

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**PRIMERJALNA ANALIZA OBSTOJEČE IN PREDLAGANE
UREDITVE PAKETNIH POTOVANJ V EVROPSKI UNIJI**

Ljubljana, oktober 2016

MAJA GERČAR

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Maja Gerčar, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Primerjalna analiza obstoječe in predlagane ureditve paketnih potovanj v Evropski uniji, pripravljene v sodelovanju s svetovalcem izr.prof. dr. Mitjo Kovačem

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 24.10.2016

Podpis avtorice: _____

KAZALO

UVOD	1
1 EKONOMSKI POMEN TURIZMA	5
1.1 Ekonomski pomen turistične panoge v Sloveniji	7
1.2 Pomen turistične panoge v prihodnosti.....	7
2 VARSTVO POTROŠNIKOV	9
2.1 Klasična ekonomija	10
2.2 Behavioristična ekonomija.....	11
2.3 Pravno varstvo potrošnikov	13
3 DIREKTIVA O PAKETNEM POTOVANJU, ORGANIZIRANIH POČITNICAH IN IZLETIH	16
3.1 Definicija paketnega potovanja.....	17
3.2 Razlogi za sprejetje Direktive	19
3.3 Vsebina Direktive	19
3.4 Pravne praznine in nedorečenosti pri opredeljevanju paketnega potovanja	22
3.4.1 Vnaprej sestavljena kombinacija	22
3.4.2 Skupna cena.....	22
3.4.3 Nastanitev	23
3.4.4 Transport	23
3.4.5 Ostale turistične storitve, ki niso pomožne transportu ali namestitvi	24
3.5 Utemeljitev predloga nove direktive o paketnem potovanju	24
4 PRAVNA UREDITEV PAKETNEGA POTOVANJA V SLOVENIJI	27
4.1 Vsebina zakonodaje	27
4.2 Študije primerov v Sloveniji	31
4.2.1 Sprememba nastanitve	31
4.2.2 Neudeležba potovanja	31
4.2.3 Agencija je odpovedala potovanje.....	32
4.2.4 Izgubljena prtljaga na potovanju	32
4.2.5 Odpoved potovanja zaradi bolezni	33
4.2.6 Znižanje cene turističnega aranžmaja po nakupu	34
4.2.7 Nemiri v Egiptu – pravice potnikov	34
4.2.8 Sprememba datuma odhoda potovanja	35
4.2.9 Okvara ladje	35
4.2.10 Slabo vreme.....	36
4.2.11 Stavke letališkega osebja	37
4.3 Frankfurtska tabela	37

5 IDENTIFICIRANE POMANJKLJIVOSTI IN NEUČINKOVITOSTI OBSTOJEČE DIREKTIVE O PAKETNEM POTOVANJU	38
5.1 Nastanitev v hotelu.....	38
5.2 Stečaj letalskega prevoznika.....	39
5.3 Povezani potovalni aranžmaji.....	39
5.4 Preklic potovanja	40
5.5 Sprememba cene potovanja	40
6 REVIZIJA OBSTOJEČE DIREKTIVE O PAKETNEM POTOVANJU.....	40
6.1 Revizija direktive o paketnih potovanjih.....	41
6.2 Vsebina nove direktive.....	42
6.3 Primerjava členov stare in nove direktive	50
6.4 Storitve, za katere direktiva ne velja.....	52
7 ANALIZA SPREMEMB IN NORMATIVNI PREDLOGI IZBOLJŠAV	53
7.1 Ocene učinkov nove direktive	53
7.2 Proračunski stroški nove direktive.....	56
7.3 Institucionalni viri neučinkovitosti	57
7.3.1 Predpogodbene informacije	57
7.3.2 Prenos pogodbe o paketnem potovanju na drugega potnika	60
7.3.3 Sprememba cene	62
7.3.4 Učinkovitost in obseg varstva v primeru insolventnosti	64
7.4 Predlogi izboljšav.....	65
SKLEP	67
LITERATURA IN VIRI	69
PRILOGE	
KAZALO SLIK	
Slika 1: Napoved rasti turistične panoge do leta 2030	8
Slika 2: Vrste počitniških paketov v EU.....	42

SEZNAM TUJK, UPORABLJENIH V MAGISTRSKI NALOGI:

Package travel – paketno potovanje

Dynamic package – dinamični paket

Cost-benefit analysis – analiza stroškov in koristi

Behavioral Law and Economics – vedenjska ekonomska analiza prava

Rent-a-car – najem avtomobila

All-inclusive – vse vključeno (ponudba zajema vse, kar hotel ponuja)

Fly & drive počitnice – letalska karta in najem avtomobila

B2C – razmerje podjetje-potrošnik

Yield management – upravljanje z donosi

Market of lemons – trg limon

UVOD

V veljavo kmalu stopa nova direktiva o paketnih počitnicah, in sicer Direktiva 2015/2302 Evropskega parlamenta in Sveta o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih. Veljati bo začela 1. julija 2018. Direktiva določa več pomembnih pravic potrošnikov v povezavi s paketnim potovanjem. Stara direktiva je bila potrebna revizije, saj je bila sprejeta že leta 1990, trg pa se je medtem razvijal, spreminjal in prišlo je do kar nekaj zakonodajnih vrzeli, ki jih je bilo treba zapolniti. Danes so paketna potovanja zelo razširjen način potovanja, saj organizator potovanja poskrbi za nastanitev, prevoz in druge turistične storitve, vse to za enotno ceno. Prav zaradi razširjenosti paketnih počitnic je pomembna urejenost tega področja tudi s pravnega vidika, zato sem se odločila za analizo zakonodaje, ki ureja to tematiko. Verjamem, da je regulacija paketnih počitnic učinkovita, verjetno pa so še mogoče izboljšave, katere bom po analizi zakonodaje tudi predlagala.

Od leta 1960 naprej je bilo paketno potovanje v velikem porastu (Bray, 2001). V turističnem terminološkem slovarju je navedeno, da je organizirano potovanje: »Turistični proizvod, ki ga turistični ponudniki oblikujejo kot turistični paket in vključuje daljšo pot ali premikanje iz kraja v kraj z več različnimi nastanitvami izven stalnega bivališča z namenom razvedrila, zabave, sprostitve in/ali izobraževalnim namenom. Organizatorji in prodajalci organiziranih potovanj so dolžni zagotoviti natančne in popolne informacije o rezerviranih organiziranih potovanjih in izpolnjevati pogodbene obveznosti iz pogodbe, ki jo z njimi sklene potrošnik« (Mikolič, 2011).

Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o varstvu potrošnikov (Ur.l. RS št. 78/11, v nadaljevanju ZVPot-E) pa definira paketno potovanje kot »turistični aranžma«. Turistični aranžma je vnaprej dogovorjena kombinacija dveh ali več naslednjih storitev, ki jih organizator potovanja ali prodajalec ponudi v prodajo in prodaja po skupni ceni, če storitev traja več kot štiriindvajset ur ali vključuje nastanitev čez noč:

- prevoza,
- nastanitve in
- drugih turističnih storitev,

ki ne spadajo v prevoz ali nastanitev in predstavljajo pomemben del turističnega aranžmaja (ponudba jedi, obisk prireditev, ogled naravnih in kulturnih znamenitosti in podobno).

Področje varstva potrošnikov na ravni Evropske unije (v nadaljevanju EU) urejajo številne direktive. S spremembami direktiv želi Evropska komisija preprečiti, da bi različna pravila kot posledica minimalnega usklajevanja negativno učinkovala na notranji trg in spodbuditi zaupanje v čezmejno prodajo (Trstenjak, 2009).

Cilj zakonodaje je zagotoviti potrošnikom dovolj informacij, da bi se lahko učinkovito odločili (sprejeli ekonomsko učinkovito nakupno odločitev), torej maksimirali svoje zadovoljstvo oziroma blaginjo (Zajc & Markelj, 2015). Ker je potrošnik načeloma šibkejša stranka z manj (nepopolnimi) informacijami, mu mora pravo dati to moč, da sta stranki v

praksi enako zaščiteni in enakovredni. Evropsko pravo skuša vzpostaviti ravnotežje med zaščito potrošnika in prodajalca (Trstenjak, 2009).

Evropska unija stremi k izpopolnitvi notranjega trga, katerega velik del je ravno turistični sektor. Poenotenje zakonodaje na področju paketnih počitnic je bilo potrebno, saj to pomaga pri večji produktivnosti in rasti gospodarstva, torej se povečuje družbena blaginja (Evropska komisija, 2015).

Direktiva o paketnih potovanjih, organiziranih počitnicah in izletih (90/314/EGS) (Ur.l. EU št. 13/ZV.10) je bila sprejeta že leta 1990, zato so se v letu 2013 začeli pogovori o reformah oz. spremembah v direktivi, saj so se na trgu potovanj spremenili trendi, čemur pa se mora prilagoditi tudi direktiva, da bo zakonsko zaščitila kar največ potrošnikov. Maja 2015 je bila potrjena reforma o Direktivi o paketnih potovanjih, organiziranih počitnicah in izletih (90/314/EGS) (Ur.l. EU št. 13/ZV.10), ki pa naj bi okrepila pravice potrošnikov zlasti pri kupovanju preko spleta in zajela tudi nove oblike rezervacij (npr. kombinirani potovalni aranžma). S predlagano direktivo bi se sedanje varstvo pri klasičnih potovalnih paketih, ki jih pripravljajo organizatorji potovanj ali potovalne agencije, razširilo tudi na potovalne pakete, kombinirane po želji potrošnika (Svet Evropske unije, 2015).

Glavni cilj Direktive je prispevati k boljšemu delovanju B2C notranjega trga in doseči visoko raven varstva potrošnikov s približevanjem pravil o turističnih paketih (Commission of the European communities, 2008).

Za lažjo ponazoritev problema, s katerim se bom v magistrskem delu srečevala, si pomagajmo z naslednjo situacijo. Za primer vzemimo, da smo kupili letalsko vozovnico preko letalske družbe, ki je šla potem v stečaj. Ali nam v omenjenem primeru pripada denarno nadomestilo? Še bolj se zaplete v primeru, če smo poleg letalske vozovnice kupili tudi nastanitev preko prijateljske strani letalskega prevoznika (na strani letalskega prevoznika so nas usmerili na stran določenega hotela). Ali v primeru, da z nastanitvijo nismo zadovoljni, odgovarja samo hotel, ali je odgovornost tudi na strani posrednika, v našem primeru letalskega prevoznika, ki nas je napotil na njihovo spletno stran?

V magistrskem delu se bom osredotočila na primerjalno analizo med Direktivo o paketnih potovanjih, organiziranih počitnicah in izletih (90/314/EGS) (Ur.l. EU št. 13/ZV.10) in njeno naslednico, Direktivo o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih 2015/2302.

Namen magistrskega dela je na osnovi teoretičnih in znanstvenih izhodišč analizirati sedaj veljavno direktivo o paketnih potovanjih in poiskati njene morebitne institucionalne slabosti in pomanjkljivosti ter jo primerjati (in analizirati) s predlagano novo direktivo za potrošnike in turistično gospodarstvo. Na koncu bom analizirala predlagane spremembe ter podala nabor normativnih predlogov za izboljšanje sedanje in prihodnje ureditve paketnih potovanj v Evropski uniji.

Cilji: Kot cilj magistrskega dela bom identificirala institucionalne vire neučinkovitosti ter definirala morebitna tveganja tako za turistično gospodarstvo kot za potrošnike. Na podlagi

preučitve obstoječe direktive ter predloga nove direktive, ki ureja to področje, bom podala predloge za morebitne izboljšave zakonodaje na področju paketnih potovanj in navsezadnje s pomočjo spoznanj behavioristične ekonomike odgovorila na vprašanje, ali je regulacija na tem področju sploh potrebna. S tem bom odgovorila na raziskovalna vprašanja:

- Kako bo nova Direktiva o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih 2015/2302 vplivala na obstoječo jurisprudenco in sodno prakso?
- Ali direktiva kot pravno sredstvo varstva potrošnikov spodbuja potrošnike in ponudnike storitev k produktivnemu vedenju ali pa namesto tega vzpostavlja spodbude za moralni hazard in oportunitizem?
- Ali Direktiva o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih 2015/2302 vzpostavlja učinkovito institucionalno okolje ter pospešuje in povečuje družbeno blaginjo in alokacijsko učinkovitost (tako na strani potrošnika, kakor na strani ponudnika)?
- Kakšen bo vpliv nove Direktive o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih 2015/2302 na turistično gospodarstvo, bo prispevala k rasti turistične panoge ali jo bo zavirala in onemogočala?

Magistrsko delo bo temeljilo na znanstveno-raziskovalnem pristopu teoretičnega raziskovanja. Med splošno teoretične metode spada tudi deskriptivna metoda, ki pomeni preučevanje na nivoju opisovanja dejstev, odnosov in procesov brez vzročnega razlaganja (Zelenika, 2000). Osnovni del magistrskega dela bo temeljil na deskriptivnem pristopu ter preučitvi in smiselnem združevanju domače in tuje literature na tematiko paketnih potovanj. Uporabila bom kvalitativno analizo, katere podatki se nanašajo na značilnosti pojava, ki so izražene nenumerično, opisno (Ograjenšek, Pfajfar, & Bregar, 2009). Kvalitativne podatke bom pridobivala iz že obstoječih virov (sekundarni podatki). Po besedah Ograjenšek, Bregar in Bavdaž (2005) lahko pri iskanju sekundarnih podatkov uporabimo vsebinski ali institucionalni pristop. Pri vsebinskem pristopu iščemo vire sekundarnih podatkov s pomočjo ključnih besed, pri institucionalnem pa z iskanjem začnemo pri institucionalnih ponudnikih sekundarnih podatkov (npr. Svetovna turistična organizacija, v nadaljevanju UNWTO¹). Uporabljala bom oba pristopa.

V nadaljevanju bom z uporabo najnovejših izsledkov klasične in behavioristične ekonomije analizirala spremembe med staro in novo direktivo o paketnih potovanjih in predlagala možne izboljšave.

Eden izmed metodoloških pristopov, ki izhaja in uporablja predpostavke in izsledke klasične ekonomije, je ekonomska analiza prava. Ekonomska analiza prava oziroma *pravnaekonomija* je v zadnjih petdesetih letih postala ena izmed najuspešnejših pravnih in

¹ Svetovna turistična organizacija (angl. United Nation World Travel Organization – UNWTO) je agencija Organizacije Združenih narodov in ima sedež v Madridu, Španija. Je vodilna mednarodna organizacija, ki ima odločilno in osrednjo vlogo pri spodbujanju razvoja odgovornega, trajnostnega in splošno dostopnega turizma. Deluje kot svetovalno telo in oblikuje smernice za razvoj turizma v državah članicah ter zbira statistične podatke o trendih v turizmu. Med 156 članicami je tudi Slovenija.

raziskovalnih disciplin, katere glavni cilj je s pomočjo analize spodbud, tveganj in transakcijskih stroškov najti kar je mogoče »dobra« in učinkovita pravna pravila (Posner, 2001). Vendar pa ekonomska analiza prava ne glede na to vsebinsko osredotočanje zagotavlja tudi čisto konkretna normativna priporočila za neposredno izboljšavo dikcije pravnih norm (De Geest, 2001). Ta zmožnost podajanja konkretnih priporočil pa izhaja iz mnogokrat spregledanega dejstva, da zakonodajalec takrat, ko je soočen z alternativnimi rešitvami (normami), po navadi tehta med prednostmi in slabostmi predlaganih alternativnih rešitev (norm). Zato lahko navsezadnje tudi dosti natančneje razloži dejanske zakonodajalčeve rešitve in posledično tudi same zakonske norme (Kovač, 2009). Poskuša izboljšati zakone (pravo) z upoštevanjem že obstoječih ali predlaganih zakonov, ki imajo nenamerne ali nezaželene posledice bodisi na ekonomsko učinkovitost, razdelitev dohodka in bogastva ali druge vrednosti (Posner, 1998).

Ekonomska analiza prava se lahko opredeli kot uporaba ekonomske teorije in metod ekonometrije z namenom, da preuči tvorbo, strukturo, procese in vpliv prava in pravnih institucij (Rowley, 1999). Preučuje se predvsem način, kako so nastala pravna pravila in njegovi učinki (Kerkmeester, 1999). Velja tudi poudariti, da je pravo v očeh pravnikarja – ekonomista ne samo sofisticiran mehanizem ex post razreševanja (preteklih) sporov, ampak predvsem dovršen sistem ex ante zagotavljanja primernih spodbud in motivov (*incentives*) za spreminjanje in/ali doseganje družbeno želenega obnašanja ljudi in ostalih pravnih subjektov. Povedano drugače: pravni sistem je nabor pravnih pravil in sankcij, ki usmerjajo človekovo obnašanje v družbeno zaželene smeri. Ozko gledano ekonomska analiza prava namreč ni samostojna pravna doktrina, ampak predvsem metoda, katere cilj je oplemenitenje in izboljšanje dosedanje pravne znanosti ter spodbujanje nadaljnje poglobljene znanstvene razprave (Kovač, 2009).

Ekonomska analiza prava se lahko izvede v pozitivni ali normativni smeri. Pozitivna analiza je opis prava in njegovih učinkov ter pojasnjuje in napoveduje njegove učinke (Cooter & Ulen, 2005; Posner, 2003b). Pripomore k lažji odločitvi, katero pravno pravilo bo bolj učinkovito. Rezultati pozitivne analize pa se lahko uporabijo tudi pri normativni analizi, saj pomagajo pri nastajanju učinkovitih pravnih pravil (Pacces & Visscher, 2011). Rezultati pozitivne analize so napovedi, kako se bodo ljudje odzvali na določeno pravno pravilo, kar privede do diskusije, kakšno naj pravo sploh bo. Normativna ekonomska analiza pa glede na cilje politike predlaga priporočila za politiko prava (Pacces & Visscher, 2011).

V magistrskem delu preučujem paketa potovanja ter zakonodajo, ki ureja to področje. Najprej predstavim ekonomski pomen turizma, saj ta kot gospodarska dejavnost ustvarja rast in delovna mesta v Evropski uniji. Po oceni Svetovnega turističnega in potovalnega sveta (angl. *World travel and tourism council*, v nadaljevanju WTTC, 2015) turizem v Sloveniji ustvarja skoraj 13 % bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju BDP), zato podpoglavje posvetim ekonomskemu pomenu turistične panoge v Sloveniji ter vlogi turizma v prihodnosti. V naslednjem poglavju obravnavam varstvo potrošnikov, saj je razumevanje pravne regulacije potrošnika na ravni Evropske unije bistveno za nadaljnja poglavja. S pomočjo klasične ekonomije in behavioristične ekonomije v nadaljevanju

odgovorim na vprašanje o potrebi pravne regulacije na področju varstva potrošnikov. V tretjem poglavju se posvetim Direktivi o paketnem potovanju, ki je osrednja tema magistrskega dela. Najprej definiram, kaj paketno potovanje sploh pomeni, nato opišem razloge za sprejetje direktive ter vsebino direktive. Ker so se skozi leta od sprejetja stare direktive leta 1990 pokazale pomanjkljivosti in nedorečenosti pri opredeljevanju paketnega potovanja, se v naslednjem podpoglavju posvetim ravno tem pravnim prazninam. Prišlo je do predloga nove direktive o paketnih potovanjih, zato se razlogom za revizijo posvetim v zadnjem podpoglavju. Temu sledi 4. poglavje, kjer opišem pravno ureditev paketnih potovanj v Sloveniji, ki so urejena z Zakonom o varstvu potrošnikov. Opišem vsebino členov, ki urejajo to področje, ter navedem nekaj slovenskih primerov, kjer so imeli potrošniki težave pri nakupu počitnic in na katere zakonodajne člene se lahko sklicujejo. Frankfurtska tabela je sistem zniževanja turističnih aranžmajev v primeru neizpolnjevanja pogodbe, ki jo na kratko predstavim v zadnjem podpoglavju. V sledečem poglavju identificiram pomanjkljivosti in neučinkovitosti obstoječe direktive o paketnih potovanjih. Ker so bile identificirane številne pomanjkljivosti Direktive 90/314/EGS, je nastala potreba po reviziji direktive. Pri posameznem primeru so navedene neučinkovitosti in pravna praksa Direktive 90/314/EGS, s komentarji, kakšno pravno podlago bi pri posameznem primeru imeli z novo Direktivo o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih 2015/2302. V naslednjem se posvetim reviziji obstoječe direktive o paketnem potovanju, kjer na začetku opišem razloge za revizijo direktive ter vsebino direktive. Ker se stara in nova direktiva razlikujeta, v nadaljevanju primerjam zakonodajne člene stare direktive z ustreznimi členi nove direktive. Storitve, za katere pa direktiva ne velja, so določene na koncu poglavja. V zadnjem poglavju se posvetim analizi sprememb. Začenjam z ocenami učinkov nove direktive, ki jih je Evropska komisija analizirala pred njenim sprejetjem. Sledijo proračunski stroški direktive ter institucionalni viri neučinkovitosti, kjer s pomočjo izsledkov klasične in behavioristične ekonomije analiziram določene člene direktive. Magistrsko delo zaključim s predlogi izboljšav na področju pravne regulacije paketnih potovanj.

1 EKONOMSKI POMEN TURIZMA

Turizem je pomembna gospodarska dejavnost z zelo pozitivnim vplivom na gospodarsko rast in zaposlovanje v Evropi. Hkrati ima vse pomembnejše mesto v življenju evropskih državljanov, saj ti vedno več potujejo, tako poklicno kot zasebno. Turizem pa ni povezan le s kulturno in naravno dediščino, temveč tudi s tradicionalnimi in sodobnimi kulturami Evropske unije, ter odlično ponazarja potrebo po uravnoteženju gospodarske rasti s trajnostnim razvojem, vključno z etično razsežnostjo. Prav tako lahko pomembno prispeva h krepitvi podobe Evrope v svetu ter je sredstvo za širjenje naših vrednot in privlačnosti evropskega modela, ki je sad stoletnih kulturnih izmenjav, jezikovne različnosti in ustvarjalnosti (Evropska komisija, 2010). Turizem spada med najpomembnejše veje gospodarstva na svetu. Velikokrat je označen kot ena izmed najbolj »ekoloških« panog v gospodarstvu, saj temelji na naravnih virih, še posebej na pokrajini. Je dobra alternativa industriji ali intenzivni agrikulturi ter ponuja veliko možnosti za trajnostni razvoj

(Zielińska, 2008). V zadnjih nekaj letih se je izkazalo, da je turizem zelo močna panoga, ki precej prispeva k okrevanju ekonomije svetovnega gospodarstva. Turistični izvoz ustvarja ogromne prihodke, hkrati pa turizem neposredno in posredno zaposluje veliko število ljudi, kar velja še posebno za Evropo (UNWTO, 2015b). Turizem kot gospodarska dejavnost ustvarja rast in delovna mesta v Evropski uniji, prispeva k razvoju ter krepi ekonomsko in socialno povezanost, zlasti na podeželju, hribovitih in obalnih območjih, otokih, v oddaljenih in najbolj oddaljenih regijah ter konvergenčnih regijah (Evropska komisija, 2010). Potovanja in turistično gospodarstvo sta v letu 2014 ustvarila 7,6 bilijonov dolarjev, kar znaša 10 % svetovnega BDP. Zaslužna sta tudi za 277 milijonov delovnih mest (1 od 11 delovnih mest je v turističnem gospodarstvu) (WTTC, 2015). Po podatkih UNWTO (2015a) so mednarodni prihodi turistov v letu 2014 dosegli 1,138 milijard turistov, kar je 4,7 % več kot leto prej. V letošnjem letu 2016 napovedujejo, da se bo trend rasti mednarodnih prihodov še nadaljeval, in sicer za 4 % (UNWTO, 2016).

Podatki kažejo, da so vse svetovne regije v letu 2014 beležile rast. Svetovni regiji, ki sta v letu 2014 dosegli največjo rast, sta bili Amerika (+ 7 %) ter Azija in Pacifik (+ 5 %). Malo skromnejšo rast pa so dosegle Evropa, Bližnji Vzhod (+ 4 %) ter Afrika (+ 2 %). V Evropi vodijo sub-regije Južna, Severna in Mediteranska Evropa s 7-odstotno rastjo. Najbolj obiskana regija še vedno ostaja Evropa, saj se več kot polovica svetovnega mednarodnega turizma odvija v Evropi. Skupno je v letu 2014 dosegla 588 milijonov prihodov mednarodnih turistov (+ 22 mio prihodov v 2014). V Aziji in Pacifiku ter v celotni Ameriki so prihodi turistov narasli za 13 milijonov, na Bližnjem Vzhodu za 2 milijona, v Afriki pa je bilo približno 1 milijon več turistov kot leta 2013. Povečano povpraševanje po zračnem transportu je povečalo dobičkonosnost letalskih družb. Najhitreje rastoči trg z vidika zračnega transporta ostaja Bližnji Vzhod, vodilna regija pa je, s porastom 6,7 % glede na leto 2013, Azija in Pacifik, ki naredi 31 % celotnega prometa. Na drugem mestu sta Evropa (27 %) in Severna Amerika (25 %) (UNWTO, 2015a).

Leta 2014 so se mednarodni turistični prihodi na svetovni ravni povečali za 4,3 % in s tem dosegli 1.133 milijonov prihodov, kar je rekordno število. Največjo rast je beležila Amerika z 8-odstotno rastjo v mednarodnih turističnih prihodih, sledi ji Azija in Pacifik ter Srednji vzhod (oba kontinenta z rastjo 5 %). Na evropski ravni so se mednarodni turistični prihodi leta 2014 glede na leto 2013 povečali za 2,7 % (kar znaša 582 milijonov turističnih prihodov) (UNWTO, 2015a). Po podatkih UNWTO so napovedi za leto 2016 najboljše za Azijo in Pacifik (rast za 4 do 5 %) in za obe Ameriki (prav tako 4 do 5 %). Sledi jima Evropa z rastjo 3,5 do 4,5 %, Srednji vzhod (2 do 5 %) in Afrika (2 do 5 %) (UNWTO, 2016). Trendi, ki sooblikujejo okolje v potovalni dejavnosti, so številni. Megatrendi, ki močno zaznamujejo potovalno dejavnost, so (Nemec Rudež, 2013):

- globalizacija, ki povzroča, da so razlike v socio-kulturnem življenju in gospodarstvu vedno manjše;
- demografske spremembe in staranje gospodarstva;
- boljši dostop do informacijsko-komunikacijskih tehnologij (internet, mobilni telefoni, GPS naprave ...);
- v ospredju je iskanje doživetij in kakovosti storitev;

- proizvodi se prilagajajo potrošniku;
- usmerjenost v trajnostni razvoj s skrbjo za okoljsko onesnaževanje in klimatske spremembe, socialno blaginjo;
- razvoj nizkocenovnih poslovnih modelov, ki delujejo na osnovi ponudbe le osnovnih elementov oz. odpravljanja določenih elementov ponujenega proizvoda;
- čedalje več ljudi skrbi za svoje zdravje in dobro počutje, zato so poudarki na zdravem življenju in wellnessu.

1.1 Ekonomski pomen turistične panoge v Sloveniji

Po oceni Svetovnega turističnega in potovalnega sveta (WTTC, 2015) turizem v Sloveniji ustvarja skoraj 13 % BDP. Po besedah Javne agencije Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (v nadaljevanju SPIRIT) je turizem zelo pomembna izvozna dejavnost, ki v plačilni bilanci Slovenije zajema 8 % celotnega izvoza in približno 40 % izvoza storitev (Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije, 2015). Po podatkih Banke Slovenije (2015) se je priliv iz naslova izvoza potovanj v letu 2014 povečal za 0,35 % v primerjavi z letom 2013. Turizem je tudi edina izvozna dejavnost, ki izvažata davek na dodano vrednost (v nadaljevanju DDV), v proračun pa prispeva 240 milijonov davka na dobiček in daje 45.000 delovnih mest (Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije, 2015). Prebivalci Slovenije, stari 15 let ali več, so se v letu 2013 odpravili na 4,6 milijona turističnih potovanj. Po podatkih SURS (2014) je 90,9 % domačega prebivalstva letovalo zasebno, poslovnih potovanj je bilo 9,1 %. Kar 61 % prebivalcev Slovenije se je udeležilo vsaj enega zasebnega potovanja. Od skupaj 4,2 milijona zasebnih potovanj je bilo 54 % potovanj v tujino. Največkrat je bila cilj zasebnih potovanj v tujino Hrvaška (kar 62 %). V letu 2013 je bilo v turističnih nastanitvenih objektih v Sloveniji zabeleženih 3,4 milijona prihodov turistov in 9,6 milijona njihovih prenočitev. 64 % prenočitev so turisti ustvarili v hotelih in podobnih nastanitvenih objektih, 14 % v kampih, 22 % pa v drugi nastanitvenih objektih (SURS, 2014). Leta 2013 so tuji turisti v Sloveniji ustvarili 6 milijonov prenočitev, domači turisti pa 3,6 milijona prenočitev. V letu 2013 so tuji turisti ustvarili za 11 % več, domači pa za 9 % manj prenočitev kot v letu 2008. Tuji turisti so ustvarili 62 % vseh prenočitev v turističnih nastanitvenih objektih. Polovico prenočitev tujih turistov so ustvarili turisti iz Italije, Avstrije, Nemčije, Ruske federacije in Nizozemske (SURS, 2014).

Po podatkih SURS (2014) je v obdobju 2008 do 2013 najbolj upadlo število prenočitev britanskih, hrvaških in italijanskih turistov, število prenočitev ruskih srbskih in belgijskih turistov pa je naraslo. Slovenijo obišče vedno več turistov iz neevropskih držav. Od leta 2008 do leta 2013 so je število njihovih prenočitev povečalo za 48 % (s 409.000 na 607.000).

1.2 Pomen turistične panoge v prihodnosti

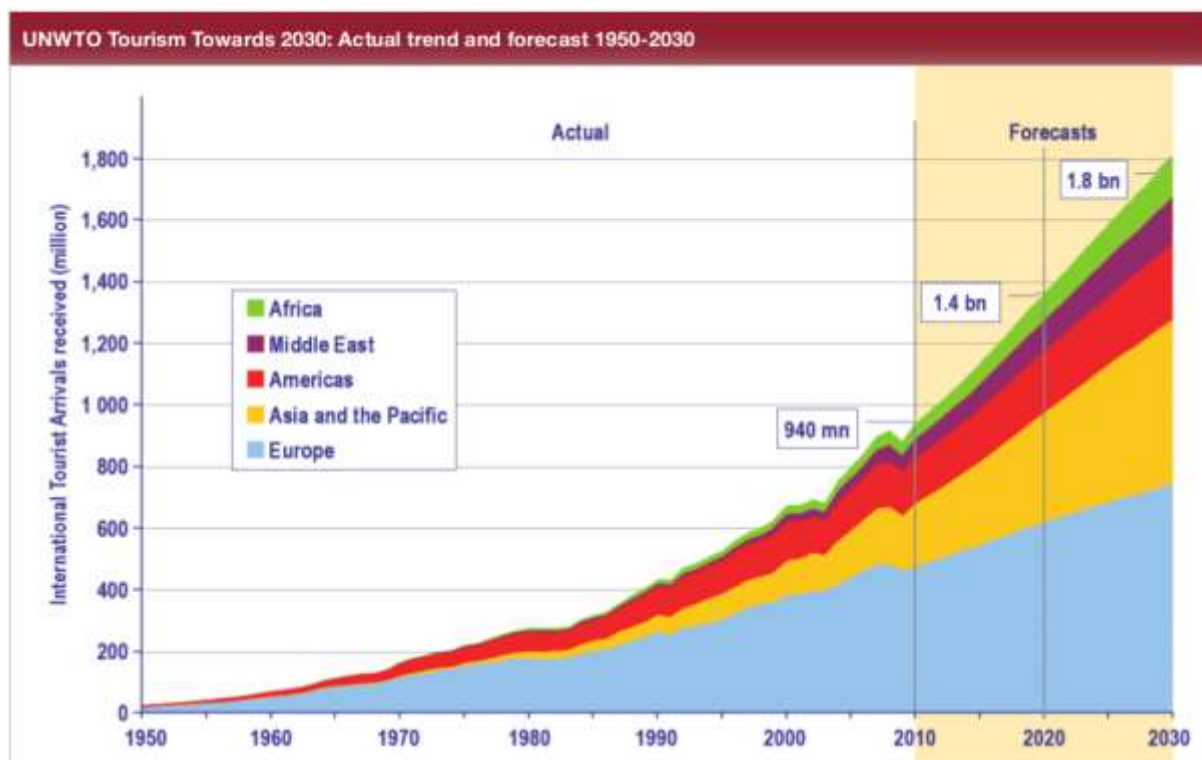
Turistična in potovalna industrija v prihodnosti bo postala trajnostno naravnana in odgovorna, s poudarkom na ohranjanju identitete, kulture, ki bo priznavala tisto, kar je

edinstveno, in ki bo ohranjala tisto, kar je drugačno. Glavni trendi v prihodnosti bodo (Slovenska turistična organizacija, 2015):

- manj letov in več izletov v bližnje destinacije;
- bolj poglobljen odnos z destinacijami, katere bomo obiskali;
- v ospredju bodo individualne in naše notranje motivacije za potovanja;
- tudi v turističnih agencijah se bo v ospredje postavilo vprašanje, kaj kupec želi od potovanja, destinacija pa bo postala manj pomembna.

UNWTO Tourism towards 2030 je dokument Svetovne turistične organizacije (UNWTO, 2011), ki zajema dolgoročno napoved in oceno razvoja turizma od leta 2010 do leta 2030. Po napovedih UNWTO (2011) se bo po svetu število mednarodnih prihodov turistov povečalo za povprečno 3,3 % letno v obdobju od 2010 do 2030. V absolutnih številkah se bo število prihodov turistov povečalo za približno 43 milijonov na leto v primerjavi s povprečnim povečanjem 28 milijonov na leto v obdobju od leta 1995 do leta 2010. Po pričakovanih stopnjah rasti bo število mednarodnih prihodov leta 2020 doseglo 1,4 milijarde, do leta 2030 pa kar 1,8 milijarde.

Slika 1: Napoved rasti turistične panoge do leta 2030



Vir: United Nation World Travel Organization, Tourism towards 2030, 2015.

