

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a financí**



**Diplomová práce**

**Pojištění cestovních kanceláří proti úpadku**

**Denisa Suchá**

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Denisa Suchá

Podnikání a administrativa

Název práce

**Pojištění cestovních kanceláří proti úpadku**

Název anglicky

**Insurance against insolvency tour operators**

---

### Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení problematiky pojištění proti úpadku cestovních kanceláří v České republice zpracovat doporučení, která by mohla vést ke zlepšení současného stavu.

### Metodika

Metodika teoretické části diplomové práce bude založena na studiu tematicky zaměřené odborné literatury a aktuálních internetových zdrojů. Teoretická východiska budou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů a prostřednictvím komparace a syntézy sekundárních zdrojů. Při vlastním řešení praktické části diplomové práce budou aplikovány metody dotazníkové šetření a řízený rozhovor. Zjištěné výsledky budou v závěru práce vyhodnoceny a budou zpracována doporučení, která by mohla vést ke zlepšení stavu v oblasti pojištění cestovních kanceláří proti úpadku.

**Doporučený rozsah práce**

60 – 80 stran

**Klíčová slova**

Cestovní ruch, cestovní kancelář, cestovní agentura, pojištění, úpadek cestovní kanceláře, zájezd.

---

**Doporučené zdroje informací**

ČEJKOVÁ, V. Pojistný trh. Praha: Grada Publishing, 2002. ISBN 80-247-0137-5.

HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.

MARTINOVIČOVÁ, D. *Pojištění podnikatelských subjektů*. Ostrava: Key Publishing, 2007. ISBN 978-80-87071-08-3.

TICHÝ, M. *Ovládání rizika : analýza a management*. V Praze: C.H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-415-5.

---

**Předběžný termín obhajoby**

2015/16 LS – PEF

**Vedoucí práce**

Ing. Miroslava Navrátilová

**Garantující pracoviště**

Katedra obchodu a financí

---

Elektronicky schváleno dne 23. 10. 2015

**Ing. Helena Čermáková, Ph.D.**

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2015

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 21. 03. 2016

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "*Pojištění cestovních kanceláří proti úpadku*" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 23.3.2016

\_\_\_\_\_

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Miroslavě Navrátilové za cenné rady, připomínky, podporu a odborné vedení při psaní diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům za podporu během celé doby mého studia.

# Pojištění cestovních kanceláří proti úpadku

## Souhrn

Diplomová práce na téma „*Pojištění cestovních kanceláří proti úpadku*“ se zabývá pojištěním záruky na trhu cestovních kanceláří, kde tyto subjekty mají povinnost být pojištěny ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Práce je zaměřena na cestovní kanceláře, které plní tuto povinnost danou státem a na pojišťovny poskytující pojištění záruky.

Diplomová práce je rozdělena na dvě části - teoretickou a praktickou část. V teoretické části práce je definován cestovní ruch a subjekty, které se na trhu cestovního ruchu nacházejí. Formulován je zde i pojem pojištění především v souvislosti s cestovním ruchem. V neposlední řadě je objasněno pojištění záruky proti úpadku cestovních kanceláří a s tím související modely pro predikci finanční tísně.

Základem praktické části je zpracování analýzy pojištění cestovních kanceláří a vypracování souboru doporučení pro jednotlivé subjekty. První část se věnuje dotazníkovému šetření, které je zaměřeno na cestovní kanceláře a jejich vztah k povinnému pojištění záruky proti úpadku. Rozsáhlá kapitola je zaměřena na části finanční analýzy již zkrachovalých cestovních kanceláří se záměrem využití bankrotních a bonitních modelů jako nástroje predikce finanční tísně společností. Poslední část vlastní práce se věnuje řízenému rozhovoru s pracovníkem pojišťovny, která poskytuje pojištění záruky. V závěru práce byl komparací výsledků vypracován soubor doporučení vhodný pro subjekty, které spojuje pojištění cestovních kanceláří proti úpadku.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, cestovní kancelář, cestovní agentura, pojištění, úpadek cestovní kanceláře, zájezd.

# Insurance against insolvency tour operators

## Summary

The diploma thesis on “Insurance against insolvency tour operators” is engaged in the insurance of guarantee in the tour operators market. Those organizations are obliged to be insured according to the Civil Code Law n.159/1999 Sb, o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. The thesis is focused on the tour operators that follow this obligation required by government and insurance companies provide the insurance of insolvency.

The thesis is divided into two parts - theoretical and practical. In the theoretical part is definition of tourism and organizations which operate in tourism market. There is the definition of insurance expected especially related to tourism. The end of theoretical part explained insurance against insolvency tour operators and related models for predicting financial distress.

The practical part is focused on analysis of tour operators insurance and creating recommendations for individual organizations. The first part is targeted to build questionnaire, which focuses on evaluation of tour operator’s relation to obligatory insurance against insolvency. Another part is focused on financial analysis of the already bankrupt tour operator with the intention to use bankruptcy and credibility models as a tool for prediction of companies’ financial distress. The last part of the thesis contains controlled interview with an insurance company employee that provides insolvency insurance. At the end of the thesis is the comparison of results prepared recommendations for organizations that combines insurance against insolvency of tour operators.

**Keywords:** tourism, tour operator, travel agency, insurance, bankruptcy of tour operator, tour.

## Obsah

1	Úvod.....	11
2	Cíl a metodika práce .....	13
2.1	Cíl práce .....	13
2.2	Metodika práce.....	13
3	Teoretická východiska .....	18
3.1	Cestovní ruch .....	18
3.2	Cestovní agentura.....	18
3.3	Cestovní kancelář .....	19
3.3.1	Historický vývoj cestovních kanceláří v ČR .....	20
3.3.2	Klasifikace cestovních kanceláří .....	24
3.4	Pojištění v cestovním ruchu .....	26
3.4.1	Definice pojištění a jeho členění.....	26
3.5	Pojistný trh .....	28
3.5.1	Pojistná smlouva .....	28
3.5.2	Pojistné.....	29
3.5.3	Pojistné plnění.....	29
3.5.4	Formy pojištění .....	30
3.6	Pojištění záruky proti úpadku CK.....	31
3.6.1	Výpočet výše pojistného pro cestovní kanceláře .....	33
3.6.2	Cestovní kanceláře bez pojištění záruky proti úpadku .....	33
3.7	Predikce a diagnóza finanční tísně.....	35
3.7.1	Bankrotní modely .....	36
3.7.2	Bonitní modely .....	38
4	Praktická část.....	42
4.1	Vznik poolu pojišťoven.....	42



4.2	Pojišťovny oprávněné poskytovat pojištění záruky proti úpadku CK .....	43
4.3	Dotazníkové šetření cestovních kanceláří .....	48
4.3.1	Příprava dotazníkového šetření .....	48
4.3.2	Výsledky dotazníkového šetření .....	50
4.4	Predikce finanční tísně .....	56
4.4.1	CK MARINE TOUR s.r.o .....	56
4.4.2	CK CONTI s.r.o.....	62
4.5	Řízený rozhovor se zaměstnancem pojišťovny.....	66
5	Soubor doporučení .....	68
6	Závěr .....	71
7	Seznam použitých zdrojů.....	73
8	Přílohy.....	82

## Seznam obrázků

Obrázek 1:	Vývoj příjmů a výdajů v mld. USD v letech 1997 - 2009 .....	22
Obrázek 2:	Počet udělených koncesí pro CK v letech 2000 - 2014 .....	23
Obrázek 3:	Porovnání CK podle objemu tržeb v roce 2012 .....	25
Obrázek 4:	Formy pojištění .....	30
Obrázek 5:	Vývoj počtu zkrachovalých CK v letech 2002 - 2015 .....	34
Obrázek 6:	Podíl pojišťoven na trhu v ČR.....	45
Obrázek 7:	U jaké pojišťovny máte sjednané pojištění záruky proti úpadku CK?.....	50
Obrázek 8:	Z jakého důvodu jste si vybrali danou pojišťovnu? .....	51
Obrázek 9:	Jste spokojeni se službami pojišťovny, u které máte sjednané pojištění záruky proti úpadku? .....	51
Obrázek 10:	Poskytuje pojišťovna, u které je vaše CK pojištěna výhody za věrnost?.....	52
Obrázek 11:	Využíváte připojištění nad rámec stanovené zákonem? .....	53
Obrázek 12:	Které z uvedených doplňkových pojištění využíváte?.....	54
Obrázek 13:	V jaké výši máte sjednanou pojistnou částku?.....	54

Obrázek 14: V jaké výši má Vaše CK roční zúčtovatelné pojistné? .....	55
Obrázek 15: Schéma průběhu Z''- Score CK MARINE TOUR s.r.o. ....	58
Obrázek 16: Schéma průběhu modelu IN05 CK MARINE TOUR s.r.o.....	60
Obrázek 17: Schéma průběhu modelu Kralicekova Quick testu CK MARINE TOUR.....	61
Obrázek 18: Schéma průběhu Altmanova Z''-Score CK CONTI.....	63
Obrázek 19: Schéma průběhu IN05 CK CONTI.....	64
Obrázek 20: Schéma průběhu Kralicekova Quick testu CK CONTI .....	65
Obrázek 23: Jaká je velikost Vaši cestovní kanceláře? .....	89
Obrázek 24: Jak dlouho působíte jako cestovní kancelář na trhu v ČR?.....	90

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Harmonogram činností .....	14
Tabulka 2: Model Kralicekův Quick test.....	16
Tabulka 3: Hodnocení Z''- Score .....	37
Tabulka 4: Hodnocení indexu IN05.....	38
Tabulka 5: Model Kralicekův Quick test.....	40
Tabulka 6: Hodnocení Kralicekova Quick testu.....	41
Tabulka 7: Výčet pojišťoven poskytující pojištění záruk proti úpadku CK .....	44
Tabulka 8: Bankrotní model Altmanovo Z''- Score CK MARINE TOUR s.r.o.....	58
Tabulka 9: Bankrotní model IN05 CK MARINE TOUR s.r.o. ....	59
Tabulka 10: Bonitní model Kralicekův Quick test CK MARINE TOUR s.r.o. ....	61
Tabulka 11: Bankrotní model Altmanovo Z''-Score CK CONTI.....	63
Tabulka 12: Bankrotní model IN05 CK CONTI .....	64
Tabulka 13: Bonitní model Kralicekův Quick test CK CONTI .....	65

# 1 Úvod

Cestovní ruch je spjat s civilizací již od jejího počátku, proto se cestování stalo součástí téměř každého z nás. Cestovní ruch poskytuje mnoho různých služeb od stravování, ubytování až po dopravní a průvodcovské služby. Cestovní ruch je bezpochyby velmi zajímavým odvětvím lidské činnosti, které se neustále rozvíjí. V České republice je cestovní ruch považován za velice rychle se rozvíjející odvětví ekonomiky. Zásadním členem v tomto odvětví jsou cestovní kanceláře, jejich činnost je specifická a je založena na uspokojení zákazníků formou tvorby zájezdů, tedy kombinace minimálně dvou služeb cestovního ruchu. Role cestovních kanceláří na trhu je nepostradatelná. Jedinečnost služeb je definována především platbou klientů uskutečněnou před čerpáním služeb cestovního ruchu. Z toho důvodu se klienti mohou dostat do problémů, jelikož hrozí, že cestovní kancelář ještě před uskutečněním zájezdu nebo v průběhu dovolené vyhlásí úpadek.

S rozvojem cestovního ruchu jsou kladeny čím dál tím vyšší požadavky na subjekty cestovního ruchu, především na pořadatele zájezdů, tj. cestovní kanceláře. Výdaje klientů na cestování se neustále zvyšují, preferují individuální sestavení nabídky cesty, zvyšují se i nároky na kvalitu služeb poskytovaných cestovními kancelářemi. Všechny tyto aspekty jsou spojeny s vysokým rizikem, kde je cestovní kancelář považována za nejzranitelnější článek procesu. Nejedna cestovní kancelář se dostala během své činnosti do finančních problémů, které ve většině případů indikovaly úpadek. Každý krach cestovní kanceláře působí negativně na poptávku po zájezdech. Aby nedocházelo k negativním situacím s hrozbou zániku cestovní kanceláře, existují na trhu pojistné instrumenty, které dokážou poskytnout adekvátní pomoc, pokud se společnost ocitne v nouzi. V případě cestovních kanceláří se jedná o pojištění záruky proti úpadku.

Pojištění záruky proti úpadku je velmi diskutované téma, které není dostatečně probádané a podložené kvalitním množstvím materiálů. V současné době jej nabízí pět pojišťoven v České republice. Výsledkem pojistného nástroje je zajistit co možná nejmenší nepříjemnosti na straně zákazníků a zároveň se snaží zajistit co možná nejmenší dopad na straně cestovních kanceláří. Hojně diskutovaným problémem v pojištění záruky je určitě výše pojistného. Pokud je sjednána nízká pojistná částka, která je ve vzniku pojistné události nižší než pojistná hodnota, dochází k podpojištění cestovní kanceláře. Důsledkem je vyplácení klientům krácené uhrazené částky za zájezdy, čímž nedostanou

zpět pojistné v původní výši. Za výši pojistné částky je odpovědná cestovní kancelář, která ji zároveň určuje.

V roce 2015 schválil Parlament České republiky novelu zákona 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu, která měla zpřehlednit podnikatelské prostředí cestovního ruchu a zabránit podpojištění cestovních kanceláří. Tato novela je odbornou veřejností velmi diskutovanou problematikou jak ze strany cestovních kanceláří, pojišťoven, tak i příslušníků státní správy. V současné době se snaží všechny tři strany najít rozumné a uspokojivé řešení, kde by výsledné řešení splnilo primární cíl novely, ochranu spotřebitele při nákupu cestovních služeb.

## **2 Cíl a metodika práce**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem diplomové práce je na základě analýzy definovat pojištění záruky proti úpadku cestovní kanceláře v České republice. Nastítnit roli tohoto pojistného instrumentu v rámci cestovního ruchu a konkurenčního boje mezi pojišťovny.

K dosažení primárního cíle diplomové práce je potřeba splnit jednotlivé dílčí cíle:

- definování cestovního ruchu,
- vymezení subjektů cestovního ruchu,
- vymezení pojistného trhu,
- definování pojmu pojištění v souvislosti s cestovním ruchem,
- identifikace predikce finanční tísně subjektu,
- provedení analýzy pojištění cestovních kanceláří v České republice,
- aplikace části finanční analýzy na zkrachovalé subjekty cestovního ruchu,
- zpracování souboru doporučení, která by mohla vést k zlepšení současného stavu.

### **2.2 Metodika práce**

Pro teoretickou část práce byla jako hlavní zdroj použita dostupná odborná literatura zabývající se objasněním základních pojmů, typologie a služeb cestovního ruchu. Dále je pozornost věnována problematice pojištění a pojistných instrumentů. V souvislosti s daným tématem, jeho častými změnami a nedostatkem odborné tištěné literatury byly využity také internetové zdroje, které jsou pravidelně aktualizované, s jejich pomocí lze získat aktuálnější data. Zároveň byla pro práci využita odborná judikatura. Komparací a syntézou získaných dat byly získány informace, jež byly následně zpracovány do dílčích kapitol.

Syntéza představuje skládání určitých částí v jeden celek. Využívání této metody klade důraz na vzájemné souvislosti mezi jednotlivými složkami, čímž je možné zjistit vnitřní vazby či další možný vývoj daného jevu. (1)

Jednou z využitých změn ve vlastní práci je metoda pozorování, jedná se o nepřímou metodu sběru dat. Mezi hlavní výhody této metody je nepřímý kontakt se zkoumanými

subjekty. Podstatou je plánované, cílevědomé a záměrné sledování probíhajících skutečností, aniž by subjekt efektivně spolupracoval. Metodu pozorování je potřeba kombinovat s dalšími metodami sběru dat. (2)

Další použitou metodou pro výzkum byl sběr primárních dat pomocí dotazníkového šetření. Konkrétně bylo využito online dotazování zástupců cestovních kanceláří, tzv. CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*). Jde o metodu zjišťování primárních dat pomocí anket zaslaných do e-mailů nebo umístění dotazníku na webové stránky. Výhodou online dotazování je nižší časová náročnost a nemožnost ovlivňování respondenta. Další výhodou je adresnost, jelikož je dotazník zaslán do e-mailu konkrétní osobě, nebo webové stránky navštěvují osoby, které se o danou problematiku zajímají. Nevýhodou online dotazování je především důvěryhodnost odpovědí, množství respondentů nedůvěřuje moderním technologiím a mohou se obávat zneužití poskytnutí dat. (2)

Etapy přípravy a realizace dotazníkové šetření:

1. vytvoření projektu výzkumu,
2. definování jednotek, stanovení nutného rozsahu výběru a způsobu výběru,
3. vlastní zpracování dotazníku,
4. otevření dotazníku, provedení pilotního průzkumu,
5. vlastní shromáždění dat,
6. analýza získaného materiálu. (3)

Tabulka č. 1 představuje časový a věcný harmonogram činností spojených a dotazováním a uvedení časové náročnosti jednotlivých činností.

**Tabulka 1: Harmonogram činností**

Činnost/týdny	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Definice zadání									
Plán projektu									
Předvýzkum									
Sběr dat									
Zpracování dat									
Analýza dat									
Závěrečná prezentace									

Zdroj: vlastní zpracování dle (2)

V další části vlastní práce, zabývající se analýzou cestovních kanceláří, které vyhlásily úpadek, s pomocí komparace odborných článků z internetu a využití části finanční analýzy, konkrétně aplikace dvou vybraných bankrotních a jednoho bonitního modelu, bude zpracována analýza predikce finanční tísně.

Bankrotní modely jsou soustavy poměrových ukazatelů, které mají přiřazené určité váhy. Vybranými bankrotními modely jsou modifikované Z''- Score a index IN05.

### **E. I. Altman – Z''- Score**

Z''- Score bylo vytvořeno pro klasifikaci nevýrobních podniků působící na neamerických trzích, kdy tyto podmínky splňují cestovní kanceláře působící na českém trhu.

Model Z''- Score vytvořený E. I. Altmanem, má následující podobu

$$Z'' = 6,56 * \frac{PK}{A} + 3,26 * \frac{NZ}{A} + 6,27 * \frac{EBIT}{A} + 1,05 * \frac{VK}{Z}$$

kde PK je čistý pracovní kapitál,

A – aktiva celkem,

NZ – zadržovaný zisk (zadržovaný zisk = výsledek hospodaření minulých let + fondy ze zisku),

EBIT – zisk před zdaněním a úroky,

VK – vlastní kapitál,

Z – závazky celkem. (4)

### **IN index – IN05**

IN05 je bankrotní model vhodný pro společnosti pohybující se na českém trhu.

Model IN05 vytvořen manželý Neumaierovými je následující

$$IN05 = 0,13 * \frac{A}{CZ} + 0,04 * \frac{EBIT}{Ú} + 3,97 * \frac{EBIT}{A} + 0,21 * \frac{VÝN}{A} + 0,09 * \frac{OA}{(KZ + KBÚ)}$$

kde A jsou aktiva celkem,

CZ – cizí zdroje,

EBIT – výsledek hospodaření před zdaněním a úroky,

Ú – nákladové úroky,

VÝN – výnosy,

OA - oběžná aktiva,

KZ – krátkodobé závazky,

KBÚ – krátkodobé bankovní úvěry. (5)

Bonitní modely klasifikují podnik podle stupně finančního zdraví. Jednotlivým hodnotám poměrových ukazatelů jsou přiřazeny body a výsledkem je známka, která určuje důvěryhodnost podniku v budoucnosti. Vybraným bonitním modelem pro zkrachovalé cestovní kanceláře je Kralicekův Quicktest.

K celkovému hodnocení se vypočítá prostý aritmetický průměr z dosažených bodů.

$$\text{Hodnocení finanční situace podniku} = \frac{R1 + R2 + R3 + R4}{4}$$

Jednotlivé body k ukazatelům lze získat dle Tabulky č. 2

Tabulka 2: Model Kralicekův Quick test

Kralicekův Quicktest			
Ukazatel	Konstrukce ukazatele	Výhodnost	Počet bodů
R1	$\frac{\text{vlastní kapitál}}{\text{aktiva celkem}}$	0,3 a více	4
		0,2 - 0,3	3
		0,1 - 0,2	2
		0,0 - 0,1	1
		0,0 a méně	0
R2	$\frac{\text{dluhy} - \text{krát. finan. majetek}}{\text{provozní cash flow}}$	3 a méně	4
		3 - 5	3
		5 - 12	2
		12 - 30	1
		30 a více	0
R3	$\frac{\text{zisk před zdaněním a úroky}}{\text{aktiva celkem}}$	0,15 a více	4
		0,12 - 0,15	3
		0,08 - 0,12	2
		0,00 - 0,08	1
		0,00 a méně	0
R4	$\frac{\text{provozní cash flow}}{\text{výkony}}$	0,1 a více	4
		0,08 - 0,1	3
		0,05 - 0,08	2
		0,00 - 0,05	1
		0,00 a méně	0

Zdroj: vlastní zpracování dle (4)



Další použitou metodou pro výzkum byl strukturovaný (řízený) rozhovor. Rozhovor je užitečný prostředek pro sběr aktuálních informací. Standardizovaný rozhovor je definován na základě pevně stanovených otázek, které mají pevně stanovené pořadí.

