

Může vám cestovka zdražit již zaplacený zájezd?

21.4.2026 - Lucie Korbeliusová | DTest

Zaplacená záloha ani doplacený celý zájezd samy o sobě neznamenají, že cestovní kancelář nemůže sáhnout klientovi hlouběji do kapsy. Zvýšení ceny už sjednaného zájezdu připouští občanský zákoník jen ve výjimečných případech. Musí pro něj existovat zákonný důvod, musí být předem sjednáno ve smlouvě a pořadatel musí zákazníkovi srozumitelně vysvětlit, proč zdražuje a jak novou částku vypočítl.

Zdražení jen ze tří zákonných důvodů

„Pořadatel zájezdu může zvýšit cenu pouze tehdy, když vzroste cena dopravy v důsledku dražších pohonných hmot nebo jiných zdrojů energie, zvýší se daně či poplatky spojené s cestovními službami, případně se změní směnný kurz české koruny použitý pro stanovení ceny zájezdu,“ vypočítává Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Za splnění čtyř podmínek

Rozhodně pak nestačí jen pouhý obecný odkaz na „vývoj trhu“ nebo „zvýšené náklady“. Ve smlouvě si cestovní kancelář musí možnost cenového zvýšení výslovně vyhradit. Zároveň by v ní měla popsat, podle jakého klíče zvýšené náklady promítne do výsledné ceny zájezdu. Dále platí, že podle daného výpočtu musí cestovka zájezd zlevnit, dojde-li naopak ke snížení popsaných nákladů. A čtvrtou podmínkou je, že pořadatel musí navýšení ceny zájezdu řádně oznámit. Přitom nestačí pouhé sdělení konečné částky. Očekávat můžete textovou podobu, srozumitelné zdůvodnění a transparentní výpočet cenového navýšení.

Musíte si nechat líbit jakékoliv zdražení?

Zásadní je také, o kolik se zájezd prodraží. *„Jestliže cestovní kancelář zvýší cenu v souladu se zákonem a smlouvou o zájezdu a navýšení dosáhne maximálně osm procent z celkové ceny zájezdu, ke zdražení dojde i bez vašeho souhlasu. Oznámení ale musíte obdržet nejpozději dvacátý den před zahájením zájezdu. Pokud přijde později, zvýšení ceny nemá právní účinky,“* vysvětluje ředitelka dTestu.

Přesáhne-li navržené zdražení osm procent z celkové ceny zájezdu, už nejde o změnu, kterou by musel spotřebitel bez dalšího přijmout. V takové situaci může buď návrh akceptovat, nebo od smlouvy odstoupit bez jakékoliv sankce. Lhůtu pro odstoupení může určit pořadatel, nesmí však být kratší než pět dnů a musí skončit ještě před zahájením zájezdu. Pokud zákazník včas neodstoupí, má se za to, že se změnou souhlasí.

„Doporučujeme, aby se spotřebitelé nenechali odbýt obecným tvrzením o zdražení a vždy požadovali konkrétní zdůvodnění s odkazem na výpočty uvedené ve smlouvě. Pečlivě by měli hlídat také hranici osmi procent i dvacetidenní lhůtu pro oznámení cenového navýšení. Pokud nejsou pro zvýšení ceny splněny zákonné podmínky, nemusí se s navýšením ceny smířit,“ uzavírá Hekšová z dTestu.

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová, media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-12247/dtest-muze-vam-cestovka-zdrazit-jiz-zaplaceny-zajezd>