Mednarodni turistični prihodi v državah v razvoju v Aziji, Latinski Ameriki, srednji in vzhodni Evropi, vzhodni sredozemski Evropi, na Bližnjem vzhodu in v Afriki bodo rastle za 4,4 % letno, kar je več kot pri že razvitih gospodarstvih (2,2 % letno). Rezultat tega bo večje število prihodov turistov v državah v razvoju kot v razvitem svetu, in to še pred

letom 2020. Do leta 2030 bo po napovedih UNWTO 57 % turističnih prihodov v razvijajočih se gospodarstvih (leta 1980 le 30 %) in 43 % v razvitih gospodarstvih (70 % v letu 1980). Največjo rast bo beležila Azija s Pacifikom, kjer bo po pričakovanjih leta 2030 število mednarodnih prihodov naraslo iz 331 milijonov na 535 milijonov (4,9 % rasti na leto). Srednji vzhod in Afrika bosta po napovedih število prihodov več kot podvojila (iz 61 milijonov in 50 milijonov na 149 in 134 milijonov). Destinaciji Evropa in Amerika bosta rastle relativno počasneje. Evropa bo zrastle iz 475 milijonov prihodov leta 2010 na 744 milijonov leta 2030, Amerika pa iz 150 milijonov na 248 milijonov (UNWTO, 2011). Tržni delež Azije in Pacifika se bo povečal iz 22 % na 30 % do leta 2030, Srednji vzhod bo povečal svoj delež iz 6 % na 8 % ter Afrika iz 5 % na 7 %. Posledično bosta Evropa in Amerika beležile manjši tržni delež, Evropa bo iz 51 % padla na 41 % in Amerika iz 16 % na 14 %, predvsem zaradi relativno počasnejše rasti razmeroma zrelih destinacij v Severni Ameriki, Severni Evropi in Vzhodni Evropi (UNWTO, 2011).

2 VARSTVO POTROŠNIKOV

Področje varstva potrošnikov na ravni EU urejajo številne direktive. Omeniti velja, da to področje ni urejeno z uredbami, ki so neposredno veljavne v državah članicah in jih ni treba posebej prenesti v njihovo notranje pravo. Drugače pa velja pri direktivah, ki niso neposredno uporabne in jih morajo države članice šele prenesti, preliti v notranje pravo; direktive pa lahko pridobijo neposredni učinek, če jih država ne prenese pravočasno v svoje notranje pravo (Trstenjak, 2009).

Države članice so direktive prenesle v svojo zakonodajo (med drugim tudi Direktivo o paketnem potovanju) in enako je storila tudi Slovenija. Omeniti velja, da na tem področju EU pogosto predpisuje le minimalne standarde (govorimo o t.i. minimalni harmonizaciji) in dopušča državam članicam, da določijo strožje pogoje v svoji nacionalni zakonodaji v korist potrošnikov. Tako države članice lahko določijo različne pogoje, roke ipd. Ne glede na to, da direktive urejajo posamezna področja precej natančno, pa je pomembna tudi sodna praksa Sodišča ES (Trstenjak, 2009). Direktive s področja varstva potrošnikov so namenjene dvigu ravni varstva potrošnikov v EU. Izboljšati poskušajo informiranost potrošnikov pred sklenitvijo pogodbe in pri samem nakupnem procesu (Knez, 2004).

S spremembami direktiv želi Evropska komisija na eni strani preprečiti, da bi različna pravila kot posledica minimalnega usklajevanja negativno učinkovala na notranji trg. Želi spodbuditi zaupanje v čezmejno prodajo in spodbuditi tudi male prodajalce k prodaji v drugih državah članicah ter prodajo prek interneta (v nadaljevanju je opisano, kako tudi na področju paketnih potovanj vedno bolj raste prodaja preko interneta) v drugo državo članico. Komisija posebej opozarja na nezaupanje tako trgovcev kot tudi potrošnikov v primerih, ko pravila niso povsem jasna (Trstenjak, 2009). Izsledki t.i. behavioristične ekonomije, ki je v zadnjih desetletjih stopila v ospredje tudi na tem področju, opozarjajo, da racionalno obnašanje potrošnikov, njihova neomejena moč volje in nenehna usmerjenost k zadovoljitvi lastnega interesa pogosto ostajajo na ravni predpostavk, v praksi pa smo ljudje dojemljivi (tudi) za povsem nepomembne vplive iz neposredne okolice,

čustvene vzgibe, miselne predsodke in stereotipe, podvrženi smo časovni kratkovidnosti in drugim oblikam neracionalnosti (Ariely, 2010).

S pomočjo neoklasične ekonomije in behavioristične ekonomije bom v nadaljevanju odgovorila na vprašanje, zakaj sploh potrebujemo regulacijo na področju varstva potrošnikov s strani prava.

2.1 Klasična ekonomija

Standardni pristop v ekonomiji predvideva »popolno racionalnost«. Obstajajo nesporazumi in deljena mnenja pri tem, kaj »popolna racionalnost« pomeni, vendar se večina ekonomistov strinja z osnovnimi elementi:

- ljudje imajo definirane lastne preference (ali cilje) in sprejemajo odločitve na podlagi tega, da maksimirajo svoje odločitve;
- te preference trenutno odražajo dejanske stroške in koristi razpoložljivih možnosti;
- zbirajo optimalno količino informacij (ne preveč, ne premalo) (Camerer, Issacharoff, Loewenstein, O'Donoghue, & Rabin, 2003).

Ljudje naj bi maksimirali njihove pričakovane koristi pod določeni dejavniki, kot sta prihodek in čas (Pacces & Visscher, 2011).

Stranka maksimira svoje koristi v točki, v kateri so njeni mejni stroški enaki njenim mejnim koristim, torej v točki, ko so mejni stroški spremembe pogodbenih pogojev večji ali enaki od mejnih koristi (Prašnikar et al., 2008). Stranke se s svojo ponudbo in povpraševanjem srečajo na trgu predmetne dobrine. Trg pa je mehanizem, na katerem se srečujejo kupci in prodajalci ter na katerem se določajo cene in količine prodanega blaga in storitev (Samuelson & Nordhaus, 1995). Klasična ekonomija sklepa, da bo konkurenčni trg proizvedel mešanico blaga in storitev, ki je boljša od tiste, ki se lahko doseže z različnimi oblikami državne ureditve (Epstein & Bar-Grill, 2007). Ekonomska teorija pozna dve možni tržni situaciji: popolni in nepopolni trg. Pogoji za popolni trg so naslednji (Samuelson & Nordhaus, 1995):

- pogodbene stranke so racionalne in ravnajo tako, da maksimirajo svoje koristi;
- pogodbene stranke lahko ravnajo svobodno, omejene so samo z omejenostjo dobrin;
- ničelni transakcijski stroški – stroški sklepanja morajo biti čim nižji, saj lahko visoki transakcijski stroški preprečujejo sklepanje pogodb zaradi samih stroškov sklepanja;
- odsotnost eksternalij. O eksternalijah govorimo, ko imajo koristi (pozitivne eksternalije) ali pa stroške (negativne eksternalije) tudi tretje stranke, ki niso neposredno udeležene v menjavi. V takšnih primerih trg ni popoln, ker stranki optimizirata samo svoje stroške in koristi, ne upoštevata pa stroškov in koristi, ki jih iz njunih transakcij nosijo drugi udeleženci na trgu, kar vodi v preveliko oziroma premalo povpraševanje oziroma ponudbo. Ko sklepamo pogodbe, je ključnega pomena, da vse negativne stroške nosita pogodbeni stranki in da teh stroškov ne nosijo tretji;

- popolna konkurenca. V popolni konkurenci je na trgu dovolj ponudnikov in povpraševalcev, tako da so tako eni kot drugi »price takers«, kar pomeni, da ne ponudniki ne povpraševalci s povečanjem ali zmanjševanjem ponudbe oziroma povpraševanja ne morejo vplivati na ceno blaga na trgu;
- popolne informacije – stranke morajo biti popolnoma informirane o naravi in posledicah obveznosti, v katere vstopajo. To pomeni, da ne sme obstajati prevelika asimetrija informacij med strankami, kar pa vpliva na odločitev strank o vstopu v pogodbeno razmerje.

Tradicionalna ekonomija sloni na predpostavkah racionalne izbire, kjer so sredstva omejena, in predpostavlja, da je človek racionalno bitje, ki maksimira svoje bogastvo, je egoističen in nenaklonjen tveganju (Becker, 1976).

Hatzis (2006) navaja, da trg v realnem življenju ni popoln in zato niso popolne niti pogodbe. Najpogostejša in najpomembnejša napaka trga v fazi sklepanja pogodb je asimetrija informacij, saj njih pomanjkanje otežuje strankam, da sprejemajo ekonomsko najbolj učinkovite in racionalne odločitve (odsotnost popolnih informacij). V takšnih primerih mora v razmerje poseči pogodbeno pravo s svojimi instituti, ki popravljajo napake in omogočajo približek popolnega trga.

Glavno vprašanje ekonomije je odločanje med omejenimi dobrinami, za kar potrebujemo informacije. Če informacije niso popolne, nam to onemogoča sprejemanje racionalnih in predvidenih odločitev, ki bi bile sprejete v svetu popolnih informacij (Mackaay, 1982). Kronman (1978) je v svojem delu vpeljal koncept osebe, ki lahko z najnižjimi stroški zagotovi potrebne informacije in prepreči napako. Stigler (1961) pa razloži, da glede na to, da pridobivanje informacij ni brezplačno, jih mora biti proizvajalec zmožen pridobiti in posredovati ceneje kot pa potrošnik. Na podlagi tega koncepta mora informacije proizvesti in posredovati tisti, ki to lahko naredi z najnižjimi stroški (Posner & Rosenfield, 1977).

Kot problem asimetričnih informacij je De Geest (2002) v svojem članku opisal fenomen, ko potrošniki ne razumejo pogodb (v nadaljevanju se bomo srečali s pogodbami o paketnem potovanju) oziroma jih ne preberejo v celoti. Ta problema je definiral kot »podpisati-in-ne-prebrati« ter »podpisati-in-ne-razumeti« in predstavljata vir ekonomskih neučinkovitosti. Prav zaradi teh problemov bo učinek klasične predpostavke, da mora oseba z najnižjimi stroški razkriti informacije, včasih popolnoma neučinkovit (Kovač & Kotnik, 2015).

Problem asimetričnih informacij pa lahko trg pod določenimi pogoji reši sam (Hadfield, Howse, & Trebilcock, 1998). Dober primer je navedel Grossman (1981), in sicer dajanje jamstev, kjer proizvajalci kakovostnih proizvodov prostovoljno razkrijejo informacije svojim potrošnikom.

2.2 Behavioristična ekonomija

Vedenjska oz. behavioristična ekonomija je kombinacija psihologije in ekonomije, ki preučuje dogajanje na trgih, na katerih imajo osebe človeške omejitve in komplikacije

(Mullainathan & Thaler, 2000). Behavioristična ekonomija se sooča s predpostavkami klasične ekonomije in jih poskuša nadomestiti z bolj realističnimi pristopi, ki temeljijo na dognanjih družbenih znanosti. Razvoj družboslovnih znanosti v zadnjih dveh desetletjih lahko razdelimo na dva dopolnilna dela (smernice) raziskav. Ena pot raziskav temelji na eksperimentalnem delu, kjer so kognitivni psihologi definirali širok spekter anomalij odločanja – odločitve, ki niso v skladu z maksimiranjem lastne koristi – ter ugotovili hevrizme (miselni postopki, ki so pripomogli k anomaliji) (Camerer et al., 2003). Prav hevrizmi so vzrok za sistematične napake v procesu odločanja (Van den Bergh, 2013). Drugo smernico so razvijali ekonomisti, ki so bili mnenja, da je potrebno paradigmo racionalne odločitve razširiti, upoštevajoč normalne meje (omejitve) racionalnosti, hkrati pa ohranjati togost, ki ločuje ekonomijo od ostalih družboslovnih znanosti (Camerer et al., 2003). Ne glede na ekonomsko definicijo smo v realnosti vsi kognitivno omejena bitja, potrošniki, pri tem pa svoje zadovoljstvo maksimiramo tako, da izenačimo mejne koristi posameznih dobrin, ki jih kupujemo, na enoto cene (Kovač & Kotnik, 2015).

Behavioristična ekonomija je izhajala iz razlikovanja med predvidenim in dejanskim vedenjem racionalnega potrošnika ter s pomočjo uporabe izsledkov sociologije in psihologije skušala pojasniti odločitve potrošnika, ki niso v skladu s tradicionalno ekonomijo (Diamond & Vartiainen, 2007). Ljudje so pri svojih odločitvah omejeno racionalni in sledijo hevrizmom, kar vodi do napak, prav tako jih določena situacija lahko privede v skušnjava in se ne odločajo v skladu z dolgoročnim interesom (Jolls, Sunstein, & Thaler, 2000). Behavioristična ekonomija v bistvu povečuje pojasnjevalno moč ekonomije z zagotavljanjem bolj realistične psihološke predpostavke (Ho, Lim, & Camerer, 2006). Tversky in Kahneman (1979) pišeta o omejeni racionalnosti ljudi ter navajata, da bi morale biti v popolnih okoliščinah informacije predhodno prečiščene in šele potem posredovane.

V nasprotju s teoretičnimi predpostavkami racionalnega (neoklasičnega) modela, ki sem ga že opisala, vedenjski pristop temelji na znanstvenih ugotovitvah glede dejanskega obnašanja človeka, ki pa lahko pogosto zagotavljajo boljši opis dinamike trga in s tem tudi bolj učinkovito predpišejo politiko konkurence. Znak behaviorističnega pristopa je zamenjava »homo economicus«, ki pa razmišlja popolnoma racionalno in ima omejene kognitivne vire (odsotna so čustva in motivacija) (Tor, 2004). Kognitivna psihologija je dobra podlaga za razvoj novih teorij ekonomskih odločitev (Camerer et al., 2003). Novejši razvoj behavioristične ekonomike na podlagi empiričnih raziskav dodatno kaže, da potrošnik, ki ima na voljo vse objektivno relevantne informacije za nakupno odločitev, pogosto zaradi pomanjkanja znanja in časa kljub temu ne more sprejeti racionalne nakupne odločitve. Z gospodarskim napredkom se preglednost trga še zmanjšuje, zato bodo imele ugotovitve behavioristične ekonomike pomembno vlogo v razvoju prava varstva potrošnikov (Zajc & Markelj, 2015).

Ena izmed smeri razvoja ekonomske analize prava vodi v postopno izgradnjo bogatejšega koncepta človekovega odločanja v primerjavi s konceptom, ki ga danes ponuja ekonomija. Ekonomija je veliko uporabljala teorijo racionalnega odločanja, s katero si predstavlja skoraj robotski proces, kjer ljudje delujejo v smeri maksimiranja lastne koristi. V zadnjem desetletju pa se je omenjena kritika razvila v samostojno študijsko področje, ki mu danes

pravimo »vedenjska ekonomska analiza prava« (angl. *behavioral law and economics*) (Cooter & Ulen, 2005). Vedenjski ekonomisti ter kognitivni in socialni psihologi so opravili empirične raziskave, ki so odkrile številne sistematične odklone od napovedi modela racionalnega odločanja (Cooter & Ulen, 2005).

Behavioristična ekonomska analiza prava poskuša prevzeti nekatere od navedenih pričakovanih in sistematičnih odklonov od teorije racionalnega odločanja in jih upoštevati pri razpravljanju o pravu (Cooter & Ulen, 2005). Izhodišče behavioristične ekonomike ni več idealizirani potrošnik kot ekonomsko racionalno bitje, ampak na podlagi empiričnih raziskav upošteva, da ljudje ne maksimirajo vedno svojega zadovoljstva, saj npr. nimajo dovolj samonadzora, njihovo odločanje temelji na napačni oceni koristi in stroškov določenih dejanj ali pa niso zmožni odločanja, če imajo na voljo (pre)velik obseg informacij. Dognanja behavioristične ekonomike so pomagala oblikovati ekonomsko smiselnost predpisov na področju varstva potrošnikov v situacijah, v katerih neoklasična teorija ni videla ekonomske podlage za pravno intervencijo, npr. v primerih velike količine informacij, negotovosti in časovne oddaljenosti transakcije (Zajc & Markelj, 2015).

Behavioristična teorija prava in ekonomije ne nadomešča klasične analize ekonomije, je le njena razširitev, le da »homo economicus« zamenja z rezultati empiričnih raziskav (Diamond & Vartiainen, 2007). Spoznanja behavioristične ekonomije bi moral zakonodajalec uporabiti pri doseganju specifičnih ciljev, kot je na primer odvratanje družbeno nezaželenega vedenja (Kovač, 2016). Daje usmeritve za politiko varstva potrošnikov na posameznih področjih, zlasti glede obsega informacij, ki naj se zagotavljajo potrošniku, in določanja t.i. referenčne točke. Behavioristična ekonomika ugotavlja, da postopek potrošnikovega odločanja ni nujno optimalen, ko je potrošnik seznanjen s (pre)velikim obsegom informacij, zato je treba pri pripravi pravne regulacije skrbno preučiti, koliko in katere informacije naj potrošnik sploh dobi (Zajc & Markelj, 2015). Zakonodajalci, sodniki in organi za varstvo konkurence vedno bolj uporabljajo izsledke behavioristične ekonomije pri ugotavljanju, ali trg deluje v smeri varstva potrošnikov (Kovač, 2016).

2.3 Pravno varstvo potrošnikov

Pravo varstva potrošnikov se je razvilo na podlagi ugotovitve, da so lahko potrošniki tudi v primeru čiste konkurence v pogodbenih odnosih v slabšem položaju kot veliki ponudniki. Posledica tega naj bi bile »slabše« odločitve potrošnikov in tako znižanje njihove blaginje. Z drugimi besedami: ponudniki naj bi potrošnike izkoriščali, saj naj bi bili v boljšem pogajalskem položaju (Zajc & Markelj, 2015). Kot temelj potrošniškega prava se najpogosteje pojavlja prav razlog neenakega razmerja (ekonomske) moči udeležencev na trgu in posledično potrebe po zagotavljanju posebnega varstva šibkejši stranke (Cseres, 2005; Hondius, 2004). Šibkejši položaj potrošnika na trgu ostaja poglavitni razlog za dvome o sposobnosti svobodnega trga, da samostojno, brez intervencije zaščiti interese potrošnikov (Howells & Weatherill, 2005).

Potrošnik se obravnava kot oseba, ki ni strokovnjak in ki velikokrat nima znanja o blagu ali storitvi, ki ga/jo uporablja. Dati čezmerne pravice potrošniku bi lahko pomenilo tudi nesorazmerno obremenitev trgovcev in proizvajalcev. Potrošnik ne sme biti preveč varovan. Vrsta pravil potrošnika postavlja v enakopraven in morda niti ne protekcionistični položaj nasproti tako gospodarskim subjektom na trgu, kakor tudi v razmerju do drugih kupcev, ki se ne štejejo za potrošnike (Trstenjak, Knez, & Možina, 2005).

Področje varstva potrošnikov v EU je eno od področij, ki je pravno zelo obsežno urejeno, praksa nacionalnih sodišč in tudi Sodišča ES pa obsežna. Novim oblikam poslovanja se mora prilagoditi tudi varstvo potrošnikov, v okviru katerega je pomembno predvsem, da je potrošnik o svojih pravicah dovolj obveščen in da se jih zaveda. Prav tako pa je pomembno, da proizvajalci in prodajalci niso preveč omejeni in da se ohranja konkurenčnost poslovnih subjektov (Trstenjak, 2009). Asimetrija informacij med potrošniki in ponudniki pred zakonodajalca postavlja celo vrsto problemov, saj tržne sile same od sebe nikoli ne bodo zagotavljale popolnih informacij potrošnikom. Zakonodajalec se mora odločiti, katere situacije sploh zahtevajo pravno ureditev, kateri instrument uporabiti (minimalni standardi in podobno) in ali je pravna regulacija utemeljena na podlagi analize stroškov in koristi (angl. *cost-benefit analysis*) (Zajc & Markelj, 2015). Pravo varstva potrošnikov stremi k obstoju čim več kakovostnih informacij in k prepovedi nepravilnih sporočanj podjetij, ki potrošnika lahko zmedejo, zavedejo in s tem vplivajo na njegovo zmožnost racionalnega odločanja (Podobnik, 2015). Pomembno je odgovoriti na vprašanja, ali se družbena blaginja kot seštevek blaginj potrošnika in ponudnika povečuje ali zmanjšuje, oziroma ali implementacija določenega instrumenta (npr. zahteve po predhodnem informiranju potrošnikov) povzroči več stroškov na strani ponudnikov kot koristi na strani potrošnikov. Če stroški sprejemanja in implementacije pravil presegajo koristi potrošnika, to zmanjšuje blaginjo celotne družbe, zato je regulacija ekonomsko neupravičena (Zajc & Markelj, 2015).

Stranke pod normalnimi pogoji vstopajo v pogodbene odnose, ker menijo, da bodo po sklenitvi oziroma izpolnitvi pogodbe na boljšem, kakor pa bi bile brez izpolnitve in sklenitve pogodbe. Vsaka pogodbeni stranka tako hoče doseči maksimalno zadovoljstvo, seveda pod pogoji, da je druga pogodbeni stranka prav tako zadovoljna, saj se jima drugače ne splača stopiti v pogodbeni odnos (Kovač & Zajc, 2010). Pri ekonomski analizi pogodbenega prava se vprašamo, zakaj racionalne stranke sploh potrebujejo pomoč in posredovanje prava pri sklepanju sporazumov. Lahko bi trdili, da v odsotnosti transakcijskih stroškov stranke prava ne potrebujejo – brez stroškov bi sklenile pogodbo pod vzajemno koristnimi pogoji (Ulen, 1999).

Pravo varstva potrošnikov se je razvilo na podlagi ugotovitve, da so lahko potrošniki tudi v primeru čiste konkurence v pogodbenih odnosih v slabšem položaju kot veliki ponudniki. Posledica tega naj bi bile »slabše« odločitve potrošnikov in tako znižanje njihove blaginje. Potrošniki kot šibkejši udeleženci na trgu običajno nimajo potrebne znanja in informacij ter jim primanjkuje časa za sprejem nakupne odločitve, ki je zunaj njihove poslovne dejavnosti (Zajc & Markelj, 2015).

Zakonodaja varstva potrošnikov navadno od ponudnikov zahteva razkritje informacij potrošnikom glede dobrin (storitev in proizvodov), ki jih ponujajo na trgu, v določenih primerih pa posega tudi v vsebino pogodbenega razmerja med ponudniki in potrošniki (npr. s standardi varnosti, pravico do odstopa od pogodbe, obvezno vsebino pogodbenih razmerij). Cilj zakonodaje je zagotoviti potrošnikom dovolj informacij, da bi se lahko učinkovito odločili (sprejeli ekonomsko učinkovito nakupno odločitev), torej maksimirali svoje zadovoljstvo oziroma blaginjo. Glavni »krivec« za neoptimalne potrošniške odločitve naj bi torej bilo pomanjkanje informacij na strani potrošnikov in naloga zakonodaje je, da naloži ponudnikom razkritje čim več informacij (Zajc & Markelj, 2015).

V ekonomskem besednjaku bi lahko rekli, da se pride na podlagi svobodno sklenjenih pogodb do Pareto superiornega ravnotežja v gospodarstvu, ker je po sklenitvi oziroma izpolnitvi pogodbe vsaj ena stranka na boljšem, druga pa vsaj ni na slabšem (Kovač & Zajc, 2010).

Seveda je zaradi takšnih izmenjav na boljšem celotno gospodarstva in ne samo pogodbeni stranki, saj se proizvodna sredstva in dobrine prenesejo v roke tistih, ki jih najbolj cenijo (so zanje pripravljeni največ plačati), kar pomeni, da se izboljša tudi učinkovitost gospodarstva kot celote (družbena blaginja se poveča). Obljube pogodbenih strank morajo biti veljavne in iztožljive ter optimalne, da bi stranke »prisilile« v izpolnitev. Le tako so obljube pogodbenih strank kredibilne, kar zmanjšujejo negotovost in tveganje v pogodbenih odnosih, kar posledično pospešuje menjavo in sodelovanje pogodbenih strank ter povečanje blaginje v družbi (Kovač & Zajc, 2010).

V primeru samodejne izmenjave, kjer obe stranki izvršita svojo pogodbeno obveznost istočasno (povečanje blaginje), naj bi izmenjava dobrin tekla samodejno in brez intervencije pravnega sistema. V realnosti pa je takih primerov izjemno malo. Pojavljata se oportunitizem in moralni hazard, te nepredvidljive okoliščine pa prinesejo veliko nevarnosti pri izpolnitvi pogodbene obveznosti (Kovač & Zajc, 2010). Potovalne agencije in organizatorji potovanj potrošnikom posredujejo relevantne informacije, v katere imajo potrošniki zaupanje. Kot sem že prej omenila, pa na trgu prevladujejo asimetrične informacije o proizvodih (Hatzis, 2006). Prodajalci dobro poznajo kakovost njihovega proizvoda, kupci pa so na slabšem in lastnosti proizvoda ne poznajo; se pravi tvegajo, da bodo kupili proizvod slabše kakovosti (trg limon) (Akerlof, 1970).

Pri paketnih potovanjih se srečujemo s posredniki, ki pa so specializirani, da zagotavljajo kakovost turističnih proizvodov in storitev ter zanesljive informacije o teh. Potrošnik naj bi bil ravno zaradi tega dejstva pripravljen plačati realno ceno. To zahteva zaupanje in ugled potovalnih agencij (Nemec Rudež, 2013). Pogodbe pri paketnem potovanju predstavljajo bolj kompleksno in netipično pogodbeno razmerje. Potrošnik pričakuje, da se lahko zanese na le eno osebo, ki jamči kakovost celotnega paketa in vseh storitev. Paket pa po navadi vsebuje več ponudnikov storitev (namestitev, letalski prevoznik, ponudnik rent-a-car itd.). Problem z enim ponudnikom pa po navadi vpliva tudi na druge zakupljene storitve. Potrošnik je izpostavljen finančnemu tveganju, saj je predplačilo pogosti način plačevanja (Evropska komisija, 2013b).

Preprečevanje oportunističnega ravnanja in moralnega hazarda med pogodbenimi strankami (s tem povzročeno usmerjanje k optimalni ekonomski aktivnosti in odpravljanje popolnoma nepotrebnih »samoobrambnih« mehanizmov in z njimi povezanih nepotrebnih stroškov) je tako ena izmed temeljnih funkcij pogodbenega prava (Kovač & Zajc, 2010). Cilj reguliranja v prid potrošnikov je tako čim bolj zmanjšati verjetnost, da bi potrošniki pri svojih odločitvah naleteli na skrite stroške oziroma da ne bi dovolj dobro ocenili tveganj, povezanih z nakupom dobrine, s tem pa breme razkritja naložiti ponudnikom, saj imajo ti navadno več informacij kot potrošniki oziroma jih lahko razkrijejo z manjšimi stroški kot potrošniki (Zajc & Markelj, 2015).

Pri analiziranju prava varstva potrošnikov analiziramo, ali potrošnik optimizira svoje odločitve, torej ali maksimira svoje zadovoljstvo oziroma blaginjo. Ekonomska teorija je postavila mejo med pravili oziroma zakonodajo, utemeljeno na ekonomski analizi, katere rezultat je pokazal, da je zakonodaja upravičena in povečuje blaginjo potrošnikov, ter na drugi strani paternalistično zakonodajo, ki je upoštevala med drugim situacije, ki naj bi korigirale tudi »zavestno« neznanje in »lenobo« potrošnikov (Zajc & Markelj, 2015).

Na koncu pridemo do zaključka, zakaj sploh potrebujemo pravno regulacijo na področju varstva potrošnikov. Ker je potrošnik načeloma šibkejša stranka z manj (nepopolnimi) informacijami, mu mora pravo dati to moč, da sta stranki v praksi enako zaščiteni in enakovredni. Kot trdi Trstenjak (2009) skuša evropsko pravo vzpostaviti ravnotežje med zaščito potrošnika in prodajalca. Z varstvom potrošnika želi pravo doseči večjo mobilnost potrošnikov in spodbujanje čezmejnih nakupov. Prav Komisija v svoji Zeleni knjigi glede varstva potrošnikov navaja: »Ni pomembno, kje v EU ste ali kje kupujete, vaše osnovne pravice so povsod enake.«

3 DIREKTIVA O PAKETNEM POTOVANJU, ORGANIZIRANIH POČITNICAH IN IZLETIH

Trg potovanj ima v današnjem evropskem gospodarstvu osrednjo vlogo. Ključna naloga Evropske unije je ustvariti regulativni okvir, ki zagotavlja zadostno varstvo potrošnikov, da lahko ti brez skrbi kupijo počitniška potovanja kjer koli v Uniji. Hkrati je treba zagotoviti enake pogoje za vse potovalne agencije, da se poveča konkurenca na trgu (Evropska komisija, 2015). Sprejetje direktive o paketnem potovanju leta 1990 je občutno prispevalo k razvoju enotnega trga za pomemben del trga potovanj in evropskim potnikom zagotovilo pomembne pravice. Vendar je zaradi razvoja interneta in priljubljenosti novih načinov kupovanja počitniških potovanj uporaba direktive za vse te nove potovalne proizvode postala negotova (Evropska komisija, 2015). Leta 1990 s sprejetjem Direktive št. 90/314/EGS o paketnem potovanju so potniki v EU, ki kupujejo organizirane počitnice, dobili pomembne pravice. V sodbi Sodišča iz leta 2002 je bilo pojasnjeno, da pojem »vnaprej dogovorjena kombinacija« zajema tudi potovalne storitve, v katere je na izrecno zahtevo stranke tik pred sklenitvijo pogodbe med obema stranema vključen tudi potovalni agent. Direktiva 90/314/EGS o paketnem potovanju zagotavlja, da potrošnik prejme bistvene informacije pred in po podpisu pogodbe o paketnem potovanju. Potnikom tudi

zagotavlja, da so jim v primeru insolventnosti organizatorja in/ali turističnega agenta povrnjena predplačila ter da jim je omogočen povratek na kraj odhoda.

Direktiva z dne 13. junija 1990 predstavlja osnovo pravic potrošnikov, ki jih morajo zagotavljati turistične agencije v Evropski uniji. V Direktivi so opredeljene tako pravice kot obveznosti potrošnika kot tudi organizatorja potovanj. Direktiva Sveta je nadrejena slovenski zakonodaji, vendar lahko slovenski pravni akti s tega področja potrošniku dodeljujejo tudi večje pravice.

V nadaljevanju se na začetku posvetim sami definiciji paketnega potovanja, na katerega se nanaša Direktiva, saj lahko najdemo več različnih definicij. Nadaljujem z razlogi za sprejetje Direktive in njeno vsebino. Ker je kar nekaj nedorečenosti pri opredeljevanju paketnega potovanja, navedem tudi nekaj pravnih praznin. Razlogov za sprejetje nove direktive je veliko, zato se posvetim tudi utemeljitvi predloga nove direktive o paketnem potovanju.

3.1 Definicija paketnega potovanja

Organizirana potovalna dejavnost ima svoje korenine v 19. stoletju, ko je Thomas Cook leta 1841 organiziral enodnevno potovanje z vlakom iz Leicesterja v Loughborough. To je bilo prvo organizirano potovanje, ki se je promoviralo preko oglaševanja za splošno javnost. Leta 1865 je Thomas Cook uspešno izvedel prvo potovanje v severno Ameriko, leta 1869 pa potovanje po Nilu (Nemec Rudež, 2013). Paketno potovanje, kot ga poznamo danes, ni obstajalo do leta 1950, ko je mladi Rus po imenu Vladimir Raitz ustanovil podjetje Horizon Holidays in rezerviral prve lete do Sredozemlja, natančneje do Calve na Korziki. Od leta 1960 naprej je bilo paketno potovanje v velikem porastu. Število kupcev se je več kot podvojilo, iz 2,25 milijonov v letu 1959 na 5 milijonov leta 1968 (Bray, 2001).

V turističnem terminološkem slovarju lahko najdemo več definicij oziroma prevodov angleškega izraza »package travel«, to so paketno potovanje, agencijsko potovanje in organizirano potovanje. V slovarju je navedeno, da je organizirano potovanje: »Turistični proizvod, ki ga turistični ponudniki oblikujejo kot turistični paket in vključuje daljšo pot ali premikanje iz kraja v kraj z več različnimi nastanitvami izven stalnega bivališča z namenom razvedrila, zabave, sprostitve in/ali izobraževalnim namenom. Organizatorji in prodajalci organiziranih potovanj so dolžni zagotoviti natančne in popolne informacije o rezerviranih organiziranih potovanjih in izpolnjevati pogodbene obveznosti iz pogodbe, ki jo z njimi sklene potrošnik« (Mikolič, 2011).

ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) navaja paketno potovanje kot »turistični aranžma«. Turistični aranžma je vnaprej dogovorjena kombinacija dveh ali več naslednjih storitev, ki jih organizator potovanja ali prodajalec ponudi v prodajo in prodaja po skupni ceni, če storitev traja več kot štiriindvajset ur ali vključuje nastanitev čez noč:

- prevoz;
- nastanitev in

- druge turistične storitve, ki ne spadajo v prevoz ali nastanitev in predstavljajo pomemben del turističnega aranžmaja (ponudba jedi, obisk prireditev, ogled naravnih in kulturnih znamenitosti in podobno).

