností ve věci unijního práva platí, že Komise navrhuje, Evropský parlament doporučuje, Rada Evropské unie rozhoduje a Evropský soudní dvůr řeší spory. Tuto strukturu doplnila v roce 1974 Evropská rada, která je vrcholným politickým

¹⁴ Knoblochová, V. *Vývoj ochrany spotřebitele v EU* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 23. 1. 2006 [cit. 2011-03-11]. Dostupný z [www: <http://www.mpo.cz/dokument7587.html>](http://www.mpo.cz/dokument7587.html).

¹⁵ *Vývoj oblasti ochrany spotřebitele v EU od počátků v r. 1951 až do současnosti a jeho odraz v komunitární legislativě* [online]. 2007 [2011-03-11]. Dostupný z WWW: <[http://www.spotrebitele.info/vase-prava/karticka8848.html?als\[KID\]=2340559](http://www.spotrebitele.info/vase-prava/karticka8848.html?als[KID]=2340559)>.

orgánem určujícím strategii dalšího vývoje Unie a neformálním arbitrem případných institucionálních sporů.

Pravomoci a úkoly institucí EU, stejně jako pravidla a postupy, kterými se musí řídit, stanovují základní smlouvy Unie. Existence institucí EU je přímo odvozena ze smluv o ESUO, EHS a Euratom, v nichž členské státy souhlasily s přenesením části svých pravomocí na orgány Společenství.¹⁶

3.2.1 Evropská komise

Evropská komise je jedním z hlavních orgánů Evropské unie. Ta zastupuje a hájí zájmy Unie jako celku. Připravuje návrhy nových evropských právních předpisů a má na starosti provádění politik EU a využívání finančních prostředků Unie.¹⁷

3.2.2 DG SANCO - Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele

Významnou roli v Evropské komisi má Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele tzv. **DG SANCO**. Jeho hlavním posláním je uplatňovat efektivní kontrolní systém potravinové bezpečnosti v členských státech EU, kontrolovat shodu legislativy v oblasti potravinové bezpečnosti v rámci EU a dohlížet na implementaci veterinární, rostlinolékařské a potravinářské legislativy.¹⁸

3.2.3 Evropský parlament

V Evropském parlamentu řeší problematiku ochrany spotřebitele primárně „Výbor pro vnitřní trh a ochranu spotřebitele“ tzv. **IMCO** a „Výbor pro životní prostředí, veřejné zdraví a bezpečnost potravin.“¹⁹

¹⁶ Blahušiak, I. *Instituce EU* [online]. Vláda České republiky, 2005-2011 [cit. 2011-05-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroskop.cz/76/sekce/instituce-eu/>>.

¹⁷ *Evropská komise* [online]. Evropská unie, 1995-2012 [cit. 2011-06-11]. Dostupný z WWW: <http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/european-commission/index_cs.htm>.

¹⁸ *Kontrolní a auditní mise EU* [online]. Ministerstvo zemědělství, 2009-2011 [cit. 2011-06-11]. Dostupný z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/zahranicni-vztahy/cr-a-evropska-unie/kontrolni-mise-eu/>>.

¹⁹ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*, Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002, s. 30.

3.2.4 Evropský soudní dvůr (ESD)

Evropský soudní dvůr je zaměřen na vydávání soudních rozhodnutí, která jsou součástí evropského práva. V následujícím odstavci se zaměříme na rozhodnutí nejznámější, tím je tzv. *Cassis de Dijon*.

V rámci volného pohybu zboží mezi jednotlivými členskými státy EU jsou zakázána veškerá opatření zaměřená proti dovozu, zejména taková, která mají za svůj cíl diskriminaci dováženého zboží vůči domácí produkci a jeho znevýhodnění, či dokonce vyloučení z trhu. Spor o to, zda pod tento zákaz spadají i opatření, mající za svůj prvotní cíl nikoli ztížení či vyloučení dovozu z ostatních členských zemí (ač tak ve svých důsledcích fungují), ale např. ochranu zdraví obyvatel nebo ochranu spotřebitele, byl řešen právě v tomto případě.

Z rozsudku je možné vyčíst stanovisko ESD v tom smyslu, že podobné překážky vyplývající z nesouladu mezi právními předpisy jednotlivých států a týkající se uvádění daných výrobků na trh, jsou přípustné, pokud jsou nutné k zajištění významných tzv. "kategorických požadavků" - tj. potřeb daňové kontroly, ochrany veřejného zdraví, poctivosti obchodního styku, ochrany spotřebitele apod., nelze-li téhož výsledku dosáhnout jinak.²⁰

3.2.5 Rada Evropské unie

V současné době se Rada EU schází v deseti různých složeních. Jedním z nich je i *Rada pro zaměstnanost, sociální politiku, zdravotnictví a spotřebitelské záležitosti*, která se skládá z ministrů odpovědných za zaměstnanost, sociální ochranu, ochranu spotřebitele, zdraví a rovné příležitosti. Protože zaměstnanost a sociální ochrana zůstává v kompetencích členských států, Rada pouze stanovuje společné cíle, analyzuje opatření přijatá na národní úrovni apod.²¹

²⁰ Blahušiak, I. *Evropský soudní dvůr* [online]. Vláda České republiky, 2005-2012 [cit. 2011-02-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroskop.cz/106/sekce/judikatura-esd/>>.

²¹ Blahušiak, I. *Rada Evropské unie* [online]. Vláda České republiky, 2005-2012 [cit. 2011-06-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroskop.cz/98/sekce/zakladni-informace/>>.

3.3 Nestátní nezisková organizace v oblasti ochrany spotřebitele ve světě

Další text uvede charakteristiky hlavních zástupců nestátních neziskových organizací v oblasti ochrany spotřebitele v prostoru Evropské unie.

3.3.1 BEUC (Bureau European Unions of Consumers)

Spotřebitelská organizace BEUC byla založena roku 1962. Přesný název v českém jazyce zní: „*Evropská asociace spotřebitelských organizací*“, a to nejen spotřebitelských organizací vyskytujících se v zemích EU, ale v zemích celé Evropy. BEUC celkově zastupuje 43 spotřebitelských organizací v Evropě, z toho je jich právě 31, které jsou součástí zemí Evropské unie. Hlavní sídlo asociace leží v Bruselu. Českou republiku zastupují dvě organizace – Občanské sdružení spotřebitelů TEST a Sdružení obrany spotřebitelů (SOS), kterým se budu podrobněji věnovat v další kapitole. Hlavní činností BEUC je podpora, hájení a reprezentování práv evropských spotřebitelů a implementace práva EU ve spolupráci s ostatními institucemi EU.²²

3.4 Informační zdroje

3.4.1 RAPEX

Rapex je dle anglického názvu (*The Rapid Alert System for Non-Food products*) rychlý evropský výstražný informační systém o nebezpečných spotřebitelských výrobcích nepotravinářského charakteru. Výjimku tvoří pouze farmaceutické výrobky, kterými se zabývá tzv. systém EudraPharm. Systém nám oznamuje přímé a nepřímé riziko ohrožení zdraví nebo ochrany spotřebitelů, kteří by se dostali s nebezpečnými výrobky do styku.

Cílem RAPEXU je zajistit rychlou výměnu informací mezi členskými státy EU a Komisí o opatřeních, které členské státy přijaly, aby zabránily, omezily nebo podměnily uvádění na trh nebo používání výrobků, jež mohou představovat výše uvedená rizika.

²² Srbová, A., Vojtko, V. *Spotřebitelské teorie a realie*, 1. vydání, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Ekonomická fakulta, 2011, s. 70.

Součástí oznamování do systému RAPEX jsou vedle donucovacích opatření uložených příslušnými dozorovými orgány také dobrovolná opatření výrobců a distributorů.²³

Právní základ RAPEXU je dán Směrnicí Rady o všeobecné bezpečnosti výrobků (2001/95/ES) a v České republice je implementován zákonem č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a nařízením vlády ČR č. 396/2004 Sb., o postupech, obsahu a formě informace, o výskytu nebezpečných nepotravinářských výrobků.²⁴

3.4.2 RASFF

Systém rychlého varování pro potraviny a krmiva (Rapid Alert System for Food and Feed, RASFF) byl vytvořen, aby informoval spotřebitele o přímém či nepřímém riziku pro lidské zdraví pocházejícího z potraviny nebo krmiva. RASFF tvoří díky členským státům, Evropské komisi, EFTA (Island, Lichtenštejnsko a Norsko) a Evropskému úřadu pro bezpečnost potravin (EFSA) dokonalou informační síť, která poskytuje rychlé a účinné sdílení informací o nebezpečných potravinách nebo krmivech.

Tzv. kontaktní místa, která byla vytvořena v každé členské zemi a v Evropské komisi, zabezpečují výměnu informací o nebezpečných potravinách a krmivech. Jestliže některý z členů RASFF objeví informace o závažném zdravotním riziku, musí bezprostředně kontaktovat Evropskou komisi prostřednictvím RASFF.²⁵

3.5 Strategie spotřebitelské politiky EU v letech 2007 – 2013

Strategie spotřebitelské politiky je základním dokumentem dlouhodobého charakteru, který vytyčuje strategický směr pro komplexní ochranu spotřebitele na evropském jednotném trhu. Strategie vyznačuje spotřebitelskou politiku za křížovatku, ve které se protínají konkurenceschopnost (tj. růst a zaměstnanost) a podpora práv občanů

²³ Spotřebitel - Co je RAPEX? [online]. 2010 [cit. 2011-09-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/spotrebite/rapex.html>>.

²⁴ Srbová, A., Vojtko, V. *Spotřebitelské teorie a realie*, 1. vydání, Č. Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Ekonomická fakulta, 2011, s. 21.

²⁵ Informační centrum bezpečnosti potravin – RASFF [online]. Ministerstvo zemědělství, 2011 [cit. 2011-09-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.bezpecnostpotravin.cz/stranka/system-rychleho-varovani-pro-potraviny-a-krmiva-%28rasff%29.aspx>>.