Při přípravě rozhovoru je důležité dodržovat následující požadavky:

- nemá smysl klást otázky, které jsou samoúčelné,
- důležité otázky patří na začátek,
- otázky by měly být spíše kratší,
- otázky můžeme klást nepřímou formou,
- někdy je vhodné se ptát věcně a někdy na postoje,
- na odpověď není dobré spěchat,
- doporučuje se obměňovat formulaci otázek. (6)

Po přípravě otázek následuje stanovení délky rozhovoru a informovat dotazovaného o času, který je pro rozhovor potřeba a následné zahájení rozhovoru, které slouží k seznámení dotazovaného s cílem výzkumu a důvod, proč byl respondent vybrán. Smyslem je motivovat dotazovaného k ochotě spolupracovat, odpovídat pravdivě a věnovat svůj čas rozhovoru. Průběh rozhovoru by měl být srozumitelný, tazatel by neměl vyjadřovat svoje názory a ovlivňovat dotazovaného. Tazatel by měl brát zřetel na narůstání únavy a pokles pozornosti. Ukončení rozhovoru je důležité, pro důvěryhodnost dotazování a posílení pozitivního postoje respondenta k interview. Na závěr rozhovoru respondentovi bude poděkováno za jeho čas a poskytnuté informace. (2)

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch podle WTO znamená „dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, ne déle než 1 rok, zpravidla ve volném času za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi.“ (7)

Cestovní ruch je definován jako činnosti cestujících osob a pobyt v místech mimo místo svého obvyklého prostředí po dobu nejvýše jednoho roku, z důvodu podnikání, strávení volného času nebo za jiným účelem. Tato definice je orientována na poptávku po cestování. Definice cestovního ruchu mají tendenci upřednostňovat nabídku, nebo poptávku po cestovních službách na trhu. Definice nabídky popisuje produktovou nabídku pro turisty – to co turisté chtějí zažít. Zatímco na straně poptávky se zaměřují na chování turistů, co potřebují a hledají. Cestovní ruch není považován za samostatný sektor, ale za mnoho oborový ekonomický sektor. To je důvod, proč ekonomové tento sektor těžko kategorizují a pro zákonodárce je tak složité, aby ho koordinovaly. (8)

Během vývoje cestovního ruchu jako společensko-ekonomického jevu, došlo i ke změnám v přístupu definování a vymezení tohoto pojmu. První definice se snažily odlišit cestovní ruch od širšího pojmu cestování a postupem času byl kladen důraz i na postižení ekonomických či sociálních stránek tohoto jevu.

Mezi podstatné stránky cestovního ruchu patří tyto základní rysy:

- dočasnost změny místa stálého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj,
- nevýdělečný charakter cesty a pobytu (obvykle realizované ve volném čase),
- vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává. (9)

### 3.2 Cestovní agentura

Cestovní agentura je podnikatelský subjekt, který je na základě vázané živnosti oprávněn nabízet samostatné služby cestovního ruchu, jde především o služby, které nesplňují definici zájezdu. V případě cestovního balíčku neboli zájezdu cestovní agentura může fungovat pouze jako zprostředkovatel pro cestovní kancelář. Cestovní agentury se dále zaměřují na prodej zboží souvisejícím s cestovním ruchem (suvenýry, knihy, mapy apod.) a na prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu (parkování u letiště,

pronájem vozidla v destinaci, zajištění víz apod.). Informační služby cestovních agentur patří mezi ty nezastupitelné, je to dáno hlavně charakterem služeb, jsou nehmotné a poskytované zpravidla s časovým odstupem a na vzdáleném místě. (10)

V mezinárodním měřítku není pojem cestovní agentura jednoznačně upřesněn, z důvodu odlišné legislativní úpravy v jednotlivých zemích EU. V řadě zemí EU není rozdíl mezi cestovní agenturou a cestovní kanceláří. V České republice cestovní agentura spadá dle legislativy pod volné živnosti, k jejímu získání stačí minimální požadovaná kvalifikace. Pro provozování cestovní agentury není vyžadováno splnění tak přísných podmínek, jak tomu je u cestovní kanceláře. (11)

Jak již bylo zmíněno, jednou ze základních činností cestovní agentury je zprostředkování zájezdů pro cestovní kanceláře. Zprostředkování zájezdu klientovi je vždy jménem cestovní kanceláře. Vztah cestovní agentury a cestovní kanceláře je založen na základě oboustranně podepsané smlouvy o obchodním zastoupení. V souvislosti s podepsáním smlouvy je potřeba si uvědomit, že agentura reprezentuje cestovní kancelář a spoluvytváří její image, která nemusí být vždy pozitivní. Náklady, spojené s fungováním agentury, jsou kryty provizí získanou z prodeje zájezdů cestovních kanceláří. Provize bývá stanovena ve smlouvě o obchodním zastoupení v procentech. Dalším zdrojem výnosů jsou super provize, které jsou fakturovány cestovní agenturou jedenkrát za hospodářský rok, jejich výše je dána dosažením určité výše ročního obrátu, přičemž detailnější podmínky jsou uvedeny ve smlouvě. (12)

Hlavní výhodou nákupu dovolené u cestovní agentury je široká nabídka. Jednotlivé cestovní kanceláře mají omezenou nabídku zájezdů. Porovnávat nabídku více cestovních kanceláří může být dosti zdlouhavé a pro spoustu jedinců komplikované. Oproti tomu cestovní agentura nabízí na jednom místě nabídku až stovek cestovních kanceláří. Zároveň cena zájezdu musí být v cestovní agentuře vždy stejná jako cena cestovní kanceláře.

### **3.3 Cestovní kancelář**

Cestovní kancelář je základní podnikatelský subjekt cestovního ruchu, představují nezastupitelnou úlohu na trhu. Předmětem činnosti je nákup služeb cestovního ruchu

od poskytovatelů, vzájemně tyto služby kombinují a vytvářejí jejich balíčky, tzv. package za souhrnnou cenu.

Dále se cestovní kanceláře zabývají:

- nákupem dopravních služeb,
- nákupem ubytovacích služeb,
- nákupem dalších služeb cestovního ruchu,
- nabídkou a prodejem služeb, jejich balíčků a kombinací,
- monitorováním realizace těchto služeb,
- informační a propagační činností. (10)

### **3.3.1 Historický vývoj cestovních kanceláří v ČR**

Vývoj subjektů cestovního ruchu v České republice začal téměř o 80 let později oproti zbytku světa. Datuje se do roku 1920, kdy byla smlouvou mezi bankou Bohemia a Zemským cizineckým svazem založena první Československá cestovní a dopravní kancelář, co by konkurence zahraničního Wagon-Lits a Cook. Hlavním produktem cestovní kanceláře byl prodej železničních lístků do uhelných dolů a prodej lodních lístků vystěhovalcům do Ameriky. Od roku 1922 se společnost zaměřila na zapojení sítě autokarů a moderních leteckých spojů, cestovní kancelář začala jako jedna z prvních v Evropě organizovat zájezdy a vydávat cestovní šeky. V roce 1926 začala společnost využívat zkrácený název Čedok.

Během druhé světové války se Čedok stal členem německé cestovní skupiny Mehr a věnoval se pořádání jednodenních výletů a tuzemským rekreacím určené pro dělníky. Po druhé světové válce pořádal pouze tuzemské rekreace ROH (Revoluční odborové hnutí). V roce 1954 byla obnovena zájezdová činnost Čedoku, který pořádal zájezdy do Bulharska, Rumunska, NDR, Maďarska a Sovětského svazu. Po roce 1968 byl cestovní ruch utlumen a věnoval se tuzemským rekreacím a výjezdům do tzv. spřátelených zemí. Výjezd do západního bloku byl omezen za účelem co největší měrou zabránit emigraci. (13)

Po roce 1989 se situace na trhu cestovního ruchu markantně změnila, kdy se zbořil monopol cestovní kanceláře a spousta zaměstnanců a průvodců využívala své znalosti a kontakty k vytvoření vlastního subjektu cestovního ruchu. Jednalo se o zcela liberální postup, v této době legislativa neupravovala rozdíl mezi cestovní agenturou a cestovní

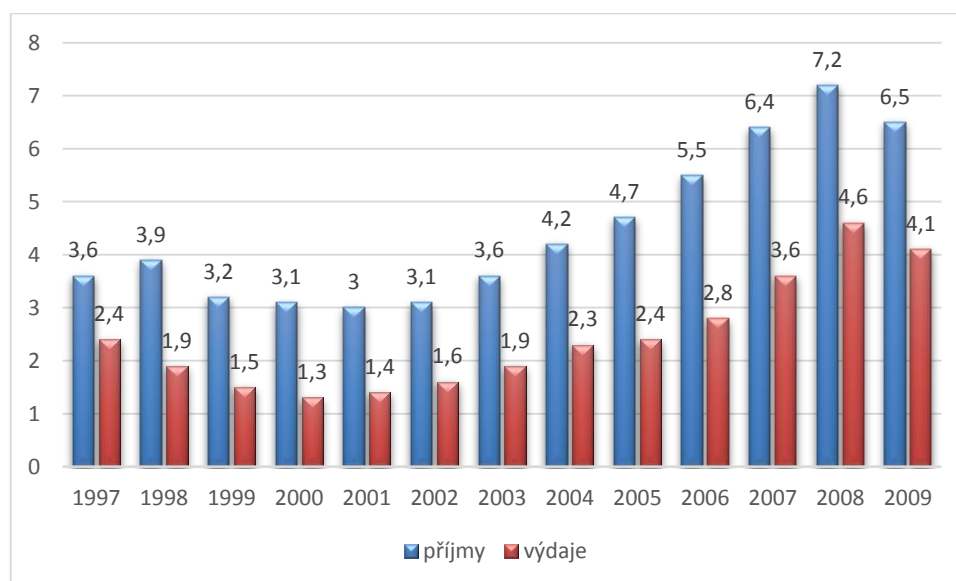
kanceláři. Po roce 1990 se počet cestovních kanceláří na území České republiky zdesetinásobil, počet registrovaných živností přesáhl číslo 10 000 subjektů, zájem o vycestování do zahraničí za tzv. „železnou oponu“ byl vysoký, což napomáhalo rozvoji cestovních kanceláří. V roce 1996 nabídka zájezdů převyšovala o 30 % nad poptávkou. Mezidobí let 1994 a 1996 je považováno za nejúspěšnější období cestovního ruchu a transformace. Prosperita státu jako celku vyzývala obyvatele k cestování a využívání organizovaných cest a balíčků. To vzápětí vyvolalo krach způsobený tvrdou konkurencí, nedostatečnou kvalifikací pracovníků v cestovním ruchu, nespolehlivostí leteckých společností, nepřítomnost legislativního rámce a nestabilitou kurzu české koruny. (14)

V roce 1997 se dostala do finančního úpadku jedna z největších cestovních kanceláří Travela, která zanechala v zahraničí více než 2000 lidí. Následně i v důsledku dominového efektu, zkrachovaly další cestovní kanceláře. Ve společnosti vznikla poptávka po regulaci cestovního ruchu, bylo to dáno i v důsledku trendu, že absolutní hodnota zájezdů klesala, ale počet cestovních kanceláří výrazně stoupal. V důsledku společenského tlaku byl uveden zákon 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, účinný od roku 2000. Zároveň byl upraven pojem cestovní smlouva v občanském zákoníku a přijata novela Živnostenského zákona. Zákon stanovil transformační lhůtu šest měsíců, do které všechny subjekty musely splnit podmínky zákona, v případě nesplnění živnostenské oprávnění zaniklo. Primárním cílem zákona byla ochrana zákazníka, prostřednictvím povinnosti cestovní kanceláře pojistit se proti úpadku u pojišťovny, která má povolení od České národní banky uzavírat pojistné kontrakty na pojištění záruky proti úpadku. Dalším cílem uvedení zákona v platnost bylo rozlišení cestovní kanceláře od cestovní agentury. Cestovní agentura se stala volnou živností, jak je známa dnes, až v roce 2008. Po skončení transformační lhůty v dubnu 2001 živnostenský úřad odebral koncesi více než tisíce subjektů. Na trhu v se té době pohybovalo pouze 904 cestovních kanceláří z původních 1247. Propad počtu cestovních kanceláří v ČR je znázorněn na obrázku č. 2. Přesto však tento zákon nebyl tak účinný jak se přepokládalo a Česká republika má nejhustší síť subjektů cestovního ruchu v Evropě. Od roku 2002 počet subjektů cestovního ruchu v České republice neustále roste. (15)

Od roku 2000 se cestovní ruch nadále mění a vyvíjí. Pomalu se stabilizuje spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu. Prudce se mění distribuční cesty v důsledku dostupnosti

internetu a internet se v této době stává klíčovým bodem úspěchu cestovních kanceláří. V současnosti také vznikají statistiky a evidence o cestovním ruchu, kdy se jim do této doby z oblasti cestovního ruchu nikdo nevěnoval. Vývoj cestovního ruchu v ČR lze vyjádřit pomocí grafu na obrázku č. 1, který zobrazuje příjmy a výdaje cestovního ruchu v miliardách amerických dolarů. Vývoj amerického dolaru vůči české koruně byl v historii nestabilní. V roce 2002 byl kurz USD/CZK až ve výši 36 Kč a na počátku roku 2008 klesl USD na 14 Kč, tím pádem po propočtu těchto údajů do CZK by graf vypadal zcela jinak. (16)

**Obrázek 1: Vývoj příjmů a výdajů v mld. USD v letech 1997 - 2009**



**Zdroj: vlastní zpracování dle (16)**

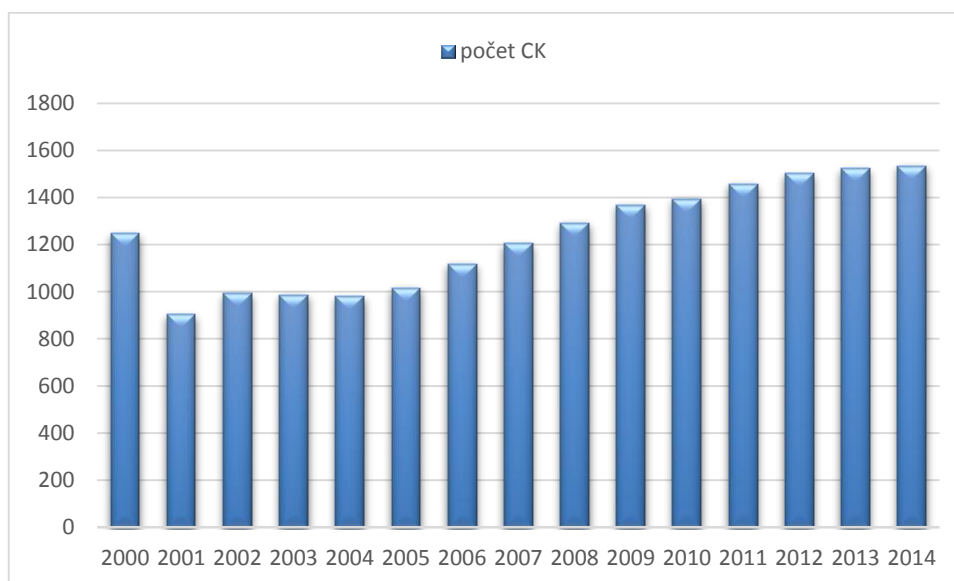
V roce 2005 zrušil Český statistický úřad pravidelné roční šetření cestovních kanceláří, především z kapacitních a finančních důvodů, čímž není tato oblast cestovního ruchu statisticky sledována. Z důvodu nestabilní metodiky v daném odvětví není možné efektivně zobrazit počet a vývoj cestovních kanceláří v ČR. Do roku 2005 se této oblasti věnoval Český statistický úřad a od roku 2002 odvětví cestovních kanceláří převzalo Ministerstvo pro místní rozvoj však s využitím jiného metodického postupu. V současné době neexistuje spolehlivý statistický registr subjektů cestovního ruchu. (17)

V roce 2006 přijal Parlament ČR novelu zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Novela upravuje hlavně podmínky podnikání cestovních agentur, které mají povinnost informovat klienta, o tom která cestovní

kancelář pořádá konkrétní zájezd. Novela dále upravuje prodej zájezdů zahraničních cestovních kanceláří českými cestovními agenturami.

Na obrázku 2 graf znázorňuje počet udělených koncesí pro cestovní kanceláře v České republice v letech 2000 – 2014. Je patrné zpomalující tempo růstu počtu udělených koncesí pro cestovní kanceláře. V první dekádě 21. století se projevila nejvíce celosvětová hospodářská krize, která měla rozhodně vliv i na trh cestovního ruchu. V roce 2009, kdy vrcholila hospodářská krize, byl nárůst udělených koncesí pouze 2%. Zatímco v letech 2005 – 2012 docházelo k razantnímu meziročnímu růstu v průměru o 64 živností za rok. Od roku 2013 se tento trend velmi zpomalil. Hlavní příčinou pomalejšího růstu počtu cestovních kanceláří na českém trhu je silná konkurence a pádné obavy z úpadku. Jelikož v posledních letech i větší cestovní kanceláře byly nuceny vyhlásit úpadek a zkrachovat. (16)

**Obrázek 2: Počet udělených koncesí pro CK v letech 2000 - 2014**



**Zdroj: vlastní zpracování dle (18)**

V současné době jsou cestovní kanceláře provozované dle zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů, jako živnost koncesovaná. Cestovní kancelář musí splnit podmínky pro získání koncese a rovněž je nutné určité podmínky dodržovat během jejího provozování. Žádost o koncesi prověří živnostenský úřad ve lhůtě 60 dní. O získání koncese rozhoduje v České republice

Ministerstvo pro místní rozvoj. Žadatel ve své žádosti musí doložit splnění odborné kvalifikace. Žadatel dále musí mít dokončené vysokoškolské vzdělání a jeden rok praxe v oboru, nebo vyšší odborné vzdělání a tři roky praxe v oboru, nebo úplné středoškolské vzdělání nebo střední odborné vzdělání a současně šest let praxe v oboru, nebo doklady podle §19 odst. 1 písm. B) zákona č. 18/2004 Sb., o uznávání odborné kvalifikace a jiné způsobilosti státních příslušníků členských států EU. (19) (14)

Žadatel o koncesi musí zároveň předložit:

- originál smlouvy s pojišťovnou o zákonném pojištění proti úpadku,
- podnikatelský záměr, včetně konkrétních údajů o své činnosti,
- prohlášení o předpokládaném datu zahájení činnosti,
- prohlášení, že subjektu v posledních pěti letech nebylo zrušeno živnostenské oprávnění k provozování cestovní kanceláře / agentury z důvodů porušení povinností uložených živnostenským zákonem nebo z důvodu jejího úpadku. (20)

### **3.3.2 Klasifikace cestovních kanceláří**

Charakteristické vlastnosti cestovních kanceláří lze využít jako základní kritéria pro jejich klasifikaci. Zejména jde o členění dle předmětu činnosti, podle rozsahu a charakteru činnosti, územní působnosti, doby provozu apod. (21)

Z hlediska předmětu činnosti podnikatelského subjektu a jeho postavení v distribučním procesu se cestovní kancelář považuje za organizátora cest, tzv. touroperátor. Oproti tomu cestovní agentura je pouze zprostředkovatel prodeje zájezdu. (22)

Z hlediska rozsahu, charakteru a struktury činnosti podnikatelského subjektu se cestovní kanceláře rozdělují na základní a specializované cestovní kanceláře. Základní cestovní kanceláře jsou poskytovatelem služeb v plném rozsahu (zahraniční i tuzemské zájezdy). Předpokladem fungování je potřebné materiální vybavení a dostačující pracovní aparát, jedná se o velké cestovní kanceláře, které zaměstnávají více jak padesát zaměstnanců. Specializované cestovní kanceláře se už dle názvu specializují na určitý druh cestovních služeb, případně na určitý druh klientů. Takové cestovní kanceláře umožňují dosáhnout vyšší kvality poskytovaných služeb. (14)



Z hlediska územní působnosti se cestovní kanceláře dělí na příjezdové (incomingové) a na výjezdové (outgoingové) cestovní kanceláře.