Page (2003) navaja, da turistični paket vsebuje vsaj dve storitvi, se prodaja po enotni ceni ter vključuje bivanje vsaj 24 ur. Paketno potovanje je mešanica turističnih proizvodov, sestavljena iz dveh ali več ločenih turističnih proizvodov in se prodaja kot celota po ceni, ki je običajno nižja, kot če bi kupovali vsak proizvod posebej (Johnson, Herrmann, & Bauer, 1999). Zaradi kar nekaj prednosti je med potrošniki priljubljeno. Rezervacija turističnih storitev je bolj udobna in vzame manj časa, kot če bi vsako komponento kupili posebej (Kim, Bojanic, & Warnick, 2009). Paketno potovanje vsebuje vse potrebne storitve, kot so let, nastanitev, najem avtomobila, potrošnik pa lahko vse storitve kupi pri enem ponudniku. Potrebno je tudi omeniti, da se pri omenjenemu nakupu celotnega paketa finančno prihrani v primerjavi z rezervacijo vsake storitve ločeno (Naylor & Frank, 2001). Proizvod ima pavšalno ceno, tako da cene posameznih turističnih storitev niso razpoznavne (Mihalič, 2008). Potovalni paket je paket storitev, ki ga pripravi potovalna agencija za posameznika ali skupino turistov in temelji na njihovih potovalnih preferencah. Paket je običajno sestavljen iz »pokrajine« in nekatere s tem povezane informacije, kot so cena, obdobje potovanja ter transportno sredstvo (Liu et al., 2014).

Po besedah Mihalič (2008) se na turističnem trgu poleg turističnih proizvodov posameznega proizvajalca ali prodajalca pojavljajo tudi sestavljeni turistični proizvodi. Posebna oblika je pavšalni proizvod², ki je kombinacija več turističnih proizvodov. Pavšalni proizvod je standardiziran proizvod organizatorja potovanj in nastane tako, da organizator združi dva ali več delnih turističnih proizvodov v paket in ga ponudi po enotni pavšalni ceni. Najpomembnejši sestavni deli so transportne storitve, prenočitev, preskrba s hrano in pijačo, oskrba na potovanju, vodenje, animacija, zavarovanje, kulturne in športne storitve na destinaciji ter druge privlačnosti destinacije.

Po prebiranju prejšnjega poglavja o regulaciji varstva potrošnikov s strani prava se nam pojavi vprašanje, kje v tej zgodbi se nahaja termin »paketno potovanje«. Če pogledamo analitično, so paketna potovanja pogodbe med dvema strankama, med potrošnikom in turističnem podjetjem (potovalno agencijo ali turističnim organizatorjem). Torej se pri nakupu paketnega potovanja srečujemo s pogodbenim pravom, ki pa je opisan že v prejšnjem poglavju. Organizatorji so dolžni zagotoviti natančne in popolne informacije o rezerviranih potovanjih. Za paketno potovanje veljajo pogodbene obveznosti iz pogodbe, ki jih mora organizator izpolniti. Kot že omenjeno Zajc in Markelj (2015) poudarja, da je na podlagi ekonomske analize utemeljeno, da je zakonodaja na področju varstva potrošnikov (torej tudi na področju paketnih potovanj) upravičena in da povečuje blaginjo potrošnikov, kar je znak učinkovitosti.

Kot navajata Kovač in Zajc (2010), je ena izmed temeljnih funkcij pogodbenega prava preprečevanje oportunitizma in moralnega hazarda med pogodbenimi strankami. Prav to je

² Za pavšalni proizvod uporabljamo tudi besedne zveze turistični paket, turistično potovanje, turistični aranžma.

tudi namen pogodbe o paketnem potovanju, torej da se stranki usmerita k optimalni ekonomski aktivnosti in ne prihaja do nepotrebnih stroškov. Pogodba o paketnem potovanju pospešuje delovanje ekonomske izmenjave, saj je paketno potovanje tudi način zniževanja transakcijskih stroškov.

3.2 Razlogi za sprejetje Direktive

Danes večina potovalnih agencij omogoča možnost izbire potovanja ali potovanja po lastni meri (sestavi ga potrošnik sam) preko spleta. Te možnosti potrošniku zagotavljajo široko paleto možnosti, da zadovolji svoje potrebe. Potovalne organizacije potrošniku nudijo privlačne in različne potovalne pakete, ki pa se razlikujejo tudi glede na segment potrošnika (starejši, mlajši, družine z otroki, samski itd.). To jim omogoča tudi večji dobiček (Liu et al., 2014). Paketno potovanje je koristen proizvod ne le za turiste, temveč tudi za dobavitelja (turistično agencijo), saj izboljša raven zadovoljstva pri turistih, pridobi več potrošnikov in poveča dobiček (Yufeng, Liuyi, & Xiaolong, 2014).

Razlogov za uveljavitev skupne direktive na področju paketnih potovanj je veliko. EU stremi k izpopolnitvi notranjega trga, njegov bistveni del pa je tudi turistični sektor. Razlog za poenotenje zakonodaje je tudi ta, da so se zakonodaje v posameznih državah članicah zelo razlikovale, kar je povzročalo oviro svobodnega zagotavljanja storitev in izkrivljalo konkurenco med turističnimi podjetji/organizatorji potovanj. Sedaj so pravice potrošnikov v vseh državah enake. Poenotenje zakonodaje paketnih počitnic pomaga pri večji produktivnosti in rasti gospodarstva, saj je turizem in s tem tudi turistični paketi pomembna veja gospodarstva. To pomeni prednost za državljane EU, kot tudi za ljudi izven Evropske unije, ki jim standardi na področju turističnih paketov zagotavljajo določene prednosti. Med drugim morajo organizatorji upoštevati določene standarde in uporabljati informacije, ki so točne in razumljive vsem potrošnikom.

3.3 Vsebina Direktive

Direktiva sveta o paketnem potovanju, organiziranih počitnicah in izletih vsebuje 10 členov, ki pa so večinoma razdeljeni na posamezne odstavke. Direktiva se nanaša na vse države članice Evropske unije.

1.člen Direktive Sveta 90/314/EGS pojasnjuje cilj Direktive, ki je približati zakone in druge predpise držav članic o turističnih paketih, ki se prodajajo ali ponujajo v prodajo na območju Skupnosti.

V 2.členu Direktive Sveta 90/314/EGS so opisane posamezne definicije:

- »Turistični paket« pomeni vnaprej dogovorjeno kombinacijo ne manj kot dveh naslednjih elementov, če so prodani ali ponujeni v prodajo za skupno ceno in če storitev traja več kot štiriindvajset ur ali vključuje nastanitev preko noči:
 - prevoz;
 - nastanitev;

- druge turistične storitve, ki niso pomožne k prevozu ali nastanitvi in predstavljajo pomemben del turističnega paketa.

Direktiva že tu opozarja, da turističnega agenta zavezuje obveznost tudi, če je deljeno zaračunavanje različnih elementov istega turističnega paketa.

- »Organizator potovanja« pomeni osebo, ki ne samo občasno organizira turistične pakete in jih prodaja oziroma ponuja v prodajo ali neposredno ali preko turističnega agenta.
- »Turistični agent« pomeni osebo, ki prodaja ali ponuja v prodajo turistični paket, ki ga je sestavil »organizator potovanja«.
- »Potrošnik« pomeni osebo, ki vzame ali privoli vzeti turistični paket (»glavni pogodbenik«) ali katero koli drugo osebo, v korist katere je glavni pogodbenik privolil kupiti turistični paket (»drugi upravičenci«) ali katero koli drugo osebo, na katero je glavni pogodbenik ali drugi upravičenec prenesel turistični paket (»pridobitelj«).
- »Pogodba« pomeni sporazum med potrošnikom in organizatorjem potovanja in/ali turističnim agentom.

3.člen Direktive Sveta 90/314/EGS govori o tem, da noben opis, cena in vsi ostali pogoji, ki so sestavni del pogodbe, ne smejo vsebovati nobene zavajajoče informacije. Katalog ponudbe mora biti »berljiv razumljiv in mora točno opredeliti tako ceno kot druge ustrezne informacije«. Te informacije so kraj potovanj, načini ter vrste prevoza, ki se uporablja, vrsta namestitve, njena lokacija, turistična klasifikacija in njene glavne značilnosti. Prav tako mora vsebovati informacije o urniku obrokov, načrtu potovanja, splošnih informacijah glede potnih listov in zahtev za vizume ter zdravstvenih formalnostih. Vključevati mora informacije o tem, kolikšen znesek ali odstotek cene se plača ob rezervaciji in kakšni so časovni roki za plačilo razlike ter najmanjše zahtevano število oseb za izvedbo paketa in skrajni rok za obveščanje potrošnikov v primeru odpovedi.

Vse podrobnosti v paketu zavezujejo organizatorja potovanja oziroma turističnega agenta, razen če so bile spremembe jasno posredovane potrošniku pred sklenitvijo pogodbe ali so bile spremembe narejene kasneje sporazumno med pogodbenimi strankami.

4.člen Direktive Sveta 90/314/EGS je razdeljen na sedem odstavkov.

Prvi govori o obveznostih organizatorja potovanj in/ali turističnega agenta. Te so: zagotovitev splošnih informacij o potnih listinah in zahtevah za vizume, podatke o časih in krajih vmesnih postankov, podatke lokalnega predstavnika ali telefonsko številko za nujne primere, če gre za potovanje mladoletnikov, morajo biti zagotovljene informacije, ki omogočajo stik z odgovorno osebo, ter možnost sklenitve zavarovalne police za potovanje.

Drugi odstavek govori o načelih, ki jih mora vsebovati pogodba za turistični paket.

Tretji odstavek pravi, da lahko potrošnik, ki se ne more udeležiti potovanja, prenese rezervacijo na tretjo osebo, ki izpolnjuje vse pogoje, če predhodno v razumnem času obvesti organizatorja potovanja ali turističnega agenta. Seveda pa sta prenosnik paketa in pridobitelj za plačilo zapadle razlike in za dodatne stroške odgovorna sama.

Četrty odstavek se nanaša na cene paketa. Cene niso predmet sprememb, razen, če pogodba tega izrecno ne predvideva. Spremembe cen so upravičene le v primeru sprememb prevoznih stroškov (gorivo), dajatev ali pristojbin in menjalniških tečajev. Določeno je tudi, da se 20 dni pred odhodom pogodbeni cena ne sme povišati.

Peti odstavek pravi, da če organizator potovanja ugotovi, da je pred odhodom prisiljen spremeniti katerega od bistvenih pogojev kot je cena, mora o tem obvestiti potrošnika, da se lahko potrošnik ali umakne iz pogodbe brez pogodbenih kazni ali pa se sprejme dodatna klavzula, ki opredeljuje spremembe in vpliv na ceno.

Šesti odstavek določa, do česa je upravičen potrošnik, če odstopi od pogodbe v skladu s prejšnjim odstavkom. Upravičen je do nadomestnega turističnega paketa enake ali višje kakovosti. Če je kakovost nižja, mu mora razliko v ceni povrniti organizator potovanja ali pa se potrošniku povrnejo vsi zneski, ki jih je plačal po pogodbi, razen, če je do odpovedi prišlo zaradi manjšega števila oseb od zahtevanega za izvedbo potovanja in je bil potrošnik o tem pisno obveščen, ali pa da je do odpovedi prišlo zaradi prevelikega števila rezervacij ali višje sile.

Sedmi in zadnji odstavek pa pravi, da če organizator ne more zagotoviti pomembnega dela dogovorjenih storitev, mora zagotoviti ustrezne nadomestne dogovore brez dodatnih stroškov za potrošnika. Če je kaj takega nemogoče narediti ali da potrošnik teh iz utemeljenih razlogov ne sprejme, mora organizator potovanja zagotoviti potrošniku brez dodatnih stroškov ustrezen prevoz nazaj na mesto odhoda.

5.člen Direktive Sveta 90/314/EGS se razdeli na štiri odstavke.

Prvi odstavek govori o tem da morajo države članice sprejeti potrebne ukrepe za zagotovitev odgovornosti organizatorja potovanja oziroma turističnega agenta do potrošnika za pravilno izpolnjevanje pogodbe.

V drugem je navedeno, da morajo države članice sprejeti ustrezne ukrepe za zagotovitev odgovornosti v primeru škode, ki bi nastala potrošniku zaradi neizpolnitve ali nepravilne izpolnitve pogodbe, razen, ko za neizpolnitev ali nepravilno izpolnitev ni možno pripisati nobenemu od njiju, ker je:

- napako mogoče pripisati potrošniku;
- je tako napako mogoče pripisati tretji stranki, ki ni v povezavi z zagotavljanjem pogodbenih storitev;
- so neuspehi posledica višje sile.

Države članice imajo možnost, da se nadomestilo škode (razen telesne poškodbe) omeji s pogodbo.

Naslednji členi niso vsebinsko pomembni za nadaljnjo analizo, zato njihov opis ni potreben.

3.4 Pravne praznine in nedorečenosti pri opredeljevanju paketnega potovanja

Pri omenjeni definiciji paketnega potovanja velikokrat naletimo na probleme opredeljevanja ključnih pojmov. Tukaj bom naštela in opisala, kateri so problemi pri opredeljevanju in dileme pri razlaganju posameznih pojmov.

3.4.1 Vnaprej sestavljena kombinacija

Pri tem se največkrat pojavi vprašanje, če »vnaprej sestavljena kombinacija« zajema tudi pakete, ki so narejeni po meri potrošnika. Torej ali to pomeni, da je paket sestavljen že preden stranka kupi paket, ali bistvene komponente že obstajajo pred sklenitvijo pogodbe. Lahko pomeni, da je bil paket sestavljen pred prihodom stranke (Grant & Mason, 2007).

Grant in Mason (2007) navajata primer, da stranka pove svoje zahteve organizatorju potovanja in on to rezervira. Pojavi se torej vprašanje, ali je organizator sestavil paket, čeprav je bil narejen po željah stranke in je on samo združil njegove komponente. Da bi bil organizator po Direktivi odgovoren, bi moralo biti sestavljeno vnaprej. Če so elementi pogodbe izraženi s strani potrošnika in niso več v ponudbi kot morebiten paket, potem se to ne šteje kot vnaprej sestavljena kombinacija.

Eden izmed prvih primerov na sodišču, pri katerem je prišlo do nejasnosti glede termina »vnaprej sestavljena kombinacija« je Club Tour Viagens e Turismo v Garrido C400/2000 ECJ. Stranka je kupila turistični paket pri potovalni agenciji na Portugalskem. Paket je vseboval let iz Portugalske in nastanitev v angl. »*all-inclusive*« hotelu v Grčiji. Potovalni agent je tisti, ki je združil let in nastanitev v hotelu (od različnih ponudnikov). V hotelu je bilo veliko os, kar je stranki uničilo dopust. Kljub pritožbam mu hotel in turistična agencija nista uspela najti ustrezne alternativne nastanitve v drugem hotelu. Ko se je stranka vrnila s potovanja, ni želela plačati potovanja in turistična agencija ga je tožila (Grant & Mason, 2007). Portugalsko sodišče je primer posredoval naprej na Evropsko sodišče, vprašanji pa sta se nanašali na dve stvari:

- Ali gre v primeru, da agent pripravi paket na zahtevo in v skladu z željami stranke, za paket?
- Ali termin »vnaprej določen« velja tudi v primeru, ko je paket sestavljen pred podpisom pogodbe?

Sodišče je na obe vprašanji odgovorilo pritrdilno. Gre za paketno potovanje in vnaprej določeno, saj so bili elementi potovanja zbrani s strani kupca, preden so podpisali pogodbo.

3.4.2 Skupna cena

Pri skupni ceni se pojavlja vprašanje, kaj sploh je skupna cena. Grant in Mason (2007) pravita, da je skupna cena enotna in celovita cena in je več kot le vsota vseh cen. Pri paketu je bistvo to, da en element ne more biti odstranjen, torej lahko kupec vzame celoten paket

ali pa ga ne kupi. Tako pri paketu tudi niso opredeljene posamezne cene komponent. Skupna cena pa je lahko tudi seštevek vseh cen, kjer stranka izrazi svoje želje pri sestavljanju komponent in so cene posameznih sestavin znane. Zakon pravi, da vsota posameznih računov za posamezne sestavine ne bi smele povzročiti, da se dogovor o potovanju spremeni v kaj drugega kot v paket. To pomeni, da je primer paketnega potovanja tudi, če organizator potrošniku paket razdeli na več računov (Grant & Mason, 2007).

Grant in Mason (2007) opisujeta primer Rechberger. Stranka je zadela nagrado pri dnevnem časopisu, in sicer potovanje, ki je bilo opredeljeno tako: »Če potuje sam, mora plačati samo letališko takso in dodatek za enoposteljno sobo, let in nastanitev pa sta brezplačna. Če vzame stranka s sabo še nekoga, ta plača polno ceno, nagrajenec pa plača samo letališko takso.« Časopis je prepustil organizacijo nagradne igre potovalni agenciji. Nagradna igra je bilo zelo uspešna, potovalno agencijo pa so logistične in finančne težave pripeljale do stečaja. Potovanje je bilo odpovedano in kupci, ki so plačali polno ceno, niso dobili povrnjenega denarja. Na sodišče so napotili vprašanje, ali gre v omenjenem primeru za paketno potovanje ali ne. Sodišče je odgovorilo pritrdilno: v navedenem primeru gre za turistični paket po skupni ceni. Četudi je kupec plačal le eno komponento ali pa komponento po znižani ceni, gre za vnaprej določeno kombinacijo vsaj dveh elementov. Gre za skupno ceno, četudi cena ni krila vsega, kar bi kupec dobil.

3.4.3 Nastanitev

Pod nastanitev čez noč štejemo vse od hotelov, hostlov, šotorov, koč in kamp prikolic. Problem se pojavi pri npr. spalniku na nočnem vlaku ali pa postelji na trajektu. Tu je namreč glavni namen prevoz in ne nastanitev, ki je samo stranski produkt (Grant & Mason, 2007).

Drugače je v primeru križark, saj ima kupec kupljeno namestitev in vnaprej določen itinerarij – gre za paket.

3.4.4 Transport

Tu se pojavi problem pri tako imenovanih angl. »*fly & drive*« počitnicah. Dilema predstavlja tudi, če se turist na destinaciji sam prevaža iz točke A do točke B, ali pa da je turistu zagotovljen prevoz, a ga izvaja sam (Grant & Mason, 2007).

Pri kolesarskih počitnicah gre za paketne počitnice, pri »*fly & drive*« počitnicah pa, v kolikor štejemo za »*drive*« transport, ne gre za paketne počitnice, če pa ga štejemo kot »drugo turistično dejavnost«, pa jih štejemo med paketne počitnice (Kovač, 2014).

Grant in Mason navajata, da so stranke najele vilo na Barbadosu v vrednosti 140.000 dolarjev za en mesec. K temu najemu je spadal tudi brezplačen prevoz z limuzino od letališča do vile. Na sodišče je bilo napoteno vprašanje, ali prevoz z limuzino spada k paketnemu potovanju. Sodišče je odgovorilo nikalno. Dokazov, da je bila limuzina uporabljena, ni bilo, pa tudi če je bila uporabljena, je bila vrednost prevoza minimalna

(tako imenovano de minimis pravilo). Prevoz z limuzino je bil brezplačen, zato tudi ne more biti del storitve in ni del paketnih počitnic (Grant & Mason, 2007).

3.4.5 Ostale turistične storitve, ki niso pomožne transportu ali namestitvi

Grant in Mason (2007) opredeljujeta posamezne elemente te definicije. »Ostale« se nanašajo na tiste, ki niso transportne ali namestitvene. »Turistične storitve« so tiste, ki se nanašajo na namen turizma. Pod turistične storitve na primer ne spadajo poslovne, konferenčne ali izobraževalne storitve. Pri definiciji »pomožne« se pojavlja problem pri hotelih, ki poleg namestitve nudijo še veliko drugih aktivnosti (spa, bar, restavracije itd.). Vse te aktivnosti bi se lahko štete kot pomožne, ker so del cene.

V primeru, da pa gre za poslovno konferenco s prenočitvijo, to velja za paketno potovanje. Če študent kupi poletno šolo na fakulteti kot enovito transakcijo, se pravi nastanitev, transport in predavanja, to velja za paketno potovanje. V primeru, da je transport vključen v ceno, gre avtomatsko za paketne počitnice (Grant & Mason, 2007).

3.5 Utemeljitev predloga nove direktive o paketnem potovanju

Turizem ima v gospodarstvu Unije pomembno vlogo, turistični paketi pa predstavljajo znaten del tega trga. Trg potovanj se je od sprejetja Direktive 90/314/EGS o paketnih potovanjih znatno spremenil. Poleg tradicionalne distribucijske verige postaja internet vse bolj pomembno sredstvo za ponujanje potovalnih storitev. Predvsem so paketi pogosto kombinirani po želji potrošnika, vedno manj se kupuje tradicionalne turistične pakete. Mnogi od teh potovalnih proizvodov so bodisi v pravnem sivem območju ali pa očitno niso zajeti z Direktivo 90/314/EGS. Cilj te direktive je prilagoditi obseg varstva glede na navedeni razvoj, povečati preglednost ter izboljšati pravno varnost za potnike in trgovce (Svet Evropske unije, 2014).

Dandanes si večina državljanov EU (56 % dopustnikov po vsej EU) organizira počitnice v lastni režiji namesto nakupa vnaprej določenih paketov (tradicionalne počitnice v paketu, ki jih pravno pokriva direktiva o paketnih potovanjih) (Evropska komisija, 2009). Vedno več je rezervacij, kjer potrošniki sami sestavijo pakete (dinamični paketi), npr. kupijo let in nastanitev preko istega dobavitelja ali preko partnerskih spletnih strani. Kot primer navajam, ko potrošnik kupi letalsko vozovnico preko spletne strani in je potem preusmerjen na partnersko spletno stran, ki ponuja nastanitev v hotelu ali najem avtomobila. Pomembno je omeniti, da se je po informacijah Evropske komisije (2009) število resnično ločenih rezervacij, ko potrošnik kupi različne elemente od različnih prodajalcev/spletnih strani, ki pa niso povezane (ne spada pod dinamični paket) dramatično povečalo. 23 % državljanov EU je kupilo dinamične pakete v letih 2008 in 2009, višji odstotek pa beležijo države, kot so Irska (46 %), Švedska (44 %), Italija (36 %) in Slovenija (42 %).

Razvoj tehnologije je drastično zmanjšal ovire pri vstopanju na turistični trg. Spletne strani so preusmerile moč iz dobavitelja na potrošnika. Čeprav je kupovanje turističnih storitev preko spleta v porastu, bo vedno obstajal manjši delež tistih, ki bodo potovanje kupili

preko klicnih centrov ali tradicionalnih turističnih agencij (O'Connell & Bouquet, 2015). Povpraševanje potrošnikov se je spremenilo. Potovanje si raje pripravijo in organizirajo sami, saj so mnjenja, da vnaprej pripravljen aranžma ni dovolj fleksibilen in individualiziran (Ayazlar, 2014). Danes večina potovalnih agencij omogoča možnost izbire potovanja ali potovanja po lastni meri (potrošnik ga sam sestavi) preko spleta. Te možnosti potrošniku zagotavljajo široko paleto možnosti, da zadovolji svoje potrebe. Potovalne organizacije potrošniku nudijo privlačne in različne potovalne pakete, ki pa se razlikujejo tudi glede na segment potrošnika (starejši, mlajši, družine z otroki, samski). To jim omogoča tudi večji dobiček (Liu et al., 2014).

Veliko dinamičnih paketov trenutno ni pokritih z Direktivo o paketnih potovanjih. Leta 1997 je bilo kar 98 % potrošnikov iz Velike Britanije pravno kritih preko direktive, leta 2005 pa je ta odstotek padel na manj kot 50 % (Evropska komisija, 2009). Preko 50 % potrošnikov je mnjenja, da so kriti v primeru bankrota letalskega prevoznika, če so kupili letalsko karto v dinamičnem paketu ali individualno. V večini primerov pa s trenutno Direktivo o paketnih potovanjih niso kriti (Evropska komisija, 2009). Dandanes je stečaj postal pereč problem za potrošnike, saj se je tveganje plačilne nesposobnosti v zadnjih letih povečalo. Med novembrom 2005 in septembrom 2008 je bankrotiralo kar 29 letalskih prevoznikov. V Franciji je leta 2008 bankrotiralo 125 turističnih organizacij, kar je prizadelo 9.000 potrošnikov. Ker so se od leta 1990, ko je bila direktiva o paketnih potovanjih sprejeta, trendi potovanj močno spremenili, se je potrebno vprašati, ali bi morala biti zaščita v primeru bankrota drugačna, če je bila letalska vozovnica kupljena v paketu ali kot posamezen produkt oz. element (Evropska komisija, 2009).

Direktiva 90/314/EGS o paketnih potovanjih daje državam članicam široko diskrecijsko pravico glede prenosa v nacionalno zakonodajo, zato ostajajo med zakonodajami držav članic znatne razlike. Pravna razdrobljenost ustvarja višje stroške za podjetja in ovire za tiste, ki želijo čezmejno poslovati, zato imajo potrošniki omejeno izbiro (Svet Evropske unije, 2014).

Ključne težave, s katerimi se srečujemo pri sedanji direktivi o paketnih potovanjih, so (Evropska komisija, 2013b):

- 67 % državljanov EU je zmotno mislilo, da so zaščiteni, ko so kupili te »nove turistične pakete;
- za uporabnike »novih turističnih paketov« je dvakrat bolj verjetno, da bodo imeli težave, kot za uporabnike vnaprej dogovorjenih tradicionalnih paketov. Poleg tega, če pride do težav, ima potrošnik povprečne stroške v višini skoraj 600 EUR, medtem ko so takšni stroški pri tradicionalnih paketih manjši od 200 EUR;
- skupna letna izguba kupcev »novih turističnih paketov« v EU znaša več kot 1 milijardo EUR;
- nejasna in razdrobljena pravila o pravni odgovornosti so breme tako za potrošnike kot tudi za podjetja;
- podjetja po vsej EU, ki prodajajo enakovredne potovalne proizvode, ne tekmujejo enakopravno.

Notranji trg zajema območje brez notranjih meja, na katerem so zagotovljeni prosti pretok blaga in storitev ter svoboda ustanavljanja. Da bi ustvarili pravi notranji trg za potrošnike na tem področju, je potrebna harmonizacija nekaterih vidikov pogodb o turističnem potovanju in pomoči pri organizaciji potovanja, s katero bi dosegli pravo ravnovesje med visoko ravni varstva potrošnikov in konkurenčnostjo podjetij (Svet Evropske unije, 2014).

Nekatere določbe Direktive 90/314/EGS so postale zastarele ali kako drugače ustvarjajo nepotrebno breme za podjetja, kot so zahteve za informacije v katalogih in vključevanje vodenih poslovnih potovanj. Dodatne stroške za podjetja, ki želijo čezmejno trgovati, ustvarja pravna razdrobljenost s številnimi neskladji med zakonodajami držav članic (Evropska komisija, 2013b). Čezmejni potencial trga paketnih potovanj v Uniji še ni povsem izkoriščen. Različna pravila za varstvo potnikov v različnih državah članicah odvrta potnike v eni državi članici, da bi kupovali turistične pakete in pomoč pri organizaciji potovanja v drugi državi članici, pa tudi organizatorje in turistične agente v eni državi članici, da bi prodajali take storitve v drugi državi članici. Zakonodajo držav članic v zvezi s turističnimi paketi in pomočjo pri organizaciji potovanja je treba dodatno približati, da bi potrošniki in podjetja lahko v celoti izkoristili notranji trg, obenem pa bi se po vsej Uniji zagotovila visoka raven varstva potrošnikov (Svet Evropske unije, 2014).

Leta 2011 je imelo po podatkih Evropske komisije (2013b) 73 % gospodinjstev v EU dostop do interneta. Med najbolj priljubljenimi proizvodi, kupljenimi prek spleta, so potovalne storitve. Z razvojem spletne prodaje in liberalizacijo letalskega sektorja se je spremenil način, kako potrošniki organizirajo svoje počitnice, zaradi česar so nastali različni načini, na katere potovalni agenti, organizatorji potovanj, letalski prevozniki, družbe za križarjenje itd. potrošnikom pomagajo prilagajati kombinacije potovalnih storitev, zlasti prek spleta. Problem je, da v mnogih državah članicah ni jasno, ali take kombinacije spadajo na področje uporabe Direktive 90/314/EGS in ali so za izvajanje zadevnih storitev, zlasti v spletnem okolju, odgovorni gospodarski subjekti (potovalni agenti, organizatorji potovanj itd.), vključeni v združevanje takih kombinacij. To pri gospodarskih subjektih in potrošnikih povzroča negotovosti. To tudi pomeni, da za udeležence na trgu, ki jih danes izrecno zajema Direktiva 90/314/EGS, veljajo drugačna pravila in stroški v primerjavi s podjetji, ki jih ta direktiva ne zajema ali ki menijo, da jih ne zajema, čeprav se potegujejo za iste potrošnike (Evropska komisija, 2013b).

V študiji »Consumer Detriment Study in the area of Dynamic Packages« (Študija o škodi za potrošnike na področju dinamičnih turističnih paketov) je bila ocenjena letna osebna škoda za potrošnika v povezavi s kombiniranimi potovalnimi aranžmaji, kadar uporaba Direktive 90/314/EGS ni jasna (Europe Economics, 2007). Iz študije je bilo razvidno, da so težave s takimi potovalnimi aranžmaji pogostejše in bolj škodljive za potrošnike kot težave, povezane s tradicionalnimi turističnimi paketi, ki so v Direktivi 90/314/EGS jasno zajeti. Tudi potrošniki, ki kupujejo tradicionalne vnaprej dogovorjene turistične pakete, do določene mere utrpijo škodo, saj so nekatere določbe Direktive 90/314/EGS zastarele, nejasne ali imajo vrzeli, na primer potrošniki nimajo pravic, da paket odpovejo pred odhodom (Evropska komisija, 2013b).

4 PRAVNA UREDITEV PAKETNEGA POTOVANJA V SLOVENIJI

Paketna potovanja so v Sloveniji urejena z Zakonom o varstvu potrošnikov (Ur.l. RS št. 78/11). Dne 23.09.2011 je Državni odbor Republike Slovenije sprejel ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11), kjer so podrobneje opisana paketna potovanja v 57. in 58.členu.

4.1 Vsebina zakonodaje

Elemente in definicije paketnega potovanja opisuje 57.a člen ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) in je vsebinsko skladen z Direktivo o paketnih potovanjih. S pogodbo o organiziranju potovanja se organizator potovanja zavezuje, da bo potrošniku zagotovil skupek storitev, ki sestavljajo turistični aranžma, potrošnik pa se zavezuje, da bo organizatorju za to plačal skupno ceno. Za turistični aranžma se šteje vnaprej dogovorjena kombinacija dveh ali več naslednjih storitev, ki jih organizator potovanja ali prodajalec ponudi v prodajo in prodaja po skupni ceni, če storitev traja več kot štiriindvajset ur ali vključuje nastanitev čez noč:

- prevoz;
- nastanitev in
- druge turistične storitve, ki ne spadajo v prevoz ali nastanitev in predstavljajo pomemben del turističnega aranžmaja (ponudba jedi, obisk prireditev, ogled naravnih in kulturnih znamenitosti in podobno).

Deljeno zaračunavanje posameznih storitev istega turističnega aranžmaja organizatorja potovanja in prodajalca ne odvezuje obveznosti po tem zakonu. Potovanje, ki traja manj kot štiriindvajset ur in ne vključuje prenočevanja, je izlet. Ne glede na določbo drugega odstavka tega člena se šteje za turistični aranžma tudi izlet, če vključuje vnaprej dogovorjeno kombinacijo dveh ali več v prvi in tretji alineji prejšnjega odstavka navedenih storitev, ki jih organizator potovanja ali prodajalec ponudi v prodajo in prodaja po skupni ceni.

57.b člen se nanaša na kataloge in informacije, ki jih mora vsebovati. Katalogi, prospekti ter drugo oglasno in informativno gradivo, ki se nanaša na turistične aranžmaje, ceno ali kakršne koli pogodbene pogoje turističnih aranžmajev in ga organizator potovanja ali prodajalec posreduje potrošniku, ne sme vsebovati neresničnih ali zavajajočih informacij. Katalog mora biti napisan razumljivo ter mora vsebovati točne podatke o ceni in ustrezne informacije o:

- namembnem kraju potovanja, načinu in vrsti prevoza, ki se uporablja;
- vrsti in kraju nastanitve, njeni lokaciji, turistični kategoriji, ki jo priznava država, v kateri se nudi storitev, stopnji kakovosti nastanitve in njenih glavnih značilnostih;
- številu obrokov;
- programu potovanja;
- potnih listinah in morebitnih zahtevah za vizume in zdravstvene formalnosti, ki so potrebne za potovanje in bivanje v namembnem kraju potovanja;

- o denarnem znesku ali odstotku cene, ki jo je potrebno plačati ob rezervaciji in časovnih rokih za plačilo razlike;
- o najmanjšem potrebnem številu oseb za izvedbo turističnega aranžmaja in skrajnem roku za obvestitev potrošnika ob morebitni odpovedi.

Podrobnosti zavezujejo organizatorja potovanja, razen če so spremembe pred sklenitvijo pogodbe potrošniku pisno posredovane, na kar mora biti potrošnik posebej pozoren, ter če so se o spremembah sporazumno dogovorili pozneje (ZVPot-E). V 57.c členu ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) je opredeljeno, katere informacije mora organizator potovanja potrošniku zagotoviti pisno ali na drug način. Organizator mora zagotoviti informacije o potnih listih in vizumih ter informacije o zdravstvenih formalnostih, ki se zahtevajo za potovanje in bivanje v namembnem kraju.

Zagotoviti mora informacije o voznem redu ter mestu, ki ga potrošnik zaseda na prevoznem sredstvu (npr. kabina ali paluba na ladji, spalnik na vlaku); ime in priimek, naslov in telefonsko številko lokalnega predstavnika organizatorja potovanja in/ali prodajalca; če lokalnega predstavnika ni, mora imeti potrošnik v vsakem primeru na voljo telefonsko številko, na katero lahko pokliče zaradi morebitnih napak med izpolnjevanjem pogodbe ali drugih težav, ali kateri koli drug podatek, ki mu bo na enostaven način omogočal vzpostaviti stike z organizatorjem potovanja ali turističnim agentom. Prav tako v primeru potovanja ali bivanja mladoletne osebe v tujini poskrbi za vse potrebne informacije, ki omogočajo neposredne stike z mladoletnikom ali z osebo, ki je odgovorna za mladoletnika v kraju njegove nastanitve, in pa tudi informacijo o možnosti neobvezne sklenitve zavarovalne police za kritje stroškov, če potovanje odpove potrošnik, in zavarovanja za plačilo stroškov pomoči in vrnitve domov ob morebitni bolezni ali nesreči na potovanju.