EU. V úvodu dokument zmiňuje důležitou skutečnost, že hnací silou hospodářství EU je 493 milionů spotřebitelů, kde jejich spotřeba představuje 58% HDP EU, a zároveň je i impulsem pro inovace a zvyšování výkonnosti, k nimž volby spotřebitelů uskutečňované na trhu "nutí" ekonomické subjekty. Základním pokrokem je informovaný a důvěřující spotřebitel, který musí být sebevědomý a který musí disponovat odpovídajícími dovednostmi a nástroji. Proto je důležité neustále posilovat spotřebitelský rozměr vnitřního trhu EU.²⁶

Hlavní představu strategie spotřebitelské politiky tvoří dvě základní vize:

1. v roce 2013 získat plnou důvěru spotřebitelů EU ve vnitřní trh,
2. ve stejném okamžiku získat důvěru sektoru maloobchodu, a tak bezpečně prodávat kdekoliv v celé EU.

Vize mají být uskutečněny pomocí třech hlavních cílů:

- posílit postavení spotřebitelů v EU;
- zvýšit blahobyt spotřebitelů v EU (z hlediska cen, výběru, kvality, dostupnosti, různorodosti a bezpečnosti);
- účinně chránit spotřebitele před riziky a hrozbami, s nimiž si sami neporadí (důležité pro získání důvěry).²⁷

K dosažení výše uvedených cílů stanovuje Strategie pět priorit, které Srbová a Vojtko²⁸ rozdělují následujícím způsobem:

- zlepšení kontroly spotřebitelských trhů a vnitrostátních spotřebitelských politik,
- zlepšení právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele ve všech členských státech,
- zlepšení vymahatelnost předpisů a domáhání se práv,
- zlepšení informovanosti a vzdělávání spotřebitelů,

²⁶ Knoblochová, V. *Strategie spotřebitelské politiky na unijní úrovni* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 25. 5. 2007 [cit. 2011-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument3287.html>>.

²⁷ *Strategie spotřebitelské politiky na unijní úrovni* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 25. 5. 2007, [cit. 2011-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/spotrebitelska-politika/strategie-spotrebitelske-politiky/1001146/44552/>>.

²⁸ Srbová, A., Vojtko, V. *Spotřebitelské teorie a realie*, 1. vydání, Č. Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Ekonomická fakulta, 2011, s. 28.

- učinění spotřebitele středem zájmu dalších politik a právních předpisů.

Dále se Srbová a Vojtko²⁹ detailněji zaměřují a popisují dané oblasti jejich podpory v rámci ochrany spotřebitele:

V případě *zlepšení kontroly spotřebitelských trhů a vnitrostátních spotřebitelských politik* půjde o realizaci statistik a ukazatelů v této oblasti - celoevropský systém pro sběr harmonizovaných údajů o nehodách a zraněních spojených s výrobky a službami.

V druhé oblasti – *zlepšení právních předpisů* – se politika EU zaměří na překum spotřebitelského práva tzv. Zelenou knihu, na změnu směrnice o užívání nemovitostí na časový úsek, novou směrnicí o spotřebitelském úvěru, spolufinancování a fungování spotřebitelských organizací na evropské úrovni.

V pořadí třetí oblastí je zlepšení *vymahatelnosti právních předpisů a domáhání se svých práv*, která v sobě zahrnuje provedení směrnice o nekalých obchodních praktkách, podporu rychlé výměny informací v systému RAPEX, podporu mechanismů kolektivního domáhání se práv pro spotřebitele.

Je také důležité upozornit na zlepšení *informovanosti a vzdělávání spotřebitelů*, na podporu a rozvoj sítě spotřebitelských informačních center a na ukončení informačních kampaní.

Nejdůležitějším prvkem ve strategii bude *učinění spotřebitele středobodem zájmu dalších politik a právních předpisů EU*.

3.6 Deset základních pravidel ochrany spotřebitele v EU

Jedním z cílů Evropské unie je podpoření spotřebitelských práv, prosperity a zvýšení životní úrovně obyvatel Společenství. Členství v Evropské unii zaručuje základní standard ochrany spotřebitele, proto je níže popsáno deset základních pravidel ochrany spotřebitele v rámci právního systému EU. Tato pravidla platí pro všechny občany unie - spotřebitele, bez ohledu na to, ve které členské zemi se nachází.

²⁹ Srbová, A., Vojtko, V. *Spotřebitelské teorie a realie*, 1. vydání, Č. Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Ekonomická fakulta, 2011, s. 28.

- 1. Nakupujte, co chcete a kde chcete**
 - žádná cla či dodatečné daně z přidané hodnoty (platí v celé EU pro nákupy fyzické, prostřednictvím internetu, telefonu a pošty),
- 2. Pokud je zboží vadné, vraťte ho**
 - právo na vrácení zboží prodejci, požadavky na jeho výměnu či opravu, dvouletá záruční doba,
- 3. Vysoké standardy v oblasti bezpečnosti potravin a dalšího spotřebního zboží**
 - úprava, zpracování potravin a dovoz z ostatních zemí světa,
- 4. Informujte se o tom, co jíte**
 - informace na obalech - detaily o všech přísadách použitých při výrobě, včetně podrobností o použitých barvivech, konzervačních prostředcích, sladidlech a jiných chemických látkách,
- 5. Smlouvy musí být vůči zákazníkům spravedlivé**
 - ochrana před drobně tištěnými dodatky ve smlouvě,
- 6. Spotřebitelé mohou někdy změnit svá rozhodnutí**
 - ochrana před podomním prodejem, obchodem na internetu nebo přes telefon, sedmidenní právo na zrušení kupní smlouvy bez udání důvodu,
- 7. Možnost jednoduššího porovnání cen**
 - cena za jednotku daného zboží,
- 8. Spotřebitelé nemají dostávat zavádějící informace**
 - klamavá reklama,
- 9. Ochrana spotřebitele během dovolené**
 - náhrada škody od cestovních kanceláří,
 - tzv. timesharingové pobytové programy, zvířecí pas,
- 10. Účinné urovnávání přeshraničních sporů**
 - rady při nákupech v EU – síť Evropských spotřebitelských center.³⁰

³⁰ Ochrana spotřebitele v Evropské unii: *Deset základních pravidel* [online]. 17. 10. 2005 [cit. 2011-03-11]. Dostupný z WWW: http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=101450&catid=93:zpravy-ze-svta&Itemid=372.

4. Ochrana spotřebitele v České republice

4.1 Právní předpis – zákon č.634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele

1. Zákon o ochraně spotřebitele - úvod

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění, představuje nejkomplexnějším veřejnoprávní předpis upravující ochranu spotřebitele v české legislativě, dále jen *Zákon o ochraně spotřebitele*.

S ohledem na veřejnoprávní charakter této právní normy je dodržování zde zakotvených legislativních povinností vůči spotřebiteli vymahatelné prostřednictvím orgánů státní správy. Tyto orgány jsou oprávněny vykonávat dozor nad dodržováním tohoto zákona nezávisle na případném spotřebitelském sporu, vymáhat plnění povinností zde uvedených pomocí finančních sankcí a ukládáním zákazů.

Na druhou stranu veřejnoprávní podstata *Zákona o ochraně spotřebitele* neumožňuje dozorovým orgánům vymáhat na prodávajícím nároky plynoucí z porušení této právní normy ve prospěch spotřebitele.

Příklad

V případě, že prodávající nevyřídí spotřebitelskou reklamaci ve lhůtě 30 dnů od jejího uplatnění, nebo ve lhůtě jiné, oběma stranami dohodnuté, pak má spotřebitel stejná práva jako by výrobek trpěl vadou neodstranitelnou, tzn. zejména na jednostranné odstoupení od kupní smlouvy. Pokud dozorový orgán, v tomto případě Česká obchodní inspekce, zjistí překročení této lhůty, je prodávajícímu povinna uložit za toto jednání finanční postih. Pokud však prodávající v důsledku výše uvedeného nereflektuje na jednostranné odstoupení od kupní smlouvy, musí se spotřebitel svých nároků domáhat soukromoprávní cestou.

2. Zákon o ochraně spotřebitele - struktura a obsah

Zákon je členěn do čtyř základních částí. Úvodní část vymezuje působnost zákona a definuje některé důležité pojmy tak, aby nemohlo dojít k rozdílnému výkladu. Další navazující část specifikuje obecný výčet povinností a zákazů některých jednání prodávajícího vůči spotřebiteli. Třetí část specifikuje dozorové orgány státní správy,

rozsah a věcnou působnost jejich pravomocí a možnosti sankcí uplatnitelných vůči prodávajícímu v případě porušení Zákona o ochraně spotřebitele. Čtvrtá, závěrečná část, pojednává o postavení spotřebitelských sdružení z pohledu Zákona o ochraně spotřebitele a obsahuje obvyklá společná a závěrečná ustanovení. Přílohy zákona obsahují taxativní výčet nekalých praktik, které nesmí obsahovat jednání prodávajícího vůči spotřebiteli.

2.1 Úvodní preambule a vymezení základních pojmů

V této části zákona je, krom jiného, jednoznačně stanoveno, že tento zákon a povinnosti z něj plynoucí se vztahují výhradně na právní vztah vzniklý mezi spotřebitelem, tedy osobou, která nakupuje výrobky nebo služby za jiným účelem než podnikání s nimi, a prodávajícím, tak jak jej definuje například § 2 odst. 2 zákona č. 513/1991 Sb. Tento fakt je důležitý především pro vymahatelnost práva této právní normy z pohledu účastníků závazkového vztahu. Závazná ustanovení zákona se výlučně vztahují na vztah vzniklý mezi prodávajícím a spotřebitelem a nelze tedy vymáhat nároky vzniklé v dodavatelsko-odběratelských vztazích dvou podnikatelských subjektů. Pro ilustraci lze uvést, že například domáhat se 30denní lhůty pro vyřízení reklamace v případě, kdy závazkový vztah vznikl mezi dvěma podnikatelskými subjekty, není dle tohoto právního předpisu možné.