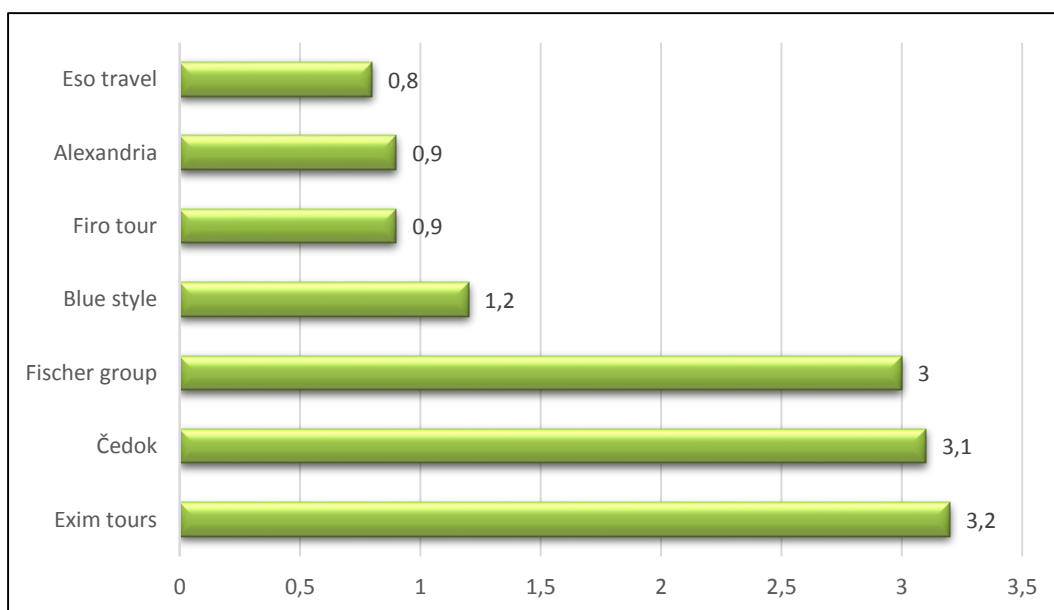
Z hlediska provozní doby podnikatelského subjektu jsou cestovní kanceláře s celoročním provozem nebo cestovní kanceláře se sezónním provozem. (23)

Z hlediska systému prodeje zájezdu a pobytů se cestovní kanceláře dělí na klasické kamenné a na v poslední době velmi populární virtuální cestovní kanceláře.

Z hlediska velikosti podnikatelského subjektu jsou cestovní kanceláře členěné na malé, střední a velké. Kritériem pro rozdělení může být počet zaměstnanců, čistý zisk, objem tržeb, obrat společnosti nebo počet klientů. V České republice byl objem tržeb zvolen jako nejvhodnější kritérium pro porovnání cestovních kanceláří na trhu. Nejméně vhodným kritériem je počet klientů. Vybrané cestovní kanceláře v minulosti přiznaly, že tato čísla zkreslují z důvodu klamavé reklamy před klienty, vzhledem k předpokladu, že si velké množství klientů vybírá dovolenou hlavně u velkých cestovních kanceláří. (24)

Společnost MAG CONSULTING na základě dlouhodobého šetření sestavila žebříček největších cestovních kanceláří (Obrázek 3). Kritérium pro vytvoření seznamu byl objem tržeb za rok 2012.

**Obrázek 3: Porovnání CK podle objemu tržeb v roce 2012**



**Zdroj: vlastní zpracování dle (25)**

### 3.4 Pojištění v cestovním ruchu

Pojištění slouží jako finanční ochrana, pro podnikatelské subjekty, proti nepředvídatelným situacím. Jedná se o vzájemný vztah mezi pojišťovnou a podnikatelským subjektem, pojišťovna v tomto případě přebírá závazek a pojištěnému uhradí újmu, která mu vznikla. Pojištění se zároveň označuje jako efektivní způsob tvorby a přerozdělování finančních rezerv k úhradě potřeb vzniklých z nepředvídatelných událostí. Peněžní rezervní fond je pojistný fond, který se tvoří na základě následujících skutečností:

- všechny zúčastněné subjekty se podílí na jeho tvorbě,
- velikost příspěvků od jednotlivých subjektů se odvíjí od velikosti rizika,
- velikost příspěvků od jednotlivých subjektů není podstatné, důležitá je výše celkově vytvořené rezervy, která musí být dostatečná k pokrytí škody z nahodilé události. (26)

Pojištění má nezastupitelnou roli v udržení ekonomické stability podniků a životní úrovně obyvatelstva v případně neočekávatelné situace. V oblasti cestovního ruchu se vyskytují různé podoby pojištění, mezi nejčastější patří pojištění cestovní, kdy klienti subjektů cestovního ruchu jsou pojištěni na dobu určitou, během své dovolené, proti zdravotním výlohám. Cestovní kanceláře jsou dle zákona 159/1999 Sb. povinni být pojištěné proti úpadku.

#### 3.4.1 Definice pojištění a jeho členění

Pojištění je definováno jako „*nástroj finanční eliminace negativních důsledků nahodilosti*“. Pojištění nedokáže ovlivňovat vznik nahodilých událostí nebo vznik škod. Pojištění však finančně omezuje dopad nepředvídatelných událostí, finančně nahrazuje ztráty vzniklé při uskutečnění čistých rizik. (27)

Mezi účastníky pojistného vztahu patří:

- Pojistitel je právnická osoba, která má oprávnění provozovat pojištění, pojišťovnou, která získala povolení k provozování pojištění.
- Pojistník představuje osobu, která uzavřela pojistnou smlouvu s pojišťovnou a na základě této smlouvy se zavázala plnit pojistné za ochranu před nenadálou skutečností.

- Pojištěný je osobou, na jejíž zdraví, život, majetek, odpovědnost nebo jinou hodnotu zájmu se pojištění vztahuje.
- Obmyšlený je osobou, které bylo ve prospěch vyplaceno pojistné plnění v případě úmrtí pojištěného, platí pouze u pojištění, kde je kryto riziko smrti. (28)

Z právního hlediska se pojištění člení:

- dobrovolné pojištění, kdy je pojistná smlouva sjednána mezi pojišťovnou a zájemcem o pojištění, na základě jeho vlastního dobrovolného rozhodnutí, příkladem v cestovním ruchu je pojištění cestovní,
- povinné pojištění
  - povinné smluvní pojištění, kdy je právním předpisem určena povinnost sjednání pojistné smlouvy, platí pro zákonem určené subjekty, příkladem z oblasti cestovního ruchu je pojištění cestovních kanceláří proti úpadku,
  - zákonné pojištění, vyplývá ze zákona pro určité subjekty, ale nesjednává se pojistná smlouva mezi subjekty, zákonné pojištění nemá v oblasti cestovního ruchu zastoupení. (27)

Podle způsobu financování se pojištění dělí:

- sociální pojištění je zákonem dané a vymezuje povinnost účastníka se pojistit, kryje rizika, která mají sociální charakter a z nich vyplývající potřeby, příkladem jsou potřeby související s dlouhodobou pracovní neschopností, nebo potřeby zdravotní péče, v oblasti cestovního ruchu není sociální pojištění zastoupeno,
- komerční pojištění, charakteristickým rysem je pojistný zájem, jde o pojištění soukromé, kryje rizika pomocí zásady ekvivalence, tzn. velikost příspěvku je odvozena od výše rizika. (26)

Z hlediska předmětu lze pojištění dělit:

- pojištění majetku,
- pojištění osob,
- pojištění odpovědnosti za škodu. (29)

### 3.5 Pojistný trh

*„Pojistný trh představuje určité společenské prostředí a území, na kterém působí nabídka a poptávka po produktech pojištění a zajištění.“* Pojistný trh funguje na principu shromažďování a rozdělování finančních prostředků, kterému se v pojišťovnictví říká rezervy. U rezerv nelze předem určit, zda budou využity na akumulaci nebo na spotřebu. Čerpání rezerv je při splnění příslušných podmínek vyplývajících ze zákona, z vyhlášky, pojistné smlouvy nebo pojistných podmínek. Na straně nabídky vystupují pojistitelé, zajišťitelé a zprostředkovatelé. Pojistný trh je regulovaný, avšak aktivně působí na rozsah, kvalitu a cenu jejich služeb. Stranu poptávky představuje skupina fyzických osob, právnických osob a sdružení. Subjekty si často nejsou vědomy své poptávky po produktech pojištění, to hlavně z důvodu nejasné představy o existujícím riziku. (30)

Podoba pojistného trhu je ovlivňována obecnými faktory. Mezi zásadní faktory patří obecné ekonomické podmínky (objem a vývoj HDP), situace finančního trhu, legislativní podmínky, rozsah rizik krytých státem a situace na světovém pojistném trhu.

#### 3.5.1 Pojistná smlouva

*„Pojistná smlouva představuje právní dokumenty, který završuje dvoustranný právní akt, na jehož základě vzniká smluvní pojištění fyzických a právnických osob.“* (27)

Pojistná smlouva je dokument, který konkretizuje podmínky, podle kterých se pojistník a pojišťovna řídí a vzájemně se dohodli na realizaci pojištění. Pro smluvní pojištění platí, že v pojistné smlouvě lze dohodnout a zavázat se k odlišnostem od všeobecných podmínek komerční pojišťovny. U zákonného pojištění se pojistná smlouva neuzavírá.

Pojistné podmínky se dělí na všeobecné a tzv. zvláštní pojistné podmínky. Upravují konkrétní podmínky pojištění, spoluúčasti, pojistného plnění, výplaty pojistného apod. Mezi všeobecné pojistné podmínky patří:

- předmět pojištění,
- pojistná rizika,
- povinnosti pojišťovny, kdy vzniká a zaniká povinnosti poskytnout pojistné plnění,
- rozsah a splatnost pojistného plnění,

- pojistníkům stanovují povinnost platit pojistné,
- pojistitelům stanovují povinnosti platit plnění,
- stanovují podmínky vzniku a zániku pojistné smlouvy,
- stanovují pojistnou dobu a dobu platnosti pojištění. (31)

### 3.5.2 Pojistné

„Pojistné je cena za poskytovanou pojistnou ochranu, úplata za přenesení negativních finančních důsledků nahodilosti z jednotlivých subjektů na pojistitele“. Pokud pojistné nebude uhrazeno, pojistitelem ve stanovené době pojištění zaniká a pojišťovna může nárokovat dlužnou částku. Velikosti pojistného by měly odpovídat velikosti rizika a výši nákladů pojistitele spojených s provozem pojištění. Intenzita pojistného by měla odpovídat těmto požadavkům:

- krytí budoucích nákladů na pojistné plnění,
- umožnění vytvoření příslušné pojistné rezervy,
- umožnění pokrytí provozních a správních nákladů pojišťovny s provozem daného produktu,
- vytvoření přiměřenou velikost zisku pojišťovny v rámci daného produktu,
- reagovat na obecné ekonomické podmínky,
- reagovat na situaci na pojistném trhu. (32)

### 3.5.3 Pojistné plnění

Pojistným plněním se pojišťovna zavazuje ve smlouvě, v případě nahodilé události k finanční náhradě škody. Nahodilá událost je skutečnost, kterou dokážeme v běžném životě předvídat, ale nedokážeme určit moment, kdy přijde. (22)

Pojistné plnění ve finanční podobě je představováno:

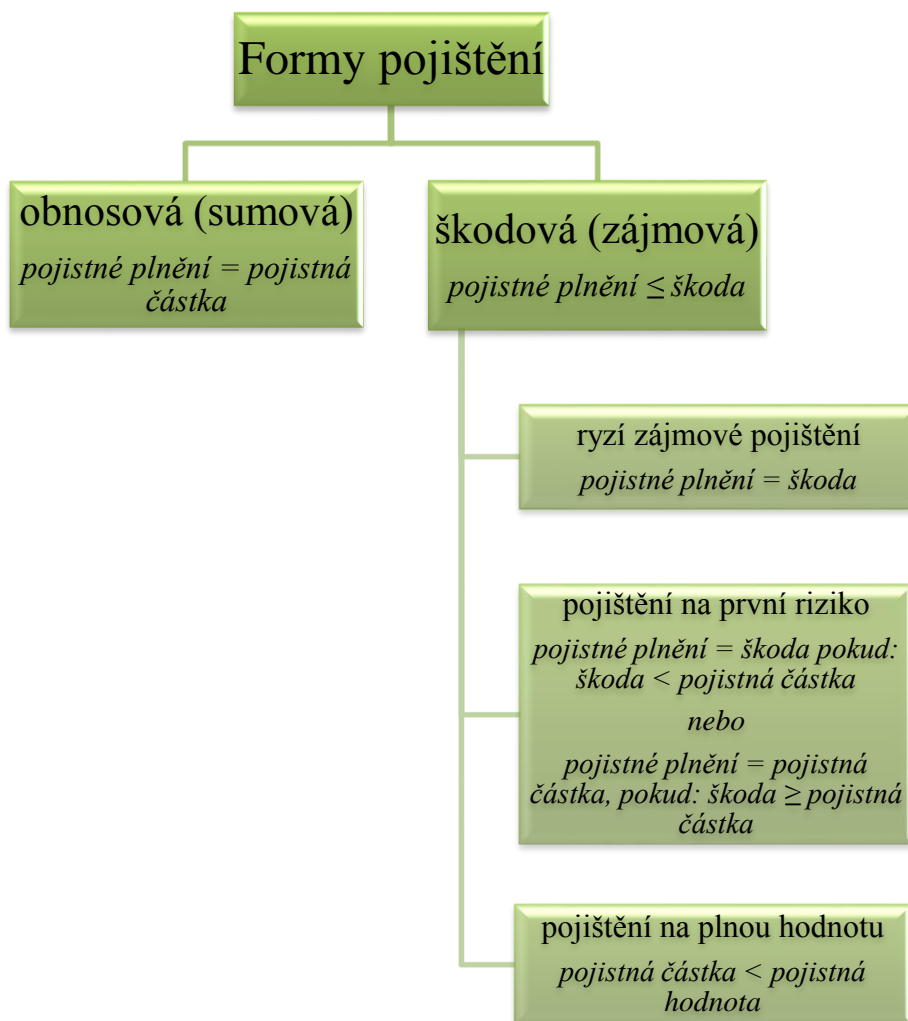
- náhradou škody, které kryjí konkrétní abstraktní potřeby, hlavně tedy u pojištění majetku a pojištění odpovědnosti,
- výplatou pojistného plnění, které kryjí abstraktní potřeby, tedy úrazové, životní, důchodové pojištění.

### 3.5.4 Formy pojištění

Formy pojištění jsou důležitým stavebním prvkem u jednotlivých druhů pojištění, představují závislost pojistného plnění (odškodnění) na výši škody. Závislost pojistného plnění je předem dána v pojistné smlouvě, konkrétně v pojistných podmínkách. Pojistná částka je pojem, který vyjadřuje závislost mezi pojistným plněním a škodou, určuje horní hranici pojistného plnění.

Na obrázku č. 4 je vyobrazeno schéma forem pojištění.

Obrázek 4: Formy pojištění



Zdroj: vlastní zpracování dle (27)

Pojištění obnosové má stanovenou pojistnou částku, která se rovná absolutní výši pojistného plnění. Při výskytu nenadálé události se vyplácí určité procento z pojistné částky nebo pojistné plnění ve výši pojistné částky, skutečná výše potřeby se nezjišťuje.

Obnosové pojištění se využívá u pojištění osob, pojištění smrti, invalidity, pojištění pracovní neschopnosti. V cestovním ruchu představuje obnosové pojištění hlavně cestovní pojištění léčebných výloh.

Škodová pojištění zjišťují a nahrazují konkrétní sumu vzniklé škody, ve vztahu se škodovým pojištěním se mluví o krytí konkrétních potřeb. Pojištění nemůže vést k obohacení, pojišťovna nevyplatí pojištěnému plnění vyšší než je vzniklá škoda. Škodová pojištění jsou charakteristická pro pojištění majetku nebo pojištění odpovědnosti. V oblasti cestovního ruchu mezi škodové pojištění patří pojištění záruky proti úpadku CK. (32)

### **3.6 Pojištění záruky proti úpadku CK**

Povinné pojištění záruky proti úpadku cestovní kanceláře je řazeno do kategorie smluvních pojištění, které je regulováno státem a řídí se zákonem 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Dle §6 tohoto zákona je cestovní kancelář povinna sjednat pojištění záruky pro případ úpadku (cestovní agentury tuto povinnost nemají), na jehož základě vzniká zákazníkovi nárok a právo na plnění, v případech, kdy cestovní kancelář v době úpadku svému klientovi

- a) neposkytne dopravu z místa pobytu v zahraničí zpět do České republiky, je-li tato doprava součástí zakoupeného zájezdu,
- b) nevrátí zaplacenou zálohu nebo celkovou cenu zájezdu v případě, že se zájezd neuskutečnil,
- c) nevrátí zákazníkovi rozdíl mezi zaplacenou cenou zájezdu a cenou částečně poskytnutého zájezdu, pokud se zájezd uskutečnil pouze v poměrné části.

V případě, že zákazníkovi nebyla poskytnuta cestovní kanceláří doprava z místa pobytu v zahraničí do České republiky, poskytne pojišťovna plnění prostřednictvím zabezpečení náhradní dopravy zpět, současně s poskytnutím potřebného stravování či ubytování do doby odjezdu. Pokud si klient zařídí přepravu zpět do České republiky na vlastní náklady, pojišťovna mu uhradí pouze výši plnění, které by vynaložila ona sama. Pojistné plnění poskytne pojišťovna ihned po prověření pravdivosti nahlášené pojistné události, pojišťovna je povinna ověřit pravdivost pojistné události v maximální době 12 hodin.

Cestovní kancelář je povinna předat klientovi doklad od pojišťovny současně se smlouvou o zájezdu. V těchto dokladech musí být uvedeny informace o uzavřeném pojištění, označení pojišťovny, podmínky pojištění a způsob oznámení pojistné události. (33)

Klient je povinen v případě vzniku pojistné události odevzdat na pobočce pojišťovny následující doklady:

- řádně vyplněný formulář o pojistné události, zveřejnění na webových stránkách pojišťovny nebo pořádající cestovní kanceláře
- smlouvu o zájezdu
- originální nebo ověřené doklady o uhrazených platbách na bankovní účet cestovní kanceláře, nebo příjmové doklady v případě platby hotově
- originální nebo ověřené doklady za náklady, které jsou spojené s vzniklou pojistnou událostí

Pojišťovny nevytváří pojištění záruky proti úpadku katalogovou ani jinou nabídku. Cestovní kanceláře získají nabídku a konkrétní kalkulaci na pojištění proti úpadku na vyžádání. K vytvoření specifické nabídky slouží rozsáhlý dotazník, který musí cestovní kancelář vyplnit, ukázkový dotazník od společnosti Generali, a.s, je součástí příloh (Příloha 1). Pojištění záruk proti úpadku CK lze sjednat pouze u pojišťovny, která je podle zvláštního předpisu oprávněna uzavírat tento druh smluvního pojištění. Pojišťovna je povinna předložit na vyžádání pojistné podmínky České národní bance ke kontrole, při kontrole pojistných podmínek Česká národní banka spolupracuje s ministerstvem. Cestovní kancelář je povinna sjednat v pojistné smlouvě pojištění na pojistnou částku minimálně 30 % ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů, nebo pokud mají být tržby nižší než v předchozím roce, pojistná částka musí být ve výši minimálně 30 % těchto tržeb v roce předchozím. Spoluúčast cestovní kanceláře určuje zákonem daná minimální hranice 2 % plánovaných ročních tržeb z prodeje zájezdů. V rámci spoluúčasti ukládá cestovní kancelář částku na separátně vedený účet u pojišťovny. Cestovní kanceláře mají eminentní zájem platit vyšší spoluúčast, jelikož je tato částka po ukončení smlouvy, pokud nedojde k pojistné události, vrácena i s úroky v její prospěch. Pojistné však zůstává pojišťovně. Pojištění cestovní kanceláře se zpravidla uzavírá na dobu neurčitou, ale obě strany mají možnost tuto smlouvu vypovědět s určitou výpovědní lhůtou, která je stanovena



ve všeobecných podmínkách pojistné smlouvy. Zánik pojištění je povinná cestovní kancelář i pojišťovna nahlásit na Ministerstvo pro místní rozvoj, které však neuveřejňuje cestovní kanceláře nemající pojištění záruky proti úpadku. V pravomoci ministerstva je pouze podat podnět na živnostenský úřad k odebrání koncesované živnosti. (33) (34)

### **3.6.1 Výpočet výše pojistného pro cestovní kanceláře**

Výši pojistného pojišťovny stanoví z 30 % plánovaných tržeb, které jim cestovní kancelář nahlásí. Pojišťovny však nemají žádný kontrolní instrument, kterým by si mohli tuto informaci ověřit. Ovšem mohou porovnat výši nahlášených plánovaných tržeb s tržbami z minulých let.