Naslednji člen 57.č ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) navaja obvezne sestavine potrdila o potovanju, ki ga izda organizator potovanja ali prodajalec najpozneje ob sklenitvi pogodbe o organiziranju potovanja. Vsebovati mora: kraj in datum izdaje potrdila; ime in naslov organizatorja potovanja; ime in priimek potrošnika; namembni kraj potovanja in dneve bivanja; kraj in dan začetka in konca potovanja ter uro in kraj odhoda in vrnitve; vse podatke o prevozu ter voznem redu; podatke o bivanju z navedbo kraja namestitve; podatke o tipu in turistični kategoriji namestitvenega objekta; število in urnik obrokov (npr. polni penzion, polpenzion, zajtrk); posebne želje, ki jih je potrošnik ob prijavi sporočil organizatorju potovanja in jih je ta sprejel; natančen program potovanja; skupno ceno za skupek storitev, ki sestavljajo turistični aranžma in so vključene v ceno; možnost spremembe cene (navzgor in navzdol po sklenitvi pogodbe ter način izračuna spremembe); navedbo taks ali pristojbin za storitve (pristajanje, vkrcanje, pristojbine v pristaniščih in na letališčih, turistične takse), kadar ti stroški niso vključeni v ceno turističnega aranžmaja; dinamiko plačil in način plačila; ali je pogoj za izvedbo turističnega aranžmaja najmanjše število oseb in rok za obvestitev potrošnika ob morebitni odpovedi potovanja, ki ne sme biti krajši od sedem dni pred predvidenim datumom začetka potovanja; pogoje, pod katerimi lahko potrošnik odstopi od pogodbe; rok za pritožbo po končanem potovanju zaradi napak pri izpolnitvi, nepravilni ali nepopolni izpolnitvi pogodbe; če je potrebno,

podatke o mejnih in carinskih formalnostih, zdravstvenih, denarnih ali upravnih predpisih in druge koristne podatke; podatke o zavarovanju, ki ga je potrošnik sklenil s posredovanjem organizatorja ali prodajalca potovanja.

V primeru, da je pred izdajo potrdila o potovanju organizator ali prodajalec potrošniku izročil program potovanja, ki vsebuje podatke iz prejšnjega odstavka, se v potrdilu o potovanju lahko sklicuje na ta program. Obstoj in veljavnost pogodbe o organiziranju potovanja nista odvisna od potrdila o potovanju in njegove vsebine. Vendar za vso škodo, nastalo potrošniku, ki mu ni bilo izdano potrdilo ali pa potrdilo ni bilo pravilno, odgovarjata organizator potovanja in prodajalec. Šteje se, da je pravilno tisto, kar je zapisano v potrdilu, dokler se ne dokaže nasprotno. Če pri prodaji turističnega aranžmaja nastopa posrednik, mora potrdilo o organiziranju potovanja, poleg podatkov, ki se nanašajo na potovanje, vsebovati tudi ime in naslov posrednika ter podatek, da pri prodaji nastopa kot posrednik. Če v potrdilu ni navedene lastnosti posrednika, se šteje posrednik pri organiziranju potovanja za organizatorja. Za posrednika se glede pravic in obveznosti smiselno uporabljajo določbe tega zakona, ki veljajo za organizatorja potovanja.

V naslednjem 57.d členu ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) je napisano, da organizator potovanja po sklenitvi pogodbe ne sme zvišati cene razen, če je prišlo do sprememb v menjalnem tečaju valute ali tarifah prevoznikov, ki vplivajo na ceno potovanja. Če so te spremembe povzročile znižanje cene potovanja, mora organizator potrošniku povrniti razliko v ceni. Cena turističnega aranžmaja se sme zvišati najpozneje do dvajsetega dne pred začetkom potovanja. Če zvišanje dogovorjene cene preseže 10 %, lahko potrošnik odstopi od pogodbe, ne da bi moral povrniti škodo. V tem primeru mora organizator potovanja potrošniku vrniti vplačani znesek.

57.e člen ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) določa, da mora potrošnik v najkrajšem mogočem času organizatorju sporočiti vsako napako, ki jo med izpolnjevanjem pogodbe opazi na kraju samem. Pogoji je, da je o tej obveznosti in posledicah, ki nastanejo zaradi neizpolnitve te obveznosti, za uveljavljanje poznejših zahtevkov potrošnik pisno obveščen pred odhodom na potovanje, vzpostavitev stikov z osebo, ki sprejema pritožbe, pa organizator ali prodajalec potrošniku omogoči na dostopen in enostaven način. Organizator potovanja mora v najkrajšem mogočem času narediti vse potrebno za odpravo pomanjkljivosti. Če pomanjkljivosti niso bile odpravljene, lahko potrošnik zaradi nepopolno ali nekakovostno opravljenih storitev uveljavlja sorazmerno znižanje cene po končanem potovanju. Če sta obseg ali kakovost opravljenih storitev bistveno odstopala od obsega ali kakovosti storitev, ki sta bila določena v potrdilu ali pogodbi o potovanju, je potrošnik upravičen do vračila vsega vplačanega zneska. V obeh primerih je časa za pritožbo 2 meseca po končanem potovanju.

Naslednji člen opisuje pogoje, da lahko potrošnik odstopi od pogodbe. Če se potrošnik ne more udeležiti potovanja, lahko prenese svojo rezervacijo na drugega potrošnika, ki izpolnjuje zahteve, predvidene za določeno potovanje. Potrošnik mora o tem obvestiti organizatorja potovanja ali prodajalca najpozneje v osmih dneh pred začetkom potovanja. Potrošnik mora organizatorju potovanja ali prodajalcu povrniti stroške, ki so neposredno

povezani s prenosom rezervacije. Če potrošnik odstopi od pogodbe pred začetkom potovanja v primernem roku, ki je odvisen od vrste aranžmaja, ima organizator potovanja ali prodajalec pravico le do povračila administrativnih stroškov. Pri nepravočasnem odstopu od pogodbe lahko organizator potovanja zahteva od potrošnika kot povračilo določen odstotek dogovorjene cene, ki mora biti sorazmeren s preostalim časom do začetka potovanja in ekonomsko upravičen. Organizator potovanja ima pravico le do povračila svojih stroškov, če je potrošnik odstopil od pogodbe zaradi okoliščin, ki se jim ni mogel izogniti ali jih odvrniti in bi bile ob sklenitvi pogodbe utemeljen razlog, da pogodbe ne bi sklenil, če bi takrat že obstajale, kot tudi v primeru, če je potrošnik preskrbel ustrezno zamenjavo ali je zamenjavo našel sam organizator. Če potrošnik odstopi od pogodbe, potem ko se je potovanje že začelo, vzrok za to pa niso okoliščine iz prejšnjega odstavka, ima organizator pravico do celotnega zneska dogovorjene cene potovanja.

V 57.g členu je navedeno, da organizator potovanja odgovarja za škodo, ki jo povzroči potrošniku zaradi delne ali popolne neizpolnitve pogodbe v skladu s splošnimi pravili. Organizator potovanja sme popolnoma ali delno odstopiti od pogodbe, ne da bi moral potrošniku povrniti škodo, le, če pred izpolnjevanjem pogodbe ali med njenim izpolnjevanjem nastopijo izredne okoliščine, ki jih ni bilo mogoče pričakovati, niti se jim izogniti ali jih odvrniti, ki pa bi bile ob sklenitvi pogodbe utemeljen razlog, da pogodbe ne bi sklenil, če bi takrat že obstajale. Organizator potovanja sme od pogodbe, ne da bi moral potrošniku povrniti škodo, odstopiti tudi, kadar se ni zbralo najmanjše število oseb, če je bil ta pogoj naveden v potrdilu o potovanju, pod pogojem, da je bil potrošnik o tej okoliščini pisno obveščen v roku, ki ni krajši od sedem dni. Pri odstopu od pogodbe pred njeno izpolnitvijo mora organizator potrošniku nemudoma vrniti ves vplačani znesek, ki ga je od njega prejel. Če organizator potovanja ugotovi, da je pred odhodom prisiljen znatno spremeniti katerega od bistvenih pogodbenih pogojev, mora o tem čim prej obvestiti potrošnika, da mu omogoči sprejetje ustrezne odločitve, zlasti da odstopi od pogodbe, ne da bi moral povrniti škodo, ali da sklene dodatek k pogodbi. Potrošnik mora o svoji odločitvi brez nepotrebnega odlašanja obvestiti organizatorja potovanja ali prodajalca. V kolikor potrošnik zaradi razlogov iz prejšnjega odstavka odstopi od pogodbe ali organizator potovanja odpove potovanje pred dogovorjenim datumom odhoda iz katerega koli razloga, lahko potrošnik zahteva vračilo vplačanega zneska ali pa sprejme nadomestni turistični aranžma enake ali višje kakovosti, če ga ima organizator ali prodajalec na voljo v svoji ponudbi. Če potrošnik sprejme ponudbo nadomestnega turističnega aranžmaja nižje kakovosti, mu mora organizator potovanja povrniti razliko v ceni.

Predzadnji 57.h člen ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) govori o dolžnostih organizatorja, če spremeni plan potovanja. Lahko jih spremeni le v primeru okoliščin, ki jih ni mogel pričakovati, se jim izogniti ali odvrniti. O spremembi programa mora potrošnika pisno obvestiti takoj, ko so nastopile izredne okoliščine, in navesti razloge za spremembo. Stroške, nastale s spremembo programa, krije organizator potovanja, zmanjšanje stroškov pa gre v korist potrošnika. Organizator potovanja sme dogovorjeno nastanitev zamenjati samo za nastanitev v objektu iste kategorije ali objektu višje kategorije in samo v dogovorjenem kraju. Morebitne dodatne stroške zaradi razlike v ceni krije organizator potovanja. Če organizator potovanja bistveno spremeni program potovanja pred

izpolnjevanjem pogodbe, mora potrošniku, ki zaradi tega odstopi od potovanja, vrniti ves vplačani znesek, ki ga je od njega prejel. V primeru, da pride do spremembe programa med samim izpolnjevanjem pogodbe, potrošnik, ki zaradi tega odstopi od pogodbe, plača samo stroške dejansko opravljenih storitev.

Zadnji člen pa govori o ustreznem zavarovanju potnikov, ki ga morajo urediti podjetja, ki organizirajo skupinske izlete in potovanja.

4.2 Študije primerov v Sloveniji

Glede na to, da imamo v Sloveniji paketna potovanja urejena z Zakonom o varstvu potrošnikov (Ur.l. RS št. 78/11), se v nadaljevanju osredotočam na analitične in ekonomske težave slovenskih primerov, ki so se pojavile pri nakupu paketnih počitnic.

4.2.1 Sprememba nastanitve

V prvem primeru gre za spremembo nastanitve in s tem nezadovoljstvo kupca. V turistični agenciji je potrošnik rezerviral hotel s ponudbo angl. »*all-inclusive*« v mestu Kirenija na Cipru. Po prihodu na Ciper ga je agencija nastanila v drugem mestu, ki je kar 70 kilometrov oddaljeno od izbrane lokacije. Od predstavnice agencije je zahteval, naj zagotovi nastanitev v hotelu v izbranem mestu, vendar so bili vsi hoteli v Kireniji zasedeni. Zahteval je vrnitev kupnine, saj je bil nastanjen v drugem kraju in o spremembi nastanitve so ga obvestili šele po prihodu na Ciper. Agencija mu je odgovorila, da so pripravljene povrniti le 10 % vplačanega aranžmaja, s čimer pa se potrošnik ni strinjal (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014a).

Potrošniku je Zveza potrošnikov svetovala, naj na podlagi frankfurtske tabele oceni višino svojega zahtevka zaradi pomanjkljivosti na letovanju in spremenjene nastanitve. Frankfurtska tabela sicer ni veljavna zakonodaja, ampak je zgolj pripomoček za oblikovanje višine zahtevka, ki ga potrošnik uveljavlja zoper turistično agencijo, ko storitve niso bile opravljene v skladu z dogovorom.

ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) v 57.h členu določa, da se sme dogovorjena nastanitev spremeniti le v primeru izrednih okoliščin. Agencija lahko dogovorjeno nastanitev zamenja le za nastanitev v objektu iste ali višje kategorije in samo v dogovorjenem kraju. V frankfurtski tabeli je za povračilo določen razpon 10 % do 25 % cene, in sicer glede na oddaljenost od rezervirane namestitve.

Zveza potrošnikov je pisala turistični agenciji v imenu potrošnika in dosegli so vrnitev sporazumnega zneska kupnine.

4.2.2 Neudeležba potovanja

Sledeči primer ponazarja težave, ki nastanejo, če potrdilo o organiziranju potovanja ni (pravilno) izdano. Potrošnika sta se odločila za potovanje v Istanbul. Pri agenciji sta potrdila želeni termin in zaprosila za program in splošne pogoje potovanja. Ker nista dobila odgovora, sta agencijo poklicala po telefonu. Pojasnili so jima, da bosta v nekaj dneh

dobila na dom položnico za plačilo potovanja in vse dodatne informacije. Položnice nista dobila, zato sta agencijo na to ponovno opozorila po elektronski pošti, a se spet niso odzvali. Sklepala sta, da potovanje ni potrjeno, saj nista ničesar plačala, zato sta potovanje rezervirala pri drugi agenciji. Na dan, ko naj bi odšla na potovanje s prvo agencijo, ju je po telefonu poklical predstavnik agencije in vprašal, zakaj nista na letalu za Istanbul. Presenečeno sta mu pojasnila, da nista na letalu zato, ker od agencije nista dobila niti položnice niti informacij o potovanju. Čez nekaj tednov pa sta dobila na dom položnico za plačilo potovanja v Istanbul, ki se ga nista udeležila. Ko sta ponovno poklicala agencijo, je njen predstavnik zagotovil, da sta termin potrdila, agencija pa naj bi jima 10 dni pred potovanjem poslala na dom položnico in letalske vozovnice (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014b).

Organizator potovanja ali prodajalec mora potrošniku najpozneje ob sklenitvi pogodbe o organiziranju potovanja izdati potrdilo o potovanju ali z njim skleniti pisno pogodbo, ki vsebuje vse obvezne sestavine potrdila o potovanju. ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) v 57.č členu določa, da obstoj in veljavnost pogodbe o organiziranju potovanja nista odvisna od potrdila o potovanju in njegove vsebine. Za škodo, ki jo je utrpel potrošnik, ki mu potrdilo ni bilo izdano ali pa ni bilo pravilno, odgovarjata organizator potovanja in prodajalec. Za škodo, ki je nastala zaradi nesodelovanja agencije, je torej odgovorna turistična agencija. Agencija s potrošnikoma ni komunicirala po elektronski pošti, niti ju ni že pred potovanjem opozorila na neplačano obveznost, zato ji lahko očitamo precejšnjo neskrbnost. Potrošnika tako nista dolžna plačati denarnega zahtevka.

4.2.3 Agencija je odpovedala potovanje

V nadaljevanju opisujem primer, kjer je turistična agencija odpovedala potovanje. Družina je pri turistični agenciji vplačala počitniški aranžma, ki pa ga je agencija zaradi premajhnega števila prijavljenih kasneje odpovedala. Agencija jim je ponudila, da jim lahko povrnejo celoten znesek ali pa lahko vplačilo izkoristijo za drug aranžma. Odločili so se za vrnitev kupnine, vendar jim denarja po več mesecih še zmeraj niso vrnili (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014c).

ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) v 57.g členu določa, da sme organizator potovanja odstopiti od pogodbe, ne da bi moral potrošniku vrniti škodo, v primeru, če se za potovanje ni prijavilo najmanjše predvideno število oseb. Vendar to velja le, če je bil pogoj o najmanjšem številu oseb naveden v potrdilu o potovanju in če je agencija o odpovedi potovanja pisno obvestila potrošnika najmanj 7 dni pred predvidenim začetkom potovanja.

Organizator potovanja mora pri odstopu od pogodbe pred njeno izpolnitvijo nemudoma vrniti potrošniku celoten vplačani znesek. V primeru, da se agencija ne odzove na pozive potrošnikov, se ti lahko obrnejo na Tržni inšpektorat.

4.2.4 Izgubljena prtljaga na potovanju

Sledeči primer obravnava situacijo, kjer se na potovanju izgubi prtljaga. Potrošnika sta se s turistično agencijo odpravila na daljše potovanje, med prevozom z avtobusom pa se je

izgubila njuna ročna prtljaga. Turistična agencija ni želela ugoditi njenemu zahtevku za izplačilo odškodnine za izgubljeno prtljago, saj naj ne bi odgovarjala za ročno prtljago. Potrošnik se je za pojasnilo obrnil na Zvezo potrošnikov Slovenije.

Pojasnili so jima, da turistična agencija kot organizator potovanja odgovarja za škodo, ki jo je utrpel potnik, četudi je izvedbo posamezne storitve zaupala tretji osebi, v našem primeru prevozniku. Zakonodaja pa loči med ročno in registrirano prtljago. Ročno prtljago naj bi imel potnik ves čas ob sebi, zato se šteje, da ima nad njo nadzor. Registrirana prtljaga pa se prepelje v posebnem delu vozila in zanjo običajno dobimo potrdilo (prtljažnica) in plačamo tudi pristojbino. Za izgubo registrirane prtljage odgovarja prevoznik, svojo odgovornost pa običajno tudi zavaruje. Potnik bo torej težko dokazal, da je za škodo, ki jo je utrpel zaradi izgubljene ročne prtljage, odgovoren prevoznik oz. turistična agencija (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014d).

4.2.5 Odpoved potovanja zaradi bolezni

Naslednji primer prikazuje, na kaj moramo biti pozorni, če odpovemo potovanje zaradi bolezni. Potrošnika sta turistični agenciji skoraj pol leta vnaprej plačala turistični aranžma za križarjenje po Karibih. Sklenila sta tudi zavarovanje za primer odpovedi potovanja. Le nekaj dni pred odhodom sta morala potovanje odpovedati, ker se je zdravstveno stanje enega od njiju nenadoma poslabšalo. Od turistične agencije sta zahtevala vračilo plačanega zneska. Turistična agencija jima je po odločitvi zavarovalnice z naslova zavarovanja odpovedi potovanja priznala 50 % vračila, s čimer pa se potrošnika nista strinjala. Potrošnika sta se obrnila na Zvezo potrošnikov Slovenije.

Pregledali so dokumentacijo in splošne pogoje za zavarovanje odpovedi turističnih potovanj. V njih je bilo določeno, da zavarovalnica krije stroške odpovedi le v primeru nezgode, smrti ali nepričakovanega poslabšanja zdravstvenega stanja, ki zavarovancu onemogoča potovanje. Iz zdravniške dokumentacije, ki sta jo potrošnika predložila, je bilo razvidno, da je moral potrošnik slab mesec dni pred začetkom potovanja v bolnišnico, kjer so opravili nujni operativni poseg. Okrevanje naj bi bilo hitro, tako da naj operacija ne bi bila ovira za udeležbo na potovanju.

Žal so se po operaciji pojavili zapleti, in sicer tik pred začetkom potovanja, ki so onemogočili, da bi se potnika udeležila potovanja. Na Zvezi potrošnikov Slovenije so prišli do zaključka, da sta potrošnika upravičena do vračila denarja. V njunem imenu so pisali zavarovalnici in prosili, naj pojasni, zakaj so se odločili priznati le polovično vračilo plačanega zneska. Zavarovalnica je pojasnila, da je potrošnik že ob operaciji vedel, da se potovanja ne bo mogel udeležiti. Po njihovem mnenju iz priloženega zdravniškega potrdila tudi ni jasno razvidno, da je do postoperativnih zapletov prišlo šele kasneje. Zato naj ne bi šlo za »nepričakovano poslabšanje zdravstvenega stanja«, zaradi katerega bi bil zavarovanec upravičen do kritja stroškov. Potrošnik je moral zato predložiti dopolnjeno zdravniško mnenje, v katerem je bilo natančno pojasnjeno, da je do zapletov po operaciji prišlo nepričakovano in precej kasneje. Ko je zavarovalnica dobila dodatno zdravniško

mnenje, je ponovno presodila primer in potrošniku priznala vračilo celotnega plačanega zneska (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014e).

4.2.6 Znižanje cene turističnega aranžmaja po nakupu

V nadaljevanju se posvetim vprašanju, ki nastane, če se po nakupu cena aranžmaja zniža. Potrošnik je sklenil aranžma za enotedenske počitnice po ceni 889 EUR za odraslo osebo. Akontacijo je plačal takoj, dogovorili pa so se, da bo razliko poravnal dva tedna pred odhodom. Ko se je oglasil v turistični agenciji, da bi poravnal razliko, pa je opazil, da so medtem za odhod v istem obdobju ceno aranžmaja znižali. Nova cena je bila precej nižja od tiste izpred nekaj tednov in po kateri je potrošnik plačal aranžma. Potrošnik je bil v dvomih, ali bi morala agencija tudi za njegov aranžma upoštevati danes veljavno ceno in znižati kupnino.

Na Zvezi potrošnikov Slovenije so pojasnili, da za datum sklenitve pogodbe šteje dan, ko je bil rezerviran aranžma in plačana akontacija po takrat veljavnih pogojih in ceni. Dejstvo, da je agencija pozneje isti aranžma ponujala s popustom, ne vpliva na že sklenjeno pogodbo (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014f).

4.2.7 Nemiri v Egiptu – pravice potnikov

V zadnjem času smo priča vse več terorističnim napadom in nemirom, zato je sledeči primer vsekakor zelo uporaben, saj obravnava ravno tematiko izrednih okoliščin (vojne, nemiri itd.). Uvodoma je potrebno povedati, da potrošnik lahko v vsakem trenutku odstopi od pogodbe o turističnem aranžmaju. Če odstopi zaradi višje sile (tj. zaradi okoliščin, ki se jim ni mogel izogniti ali jih odvrniti in bi ob sklenitvi pogodbe predstavljale utemeljen razlog, da pogodbe ne bi sklenil, če bi že takrat obstajale), mora agenciji plačati le tiste stroške, ki so do takrat dejansko nastali. Pomembno je torej, kdaj je potrošnik sklenil pogodbo o potovanju ter da v času sklenitve pogodbe izredne okoliščine še niso obstajale. Zveza potrošnikov svetuje, da odstop od pogodbe podajo pisno in se pri tem sklicujejo na obvestilo Ministrstva za zunanje zadeve. V tistih primerih, ko so potniki aranžma sklenili tik pred odhodom in so bili z izrednimi razmerami že seznanjeni, pa se nanje ne bodo mogli sklicevati (razen v primeru, če se situacija še poslabša). Štelo se bo, da gre za nepravočasen odstop od pogodbe – agencija bo zahtevala plačilo sorazmernega zneska vplačanega aranžmaja po tabeli, navedeni v splošnih pogojih agencije (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014g).

Kaj narediti v primeru, če se je potovanje že pričelo?

V pomoč potrošniku je določba, po kateri mora turistična agencija potrošniku, ki se med potovanjem znajde v težavah zaradi nepredvidljivih napak, višje sile ali dogodka, ki ga kljub skrbnemu ravnanju ni bilo mogoče preprečiti, ponuditi takojšnjo pomoč. Agencija bo torej morala zagotoviti, da se potniki varno vrnejo domov. Možno je, da bo agencija zaradi izrednih razmer ali spremenila program potovanja ali pa potovanje predčasno zaključila. Vsi stroški spremembe programa bremenijo turistično agencijo, če pa ima zaradi spremembe programa manjše stroške (ker nekatere storitve niso opravljene), mora ustrezno

znižati ceno. Če se program bistveno spremeni (odpadejo vsi organizirani ogledi, program se izvede v drugem delu države ...), lahko od pogodbe potrošnik odstopi tudi med njenim izvajanjem. V takem primeru je potrošnik dolžan plačati le stroške že opravljenih storitev. Namestitvev smejo spremeniti le tako, da je zagotovljena nastanitvev v objektu iste ali višje kategorije v dogovorjenem kraju. Stroški zaradi namestitvev v višji kategoriji objekta gredo v breme agencije (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014g).

4.2.8 Sprememba datuma odhoda potovanja

Zvezo potrošnikov Slovenije je za pomoč prosila potrošnica, ki je vplačala turistični aranžma za letovanje v Črni Gori od 20.06. do 28.06. Do zapleta je prišlo, ker ni bila pravočasno obveščena o spremenjenem datumu odhoda. Nekaj dni pred odhodom ji je turistična agencija poslala dopis, v katerem je bil zapisan termin letovanja od 19.06. do 27.06., datum nastanitve pa od 20.06. do 27.06.

Zapisana sta bila torej dva različna datuma odhoda. Potrošnica med vikendom ni mogla navezati stika s poslovalnico, menila pa je, da je pravi datum odhoda 20.06., saj je bil omenjen v večini dokumentov. Ko je 20.06. prišla na Dolgi most v Ljubljani, kjer naj bi potnike čakal avtobus, je skupaj s še dvema potnikoma, ki sta prav tako zaman čakala avtobus, ugotovila, da je prišla en dan prepozno. Takoj naslednji delovni dan se je oglasila v poslovalnici agencije in vložila pritožbo. Po telefonu so ji pojasnili, da je bil datum odhoda 19.06., datum namestitvev v hotelu pa 20.06.2010. Ker se potovanja ni udeležila, je od turistične agencije zahtevala ali vračilo plačanega zneska ali pa možnost letovanja v istem kraju v drugem terminu. Turistična agencija ji je priznala le delno vračilo zneska, ker naj bi bila po njihovem mnenju za zamudo kriva potrošnica.

Iz pregledane dokumentacije je jasno razvidno, da je šlo za spremembo programa potovanja, o kateri potrošnica ni bila pravočasno obveščena. Ne samo, da so datum odhoda prestavili z 20. na 19.06., spremenjen je bil tudi datum odhoda (ne 28., ampak 27.06.). Spremenjeni datum odhoda (27.06. 2010) je bil prvič omenjen šele v zadnjem dokumentu.

V imenu potrošnice so pisali turistični agenciji in pojasnili, da je upravičena do vračila celotnega vplačanega zneska, saj o spremembi ni bila pravočasno in jasno obveščena. V dogovoru s potrošnico pa so (ker so želeli sporazumno rešiti zaplet), predlagali tudi možnost, da bi ji agencija omogočila odpotovati v isti kraj v kasnejšem terminu, seveda brez dodatnega plačila. Agencija se je s predlogom strinjala in je potrošnici omogočila potovanje v kasnejšem terminu brez doplačila (Zveza potrošnikov Slovenije, 2014h).

4.2.9 Okvara ladje

V sledečem primeru se posvetim odgovornosti turistične agencije v primeru izrednih okoliščin. Zaradi okvare ladje ta ne izpluje iz Rodosa na Kreto, naslednja ladja pelje šele čez 3 dni. Ladjar agenciji vrne samo denar za ladijsko vozovnico. Turistična agencija je primorana na lastne stroške plačati letalo za celotno skupino. Višina dodatnega stroška za agencijo znaša 5.000 EUR. Poleg tega stranke po potovanju pošljejo še pisno reklamacijo,

da program ni bil izveden v celoti in zahtevajo še povračilo dela denarja (Gospodarska zbornica Slovenije, 2014).

Turistična agencija ni ladjar in krivda ni njena. Ladjar kot prevoznik je odgovoren za varnost in življenje potnikov na ladji in zato tudi pristojen, da v primeru hujše okvare odpove prevoz. Tudi potniki bi se morali strinjati s trditvijo, da je neogroženost njihovih življenj bolj pomembna od neizvedbe enega turističnega potovanja po programu. Potniki lahko tožijo agencijo in poskušajo dokazati, da je krivda prav njena, a jim to ne bo uspelo. Iz tega sledi, da je v tem primeru prišlo do izrednih okoliščin v skladu z drugim odstavkom 57.g člena ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11), ki se glasi: »Organizator potovanja sme popolnoma ali delno odstopiti od pogodbe, ne da bi moral potrošniku povrniti škodo, le, če pred izpolnjevanjem pogodbe ali med njenim izpolnjevanjem nastopijo izredne okoliščine, ki jih ni bilo mogoče pričakovati, niti se jim izogniti ali jih odvrniti, ki pa bi bile ob sklenitvi pogodbe utemeljen razlog, da pogodbe ne bi sklenili, če bi takrat že obstajale.« Turistična agencija je ravnala pravilno, kot ji to nalaga sedmi odstavek 57.g člena ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) in je skupini zagotovila ustrezen prevoz, ker je organizator potovanja dolžan ukreniti vse, kar je potrebno za zavarovanje interesov potrošnikov na poti. To je strošek agencije, poslovni riziko, ki ga agencija ne more preložiti na drugega, lahko je samo oproščena odškodnine turistom, ker ni bila vzrok za neizvajanje pogodbenih obveznosti. Ravno zaradi tega, ker je agencija ravnala po najboljših močeh in v skladu z zakonom in dobrimi poslovnimi običaji in obenem ni krivec za nastale težave – ne morejo potrošniki od nje pričakovati še odškodnine. Ker je šlo za višjo silo oz. nepredvidene dogodke, ne bo tega pokrival nihče, ne agencija in ne zavarovalnica. Stroški se prerezporadijo na vse udeležence (Gospodarska zbornica Slovenije, 2014).

4.2.10 Slabo vreme

V nadaljevanju se posvetim primeru, ko ladja ni mogla izpluti zaradi slabega vremena, ki se ga z gotovostjo ni dalo predvideti ob sklenitvi potovalne pogodbe oz. prodaji turističnega aranžmaja. Zaradi slabega vremena ladja ni izplula iz Krete za otok Santorini. Skupini je bilo potrebno zagotoviti nadomestno nastanitev, in sicer je ostala še 2 dni na Kreti, organiziral se alternativni program. Turistična agencija je plačala stroške dodatne nastanitve in dodatnih izletov, pri tem pa ni dobila nazaj denarja za prej rezervirano nastanitev na Santoriniju. Ladjar je agenciji vrnil samo strošek za trajekt. Višina dodatnega stroška za agencijo je znašala 2.500 EUR. Stranke so po potovanju poslale pisno reklamacijo, da program ni bil izveden v celoti in zahtevale še povračilo dela denarja (Gospodarska zbornica Slovenije, 2014).

Turistična agencija ni sposobna predvideti, da bo ravno ta dan situacija na morju taka, da varno izplutje ne bo možno. Prišlo je do izrednih okoliščin. Organizator potovanja je storil vse, kar se je od njega v taki situaciji pričakovalo (organiziral alternativni program skupini, plačal stroške dodatne nastanitve ...) in je normalno, da zavrača svojo krivdo do potrošnikov. V skladu s 57.h členom ZVPot-E (Ur.l. RS št. 78/11) organizator potovanja sme spremeniti program potovanja med potjo le zaradi izrednih okoliščin, ki jih ni mogel pričakovati, niti se jim izogniti ali jih odvrniti. Stroške, nastale s spremembo programa,

krije organizator potovanja. V tem primeru sme tudi zamenjati dogovorjeno nastanitev, vendar samo v objektu iste ali višje kategorije in samo v dogovorjenem kraju. Morebitne dodatne stroške zaradi razlike v ceni krije organizator potovanja (Gospodarska zbornica Slovenije, 2014).

4.2.11 Stavke letališkega osebja

Tako kot teroristični napadi na letališča so danes pogoste tudi stavke letalskih uslužbencev. V konkretnem primeru so stavkali piloti in stevardese družbe Air France. Skupina turistov ni odpotovala oz. je po vztrajni borbi predstavnika agencije za mesta na drugih letalih odpotovala šele čez 2 dni. Letalska družba sprva ni priznala svoje krivde in je zavračala povračilo denarja, češ, da je kriv sindikat, ki je stavko organiziral. Nato je obljubila vračilo denarja za karte, če skupina ne bi šla na pot (ne pa tudi vračilo že vplačanega aranžmaja za potovanje v tuji državi, kar je predstavljalo v danem primeru – šlo je za potovanje v Mehiko – preko 30.000 EUR). Na koncu je letalska družba obvestila agencijo, da imajo potniki pravico do pritožbe in odškodnine, kot jo predpisujejo pravila v Evropski skupnosti, vendar pa mora pritožbo napisati vsak posameznik sam in jo osebno reševati z letalsko družbo. Letalska družba agenciji ni priznavala stroškov oz. kakršne koli odškodnine. Iz Mehike zaradi izgubljenih dveh dni agencija ni dobila vračila denarja. Potniki so zahtevali delno vračilo tudi od agencije, saj so bili oškodovani za 2 dni programa (Gospodarska zbornica Slovenije, 2014).

Zastavlja se vprašanje, kdo je kriv za stavko (glede na to, da je stavka bila vzrok, da turistična agencija ni realizirala dogovorjenega programa potovanja). Ali je kriva turistična agencija ali letalska družba Air France, katere vodstvo se ni bilo sposobno sporazumeti s svojim zaposlenim letalskim osebjem? V tem primeru je potrebno potnikom razložiti, da je pravica zaposlenih delavcev do stavke legalna in civilizacijsko ter zgodovinsko pridobljena, kar pa ni v neposredni povezavi s turistično agencijo. Stavke se načeloma tudi napovedo kot grožnja oz. sredstvo za hitrejšo doseglo dogovora in vendar se do zadnjega dne upa, da bo ta dogovor dosežen in da do stavke ne bo prišlo (ker je tudi zaposlenim jasno, da stavka pomeni izpad prihodkov za družbo, od katere so odvisne njihove plače in službe). Potrošniki, ki krivijo turistično agencijo za stavko francoske letalske družbe, nimajo prav. Tudi v tem primeru gre za že naveden člen zakona o varstvu potrošnikov, ki govori o nepredvidenih okoliščinah na poti. Seveda bo letalska družba pri tako masovni odpovedi poletov zaničala kakršno koli odškodnino. Vse drugo bi jih pripeljalo do bankrota. Zato je treba sprožiti tožbo zoper Air France. Oni seveda računajo na to, da je tožbe treba spisati, jih prevesti v tuji jezik, preučiti vso zakonodajo, plačati pravnega zastopnika itd., kar je povezano z velikimi stroški – kar bo razlog, da se večina oškodovancev ne bo spuščala v tožbe (Gospodarska zbornica Slovenije, 2014).