Dále zde zákon pregnantně vysvětluje některé pojmy důležité pro výklad navazujících právních ustanovení tohoto předpisu. Například definuje výrobek porušující některá práva duševního vlastnictví či specifikuje textilní výrobek.

2.2 Některé podmínky podnikání, významné pro ochranu spotřebitele

Legislativní ustanovení v této části zákona jasně určují základní, resp. obecné podmínky podnikání, které se zpravidla výhradně dotýkají primárních spotřebitelských práv. Tyto podmínky jsou v zákoně definovány buď jako povinnost prodávajícího určitým způsobem konat nebo jako zákaz jednání prodávajícího určitým způsobem konat.

2.1.1 Výčet nejdůležitějších ustanovení Zákona o ochraně spotřebitele

- *Povinnost dodržovat poctivost prodeje výrobků a poskytování služeb*

Tato část zákona se zabývá jedním z nejstarších spotřebitelských práv a požadavků na to, aby prodávající dodržel požadovanou a účtovanou hmotnost, míru či množství. Zároveň dbá na to, aby prodávající dodržel adekvátní jakost nabízených výrobků či služeb a účtoval sjednané ceny. Důležitým prvkem tohoto ustanovení je i to, že spotřebitel má právo si překontrolovat správnost těchto údajů.

- *Zákaz používání nekalých obchodních praktik*

Tato část zákona zakazuje prodávajícímu uplatňovat vůči spotřebiteli takové jednání, které je v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil. Toto jednání je zákonem označeno za nekalou obchodní praktiku buď v agresivní, nebo v klamavé podobě. Výčet nekalých obchodních praktik je obsažen v příloze Zákona o ochraně spotřebitele.

- *Zákaz diskriminace spotřebitele*

Toto poměrně strohé ustanovení obsahuje velmi významné spotřebitelské právo na rovné zacházení a to nejen z pohledu Ústavy České republiky a Listiny základních práv a svobod, kde je rovnost obecně vymezena, ale především umožňuje potírat skryté formy diskriminace ve formě různých pobídek a soutěží.

- *Zákaz výroby, dovozu, vývozu, nabízení, prodeje a darování výrobků nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami*

Vzhledem k existenci celé řady právních norem zabývajících se bezpečností výrobků a služeb působí tento zákaz z oblasti obecné bezpečnosti výrobků v Zákoně na ochranu spotřebitele vcelku osamoceně. Nicméně jedná se o důležité ustanovení chránící především děti před potencionálním nebezpečím plynoucí z možné záměny potravin a např. plastové napodobeniny.

- ***Povinnost informovat prodávajícího***

Prodávající je povinen poskytnout spotřebiteli maximum informací k výrobku nebo nabízené službě. Obecně platí, že je tak povinen učinit srozumitelně, nejlépe písemně, snadno dostupnou formou a v českém jazyce.

Zejména je povinen spotřebitele informovat o řádném a bezpečném užívání výrobku či služby, o vhodném způsobu údržby, o složení výrobku a o jeho původu.

S cenou výrobku je prodávající povinen spotřebitele seznámit takovým způsobem, aby nemohlo dojít k rozdílnému výkladu o její výši, musí tak učinit písemně a spotřebitel musí mít možnost se s touto cenou seznámit tak, aniž by jakýmkoliv způsobem potřeboval ústní konzultaci s prodávajícím.

Na požádání spotřebitele je prodávající povinen vystavit doklad o zaplacení výrobku či služby, který musí obsahovat specifikaci prodávajícího, specifikaci zakoupené věci či služby, datum a cenu.

- ***Povinnosti prodávajícího v oblasti zákonné odpovědnosti za vadu výrobku - reklamaci***

V těchto závazných ustanovení Zákona na ochranu spotřebitele je stanoven procesní postup prodávajícího při vyřizování spotřebitelských reklamací. Je zde zakotvena povinnost prodávajícího řádně informovat spotřebitele o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění reklamace, specifikace zákonných písemných potvrzení o průběhu reklamace a především zákonný termín jejího vyřízení.

2.3 Postavení veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele

Tato část zákona upřesňuje postavení jednotlivých úřadů veřejné správy a definuje jejich dozorové a sankční pravomoci. Stanovuje dozorové kompetence konkrétního úřadu, vymezuje oblast jeho dozorových pravomocí a stanoví konkrétní postup při uplatnění sankčního opatření včetně výše a rozsahu.

Hlavním dozorovým orgánem Zákona o ochraně spotřebitele je České obchodní inspekce. Mezi ostatní dozorové orgány patří například Státní zemědělská a potravinářská inspekce, orgány hygienického a veterinárního dozoru či Úřad pro kontrolu zbraní a střeliva.

V souladu se správními postupy zakotvenými ve správním řádu České republiky jsou dozorové orgány povinny za zjištěné a prokázané porušení Zákona o ochraně spotřebitele uložit finanční sankci, a to:

- až do 5.000,- Kč přímo v rámci vykonané kontroly
- až do výše 50.000.000,- Kč v následně vedeném správním řízení

Dále jsou tyto orgány povinny, s ohledem na závažnost porušení právních předpisů související s ochranou spotřebitele, uložit prodávajícímu:

- odstranit zjištěné nedostatky
- pozastavit prodej výrobků a uzavřít provozovnu
- nařídit stažení výrobků z trhu, které jsou pro spotřebitele nebezpečné svoji zaměnitelností s potravinou

Výše uvedená sankční opatření vůči prodávajícímu se vztahují pouze ke zjištění porušení Zákona na ochranu spotřebitele. Možnost uložit jiné opatření, ve smyslu speciálních právních předpisů zabývajících se ochranou spotřebitele, tímto není dotčena.

2.4 Oprávnění spotřebitelských subjektů, jejich sdružení nebo jiných právnických osob zřízených nebo založených k ochraně spotřebitele

V souladu s celoevropskou resp. celosvětovou politikou ochrany spotřebitele koexistuje spolu se státem garantovanou ochranou spotřebitele i řada neziskových nestátních organizací, které se ochranou spotřebitele zabývají. Toto zákonné ustanovení upravuje jejich právní postavení vůči prodávajícímu, státnímu dozoru i moci soudní a dává jim pravomoc účinně reagovat na jednotlivé případy porušování spotřebitelských práv.

3. Zákon na ochranu spotřebitele – závěr

Zákon o ochraně spotřebitele svým legislativním záběrem tvoří významnou právní normu zásadně ovlivňující chování účastníků vnitřního trhu České republiky, resp. Evropské unie.

Nicméně nejedná se o právní normu, kterou lze označit za všeobčímající a univerzální. Je proto na spotřebitelskou problematiku nezbytné pohlížet z perspektivy komplexní legislativy, kterou jsou spotřebitelská práva garantována.

Objem těchto právních předpisů i jejich vzájemné vazby je však natolik rozsáhlý, že překračuje rozsah i záměr této práce, a proto se domnívám, že toto podrobnější

pojednání o Zákonu na ochranu spotřebitele, jako hlavní legislativní právní normě, je pro účel i smysl této bakalářské práce dostačující.³¹ a³²

4.2 Instituce v ČR

Česká obchodní inspekce (ČOI)

Česká obchodní inspekce, dále jen ČOI, je orgánem státní správy a je podřízena Ministerstvu průmyslu a obchodu České republiky. ČOI je zastoupena 14 regionálními inspektoráty, které mají svá místa v bývalých krajských městech, popřípadě ve městech významného charakteru z pohledu průmyslu, obchodu nebo turistického ruchu. Těmito městy jsou Praha, Plzeň, Brno, Olomouc, Ostrava, Hradec Králové, Pardubice, Karlovy Vary, Tábor, České Budějovice, Liberec, Ústí nad Labem, Zlín.

Hlavním řídicím orgánem ČOI je ústřední inspektorát České republiky, který v současné době sídlí v Praze 2, Štěpánské ulici č. 15. Hlavní činností ústředního inspektorátu je činnost řídicí, metodická, laboratorní a obslužná a také je odvolacím orgánem. V čele České obchodní inspekce je ústřední ředitel, kterého jmenuje, řídí a odvolává ministr průmyslu a obchodu. Ústřední ředitel řídí, jmenuje a odvolává ředitele inspektorátů, jejichž sídla v rámci územní působnosti stanovil.³³

Činnost inspektorů ČOI:

- kontrola prodávajících fyzických a právnických osob nebo osob poskytujících služby,
- kontrola jakosti zboží nebo výrobků,
- kontrola měřidel,
- kontrola bezpečnosti výrobků,
- kontrola dodržování dohodnutých nebo stanovených podmínek a kvality poskytovaných služeb,
- kontrola, zda nedochází ke klamání spotřebitele.³⁴

³¹ Zákony 2010 – zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

³² Vlastní zdroj.

³³ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*, 1. vydání, Vysoká škola ekonomická v Praze, Ediční oddělení VŠE Praha, 2002, str. 43, ISBN 80-245-0290-9.

³⁴ Srbová, A. *Současný systém ochrany spotřebitele – Česká obchodní inspekce*, Přednáška -prezentace v powerpointu [cit. 2011-20-11].