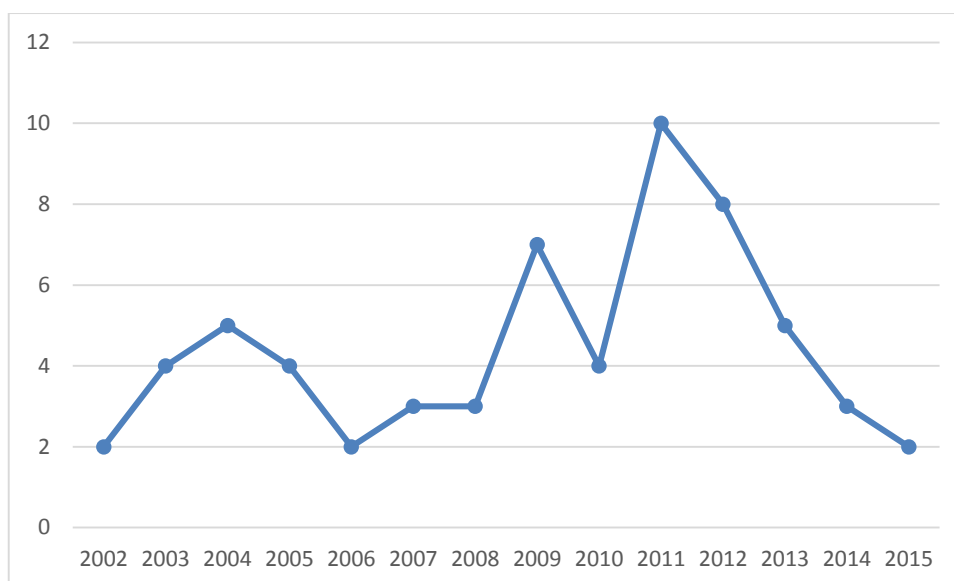
Konkrétní výše pojistného je dána pojistnou smlouvou uzavřenou mezi cestovní kanceláří a pojišťovnou a je určeno procentuální sazbou v rozsahu 0,5 % až 2 %. Pojistné je nevratnou platbou cestovní kanceláře pro případ úpadku. Pojišťovací subjekty si velmi často určují minimální částku pojistného na 25 000 Kč – 40 000 Kč. Tato částka se u každé pojišťovny liší, ale musí být uhrazena bez ohledu na výši vypočteného procenta z plánovaných tržeb.

Cestovní kancelář musí na účet pojišťovny složit navrch jistinu, kterou lze nahradit bankovní zárukou. Jistina je v podstatě záloha ve výši minimálně 2 % z plánovaných tržeb, ze které by se hradily náklady v případě úpadku. Výši jistiny je možné snížit pojistné, v momentě, kdy si cestovní kancelář stanoví s pojišťovnou vyšší procento spoluúčasti, než jsou zákonem stanovené 2%. (35)

### **3.6.2 Cestovní kanceláře bez pojištění záruky proti úpadku**

Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu přispěl k pročištění trhu cestovního ruchu od subjektů nekale podnikajících. V tržním prostředí není možné zabránit, že se nějaká cestovní kancelář dostane do úpadku. V České republice za posledních třináct let zkrachovalo 62 cestovních kanceláří (Obrázek 5). Na níže uvedeném grafu je zobrazen počet zkrachovalých cestovních kanceláří od roku 2002 až do roku 2015. Ministerstvo pro místní rozvoj neneviduje data z předešlých let, tedy od doby, kdy vešel v platnost zákon 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu.

**Obrázek 5: Vývoj počtu zkrachovalých CK v letech 2002 - 2015**



**Zdroj: vlastní zpracování dle (36)**

Činnost cestovní kanceláře bez pojištění záruky proti úpadku je jednoznačně v rozporu se zákonem. Zánik pojištění je cestovní kancelář i pojišťovna povinna nahlásit na Ministerstvo pro místní rozvoj, které však neuveřejňuje cestovní kanceláře nemající pojištění záruky proti úpadku. V pravomoci ministerstva je pouze podat podnět na živnostenský úřad k odebrání koncesované živnosti. Pokud tak ministerstvo neučiní, cestovní kanceláři je umožněno pokračovat ve své činnosti a její klienti nemají možnost se včas dozvědět o skutečnosti, že cestovní kancelář není pojištěna.

Prvním zlomem v počtu zkrachovalých subjektů byl rok 2003, kdy se v úpadku ocitla nepojištěná cestovní kancelář Harmonie Medical, která svým 700 klientům dlužila více než 18 milionů korun. Ve stejném roce se dostala do finančních problémů i cestovní kancelář Fischer, kdy na majetek Václava Fischera (majitele CK Fischer) byla vyhlášena exekuce. Pro záchranu cestovní kanceláře byl majitel nucen svou majoritu přenechat strategickému investorovi, čím se předešlo jejímu úpadku. (37) (38)

Během letní sezóny 2009 zaniklo sedm cestovních kanceláří, mezi kterými byla například cestovní kancelář Tomi Tour, což znamenalo největší pád cestovní kanceláře od Traveley v roce 1997. Cestovní kancelář patřila mezi top deset nejúspěšnějších subjektů na trhu. Krach Tomi Tour byl způsoben především špatným řízením společnosti, již delší dobu dlužili svým provizním partnerům. Současně v roce 2009 probíhala v České republice

krize cestovního ruchu, poptávka po zájezdech klesla o více než 10 %, ale počet cestovních kanceláří stále rostl. (39)

Rekordní počet cestovních kanceláří zkrachovalo v roce 2011 a to z různých důvodů. Jednou z nich byla i jedna z nejstarších cestovních kanceláří na trhu CK Pressburg. Jako hlavní důvod uvedla narušení likvidity a vysoký počet nedobytných pohledávek. Po ukončení činnosti subjektu byla zjištěna neplatnost pojištění záruky proti úpadku. CK Pressburg byla pojištěna u pojišťovny UNIQA, ovšem pouze do konce roku 2010. Pojišťovna odškodnila pouze klienty, kteří si zájezd zakoupili s velkým předstihem ještě v roce 2010. Zájezdy zakoupené v roce 2011 již CK pojištěny neměla, a proto nebyly tímto způsobem kryty. (40)

Dalším příkladem je zkrachovalá cestovní kancelář Majestic Travel, která bez pojištění záruky proti úpadku prodávala zájezdy svým klientům začátkem července 2012. Cestovní kancelář dostala do problémů desítky svých klientů, kteří měli zakoupenou dovolenou v Chorvatsku. Klienti na svou dovolenou odcestovali, avšak v cílové destinaci nezajistila cestovní kancelář smlouvené ubytování. V tomto případě měli klienti možnost se obrátit na konzulát v Chorvatsku. Z důvodu neaktuálního pojištění CK nemohli nárokovat pomoc od pojišťovny. Cestovní kancelář se potýkala s finančními problémy, a z toho důvodu majitelka cestovní kanceláře neuhradila pojištění. Poté, co pojišťovna Generali nahlásila rozvázání pojistné smlouvy s cestovní kanceláří, se Ministerstvo pro místní rozvoj obrátilo na živnostenský úřad, aby CK Majestic Travel odebral oprávnění provozovat cestovní kancelář. (41) (42)

Počet cestovních kanceláří bez pojištění záruky proti úpadku má velký vliv na počet cestovních kanceláří, které zkrachují nebo jsou nuceni vyhlásit úpadek. Komunikace mezi pojišťovnou, Ministerstvem pro místní rozvoj a živnostenským úřadem je velmi časově náročná. Délka tohoto procesu poškozují klienty, kteří si v dobré víře, že pojištění proti úpadku je povinné a že dodržování zákona je kontrolováno a vymáháno, zakoupí zájezd u společnosti, která ve skutečnosti nemá uzavřené pojištění na aktuální období.

### **3.7 Predikce a diagnóza finanční tísně**

Pomocí predikce finanční tísně lze zhodnotit, zda je podnik finančně zdravý nebo jestli se potýká s finančními potížemi. K tomuto účelu bylo sestaveno několik modelů, jejichž

účelem je najít syntetický ukazatel, který bude zahrnovat celkový pohled na podnik, rentabilitu, likviditu a finanční situaci podniku.

Zdrojem informací pro finanční analýzu, hodnocení a následnou předpověď situace podniku mohou být zejména výkazy z účetní závěrky a jejich analýza, informace o současných a budoucích peněžních tocích, interní informace a plány vedení společnosti, externí informace poskytované hlavně finančním trhem a prognózy makroekonomického vývoje prostředí. (43)

Spolehlivost modelů je značně omezena nedostatkem informací. Pro právnické osoby platí zákonem stanovená povinnost uveřejňovat údaje účetní závěrky a zpracovávat výroční zprávu, ne všechny společnosti však této povinnosti dostávají. Ke zkreslení informací dochází také v účetnictví, které slouží k výpočtu daňové povinnosti. Účetní systém není vybaven takovými nástroji, které by zabránily subjektivnímu ovlivňování vykazovaných veličin a tím nemůže poskytovat kvalitní ekonomické informace. (44)

### **3.7.1 Bankrotní modely**

Bankrotní modely představují systémy včasného varování, neboť podle chování vybraných ukazatelů indikují případné ohrožení podniku. Tyto modely byly sestaveny na základě studie společností, které v minulosti zkrachovaly, nebo se jim naopak na trhu velmi dobře dařilo. Vychází z předpokladu, že v dané firmě již několik let dopředu dochází k problémům, které mohou indikovat ohrožení firmy. Bankrotní modely jsou vhodné nejen pro současné, ale i budoucí rozhodování vnějších či vnitřních uživatelů analýzy. Jsou to soustavy poměrových ukazatelů, které mají přiřazené určité váhy. V účetních výkazech jsou uvedeny absolutní hodnoty. K tomu, aby bylo možné analyzovat souvislosti a vzájemné vazby mezi ukazateli, jsou dávány jednotlivé absolutní hodnoty do vzájemného poměru. Tím vznikají poměrové ukazatele, které umožňují srovnání mezi podniky nebo s odvětvovým průměrem.

Bankrotní modely se řadí k analýze *ex ante*, kdy cílem je prolongovat současný stav do budoucnosti a predikovat jak se bude firma vyvíjet v nejbližších třech až pěti letech a poukázat na finanční problémy společnosti. (4)

## E. I. Altman – Z'' - Score

Z'' - Score bylo vytvořeno pro klasifikaci nevýrobních podniků působících na neamerických trzích, cílem vyjmutí posledního ukazatele z původního modelu, tj. tržby / celková aktiva, je minimalizace potenciálu průmyslového efektu. Model Z'' - Score využívá ukazatel účetní hodnoty kapitálu. (4)

Model Z'' - Score vytvořený E. I. Altmanem, má následující podobu

$$Z'' = 6,56 * \frac{PK}{A} + 3,26 * \frac{NZ}{A} + 6,27 * \frac{EBIT}{A} + 1,05 * \frac{VK}{Z}$$

kde PK je čistý pracovní kapitál,

A – aktiva celkem,

NZ – zadržený zisk (zadržený zisk = výsledek hospodaření minulých let + fondy ze zisku),

EBIT – zisk před zdaněním a úroky,

VK – vlastní kapitál,

Z – závazky celkem. (4)

Interpretace modelu Z'' - Score je uvedena v Tabulce č. 3

Tabulka 3: Hodnocení Z'' - Score

Hodnota Z'' - Score	Stav podniku
$Z'' < 1,1$	pásmo bankrotu
$1,1 < Z'' < 2,6$	šedá zóna
$Z'' > 2,6$	finančně silný podnik

Zdroj: vlastní zpracování dle (4)

## IN indexy

Jedná se o modely predikce finanční tísně podniku vytvořený v České republice. Model IN05 patří mezi tzv. IN indexy, které byly vytvořeny manžely Inkou a Ivanem Neumaierovými. Jako první vznikl v roce 1995 Index nazvaný IN95, obsahující šest poměrových ukazatelů, přičemž poslední ukazatel (závazky po lhůtě splatnosti/ celkové výnosy) postihoval v té době slabé místo ekonomiky – platební neschopnost podniku. Váhy jednotlivých ukazatelů byly vytvořeny pro jednotlivá odvětví, což umožnilo se přizpůsobit jednotlivým podmínkám a specifikům českého trhu. IN indexy byly testovány na téměř 2 000 českých společností a toto testování prokázalo dobrou vypovídající schopnost

pro odhad finanční tísně podniku. IN indexy byly v průběhu několika let modifikovány, aby odpovídaly aktuální situaci, nejnovějším modelem je IN05. (45)

Index IN05 je celkový index pro hodnocení finančního zdraví podniku prostřednictvím jediného čísla. Mimo to, že index hodnotí podnik z hlediska hrozícího bankrotu, je z něj schopen vlastník také posoudit, zda podnik vytváří hodnotu. IN index je považován českými ekonomy za důvěryhodnější než Altmanův index. Lze předpokládat, že IN index má vyšší než 72 % úspěšnost odhadu bankrotu. (46)

Model IN05 vytvořen manžely Neumaierovými je následující

$$IN05 = 0,13 * \frac{A}{CZ} + 0,04 * \frac{EBIT}{Ú} + 3,97 * \frac{EBIT}{A} + 0,21 * \frac{VÝN}{A} + 0,09 * \frac{OA}{(KZ + KBÚ)}$$

kde A jsou aktiva celkem,

CZ – cizí zdroje,

EBIT – výsledek hospodaření před zdaněním a úroky,

Ú – nákladové úroky,

VÝN – výnosy,

OA - oběžná aktiva,

KZ – krátkodobé závazky,

KBÚ – krátkodobé bankovní úvěry. (5)

Intepretace modelu IN05 je zobrazena v Tabulce č. 4

**Tabulka 4: Hodnocení indexu IN05**

Hodnota IN05	Stav podniku
IN05 < 0,9	hrozba bankrotu
0,9 < IN05 < 1,6	šedá zóna
1,6 > IN05	bezproblémový vývoj

Zdroj: vlastní zpracování dle (5)

Při výpočtu indexu IN05 často nastává problém u výpočtu druhého koeficientu ( $\frac{EBIT}{Ú}$ ) v případě, kdy se nákladové úroky limitně blíží nule. V tomto případě autoři doporučují volit jako maximální hodnotu tohoto koeficientu číslo devět. Eliminují se tím případy, kdy vliv ukazatele převáží ostatní vlivy a hodnota indexu se blíží nekonečnu. (5)

### 3.7.2 Bonitní modely

Bonitní modely patří mezi diagnostické modely, které klasifikují podnik podle stupně finančního zdraví jedním syntetickým koeficientem. Cílem je určit, zda se podnik řadí

mezi dobré nebo špatné společnosti a umožňuje srovnání s jinými podniky. Jednotlivým hodnotám poměrových ukazatelů jsou přiřazeny body a výsledkem je známka, která určuje důvěryhodnost podniku v budoucnosti. Mezi nejznámější bonitní modely patří Kralicekův Quicktest.

Bonitní modely jsou řazeny do analýzy *ex post*, která je zaměřena retrospektivně a vede k poznání skutečností, které zapříčinily současný stav společnosti. Věnuje se současným výsledkům, které již nelze nijak ovlivnit. (4)

### **Kralicekův Quicktest**

Kralicekův Quicktest sestavil v roce 1991 profesor Kralicek, jedná se o rychlý test používaný převážně v německy hovořících zemích, kdy test hodnotí podnik z hlediska čtyř ukazatelů. Každé hodnotě ukazatele přiřadí dle její výše počet bodů a na základě prostého aritmetického průměru vznikne jedna celková známka, která hodnotí finanční situaci podniku. Každý ukazatel zastupuje jednu oblast finanční analýzy, kterými jsou: finanční část, likvidní část, rentabilní část a výnosová část. Z důvodu co nejkvalitnějšího posudku byly zvoleny ukazatele právě z těchto čtyř částí finanční analýzy tak, aby byla zabezpečena jak vyvážená analýza finanční stability, tak i výnosové situace společnosti. Pokud by byly přidány další ukazatele, pocházely by z duplicitní části a zrovna tak by prověřovaly jedny ukazatele pomocí dalších. Další kladnou vlastností je, že zvolené ukazatele nepodléhají rušivým vlivům. (4)

K celkovému hodnocení se vypočte prostý aritmetický průměr z dosažených bodů.

$$\text{Hodnocení finanční situace podniku} = \frac{R1 + R2 + R3 + R4}{4}$$

Provozní cash flow se vypočítá následovně

$$\text{Provozní cash flow} = \text{zisk po zdanění} + \text{daň z příjmu} + \text{odpisy}$$

Tabulka 5: Model KralicekůvQuick test

KralicekůvQuicktest			
Ukazatel	Konstrukce ukazatele	Výhodnost	Počet bodů
R1	$\frac{\text{vlastní kapitál}}{\text{aktiva celkem}}$	0,3 a více	4
		0,2 - 0,3	3
		0,1 - 0,2	2
		0,0 - 0,1	1
		0,0 a méně	0
R2	$\frac{\text{dluhy} - \text{krát. finan. majetek}}{\text{provozní cash flow}}$	3 a méně	4
		3 – 5	3
		5 – 12	2
		12 - 30	1
		30 a více	0
R3	$\frac{\text{zisk před zdaněním a úroky}}{\text{aktiva celkem}}$	0,15 a více	4
		0,12 - 0,15	3
		0,08 - 0,12	2
		0,00 - 0,08	1
		0,00 a méně	0
R4	$\frac{\text{provozní cash flow}}{\text{výkony}}$	0,1 a více	4
		0,08 - 0,1	3
		0,05 - 0,08	2
		0,00 - 0,05	1
		0,00 a méně	0

Zdroj: vlastní zpracování dle (4)

KralicekůvQuick test pracuje s následujícími ukazateli:

**Kvóta vlastního kapitálu** = vlastní kapitál / celková aktiva

Ukazatel koeficientu samofinancování (kvóta vlastního kapitálu) určuje kapitálovou sílu společnosti a informuje o tom, zda je nebo není absolutně mnoho dluhů v peněžních jednotkách nebo v procentech celkových aktiv. Ukazatel charakterizuje dlouhodobou finanční stabilitu a vypovídá o tom, do jaké míry je společnost schopna pokrýt své závazky vlastními zdroji.

**Doba splácení dluhu z CF** = (dluhy – krátkodobý finanční majetek) / provozní cash flow

Ukazatel vypovídá, za jak dlouho je podnik schopen uhradit své závazky.

Kvóta vlastního kapitálu a doba splácení dluhu charakterizují finanční stabilitu společnosti a reciproční hodnoty těchto ukazatelů informují o solventnosti firmy.



**Rentabilita celkového kapitálu (ROA)** = zisk před zdaněním a úroky / celková aktiva

Tento ukazatel označuje produkční sílu a poměruje celkový zisk před zdaněním a úroky s celkovými aktivy investovanými do podnikání bez ohledu ke způsobu financování. Podstatné je, zda společnost dokáže efektivně využít spoji majetkovou bázi.

### **Provozní cash flow / výkony**

Rentabilita aktiv společně s provozním cash flow / výkony analyzují výnosovou situaci podniku.

V následující tabulce je vyobrazeno hodnocení Kralicekova Quicktestu.

**Tabulka 6: Hodnocení Kralicekova Quicktestu**

<b>Celkové body</b>	<b>Finanční situace podniku</b>
3 a více	velmi dobrý podnik
2 – 3	dobrý podnik
1 – 2	střední podnik
1 a méně	špatný podnik

**Zdroj:** vlastní zpracování dle (4)

## 4 Praktická část

### 4.1 Vznik poolu pojišťoven

Zákon 159/1999 Sb., který uměle vytvořil tento pojistný instrument, vstoupil v platnost 1. října 2000 s tím, že subjekty cestovního ruchu a pojišťovny získaly šest měsíců na přizpůsobení se tomuto zákonu. Na českém trhu bylo pojištění záruky CK proti úpadku zcela novým pojistným instrumentem spojeným se značným rizikem. Pojišťovny neměly k dispozici žádné dostupné statistiky, podle nichž by vhodně nastavily parametry pojistného instrumentu. V oblasti cestovního ruchu nastala nepřehledná situace. Dalším problémem pro pojišťovny bylo dosažení adekvátního zajištění, pojišťovny nebyly schopny v této oblasti samostatně fungovat. Tyto důvody vedly pojišťovny ke sdružení do tzv. poolu.