4.3 Frankfurtska tabela

Civilni senat Deželnega sodišča v Frankfurtu – ki je kot senat za pritožbe izključno pristojen za zadeve v pogodbah o turističnih aranžmajih – je izdelal sistem zniževanja cen turističnim aranžmajem v primeru neizpolnjevanja pogodbe, torej sistem

odškodnin/povračil dela vplačanih stroškov upravičeno nezadovoljnim turistom (plačnikom – uporabnikom aranžmajev). Sistem je prikazan s tabelo³, kjer so navedene pomanjkljivosti, odstotek cene aranžmaja, katerega je dolžan organizator aranžmaja (po navadi agencija) povrniti uporabniku, in opombe. Dodana so pojasnila in obrazložitve. Po tej tabeli se ravnavajo nemška sodišča v primeru odškodninskih tožb. Sistem povračil se je izkazal kot realen in praktično uspešen, zato so to frankfurtsko tabelo odškodnin prevzele in uveljavile tudi druge evropske države. Pomen ima tako za potnika, ki lahko lažje oceni, kakšen je lahko njegov realen zahtevek od organizatorja, kakor tudi za organizatorja, ki lažje izračuna, do kakšnega znižanja je potnik v primeru napak pri izvedbi organiziranega potovanja upravičen (Turistično gostinska zbornica Slovenije, 2014).

Ker se tako potovanja kot tudi napake, ki se ob njihovi izvedbi pojavljajo, med Nemčijo in Slovenijo bistveno ne razlikujejo, je tabela lahko uporabna tudi za slovenskega potnika, predvsem kot pripomoček ob presoji, kakšno znižanje bi bilo ob določeni napaki primerno zahtevati od organizatorja potovanja (Turistično gostinska zbornica Slovenije, 2014).

5 IDENTIFICIRANE POMANJKLJIVOSTI IN NEUČINKOVITOSTI OBSTOJEČE DIREKTIVE O PAKETNEM POTOVANJU

V nadaljevanju predstavljam realne primere, s katerimi se srečujejo potrošniki pri nakupu paketnega potovanja v Evropski uniji. Identificirane so bile številne pomanjkljivosti Direktive 90/314/EGS, zato je nastala potreba po reviziji direktive. Pri posameznem primeru so navedene neučinkovitosti in pravna praksa Direktive 90/314/EGS, s komentarji, kakšno pravno podlago bi pri posameznem primeru imeli z novo Direktivo o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih 2015/2302.

5.1 Nastanitev v hotelu

Prvi primer opisuje spremembo namestitve zaradi prenove hotela. Prvi potrošnik je rezerviral let neposredno na strani letalskega prevoznika A. Ponudili so mu nastanitev v hotelu, tako da je kupil obe storitvi in plačal končno ceno na spletni strani letalskega prevoznika. Drugi potrošnik pa je kupil vnaprej dogovorjeni paket preko turistične agencije B, ki vključuje nastanitev v istem hotelu in let pri istem letalskem prevozniku. Ko sta prispela v hotel, so tega prenavljali in ni bilo na voljo sob.

Po direktivi o paketnih potovanjih iz leta 1990 bi se drugi potrošnik lahko obrnil na turistično agencijo B, pri kateri je kupil vnaprej dogovorjeni paket in bi ta reševala problem naprej. Za prvega potrošnika pa bi bila situacija bolj neugodna, saj je negotovo, ali se bo potovanje drugega potrošnika štelo kot paket in letalski prevoznik A ni dolžan pomagati pri težavi s hotelskimi sobami.

Ob upoštevanju nove direktive bi se tako turistična agencija B kot letalski prevoznik A štela kot organizatorja potovanja in bi bila dolžna informirati oba potrošnika ob nakupu

³ Tabela se nahaja v prilogah.

paketa, da bo to veljalo kot paketno potovanje, ki ga v Evropski uniji pravno obravnava Direktiva o paketnih potovanjih. Agencija B in prevoznik A sta odgovorna za vse turistične storitve, vključene v ta paket. V tem primeru se lahko tudi prvi potrošnik obrne na letalskega prevoznika A, ki mu je dolžan zagotoviti sobo enake ali višje kakovosti (European commission, 2015).

5.2 Stečaj letalskega prevoznika

Primer opisuje pridobitve pravic potrošnika z novo direktivo v primeru povezovalnega turističnega aranžmaja. Prvi potrošnik je rezerviral let na Tajsko neposredno na spletni strani letalskega prevoznika A. Ob rezervaciji so mu ponudili nastanitev v hotelu. Kupil je obe storitvi in plačal končno ceno na spletni strani letalskega prevoznika. Drugi potrošnik je med tem prek vnaprej dogovorjenega paketa, ki ga ponuja agencija Leisure Group Y, kupil nastanitev v istem hotelu in let pri istem letalskem prevozniku. Ko sta bila na Tajskem, je šel letalski prevoznik A v stečaj, njun povratni let pa je bil odpovedan. Prvi potrošnik je moral nato sam poskrbeti za svojo pot domov, za kar je poleg stroškov za svojo prvotno vozovnico plačal dodatnih 700 EUR. Nasprotno je imel drugi potrošnik zaradi zaščite agencije v primeru stečaja zagotovljen prevoz v domovino brez dodatnih stroškov (European commission, 2015).

Z uveljavitvijo nove direktive o paketnih potovanjih bi tudi prvemu potrošniku zagotovili prevoz v domovino brez dodatnih stroškov – na povsem enak način kot drugemu potrošniku.

5.3 Povezani potovalni aranžmaji

Po novi direktivi bo potrošnik zaščiten tudi v primeru povezanih potovalnih aranžmajev. V primerih, kjer gre ponudnik prve storitve v stečaj, je potrošnik upravičen do povračila denarja in vrnitve v domovino (ko je to potrebno). Če so potnikovo ime, e-poštni naslov in podatki plačila preneseni iz prve spletne strani ponudnika na drugo stran (povezani potovalni aranžmaji), je potrošnik upravičen do popolne zaščite Direktive o paketnih potovanjih (European commission, 2015).

Potrošnik je kupil dve povratni karti do New Yorka preko spletne strani letalskega prevoznika. Ko je bil nakup zaključen, je prejel povabilo za nakup hotelske sobe v New Yorku preko hotelske spletne strani. Potrošnik je preko te strani kupil nočitve v hotelski sobi. Medtem ko sta bila kupca kart v New Yorku, je šel letalski prevoznik v stečaj in povratni let v Ljubljano je bil odpovedan.

Po pravilih Direktive o paketnih potovanjih iz leta 1990 bi moral potrošnik sam urediti in kupiti povratni let v Ljubljano in ne bi bil upravičen do nadomestila in vračila denarja za že plačane vozovnice. S spremenjeno direktivo bi bilo potovanje obravnavano kot povezani potovalni aranžma in njegov povratek v domovino bi bil vključen v stečajno maso letalskega prevoznika. V skladu z novimi pravili bi potrošnik pri povabilu na spletno stran hotela prejel tudi obvestilo, da letalska karta in hotel ne tvorita paketa, zato letalski prevoznik ni dolžan posredovati, če pride do kakršnih koli težav pri nastanitvi.

5.4 Preklic potovanja

Potrošnik je kupil potovanje na Majorko preko turistične organizacije. Kupil je nastanitev, prevoz in športne aktivnosti na Majorki. Kasneje je potrošnik dobil novo službo in se zaradi pomanjkanja časa ni mogel udeležiti potovanja. Po Direktivi iz leta 1990 ima potrošnik možnost predati potovanje drugi osebi ali odpovedati potovanje brez finančnega nadomestila (European commission, 2015).

Z novo direktivo potrošniku še zmeraj preostane možnost, da potovanje preda drugi osebi. Če pa želi odpovedati potovanje, ne dobi povrnjenega celotnega zneska, ki ga je plačal za potovanje, dobi pa povrnjen velik delež plačanega zneska.

5.5 Sprememba cene potovanja

Sledeči primer opisuje situacijo, kjer se je cena zvišala zaradi dražje nafte. Potrošnik je kupil paketne počitnice na Japonsko preko turistične organizacije. Prvotna cena potovanja naj bi znašala 1700 EUR. Čez čas mu je turistična organizacija pisala, da se je cena potovanja zvišala zaradi povišanja cene nafte ter spremembe v menjalnem tečaju in je nova cena 1850 EUR. Trenutna direktiva določa, da lahko potrošnik prekliče potovanje, če se cena zelo poveča, ne določa pa, kje je ta meja (European commission, 2015).

Nova direktiva določa, da je potrošnik upravičen v primeru povečanja cene potovanja za več kot 8 % preklicati počitnice brez doplačila.

6 REVIZIJA OBSTOJEČE DIREKTIVE O PAKETNEM POTOVANJU

V sledečem poglavju bom povzela učinke nove direktive o paketnem potovanju, ki jih je s pomočjo več študij analizirala Evropska komisija. Januarja 2009 je Komisija začela izvajati študijo o škodi za potrošnike, v katero je bilo zajetih 17 držav EU in ki je temeljila na pogovorih z vzorcem 500 potrošnikov. Drugo javno posvetovanje je potekalo oktobra 2009, sestavljeno je bilo iz petih spletnih vprašalnikov, namenjenih potrošnikom, organizacijam potrošnikov, podjetjem, industrijskim združenjem in državam članicam/javnim organom. Pregled Direktive 90/314/EGS je podprlo 89 % javnih organov, 70 % poslovnih združenj, 64 % podjetij in 96 % organizacij potrošnikov (Evropska komisija, 2013a).

Komisija je marca 2012 naročila tudi študijo za preizkus znaka turističnih paketov in vedenja potrošnikov ob nakupu t.i. dinamičnih turističnih paketov.

Glavni cilj nove direktive je prispevati k boljšemu delovanju B2C notranjega trga in doseči visoko skupno raven varstva potrošnikov s približevanjem pravil o turističnih paketih (Commission of the European communities, 2008). Evropska komisija (2013b) navaja tudi to, da želijo zagotoviti enakovrednejše konkurenčne pogoje za organizatorje turističnih potovanj, odstraniti pravne ovire pri čezmejni trgovini in zmanjšati stroške za skladnost za

podjetja. Škoda za potrošnike naj bi se zmanjšala zaradi pojasnitve s strani turističnih organizatorjev, katerih kombinacije potovalnih storitev so zaščitene v skladu s pravili EU o turističnih paketih. V direktivi so določena pravila, od katerih države članice in s tem gospodarski subjekti ne morejo odstopati.

6.1 Revizija direktive o paketnih potovanjih

Direktiva o paketnem potovanju je dolgo časa dobro delovala, vendar pa je zaradi naraščajočega trenda v smeri spletnih nakupov potovanj njeno področje uporabe postalo nejasno in zastarelo. Podjetja se soočajo z ovirami pri poslovanju in na notranjem trgu ne morejo več enakopravno konkurirati. Ker je področje uporabe že zastarelo (iz leta 1990), potrošniki niso več zaščiteni, saj kupujejo turistična potovanja, ne da bi bili seznanjeni, ali so pravno zaščiteni ali ne. Nejasne določbe sedanje direktive o paketnih potovanjih povzročajo nepotrebne stroške tako za potrošnike kakor tudi za podjetja (Evropska komisija, 2013a).

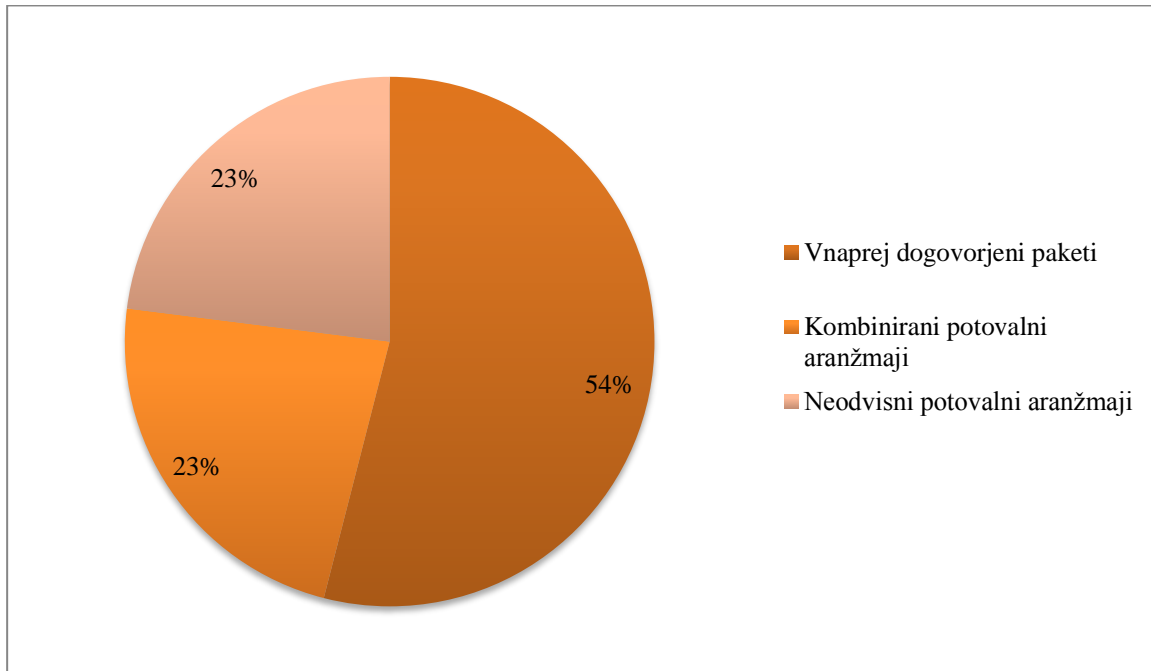
Težave, s katerimi se soočajo potrošniki in podjetja, so (Evropska komisija, 2015):

- spremembe na trgu so ustvarile razmere, v katerih morajo podjetja, ki jih zajema direktiva o paketnem potovanju, spoštovati drugačna pravila in imajo drugačne stroške kot tista podjetja, ki niso zajeta v direktivi o paketnem potovanju ali se sama ne štejejo za zajeta v njej, čeprav tekmujejo za iste stranke. Povprečni stroški usklajevanja za podjetja so ocenjeni na 10,5–12,5 EUR na turistični paket;
- določbe direktive so zastarele, kot npr. zastarele zahteve glede informacij (zahteve glede katalogov), pomanjkanje omejitev odgovornosti organizatorja v primerih, ko povratnega potovanja zaradi višje sile ni mogoče zagotoviti v skladu z načrtom;
- nastale so pravne razlike med državami članicami, kar ustvarja dodatne stroške, če želi podjetje delovati čez mejo (stroški nastajajo zaradi različnih zahtev glede informacij, različnega obsega pravil o varstvu in razlik v shemah zaščite glede varstva v primeru insolventnosti skupaj s pomanjkanjem vzajemnega priznavanja ter zaradi različnih nacionalnih pravil o odgovornosti različnih strani);
- potrošniki velikokrat ne vedo, ali je kombinirani potovalni aranžma zaščiten ali ne. Po raziskavah Evropske komisije je 67 % potrošnikov, ki so kupili kombinirane potovalne aranžmaje s pomočjo posrednika, pri čemer so plačali več različnim družbam, napačno mislilo, da bodo v primeru stečaja ene od teh družb dobili povračilo;
- nekatera področja so tudi pri nakupu vnaprej dogovorjenih paketov (torej zaščitenih) zastarela oz. niso dovolj jasna, kar velja predvsem za odsotnost pravice do preklica ter nejasna pravila o odgovornosti (kdo nosi odgovornost v določenih primerih – potrošnik ali organizator).

Po podatkih Evropske komisije 23 % potnikov v Evropski uniji še vedno kupuje vnaprej dogovorjene tradicionalne pakete. Vse več pa je tistih, ki kupujejo posamezne dele turističnega paketa ločeno, in sicer je takih kar 54 % Evropejcev, ki so šli na počitnice leta 2011. Kombinirani potovalni aranžmaji predstavljajo 23 % trga počitniških storitev. Pod kombinirane potovalne aranžmaje spadajo počitnice po meri, ki jih sestavi en ali več

poslovno povezanih gospodarskih subjektov, ki pa sestavijo počitnice v skladu s potrebami in željami potnikov (Evropska komisija, 2013a).

Slika 2: Vrste počitniških paketov v EU



Vir: Evropska komisija, *Sporočilo komisije evropskemu parlamentu, svetu, evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij-prenos pravil EU o turističnih paketih v digitalno dobo*, 2013a, str.16.

Predlagana zakonodaja bi se uporabljala za 3 različne vrste potovalnih paketov (Svet Evropske unije, 2015):

- »vnaprej pripravljene turistične pakete« – vnaprej pripravljene počitnice, ki jih sestavi organizator potovanja in zajemajo vsaj 2 elementa: prevoz, hotel ali druge storitve, npr. najem avtomobila;
- »turistične pakete po meri« – svobodno jih sestavi potrošnik, ki jih prek spleta ali na običajen način kupi pri enem podjetju;
- »pomoč pri organizaciji potovanja« – kombinacije potovalnih storitev, ki jih prodaja potovalni agent v turistični agenciji ali preko spleta in je pri tem posrednik ali ki jih prodaja kot ločene storitve s prepoznavnimi transakcijami, npr. ko potrošnik plača vozovnice in se mu predlaga, naj prek druge spletne strani najame avto na cilju potovanja.

6.2 Vsebina nove direktive

1.člen nove direktive govori o predmetu urejanja. Namen te direktive je prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga ter doseganju visoke in čim bolj enotne ravni varstva potrošnikov s približevanjem nekaterih vidikov zakonov in drugih predpisov držav članic

glede pogodb med potniki in trgovci v zvezi s paketnimi potovanji in povezanimi potovalnimi aranžmaji.

V 2.členu je določeno področje uporabe direktive, in sicer se direktiva uporablja za turistične pakete, kadar jih trgovci potnikom ponujajo v prodajo ali jih potnikom prodajajo, in za povezane potovalne aranžmaje, ki jih trgovci omogočajo za potnike. Ne uporablja se za:

- turistične pakete in povezane potovalne aranžmaje, ki trajajo manj kot 24 ur, razen če je vključena prenočitev;
- turistične pakete in povezane potovalne aranžmaje, ponujene oziroma omogočene občasno in na nepridobitni osnovi ter le zaključeni skupini potnikov;
- turistične pakete in povezane potovalne aranžmaje, kupljene na podlagi splošnega dogovora za organizacijo poslovnega potovanja med trgovcem in drugo fizično ali pravno osebo, ki deluje za namene v okviru svoje trgovske, poslovne, obrtne ali poklicne dejavnosti.

V 3.členu so opredeljeni pojmi, kot so potovalna storitev, prevoz potnikov, nastanitev, najem motornih koles, turistični paket, ki pomeni kombinacijo vsaj dveh različnih vrst potovalnih storitev za namen istega potovanja ali počitnic, če:

- te storitve, vključno na zahtevo ali v skladu z izbiro potnika, pred sklenitvijo ene same pogodbe o vseh storitvah združi en trgovec ali
- se te storitve ne glede na to, ali so s posameznimi ponudniki potovalnih storitev sklenjene ločene pogodbe:
 - kupijo na eni prodajni točki in so bile te storitve izbrane, preden se potnik strinja s plačilom;
 - ponujajo, prodajajo ali zaračunavajo po skupni ali celotni ceni;
 - oglašujejo ali prodajajo pod izrazom »turistični paket« ali podobnim izrazom;
 - kombinirajo po sklenitvi pogodbe, s katero trgovec potniku omogoči, da izbira med različnimi vrstami potovalnih storitev ali
 - kupijo pri različnih trgovcih prek povezanih postopkov spletne rezervacije, pri katerih trgovec, s katerim je bila sklenjena prva pogodba, drugemu trgovcu ali trgovcem posreduje ime potnika, podatke o plačilu in elektronski naslov potnika, pogodba s slednjim trgovcem ali trgovci pa se sklene najpozneje 24 ur po potrditvi rezervacije prve potovalne storitve.

V členu so še opredeljeni nekateri drugi pojmi, kot so povezan potovalni aranžma, začetek turističnega paketa, pogodba o paketnem potovanju, trgovec, organizator, turistični agent, prodajna točka in nekatere druge.

V 5.členu so določene predpogodbene informacije. V predpogodbeni pogodbi morajo biti naslednje informacije:

- glavne značilnosti potovalnih storitev:

- kraj(-e) potovanja, načrt potovanja in termine bivanja z datumi ter – kadar je vključena nastanitev – število vključenih nočitev;
- prevozna sredstva, njihove značilnosti in kategorije, kraje, datume ter čas odhoda in vrnitve, trajanje vožnje in kraje vmesnih postankov ter prometne povezave
- lokacijo, glavne značilnosti in po potrebi turistično kategorijo nastanitve v skladu s pravili države potovanja;
- urnik obrokov;
- obiske, izlet(-e) ali druge storitve, vključene v skupno dogovorjeno ceno turističnega paketa;
- kadar ni razvidno iz konteksta, ali bo katera od potovalnih storitev potniku zagotovljena v okviru skupine in v tem primeru po možnosti približno velikost skupine;
- kadar so koristi potnika, ki izhajajo iz drugih turističnih storitev, odvisne od učinkovite ustne komunikacije in jezika, v katerem bodo te storitve izvedene, ter
- ali je potovanje oziroma so počitnice na splošno primerno(-e) za osebe z omejeno mobilnostjo in ali so na zahtevo potnika podane podrobne informacije o primernosti potovanja ali počitnic ob upoštevanju potreb potnika;
- poslovno ime in geografski naslov organizatorja ter po potrebi turističnega agenta ter njuni telefonski številki in po potrebi elektronski naslov;
- celotno ceno turističnega paketa z davki in po potrebi vsemi dodatnimi pristojbinami, taksami in drugimi stroški ali, kadar teh stroškov ni mogoče razumno izračunati pred sklenitvijo pogodbe, navedbo vrste dodatnih stroškov, ki jih bo potnik morda še moral kriti;
- plačilne pogoje, tudi vse zneske ali odstotke cene, ki se plačajo kot predplačilo, in roke za plačilo razlike ali finančna jamstva, ki jih mora potnik plačati ali zagotoviti;
- najmanjše število oseb, potrebno za izvedbo turističnega paketa, in rok iz točke (a) tretjega odstavka 12.člena, do katerega je pred začetkom turističnega paketa možen odstop od pogodbe, če je manj prijavljenih;
- splošne informacije o potnih listih in zahtevah za vizume, vključno z okvirnimi obdobji za pridobitev vizumov ter informacije o zdravstvenih formalnostih v državi potovanja;
- informacije, da lahko potnik kadar koli pred začetkom turističnega paketa v skladu s prvim odstavkom 12.člena odstopi od pogodbe proti plačilu ustrezne odstopnine ali, po potrebi, standardnih odstopnin, ki jih zahteva organizator;
- informacije o prostovoljnem ali obveznem zavarovanju za kritje stroškov odstopa od pogodbe s strani potnika ali stroškov pomoči, vključno s povratkom, v primeru nesreče, bolezni ali smrti.

V 6.členu je opisan zavezujoč značaj predpogodbenih informacij in sklenitev pogodbe o paketnem potovanju. Organizator, in po potrebi turistični agent, potniku sporoči vse spremembe predpogodbenih informacij na jasn, razumljiv in viden način pred sklenitvijo pogodbe o paketnem potovanju. Če organizator, in po potrebi turistični agent, ne izpolni zahtev v zvezi z informacijami o dodatnih pristojbinah, taksah ali drugih stroških iz točke

(c) prvega pododstavka prvega odstavka 5.člena pred sklenitvijo pogodbe o paketnem potovanju, potnik ne krije teh pristojbin, taks ali drugih stroškov.

7.člen vsebuje vsebino pogodbe o paketnem potovanju in dokumentih, ki jih je potrebno predložiti pred začetkom turističnega paketa. Ob sklenitvi pogodbe o paketnem potovanju ali brez nepotrebne odlašanja po njeni sklenitvi organizator ali turistični agent potniku zagotovi izvod ali potrditev pogodbe na trajnem nosilcu podatkov.

Pogodba o paketnem potovanju ali potrditev pogodbe zajema celotno vsebino dogovora, ki vsebuje naslednje informacije:

- posebne zahteve potnika, ki jih je organizator sprejel;
- informacije, da organizator:
 - odgovarja za ustrezno izvedbo vseh potovalnih storitev, vključenih v pogodbo, v skladu s 13.členom in
 - mora zagotoviti pomoč, če ima potnik težave, v skladu s 16.členom;
- naziv subjekta, ki zagotavlja varstvo v primeru insolventnosti, in njegove kontaktne podatke, vključno z geografskim naslovom, ter po potrebi naziv pristojnega organa, ki ga je zadevna država članica določila za ta namen, in njegove kontaktne podatke;
- ime, naslov, telefonsko številko, elektronski naslov in po potrebi številko telefaksa lokalnega predstavnika organizatorja, kontaktne točke ali druge službe, ki potniku omogoči, da lahko hitro pride v stik z organizatorjem in z njim učinkovito komunicira, zahteva pomoč v primeru, ko je potnik v težavah ali se pritoži glede kakršne koli neskladnosti, ki jo opazi med izvedbo turističnega paketa;
- informacije, da mora potnik v skladu z drugim odstavkom 13.člena sporočiti vse neskladnosti, ki jih opazi med izvedbo turističnega paketa;
- kadar v okviru pogodbe o paketnem potovanju, v katero je vključena nastanitev, potujejo mladoletniki brez spremstva staršev ali druge pooblaščne osebe, informacije, ki omogočajo neposreden stik z mladoletnikom ali odgovorno osebo za mladoletnika v kraju namestitve mladoletnika;
- informacije o razpoložljivih notranjih postopkih za obravnavo pritožb in o mehanizmih za alternativno reševanje sporov (v nadaljevanju ARS) v skladu z Direktivo 2013/11/EU Evropskega parlamenta in Sveta (18) in po potrebi informacije o organu ARS, ki krije trgovca, pa tudi o platformi za spletno reševanje sporov v skladu z Uredbo (EU) št. 524/2013 Evropskega parlamenta in Sveta (19);
- informacije o pravici potnika, da lahko v skladu z 9.členom pogodbo prenese na drugega potnika. Organizator potniku pravočasno pred začetkom turističnega paketa zagotovi potrebne račune, vavčerje in vozovnice ter informacije o načrtovanem času odhoda, po potrebi pa tudi roke za prijavo in načrtovan čas vmesnih postankov, prometnih povezav in prihoda.

V 8.členu je zapisano, da, kar zadeva izpolnjevanje zahtev v zvezi z informacijami, določenih v tem poglavju, dokazno breme nosi trgovec.

Pogodba se lahko prenese na drugega potnika, kar določa 9.člen. Države članice zagotovijo, da lahko potnik pogodbo o paketnem potovanju prenese na osebo, ki izpolnjuje vse pogoje, ki se uporabljajo za to pogodbo, potem ko organizatorja v razumnem roku pred začetkom turističnega paketa o tem obvesti na trajnem nosilcu podatkov. V vsakem primeru se za razumno šteje obvestilo, podano vsaj sedem dni pred začetkom turističnega paketa. Odsvojitelj pogodbe o paketnem potovanju in pridobitelj sta solidarno odgovorna za plačilo dolgovanega preostalega zneska in vseh dodatnih pristojbin, taks ali drugih stroškov, nastalih pri prenosu. Organizator obvesti odsvojitelja o dejanskih stroških prenosa. Ti stroški niso nerazumni in ne presegajo dejanskih stroškov, ki jih ima organizator zaradi prenosa pogodbe o paketnem potovanju. Dokazila o dodatnih pristojbinah, taksah ali drugih stroških, ki nastanejo zaradi prenosa pogodbe o paketnem potovanju, odsvojitelju zagotovi organizator.

10.člen določa pravila o spremembi cene. Države članice zagotovijo, da se lahko po sklenitvi pogodbe o paketnem potovanju cene povišajo le, če je v pogodbi izrecno pridržana ta možnost in je navedeno, da je potnik upravičen do znižanja cene v skladu s četrtem odstavkom. V tem primeru je v pogodbi o paketnem potovanju navedeno, kako se izračunajo spremembe cen. Povišanje cen je mogoče izključno kot neposredna posledica sprememb:

- cen prevoza potnikov zaradi cene goriva ali drugih virov energije;
- ravni davkov ali pristojbin za potovalne storitve, vključene v pogodbi, ki jih naložijo tretje stranke, ki niso neposredno vključene v izvedbo turističnega paketa, vključno s turističnimi taksami, pristajalnimi pristojbinami ali pristojbinami za vkrcanje ali izkrcanje v pristaniščih in na letališčih, ali
- menjalnih tečajev, povezanih s turističnim paketom.

Če povišanje cen iz prvega odstavka tega člena presega 8 % skupne cene turističnega paketa, se uporabi 11.člen od drugega do petega odstavka. Ne glede na njegov obseg je povišanje cen mogoče le, če organizator najpozneje 20 dni pred začetkom turističnega paketa o tem na trajnem nosilcu podatkov jasno in razumljivo obvesti potnika z obrazložitvijo tega povišanja in izračunom. Če pogodba o paketnem potovanju določa možnost povišanja cen, ima potnik pravico do znižanja cen v skladu s kakršnim koli zmanjšanjem stroškov iz točk (a), (b) in (c) prvega odstavka, do katerega pride po sklenitvi pogodbe in pred začetkom turističnega paketa. V primeru znižanja cen ima organizator pravico, da od povračila, ki ga dolguje potniku, odšteje dejanske upravne stroške. Organizator na zahtevo potnika predloži dokazila o teh upravnih stroških.

11.člen določa spremembe drugih pogojev pogodbe o paketnem potovanju. Če je organizator pred začetkom turističnega paketa prisiljen bistveno spremeniti katero od glavnih značilnosti potovalnih storitev iz točke (a) prvega pododstavka prvega odstavka 5.člena ali ne more izpolniti posebne zahteve iz točke (a) drugega odstavka 7.člena ali predlaga povišanje cene turističnega paketa za več kot 8 % v skladu z drugim odstavkom 10.člena, lahko potnik v razumnem roku, ki ga določi organizator:

- sprejme predlagano spremembo ali
- odstopi od pogodbe brez plačila odstopnine.

Če potnik odstopi od pogodbe o paketnem potovanju, lahko sprejme nadomestni turistični paket, če ga organizator ponuja, ki je po možnosti enakovredne ali višje kakovosti. Kadar so posledica sprememb pogodbe o paketnem potovanju iz prvega pododstavka drugega odstavka ali nadomestnega turističnega paketa iz drugega pododstavka drugega odstavka slabša kakovost ali nižji stroški turističnega paketa, je potnik upravičen do ustreznega znižanja cene. Če se od pogodbe o paketnem potovanju odstopi v skladu s točko (b) prvega pododstavka drugega odstavka tega člena in potnik ne sprejme nadomestnega turističnega paketa, organizator brez nepotrebnega odlašanja, v vsakem primeru pa najpozneje v 14 dneh po odstopu od pogodbe, povrne vsa plačila, opravljena s strani ali v imenu potnika. Smiselno se uporabi 14.člen od drugega do šestega odstavka.

Potrošnik lahko odstopi od pogodbe, kar je zapisano v 12.členu. Države članice zagotovijo, da lahko potnik kadar koli pred začetkom turističnega paketa odstopi od pogodbe o paketnem potovanju. Kadar potnik odstopi od pogodbe o paketnem potovanju v skladu s tem odstavkom, se lahko od njega zahteva, da organizatorju plača ustrezno in upravičeno odstopnino. Pogodba o paketnem potovanju lahko določa razumne standardne odstopnine, izračunane na podlagi tega, koliko časa pred začetkom turističnega paketa pride do odstopa od pogodbe, ter pričakovanih prihrankov stroškov in prihodkov iz nadomestne uporabe potovalnih storitev. Če standardnih odstopnin ni, znesek odstopnine ustreza ceni turističnega paketa, od katere se odštejejo prihranki stroškov in prihodki iz nadomestne uporabe potovalnih storitev. Organizator na zahtevo potnika predloži obrazložitev zneska odstopnin. Ne glede na prvi odstavek ima potnik v primeru neizogibnih in izrednih okoliščin v kraju potovanja ali neposredni bližini, ki znatno vplivajo na izvedbo turističnega paketa, ali okoliščin, ki znatno vplivajo na prevoz potnikov v kraj potovanja, pravico, da pred začetkom turističnega paketa odstopi od pogodbe o paketnem potovanju brez plačila kakršne koli odstopnine. V primeru odstopa od pogodbe o paketnem potovanju v skladu s tem odstavkom je potnik upravičen do celotnega povračila vseh plačil za turistični paket, ni pa upravičen do dodatnega nadomestila.

Organizator lahko odstopi od pogodbe in potniku zagotovi celotno povračilo vseh plačil za turistični paket, ni pa odgovoren za dodatno nadomestilo, če:

- je število oseb, prijavljenih za turistični paket, manjše od najmanjšega števila, navedenega v pogodbi, in organizator potnika obvesti o odstopu od pogodbe v roku, določenem v pogodbi, najpozneje pa:
 - 20 dni pred začetkom turističnega paketa pri potovanjih, ki trajajo več kot šest dni;
 - sedem dni pred začetkom turističnega paketa pri potovanjih, ki trajajo od dva do šest dni;
 - 48 ur pred začetkom turističnega paketa pri potovanjih, ki trajajo manj kot dva dni ali

- organizator ne more izvesti pogodbe zaradi neizogibnih in izrednih okoliščin ter potnika pred začetkom turističnega paketa brez nepotrebne odlašanja obvesti o odstopu od pogodbe.

Organizator zagotovi vsa povračila, zahtevana v skladu z drugim in tretjim odstavkom, ali v povezavi s prvim odstavkom vrne vsa plačila, opravljena s strani ali v imenu potnika za turistični paket, razen ustrezne odstopnine. Takšna povračila ali povrnitve se potniku plačajo brez nepotrebne odlašanja, najpozneje pa v 14 dneh po odstopu od pogodbe o paketnem potovanju.