Spolupráce s ČOI:

1. *Živnostenské úřady* - konzultace metodických postupů, výměna informací a vzájemné využívání dozorových pravomocí pro vlastní výstupy z dozorové činnosti,
2. *Generální ředitelství cel* - koordinace plánů kontrol, sjednocení aplikace právních norem, zamezení duplicity kontrol,
3. *Český telekomunikační úřad*,
4. *Česká inspekce životního prostředí* - zaměřena na kontroly sběrných surovin, vrakovišť a plnění povinností výrobců a dovozců obalů (balených výrobků),
5. *Policie* - spolupráce s Policií ČR, cizineckou a pohraniční policií a městskou policií - kontroly prodeje zboží porušujícího některá práva duševního vlastnictví, prodeje alkoholu mladistvým, sběrných surovin, bazarů, taxislužeb,
6. *Profesní sdružení a asociace* - zvýšení ochrany oprávněných zájmů spotřebitele na úrovni prevence (příklad - asociace hotelů a restaurací, asociace cestovních kancelářů a jiné...),
7. Odborná spolupráce v oblasti metodiky.³⁵

Z pohledu spolupráce a účasti v evropských systémech a strukturách se jedná především o výstražný systém RAPEX, informační a výstražný systém CIRCA, organizace PROSAFE a o spolupráci s národními kontrolními orgány zemí EU.³⁶

4.3 Nestátní neziskové organizace v oblasti ochrany spotřebitele v ČR

4.3.1 Sdružení obrany spotřebitelů (SOS)

SOS je nezávislá, nezisková a nepolitická organizace, která byla založena 1. února 1993. Od roku 1999 má hlavní sídlo v Praze. SOS má své zastoupení ve všech regionech České republiky a provozuje Spotřebitelská centra již ve všech krajích. Hlavním posláním organizace je hájit práva a zájmy spotřebitelů v oblastech, kde slovo jednotlivce nemá velkou sílu. Z pohledu financování je pro organizaci nejdůležitější Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, které mu poskytuje dotace ze státního rozpočtu na základě jednotlivých projektů. Pro příklad byl rozpočet SOS v roce 2008 celkem 6,8 mil. Kč.

³⁵ O ČOI – *spolupráce s kontrolními orgány* [online]. Česká obchodní inspekce, 2010 [cit. 2012-13-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/ocoi/coi-spolupracuje/abc.html>>.

³⁶ O ČOI – *účast v evropských systémech a strukturách* [online]. Česká obchodní inspekce, 2010 [cit. 2012-13-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/ocoi/coi-spolupracuje/druhy-doc.html>>.

Činnost SOS

Činnost SOS je komplexně zaměřena na spotřebitelskou problematiku a na spotřebitele jako takového. SOS poskytuje rady spotřebitelům o spotřebitelských právech a konzultuje spotřebitelské problémy v poradnách SOS. Vydává časopis SOS Magazín a provozuje server www.spotrebitele.info.cz, který denně přináší aktuality z domova i zahraničí, nabízí databázi spotřebitelských poznatků a zkušeností a další. Dále vydává letáky, brožury a v elektronické podobě datové CD. SOS je aktivně zapojeno v systému mimosoudních řešení sporů, kde funguje jako kontaktní místo a pomáhá spotřebitelům urovnat jejich spory s podnikateli. SOS také komentuje a připomínkuje nově vznikající zákony. Sleduje bezpečnost potravin, výrobků a služeb. Snaha o rozvoj spotřebitelské vzdělanosti se projevuje v rámci výuky na středních a vyšších odborných školách, kde SOS nabízí bezplatné přednášky. V neposlední řadě je SOS členem celosvětové spotřebitelské organizace Consumers International i Evropské organizace spotřebitelů BEUC.

Úspěchy SOS

- Během roku 2008 zaznamenáno více než 45 000 podání spotřebitelů,
- upozornění ČOI na výskyt svíček ve tvaru potravin, což je zákonem o ochraně spotřebitele zakázáno, na základě podnětu byly svíčky staženy z trhu,
- v roce 2009 proběhlo 20 přednášek pro žáky středních škol na téma základy ochrany spotřebitele,
- řešení kauz s tzv. timesharingem,
- intenzivní a pravidelná spolupráce s médii,
- vydána řada publikací a brožur „Spotřebitelská sebeobrana aneb Jak se bránit 80 trikům prodávajících“, Zákon o ochraně spotřebitele s komentářem, sérii komentovaných znění zákonů v podobě brožur Oprava a úprava věci (smlouva o dílo), Prodej zboží v obchodě (kupní smlouva) a desítky letáků, tematické brožury 2008/2009, nekalé obchodní praktiky, letecká doprava, doplňky stravy a další, každé dva měsíce pro členy vydán magazín SOS.

4.3.2 Evropské spotřebitelské centrum (ESC)

Založení centra se datuje od 1. ledna 2005, kdy vzniklo za finanční podpory Evropské unie. Spotřebitelům bylo otevřeno v dubnu 2005 pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a od 1. ledna 2009 začalo působit při České obchodní inspekci. Cílem práce ESC je, aby čeští spotřebitelé mohli plně a pohodlně užívat výhod společného trhu. ESC poskytuje bezplatné rady a informace o právech spotřebitelů žijících v zemích Evropské unie, Norsku a na Islandu. ESC může řešit pouze přeshraniční spotřebitelské spory, kdy jednu stranu zastupuje podnikatel a stranu druhou spotřebitel. ESC se nezabývá řešením vnitrostátních sporů českých spotřebitelů s českými obchodníky.³⁷

4.3.3 Občanské sdružení „TEST“

Občanské sdružení spotřebitelů Test bylo založeno roku 1992 v Praze. Organizace nabízí pomocnou ruku všem spotřebitelům, kteří byli nějakým způsobem poškozeni a zároveň se snaží spotřebitele chránit. Hlavní prioritou organizace jsou výrobky, jejich kontrola a testování. Dále se snaží srozumitelně přiblížit práva kupujících (spotřebitelů) a naopak povinnost prodávajících, upozorňuje na nové zákony, a čeho by se měl člověk vyvarovat při reklamacích nebo jak obstát před nekalými praktikami prodávajících i před klamavou reklamou.

Organizace pracuje objektivně, nezávisle a bez reklam. Veškeré kompletní výrobky jsou kupovány v běžných maloobchodních sítích. Testy organizace jsou podporovány a uznávány Evropskou komisí. Kvůli nezávislosti se testy výrobků provádějí jak ve zkušebnách a laboratořích ČR, tak i v zahraničí. Následně pak miliony spotřebitelů důvěřují výsledkům testů testovaných výrobků.³⁸

³⁷ ESC – *O nás* [online]. Česká obchodní inspekce, 2010 [cit. 2011-09-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2/o-nas.html>>.

³⁸ *dTest* [online]. Občanské sdružení spotřebitelů TEST [cit. 2012-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>>.

5. Cestovní kancelář, agentura a cestovní smlouva

5.1 Cestovní kancelář

Činnost cestovní kanceláře spočívá v sestavování a nabízení zájezdů dalším subjektům, například zákazníkovi a agentuře. Cestovní kancelář zprostředkovává, organizuje a zabezpečuje služby spojené s cestovním ruchem a je jeho základní provozní jednotkou. Cestovní kancelář plně zodpovídá za realizaci zájezdů, které nabízí. Jedná se o **živnost koncesovanou**. Za provozovatele cestovní kanceláře je pomocí zákona brán podnikatel, který je na základě koncese oprávněn nabízet a prodávat zájezdy. Cestovní kancelář je oprávněna k tomu, aby mohla nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu, popřípadě dle individuální objednávky prodávat jejich kombinaci; prodávat jednotlivé služby pro jinou cestovní kancelář, cestovní agenturu, nebo jiné osoby (pořadatele kulturních, společenských a sportovních akcí, dopravce atd.), zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou cestovní kancelář nebo cestovní agenturu a také prodávat věci spojené s cestovním ruchem, jako jsou vstupenky, plány, jízdní řády, mapy, upomínkové předměty, tištěné průvodce. Dle zákona, který je uveden v občanském zákoníku, uzavírá cestovní kancelář s klientem "cestovní smlouvu", které se budu podrobněji věnovat níže. Pojištění proti úpadku musí mít všechny cestovní kanceláře vyskytující se v České republice.³⁹

5.2 Cestovní agentura

Cestovní agentura je podnikatelský subjekt, který nabízí k prodeji vybrané zájezdy cestovních kanceláří či jiné služby a je pouze zprostředkovatelem prodeje zájezdů. Ve spojení s cestovní agenturou hovoříme o **živnosti vázané**. Hlavní rozdíl, který odlišuje cestovní kancelář od cestovní agentury, je v tom, že cestovní agentura působící na trhu v České republice nesmí prodat svou službu složenou z více složek (například ubytování a cestování, které by sama zorganizovala). Dále cestovní agentura přímo neodpovídá za průběh zájezdu. Zájezdy cestovních agentur nemusí být pojištěny proti úpadku. Cestovní agentura je však legitimním dodavatelem jednotlivých služeb cestovního ruchu (pronájem vozů, prodej letenek, hotelové ubytování atd.), které sama přímo sjednává bez účasti cestovní kanceláře. V případě, že jde o společnost, která vozí turisty do

³⁹ *Cestovní kancelář* [online]. 21. 3. 2012 [cit. 2011-23-11]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Cestovni%20AD_kancel%20A1%20C5%99>.

České republiky, pak je zde zastoupena opět ve větší míře činnost cestovních agentur, protože u služeb opakovaně poskytovaných není povinnost být pojištěn proti úpadku cestovní kanceláře (zejména z důvodu, že se jedná o zájezdy, pak konečným prodejcem je zahraniční společnost v místě bydliště turistů, která má povinnost se pojistit dle zákonů té které země).⁴⁰

5.3 Zájezd

Definici pojmu **zájezd** nalezneme v zákoně o cestovním ruchu. Ustanovení §1 zákona o cestovním ruchu obsahuje jak pozitivní vymezení pojmu zájezd tak i negativní vymezení pojmu zájezd. Zájezdem se rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb: a) doprava, b) ubytování, c) 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 poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování přes noc.⁴¹

Zájezdem dle zákona není kombinace služeb cestovního ruchu:

- a) sestavená až na základě individuálního požadavku,
- b) prodávaná jinému podnikateli za účelem jeho dalšího podnikání, nebo
- c) jejíž nabídka a prodej nespĺňuje znaky živnostenského podnikání.⁴²

5.4 Cestovní smlouva

Cestovní smlouva je obsažena v občanském zákoníku v ustanovení § 852a až 852k zákonem č. 159/199 Sb., o některých podmínkách v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č.40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů,

⁴⁰ *Cestovní agentura* [online]. 31. 5. 2011 [cit. 2011-23-11]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Cestovni%20AD_agentura>.