Pool pojišťoven byl zřízen na základě návrhu devíti členských subjektů sdružených v České asociaci pojišťoven. V poolu pojišťoven se sdružily tyto subjekty:

- Generali Pojišťovna a.s.
- Allianz pojišťovna, a.s.
- Česká podnikatelská pojišťovna, a.s.
- Česká pojišťovna a.s.
- Česko-rakouská pojišťovna, a.s.
- ČS-Živnostenská pojišťovna, a.s.
- IPB Pojišťovna, a.s.
- Komerční pojišťovna, a.s.
- Kooperativa, pojišťovna, a.s.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže udělil poolu výjimku ze zákona č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže poprvé 12. ledna 2001 s platností na dva roky. V prvním roce fungování poolu bylo sjednáno 950 pojistných smluv a sjednané zálohové pojištění činilo přes 109 mil. Kč. Česká asociace pojišťoven hodnotila práci poolu velmi kladně. Pool na trhu našel své opodstatnění, jelikož prověřoval rizikovost jednotlivých cestovních kanceláří, ale nestanovoval předem žádná omezení, která by bránila určitému okruhu cestovních kanceláří v pojištění. Oproti tomu pojišťovna Zürich, která byla druhou největší pojišťovnou na českém trhu, odmítala pojistit cestovní kanceláře s tržbami nižšími

než 5 mil. Kč. Malé cestovní kanceláře tedy neměly šanci získat pojištění a tím splnit zákonnou povinnost pro provozování podnikatelské činnosti. V případě, kdy by takto postupovaly všechny pojišťovny, uzavřel by se trh cestovního ruchu pro vstup nových cestovních kanceláří. (47)

I přes kladné výsledky poolu začaly pojišťovny jednat o individuálním zajištění, zatím však s negativním výsledkem. Z postoje zajistitelů a pojistitelů vyplynulo, že toto pojištění nepovažují za předmět hospodářské soutěže. Pojišťovna Zürich se v létě 2002 stáhla z trhu a prodala své východoevropské aktivity pojišťovně Generali. Na trhu v tu chvíli zůstal tedy jediný subjekt a to pool, kterého byla Generali součástí. Sdružené pojišťovny si mohly předepisovat podmínky pro sjednání pojištění proti úpadku. Proti takovému stavu se začaly odvolávat cestovní kanceláře, které se obracely na Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ohledně vzniku monopolu u daného pojistného instrumentu.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže prodloužil výjimku do konce roku 2003. Do této doby mohl pool zajišťovat záruky proti úpadku. Od 1. ledna 2004 muselo být toto pojištění zajišťováno individuálně. (48)

## **4.2 Pojišťovny oprávněné poskytovat pojištění záruky proti úpadku CK**

Na trhu pojištění záruky proti úpadku v současné době působí sedm subjektů, které mají dle zvláštního právního předpisu platné oprávnění poskytovat pojištění záruky.

V tabulce č. 7 jsou uvedeny subjekty, které mají dle Ministerstva pro místní rozvoj aktuálně povolení poskytovat pojištění CK proti úpadku.

**Tabulka 7: Výčet pojišťoven poskytující pojištění záruk proti úpadku CK**

Název pojišťovny	Sídlo pojišťovny	Počet pojištěných CK k 1.10.2015
Generali pojišťovna, a.s.	Bělehradská 132, 120 84 Praha 2, ČR	282
Česká podnikatelská pojišťovna, a.s.	Pobřežní 665/23, 186 00 Praha 8, ČR	214
UNIQA pojišťovna, a.s.	Evropská 810/136, 160 12 Praha 6, ČR	119
Union poisťovňa, a.s.	Španělská 2, 120 00 Praha 2, ČR	162
ERV pojišťovna, a.s.	Křížíkova 237/36a, 186 00 Praha 8, ČR	127
Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s.	Dostojevského rad 4, 815 74 Bratislava, SR	0
Slavia pojišťovna, a.s.	Revoluční 1, 110 00 Praha 1, ČR	18

Zdroj: vlastní zpracování dle (49) (50) (51) (52) (53) (54) (55)

V září 2015 byla Parlamentem ČR schválena novela zákona 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Podle Sněmovnou schválené podoby novely by pojišťovny měly hradit nároky klientům bez ohledu na limit pojištění, pojišťovny na tuto skutečnost reagovaly vypovídáním smluv cestovním kancelářím, jelikož nemají dostatečné zajištění pro to, aby mohly nadále cestovní kanceláře pojišťovat. Cestovní kanceláře však bez pojištění nemohou prodávat vlastní zájezdy. Koncem září 2015 skončilo pojištění proti úpadku prvním menším cestovním kancelářím, kterým bylo pojišťovnami zasláno oznámení o ukončení vzájemné spolupráce. Pojišťovny posílají výpovědi smluv podle data doběhu, tyto výpovědi se týkají hlavně malých a středně velkých cestovních kanceláří. Pojišťovny a cestovní kanceláře se ve vzájemné spolupráci snaží varovat před úskalími současného znění novely zákona a zvrátit tento vývoj tak, aby bylo možné najít kompromis, který uspokojí všechny strany. (56)

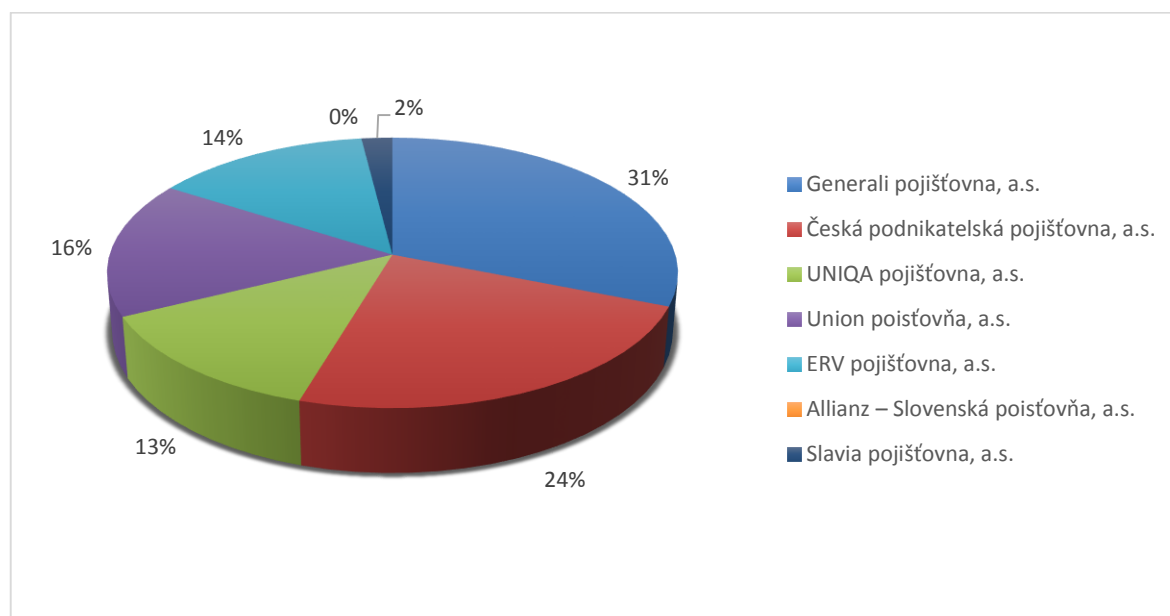
Senátoři ale příslušné ustanovení přepracovali a novelu poslancům vrátili s pozměňovacím návrhem, podle kterého pojišťovny nebudou muset překročit sjednaný limit plnění při odškodnění klientů cestovních kanceláří. Po úpravě novely Senátem ČR zůstává povinnost cestovních kanceláří předložit pojišťovně před uzavřením pojistné smlouvy údaje o svém hospodaření a každý měsíc budou muset cestovní kanceláře dokládat

na pojišťovny informace o počtu cestujících, o zaplacených zálohách, o počtu prodaných zájezdů apod. Pojišťovny se tímto krokem stanou spoluzodpovědné za stanovení správné výše limitu pojistného plnění, ale odpovědnost za dodržování jeho správné výše bude na cestovní kanceláři. (57) (58)

Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s. v současné době nemá v České republice pojištěnou ani jednu cestovní kancelář proti úpadku. Smlouvy, které pojišťovna uzavřela s cestovními kancelářemi, byly platné do května 2015 a nové smlouvy nebyly uzavřeny. Pojišťovna se nevyjádřila, z jakého důvodu nadále nepojišťuje cestovní kanceláře v ČR.

Podíl na trhu v oblasti pojištění záruky proti úpadku CK je vyobrazen na Obrázku 6. Největší podíl na trhu má společnost Generali pojišťovna, a.s., která poskytuje pojištění největšímu počtu CK. Nejmenší podíl na trhu má Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s., která v současné době neposkytuje pojištění žádné cestovní kanceláři. Druhý nejmenší podíl na trhu má Union pojišťovna, a.s. Nelze potvrdit přímou úměru mezi kvalitou služeb pojišťoven a podílu na trhu. Naopak, pokud pojišťovna poskytuje pojištění menšímu počtu cestovních kanceláří, tak má možnost se individuálně věnovat jednotlivým subjektům, což je z pohledu cestovních kanceláří určitě žádané.

**Obrázek 6: Podíl pojišťoven na trhu v ČR**



**Zdroj: vlastní zpracování dle (49) (50) (51) (52) (53) (54) (55)**

### **Generali pojišťovna, a.s.**

Pojišťovna Generali je součástí skupiny Generali, jednoho z největších pojistitelů s předepsaným pojistným přesahující 70 miliard eur. Skupina Generali zaujímá vedoucí pozici pojištění na trhu západní Evropy a stále významnější pozici si buduje v Asii, střední a východní Evropě. Generali se v takové podobě jako ji známe dnes, na českém trhu poprvé objevila v roce 1993, může se tedy pyšnit dlouholetou tradicí. Pojištění záruk proti úpadku nabízí od roku 2004. V současné době má u Generali uzavřené pojištění proti úpadku skoro 300 cestovních kanceláří. Pojištění záruky proti úpadku pojišťovna uzavírá na bodu určitou, tj. jeden kalendářní rok. Mezi hlavní výhody pojišťovny Generali patří její dlouhodobé zkušenosti s tímto pojistným produktem, zajišťuje individuální přístup k jednotlivým CK čímž se snaží vytvořit pojistný produkt přímo „na míru“ dané cestovní kanceláři. Mezi další výhody se řadí minimální administrativní zatížení během roku a možnost složení depozitu formou bankovní záruky. (59) (60) (61)

### **Česká podnikatelská pojišťovna, a.s. (ČPP)**

Česká podnikatelská pojišťovna patří mezi největší pojišťovnické subjekty na trhu v České republice. Pojištění záruky proti úpadku CK poskytuje nejdéle, konkrétně od roku 1995. ČPP poskytuje pojištění druhému největšímu počtu cestovních kanceláří. U ČPP má v tuto chvíli uzavřené pojištění přibližně 200 CK. To pravděpodobně způsobil vstup pojišťovny v roce 2005 do skupiny ViennaInsurance Group, díky které je schopna nabízet větší jistotu a záruku. (62)

### **UNIQUA pojišťovna, a.s.**

UNIQUA pojišťovna získala pojišťovací licenci v roce 1993 a vytvořila rozsáhlé portfolio pojistných produktů. Pojištění záruk proti úpadku poskytuje ve spolupráci s externí společností Fiducia s.r.o, která se zabývá pojištěním rizik. Počet pojištěných cestovních kanceláří u společnosti UNIQUA postupem času klesá, v současné době má u této pojišťovny uzavřené pojištění přes 100 cestovních kanceláří. Tato klesající tendence je způsobena náročnými podmínkami. Pojištění se nabízí pouze cestovním kancelářím, jejichž roční tržby z prodeje zájezdu činí minimálně 10 milionů Kč a podnikají v oblasti cestovního ruchu déle než tři roky. Na druhou stranu však pojišťovna nabízí více výhod oproti ostatním. Výhodou je volitelná výše spoluúčasti a možnost jejího nahrazení bankovní

zárukou, smluvní garantovanou výši úrokového výnosu ze složené spoluúčasti. Mezi další výhody patří individuální stanovení pojistné sazby, rychlé a bezplatné vyhotovení nabídky a zázemí nadnárodní pojišťovny. (63)

#### **Union poisťovňa, a.s.**

Union poisťovňa je na slovenském trhu od roku 1992, pro české klienty funguje od roku 2005, kdy začala nabízet ve spolupráci s externím subjektem pojištění záruky proti úpadku CK. Poisťovňa Union v současné době zajišťuje pojištění pro více než 150 českých cestovních kanceláří. V předchozích letech počet subjektů, kterým Union poskytovala pojištění záruky, postupně klesal a následkem toho pojišťovna zvažovala odchod z českého trhu. Nyní se počet CK opět zvedá, takže se dá předpokládat, že se Union stane stálým subjektem na trhu. Union poisťovňa poskytuje klientům tzv. garanční listy, které obsahují základní informace týkající se pojištění a obsahují i výši pojistné částky. Klient má tedy konkrétní představu o limitu pojistného plnění. (64)

#### **ERV pojišťovna, a.s.**

Evropská pojišťovna vznikla jako první specializovaná pojišťovna na cestovní pojištění v Budapešti v roce 1907. V současné době je ERV jedinou specializovanou pojišťovnou na českém trhu. Evropská pojišťovna veřejně neposkytuje žádné informace o pojištění záruk proti úpadku cestovních kanceláří. V případě zájmu pojištění nebo získání informací o tomto druhu pojištění musí cestovní kanceláří přímo kontaktovat ERV a ta následně zašle informační materiál, nabídku produktu a popřípadě kalkulaci. (65)

#### **Allianz – Slovenská poisťovňa, a.s.**

Allianz – Slovenská poisťovňa poskytuje pojištění záruky proti úpadku cestovních kanceláří na českém trhu od roku 2002. V současné době však nemá platné pojištění u této pojišťovny ani jedna cestovní kancelář se sídlem v ČR. (50)

#### **Slavia pojišťovna, a.s.**

Pojišťovna Slavia funguje od roku 1994. Podle aktuální seznamu pojištěných CK je počet velmi nízký oproti ostatním konkurentům, konkrétně se jedná o 18 cestovních kanceláří, které si vybraly Slavia pojišťovnu. (49)

## 4.3 Dotazníkové šetření cestovních kanceláří

### 4.3.1 Příprava dotazníkového šetření

Pro zajištění primárních informací o cestovních kancelářích a produktu pojištění byla jako vhodná zvolena metoda dotazování. Nástrojem pro dotazování byl určen strukturovaný dotazník (Příloha 2). Jak již bylo zmíněno, pojištění záruky proti úpadku cestovní kanceláře je velmi rizikovým instrumentem, proto je potřeba, aby dotazník obsahoval klíčové atributy, které ovlivní rozhodnutí pojišťovny, zda cestovní kancelář pojistí či nikoliv. Výsledné návrhy a doporučení vycházejí z této analýzy a budou určeny pro pojišťovací subjekty, které budou mít možnost lepšího přizpůsobení se poptávce po pojistném instrumentu.

Na základě nastudované odborné literatury, studia pojistného odvětví a osobního rozhovoru s expertem na pojištění záruky cestovní kanceláře byly stanoveny následující hypotézy.

1. Výše pojistného hraje podstatnou roli při volbě pojišťovny.
2. Cestovní kanceláře jsou nespokojené s poskytovanými službami pojišťoven.
3. Cestovní kanceláře mají sjednanou pojistnou částku v minimální, zákonem stanovené výši.
4. Cestovní kanceláře neví jaký je standardní postup při úpadku.

Vyhodnocením analýzy budou hypotézy potvrzeny, resp. vyvráceny. Subjektem výzkumu se staly cestovní kanceláře, které odpovídaly na předem stanovené otázky. Výběr respondentů je zásadní veličinou pro dotazníkové šetření. V České republice je aktuálně evidováno 960 cestovních kanceláří, toto číslo se však mění každým dnem.

Před tím, než byl dotazník odeslán do cestovních kanceláří, bylo potřeba obsahově a věcně dotazník zkontrolovat k tomu účelu sloužila pilotáž. Cílem bylo eliminovat nedostatky, nadbytečné otázky a zvýšit srozumitelnost kladených otázek. Pilotáž byla provedena na 10 zástupcích cestovních kanceláří, kteří dotazník vyplnili a následně byli dotázáni na srozumitelnost otázek. Méně srozumitelné otázky byly přeformulovány a poté bylo spuštěno ostré šetření.

Základním souborem respondentů byli zástupci cestovních kanceláří, kteří řeší povinný pojistný instrument v daném subjektu. Dotazování probíhalo formou online komunikace. Dotazník byl poslán do 200 cestovních kanceláří, kdy řádně vyplněných se vrátilo



od 124 subjektů, návratnost byla tedy 62 %. Pro účely analýzy byly segmentační trh dostatečný. Dotazník obsahuje 13 otázek, z toho 8 uzavřených, 3 otevřených a 2 otázky identifikační, které jsou umístěné na konci.

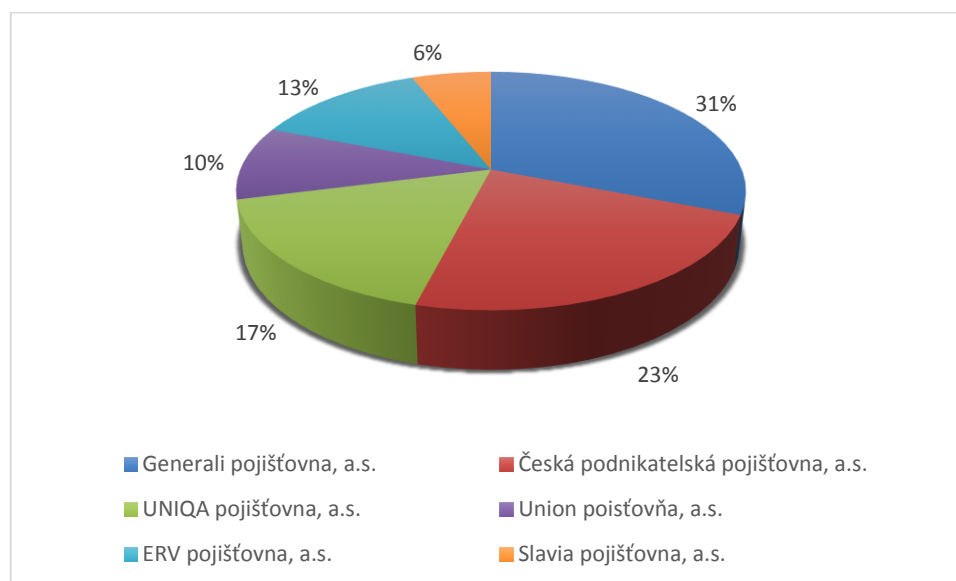
Sběr dat probíhal v září 2015, přesněji od 10. září 2015 do 30. září 2015. Získaná data byla zpracována a převedena do tabulek a grafů v MS Excel, následně byla analyzována a vypracována interpretace jednotlivých výsledků.

### **Demografická charakteristika respondentů**

Celkový zkoumaný soubor obsahoval 124 respondentů. První segmentační proměnnou byla určena velikost cestovních kanceláří a segmentačním kritériem odvětvové rozdělení cestovních kanceláří na malé, střední a velké subjekty cestovního ruchu (Příloha č. 2). Malá cestovní kancelář zaměstnává až 5 zaměstnanců, tato skupina cestovních kanceláří byla zastoupena nejvyšším počtem respondentů, konkrétně 44 %. Střední cestovní kancelář poskytuje zaměstnání od 6 do 50 zaměstnanců, ve výzkumu byla tato skupina zastoupena druhým nejvyšším počtem respondentů, tj. 34 %. Velké cestovní kanceláře zaměstnávají více než 51 pracovníků a v šetření je tato skupina nejméně zastoupena, přesněji 10 %. Druhou segmentační proměnnou se stala doba působení subjektu na trhu cestovního ruchu v České republice (Příloha č. 3). Za nejkratší dobu působení na trhu byla stanovena doba do 2 let, tato skupina se stala nejméně zastoupenou v dotazníkovém šetření. V kategorii 3 – 6 let působnosti na trhu se zúčastnilo 20 % z dotazovaných subjektů. Nejpočetnější skupinou byly cestovní kanceláře, které fungují v České republice od 7 do 12 let. Déle jak 13 let působí na trhu jen 12 % cestovních kanceláří.

### 4.3.2 Výsledky dotazníkového šetření

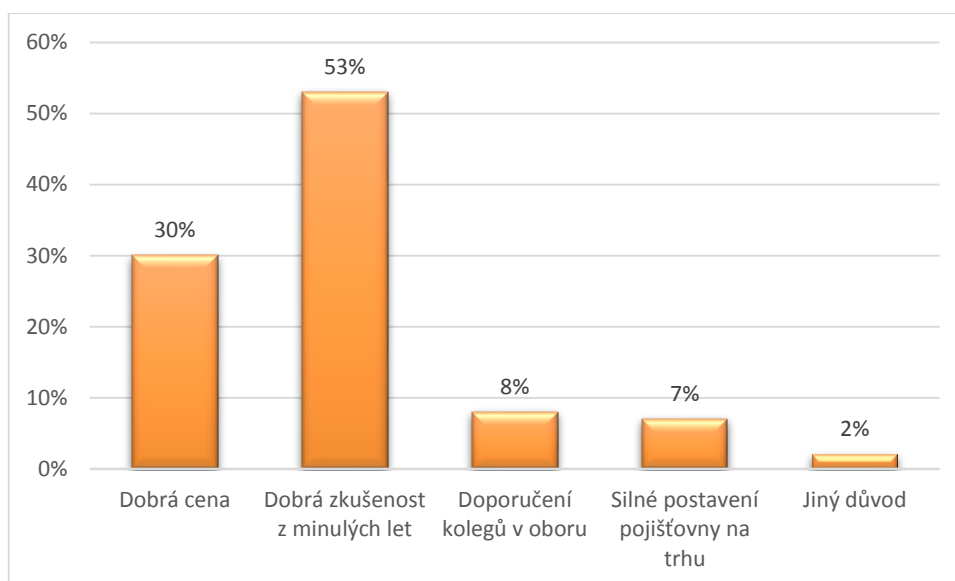
Obrázek 7: U jaké pojišťovny máte sjednané pojištění záruky proti úpadku CK?