13.člen govori o odgovornosti za izvedbo turističnega paketa. Države članice zagotovijo, da je organizator odgovoren za izvedbo potovalnih storitev, vključenih v pogodbo o turističnem paketu, ne glede na to, ali naj bi te storitve izvajal organizator ali drugi ponudniki potovalnih storitev. Države članice lahko v svojem nacionalnem pravu ohranijo ali uvedejo predpise, v skladu s katerimi je za izvedbo turističnega paketa odgovoren tudi turistični agent. V takem primeru se določbe 7.člena ter poglavje III, to poglavje in poglavje V, ki se uporabljajo za organizatorja, smiselno uporabijo tudi za turističnega agenta. Potnik organizatorja brez nepotrebne odlašanja obvesti (pri čemer se upoštevajo okoliščine primera) o vseh neskladnostih, ki jih ugotovi med izvedbo potovalne storitve, vključene v pogodbo o paketnem potovanju.

Če katera koli od potovalnih storitev ni izvedena v skladu s pogodbo o paketnem potovanju, organizator odpravi neskladnosti, razen:

- če to ni mogoče ali
- če to vključuje nesorazmerne stroške, pri čemer se upoštevata obseg neskladnosti in vrednost zadevnih potovalnih storitev.

Kadar znatnega dela potovalnih storitev ni mogoče zagotoviti, kot je dogovorjeno s pogodbo o paketnem potovanju, pa tudi kadar vrnitev potnika na kraj odhoda ni zagotovljena v skladu z dogovorom, organizator potniku brez dodatnih stroškov ponudi ustrezen nadomestni aranžma, katerega kakovost je po možnosti enakovredna ali višja od kakovosti storitev, navedenih v pogodbi. Kadar ima predlagan nadomestni aranžma za posledico turistični paket nižje kakovosti od kakovosti storitev, navedenih v pogodbi o paketnem potovanju, organizator potniku odobri ustrezno znižanje cene. Potnik lahko zavrne predlagani nadomestni aranžma le, če ni primerljiv s tem, kar je dogovorjeno v pogodbi o paketnem potovanju, ali če je odobreno znižanje cene neustrezno. Kadar neskladnost znatno vpliva na izvedbo turističnega paketa in je organizator ni odpravil v razumnem roku, ki ga določi potnik, lahko potnik brezplačno odstopi od pogodbe o paketnem potovanju ter, kadar je ustrezno, v skladu s 14.členom zahteva znižanje cene in/ali nadomestilo za škodo.

Če ni mogoče zagotoviti nadomestnega aranžmaja ali če potnik v skladu s tretjim pododstavkom petega odstavka tega člena zavrne predlagan nadomestni aranžma, je potnik, kadar je to ustrezno, upravičen do znižanja cene in/ali nadomestila za škodo v skladu s 14.členom, tudi če od pogodbe o paketnem potovanju ne odstopi. Če je v turistični

paket vključen prevoz potnikov, organizator v primerih iz prvega in drugega pododstavka brez nepotrebnega odlašanja in brez dodatnih stroškov za potnika zagotovi tudi povratek potnika z enakovrednim prevozom. Kolikor zaradi neizogibnih in izrednih okoliščin vrnitev potnika ni mogoča, kot je dogovorjeno s pogodbo o paketnem potovanju, stroške potrebne nastanitve (po možnosti enakovredne kategorije) za obdobje, ki ne presega tri noči na potnika, krije organizator. Kadar zakonodaja Unije na področju pravic potnikov določa daljša obdobja, ki veljajo za vrnitev potnika z zadevnimi prevoznimi sredstvi, veljajo ta obdobja.

14.člen govori o znižanju cen ter nadomestilu za škodo. Države članice zagotovijo, da je potnik upravičen do ustreznega znižanja cene za katero koli obdobje, v katerem je obstajala neskladnost, razen če organizator dokaže, da je neskladnost mogoče pripisati potniku. Potnik je upravičen, da od organizatorja prejme ustrezno nadomestilo za vsakršno škodo, ki jo utрпи zaradi kakršnih koli neskladnosti. Nadomestilo se izplača brez nepotrebnega odlašanja. Zastaralni rok za vložitev reklamacij po tem členu je najmanj dve leti.

15.člen določa, da je možno navezati stike z organizatorjem preko turističnega agenta.

16.člen organizatorju nalaga obveznost zagotavljanja pomoči tako, da zagotovi ustrezne informacije o zdravstvenih storitvah, lokalnih organih in konzularni pomoči ter potniku pomaga pri sredstvih komuniciranja na daljavo in iskanju nadomestnih potovalnih aranžmajev. Če težave nastanejo zaradi namernega ravnanja potnika ali zaradi malomarnosti potnika, lahko organizator za tako pomoč zaračuna razumno pristojbino. Ta pristojbina v nobenem primeru ne presega dejanskih stroškov organizatorja.

V 17.členu je opisan obseg varstva v primeru insolventnosti. Države članice zagotovijo, da organizatorji s sedežem na njihovem ozemlju jamčijo za povračilo vseh plačil, opravljenih s strani ali v imenu potnikov, v kolikor zadevne storitve niso izvedene zaradi insolventnosti organizatorja. Če pogodba o paketnem potovanju vključuje prevoz potnikov, organizatorji jamčijo tudi za povratek potnikov. Ponudijo lahko nadaljevanje turističnega paketa. Organizatorji, ki nimajo sedeža v državi članici in prodajajo ali ponujajo v prodajo turistične pakete v državi članici ali kakor koli usmerjajo takšne dejavnosti v državo članico, morajo zagotoviti jamstvo v skladu z zakonodajo te države članice. Jamstvo krije zneske plačil, opravljenih s strani ali v imenu potnikov za turistične pakete, ob upoštevanju dolžine obdobja med predplačili in končnimi plačili ter zaključka turističnih paketov, pa tudi ocenjene stroške povratka v primeru insolventnosti organizatorja. Kadar insolventnost organizatorja vpliva na izvedbo turističnega paketa, je na voljo brezplačno varstvo za zagotovitev povratka in po potrebi financiranja nastanitve pred povratkom. Za potovalne storitve, ki niso bile izvedene, se povračilo zagotovi brez nepotrebnega odlašanja po vložitvi zahteve potnika.

18.člen govori o tem, da države članice priznajo, da vsako varstvo v primeru insolventnosti, ki ga organizator zagotavlja v skladu z nacionalnimi predpisi države članice sedeža, izpolnjuje zahteve takih predpisov za prenos 17.člena. Osrednje kontaktne točke druga drugi zagotavljajo vse potrebne informacije o svojih nacionalnih zahtevah za varstvo v primeru insolventnosti.

19.člen opisuje varstvo insolventnosti za povezane potovalne aranžmaje. Države članice zagotovijo, da trgovci, ki omogočajo povezane potovalne aranžmaje, zagotavljajo jamstvo za povračilo vseh plačil, ki jih prejmejo od potnikov, v kolikor se potovalna storitev, ki je del povezanega potovalnega aranžmaja, ne izvede zaradi njihove insolventnosti. Preden se potnik zaveže s kakršno koli pogodbo, ki ustvarja povezan potovalni aranžma, ali kakršno koli ustrezno ponudbo, trgovec, ki omogoča povezane potovalne aranžmaje, tudi kadar nima sedeža v državi članici, ampak kakor koli usmerja takšne dejavnosti v državo članico, na jasn, razumljiv in viden način navede, da:

a) potnik ne more koristiti pravic, ki se v skladu s to direktivo uporabljajo izključno za turistične pakete, in da je vsak ponudnik storitve odgovoren zgolj za ustrezno izvedbo svoje storitve po pogodbi in

b) potniku pripada varstvo v primeru insolventnosti v skladu s prvim odstavkom.

Kadar je povezan potovalni aranžma rezultat sklenitve pogodbe med potnikom in trgovcem, ki ne omogoča povezanega potovalnega aranžmaja, ta trgovec o sklenitvi zadevne pogodbe obvesti trgovca, ki omogoča povezan potovalni aranžma.

V naslednjih členih so določene splošne določbe. 20.člen govori o tem, da kadar ima organizator sedež zunaj Evropskega gospodarskega prostora, za turističnega agenta s sedežem v državi članici brez poseganja v drugi pododstavek prvega odstavka 13.člena veljajo obveznosti, določene za organizatorje v poglavjih IV in V, razen če turistični agent dokaže, da organizator ravna skladno z navedenima poglavjema.

V 21.členu je določeno, da so države članice odgovorne za zagotovilo, da je trgovec odgovoren za vse napake, nastale zaradi tehničnih okvar v sistemu rezervacije, ki mu jih je mogoče pripisati, in, če se je trgovec strinjal (da opravi rezervacijo turističnega paketa ali potovalnih storitev, ki so del povezanih potovalnih aranžmajev), tudi za napake, storjene v procesu rezervacije. Trgovec ni odgovoren za napake pri rezervaciji, ki jih je mogoče pripisati potniku ali so posledica neizogibnih in izrednih okoliščin.

6.3 Primerjava členov stare in nove direktive

V nadaljevanju primerjam posamezne člene stare člene direktive s členi nove in se posvetim predvsem vsebinskim razlikam.

1.člen ostaja nespremenjen in tako v stari kot v novi direktivi pojasnjuje cilje Direktive in predmet urejanja direktive.

Prvi odstavek 2.člena v stari direktivi je spremenjen, in sicer se v novi direktivi številči kot drugi odstavek 3.člena in točka (a) drugega odstavka 2.člena. V obeh direktivah se ohrani, da se direktiva ne uporablja za turistične pakete, ki trajajo manj kot 24 ur, razen če je vključena prenočitev. V novi direktivi je vpeljan nov pojem »potovalna storitev«, ki pomeni prevoz potnikov, nastanitev ter najem vozil. To je bilo v stari direktivi opredeljeno kot »turistični paket«. V novi direktivi se pojem »turistični paket« ohrani, dodajo pa se novi kriteriji. Za turistični paket se smatra kombinacijo vsaj dveh elementov (enako v stari

direktivi), dodani pa so pogoji, da mora te storitve na željo potrošnika združiti en trgovec ali pa so s posameznimi ponudniki potovalnih storitev sklenjene ločene pogodbe. Za te pogodbe so navedeni pogoji, da se storitve kupijo na eni prodajni točki in so bile potrjene s strani kupca pred plačilom; da se storitve tržijo in prodajajo po skupni ceni ali pod izrazom »turistični paket«; da se kombinirajo po sklenitvi pogodbe, kjer kupec potniku omogoči, da izbira med različnimi vrstami potovalnih storitev; ter kot zadnji pogoj je navedeno, da se storitve kupijo pri različnih trgovcih prek povezanih postopkov spletne rezervacije. V tem primeru trgovec, s katerim je bila sklenjena prva pogodba, posreduje ime potnika, podatke o plačilu in elektronski naslov potnika posreduje drugim trgovcem. Pomemben se mi zdi pogoj, da se pogodba z drugim trgovcem sklene najpozneje v roku 24 ur po potrditvi rezervacije prve potovalne storitve.

V novi direktivi je dodan termin »povezan potovalni aranžma«, ki pomeni vsaj dve različni potovalni storitvi, kupljeni za isto potovanje, ki pa ne štejejo za turistični paket. S posameznimi ponudniki potovalnih storitev so sklenjene ločene pogodbe, če trgovec omogoča, da potniki ob enkratnem obisku prodajne točke ločeno izberejo in plačajo posamezne potovalne storitve in da je pogodba z drugim trgovcem sklenjena najpozneje 24 ur po potrditvi rezervacije prve potovalne storitve (kot je to določeno že v definiciji »turistični paket«).

V stari direktivi so opredeljene naslednje definicije: turistični paket, organizator potovanja, turistični agent, potrošnik in pogodba. V novi direktivi so dodani novi termini in opisane naslednje definicije: potovalna storitev, turistični paket, pogodba o paketnem potovanju, začetek turističnega paketa, povezan potovalni aranžma, potnik, trgovec, organizator, turistični agent, ustanovitev, trajni nosilec podatkov, neizogibne in izredne okoliščine, neskladnost, mladoletnik, prodajna točka, povratek.

Bolj podrobno je opredeljena tudi »pogodba« v petem odstavku 2.člena, ki se v novi direktivi opredeli kot »pogodba o paketnem potovanju« v tretjem odstavku 3.člena, ki pomeni pogodbo o turističnem paketu v celoti ali (če se ta paket zagotovi na podlagi ločenih pogodb) vse pogodbe, ki zajemajo potovalne storitve, vključene v turistični paket.

3.člen stare direktive (ki govori o katalogu, cenah in ostalih pogojih, ki ne smejo biti zavajajoči) se črta. Glavni deli se ohranijo in so vključeni v 4.člen in 5.člen v novi direktivi. Po primerjavi vsebine večjih razlik ni opaziti.

4.člen v stari direktivi je razdeljen na sedem odstavkov. Govori o obveznostih organizatorja potovanj, o vsebini, ki jo mora vsebovati pogodba za turistični paket, o prenosu rezervacije na drugo osebo, na cene paketa in spremembe cene, kdaj je potrošnik upravičen do nadomestnega turističnega paketa. V novi direktivi se vsebina 4.člena iz stare direktive porazdeli med člene od 5. do 13.člena. V točki(a) četrtega odstavka 4.člena stare direktive se obravnavajo pogoji spremembe cen turističnega paketa. V pogodbi mora biti zabeleženo, da je predvidena možnost spremembe cene navzgor ali navzdol v primeru sprememb prevoznih stroškov (gorivo), dajatev ali pristojbin in menjalniških tečajev. V obdobju 20 dni pred odhodom se cena ne sme zvišati. V novi direktivi spremembo cene obravnava 10.člen in pravica do spremembe cen je ohranjena, vendar so pojasnjeni tudi

pogoji. Povišanje cene ne sme presegati 8 % skupne cene turističnega paketa. Sprememba v primerjavi s prejšnjo direktivo je tudi to, da so potniki upravičeni tudi do znižanja cene v skladu s kakršnim koli zmanjšanjem stroškov. Če je organizator primoran povišati ceno za več kot 8 %, lahko potrošnik sprejme predlagano spremembo ali odstopi od pogodbe brez doplačila odstopnine. V primerjavi s staro Direktivo 90/314/EGS so v novi pod 12.členom vključene dodatne pravice za potnike v primeru odstopa od pogodbe pred začetkom turističnega paketa. Potnik ima v primeru neizogibnih in izrednih okoliščin v kraju potovanja ali okoliščin, ki znatno vplivajo na prevoz potnikov v kraj potovanja pravico, da pred začetkom turističnega paketa odstopi od pogodbe o paketnem potovanju brez plačila kakršne koli odstopnine. V sedmem odstavku 13.člena nove direktive je napisano, da kadar zaradi izjemnih okoliščin pravočasen povratek potnika ni mogoč, mora stroške podaljšanega bivanja, omejenega na tri noči, nositi organizator potovanj.

5.člen stare direktive v prvi točki pravi, da je za izvedbo turističnega paketa odgovoren organizator potovanj ali/in turistični agent. V nasprotju s staro direktivo pa je v novi direktivi zapisano, da je za izvedbo turističnega paketa odgovoren le organizator potovanj. V novi direktivi so pod 13. in 4.členom zapisane odgovornosti za izvedbo turističnega paketa in znižanje cen ter nadomestilo za škodo, vsebinsko pa členu sovpadajo s 5. in 6.členom stare Direktive 90/314/EGS.

6.člen iz stare direktive sovpada s tretjim odstavkom 13.člena v novi direktivi in vsebinsko pokriva problematiko, če katera koli od potovalnih storitev ni izvedena v skladu s pogodbo o paketnem potovanju. Organizator je dolžan odpraviti neskladnosti, razen v primeru, če to ni mogoče ali če to vključuje nesorazmerne stroške, pri čemer pa se upoštevata obseg neskladnosti in vrednost potovalnih storitev.

V 7.členu stare direktive 90/314/EGS je določeno, da mora organizator potovanja zagotoviti zadosten dokaz o jamstvu za povrnitev preplačanih zneskov in za vrnitev potrošnika na odhodno mesto v primeru insolventnosti. V novi direktivi je to zapisano pod 17. in 18.členom. Organizatorji morajo jamčiti za povračilo vseh plačil, v kolikor zadevne storitve niso izvedene zaradi insolventnosti organizatorja. Kadar insolventnost organizatorja vpliva na izvedbo paketa, je na voljo brezplačno varstvo za zagotovitev povratka in financiranja nastanitve pred povratkom. V novi direktivi so torej bolj določena merila glede učinkovitosti in pa obsega zahtevanega varstva.

Nadaljnji členu se vsebinsko ne razlikujejo in določajo splošne določbe. Novost pa je 21.člen v novi direktivi, ki določa, da so za napake pri rezervacijah odgovorni izključno turistični agenti, ki opravijo rezervacijo turističnih paketov in pomagajo pri organizaciji potovanja.

6.4 Storitve, za katere direktiva ne velja

Poslovna potovanja so izključena s področja uporabe direktive, ker ni primerno, da bi bila enaka raven varstva zagotovljena poslovnim potnikom, katerih potovalni aranžmaji so izdelani na podlagi okvirne pogodbe med njihovimi zaposlenimi in specializiranimi organizatorji potovanj, v kateri je pogosto – za vsako potovanje posebej – ponujena raven

varstva, podobna tisti, ki izhaja iz te direktive (t.i. upravljano poslovno potovanje). Večina potnikov, ki kupuje pakete, je potrošnikov v smislu prava varstva potrošnikov Unije (Evropska komisija, 2013b). Hkrati pa ni vedno lahko razlikovati med potrošniki in predstavniki majhnih podjetij ali poslovnimi subjekti, ki potovanja, povezana z njihovim podjetjem ali poklicno dejavnostjo, rezervirajo prek istih sistemov rezervacij kot potrošniki. Taki potniki pogosto potrebujejo podobno raven varstva. Nasprotno pa večja podjetja ali organizacije potovalne aranžmaje za svoje zaposlene pogosto sklenejo na podlagi okvirne pogodbe z družbami, specializiranimi za pripravo poslovnih potovanj. Pri tej vrsti potovalnih aranžmajev ni potrebna taka raven varstva kot za potrošnike. Zato bi se morala ta direktiva za poslovne potnike uporabljati le, kolikor potovalnih aranžmajev ne sklepajo na podlagi okvirne pogodbe (Evropska komisija, 2013b).

Zaradi izključitve organiziranih poslovnih potovanj iz Direktive 2015/2302 bo po študijah Evropske komisije prihranjenih do 76 milijonov EUR na leto. To bo preprečilo prekomerno urejanje in zagotovilo, da bodo zaščiteni predvsem mikropodjetniki, če se bodo tako odločili (Commission of the European communities, 2008).

Direktiva 2015/2302 se ne uporablja za turistične pakete in povezane potovalne aranžmaje, ki trajajo manj kot 24 ur, razen če je vključena prenočitev. Izključeni so tudi turistični paketi, ki so ponujeni občasno in na nepridobitni osnovi ter le za zaključene skupine potnikov.

7 ANALIZA SPREMEMB IN NORMATIVNI PREDLOGI IZBOLJŠAV

Poglavje je namenjeno analizi sprememb, oceni učinkov nove direktive, kakšne proračunske stroške bo imela uvedba nove direktive, v zadnjem delu pa se posvetim virom neučinkovitosti ter ne nazadnje predlogom izboljšav.

7.1 Ocene učinkov nove direktive

Komisija (2013b) je sprva predlagala osem možnih politik za spremembo direktive o paketnih potovanjih, za katere so tudi naredili analizo učinkov.

Po prvem scenariju bi Direktiva 90/314/EGS ostala nespremenjena, druga možnost pa je bila ohranitev Direktive 90/314/EGS v sedanji obliki in priprava smernic, vključno s sodbami Sodišča ter pojasnitvijo obsega in odgovornosti. Kot tretja možnost je bila analizirana uvedba znaka »turistični paket« (obveznega logotipa, ki mora biti potrošnikom prikazan ob nakupu turističnega paketa) in/ali zahteva, da morajo gospodarski subjekti, ki za plačilo ponujajo pomoč pri organizaciji potovanja, navesti, da storitve NE pomenijo turističnega paketa. Razveljavitev Direktive 90/314/EGS in samourejanje s strani industrije je bila četrta možnost. Kot peti možni scenarij je bila analizirana posodobitev Direktive 90/314/EGS in področje uporabe pri »turističnem paketu enega gospodarskega subjekta«. V to je vključen zakonodajni pregled, s katerim bi se ohranila osnovna struktura obstoječe direktive, obenem pa pojasnilo njeno področje uporabe z izrecno vključitvijo »turističnih

paketov enega gospodarskega subjekta« in pregledom več določb. Pregledana direktiva bi se uporabila za potovalne storitve, ki se kombinirajo za isto potovanje ali počitnice na eni spletni strani ali pri enem agentu v potovalni agenciji. Šesta možnost je postopen pristop – posodobitev Direktive 90/314/EGS ter področje uporabe pri turističnih paketih »enega gospodarskega subjekta« in »več gospodarskih subjektov«, pri čemer se za storitve »več gospodarskih subjektov« v pomoč pri organizaciji potovanja uporablja manj stroga ureditev. Ta možnost ustreza peti možnosti, dopolnjuje pa jo postopna razširitev področja uporabe direktive 90/314/EGS, ki naj bi zajemala:

- turistične pakete »več gospodarskih subjektov«, tj. kombinacije potovalnih storitev prek različnih gospodarskih subjektov, pri katerih so vidne določene značilnosti, povezane s turističnimi paketi, ki bi bili predmet iste ureditve kot drugi turistični paketi (vključno s polno odgovornostjo za ustrezno izvedbo pogodbe in obveznost za zagotovitev varstva v primeru insolventnosti);
- storitve »več gospodarskih subjektov« v pomoč pri organizaciji potovanja, tj. tiste kombinacije potovalnih storitev, pri katerih tipične značilnosti turističnih paketov niso vidne in je zato manj verjetno, da bodo zavajale potrošnika. Te bi bile urejene z manj strogo ureditvijo, ki bi zajemala varstvo v primeru insolventnosti in obveznost, da je jasno in v vidni obliki navedeno, da je za pravilno izvedbo storitev odgovoren vsak posamezni ponudnik storitev.

Kot sedmo možnost so analizirali posodobitev Direktive 90/314/EGS, da bi zajemala turistične pakete »enega gospodarskega subjekta« in storitve »več gospodarskih subjektov« v pomoč pri organizaciji potovanja. V to možnost sta vključeni možnosti 5 in 6, medtem ko za storitve »več gospodarskih subjektov« v pomoč pri organizaciji potovanja veljajo enake obveznosti kot za turistične pakete.

Kot osmo možnost in hkrati zadnjo je Evropska komisija analizirala scenarij »Direktiva o potovanjih«. V to možnost je vključena možnost 7 ter razširitev področja uporabe na samostojne potovalne storitve, na primer najem osebnih avtomobilov, namestitvev ali leti, ki v bistvu vsebujejo enaka pravila za vse potovalne storitve ne glede na to, ali so del turističnega paketa ali ne.

Komisija je po analizi učinkov sklenila, da je najustreznejša šesta možnost – postopen pristop – na katerem pa temelji tudi potem sprejeta nova direktiva.

V primerjavi s peto možnostjo – posodobitvijo direktive – bi ta možnost dodatno prispevala k boljšemu delovanju notranjega trga sektorja turističnih paketov, odpravila pravno razdrobljenost in zagotovila enake možnosti za udeležence na trgu. Odpravila bi tudi nekatere neupravičene stroške usklajevanja, npr. tiste v povezavi s pravili za kataloge. Skupne dodatne stroške usklajevanja je mogoče oceniti na 528–654 milijonov EUR na leto (nizka ocena stroškov usklajevanja na turističnih paket je 7,5 EUR, visoka pa 9,5 EUR). Uvedba izključne obveznosti, da se za storitve »več gospodarskih subjektov« v pomoč pri organizaciji potovanja navede, da ti aranžmaji niso turistični paket, in da se zagotovi varstvo v primeru insolventnosti, bi povečala preglednost za potrošnike in zagotovila

pravično konkurenco, hkrati pa bi preprečila nastanek neupravičenih stroškov v povezavi z vsemi obveznostmi, ki veljajo za turistične pakete (Evropska komisija, 2013a).

Ta manj stroga ureditev bi koristila predvsem malim in srednje velikim podjetjem, ki trenutno prodajajo turistične pakete »več gospodarskih subjektov« in turistične pakete »enega gospodarskega subjekta«, saj bi težko krili odgovornost za izvedbo vseh storitev, ki naj bi jih zagotovili različni gospodarski subjekti. Ta podjetja bi lahko prilagodila svoje poslovne dejavnosti tako, da bi zanje veljale le nekatere zahteve iz direktive o paketnem potovanju (varstvo v primeru insolventnosti in obveznost, da potrošnike seznanijo z izjavo o omejitvi odgovornosti »To ni turistični paket«). Težko je natančno določiti, koliko podjetij bi to storilo. Po podatkih Komisije je mogoče ob predpostavki, da se bo v prihodnosti 25 % turističnih paketov enega »gospodarskega subjekta« in 50 % turističnih paketov »več gospodarskih subjektov« prodajalo kot storitve v pomoč pri organizaciji potovanja, skupne dodatne letne stroške usklajevanja v okviru šeste možnosti oceniti na 386–444 milijonov EUR (nizka ocena stroškov usklajevanja na turistični paket je 7,5 EUR, visoka pa 9,5 EUR) (Evropska komisija, 2013a).

V področje uporabe direktive bi zajeli več turističnih paketov, zato bi se letna škoda za potrošnike zmanjšala za 508 milijonov EUR. Ob istih predpostavkah kot zgoraj, tj. da bi nekateri gospodarski subjekti prilagodili svoje poslovne modele in ne bi več prodajali turističnih paketov, pa je celotno zmanjšanje letne škode za potrošnike mogoče oceniti na 430 milijonov EUR. Poleg tega bi izjava o omejitvi odgovornosti »To ni turistični paket« potrošnikom omogočila sprejemanje premišljenih odločitev na podlagi posredovanih informacij (Evropska komisija, 2013a).

Ti dodatni stroški usklajevanja za industrijo bodo (vsaj delno) izravnani (Evropska komisija, 2013b):

- z zmanjšanjem upravnih stroškov (395 milijonov EUR);
- s prihranki zaradi izključitve poslovnih potovanj, ki jih organizirajo družbe za organizacijo potovanj iz področja uporabe direktive, in sicer bi ti prihranki znašali med 60 in 76 milijonov EUR (nizka ocena stroškov usklajevanja na turistični paket je 7,5 EUR, visoka pa 9,5 EUR);
- z vzajemnim priznavanjem varstva v primeru insolventnosti;
- z uvedbo omejitve (število dni) za zagotovitev nadomestnih ureditev v primeru dolgotrajnih dogodkov višje sile.

Nova direktiva bo za potrošnike imela naslednje učinke (Evropska komisija, 2013a):

- zaščitene bo skoraj 120 milijonov potnikov, ki kupujejo kombinirane potovalne aranžmaje, zato se pričakuje, da se bodo izgube potrošnikov zmanjšale za približno 450 milijonov EUR na leto;
- ko bodo potniki kupovali kombinacije potovalnih storitev, jim bo treba povedati, ali je turistični paket zaščitene v celoti ali ne;
- potniki bodo lahko boljše razumeli, kakšen proizvod kupujejo in kakšno raven varstva bodo imeli;

- potniki, ki so kupili organizirane počitnice, bodo imeli na voljo boljše varstvo po vsej EU, večjo prilagodljivost in jasen nabor pravnih sredstev, če bo šlo kaj narobe;
- potniki bodo imeli v primeru, da gre med počitnicami kaj narobe, samo eno kontaktno točko, saj bodo organizatorji odgovorni za izvedbo vseh storitev. Potniki se bodo lahko za odškodnino obrnili neposredno na turističnega agenta, če se turistični paket prodaja prek tega agenta v EU, organizator pa ima sedež izven EU;
- potrošniki bodo obdržali pravico do prenosa pogodbe na drugo osebo, imeli pa bodo tudi pravico do preklica pogodbe pred odhodom, organizatorju pa bodo plačali razumno nadomestilo za nastale stroške. Potrošniki bodo imeli v primeru naravnih nesreč, spopadov ali podobnih resnih dogodkov na kraju potovanja tudi pravico do preklica pogodbe brez plačila nadomestila.

Za podjetja pa bodo učinki sledeči (Evropska komisija, 2013a):

- zaradi predloga bo konkurenca na trgu potovanj pravičnejša, stroški usklajevanja pa bodo za vse ostali razumni (približno 8 EUR na turistični paket, kar pomeni zmanjšanje stroškov za ponudnike turističnih paketov, ki so zajeti v Direktivi 90/314/EGS, in približno 3 EUR na osebo za tiste, ki prodajajo druge, posredovane kombinacije potovalnih storitev);
- za gospodarske subjekte, za katere se trenutno uporablja Direktiva 90/314/EGS, bodo odpravljeni upravni stroški, povezani z zastarelimi pravili, v višini približno 390 milijonov EUR na leto;
- zaradi izključitve organiziranih poslovnih potovanj iz Direktive 90/314/EGS bo prihranjenih do 76 milijonov EUR na leto. To bo preprečilo prekomerno urejanje in zagotovilo, da bodo zaščiteni predvsem mikropodjetniki, če se bodo tako odločili;
- skupna pravila o informacijah, odgovornosti in vzajemnem priznavanju shem varstva v primeru insolventnosti, ki bodo veljala za vso EU, bodo olajšala čezmejno trgovino;
- potreba po tiskanih informacijah je postala manjša zaradi interneta, zato po novih pravilih agencijam ne bo potrebno tiskati svojih oglasnih gradiv, zaradi česar so vsako leto nastali stroški v višini 390 milijonov EUR.

7.2 Proračunski stroški nove direktive

Po besedah Evropske komisije ima predlog zelo omejene proračunske posledice. Edini operativni stroški se nanašajo na izdelavo poročila o uporabi te direktive, vanje pa so vključeni pripravljalno delo zunanjega pogodbenega sodelavca, in sicer operativni približek 0,2 milijona EUR v okviru Programa za pravice in državljanstvo ter upravni odhodek v višini približno 0,184 milijona EUR v prvih sedmih letih po sprejetju predloga. Ta odhodek bo krila notranja prerazporeditev in ne bo povzročil povečanja porabe sredstev (Evropska komisija, 2013b).

Kazalniki, s katerimi se bo spremljalo izvajanje in učinke direktive, so po besedah Evropske komisije (2013b) naslednji:

- povečanje čezmejne trgovine na trgu paketnih potovanj;

- raven stroškov za skladnost za podjetja, ki delujejo na trgu paketnih potovanj;
- večje število potrošnikov, ki jih ob odhodu na počitnice varuje predlog;
- manjše število potrošnikov s težavami pri različnih vrstah potovalnih aranžmajev.

7.3 Institucionalni viri neučinkovitosti

S pomočjo klasične in behavioristične ekonomije bom v nadaljevanju analizirala člene nove direktive ter z ugotovitvami opredelila, ali je pravna regulacija z vidika klasične in behavioristične ekonomije sploh upravičena in potrebna. Identificirala bom vire neučinkovitosti in predlagala morebitne normativne spremembe, ki bi takšne vire neučinkovitosti odpravile ali jih vsaj v največji možni meri zmanjšale.

7.3.1 Predpogodbene informacije

5.člen Direktive Sveta z dne 11. 12. 2015 o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih (2015/2302) (Ur.l. EU št. L 326/1) opisuje predpogodbene informacije.

1. Države članice zagotovijo, da – preden se potnik zaveže s pogodbo o paketnem potovanju ali kakršno koli ustrezno ponudbo – organizator in, kadar se turistični paket prodaja prek turističnega agenta, tudi turistični agent potniku zagotovita standardne informacije preko ustreznega obrazca iz dela A ali dela B Priloge I, in, kadar to velja za turistični paket, naslednje informacije:

- glavne značilnosti potovalnih storitev:
 - kraj(-e) potovanja, načrt potovanja in termine bivanja z datumi ter – kadar je vključena nastanitev – število vključenih nočitev;
 - prevozna sredstva, njihove značilnosti in kategorije, kraje, datume in čas odhoda in vrnitve, trajanje vožnje in kraje vmesnih postankov ter prometne povezave. Kadar natančen čas še ni določen, organizator, in po potrebi turistični agent, obvesti potnika o okvirnem času odhoda in vrnitve;
 - lokacijo, glavne značilnosti in po potrebi turistično kategorijo nastanitve v skladu s pravili države potovanja;
 - urnik obrokov;
 - obiske, izlet(-e) ali druge storitve, vključene v skupno dogovorjeno ceno turističnega paketa;
 - kadar ni razvidno iz konteksta, ali bo katera od potovalnih storitev potniku zagotovljena v okviru skupine, in v tem primeru po možnosti približno velikost skupine;
 - kadar so koristi potnika, ki izhajajo iz drugih turističnih storitev, odvisne od učinkovite ustne komunikacije in jezika, v katerem bodo te storitve izvedene, ter
 - ali je potovanje oziroma so počitnice na splošno primerno(-e) za osebe z omejeno mobilnostjo in na zahtevo potnika podrobne informacije o primernosti potovanja ali počitnic ob upoštevanju potreb potnika;
- poslovno ime in geografski naslov organizatorja ter po potrebi turističnega agenta ter njihovi telefonski številki in po potrebi elektronski naslov;

- celotno ceno turističnega paketa z davki in po potrebi vsemi dodatnimi pristojbinami, taksami in drugimi stroški ali, kadar teh stroškov ni mogoče razumno izračunati pred sklenitvijo pogodbe, navedbo vrste dodatnih stroškov, ki jih bo potnik morda še moral kriti;
- plačilne pogoje, tudi vse zneske ali odstotke cene, ki se plačajo kot predplačilo, in roke za plačilo razlike, ali finančna jamstva, ki jih mora potnik plačati ali zagotoviti;
- najmanjše število oseb, potrebno za izvedbo turističnega paketa, in rok iz točke (a) tretjega odstavka 12.člena, do katerega je pred začetkom turističnega paketa možen odstop od pogodbe, če je manj prijavljenih;
- splošne informacije o potnih listih in zahtevah za vizume, vključno z okvirnimi obdobji za pridobitev vizumov, ter informacije o zdravstvenih formalnostih v državi potovanja;
- informacije, da lahko potnik kadar koli pred začetkom turističnega paketa v skladu s prvim odstavkom 12.člena odstopi od pogodbe proti plačilu ustrezne odstopnine ali, po potrebi, standardnih odstopnin, ki jih zahteva organizator;
- informacije o prostovoljnem ali obveznem zavarovanju za kritje stroškov odstopa od pogodbe s strani potnika ali stroškov pomoči, vključno s povratkom, v primeru nesreče, bolezni ali smrti.