⁴¹ *Cestovní smlouva* [online]. 1999-2011 [cit. 2011-22-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.epravo.cz/top/clanky/cestovni-smlouva-17436.html>>. ISSN 1213-189X.

⁴² *Zákon č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách cestovního ruchu - Úvodní ustanovení* [online]. 22. 5. 2000 [cit. 2011-22-11]. Dostupný z WWW: <<http://zam.opf.slu.cz/nemcansky/turakt/cr/zakon.html>>.

a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Dne 1. října 2000 začala platit nová právní úprava cestovní smlouvy, jejímž cílem bylo zlepšení mnohaletého porušování práv spotřebitelů v oblasti cestovního ruchu. To spočívalo především v dikci podmínek zakotvených v cestovních smlouvách uzavíraných s cestovními kanceláři na předtištěných formulářích jako smlouvy inominátní nebo jako smlouvy o dílo.⁴³

Jedním z hlavních aspektů ochrany spotřebitele vyskytující se v problematice cestovního ruchu je **cestovní smlouva** jako smlouva, kterou nalezneme v ustanovení § 852a až 852k Občanského zákoníku. Předmětem smlouvy je závazek provozovatele cestovní kanceláře, že zákazníkovi poskytne zájezd a zákazník je zavázán druhé straně smlouvenou cenu zaplatit. Cestovní kancelář má povinnost předložit návrh cestovní smlouvy a jedno vyhotovení odevzdat spotřebiteli (zákazníkovi). Dále je povinna předat doklad o pojištění vystavený pojišťovnou.⁴⁴

Dle § 852b OZ⁴⁵ musí cestovní smlouva doslova splňovat tyto náležitosti:

(1) Cestovní smlouva musí být písemná a musí obsahovat:

a) označení smluvních stran, b) vymezení zájezdu, zejména termín jeho zahájení a ukončení, uvedení všech poskytovaných služeb cestovního ruchu, které jsou zahrnuty do ceny zájezdu, místo a dobu jejich trvání; vymezení zájezdu může být nahrazeno odkazem na číslo zájezdu nebo jiné označení v katalogu jen v případě, že katalog obsahuje všechny tyto informace a byl zákazníkovi předán, c) cenu zájezdu, včetně časového rozvrhu plateb a výši zálohy.

(2) Cestovní smlouva musí rovněž obsahovat:

a) způsob, jakým má zákazník uplatnit své nároky plynoucí z porušení právní povinnosti cestovní kanceláře, b) výši odstupného, kterou je povinen zákazník cestovní kanceláři uhradit při odstoupení od cestovní smlouvy v případech stanovených tímto zákonem.

(3) Cestovní smlouva musí dále obsahovat:

a) jsou-li součástí zájezdu i další platby za služby, jejichž cena není zahrnuta v ceně zájezdu, údaje o počtu a výši těchto dalších plateb, b) je-li součástí zájezdu ubytování,

⁴³ Hulva, T. *Právo ochrany spotřebitele*, 1. vydání, Praha: ASPI a. s., s. 199.

⁴⁴ Hulva, T. *Právo ochrany spotřebitele*, 1. vydání, Praha: ASPI a. s., s. 201.

⁴⁵ § 852b občanský zákoník

jeho polohu, kategorii, stupeň vybavenosti a hlavní charakteristické znaky, c) je-li součástí zájezdu doprava, druh, charakteristiku a kategorii dopravního prostředku, údaje o trase cesty, d) je-li součástí zájezdu stravování, jeho způsob a rozsah, e) 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, f) jsou-li důvody pro stanovení podmínek, které musí účastník zájezdu splňovat, uvedení těchto podmínek a lhůtu, ve které může zákazník oznámit, že se zájezdu místo něho zúčastní jiná osoba, pokud jsou důvody pro její stanovení.

Další přehled důležitých práv a povinností cestovní smlouvy

Cestovní kancelář je oprávněna zvýšit cenu zájezdu, ta však nesmí být jednostranně zvýšena během 20 dnů před zahájením zájezdu. K navýšení ceny dojde, pokud se zvýší cena za dopravu včetně pohonných hmot, při změně plateb spojených s dopravou či při změně směnného kurzu české koruny stanovující cenu zájezdu v průměru o více než 10%.⁴⁶

Zákazník musí obdržet podrobné informace o všech skutečnostech zájezdu nejpozději 7 dnů před zahájením zájezdu. Jedná se zejména o údaje uvedené v §852b odst. 3 písm. a) až d), které se nevyskytují v cestovní smlouvě nebo v katalogu.⁴⁷

Zákazník má právo na záměnu osob. Místo zákazníka se zájezdu může zúčastnit jiná osoba uvedená v písemném oznámení.⁴⁸

Zákazník může odstoupit od smlouvy dle § 852e odst. 2 při změně cestovní smlouvy cestovní kanceláří. Maximální lhůta odstoupení od nové smlouvy zákazníkem je 5 dnů. Při zrušení zájezdu v době kratší než 20 dnů před termínem jeho zahájení, má cestovní kancelář povinnost uhradit pokutu 10% z ceny zájezdu.⁴⁹

⁴⁶ § 852c občanský zákoník

⁴⁷ § 852d občanský zákoník

⁴⁸ § 852f občanský zákoník

⁴⁹ § 852g občanský zákoník

Cestovní kancelář si uplatňuje právo na stornoplatek od zákazníka pro bezdůvodné odstoupení od smlouvy. Pokud povinnosti předepsané cestovní smlouvou poruší cestovní kancelář, je povinna bez zbytečného odkladu uhradit zákazníkovi všechny závazky, které vůči němu má.⁵⁰

V případě, že se chce cestovní kancelář zprostit odpovědnosti za škodu způsobenou odstoupením od cestovní smlouvy, musí dokázat, že došlo ke zrušení zájezdu v souladu s § 852b odst. 3 písm. e), nebo v důsledku neodvratitelné události, které nemohlo být zabráněno ani při vynaložení veškerého úsilí, které lze požadovat. Dále mohla být škoda způsobena zákazníkem nebo třetí osobou, které se zájezd netýká.⁵¹

Pokud cestovní kancelář nesplní své povinnosti řádně a včas, pak musí uplatnit zákazník své právo u cestovní kanceláře a to nejpozději do 3 měsíců od skončení zájezdu (pokud se zájezd neuskutečnil, tak ode dne, kdy měl skončit).⁵²

§ 852k poukazuje na povinnost cestovní kanceláře zařídit rychlou pomoc, pokud se zákazník dostane do nesnází. Z toho vyplývá, že pokud cestovní kancelář neposkytne služby cestovního ruchu zákazníkovi řádně a včas nebo zjistí, že mu služby nebude schopna poskytnout v plné výši, je povinna bez zbytečného odkladu a bezplatně provést následující opatření, při kterých bude zájezd pokračovat. Pokud zákazníkovi není schopna zajistit adekvátní náhradu škody ve službách cestovního ruchu, je povinna zákazníkovi vrátit rozdíl v ceně.⁵³

⁵⁰ § 852h občanský zákoník

⁵¹ § 852j občanský zákoník

⁵² §852i občanský zákoník

⁵³ § 852k občanský zákoník

6. Marketingový výzkum

Praktická část

Pro získání názoru spotřebitelů na úroveň ochrany spotřebitelských práv klientů v cestovním ruchu byl proveden marketingový výzkum. Výzkum byl proveden formou dotazníku distribuovaného elektronickou formou s využitím etapy před-výzkumu. Etapa před-výzkumu byla provedena a na otázkách nebyly shledány žádné problémy.

Výzkumnou otázkou bylo zjištění názoru respondentů na dodržování smluvních závazků cestovní kanceláře, resp. spokojenost klientů s kvalitou poskytovaných služeb produktů cestovního ruchu. Zpracovaný dotazník je rozdělen na tři části.

První část dotazníku je zaměřena na obecné otázky cestujících klientů, např. jak často jezdíte během roku na dovolenou, preferujete dovolenou v zahraničí, v jakém počtu členů jezdíte na dovolenou a další.

Nejdelší a pro nás nejdůležitější částí je druhá část dotazníku, která zkoumá, zda se cestující zajímají o svá práva z pohledu cestujících, zda znají podmínky cestovní smlouvy, jestli někdy reklamovali svůj zájezd apod.

Třetí část dotazníku zjišťuje obecné údaje o respondentech (pohlaví, věk, vzdělání, atd.). Pro lepší znázornění a čitelnost jsou výsledky dotazníkového šetření zpracovány do grafů a tabulek.

Distribuce dotazníků

Dotazníkový průzkum proběhl ve dnech 20. 1. 2012 – 17. 2. 2012 elektronickou formou na webovém portálu www.vyplnto.cz. Na dotazník byli respondenti upozorněni vlastní aktivitou na portálu www.vyplnto.cz nebo pomocí sociální sítě [facebook.com](https://www.facebook.com) a e-mailem. Celkem 136 respondentů zodpovídalo 18 otázek. Hodnoceno bylo téměř 90% dotazníků - odpovědí. Díky vyhodnocovacímu systému na portálu www.vypnto.cz došlo k automatickému vytvoření všech grafů, které jsou níže zobrazeny.

Dotazníkové šetření – vyhodnocení první části

První část dotazníku zahrnuje otázky 1. - 7., které jsou konkrétně zpracovány níže v tabulkách a grafech.

1. Jak často jezdíte během roku na dovolenou?

Na první otázku téměř polovina respondentů (47,79%) odpověděla, že na dovolenou jezdí jednou ročně. Více jak třetina respondentů 33,82% jezdí dvakrát ročně. Pouze 14,71% respondentů si může dovolit jezdit na dovolenou víckrát než dvakrát ročně. Pět respondentů nejede nikdy na dovolenou.