**Zdroj:** vlastní zpracování

První klíčovou otázkou byla otázka, kde cestovní kanceláře určily, u které pojišťovny mají uzavřené pojištění záruky proti úpadku. Graficky je tato otázka znázorněna na obrázku č. 4. Nejčastější odpovědí se stala Generali pojišťovna, a.s., což uvedlo 31 % dotazovaných, kdy tato odpověď koresponduje s celkovým podílem pojišťoven v celé ČR. Blízkou konkurencí Generali pojišťovny je Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., což uvedlo 23 % cestovních kanceláří. Dále je podíl mezi třemi dalšími pojišťovnami velmi vyrovnaný, s 17% podílem na trhu je UNIQA pojišťovna, a.s. ERV pojišťovnu, a.s. uvedlo 13 % respondentů, 10 % dotazovaných CK je pojištěno u Union poist'ovňa, a.s. Nejméně respondentů uvedlo jako svou vybraný pojistný subjekt Slavia pojišťovna, a.s., konkrétně to bylo jen 6 %.

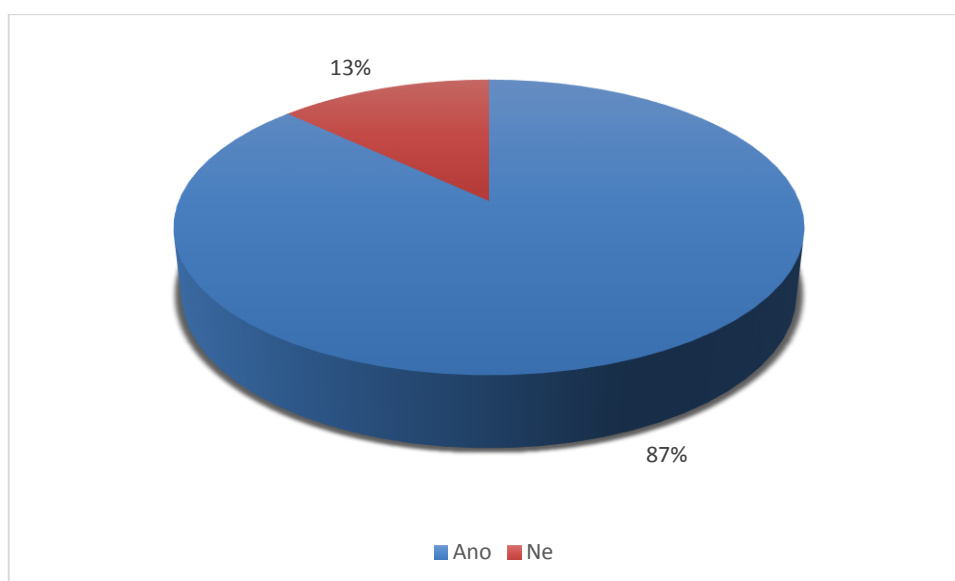
**Obrázek 8: Z jakého důvodu jste si vybrali danou pojišťovnu?**



**Zdroj: vlastní zpracování**

Obrázek č. 8 demonstruje kritéria pro výběr dané pojišťovny. Dobrou zkušenost z minulých let zvolila nadpoloviční většina cestovních kancelářů. Dále je pro cestovní kanceláře důležitá cena pojistného, kde tuto odpověď zvolilo 30 % dotázaných, v této otázce byla potvrzena hypotéza o výši pojistného, která ovlivňuje výběr pojišťovny. Silné postavení na trhu a doporučení získalo téměř stejný podíl, kdy už nemají tyto kritéria velký vliv na rozhodování. Dále 2 % cestovních kancelářů uvedlo jiný důvod pro výběr pojišťovny.

**Obrázek 9: Jste spokojeni se službami pojišťovny, u které máte sjednané pojištění záruky proti úpadku?**

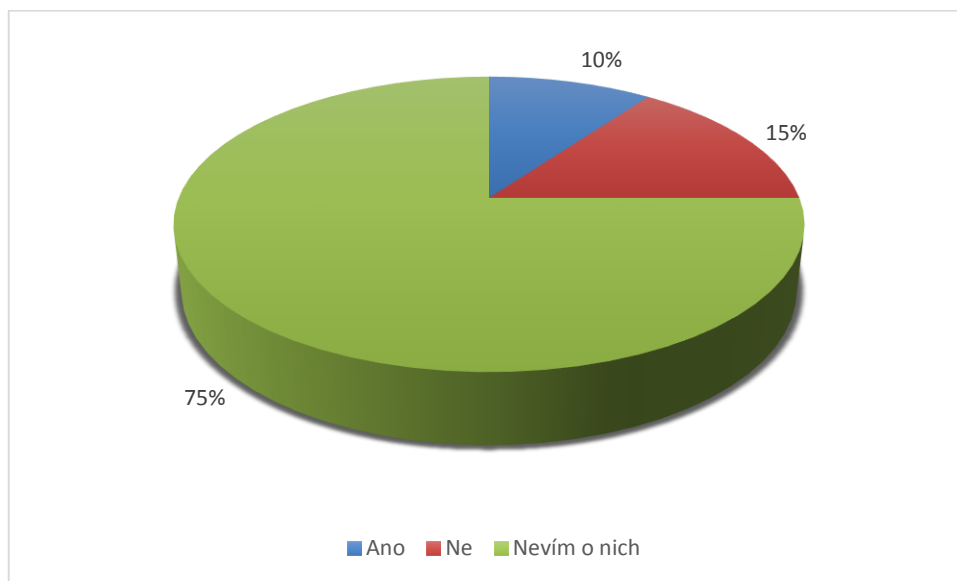


**Zdroj: vlastní zpracování**

Z grafu na obrázku č. 9 vyplývá, že celých 87 % respondentů je spokojena s poskytovanými službami pojišťoven, u kterých mají sjednané pojištění. Jen 13 % dotázaných uvedlo, že nejsou spokojeni se službami pojišťovny. Na základě výsledků čtvrté otázky byla vyvrácena hypotéza o nespokojenosti cestovních kancelářů.

Respondentům, kteří nejsou spokojeni se službami pojišťovny, byla položena nepovinná, otevřená otázka, kde mohli uvést, jaké změny by u dané pojišťovny navrhovali? Návratnost u této otázky byla minimální, jelikož respondenti nebyli schopni přesně definovat, které služby jsou nedostatečné a jak by tuto situaci chtěli změnit. Nejčastěji se opakovala odpověď na nedostatečnou informovanost ze strany pojišťovny, změnili by zaslání aktuálních informací ohledně povinného pojistného instrumentu. Další uváděnou změnou bylo zavedení věrnostních programů formou slev na pojistném, pojišťovny by si tak částečně zajistily stálou klientelu. Výjimečně uváděným zlepšením bylo zjednodušení administrativy související s uzavřením pojištění a dalším pravidelným reportingem.

**Obrázek 10: Poskytuje pojišťovna, u které je vaše CK pojištěna výhody za věrnost?**

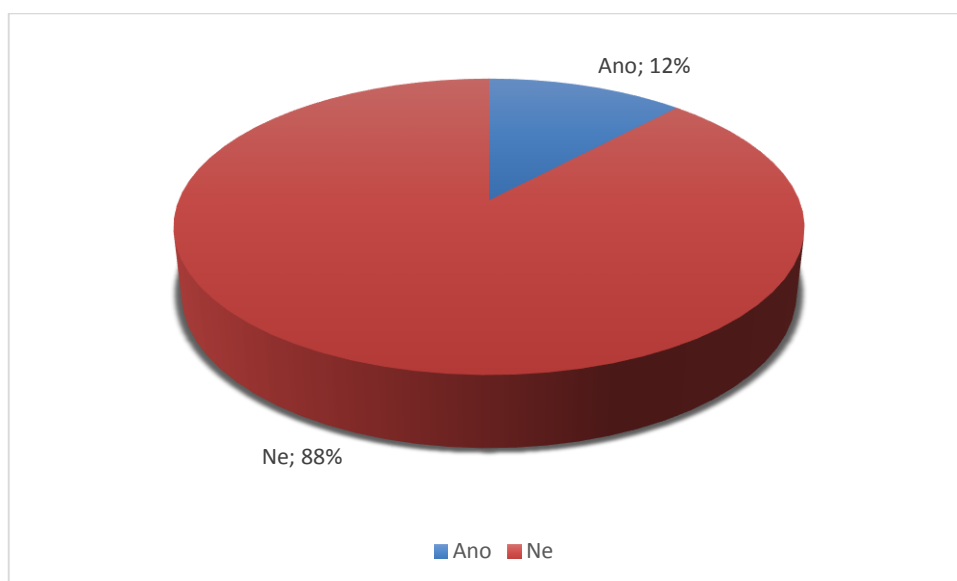


**Zdroj: vlastní zpracování**

Z obrázku č. 10 je jisté, že tříčtvrtěční většina cestovních kancelářů nevěnuje pozornost výhodám, které pojišťovny poskytují za věrnost, takže s nimi nejsou obeznámeny. Přesvědčení o neposkytování věrnostních výhod je přesvědčeno více jak 15 % cestovních kancelářů. Nejmenší část dotazovaných se vyjádřilo kladně v otázce poskytování věrnostních výhod od pojišťoven.

Otázka č. 6 byla otevřená a byla zaměřena na názor cestovních kanceláří na současný stav legislativní úpravy zákonného pojištění cestovních kanceláří. Naprostá většina respondentů uvedlo, že jsou nespokojeni se současným stavem, který je nejistý a díky novele zákona 159/1999 Sb. byly nuceni odložit pojištění záruky proti úpadku až na konec roku 2015, protože do poslední chvíle nevěděli, jestli novela zákona bude účinná od 1. ledna 2016 a pojišťovny odmítaly jednat o prodloužení pojištění záruky. Další častou odpovědí bylo uváděna skutečnost, že pro stabilní cestovní kanceláře novela nebude problém.

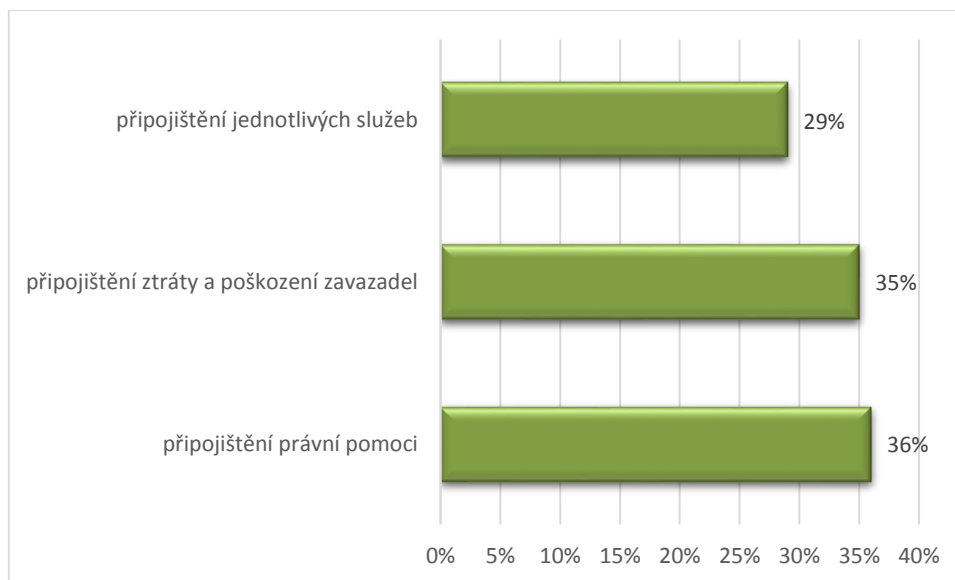
**Obrázek 11: Využíváte přípojištění nad rámec stanovené zákonem?**



**Zdroj: vlastní zpracování**

Obrázek č. 11 znázorňuje, zda cestovní kanceláře využívají doplňkové pojištění nad rámec stanovené zákonem. Z celkového počtu dotazovaných se 88 % vyjádřilo negativně. Zbylých 12 % respondentů zvolilo odpověď ano.

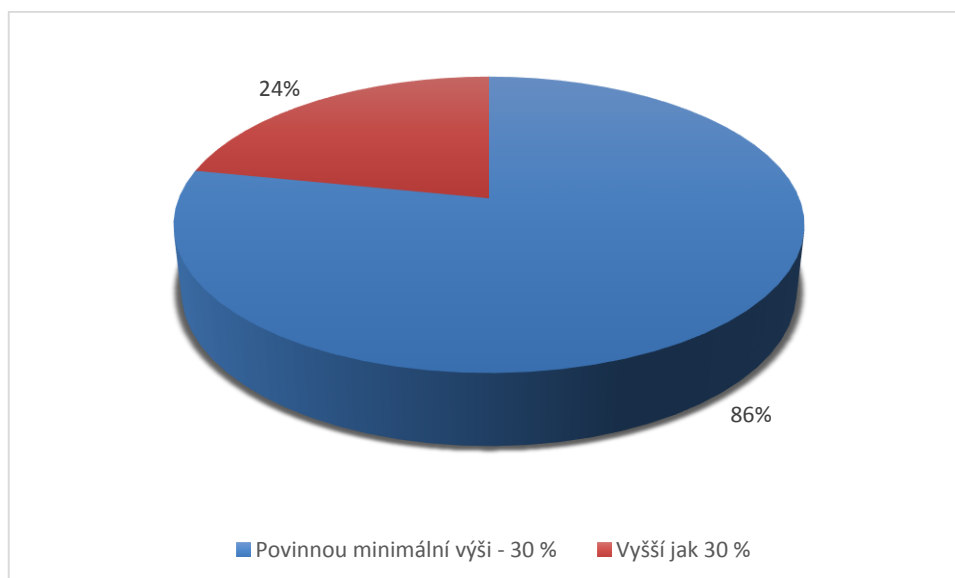
**Obrázek 12: Které z uvedených doplňkových pojištění využíváte?**



**Zdroj: vlastní zpracování**

Pro 12 % respondentů, kteří zvolili odpověď ano, využívá doplňkové pojištění, byla připravena otázka č. 8, která popisuje preference doplňkového pojištění. Z obrázku č. 12 vyplývá vyrovnanost preferovaných doplňkových pojištění, nejčastěji volenou možností se stalo připojištění právní pomoci, tuto možnost zvolilo 36 % respondentů. Pouze o 1 % méně respondentů využívá připojištění ztráty a poškození zavazadel. Nejmenší část cestovních kanceláří využívá připojištění jednotlivých služeb.

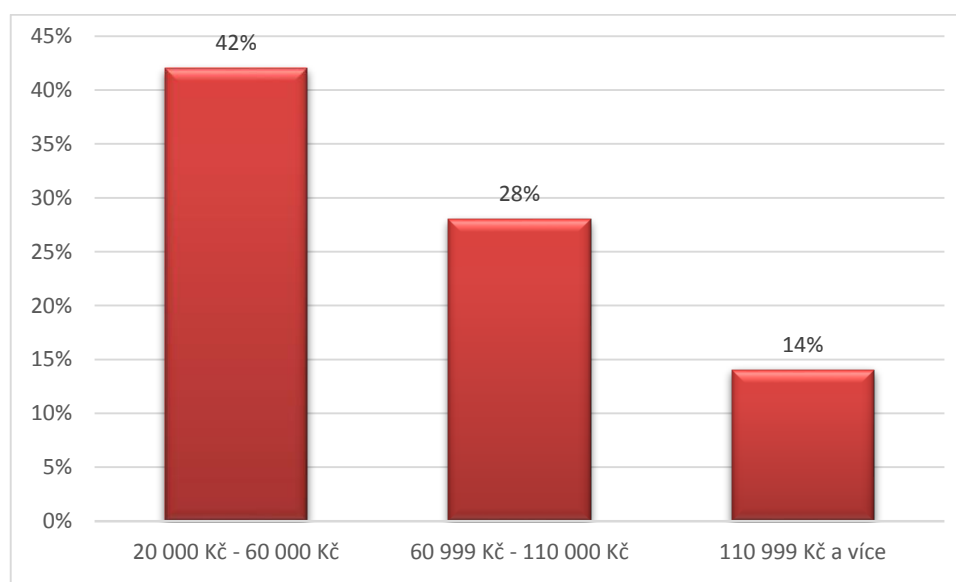
**Obrázek 13: V jaké výši máte sjednanou pojistnou částku?**



**Zdroj: vlastní zpracování**

Devátá otázka byla zaměřena na sjednanou pojistnou částku, kdy cestovní kanceláře si můžou zvolit, zda budou platit minimální povinnou výši, což představuje částku minimálně 30 % ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů, nebo pokud mají být tržby nižší než v předchozím roce, pojistná částka musí být ve výši minimálně 30 % těchto tržeb v roce předchozím. Nebo zvolí vyšší částku než již zmíněných 30 % ročních plánovaných tržeb, kdy tato vyšší pojistná částka by byla v případě pojistného plnění výhodná zejména pro poškozené zákazníky. Dle obrázku č. 12 je preferovanou variantou minimální výše pojistného plnění, kdy tuto možnost si vybralo 86 % dotazovaných. Vyšší pojistnou částku zvolilo pouze 14 % respondentů.

**Obrázek 14: V jaké výši má Vaše CK roční zúčtovatelné pojistné?**



**Zdroj: vlastní zpracování**

Z obrázku č. 14 vyplývá, že nejvíce cestovních kanceláří využívá nejnižší možné zúčtovatelné pojistné v rozmezí 20 000 Kč až 60 000 Kč, tato skutečnost koresponduje se skutečností, že dotazníkového šetření se zúčastnil největší počet malých cestovních kanceláří. Středně vysoké roční zúčtovatelné pojistné uvedlo 28 % subjektů cestovního ruchu. A nejnižší zúčtovatelné pojistné uvedlo pouze 14 % respondentů.

Poslední zjišťovací otázka byla otevřená, kde zástupci cestovních kanceláří byli vyzváni, zda ví jak postupovat při úpadku cestovní kanceláře a jaké konkrétní kroky by jejich cestovní kancelář udělala. Nejčastěji byly odpovědi velmi strohé, že cestovní kanceláře ví jak postupovat. Dále se objevili odpovědi, že musí nahlásit na pojišťovnu pojistnou událost a poskytnout nezbytnou součinnost s pojišťovnou. Častou odpovědí bylo,

že rámcově ví, co by měli dělat, ale konkrétní kroky neznají a doufají, že to nikdy nebudou potřebovat. Jako další častou vyskytovanou odpovědí bylo, že jejich cestovní kanceláře nepatří mezi rizikové a tím pádem nemají potřebu zkoumat kroky při úpadku. Znepokojující je skutečnost, že celých 20 % respondentů uvedlo, že neví, jak by postupovali v případě úpadku. Touto skutečností byla potvrzena hypotéza o neznalosti podstatných kroků při úpadku cestovní kanceláře.

#### **4.4 Predikce finanční tísně**

Pro hodnocení finanční tísně subjektů, které jsou zkrachovalé, v úpadku či v insolvenčním řízení byly zvoleny bankrotní a bonitní modely, které zhodnotí celkovou finanční situaci podniku a případně upozorní na problémy, které vedly k bankrotu. Pro hodnocení byly vybrány vícerozměrné modely, které jsou založeny na více ukazatelích a výsledky ukazatelů jsou sumarizovány do jedné výsledné hodnoty. Částky, kterými jsou modely naplněny, jsou čerpány z účetních závěrek společnosti – rozvaha, výkaz zisku a ztráty.

##### **4.4.1 CK MARINE TOUR s.r.o**

Obchodní jméno:	MARINE TOUR s.r.o.
Identifikační číslo:	278 93 731
Sídlo:	Praha 2, Kunětická 2534/2, PSČ 12000
Datum zápisu do obch. rejstříku:	5. března 2007
Právní forma:	společnost s ručením omezeným.
Předmět podnikání:	<ul style="list-style-type: none"><li>• provozování cestovní agentury,</li><li>• zprostředkování obchodu a služeb,</li><li>• provozování cestovní kanceláře,</li><li>• specializovaný maloobchod a maloobchod se smíšeným zbožím.</li></ul>
Datum úpadku cestovní kanceláře:	25. června 2015
Datum zahájení insolvenčního řízení:	30. září 2015 (66)



Cestovní kancelář MARINE TOUR s.r.o. zahájila svou činnost před letní sezónou 2007, jak specializovaná cestovní kancelář na oblast Turecka. Největší část nabídky tvořily klasické pobytové zájezdy k moři, pro své klienty měla CK v nabídce dále individuální zájezdy „na míru“ a prodloužené víkendy v Istanbulu. Cestovní kancelář se řadila na trhu mezi středně velké na trhu. Pro rok 2015 byla MARINE TOUR pojištěná proti úpadku na 45 mil. Kč u pojišťovny Generali, tato částka by měla stačit na vypořádání s klienty. K úpadku cestovní kanceláře došlo 25. června 2015, v té době bylo v zahraničí přes 900 klientů a dalších 4000 klientů mělo uzavřenou smlouvu o zájezdu. Do ekonomických potíží se společnost dostala kvůli novým platebním podmínkám spolupracující cestovní agentury v Turecku. U této společnosti se dlouho v médiích spekulovalo, zda se nejedná o řízený bankrot, jelikož 24. června 2015, tedy dva dny před oficiálním úpadkem CK, se změnil její majitel cestovní kanceláře, tuto změnu však neprovázela záměr nové investice, který by zvýšil solventnost CK. (67) (68)

Analýza byla provedena v letech 2009 – 2013, kdy předpokladem bylo zanalyzovat i rok 2014 – rok těsně před úpadkem, snahou bylo zkvalitnit a upřesnit model, tento cíl nebylo možné dodržet, jelikož cestovní kancelář však údaje za rok 2014 v rozporu se zákonnou povinností nezveřejnila.