Pri pogodbah o paketnem potovanju, sklenjenih po telefonu, organizator, in po potrebi turistični agent, potniku zagotovi standardne informacije iz dela B Priloge I in informacije iz točk (a) do (h) prvega pododstavka.

2. V zvezi s turističnimi paketi, opredeljenimi v točki (b)(v) druge točke 3.člena, organizator in trgovec, kateremu se podatki posredujejo, zagotovita, da vsak od njiju zagotovi informacije iz točk (a) do (h) prvega pododstavka prvega odstavka tega člena, kolikor so povezane z zadevnimi potovalnimi storitvami, ki jih ponujata, in to še preden se potnik zaveže s pogodbo ali kakršno koli ustrezno ponudbo. Organizator obenem zagotovi tudi standardne informacije preko obrazca iz dela C Priloge I.

3. Informacije iz prvega in drugega odstavka se zagotovijo na jasen, razumljiv in viden način. Kadar so take informacije podane pisno, so navedene čitljivo.

5.člen v Direktivi o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih 2015/2302 govori o predpogodbenih informacijah, ki jih mora zagotoviti organizator pred začetkom potovanja.

V povezavi s temi predpogodbeni informacijami je Kronman (1978) vpeljal koncept, kjer mora informacije proizvesti in posredovati tisti, ki lahko to naredi z najnižjimi stroški. Oseba, ki do informacij lahko pride ceneje, ima nalogo, da te posreduje. Koncept je bil originalno vzpostavljen za pogodbeno razmerja, za kar gre tudi v primeru paketnega potovanja, saj je paketno potovanje pogodba med ponudnikom in potrošnikom (kupcem). V primeru paketnega potovanja je takšna oseba, ki lahko razkrije predpogodbene informacije z najnižjimi stroški ravno ponudnik (organizator potovanja, turistična agencija), saj je proizvajalec informacij. Prodajalec je tisti, ki lahko zagotovi te informacije

najceneje, saj običajno pridobi informacije ob sami proizvodnji oziroma uporabi dobrine. Prodajalci so tudi dosti bolj izkušeni profesionalci, kot bi to veljalo za kupce (Kovač, 2009). Stranke, ki nimajo popolnih informacij in vstopajo v pogodbeno razmerje, so zato posledično nujno podvržene številnim potencialnim napakam ali nepopolnostim v pogodbi (Posner, 2003a). Razkritje informacij je potrebno, da se zaradi pomanjkanja spodbud »imetalnika« informacij in oportunističnega obnašanja strank preprečijo: višji transakcijski stroški pogodb zaradi pridobivanja informacij, izgube blagostanja in v končni fazi trg limon⁴ (Cepec, 2009).

Če imajo stranke simetrične (popolne) informacije, pravo oziroma sodne odločbe ne morejo povečati neto družbene koristi s spremembo pogodbenih določil ali z odobritvijo neizpolnitve, saj imajo stranke več informacij o svojih preferencah ter tako uspešneje maksimirajo svoje koristi (Posner, 2003a). Asimetrija informacij na trgu je tista, ki onemogoča sprejemanje v ekonomiji predvidenih, popolnih, racionalnih odločitev ter zmanjšuje pravno varnost in zaupanje med pogodbenimi strankami (Cepec, 2009). Posledice asimetrije informacij pa se kažejo v premajhnem sklepanju pogodb, prav tako pa omogoča, da se stranke vedejo oportunistično, pride do moralnega hazarda, to pa privede do dodatnih individualnih in družbenih stroškov (Cepec, 2009). Po vsem tem lahko sklepamo, da mora pravo poseči na trg predvsem v razmerjih podjetje – potrošnik (B2C), saj so podjetja ekonomsko močnejša, bolj izkušena in imajo dostop do večine (če ne vseh) informacij, zato je podjetje tudi v privilegiranem položaju. Vse to močnejši stranki omogoča, da zlorablja svojo moč na račun šibkejšega potrošnika.

V skladu s kriteriji ekonomske učinkovitosti mora ponudnik razkriti in v pogodbi navesti vse pomembne informacije za potrošnika, torej informacije, katerih nepoznavanje bi kupcu ali prodajalcu znatno poslabšalo pričakovano vrednost njune transakcije (Cepec, 2009). Naloga prava je, da poseže na trg informacij in z instrumenti pogodbenega prava zagotovi zadosten in družbeno zaželen obseg informacij (Cepec, 2009). Stranka pa mora biti dolžna razkriti informacije, dokler stroški produkcije in posredovanja ne presežejo vrednosti informacije za nasprotno stranko. Za primer lahko vzamemo konkreten primer, da večino kupcev pri nakupu paketnega potovanja zanima turistična kategorija namestitve (ki je vključena v predpogodbene informacije), ni pa pomembno, iz katerega lesa je pohištvo, iz katere trgovine itd. Te informacije za potrošnika niso bistvene in bi prodajalcu le naložili dodatne transakcijske stroške, prav tako pa za potrošnika ne bi imele vrednosti.

Dolžnost razkrivanja informacij o pomembnih predpogodbenih elementih je temelj za preprečevanje zlorab in zavajanj potrošnikov (Kovač & Kotnik, 2015).

Klasična ekonomija sicer pravi, da problem asimetričnih informacij reši trg sam in pravna regulacija tako ni potrebna (Grossman, 1981). V realnosti pa imajo prodajalci več informacij kot kupec, zato je prodajalec dolžen razkriti informacije, ki so pomembne za potrošnika.

⁴ Trg limon oz. »market of lemons«. Akerlof je o tem govoril leta 1970. Na trgu prevladujejo asimetrične informacije, kupci so torej na slabšem in lastnosti proizvoda ne poznajo, se pravi tvegajo, da bodo kupili proizved slabše kakovosti (trg limon). Akerlof je to apliciral na trg rabljenih avtomobilov, saj so ti lahko dobri ali slabi. Ker pa se tega kupci zavedajo, so za njih pripravljene plačati nižjo ceno.

Pri pogodbah o paketnem potovanju pa se pojavi tudi tako imenovani problem »podpisati-in-ne-prebrati« in »podpisati-in-ne-razumeti«. De Geest (2002) je opisal težavo, ko potrošniki ne preberejo celotne pogodbe ali pa je popolnoma ne razumejo. Prav to pa sta problema asimetričnih informacij, posledično vira neučinkovitosti. Tudi če prodajalec predhodno razkrije vse informacije, obstaja možnost, da potrošnik pogodbe ne bo prebral/razumel in je zato priporočilo klasične ekonomije neučinkovito in ne bo delovalo. Za potrošnika branje pogodbe pomeni čas, čas pa v ekonomskem smislu pomeni stroške.

Na drugi strani nas behavioristična spoznanja postavijo pred dilemo, ali se potrošnik zaradi kognitivnih omejitev sploh lahko odloči racionalno (Tor, 2004). Kot sem navedla že v poglavju o varstvu potrošnikov, predstavljajo izsledki behavioristične ekonomije razlog pravne urejenosti pogodbenih razmerij. Pogodbe o paketnih potovanjih morajo biti pravno regulirane. V primeru 5. člena in predpogodbenih informacij pa kljub temu, da ima potrošnik na voljo vse relevantne informacije za nakupno odločitev, ta ne more sprejeti racionalne nakupne odločitve zaradi pomanjkanja časa in velike količine informacij (Zajc & Markelj, 2015). Paketno potovanje je pogodba, ki se bo realizirala v prihodnosti in je transakcija časovno oddaljena, kar pomeni, da se pogodba ne bo izvršila nemudoma oz. v času podpisa pogodbe.

Stranke ob sklepanju pogodbe niso nikoli popolnoma informirane in imajo ex post na voljo veliko več informacij kot ex ante (Kovač, 2009). Potrošniki maksimirajo svoje zadovoljstvo tako, da izenačijo mejne koristi posameznih dobrin na enoto cene. Za optimalno zadovoljevanje svojega zadovoljstva pa potrebujejo popolne ex ante informacije o lastnostih dobrin, v našem primeru informacije o lastnostih paketnega potovanja (Kovač & Kotnik, 2015). Pri ex ante odločitvah se soočamo z nepopolnimi, asimetričnimi informacijami, ki povzročajo neustrezno alokacijo dobrin in napake v delovanju trga (Kovač & Kotnik, 2015). Prav informacije pa so temeljna sestavina odločanja in njihovo pomanjkanje nam onemogoča sprejemanje racionalnih odločitev (Mackaay, 1982). Prav tako pa je potrebno poudariti, da pravo ne rešuje le preteklih sporov, ampak je predvsem sistem, ki zagotavlja primerne spodbude in motive za spreminjanje in doseganje družbeno zaželenega obnašanja ljudi (Kovač, 2009).

Obravnavani 5. člen o predpogodbenih informacijah prodajalcu nalaga dolžnost, da mora potniku zagotoviti predpogodbene informacije in je v skladu s klasično ekonomijo, saj mora informacije posredovati tisti, ki lahko to naredi z nižjimi stroški (Kronman, 1978). Prav tako na zaželeno pravno regulacijo na področju predpogodbenih informacij kažejo izsledki behavioristične ekonomije in dejstvo, da smo ljudje kognitivno omejena bitja, ki ne morejo vedno sprejeti racionalne odločitve.

7.3.2 Prenos pogodbe o paketnem potovanju na drugega potnika

9.člen Direktive Sveta z dne 11. 12. 2015 o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih (2015/2302) (Ur.l. EU št. L 326/1) določa pogoje za prenos pogodbe o paketnem potovanju na drugega potnika.

1. Države članice zagotovijo, da lahko potnik pogodbo o paketnem potovanju prenese na osebo, ki izpolnjuje vse pogoje, ki se uporabljajo za to pogodbo, potem ko organizatorja v razumnem roku pred začetkom turističnega paketa o tem obvesti na trajnem nosilcu podatkov. V vsakem primeru se za razumno šteje obvestilo, podano vsaj sedem dni pred začetkom turističnega paketa.

2. Odsvojitelj pogodbe o paketnem potovanju in pridobitelj sta solidarno odgovorna za plačilo dolgovanega preostalega zneska in vseh dodatnih pristojbin, taks ali drugih stroškov, nastalih pri prenosu. Organizator obvesti odsvojitelja o dejanskih stroških prenosa. Ti stroški niso nerazumni in ne presegajo dejanskih stroškov, ki jih ima organizator zaradi prenosa pogodbe o paketnem potovanju.

3. Dokazila o dodatnih pristojbinah, taksah ali drugih stroških, ki nastanejo zaradi prenosa pogodbe o paketnem potovanju, odsvojitelju zagotovi organizator.

Člen pojasni pogoje, pod katerimi se pogodba lahko prenese na drugega potrošnika. Po novi direktivi je potrošnik dolžen obvestiti le organizatorja potovanja in ne prodajalca. Potrošnik v razumnem roku pred začetkom turističnega paketa o prenosu obvesti organizatorja, ni pa določeno, na kakšen način mora to storiti. Oba potrošnika odgovarjata za pogodbene obveznosti; tisti, ki prenese svojo rezervacijo in tisti, na katerega se ta prenaša. Stroški so na strani potrošnika. Sama dokazila, ki pa nastanejo zaradi prenosa pogodbe o paketnem potovanju, pa odsvojitelju zagotovi organizator (o taksah, pristojbinah in drugih stroških).

Menim, da je pomembno, da je možnost prenosa potovanja na drugo osebo, saj morajo biti v skladu s klasično ekonomijo transakcijski stroški čim nižji (Coase, 1961) in v tem primeru to so, kar vodi do večje blaginje potrošnika. Transakcijski stroški so stroški delovanja ekonomskih izmenjav (alokacija resursov) in v vsakdanjem življenju pozitivni transakcijski stroški igrajo ključno vlogo pri iskanju oz. doseganju učinkovitosti, maksimiranju družbene blaginje in imajo pomemben učinek na bogastvo narodov (Coase, 1961). Če te možnosti prenosa na drugo osebo ne bi bilo, bi potrošnik v primeru nezmožnosti udeležitve na potovanju nosil velike individualne transakcijske stroške, kar bi posledično vodilo v premajhno sklepanje pogodb.

Tudi po behavioristični ekonomiji je možnost prenosa na drugo osebo smiselna in predstavlja podlago za pravno regulacijo, saj je transakcija časovno oddaljena, kar po načelih behavioristične ekonomije predstavlja razlog za pravno regulacijo (Zajc & Markelj, 2015). Potrošnik sklene s turistično agencijo pogodbo o paketnem potovanju, to pa je lahko oddaljeno 5, 6 mesecev ali še več. Transakcija (pogodba) se bo izvršila v prihodnosti, zato so okoliščine negotove (lahko pride do situacij, katerih potrošnik ni predvidel). Zaradi te negotovosti in časovne oddaljenosti transakcije je smiselna ekonomska podlaga za pravno intervencijo v primeru prenosa o paketnem potovanju na drugega potnika.

Iz povedanega lahko zaključim, da je člen o prenosu pogodbe na drugega potnika v skladu z izsledki klasične in behavioristične ekonomije.

7.3.3 Sprememba cene

V 10.členu Direktive Sveta z dne 11. 12. 2015 o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih (2015/2302) (Ur.l. EU št. L 326/1) je zapisano določilo o spremembi cene.

1. Države članice zagotovijo, da se lahko po sklenitvi pogodbe o paketnem potovanju cene povišajo le, če je v pogodbi izrecno pridržana ta možnost in je navedeno, da je potnik upravičen do znižanja cene v skladu s četrtem odstavkom. V tem primeru je v pogodbi o paketnem potovanju navedeno, kako se spremembe cen izračunajo. Povišanje cen je mogoče izključno kot neposredna posledica sprememb:

- cen prevoza potnikov zaradi cene goriva ali drugih virov energije;
- ravni davkov ali pristojbin za potovalne storitve, vključene v pogodbi, ki jih naložijo tretje stranke, ki niso neposredno vključene v izvedbo turističnega paketa, vključno s turističnimi taksami, pristajalnimi pristojbinami ali pristojbinami za vkrcanje ali izkrcanje v pristaniščih in na letališčih ali
- menjalnih tečajev, povezanih s turističnim paketom.

2. Če povišanje cen iz prvega odstavka tega člena presega 8 % skupne cene turističnega paketa, se uporabi 11.člen, in sicer od drugega do petega odstavka.

3. Ne glede na njegov obseg je povišanje cen mogoče le, če organizator najpozneje 20 dni pred začetkom turističnega paketa o tem na trajnem nosilcu podatkov jasno in razumljivo obvesti potnika z obrazložitvijo tega povišanja in izračunom.

4. Če pogodba o paketnem potovanju določa možnost povišanja cen, ima potnik pravico do znižanja cen v skladu s kakršnim koli zmanjšanjem stroškov iz točk (a), (b) in (c) prvega odstavka, do katerega pride po sklenitvi pogodbe in pred začetkom turističnega paketa.

5. V primeru znižanja cen ima organizator pravico, da od povračila, ki ga dolguje potniku, odšteje dejanske upravne stroške. Organizator na zahtevo potnika predloži dokazila o teh upravnih stroških.

To določilo ureja problematiko spremembe cene paketnega potovanja pred samim potovanjem. Po sklenitvi pogodbe se lahko cene povišajo le, če je v pogodbi izrecno pridržana ta možnost. Primarno se mi zdi pomembno, da je potrošnik pri prebiranju pogodb sam pozoren na vključitev možnosti zvišanja in znižanja cene in natančno prebere določila. Tukaj se zopet srečamo s problemom »podpisati-in-ne-prebrati«, ki je problem asimetričnih informacij, vir neučinkovitosti (De Geest, 2002). Velikokrat potrošniki pogodbe le preletimo, drobnega tiska ne opazimo ali ga obravnavamo kot nepomembnega, v realnosti pa je ravno nasprotno, saj vsebuje pomembne informacije za potrošnika, ki so velikokrat ravno najbolj pereče. Branje vseh določil pa za potrošnika predstavlja čas, torej stroške. V novi direktivi je za razliko od stare točno določen odstotek, za koliko se cena turističnega paketa lahko zviša. Določena je nova meja, ki znaša 8 % skupne cene turističnega paketa. Predstavlja breme potrošniku, še posebej, ko je visok sam znesek

turističnega paketa. Če potuje družina, je to breme še večje, saj mora vsak član doplačati dodatno vsoto. V Sloveniji po Zakonu o varstvu potrošnikov višanje cene ne sme preseči 10 % dogovorjene cene, v nasprotnem primeru lahko potrošnik odstopi od pogodbe, ne da bi moral povrniti škodo.

V členu je tudi napisano, da če pogodba določa možnost povišanja cen, ima potnik pravico tudi do znižanja cen v primeru, da se stroški zmanjšajo (takse, cene goriva itd.). V teoriji se sliši dobro, vprašanje pa je, ali bi se to izvedlo v praksi. Prodajalec ne bo razkril manjših stroškov, nižje cene ne bodo prenesene na potrošnika, saj to ne bi bilo v korist prodajalca in prihajalo bi do oportunizma s strani prodajalca. Predlagala bi, da bi v Sloveniji Zveza potrošnikov kot neodvisna in neprofitna organizacija nadzirala nihanje cen goriva in taks ter objavljala ažurne informacije na njihovi spletni strani. V primeru nižjih cen goriva in taks bi se potrošnik lahko skliceval na obravnavano določilo o spremembi cene, po katerem mu ob nižjih stroških agencije pripada nižja cena turističnega paketa.

Evropska potrošniška organizacija (2013) je mnenja, da je neupravičeno zviševanje cene turističnega paketa glede na dogajanja na trgu zadnja leta predvsem iz naslednjih razlogov:

- klasične potovalne brošure in katalogi so bili v veliki meri nadomeščeni s fleksibilnimi spletnimi ponudbami;
- nihanje cen je ažurirano s tehnikami določanja cen goriv;
- uporaba različnih prijemov upravljanja s tveganji in strategijo cen, kar managerjem omogoča učinkovito upravljanje brez potrebe po višanju cen.

Porodi se mi vprašanje, kaj se zgodi v primeru, če je povišanje cene manjše od 8 %? Prišlo bi do moralnega hazarda s strani prodajalca, saj omenjene pravice v tem členu potrošniku pripadajo le v primeru, če se cena poveča za več kot 8 %. Vendar je v odstavku določeno tudi, da mora zvišanje cene prodajalec obrazložiti in podati izračun.

Po izsledkih klasične ekonomije se v tem členu srečujemo z asimetričnimi informacijami, kar potrošnikom otežuje sprejetje ekonomsko najbolj učinkovite odločitve (Hatzis, 2006). Prodajalec ima več informacij o spremembah cene. Kot že prej omenjeno imajo turistična podjetja tudi več različnih prijemov upravljanja s tveganji in strategijo cen, zato naj ne bi sploh bilo potreb po višanju cene. Zaradi tega člena se povečuje neto družbena korist, saj lahko stranke uspešneje maksimirajo svojo korist. V skladu s klasično ekonomijo mora v primeru spremembe cene v razmerje med potrošnikom in prodajalcem poseči pogodbeno pravo, ki omogoča približek popolnega trga (Hatzis, 2006). Če tega člena ne bi bilo, bi prišlo do nevarnosti, da bi organizator povišal ceno, kolikor bi bilo po njegovem mnenju potrebno, prišlo bi do oportunizma ter potrošnik bi bil na slabšem.

Spoznanja behavioristične ekonomije nakazujejo na to, da smo potrošniki kognitivno omejeni ter se poslužujemo sider, črednega obnašanja ter hevrizmov (Simon, 1955; Slovic & Lichtenstein, 1971; Tversky & Kahneman, 1979). Vse te kognitivne omejitve potrošniku otežujejo, da se odloča racionalno, zaradi tega je omejena tudi njegova ekonomska racionalna izbira, ki bi maksimirala alokacijsko učinkovitost in koristnost (Kovač & Kotnik, 2015). Časovna transakcija je oddaljena in prisotna je negotovost (Zajc & Markelj,

2015), zato je v skladu z behavioristično ekonomijo, da se lahko cena poviša le do določene mere.

7.3.4 Učinkovitost in obseg varstva v primeru insolventnosti

V 17.členu Direktive Sveta z dne 11. 12. 2015 o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih (2015/2302) (Ur.l. EU št. L 326/1) so zapisana določila o učinkovitosti in obsegu varstva v primeru insolventnosti.

1. Države članice zagotovijo, da organizatorji s sedežem na njihovem ozemlju jamčijo za povračilo vseh plačil, opravljenih s strani ali v imenu potnikov, v kolikor zadevne storitve niso izvedene zaradi insolventnosti organizatorja. Če pogodba o paketnem potovanju vključuje prevoz potnikov, organizatorji jamčijo tudi za povratek potnikov. Ponudijo lahko nadaljevanje turističnega paketa.

Organizatorji, ki nimajo sedeža v državi članici in prodajajo ali ponujajo v prodajo turistične pakete v državi članici ali kakor koli usmerjajo takšne dejavnosti v državo članico, morajo zagotoviti jamstvo v skladu z zakonodajo te države članice.

2. Jamstvo iz prvega odstavka je učinkovito in krije razumno predvidljive stroške. Jamstvo krije zneske plačil, opravljenih s strani ali v imenu potnikov za turistične pakete, ob upoštevanju dolžine obdobja med predplačili in končnimi plačili ter zaključka turističnih paketov, pa tudi ocenjene stroške povratka v primeru insolventnosti organizatorja.

3. Potniki imajo koristi od varstva v primeru insolventnosti organizatorja ne glede na njihov kraj bivanja, kraj odhoda ali kraj prodaje turističnega paketa ter ne glede na državo članico, v kateri se nahaja subjekt, ki zagotavlja varstvo v primeru insolventnosti.

4. Kadar insolventnost organizatorja vpliva na izvedbo turističnega paketa, je na voljo brezplačno varstvo za zagotovitev povratka in po potrebi financiranja nastanitve pred povratkom.

5. Za potovalne storitve, ki niso bile izvedene, se povračilo zagotovi brez nepotrebnega odlašanja po vložitvi zahteve potnika.

Opisani člen obravnava problem nelikvidnosti podjetja in obsegu varstva. V novi direktivi poleg tradicionalnih paketov člen o nelikvidnosti ščiti tudi dinamične pakete, povezovalne pakete, torej je kritje širše. Potrošnik plača paketno potovanje vnaprej, same storitve pa uporablja kasneje, zato je upravičeno, da je zaščiten pred plačilno nesposobnostjo. Vsekakor sedaj prodajalec nosi večje breme in stroške. V členu je zapisano, da mora organizator kriti vse stroške potnika. Po besedah Evropske potrošniške organizacije (2013) so se v veliko državah jamstvene sheme izkazale za nepopolne, v kakšnih primerih nezadostne za poplačilo enega paketnega potovanja. Veliko članic Evropske Unije ima že uveljavljen sistem za pridobitev licence turistične organizacije, če ima ta dovolj jamstva v primeru insolventnosti. Na ta način so države članice turističnim agencijam omejile vstop na trg. Med državami, ki imajo že uveljavljen omenjeni sistem za pridobitev licence turistične organizacije, so Francija, Italija, Portugalska, Češka in tudi Slovenija.

Pri omenjenem členu se pojavijo tudi pomisleki o diskriminaciji potrošnikov, ki kupijo samo letalsko karto (ki ni del paketnega potovanja), saj niso kriti njihovi stroški v primeru stečaja letalske družbe. Položaj, v katerem se potniki znajdejo, ko se razglasi stečaj letalskega prevoznika, je odvisen od tega, na kakšen način so kupili svojo vozovnico. Pri tem je najpomembnejša razlika v tem, ali gre za samostojne vozovnice, ki zajemajo samo let, ali vozovnice, ki so kupljene kot del paketnega potovanja. Potniki, ki so kupili paketno potovanje, zajeto v Direktivi o paketnem potovanju, so že zaščiteni. Navedena direktiva organizatorjem nalaga, da v primeru insolventnosti letalskega prevoznika, s katerim so sklenili pogodbo, potrošnikom vrnejo denar ali uredijo nadomestni let in v vmesnem času zagotovijo pomoč (npr. hotele/osvežilne pijače) (Evropska komisija, 2013c). Breme in stroški so na strani prodajalca/turističnega organizatorja.

V členu je tudi določeno, da kadar insolventnost organizatorja vpliva na izvedbo turističnega paketa, se potrošniku nudi zagotovitev povratka ter po potrebi financiranje nastanitve pred povratkom. Ponudijo lahko tudi nadaljevanje turističnega paketa, kar je boljša možnost za potrošnika, kot da samo poskrbijo za prevoz domov in mu povrnejo stroške za skrajšanje pogodbe o paketu. Ta opcija je priporočljiva, vendar ni obvezna.

Skupna pravila o informacijah, odgovornosti in vzajemnem priznavanju shem varstva v primeru insolventnosti, ki bodo veljala za vso EU, bodo olajšala čezmejno trgovino (Evropska komisija, 2013a). Posledično se bodo transakcijski stroški zmanjšali in neto družbena blaginja se bo povečala.

V skladu z behavioristično ekonomijo je člen o insolventnosti, saj gre za oddaljeno transakcijo s turističnim podjetjem, prisotna je negotovost, kar predstavlja podlago za pravno intervencijo (Zajc & Markelj, 2015). Če tega člena ne bi bilo, bi prišlo do velike nevarnosti pri izpolnitvi pogodbene obveznosti ter povrnitvi stroškov vplačanega potovanja. Prišlo bi do moralnega hazarda in oportunitizma. Zato je to določilo priporočljivo tudi z vidika klasične ekonomije, saj stranke nimajo popolnih informacij in lahko pride do napake volje stranke, kar pa predstavlja individualne stroške (Samuelson & Nordhaus, 1995). S tem členom se povečuje neto družbena korist. Turistična podjetja so tudi ekonomsko močnejša kakor potrošnik (ki je šibkejša stranka), zato mora pravo poseči v razmerje podjetje–potrošnik.

7.4 Predlogi izboljšav

Po pregledu izsledkov klasične in behavioristične ekonomije pridem do ugotovitve, da trg sam od sebe ne bo nikoli popolnoma reguliral sektorja paketnih potovanj ter zaščitil potrošnika. Po analizi členov nove direktive sem zaznala kar nekaj novih določil, ki pripomorejo k večji učinkovitosti, ostaja pa še nekaj možnosti za izboljšave ter posledično večjo ekonomsko učinkovitost.

Strinjam se s trditvami, da so potrošniki, ki kupijo samo letalsko karto, ki ni del paketnega potovanja, v diskriminatornem položaju. V primeru stečaja letalskega prevoznika njihovi stroški niso kriti. Zaščiteni so le tisti potniki, ki so kupili letalsko karto kot del paketnega potovanja. Direktiva o paketnem potovanju organizatorju namreč nalaga obveznosti v

odnosu s potrošnikom. Menim, da bi morali biti nakupi samo letalske karte prav tako zajeti v Direktivi o paketnih potovanjih ter bi bili na ta način vsi potrošniki v enakovrednem položaju.

Če se cena poveča za več kot 8 %, lahko potrošnik odstopi od pogodbe. Sama sem mnenja, da je ta limit previsok. Kot sem zapisala na prejšnjih straneh, ima prodajalec več informacij o spremembah cene in je tako v boljšem položaju (Zajc & Markelj, 2015). Turistična podjetja se poslužujejo različnih cenovnih strategij in prijemov upravljanja s tveganji (Evropska potrošniška organizacija, 2013), zato potrebe po višanju cen sploh ni. Višanje cene po podpisu pogodbe ne bi smelo biti dovoljeno. Prav tako je po mnenju Evropske potrošniške organizacije (2013) višanje cen neupravičeno glede na upoštevanje dinamičnega razvoja trga. Stare klasične kataloge so nadomestile ažurirane ponudbe na internetnih straneh, cene pa nihajo več ali manj v skladu s predvidljivimi strategijami cen. Trgovci se poslužujejo različnih tehnik, kot so upravljanje z donosi (angl. *Yield management*⁵), ki pa omogočajo trgovcem učinkovito obvladovanje tveganja brez dviga cen.

V Direktivi je pogoj, da se kombinacija storitev šteje za paket, če traja vsaj 24 ur. Trajanje je omejeno in za trgovce to pomeni manjše tveganje, potrošniki pa se lahko soočajo z enakimi težavami kot pri »pravih« paketih, ki trajajo več kot 24 ur. V nekaterih državah po besedah Evropske potrošniške organizacije (2013) ta omejitev ne obstaja. Na Madžarskem in v Avstriji so paketi pravno kriti, četudi trajajo obdobje, krajše od 24 ur. Tak paket na primer vsebuje transport do destinacij, večerjo in karte za dogodek (koncert, tekmo, predstavo).

Definicija »paketa« je po mojem mnenju preveč toga. Prodajalci, ki sedaj prodajajo tradicionalne ali dinamične pakete, bi lahko spremenili poslovni model, da bi se izognili odgovornostim in obveznostim, ki so določene za prodajalca. To pa seveda ni v skladu z Direktivo, saj je njen namen okrepiti potrošniške pravice in zagotoviti bolj pregleden trg potovanj (Evropska komisija, 2015).

Direktiva določa, da se kombinacija potovalnih storitev, pri katerih se največ ena vrsta potovalnih storitev (prevoz, nastanitev in najem avtomobila) kombinira z eno ali več turističnih storitev, ki ni neločljivo povezana s potovalno storitvijo, ne šteje za turistični paket. To velja, če slednje storitve ne predstavljajo znatnega dela vrednosti kombinacije in se ne oglašujejo kot bistven element kombinacije ter kako drugače ne predstavljajo bistvenega elementa kombinacije. Problematična je beseda »znatni« del vrednosti, saj to ni merljivo in je težko dokazljivo. Vrednost bi bilo potrebno opredeliti v odstotkih, kot na primer, da mora element predstavljati vsaj 30 % vrednosti celotne skupne cene, da velja za storitev, ki predstavlja znatni del in se posledično šteje kot del turističnega paketa.

Potnik ima v primeru izrednih okoliščin v kraju potovanja ali neposredni bližini pravico, da pred začetkom turističnega paketa odstopi od pogodbe o paketnem potovanju brez plačila

⁵ Angl. *Yield management* ali upravljanje z donosi je po besedah Netessine in Shumsky (2002) strategija, ki temelji na razumevanju, predvidevanju in vplivanju na vedenje potrošnikov, da bi povečali prihodek ali dobiček iz fiksne vira (kot so letalski sedeži ali rezervacija sob v hotelu).

kakršne koli odstopnine. V skladu s spoznanji pravne in ekonomske teorije bi bilo potrebno kot izredne okoliščine navesti vojne razmere, naravne katastrofe, kot so hurikani, poplave, potres. V zadnjem času pa smo priča predvsem terorizmu. Veljalo bi razmisliti o uvedbi določila, da je potrošniku omogočen preklic potovanja v primeru terorističnega napada v kraju ali okolici kraja, kamor potuje. Vključene morajo biti tudi izredne okoliščine v primeru pojava bolezni, kot je na primer izbruh virusa Zika, ki trenutno otežuje potovanja v države Srednje in Latinske Amerike, predvsem v Brazilijo in Mehiko.

SKLEP

Turizem ima v gospodarstvu pomembno vlogo in je ena vodilnih gospodarskih panog, ki močno vpliva na narodno gospodarstvo, regionalni razvoj in zaposlovanje (Ministrstvo za gospodarstvo, 2004), paketna potovanja pa so pomemben del trga potovanj. Ekonomsko gledano je paketno potovanje standardiziran proizvod in pomeni zniževanje transakcijskih stroškov, saj pospešuje ekonomsko izmenjavo in tako povečuje družbeno blaginjo.

Direktiva o paketnih potovanjih, organiziranih počitnicah in izletih (90/314/EGS) (Ur.l. EU št. 13/ZV) je bila sprejeta leta 1990, od takrat pa so se trendi na trgu spremenili. Po analizah študij je pri načrtovanju in nakupovanju počitnic vedno več spletnih rezervacij, brez posredovanja turističnega organizatorja. To je posledica večje prisotnosti interneta, ki prinaša večjo preglednost trga in posledično spremembo ponudbe na področju trga potovanj (European commission, 2009). Direktiva se je morala prilagoditi spremembam, da bo okrepila pravice potrošnikov pri nakupovanju preko spleta in zajela tudi druge oblike rezervacij, kot je na primer povezovalni turistični aranžma.

Evropska unija stremi k izpopolnitvi notranjega trga, katerega velik del je ravno turistični sektor. Potrebno je bilo poenotenje zakonodaje na področju paketnih počitnic, saj to pomaga pri večji produktivnosti in rasti gospodarstva (Evropska komisija, 2015). Zajc in Markelj (2015) poudarjata, da je na podlagi ekonomske analize utemeljena upravičenost zakonodaje na področju varstva potrošnikov, ki povečuje blaginjo potrošnikov, kar pa je znak učinkovitosti.

S pomočjo izsledkov klasične in behavioristične ekonomije sem analizirala novo Direktivo ter podala predloge za možne izboljšave. Klasična ekonomija pravi, da problem asimetričnih informacij reši trg sam in pravna regulacija ni potrebna (Grossman, 1981). Predpostavlja, da so ljudje racionalna bitja, ki maksimirajo svoje koristi. Če bi razkrili prav vse informacije, bi trg sam rešil problem asimetrije informacij in poseg prava v pogodbeno razmerje paketnega potovanja ne bi bil potreben. Behavioristična spoznanja pa nas na drugi strani postavijo pred dilemo, ali se potrošnik zaradi kognitivnih omejitev sploh lahko odloči racionalno (zaradi pomanjkanja časa, velike količine informacij itd.). Pri analizi členov nove Direktive sem prišla do ugotovitev, da je kljub predpostavljani klasične ekonomije, da problem asimetričnih informacij reši trg sam (Grossman, 1981), potrebna pravna regulacija na področju paketnih potovanj, saj se ljudje zaradi različnih dejavnikov ne odločamo vedno racionalno. Potrošnik je načeloma šibkejša stranka z manj (nepopolnimi) informacijami, zato mu mora pravo dati to moč, da sta stranki v praksi

enako zaščiteni in enakovredni. Določbe v Direktivi pripomorejo k temu, da ne prihaja do oportunitizma in moralnega hazarda tako na strani potrošnika, kakor na strani ponudnika. S pomočjo analize členov sem prišla do zaključka, da direktiva kot pravno sredstvo spodbuja potrošnike in ponudnike storitev k produktivnemu vedenju ter povečuje neto družbeno korist. Kot trdi Trstenjak (2009) skuša evropsko pravo vzpostaviti ravnotežje med zaščito potrošnika in prodajalca. Zato je pomembno, da je reguliran tudi trg paketnih potovanj.