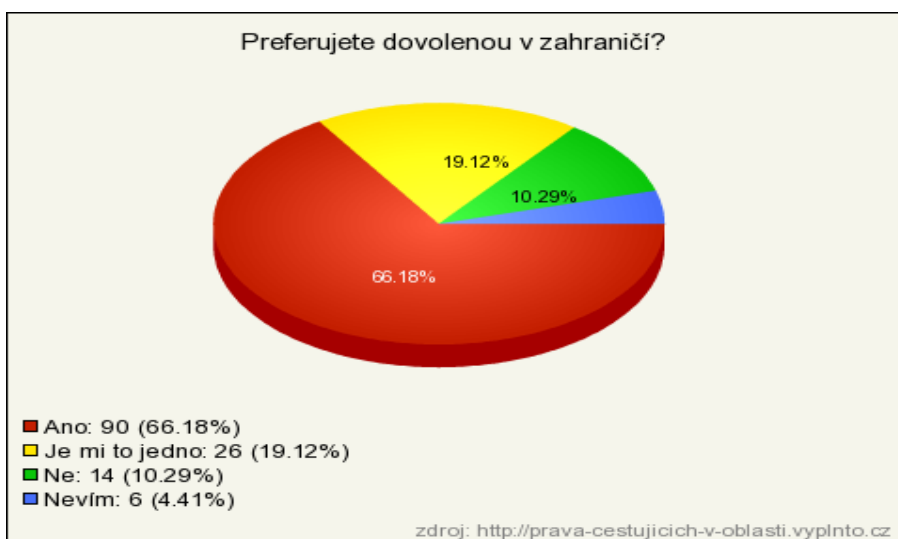
Tab. 1: *Jak často jezdíte během roku na dovolenou?*

Odpověď	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
1x ročně	65	47,79
2x ročně	46	33,82
Více než 2x ročně	20	14,71
Nikdy	5	3,68

2. Preferujete dovolenou v zahraničí?

Z grafu u otázky číslo dva je zcela patrné, že respondenti nejčastěji preferují zahraniční dovolenou. 26 respondentům je jedno, zda stráví dovolenou v České republice či zahraničí. 14 respondentů dává přednost dovolené strávené v České republice a 6 respondentů nezná svou odpověď, kde by raději trávili dovolenou.

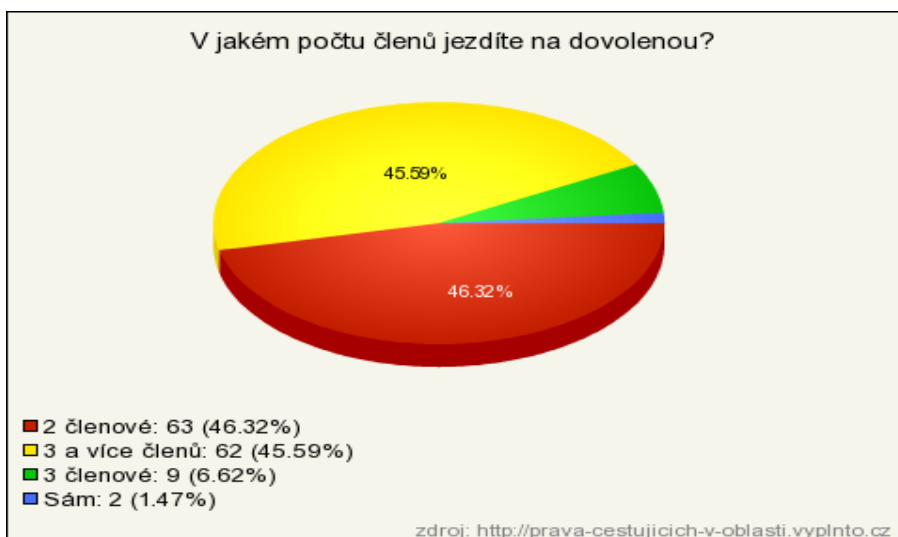
Graf 1: *Dovolená v zahraničí*



3. V jakém počtu členů jezdíte na dovolenou?

Následující graf u otázky číslo 3 nám ukazuje, že respondenti nejčastěji jezdí na dovolenou v počtu dvou členů (46,32%) a v počtu třech a více členů (45,59%). V tříčlenné skupině jezdí na dovolenou devět respondentů. Jen dva respondenti tráví dovolenou samostatně.

Graf 2: *Počet členů na dovolené*



4. Využíváte pravidelně služby konkrétní cestovní kanceláře?

(Navazuje otázka č. 5)

Pravidelné služby konkrétní cestovní kanceláře využívá pouhých 23 respondentů z celkového počtu 136 respondentů.

Graf 3: Služby konkrétní cestovní kanceláře



5. Pokud ano, uveďte příklad konkrétní cestovní kanceláře?

Z počtu 23 respondentů, kteří odpověděli, že využívají pravidelně služby konkrétní cestovní kanceláře, jich právě 15 z nich uvedlo odlišnou cestovní kancelář, kterými jsou například CK Kellner Písek nebo CK FIRO TOUR. Čtyři respondenti uvedli cestovní kancelář ČEDOK a další tři respondenti cestovní kancelář EXIM TOURS.

6. Na dovolenou jezdím?

Nejčastějším dopravním prostředkem, kterým lidé jezdí na dovolenou, je letadlo a automobil. Letadlo napsalo 46,32% respondentů a automobil napsalo 38,97% respondentů. Sedmnáct respondentů využívá k přepravě autobus. Pouze dva lidé jezdí na dovolenou vlakem a jen jeden člověk odpověděl, že na dovolenou jezdí stopem.

Tab. 2: Na dovolenou jezdím?

Odpověď	Počet respondentů	Počet respondentů v (%)
Letadlem	63	46,32
Autem	53	38,97
Autobusem	17	12,5
Vlakem	2	1,47
Jiná odpověď	1	0,74

7. Víte, jaký je rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou?

V otázce číslo 7, která byla zaměřena na rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou. Přesně dvě třetiny respondentů 67,65% zvolilo odpověď, že rozdíl zná. Zbýlých 32,35% respondentů neví, jaký je mezi nimi rozdíl.

Graf 4: Rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou



Dotazníkové šetření – vyhodnocení druhé části

8. Zajímáte se o své práva z pohledu cestujícího, když jedete na dovolenou?

Graf u otázky číslo 8 nám říká, že 96 respondentů se zajímá o svá práva z pohledu cestujícího. Z toho 33 respondentů se vždy zajímá o svá práva a 63 se spíše zajímá o svá práva. 26 se o svá práva spíše nezajímá a 8 respondentů se o svá práva vyloženě nezajímá. Posledních 6 respondentů nikdy nenapadlo zajímat se o svá práva cestujícího.

Graf 5: *Zajímáte se o svá práva*



9. Měli jste někdy problém s vaším zájezdem? (Navazuje otázka č. 10)

Necelá pětina cestujících, přesně 19,85%, měla někdy problém se svým zájezdem. Zbýlých 80,15% se zájezdem nikdy problém neměla.

Graf 6: *Problém se zájezdem*



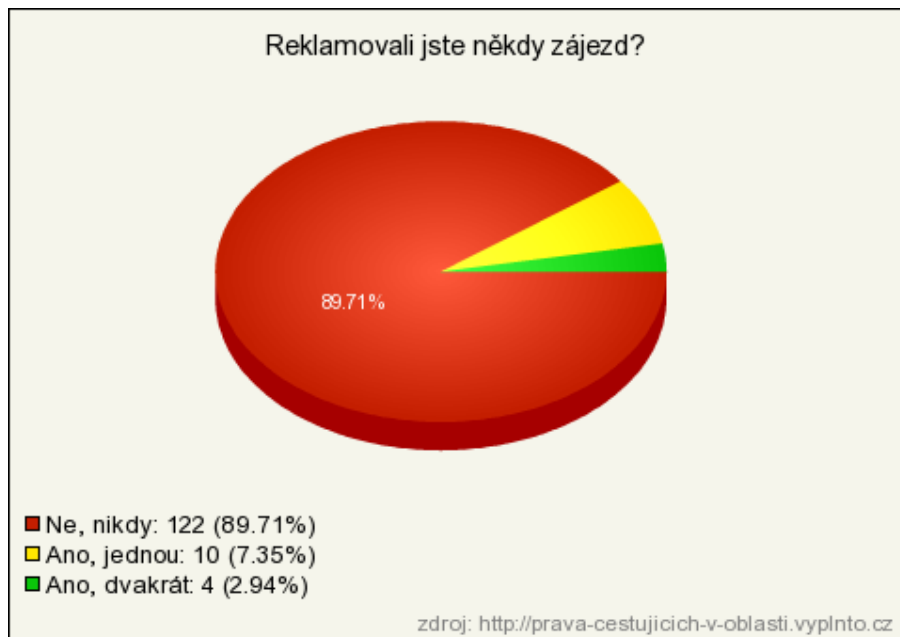
10. Pokud ano, uveďte prosím konkrétní příklad:

Z celkového počtu 27 respondentů, kteří měli problém se svým zájezdem, uvedlo 9 respondentů, že byli ubytováni v jiném hotelu, než v tom, který byl uveden v jejich cestovní smlouvě. Dalších 9 respondentů nebylo spokojeno se službami v hotelu, tyto služby nebyly odpovídající nabídce služeb katalogu. 6 respondentů mělo problém se zpožděním nebo odložením letu leteckou společností. Dva cestující přišli o svůj zájezd krachem společnosti a jen 1 respondent měl problémy s vybavením autobusu, které se neshodovalo s nabízeným vybavením autobusu cestovní kanceláře.

11. Reklamovali jste někdy zájezd?

Z celkového počtu 136 respondentů pouze 14 z nich mělo zkušenost s reklamací vlastního zájezdu. Deset respondentů reklamovalo zájezd jednou. Jen 4 respondenti museli reklamovat dvakrát zájezd. Ostatních 122 respondentů nikdy svůj zájezd nereklamovalo.