### **Altmanovo Z''- Score**

Prvním zvoleným souhrnným indexem je modifikovaná verze Altmanova indexu vhodná pro nevýrobní podniky tedy i pro cestovní kanceláře v České republice. Nejvyšší hodnota ve výpočtu Z''-Score je u třetího ukazatele, kdy se počítá poměr mezi EBIT a celkovými aktivy, tento ukazatel je ve stabilních hodnotách kromě roku 2012, kdy má nejvyšší hodnotu. Z grafu je patrné, že na začátku sledovaného období se hodnota Z''-Score pohybovala pod hranicí bankrotu. V roce 2010 se společnost dostala na hranici bankrotu s optimistickým výhledem do budoucnosti, z tohoto trendu lze soudit prosperita společnosti až do roku 2011, kdy se opět hodnota Z''-Score zaznamenává mírně klesající trend směrem k horní hranici bankrotu.

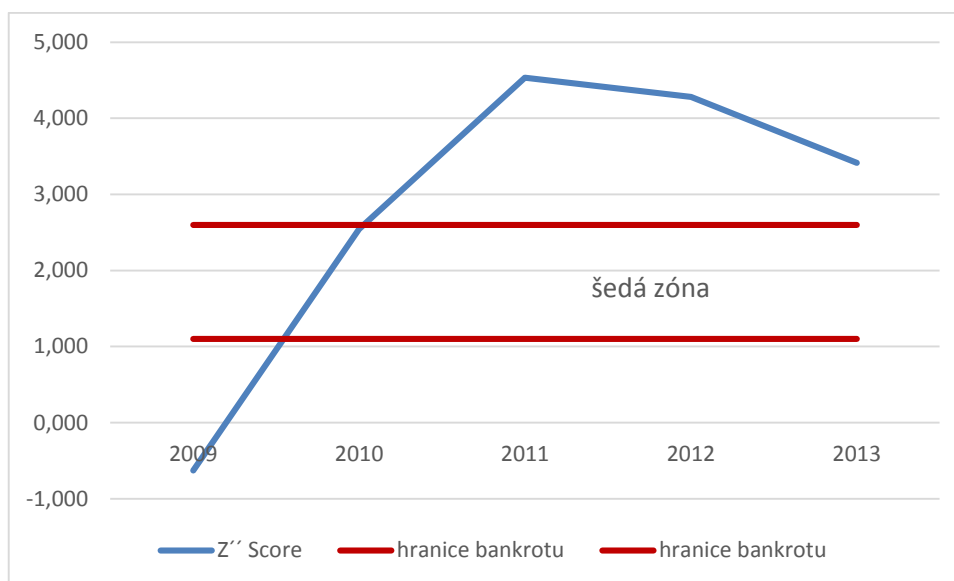
Z Altmanova Z''-Score lze konstatovat, že podnik se již v minulosti pohyboval na hranici bankrotu, kdy v roce 2009 - 2010 měl zápornou hodnotu vlastního kapitálu a hodnotu finančního výsledku hospodaření, což indikuje vysoké finanční náklady.

**Tabulka 8: Bankrotní model Altmanovo Z''- Score CK MARINE TOUR s.r.o.**

Z''Score	6,56	Čistý pracovní kapitál/ A	+	3,26	Zadržžený zisk/ A	+	6,72	EBIT/ A	+	1,05	VK/ Závazky	=	Z''
<b>2009</b>	6,56	0,190	+	3,26	-0,294	+	6,72	-0,116	+	1,05	-0,136	=	<b>-0,628</b>
<b>2010</b>	6,56	0,364	+	3,26	-0,063	+	6,72	0,055	+	1,05	-0,007	=	<b>2,544</b>
<b>2011</b>	6,56	0,681	+	3,26	-0,015	+	6,72	0,016	+	1,05	0,009	=	<b>4,535</b>
<b>2012</b>	6,56	0,501	+	3,26	0,045	+	6,72	0,106	+	1,05	0,132	=	<b>4,279</b>
<b>2013</b>	6,56	0,393	+	3,26	0,077	+	6,72	0,064	+	1,05	0,147	=	<b>3,416</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle (69) (70) (71) (72) (73)

**Obrázek 15: Schéma průběhu Z''- Score CK MARINE TOUR s.r.o.**



Zdroj: vlastní zpracování dle Tabulka 8

## Index IN05

Druhým vícerozměrným modelem je index IN05, jehož snahou bylo zachytit specifické chování české ekonomiky. Každému ukazateli jsou přiděleny váhy, které mají svůj vliv na konečný výsledek. Oproti Altmanovu Z''-Score tento model bere vyšší mírou v úvahu úrokové náklady, kdy je tedy patrné, že v roce 2011 společnost byla velmi finančně zatížená. Dle vypočtených indexů, které byly v pěti letech analyzovány, lze cestovní kancelář zařadit mezi bezproblémové, kolísavý trend však předvídá špatný vývoj. Nejnižší hodnotu podnik vykazoval v roce 2009, kdy nebyl schopný dostát svých závazků.

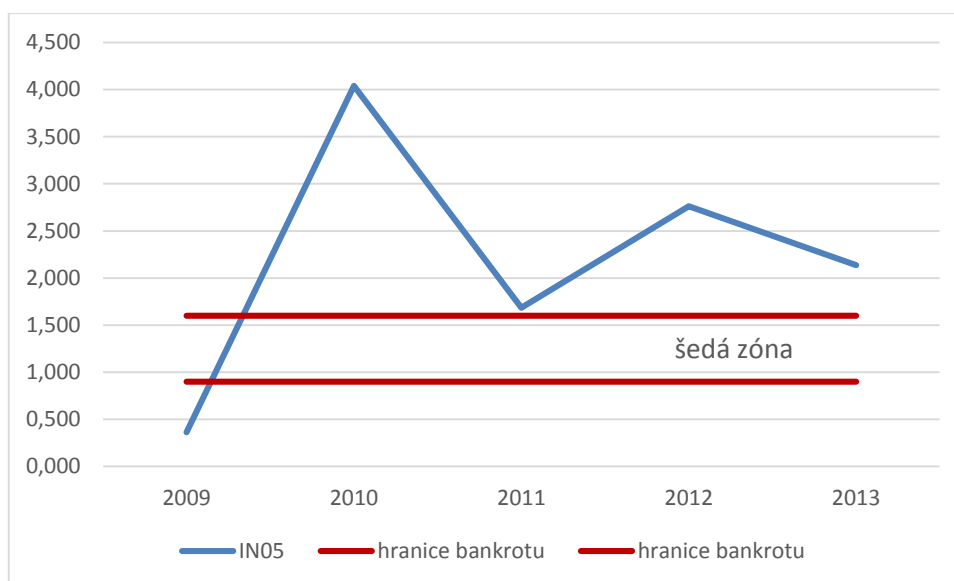
První ukazatel poměr mezi cizími zdroji a celkovými aktivy je téměř ve všech letech stabilní, až na již zmíněný rok 2011, kdy tento ukazatel spadl pod tuto stabilní hranici díky zvýšení aktiv, konkrétně pohledávek z obchodních vztahů. Druhý ukazatel se věnuje podílu zisku před zdaněním a úroky k nákladovým úrokům, výše tohoto ukazatele se odráží od provozního zisku. Jelikož nákladové úroky vzrostly v roce 2011 o necelých 136% oproti roku 2010, tak mohlo být pro věřitele jasné znamení, že se podniku nedaří a byl nucen se zadlužit, v podobném trendu se tedy musel odvíjet i provozní zisk. Oproti tomu v roce 2010 společnost měla nejnižší nákladové úroky a byla schopná poskytování služeb financovat z hlavní činnosti. Třetí ukazatel se považuje za nejvýznamnější a udává poměr zisku před zdaněním a úroky k celkovým aktivům. Situace v cestovní kanceláři MARINE TOUR byla nejlepší v roce 2012, kdy se společnost dokázala zvednout z krizového stavu v přecházejícím roce. Čtvrtý ukazatel se věnuje podílu výnosu a celkových aktiv, kdy tento poměrový ukazatel vyjadřuje jak je podnik schopen generovat tržby. Nejvyšší hodnota byla zaznamenána v roce 2012, kdy by tento ukazatel mohl napovídat, že podobných hodnot podnik dosáhne i v dalších letech. Poslední ukazatel vyhodnocuje hodnotu běžné likvidity.

**Tabulka 9: Bankrotní model IN05 CK MARINE TOUR s.r.o.**

<b>IN05</b>	<b>0,13</b>	<b>A/cizí zdroje</b>	<b>+</b>	<b>0,04</b>	<b>EBIT/Ú</b>	<b>+</b>	<b>3,97</b>	<b>EBIT/A</b>	<b>+</b>	<b>0,21</b>	<b>V/A</b>	<b>+</b>	<b>0,09</b>	<b>OA/KZ + KBÚ</b>	<b>=</b>	<b>IN05</b>
<b>2009</b>	0,13	1,101	+	0,04	-4,972	+	3,97	-0,116	+	0,21	3,624	+	0,09	1,294	=	<b>0,363</b>
<b>2010</b>	0,13	1,472	+	0,04	61,947	+	3,97	0,055	+	0,21	4,737	+	0,09	1,727	=	<b>4,040</b>
<b>2011</b>	0,13	3,669	+	0,04	3,767	+	3,97	0,016	+	0,21	3,124	+	0,09	3,773	=	<b>1,686</b>
<b>2012</b>	0,13	2,198	+	0,04	11,629	+	3,97	0,106	+	0,21	6,638	+	0,09	2,190	=	<b>2,761</b>
<b>2013</b>	0,13	1,979	+	0,04	13,708	+	3,97	0,064	+	0,21	4,358	+	0,09	1,793	=	<b>2,137</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle (69) (70) (71) (72) (73)

**Obrázek 16: Schéma průběhu modelu IN05 CK MARINE TOUR s.r.o.**



**Zdroj: vlastní zpracování dle Tabulka 9**

Bankrotní model IN05 v sobě zahrnuje propočty nejvýznamnějších ukazatelů, a proto by nám měl být schopen podat kvalitní obraz o finanční tísní podniku. V případě cestovní kanceláře MARINE TOUR, s.r.o. se tato myšlenka nepotvrdila, jelikož z grafu lze vyčíst, že společnost se kromě roku 2009 nepohybovala v bankrotní zóně, avšak trend byl velmi kolísavý a rok 2011 byl pro MARINE TOUR jedním z krizových. Dále z mírného poklesu trendu k hranici bankrotu v roce 2013 lze soudit jisté budoucí potíže cestovní kanceláře.

### **Kralicekův Quick test**

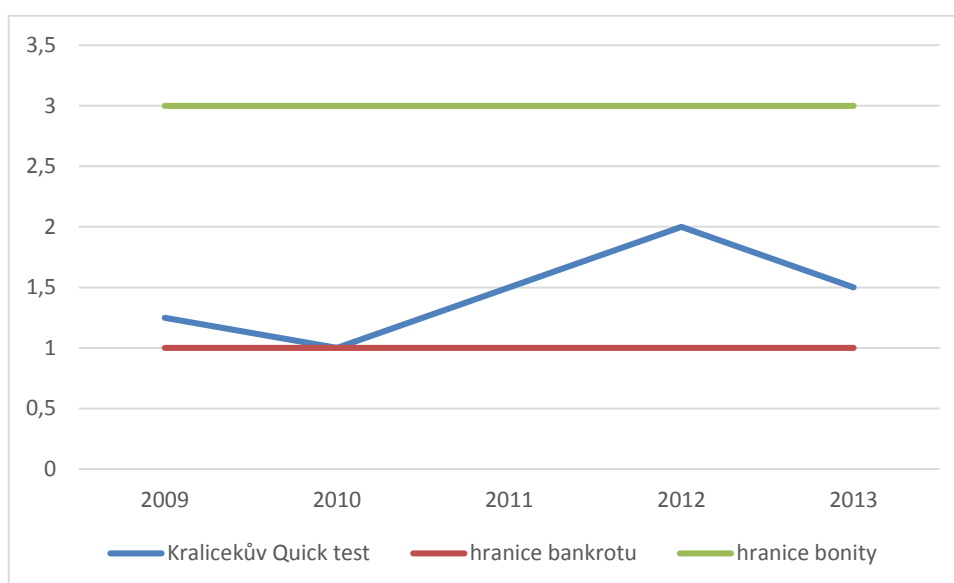
Maximální počet bodů získal ukazatel R2. Ukazatel R2 je typem cash ukazatele solventnosti. Rostoucím trendem se vyznačuje ukazatel R1, který představuje zadluženost (podíl vlastního kapitálu k celkovým aktivům). Ukazatel R3 je ukazatelem rentability celkového kapitálu, který má v bonitním modelu kolísavé tendence stejně jako je tomu u ukazatele R4, kdy v letech 2011 – 2012 měla společnost záporné provozní cash flow.

**Tabulka 10: Bonitní model KralicekůvQuick test CK MARINE TOUR s.r.o.**

Kralicekův test	R1 =VK/A	R1 body	R2 = dluhy - KFM/provozní CF	R2 body	R3 = EBIT/A	R3 body	R4 = provozní CF/výkony	R4 body	Výsledek
2009	-0,136	0	3,574	4	-0,116	0	0,043	1	<b>1,25</b>
2010	-0,007	0	5,196	2	0,055	1	0,020	1	<b>1</b>
2011	0,009	1	-28,181	4	0,016	1	-0,002	0	<b>1,5</b>
2012	0,132	2	-3,678	4	0,106	2	-0,013	0	<b>2</b>
2013	0,151	2	8,859	2	0,0642	1	0,011	1	<b>1,5</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle (69) (70) (71) (72) (73)

**Obrázek 17: Schéma průběhu modelu KralicekovaQuick testu CK MARINE TOUR**



Zdroj: vlastní zpracování dle Tabulka 10

Výsledné hodnoty všech sledovaných období se nacházejí v šedé zóně nevyhraněných výsledků, a tedy nemůže být přesně s jistotou definováno, jak se bude budoucí situace podniku vyvíjet. Rostoucí trend od roku 2011 však nepředvídá finanční tíseň.

#### 4.4.2 CK CONTI s.r.o

Obchodní jméno:	CK CONTI s.r.o.
Identifikační číslo:	250 61 623
Sídlo:	Praha 1, Jindřišská 973/30, PSČ 11000
Datum zápisu do obch. rejstříku:	20. května 1990
Právní forma:	společnost s ručením omezeným
Předmět podnikání:	<ul style="list-style-type: none"><li>• provozování cestovní kanceláře,</li><li>• provozování cestovní agentury,</li><li>• koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej.</li></ul>
Datum úpadku cestovní kanceláře:	20. května 2014
Datum zahájení insolvenčního řízení:	21. května 2014 (74)

Cestovní kancelář CK CONTI s.r.o. se na trhu cestovního ruchu pohybovala přes 24 let a patřila mezi menší cestovní kanceláře. Specializovala se především na lyžařské zájezdy do Rakouska a Itálie, realizovala zájezdy „na přání“ pro skupiny a individuální zákazníky, pořádala také adventní a poznávací zájezdy. Cestovní kancelář ukončila činnost dne 20. května 2014, příčinou úpadku byly finanční problémy v důsledku poklesu prodejů. CK CONTI s.r.o. byla pojištěna u České podnikatelské pojišťovny, pojistný limit cestovní kanceláře byl dostatečný pro pokrytí uzavřených smluv o zájezdu. Pojistná smlouva byla na období od 1. května 2013 do 30. dubna 2014, takže pojistné období skončilo tři týdny před krachem a cestovní kancelář fungovala v rozporu s platnou legislativou, kdy příslušné úřady situaci neřešily a společnosti neodebraly koncesní listinu. CK CONTI měla v době krachu v zahraničí pouze 2 klienty, u kterých byl pobyt ze strany CK uhrazen a nemusel dojít k repatriaci. Však téměř dalších 40 klientů mělo uzavřenou smlouvu o zájezdu na budoucí zájezd, kteří nárok na odškodnění neměli. (75) (76)

Bankrotní a bonitní modely byly zpracovány pro CK CONTI v letech 2008 – 2012, kdy analýzy nemohly být zpracovány pro rok 2013, jelikož společnost nedostala zákonné

povinnosti uveřejnit účetní výkazy ve veřejném seznamu. Analýza posledního roku před krachem společnosti by pomohla upřesnit a lépe klasifikovat finanční tíseň podniku.

### Altmanovo Z''- Score

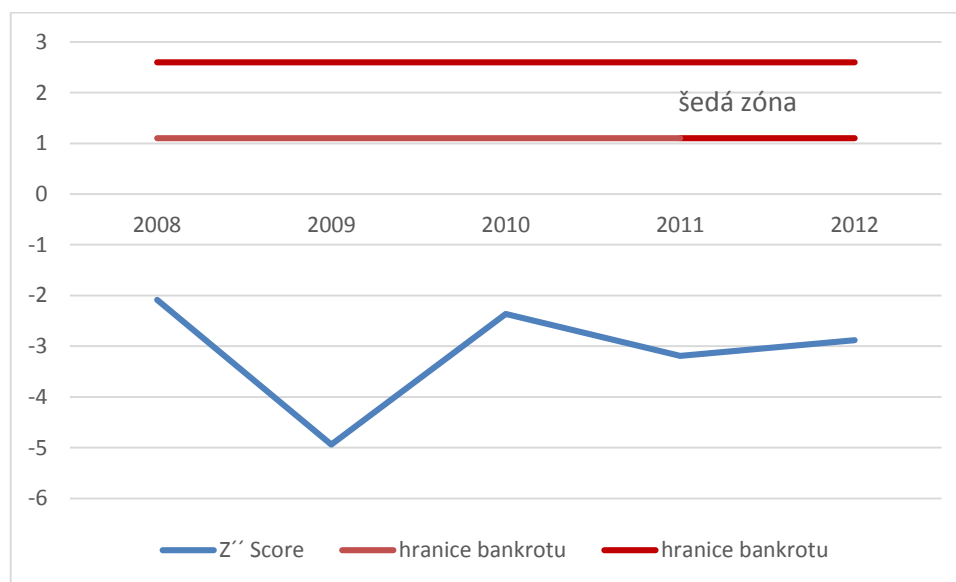
Prvním zvoleným modelem byla modifikovaná verze Altmanova Z-Score vhodná pro nevýrobní podniky. Z grafu je zřetelně vidět, že hodnota indexu se po celé sledované období nachází pod dolní hranicí bankrotu, trend po celé sledované období je velmi kolísavý, přestože zde je viděn mírně zlepšující se tendence v roce 2010. Altmanovo Z''-Score určilo finanční tíseň podniku velmi dobře a definovalo předpověď krachu cestovní kanceláře.