Organi držav članic in potrošniške organizacije so ocenile razširitev Direktive o paketnem potovanju kot zelo pomembno. Večina vseh interesnih skupin (organi držav članic, podjetij in potrošniških organizacij) je izrazila mnenje, da je bistveno prizadevanje Evropske unije za uskladitev med državami članicami na področju uporabe in možnih izboljšav Direktive (Evropska komisija, 2010). Zaradi uporabe načela popolne uskladitve so pri Evropski potrošniški organizaciji (2013) skeptični, saj Direktiva zagotavlja le minimalno potrebno harmonizacijo, nacionalno splošno pogodbeno pravo in določbe o paketnih potovanjih pa pomenijo višjo raven varstva potrošnikov. Prav zaradi tega so odločeni, da nivo varstva potrošnikov vsekakor ne sme biti nižji, kot je zdaj.

Po mnenju interesnih skupin, ki jih je anketirala Evropska komisija, in po lastni analizi Direktive s pomočjo izsledkov klasične in behavioristične ekonomije, se je izkazalo, da so paketna potovanja področje, ki mora biti pravno regulirano. Pravo mora poseči na trg predvsem v razmerjih (turistično) podjetje–potrošnik (B2C), saj so podjetja ekonomsko močnejša, bolj izkušena in imajo dostop do večine informacij, zato so tudi v privilegiranem položaju. Vse to močnejši stranki omogoča, da zlorablja svojo moč na račun šibkejšega potrošnika. Naloga prava je, da poseže na trg informacij in z instrumenti pogodbenega prava zagotovi zadosten in družbeno zaželen obseg informacij (Cepec, 2009). Posledice asimetrije informacij se kažejo v premajhnem sklepanju pogodb, prav tako pa ta omogoča, da se stranke vedejo oportunistično, pride do moralnega hazarda, kar pa privede do dodatnih individualnih in družbenih stroškov (Cepec, 2009). Vse ugotovitve nas privedejo do zaključka, da je potrebna direktiva, ki ureja razmerja pri nakupu paketnih potovanj.

Države članice morajo najprej v svoje nacionalne pravne rede implementirati novo Direktivo, da lahko opazujemo njene učinke. Čas bo pokazal, ali se je zaradi nove Direktive zaupanje potrošnikov povečalo in okrepilo. Učinki se bodo pokazali v večjem številu paketnih potovanj, manjšem številu potrošnikov s težavami pri različnih vrstah potovalnih aranžmajev ter večjem številu potrošnikov, ki jih ob odhodu na počitnice varuje predlog (Evropska komisija, 2013a). Svoje magistrsko delo zaključujem z mislijo, da je nova direktiva odpravila kar nekaj zakonodajnih vrzeli, vedno pa so še odprte možnosti za izboljšavo. Pomembno se mi zdi, da se vseskozi krepi zaupanje potrošnikov v turistično gospodarstvo, saj bomo le tako turističnemu sektorju zagotavljali rast in ljudem omogočali zaposlitev.

LITERATURA IN VIRI

1. Akerlof, A.G. (1970). The Market for Lemons: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500.
2. Ariely, D. (2010). *Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. New York: Harper Perennial.
3. Ayazlar, R. (2014). Dynamic packaging applications in travel agencies. *Procedia-Social and Behavioural Sciences*, 131, 326–331.
4. Banka Slovenije. (2015). *Potovanja*. Najdeno 11. avgusta 2015 na spletnem naslovu <https://www.bsi.si/iskalniki/pregled-financnih-podatkov-vsebina.asp?VsebinaId=830&MapaId=298>
5. Becker, S. (1976). *The Economic Approach to Human Behaviour*. Chicago; London: University of Chicago Press.
6. Bray, R. (2001). New horizons: Ever been on a package? Here's how they started. *The Guardian*. Najdeno 13. januarja 2016 na spletnem naslovu <http://www.theguardian.com/travel/2001/jan/13/guardiansaturdaytravelsection>
7. Camerer, C., Issacharoff, S., Loewenstein, G., O'Donoghue, T., & Rabin, M. (2003). Regulation for conservatives: Behavioral economics and the case for »asymmetric paternalism«. *University of Pennsylvania Law Review*, 151, 1211.
8. Cepec, J. (2009). Asimetrija informacij v pogodbenem pravu. *Lexonomica* 1(1), 59–74.
9. Coase, R. (1961). The problem of social cost. *Journal of Law and Economics* 3, 1–44.
10. Commission of the European communities. (2008). *Commission staff working document, accompanying document to the proposal for a directive on consumer rights. Executive summary of the impact assesment on package travel and assisted travel arrangements, amending Regulation (EC) No 2006/2004I and Directive 2011/83/EU and repealing Council Directive 90/314/EEC Brussels*. Brussels: Commission of the European communities.
11. Cooter, R., & Ulen, T. (2005). *Ekonomska analiza prava* (4th ed.). Ljubljana: Časnik Finance.
12. Cseres, K. (2005). *Competition Law and Consumer Protection*. Boston: Kluwer Law International.
13. De Geest, G. (2001). Comparative Law and Economics and the Design of Optimal Doctrines. V B. Deffains & T. Kirat (ur.), *Law and Economics in Civil Law Countries*. JAI Elsevier, 107–124. Amsterdam: Elsevier Science B.V.
14. De Geest, G. (2002). The signing-without-reading problem: An analysis of the European directive on unfair contract terms. V H. Schaefer & H. Lwowski (ur.), *Konsequenzen Wirtschaftrechtlicher Normen*, 213–235. Wiesbaden: Deutsche Universitats-Verlag.
15. Diamond, P., & Vartiainen, H. (2007). *Behavioral economics and its applications*. New Jersey: Princeton University press.
16. Direktiva Sveta z dne 13. junija 1990 o paketnem potovanju, organiziranih počitnicah in izletih (90/314/EGS). *Uradni list Evropske Unije št. 13/ZV.10*.

17. Direktiva Sveta z dne 11.12.2015 o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih (2015/2302). *Uradni list Evropske Unije št. L 326/1*.
18. Epstein, R., & Bar-Gill, O. (2007). Consumer Contracts: Behavioral Economics vs. Neoclassical Economic. *New York University Law and Economics Working Papers. Paper 91*. New York: University School of Law.
19. Estrin, S., & Laider, D. (1995). *Introduction to microeconomics* (4th ed.). New York: Redwood Books.
20. Europe Economics. (2007). *An analysis of the issue of consumer detriment and the most appropriate methodologies to estimate it. Final Report for DG SANCO by Europe Economics*. Najdeno 1. avgusta 2015 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/consumers/archive/strategy/docs/study_consumer_detriment.pdf
21. European commission. (2009). *Study on consumer protection against aviation bankruptcy*. Najdeno 5. maja 2016 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/transport/modes/air/studies/doc/internal_market/2009_01_bankruptcy_study.pdf
22. European commission. (2015). *Stronger EU protection for package holidays-How will it work in practice?* Brussels: European Union.
23. Evropska komisija. (2009). *Package travel: Key facts and Figures*. Najdeno 6. avgusta 2015 na spletnem naslovu http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-09-524_en.htm?locale=en
24. Evropska komisija. (2010). *Sporočilo komisije evropskemu parlamentu, svetu, evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij. Evropa, prva svetovna turistična destinacija – nov okvir evropske turistične politike*. Bruselj: Evropska komisija.
25. Evropska komisija. (2013a). *Sporočilo komisije evropskemu parlamentu, svetu, evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij. Prenos pravil EU o turističnih paketih v digitalno dobo*. Bruselj: Evropska komisija.
26. Evropska komisija. (2013b). *Predlog Direktive Evropskega parlamenta in Sveta o paketnih potovanjih in pomoči pri organizaciji potovanja, spremembi Uredbe (ES) št. 2006/2004, Direktive 2011/83/EU ter razveljavitvi Direktive Sveta 90/314/EGS*. Bruselj: Evropska komisija.
27. Evropska komisija. (2013c). *Sporočilo komisije evropskemu parlamentu, svetu, evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij. Varstvo potnikov v primeru insolventnosti letalskega prevoznika*. Bruselj: Evropska komisija.
28. Evropska komisija. (2015). *Delovni dokument služb komisije, povzetek ocene učinka k predlogu direktive evropskega parlamenta in sveta o paketnih potovanjih in pomoči pri organizaciji potovanja, spremembi Uredbe (ES) št. 2006/2004 in Direktive 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 90/314/EGS*. Bruselj: Evropska komisija.
29. Evropska potrošniška organizacija. (2013). *Revision of the package travel directive. Commission proposal COM(2013)512*. Bruselj: Evropska potrošniška organizacija.
30. Gospodarska zbornica Slovenije. (2014). *Pojasnitve v zvezi z zavarovanji za turistične agencije*. Najdeno 16. marca 2014 na spletnem naslovu www.gzs.si/turizem

31. Grant, D., & Mason, S. (2007). *Holiday Law: The law relating to travel and tourism* (4th ed.), 25–63. London: Sweet & Maxwell.
32. Grossman, J. S. (1981). The informational role of warranties and private disclosure about product quality. *Journal of Law and Economics*, 24(3), 461–483.
33. Hadfield, G. K., Howse R., & Trebilcock, M. J. (1998). Information based principles for rethinking consumer protection policy. *Journal of Consumer policy*, 21(2), 131–169.
34. Hatzis, A. N. (2006). Civil Contract Law and Economic Reasoning – An Unlikely Pair? *The Architecture of European Codes and Contract Law (Kluwer Law International)*, 8, 159–191.
35. Ho, T.H., Lim, N., & Camerer, C. (2006). How »Psychological« Should Economic and Marketing Models Be? *Journal of Marketing Research*, 43(3), 341–344.
36. Hondius, E. (2004). The Protection of the Weak Party in a Harmonised European Contract Law: A Synthesis. *Journal of Consumer Policy*, 27(3), 245–251.
37. Howells, G., & Weatherill, S. (2005). *Consumer Protection Law*. Aldershot: Avebury Technical.
38. Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije. (2015). *V letu 2014 več prihodov in prenočitev tujih turistov ter manj prihodov in prenočitev domačih turistov*. Najdeno 11. avgusta 2015 na spletnem naslovu http://www.slovenia.info/pictures/press/attachments_1/2015/2014_2_19266.pdf
39. Johnson, M. D., Herrmann, A., & Bauer, H. H. (1999). The effects of price bundling on consumer evaluations of product offerings. *International Journal of Research in Marketing*, 16(2), 129–142.
40. Jolls, C., Sunstein, R., & Thaler, R. (2000). A Behavioral Approach to Law and Economics. V R. Sunstein, & R. Cass (ur.), *Behavioral Law and Economics*, 13–58. Cambridge: Cambridge University Press.
41. Kerkmeester, H. (1999). Methodology: General. V N. Mercuro (ur.), *Law and Economics*, 383–401. Boston: Kluwer Academic Publishers.
42. Kim, J., Bojanic, D. C., & Warnick, R. B. (2009). Price bundling and travel product pricing practices used by online channels of distribution. *Journal of Travel Research*, 47(4), 403–412.
43. Knez, R. (2004). Varstvo potrošnikov v Evropski uniji. *Revizor*, 15(6), 88.
44. Kovač, M. (2009). Bistvena zmota in Prevara v Obligacijskem zakoniku RS-pravnoekonomska perspektiva. *Podjetje in delo*, 35(2), 375–393.
45. Kovač, M. (2014). *Gradiva za predavanja: Izbrani EU vidiki* Cepec, J. (2009). Asimetrija informacij v pogodbenem pravu. *II. del*.
46. Kovač, M. (2016). Competition law and behavioural evidence in a courtroom? V M. Kovač, & A. Vandenberghe (ur.), *Economic evidence in EU competition law*, 103–125. Cambridge; Antwerp; Portland: Intersentia.
47. Kovač, M., & Zajc, K. (2010). Uvod v pogodbeno pravo (uvod v analizo pogodbenega prava). *Podjetje in delo*, 2010/6–7.
48. Kovač, M., & Kotnik, S. (2015). Zavajajoče označevanje živil, behavioristična ekonomija in varovanje potrošnikov. V A. Vlahek, & M. Damjan (ur.), *Pravo in*

- politika sodobnega varstva potrošnikov*, 183–212. Ljubljana: Inštitut za primerjalno pravo.
49. Kronman, T. A. (1978). Mistake, Disclosure, Information, and the Law of Contracts. *Journal of Legal Studies*, 7, 1–34.
 50. Liu, Q., Enhong, C., Hui, X., Yong, G., Zhongmou, L., & Xiang, W. (2014). A Cocktail Approach for Travel Package Recommendation. *IEEE Transactions on knowledge and data engineering*, 26(2), 278–293.
 51. Macksaay, E. (1982). *Economics of information and law*. Boston: Kluwer–Nijoff Publishers.
 52. Mihalič, T. (2008). *Turizem – ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
 53. Mikolič, V. (2011). V *Turistični terminološki slovar*. Najdeno 15. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.termania.net/slovarji/turisticni-terminoloski-slovar/7969814/organizirano-potovanje?query=paketno%20potovanje>
 54. Ministrstvo za gospodarstvo. (2004). *Satelitski računi za turizem v Sloveniji. Ocena ekonomskega obsega in pomena turizma v Sloveniji po metodologiji satelitskih računov za turizem*. Najdeno 14. avgusta 2015 na spletnem naslovu http://www.mgrt.gov.si/fileadmin/mgrt.gov.si/pageuploads/turizem/satelitski_racuni.pdf
 55. Mullainathan, S., & Thaler, R. H. (2000). Behavioral Economics. V N. J., Smelser & P. B., Baltes (ur.), *Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 1094–1100. Amsterdam; New York: Elsevier.
 56. Naylor, G., & Frank, K. E. (2001). The effect of price bundling on consumer perceptions of value. *Journal of Services Marketing*, 15(4), 270–281.
 57. Nemeč Rudež, H. (2013). *Potovalna dejavnost v sodobnem okolju*. Koper: Fakulteta za management.
 58. Netessine, S., & R. Shumsky. (2002). Introduction to the Theory and Practice of Yield Management. *INFORMS Transactions on Education*, 3(1), 34–44.
 59. O'Connell, J., & Bouquet, A. (2015). Dynamic packaging spells the end of European charter airlines. *Journal of vacation marketing*, 21(2), 175–189.
 60. Ograjenšek, I., Bregar, L., & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: Izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
 61. Ograjenšek, I., Pfajfar, L., & Bregar, L. (2009). *Osnove statistike za ekonomiste*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
 62. Paccès, A. M., & Visscher, L. (2011). Methodology of law and economics. V B., Van Klink & S. Taekema (ur.), *Law and Method. Interdisciplinary research into Law*, 85–107. Tübingen: Mohr Siebeck.
 63. Page, S. (2003). *Tourism management: Managing for change*. Oxford; Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
 64. Podobnik, K. (2015). Korist potrošnika kot skupni cilj in enovit standard presoje v pravo varstva potrošnikov in konkurenčnem pravo? V A., Vlahek & M., Damjan (ur.), *Pravo in politika sodobnega varstva potrošnikov*. Ljubljana: Inštitut za primerjalno pravo.

65. Posner, R. A. (1998). *Values and Consequences: An Introduction to Economic Analysis of Law*. Working papers in Law and Economics (2nd ed.). Chicago: University of Chicago Law school Posner.
66. Posner, R. A. (2001). *Frontiers of legal theory*. Harvard: Harvard University press.
67. Posner, E. A. (2003a). Economic Analysis of Contract Law After Three Decades; Success of Failure? *Yale Law Journal*, 112 (4), 829–880.
68. Posner, R. A. (2003b). *Economic Analysis of Law* (6th ed.). New York: Aspen Publisher.
69. Posner, R. A., & Rosenfield, A. (1977). Impossibility and Related Doctrines in Contract Law: An Economic Analysis. *The Journal of Legal Studies*, 6(1), 83–118.
70. Prašnikar, J., Domadenik, P., & Koman, M. (2008). *Mikroekonomija*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
71. Rowley, C. K. (1999). Public Choice and the Economic Analysis of Law. V N. Mercurio (ur.), *Law and Economics*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
72. Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (1995). *Economics*. New York: McGraw-Hill.
73. Simon, A. H. (1955). A behavioral model of rational choice. *Quarterly journal of Economics*, 69, 99–118.
74. Slovenska turistična organizacija. (2015). *Povzetek: V iskanju utopije*. Najdeno 14. avgusta 2015 na spletnem naslovu http://www.slovenia.info/?ps_trendi_zeleni_turizem=2515&lng=1
75. Slovic, P., & Lichtenstein, S. (1971). Comparison of Bayesian and regression approaches to the study of information processing in judgement. *Organizational Behavior and Human Performance*, 6, 649–744.
76. Stigler, J. G. (1961). The economics of information. *Journal of Political Economy*, 69(3), 213–225.
77. Statistični urad Republike Slovenije. (2014). *Statopis – Statistični pregled Slovenije 2014*. Najdeno 1. avgusta 2015 na spletnem naslovu www.stat.si/pub.asp
78. Svet Evropske unije. (2014). *Predlog direktive Evropskega parlamenta in Sveta o paketnih potovanjih in pomoči pri organizaciji potovanja, spremembi Uredbe (ES) št. 2006/2004, Direktive 2011/83/EU ter razveljavitvi Direktive Sveta 90/314/EGS*. Bruselj: Svet Evropske unije.
79. Svet Evropske unije. (2015). *Paketna potovanja-varstvo počitnikarjev*. Najdeno 14. julija 2015 na spletnem naslovu www.consilium.europa.eu/sl/policies/package-travel/
80. Tor, A. (2004). A behavioural approach to antitrust law and economics. *Consumer policy review*, 14(1), 2–5.
81. Trstenjak, V. (2009). Potrošnik in prodajalec – koga bolj ščiti evropsko pravo? *Pravna praksa*, 11, 7–10.
82. Trstenjak, V., Knez, R., & Možina, D. (2005). *Evropsko pravo varstva potrošnikov: Direktive ES/EU z uvodnimi pojasnili*. Ljubljana: GV Založba.
83. Turistično gostinska zbornica Slovenije. (2014). *Frankfurtska tabela*. Najdeno 15. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.tgzs.si/sl/frankfurtska-tabela>
84. Tversky, A., & Kahneman, D. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.

85. Ulen, T. S. (1999). *Rational choice theory in law and economics*. V G. De Geest & B. Bouckaert, *Encyclopedia of Law and Economics*, 790–818. Ghent: University of Ghent; Edward Elgar Publishing.
86. United Nation World Travel Organization. (2011). *Tourism towards 2030*. Najdeno 23. julija 2015 na spletnem naslovu http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf
87. United Nation World Travel Organization. (2015a). *About UNWTO*. Najdeno 20. julija 2015 na spletnem naslovu <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>
88. United Nation World Travel Organization. (2015b). *UNWTO World Tourism Barometer. Over 1.1 billion tourists travelled abroad in 2014*. Najdeno 1. avgusta 2015 na spletnem naslovu <http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>
89. United Nation World Travel Organization. (2016). *UNWTO World Tourism Barometer. International tourist arrivals up 4% reach a record 1.2 billion in 2015*. Najdeno 20. maja 2016 na spletnem naslovu <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals-4-reach-record-12-billion-2015>
90. Van den Bergh, R. (2013). Behavioral antitrust: Not ready for the main stage. *Journal of Competition Law and Economics* 9(1), 203–229.
91. World Travel and Tourism Council. (2015). *Travel & Tourism. Economic impact 2015. Slovenia*. Najdeno 1. avgusta 2015 na spletnem naslovu <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/slovenia2015.pdf>
92. Yufeng, D., Liuyi, L., & Xiaolong, G. (2014). Travel Package Modeling: Optimal Bidding Strategy of Tour Operator to Cooperative Hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(12), 1417–1440.
93. Zajc, K., & Markelj, L. (2015). Ekonomska smiselnost predpisov na področju varstva potrošnikov. V A. Vlahek & M. Damjan (ur.), *Pravo in politika sodobnega varstva potrošnikov*, 157–182. Ljubljana: Inštitut za primerjalno pravo.
94. Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o varstvu potrošnikov (ZVPot-E). *Uradni list RS št. 78/11*.
95. Zelenika, R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela (4th ed.). Rijeka: Ekonomski fakultet u Rijeci.
96. Zielińska, A. (2008). European union funds for sustained tourism. *Economics & Sociology*, 1(1).
97. Zveza potrošnikov Slovenije. (2014a). *Premestitev v drug hotel*. Najdeno 12. avgusta 2015 na spletnem naslovu <https://www.zps.si/index.php/potovanja-in-prevozi/turizem/6932-premestitev-v-drug-hotel-7-8-2014>
98. Zveza potrošnikov Slovenije. (2014b). *Neodzivnost potovalne agencije*. Najdeno 12. avgusta 2015 na spletnem naslovu <https://www.zps.si/index.php/potovanja-in-prevozi/turizem/6931-neodzivnost-potovalne-agencije-7-8-2014>
99. Zveza potrošnikov Slovenije. (2014c). *Agencija je odpovedala potovanje*. Najdeno 12. avgusta 2015 na spletnem naslovu <https://www.zps.si/index.php/potovanja-in-prevozi/turizem/6882-agencija-je-odpovedala-potovanje-6-2014>

100. Zveza potrošnikov Slovenije. (2014d). *Izgubljena prtljaga na potovanju*. Najdeno 16. avgusta 2014 na spletnem naslovu <http://www.zps.si/turizem-prevoz/turizem/izgubljena-prtljaga-na-potovanju-7-8-2012.html?Itemid=317>
101. Zveza potrošnikov Slovenije. (2014e). *Odpoved potovanja zaradi bolezni*. Najdeno 16. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.zps.si/turizem-prevoz/turizem/odpoved-potovanja-zaradi-bolezni-11-2010.html?Itemid=317>
102. Zveza potrošnikov Slovenije. (2014f). *Znižanje cene turističnega aranžmaja po nakupu*. Najdeno 16. aprila 2014 na spletnem naslovu <http://www.zps.si/turizem-prevoz/turizem/znizanje-cene-po-nakupu.html?Itemid=317>
103. Zveza potrošnikov Slovenije. (2014g). *Nemiri v Egiptu*. Najdeno 16. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.zps.si/turizem-prevoz/turizem/nemiri-v-egiptu-pravice-turistov.html?Itemid=317>
104. Zveza potrošnikov Slovenije. (2014h). *Sprememba datuma odhoda potovanja*. Najdeno 16. marca 2014 na spletnem naslovu <http://www.zps.si/turizem-prevoz/turizem/sprememba-datuma-odhoda-potovanja-11-2010.html?Itemid=317>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Frankfurtska tabela.....	1
Priloga 2: Primerjava členov stare in nove direktive	5

PRILOGA 1: Frankfurtska tabela

Poleg tabele je priloženih še nekaj pojasnil in izjem.

1. Pri izračunu dela plačanega zneska v sorazmerju s pomanjkljivostjo pri opravljeni storitvi je treba upoštevati naslednje:

- a) Neznatne pomanjkljivosti se ne upoštevajo.
- b) Višina odstotka znižanja se v primeru, ko je ta določen v razponu, ravna po intenziteti pomanjkljivosti. Višina je praviloma neodvisna od lastnosti posameznega potnika (starost, spol, posebna občutljivost ali neobčutljivost).

2. Izjeme:

- a) Pri posebnih okoliščinah ali hibah na strani potnika, ki so bile organizatorju ob sklenitvi pogodbe znane, se lahko pri občutni pomanjkljivosti posamezni odstotek iz tabele in najvišji (skupni) odstotek povišata za 50 odstotkov.
- b) Pri napakah znotraj III. skupine znižanje odpade, če za potnika očitno ali dokazljivo pomanjkljivosti ni bilo.

3. Odstotek se praviloma obračuna glede na skupno ceno potovanja (torej tudi stroške prevoza). Pri tem je treba odšteti znesek, ki ga je potnik plačal za zavarovanje potovanja ter doplačila za višji letalski razred:

- a) Kolikor pomanjkljivosti trajajo le del celotnega časa potovanja, je treba za osnovo vzeti le ustrezni del celotne cene.
- b) Izjemoma se lahko pri manjših napakah do največ 10 odstotkov zniža (sorazmerni) del cene bivanja, če se zaradi napake celostno potovanje ni bistveno spremenilo.
- c) Pri organiziranem potovanju (primer je krožno potovanje z izključno hotelskim bivanjem) je znižanje treba obračunati od skupne cene potovanja. Če pa se nanaša (napaka) na posamezne dele potovanja, je treba uporabiti točko 3a.

4. Ob več napakah se odstotki seštevajo:

- a) Če sta predmet pogodbe nastanitev in polni penzion, ni dovoljeno preseči naslednjih skupnih odstotkov znotraj posamezne skupine storitev:

Skupina I (nastanitev) 50 %

Skupina II (prehrana) 50 %

Skupina III (ostalo) 30 %

Skupina IV (prevoz) 20 %

- b) Če sta predmet pogodbe nastanitev in polpenzion, se zvišajo postavke iz skupine 1 za 25 % (z izjemo točke 1/1) in znižajo postavke iz skupine II za 25 %. Pri tem ni dovoljeno preseči naslednjih skupnih odstotkov znotraj posamezne skupine storitev:

Skupina I (nastanitev) 62,5 %

Skupina II (prehrana) 37,5 %

Skupina III (ostalo) 30 %

Skupina IV (prevoz) 20 %

- c) Če sta predmet pogodbe nastanitev in zajtrk, se zvišajo postavke iz skupine 1 (z izjemo točke 1/1) za 66,6 % in znižajo postavke iz skupine II za 66,6 %. Pri tem ni dovoljeno preseči naslednjih skupnih odstotkov znotraj posamezne skupine storitev:

Skupina I (nastanitev) 83,3 %

Skupina II (prehrana) 16,7 %

Skupina III (ostalo) 30 %

Skupina IV (prevoz) 20 %
d) Če je predmet pogodbe le nastanitev (brez preskrbe oziroma prehrane), se zvišajo postavke iz skupine 1 za 100 % (z izjemo točke 1/1); v posameznem primeru se lahko zviša skupni odstotek skupine 1 do 100 %. Za skupino III ostane skupna višina 30 % in za skupino IV skupna višina 20 %.

I. NAMESTITEV	%	OPOMBA
1. Sprememba rezerviranega objekta	0–25	Odvisno od oddaljenosti
2. Sprememba krajevne lege (oddaljenost plaže)	5–15	
3. Sprememba vrste nastanitve v rezerviranem objektu (hotel namesto bungalova, sprememba nadstropja)	5–10	
4. Sprememba vrste sobe:		
a) Dvoposteljna namesto enoposteljne	20	Odvisno, ali so v večji sobi znani potniki
b) Triposteljna namesto enoposteljne	25	(iz iste skupine) ali neznanci
c) Triposteljna namesto dvoposteljne	20–25	
d) Štiriposteljna namesto dvoposteljne	20–30	
5. Pomanjkljiva oprema sobe:		
a) Premajhna površina	5–10	
b) Ni bilo balkona	5–10	Če je bil obljubljen /odvisno od letnega časa
c) Ni bilo pogleda na morje	5–10	Če je bil obljubljen
d) Ni bilo (lastne) kopalnice/stranišča	35–25	Če je bila rezervirana
e) Ni bilo (lastnega) stranišča	15	
f) Ni bilo (lastne) prhe	10	Če je bila rezervirana
g) Ni bilo klime	10–20	Če je bila obljubljena/odvisno od letnega časa
h) Ni bilo radia/TV	5	Če je bil obljubljen
i) Pomanjkljiva oprema	5–15	
j) Poškodbe (razpoke, vlažnost in podobno)		
k) Mrčes, »golazen«	10–50	
6. Izpad preskrbovalnih naprav:		
a) Stranišče	15	
b) Kopalnica/ bojler s toplo vodo	15	
c) Električna energija/plin	10–20	
d) Voda	10	
e) Klima	10–20	Odvisno od letnega časa
f) Dvigalo	5–10	Odvisno od nadstropja
7. Storitve:		
a) Popoln izpad	25	
b) Slabo čiščenje	10–20	
c) Nezadostna menjava perila (posteljnine, brisač)	5–10	
8. Motnje:		

a) Hrup podnevi	5–25	
b) Hrup ponoči	10–40	
c) Smrad	5–15	
	20–40	Odvisno od vrste dogovorjenega potovanja (na primer »zdraviliški dopust«)
II. OSKRBA		
1. Popoln izpad	50	OPOMBA
2. Vsebinske napake		
a) Enolični jedilnik	5	
b) Prehladne jedi	10	
c) Pokvarjene (neužitne) jedi	20–30	
3. Storitve		
a) Samopostrežba (namesto natakarja)	10–15	
b) Dolgo čakanje	5–10	
c) Obrok v izmenah	10	
d) Umazana miza	5–10	
e) Umazani krožniki. Pribor	10–15	
4. Brez klime v jedilnici	5–10	Če je bila obljubljena
III. OSTALO		
1. Ni bilo zunanjega bazena oziroma je bil umazan	10–20	Če je bil obljubljen
2. Ni bilo pokritega bazena		
a) Ob zunanjem bazenu	10	
b) Ko ni zunanjega bazena	20	
3. Ni bilo savne	5	
4. Ni bilo teniškega igrišča	5–10	
5. Ni bilo ni golfa	3–5	
6. Ni bilo šole jadriranja, surfanja ali potapljaške šole	5–10	
7. Ni bilo možnosti jahanja	5–10	
8. Ni bilo varstva otrok	5–10	
9. Ni bilo možnosti kopanja v morju	10–20	
10. Umazana plaža	10–20	
11. Ni bilo ležalnikov, senčnikov	5–10	
12. Ni bilo okrepčevalnice ali bara na plaži	0–5	
13. Ni bilo nudistične (FKK) plaže	10–20	
14. Ni bilo restavracije ali trgovine:	0–5	
a) Pri oskrbi v hotelu	10–20	
b) Pri lastni oskrbi	5–15	
15. Ni bilo razvedrila (disko, nočni klub, kino, animacija)	5–15	
16. Ni bilo butikov ali trgovske ulice	0–5	
17. Ob križarjenju je izpadel ogled dežele	20–30	Sorazmerni del cene potovanja za vsak dan, ko ni bilo izleta

18. Ni bilo vodenja:		
a) Slaba organizacija	0–5	
b) Pri potovanjih z ogledi	10–20	
c) Pri študijskih potovanjih s strokovnim vodstvom	20–30	Če je bilo obljubljeno
19. Izguba časa zaradi nujne preselitve:		Del cene potovanja za:
a) V istem hotelu		Pol dneva
b) V drug hotel		Ves dan
IV. PREVOZ	%	OPOMBA
1. Več kot štiriurna zamuda pri odhodu letala	5	In sorazmeren del cene potovanja za en dan za vsako nadaljnjo uro
2. Napaka v kakovosti storitve:		
a) Nižji razred	10–15	
b) Znaten odmik od normalnega standarda	5–10	
3. Storitve:		
a) Oskrba	5	
b) Izostanek razvedrila, normalnega za posamezni letalski razred (radio, film in podobno)	5	
4. Zamenjava prevoznega sredstva		Del cene potovanja, ki odpade na zamudo zaradi spremembe
5. Ni bilo prevoza z letališča (železniške postaje) do hotela		Stroški nadomestnega prevoza

Vir: Turistično gostinska zbornica Slovenije, 2014.

PRILOGA 2: Primerjava členov stare in nove direktive

Številčenje členov v Direktivi Sveta 90/314/EGS z dne 13. junija 1990 o paketnem potovanju, organiziranih počitnicah in izletih	Številčenje členov v novi direktivi
člen 1	člen 1 (spremenjen)
člen 2(1)	člen 3(2) (spremenjen) in člen 2(2)(a)
člen 2(2)	člen 3(8) (spremenjen)
člen 2(3)	člen 3(9) (spremenjen)
člen 2(4)	člen 3(6) (spremenjen)
člen 2(5)	člen 3(3) (spremenjen)
člen 3(1)	se črta
člen 3(2)	se črta, a glavni deli vključeni v člena 4 in 5 (se spremenita)
člen 4(1)(a)	člen 5(1) (se spremeni)
člen 4(1)(b)	člen 5(1), člen 7(2) in člen 7(4)
člen 4(2)(a)	člen 7(2) (spremenjen)
člen 4(2)(b)	člen 5(3) (se spremeni) ter člen 7(1) in (4) (se spremeni)
člen 4(2)(c)	se črta
člen 4(3)	člen 9 (se spremeni)
člen 4(4)	člen 10 (se spremeni)
člen 4(5)	člen 11(2) in (3)(spremenjen)
člen 4(6)	člen 11(2), (3) in (4) (se spremeni) ter člen 12(3) in (4) (se spremeni)
člen 4(7)	člen 13(5), (6) in (7) (spremenjen)
člen 5(1)	člen 13(1) (spremenjen)
člen 5(2)	člen 14(2), (3) in (4) (spremenjen) ter člen 16 (spremenjen)
člen 5(3)	člen 23(3) (spremenjen)
člen 5(4)	člen 7(2)(e) (spremenjen) in člen 13(2) (spremenjen)
člen 6	člen 13(3) (spremenjen)
člen 7	člen 17 (spremenjen) in člen 18 (spremenjen)
člen 8	člen 4
člen 9(1)	člen 28(1) (spremenjen)
člen 9(2)	člen 28(4) (spremenjen)
člen 10	člen 31

Vir: Direktiva Sveta z dne 11. 12. 2015 o paketnih potovanjih in povezanih potovalnih aranžmajih (2015/2302), Uradni list Evropske Unije št. L 326/1.