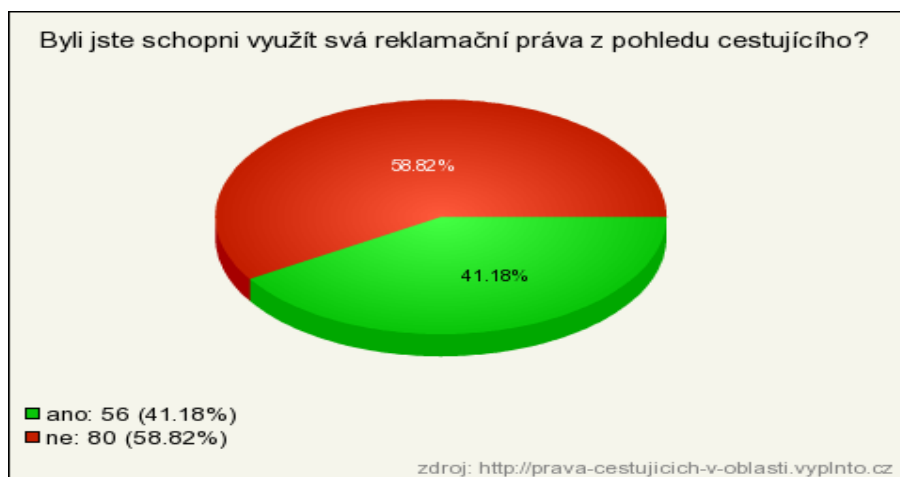
Graf 7: Reklamovali jste někdy zájezd



12. Byli jste schopni využít svá reklamační práva z pohledu cestujícího?

Celkem 58,82% dotazovaných nebylo schopno využít svá práva z pohledu cestujícího. Zbývajících 41,18% tato práva dokázala využít.

Graf 8: Reklamační práva



13. Znáte podmínky cestovní smlouvy? (Navazuje otázka č. 14)

Více než dvě třetiny, tj. 68,38% respondentů, nezná podmínky cestovní smlouvy.

Graf 9: Podmínky cestovní smlouvy



14. Pokud ano, **jaké náležitosti musí obsahovat cestovní smlouva, aby byla platná?**

Alespoň 2 podmínky vyjmenujte:

Na otázku číslo 14 odpovídalo celkem 43 respondentů, kteří znají některé podmínky cestovní smlouvy. Přehled nejčastějších odpovědí znázorňuje tabulka.

Tab. 3: *Podmínky cestovní smlouvy*

Odpověď	Počet odpovědí
Cena zájezdu	16
Termín ubytování	19
Místo pobytu	11
Způsob dopravy	4
Podpisy smluvních stran	7
Označení smluvních stran	21
Další platby za služby	4
Doklad o pojištění	10
Možnost odstoupení od smlouvy zákazníkem	5
Možnost odstoupení od smlouvy cestovní kancelář	2
Nabídka služeb	7
Reklamace zájezdu	3
Způsob a rozsah stravování	3

Z tabulky můžeme vidět podmínky cestovní smlouvy, které jsou respondentům nejvíce známy a těmi jsou označení smluvních stran (21 odpovědí), termíny zájezdu – jeho zahájení a ukončení (19 odpovědí) a cena zájezdu (16 odpovědí).

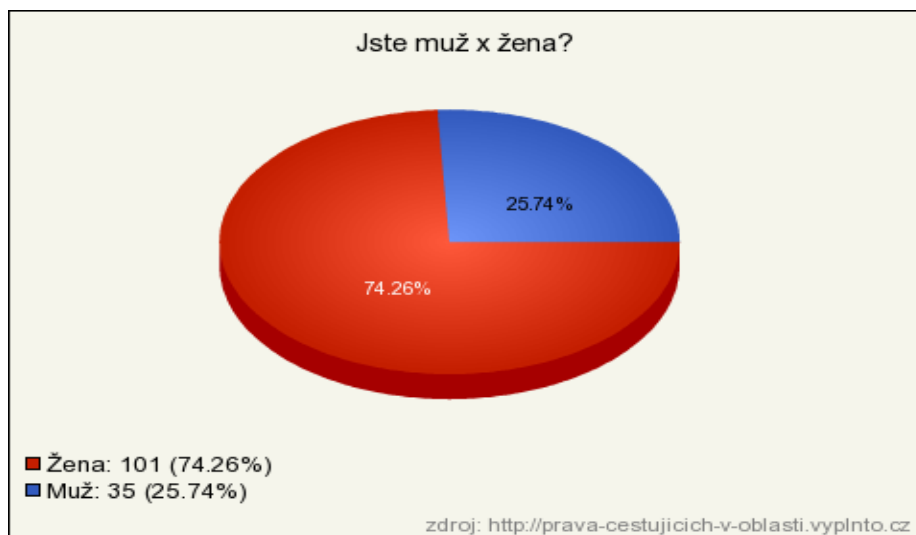
Dotazníkové šetření – vyhodnocení třetí části

Poslední čtyři otázky jsou formulovány tak, aby nám zjistily základní informace o respondentech.

15. Jste muž x žena?

Dotazování se zúčastnilo 101 žen a 35 mužů.

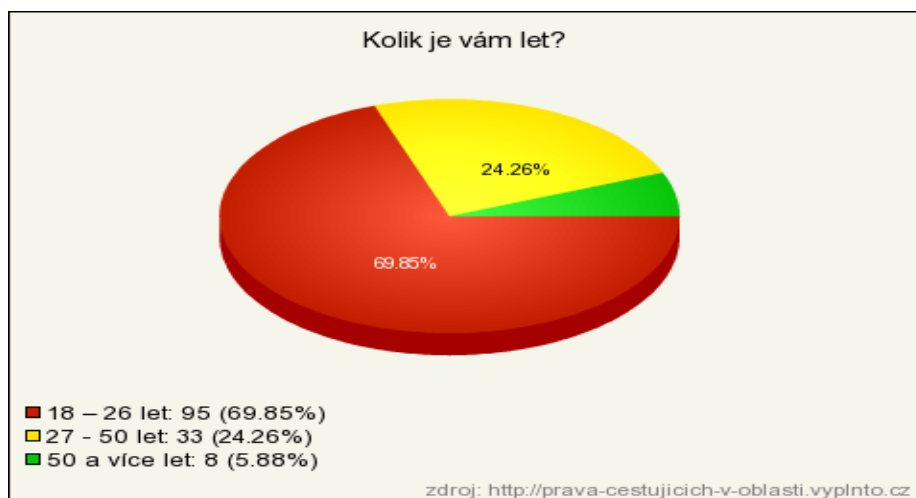
Graf 10: *Pohlaví*



16. Kolik je vám let?

Ve věkové kategorii 18 – 26 let odpovídalo na otázky 95 respondentů. 33 respondentů bylo zastoupeno mezi věkovou kategorií 27 – 50 let. Nad 50 a více let odpovídalo 8 respondentů.

Graf 11: *Věk*



17. Jaké je vaše zaměstnání?

Dotazování se nejvíce zúčastnilo studentů v počtu 55 respondentů a zaměstnanců v počtu 46 respondentů. Dále 16 pracujících studentů a 14 osob samostatně výdělečně činných.

Tab. 4: *Zaměstnání*

Odpověď	Počet respondentů	Počet respondentů v (%)
Student	55	40,44
Zaměstnanec	46	33,82
Pracující student	16	11,76
OSVČ	14	10,29
Na mateřské dovolené	2	1,47
Nezaměstnaný	2	1,47
Jiná odpověď	1	0,74

18. Jaké je vaše nejvyšší ukončené vzdělání?

V poslední otázce „Jaké je vaše nejvyšší ukončené vzdělání?“ odpovědělo 59 respondentů, že má dokončené středoškolské vzdělání. 48 respondentů dosáhlo vysokoškolského vzdělání a 28 respondentů má odborné vzdělání s maturitou. Jen jedním respondentem byl člověk s odborným vzděláním bez maturity.

Graf 12: Vzdělání



⁵⁴ Klavík, A. *Práva cestujících v oblasti ochrany spotřebitele cestovního ruchu* (výsledky průzkumu) [online]. [cit. 2012-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://prava-cestujících-v-oblasti.vyplnto.cz>>.

Shrnutí dotazníkového šetření

Sestavený a vyhodnocený dotazník nám zcela jistě nemůže dokonale nabídnout přesný pohled na danou situaci v oblasti ochrany spotřebitele z pohledu práv cestujících, protože se dotazování nezúčastnila celá široká veřejnost, a počet respondentů skončil na čísle 136. Ale může být pomocným náhledem či vodítkem pro další budoucí činnost, například rozvoje vzdělanosti občanů v rámci ochrany spotřebitele v cestovním ruchu.

První část dotazníku:

Polovina cestujících jezdí na dovolenou pouze jednou za rok, to je dle mého názoru ovlivněno především nedostatkem financí nebo volného času. Ve většině případů lidé preferují dovolenou v zahraničí před tuzemskou dovolenou. Nejraději cestují v párech nebo ve skupině o třech a více členech. Zajímavé je, že 82% dotazovaných nevyužívá služby konkrétní cestovní kanceláře, z čeho vyplývá, že kancelář volí dle aktuálně nejzajímavější nabídky. Nejvyužívanějším dopravním prostředkem k cestování je letadlo a automobil.

Druhá část dotazníku:

Druhá část, která analyzovala znalosti práv cestujících v oblasti cestovního ruchu, nám ukazuje, že lidé, kteří jedou na dovolenou, se zajímají o svá práva z pohledu cestujícího, pokud ale nastane problém, například reklamace, velká část tato práva nedokáže uplatnit. Velkým překvapením pro mne bylo, že z celkového počtu 136 respondentů jich 109 nemělo žádný problém se svým zájezdem a pouze 14 respondentů někdy svůj zájezd reklamovalo. Dle Občanského zákoníku musí každá cestovní smlouva obsahovat dané podmínky. Většina respondentů ale tyto podmínky vůbec nezná nebo si je neuvědomuje. Z těch, kteří tyto podmínky znají, největší část z nich uváděla označení smluvních stran, cenu a termín zájezdu.

Třetí část dotazníku:

Dotazování se zúčastnilo celkem 136 respondentů v poměru 101 žen a 35 mužů. Nejčastějšími respondenty byli lidé ve věku 18 – 26 let. Z celkového počtu respondentů bylo zastoupeno nejvíce studentů a lidí mající statut zaměstnance. Většina respondentů měla minimálně dosažené středoškolské vzdělání.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo popsat a vysvětlit principy spotřebitelské politiky v ČR a v EU. Tyto principy jsou obsaženy v prvních třech kapitolách. Po jejich zformulování jsem mohl položit základ práce a dále se propracovat hlouběji k problematice cestovního ruchu, kde byl nejprve vysvětlen rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou. Dále byla pozornost věnována popisu základních náležitostí cestovní smlouvy, které seznamují spotřebitele s jeho právy a povinnostmi v oblasti cestovního ruchu.

Důležitou součástí práce bylo provedení vlastního marketingového výzkumu formou dotazníkového šetření. Lidé pravidelně cestující na zahraniční dovolenou, většinou ve větším počtu členů. Nejraději volí za dopravní prostředek letadlo a automobil a nejsou věrni jedné cestovní kanceláři. Znalosti práv cestujících, kteří cestují na dovolenou, jsou nedostatečné. Jasným dokladem toho je, že většina z nich nezná podmínky cestovní smlouvy. Zde je patrné, že většina lidí si body v cestovní smlouvě nepřečte a dává přednost rychlému podpisu před prostudováním jednotlivých bodů ve smlouvě.

Na druhou stranu bylo velmi příjemným zjištěním, že lidé (až na pár výjimek) své zájezdy nereklamují a během nich neřeší žádné komplikace. Pravdou je, že pokud během dovolené nastane malý problém, například ve službách hotelu, tak málo kdo z nás chce tento problém řešit a kazit si jinak příjemnou dovolenou.

Dle mého názoru by mělo docházet ze strany cestovních kanceláří ke stále jednoduššímu a přehlednějšímu vytváření nových cestovních smluv, které si budou zákazníci ochotni celé pozorně pročíst. Dále bych téma cestovních smluv doporučil začlenit do několika hodin výuky vzdělávacího systému středních škol.

Díky neustálému vývoji nových technologií a lidské společnosti vše směřuje do rychlejšího životního tempa. Lidé často přehlížejí detaily a stávají se pohodlnými. Každý člověk má svá práva, která může využít a to nejen jako cestující, ale i jako osoba, která něco nakupuje a následně spotřebovává. Zda tato práva dokážeme uplatnit, je vždy jen na každém z nás.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Literární zdroje:

1. Horová, O., Ochrana spotřebitele, 1.vydání, Vysoká škola ekonomická v Praze, Praha: Ediční oddělení VŠE Praha, 2002, 138 s., ISBN 80-245-0290-9.
2. Hulva, T., Právo ochrany spotřebitele, 1. vydání, Praha: ASPI a. s., 360 s. ISBN 80-7357-172-2.
3. Janků, M. a kol. Základy práva pro posluchače neprávnických fakult. 2. přepracované a doplněné vydání, Praha: C.H.Beck, 2006, 656 s. ISBN 80-7179-499-6.
4. Srbová, A., Vojtko, V., Spotřebitelské teorie a realie, 1. vydání, České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Ekonomická fakulta, ediční středisko, 2011, 146 s. ISBN 978-80-7394-266-3.
5. Tomančáková , B., Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady, 1. vydání, Praha: Linde Praha a. s. - Právnické a ekonomické nakladatelství a knihkupectví Bohumily Hořínkové a Jana Tuláčka, 2008, 225 s. ISBN 978-80-7101-695-2.
6. Veber, J., Hůlová, M., Kořánková, H., Plášková, A., Řízení jakosti a ochrana spotřebitele, 2. aktualizované vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., Tiskárny Havlíčkův Brod, 2007, 204 s. ISBN 978-80-247-1782-1.
7. Poradce, s. r. o, Zákony II / 2010, 768s. ISSN 1802-8276.

Elektronické zdroje:

1. *Cestovní kancelář* [online]. 21. 3. 2012 [cit. 2011-23-11]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Cestovn%C3%AD_kancel%C3%A1%C5%99>.
2. *Cestovní smlouva* [online]. 1999-2011 [cit. 2011-22-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.epravo.cz/top/clanky/cestovni-smlouva-17436.html>>. ISSN 1213-189X.
3. *dTest* [online]. Občanské sdružení spotřebitelů TEST [cit. 2012-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>>.
4. *Evropská komise* [online]. Evropská unie, 1995-2012 [2011-06-11]. Dostupný z WWW: <http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/european-commission/index_cs.htm>.
5. *Informační centrum bezpečnosti potravin – RASFF* [online]. Ministerstvo zemědělství, 2011 [cit. 2011-09-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.bezpecnostpotravin.cz/stranka/system-rychleho-varovani-pro-potravinu-a-krmiva-%28rasff%29.aspx>>.
6. Blahušiak, I. *Instituce EU* [online]. Vláda České republiky, 2005-2012 [2011-05-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroskop.cz/76/sekce/instituce-eu/>>.
7. Knoblochová, V. *Vývoj ochrany spotřebitele v EU* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 23. 1. 2006 [2011-03-11]. Dostupný z www: <<http://www.mpo.cz/dokument7587.html>>.
8. *Kontrolní a auditní mise EU* [online]. Ministerstvo zemědělství, 2009-2011 [2011-06-11]. Dostupný z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/zahranicni-vztahy/cr-a-evropska-unie/kontrolni-mise-eu/>>.

9. O ČOI – *spolupráce s kontrolními orgány* [online]. Česká obchodní inspekce, 2010 [cit. 2012-13-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/ocoi/coi-spolupracuje/abc.html>>.
10. Ochrana spotřebitele v Evropské unii: *Deset základních pravidel* [online]. 17. 10. 2005 [cit. 2011-03-11]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebiteel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=101450&catid=93:zpravy-ze-svta&Itemid=372>.
11. Spotřebitel - *Co je RAPEX?* [online]. Česká obchodní inspekce, 2010 [cit. 2011-09-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/spotrebiteel/rapex.html>>.
12. Srbová, A. *Současný systém ochrany spotřebitele – Česká obchodní inspekce, Přednáška -prezentace v powerpointu* [cit. 2011-20-11].
13. *Strategie spotřebitelské politiky na unijní úrovni* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 25. 5. 2007, [cit. 2011-11-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/spotrebiteelska-politika/strategie-spotrebiteelske-politiky/1001146/44552/>>.
14. *Vývoj oblasti ochrany spotřebitele v EU od počátků v r. 1951 až do současnosti a jeho odraz v komunitární legislativě* [online]. 2007 [2011-03-11]. Dostupný z WWW:<[http://www.spotrebitele.info/vase-prava/karticka8848.html?als\[KID\]=2340559](http://www.spotrebitele.info/vase-prava/karticka8848.html?als[KID]=2340559)>.
15. *Zákon č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách cestovního ruchu - Úvodní ustanovení* [online]. 22. 5. 2000 [cit. 2011-22-11]. Dostupný z WWW: <<http://zam.opf.slu.cz/nemcansky/turakt/cr/zakon.html>>.
16. *Zákon o ochraně spotřebitele* [online]. HAVIT, s. r. o, 1998-2012 [cit. 2011-02-11]. Dostupný:WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/spotrebiteel/cast1.aspx>>. ISSN 1213-7235.

SEZNAM ZKRATEK

Apod. – a podobně

Atd. – a tak dále

Č. - číslo

Čl. – článek

Mil. – milion

Např. – například

Odst. – odstavce

Písm. - písmeno

Resp. – respektive

Sb. – sbírka zákonů

Tab. – tabulka

Tj. – to je

Tzv. – tak zvaná

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha – Dotazník

Příloha I.

Otázka č. 1 – Jak často jezdíte během roku na dovolenou?

- 1x ročně
- 2x ročně
- Více než 2x ročně
- Nikdy

Otázka č. 2 – Preferujete dovolenou v zahraničí?

- Ano
- Ne
- Nevím
- Je mi to jedno

Otázka č. 3 – V jakém počtu členů jezdíte na dovolenou?

- Sám
- 2 členové
- 3 členové
- 3 a více

Otázka č. 4 – Využíváte pravidelně služby konkrétní cestovní kanceláře?

- Ano
- Ne

Otázka č. 5 – Pokud ano, uveďte název cestovní kanceláře:

Otázka č. 6 – Na dovolenou jezdím?

- Autem
- Letadlem
- Autobusem
- Vlákem
- Jiná varianta

Otázka č. 7 – Víte, jaký je rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou?

- Ano
- Ne

Otázka č. 8 – Zajímáte se o svá práva z pohledu cestujícího, když jedete na dovolenou?

- Ano vždy
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nikdy mě to nenapadlo

Otázka č. 9 – Měli jste někdy problém s vaším zájezdem?

- Ano
- Ne

Otázka č. 10 – Pokud ano, uveďte prosím konkrétní příklad:

Otázka č. 11 - Reklamovali jste někdy zájezd?

- Ano, jednou
- Ano, dvakrát
- Ne, nikdy

Otázka č. 12 – Byli jste schopni využít svá reklamační práva z pohledu cestujícího?

- Ano
- Ne

Otázka č. 13 – Znáte podmínky cestovní smlouvy?

- Ano
- Ne

Otázka č. 14 - Pokud ano, jaké náležitosti musí obsahovat cestovní smlouva, aby byla platná? Alespoň 2 podmínky vyjmenujte:

Otázka č. 15 – Jste muž x žena?

Otázka č. 16 – Kolik je vám let?

- Méně než 18 let
- 18 – 26 let
- 27 – 50 let
- 50 a více let

Otázka č. 17 – Jaké je vaše zaměstnání?

- Student
- Zaměstnanec
- Pracující student
- OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná)
- Na mateřské dovolené
- Nezaměstnaný
- Jiná odpověď

Otázka č. 18 – Jaké je vaše nejvyšší ukončené vzdělání?

- základní
- odborné bez maturity
- odborné s maturitou
- středoškolské
- vysokoškolské