Tabulka 11: Bankrotní model Altmanovo Z''-Score CK CONTI

Z''Score	6,56	Čistý pracovní kapitál/ A	+	3,26	Zadržovaný zisk/ A	+	6,72	EBIT/ A	+	1,05	VK/ Závazky	=	Z''
2008	6,56	-0,344	+	3,26	-0,120	+	6,72	0,098	+	1,05	-0,097	=	<b>-2,088</b>
2009	6,56	-0,467	+	3,26	-0,255	+	6,72	-0,140	+	1,05	-0,092	=	<b>-4,936</b>
2010	6,56	-0,456	+	3,26	-0,102	+	6,72	0,135	+	1,05	0,048	=	<b>-2,366</b>
2011	6,56	-0,470	+	3,26	-0,070	+	6,72	0,017	+	1,05	0,008	=	<b>-3,188</b>
2012	6,56	-0,442	+	3,26	-0,045	+	6,72	0,011	+	1,05	0,083	=	<b>-2,879</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle (77) (78) (79) (80) (81)

Obrázek 18: Schéma průběhu Altmanova Z''-Score CK CONTI



Zdroj: vlastní zpracování dle Tabulka 11

## Index IN05

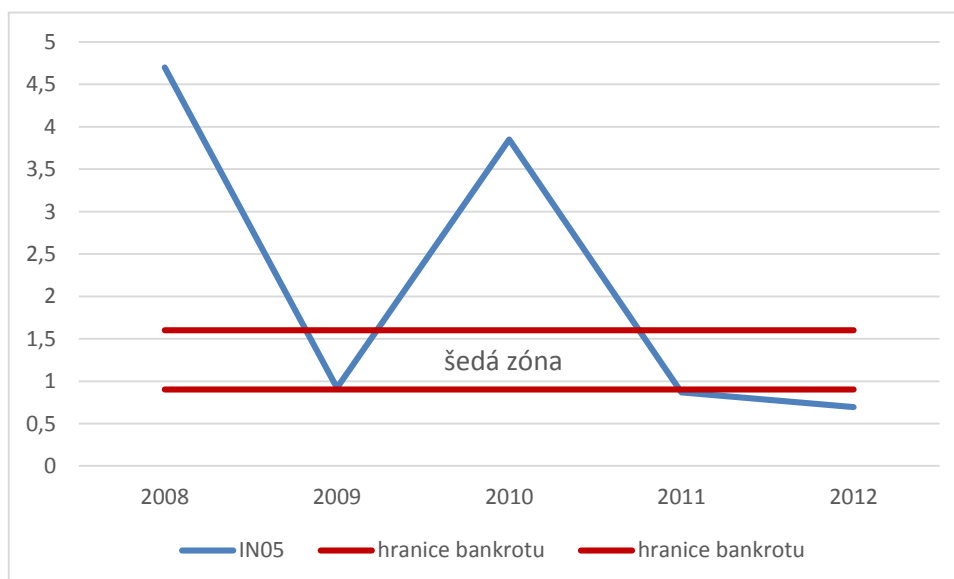
V pořadí druhým bankrotním modelem byl zvolen IN05, kdy se podnik střídavě pohyboval v průběhu pozorovaného období nad hodní hranicí bankrotu, kde mu dle modelu krach nehrozil a dále se pohyboval v šedé zóně. Až v roce 2011 zaujal klesající trend pod hranici bankrotu. V roce 2009 nastala slabost tohoto modelu, kdy se nákladové úroky limitně blížily nule, tak ukazateli solventnosti byla přiřazena hodnota 9 (jak radí autoři modelu), tohoto důvodu byl podnik v roce 2009 přesně na dolní hranici bankrotu, pokud by byla zvolena nižší hodnota, cestovní kancelář by se vyskytovala pod dolní hranicí bankrotu. V posledním roce sledovaného období už je zřetelný úpadek pod dolní hranici bankrotu.

Tabulka 12: Bankrotní model IN05 CK CONTI

IN05	0,13	A/cizí zdroje	+	0,04	EBIT/Ú	+	3,97	EBIT/A	+	0,21	Výnosy/A	+	0,09	OA/KZ + KBÚ	=	IN05
2008	0,13	0,912	+	0,04	72,333	+	3,97	0,098	+	0,21	5,879	+	0,09	0,686	=	<b>4,699</b>
2009	0,13	0,916	+	0,04	9,000	+	3,97	-0,140	+	0,21	4,518	+	0,09	0,572	=	<b>0,922</b>
2010	0,13	1,050	+	0,04	61,364	+	3,97	0,135	+	0,21	3,223	+	0,09	0,522	=	<b>3,850</b>
2011	0,13	1,008	+	0,04	3,600	+	3,97	0,017	+	0,21	2,278	+	0,09	0,527	=	<b>0,868</b>
2012	0,13	1,091	+	0,04	1,635	+	3,97	0,011	+	0,21	1,887	+	0,09	0,518	=	<b>0,695</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle (77) (78) (79) (80) (81)

Obrázek 19: Schéma průběhu IN05 CK CONTI



Zdroj: vlastní zpracování dle Tabulka 12



Hodnoty indexu IN05 společnosti CK CONTI v roce 2011 a 2012 informují o 97% pravděpodobnosti bankrotu a 76% pravděpodobnosti, že podnik nebude generovat zisk. IN05 určil velmi dobře budoucí vývoj společnosti.

### Kralicekův Quick test

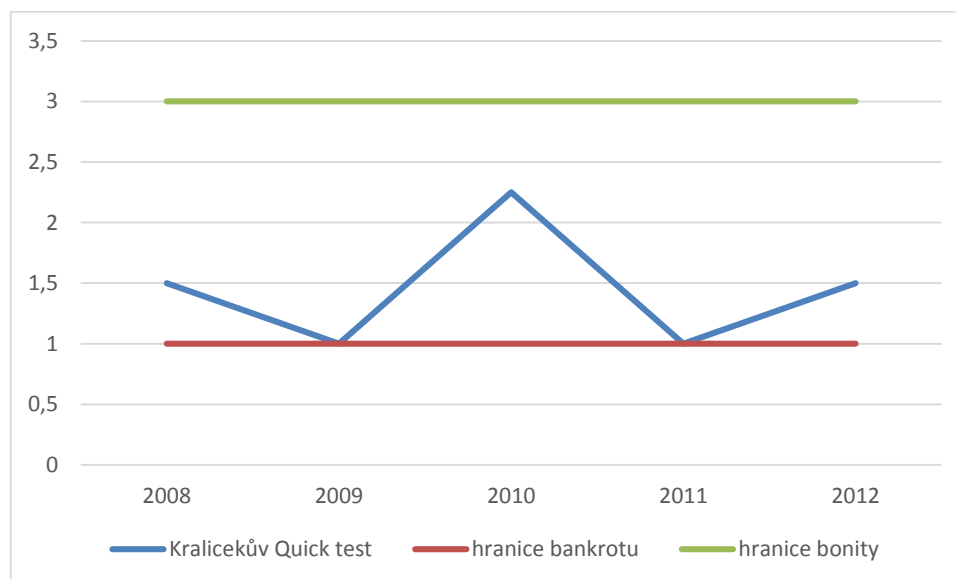
Výsledné hodnoty KralicekovaQuick testu se nacházejí v šedé zóně nevyhraněných výsledků a tedy nemůže být s jistotou definována budoucí situace podniku. Podnik dle KralicekovaQuick testu ve čtyřech letech vyšel jako střední podnik a pouze v roce 2010 se CK CONTI dostala přes hranici na stupeň dobrý podnik.

Tabulka 13: Bonitní model Kralicekův Quick test CK CONTI

Kralicekův test	R1 = VK/A	R1 body	R2 = dluhy - KFM/provozní CF	R2 body	R3 = EBIT/A	R3 body	R4 = provozní CF/výkony	R4 body	Výsledek
2008	-0,097	0	-2,578	4	0,098	2	-0,050	0	1,5
2009	-0,092	0	-4,064	4	-0,140	0	-0,050	0	1
2010	0,048	1	3,562	3	0,135	3	0,065	2	2,25
2011	0,008	0	9,165	2	0,017	1	0,041	1	1
2012	0,083	1	7,487	2	0,0114	1	0,053	2	1,5

Zdroj: vlastní zpracování dle (77) (78) (79) (80) (81)

Obrázek 20: Schéma průběhu KralicekovaQuick testu CK CONTI



Zdroj: vlastní zpracování dle Tabulka 13

## 4.5 Řízený rozhovor se zaměstnancem pojišťovny

Řízený rozhovor byl realizován v průběhu března 2016 s nejmenovaným zaměstnancem jedné z pojistných subjektů, které poskytují pojištění záruky proti úpadku cestovní kanceláře. Otázky jemu kladené byly zaměřené na objasnění názoru na určitý pojistný instrument, na konkrétní příčiny a dopady vztahující se k situaci pojištění cestovních kanceláří.

Jaký je aktuální počet cestovních kanceláří, které mají platné pojištění záruky proti úpadku?

*Hned první otázkou jste mě mírně zaskočila, přesný počet cestovních kanceláří, které mají aktuální a platnou smlouvu o pojištění záruky proti úpadku z hlavy nevím, ale je to něco kolem 270 cestovních kanceláří.*

Jakým způsobem informujete klienty o novinkách v oblasti pojištění záruky proti úpadku, myslíte si, že je zde prostor pro zlepšení procesu?

*Cestovní kanceláře jsou ze strany pojišťoven informováni přes newslettery, v případě že nám dají souhlas se zasíláním. Nejedná se pouze o informace určené cestovním kancelářím, jsou to různé nabídky našich pojistných instrumentů, které by se jim k podnikání mohly hodit. Proces informování klientů je dle mého názoru dostatečný, pokud se jedná o informaci týkající se konkrétní smlouvy, tak klienti jsou kontaktováni emaile, popř. telefonicky.*

Jakým způsobem hodnotíte cestovní kancelář, zda ji pojistíte nebo smlouvu neuzavřete?

*Jako první se posuzuje finanční situace společnosti s pomocí scoringu, pro lepší představu je to systém podobný poskytnutí úvěru v bance, kdy se hodnotí bonita klienta. Je to analýza, která uděluje body na základě vah a kritérií, které jsou uvedeny v interních směrnících pojišťovny. Tento výsledek nám určí jak na tom je finančně, to však není všechno, celkové rozhodnutí, zda cestovní kancelář pojistit nebo ne představuje komparaci měkkých a tvrdých dat na základě které padne rozhodnutí.*

Jakým způsobem hodnotíte finanční situaci nově vzniklé cestovních kanceláří?

*U nově vznikajících cestovních kanceláří je proces o něco delší, jelikož cestovní kancelář musí dodat realizovatelný podnikatelský záměr, který zároveň byl předložen Ministerstvu pro místní rozvoj ČR, na jehož základě byla udělena koncese. Hodnocení takového záměru je časově náročnější než u stabilních cestovních kanceláří, které jsou na trhu delší dobu. U jakékoliv nové cestovní kanceláře je z našeho pohledu uzavření smlouvy velmi riskantní.*

Jaký je váš názor na novelu zákona 159/199 Sb.?

*Novela, která prošla Parlamentem ČR s pozměňovacími návrhy Senátu ČR je akceptovatelná jak ze strany cestovních kanceláří, tak ze strany pojišťoven. V původním znění, kdy pojišťovny měly hradit nároky zákazníků bez ohledu na limit pojištění, novela přijatelná pro pojišťovny, nedokázaly by krýt tak vysoké riziko. Bohužel v minulosti se objevovalo mnoho případů zkrachovalých cestovních kanceláří, kdy zákonné pojištění cestovní kanceláře bylo nedostatečné pro pokrytí všech nároků poškozených stran, takže chápu, že vláda se snažila tento problém podchytit a ochránit tím koncového spotřebitele, ale bylo to trochu nešikovné řešení. Můj názor je, že novelizace této oblasti byla potřeba, ochrana koncového spotřebitele zůstává prioritou pro stát, pojišťovny i cestovní kanceláře.*

## 5 Soubor doporučení

Během šetření bylo zjištěno mnoho informací, názorů a poznatků díky, kterým bylo možné vytvořit ucelený soubor doporučení, které mohou vést ke zlepšení stávající situace. Přestože se pojištění záruky proti úpadku cestovních kanceláří týká především subjektů cestovního ruchu a pojišťoven, měli by se o toto pojištění zajímat i koncoví spotřebitelé.

### Doporučení pro pojišťovny

Současná situace na trhu byla zhodnocena zástupci cestovních kanceláří, kteří byli osloveni dotazníkem, jenž je součástí příloh diplomové práce. Jen minimální množství subjektů je spokojeno se současným stavem povinného pojistného instrumentu. Na základě dotazníkového šetření vyplynulo, že pouze minimální počet cestovních kanceláří získává od pojišťoven nějaké výhody či věrnostní bonusy. Pojišťovny by měly zapracovat na koncepci bonusových programů pro stabilní a stálé klienty. Taková koncepce by jistě zlepšila přístup cestovních kanceláří k povinnému pojištění záruk, které při stávajících podmínkách představuje pro CK pouze finanční a administrativní zátěž. Prvním možným doporučením pro pojištěné subjekty je poskytnutí slevy z pojistného za dlouhodobou spolupráci. Od určité hranice délky spolupráce by pojišťovna poskytovala pojištěným subjektům slevu na pojistném. Pojišťovny by si tak zajistily věrnost cestovních kanceláří a tím by zajistily své výnosy. Dalším možným doporučením při dlouhodobé spolupráci s CK je možnost uzavřením rámcové smlouvy s pojišťovnou a za zvýhodněných podmínek poskytovat klientům cestovní kanceláře další pojistné produkty, např. zprostředkování klientů cestovní pojištění. Pojišťovna by zvýšila svůj zisk, jelikož cestovní kancelář by přiváděla stále nové klienty, kteří by si mohli zakoupit u dané pojišťovny i jiný pojistný instrument. Z této možnosti by profitovaly oba subjekty, z tohoto důvodu je hodnocena jako velmi výhodná.

Jedním z hlavních problémů je povinného pojištění záruky proti úpadku CK je podhodnocení cestovní kanceláře při výpočtu pojistného, v případě kdy není jednoznačně možné určit, že se cestovní kancelář podhodnotila. Z části je řešením novela zákona 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu, která nabyla účinnosti dne 29. prosince 2015. Tato novela určuje cestovním kancelářím povinnost sdělit pojišťovně každý měsíc informace o počtu

cestujících, o zaplacených zálohách a o počtu prodaných zájezdů. Pojišťovny se získáním těchto informací stanou spoluzodpovědné za stanovení výše pojistného plnění. Dle měsíčního reportingu budou pojišťovny schopny indikovat náhlé změny včas. Novela však nestanovuje kontrolní orgán, který zaručí, že jsou cestovní kanceláři poskytnuté údaje pravdivé a nejsou zkreslené. Možným řešením by bylo zavedení kontrolního nástroje, který by v případě nekalého podnikání sankcioval cestovní kanceláře za podávání mylných informací.

V současné době používají pojišťovny k hodnocení finanční situace podniku tzv. scoring. Tento postup představuje ohodnocení bonity klienta v tomto případě bonitu cestovní kanceláře a následně komparaci tvrdých a měkkých dat. Doporučení je postaveno na využití části finanční analýzy, konkrétně bankrotních modelů, které se řadí k analýze ex ante, kdy jejím cílem je predikovat situaci podniku do budoucnosti a předpovídat finanční potíže společnosti v nejbližších 3-5 letech. Na zpracované analýze se potvrdila přínosnost těchto modelů, přestože modely nejsou aktuální a díky tomu jejich vypovídající schopnost není sto procentní. Pro subjekty v České republice je nejlépe využitelný model IN05, který je přizpůsoben podmínkám a specifikům českého trhu. Problémem modelů je využití dat získaných pouze z finančního účetnictví. Hodnoty vykázané v rámci výkazů účetní závěrky by měly být vždy věrným obrazem skutečnosti, avšak v některých případech mohou být hodnoty uměle upraveny zákonnými i nelegálními postupy. Účetní jednotka je schopna mimo jiné i pomocí závěrkových operací ovlivnit výsledek hospodaření. Zlepšením modelu IN05 je vyloučení jednorázových nákladů, resp. výnosů, které ovlivňují výsledek modelu. Doporučením pro pojišťovny tedy je nerozhodovat se pouze z informací z finančního účetnictví účetní jednotky.

### **Doporučení pro cestovní kanceláře**

Cestovní kanceláře jsou zodpovědné za vlastní hospodaření, měly by pravidelně sledovat cash flow, výsledek hospodaření a ukazatele zadluženosti a likvidity. Subjekt sám zjistí, zda nehrozí ekonomické problémy. Případů nekalého podnikání a uvádění nepravdivých údajů lze najít v minulosti velké množství. Hlavním důvodem tohoto jednání je absence postihů ze strany státní správy. Doporučením pro subjekty cestovního ruchu je poskytování pravdivých údajů pojišťovnám, protože jakékoliv ovlivňování má důsledek hlavně na koncového spotřebitele.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že minimum cestovních kanceláří využívá doplňkové pojištění. Pro cestovní kanceláře by však bylo vhodné využívat tyto doplňkové produkty. Pojištění jednotlivých služeb je výhodné především pro klienty, kteří si koupí například pouze ubytování. V případě, kdy cestovní kancelář, která je pojištěna pouze proti úpadku nezaplatí dané ubytování a dostane se do úpadku, klient nemá nárok na odškodnění. V tomto případě by bylo vhodné, aby si cestovní kancelář udělala analýzu prodeje a vyhodnotila, zda se jim připojištění jednotlivých služeb vyplatí. Záleží na zaměření konkrétní cestovní kanceláře a na rozsahu služeb, které klientům poskytuje.

Během roku 2015 došlo k několika teroristickým útokům v turisticky vyhledávaných destinacích. Cestovní kanceláře, které jsou zaměřeny na pořádání zájezdů do těchto destinací, se staly pro pojišťovny více rizikovými. Doporučením pro takové cestovní kanceláře je diverzifikovat riziko tím, že rozšíří vlastní portfolio nabídky poskytovaných zájezdů do více zemí.

### **Doporučení pro klienty**

Doporučení pro klienty cestovních kanceláří je, aby byli obezřetní při výběru cestovní kanceláře pro koupi zájezdu a před jeho koupí se důkladně seznámili se smlouvou o zájezdu a všeobecnými podmínkami. Pro klienta by mělo být samozřejmostí zjistit si, zda má pořádající cestovní kancelář platné pojištění záruky proti úpadku. Neprostudováním dostupných informací se klient vystavuje možnému nebezpečí.

Dalším doporučením pro konečného spotřebitele je nákup zájezdu přes cestovní agenturu, kdy cena zájezdu pro klienta je stejná při nákupu přes cestovní agenturu i přímo v cestovní kanceláři, avšak cestovní agentury mají zpravidla přehled o finančním zdraví spolupracujících cestovních kanceláří. V případě, kdy mají pochybnost o prosperitě konkrétní cestovní kanceláře, zpravidla zájezdy této CK nenabízejí. Některé cestovní agentury navíc poskytují klientovi i jiná zajištění pro případ, kdy pořádající cestovní kancelář ukončí svou činnost. Například Invia.cz, a.s. poskytuje pojistný instrument, který klientovi zaručuje při úpadku pořádající cestovní kanceláře vrácení peněz do 30 dní v plné výši ceny zájezdu. Pojištění je automaticky součástí každého zájezdu z nabídky cestovní agentury, není však součástí služeb, které nesplňují definici zájezdu dle zákona 159/1999 Sb.

## 6 Závěr

Zákonné pojištění záruky proti úpadku cestovních kanceláří je velmi rozsáhlou oblastí, která je ustanovena zákonem č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu. Tento pojistný instrument byl implementován do legislativy České republiky hlavně za účelem ochrany koncového spotřebitele. Před vstoupení v platnost tohoto zákona neměli klienti cestovních kanceláří žádnou jistotu vrácení finančních prostředků v případě, kdy se cestovní kancelář ocitla ve finanční tísní a byla nucena vyhlásit úpadek. S vytvořením speciálního pojištění pro cestovní kanceláře, získali klienti jistotu náhrady zaplacených peněžních prostředků v případě krachu cestovní kanceláře. Pojištění odpovědnosti cestovních kanceláří v současné době nabízí pět pojišťoven, z nichž největší podíl na trhu má Generali pojišťovna. Každá z pojišťoven má jiné podmínky pro uzavření smlouvy, například minimální počet let působení CK na trhu, minimální roční obrát, výše tržeb apod. Pojišťovna nemá povinnost uzavřít smlouvu s každým subjektem, který o ni zažádá, a tato skutečnost ztěžuje konkurenceschopnost na trhu malým cestovním kancelářím. Produkt pojištění záruky proti úpadku je velmi specifickým a rizikovým instrumentem, proto se nenachází v klasické nabídce pojišťoven. Pojišťovny vytvářejí individuální nabídky „na míru“ jednotlivým cestovním kancelářím až po vyplnění rozsáhlého dotazníku či po kontaktování konkrétní pojišťovny. Je nutné upozornit na skutečnost, že pojištění záruky proti úpadku není pro pojišťovny prioritním produktem.

Dovolenou si u cestovních kanceláří vybere každým rokem větší množství obyvatel České republiky. Klienti cestovních kanceláří jsou čím dál tím lépe informováni, bohužel to samé se nedá říci o službách, které některé cestovní kanceláře poskytují. V minulých letech svět postihla ekonomická krize, přírodní katastrofy jako výbuch sopky na Islandu nebo požáry v Řecku. Tyto události byly příčinou úpadku hned několika cestovních kanceláří. Aktuální ohrožení subjektů na trhu cestovního ruchu jsou především teroristické útoky v turisticky oblíbených destinacích, především v Turecku, Tunisku a Egyptě. Tyto události však žádné pojištění neovlivní. I proto se trh cestovního ruchu řadí do nejvíce rizikových a nepředvídatelných odvětví, pro cestovní kanceláře je udržení se na trhu při stávající konkurenci náročné.

Mezi zástupci cestovních kanceláří převládá spokojenost s pojišťovnami. Mezi nedostatky řadí především dle jejich názoru nefungující komunikaci, na jejímž zlepšení by měly pracovat oba subjekty smluvního vztahu. Nejdůležitějším faktorem pro výběr pojišťovny je předchozí dobrá zkušenost s pojišťovnou a jejím jednáním. Na základě toho byla zpracována doporučení, která upozorňují na nedostatek věrnostních programů, či bonusů za dlouhodobou a bezproblémovou spolupráci. V rámci diplomové práce byl v kapitole 5 Soubor doporučení zpracován komplexní soubor doporučení pro všechny subjekty, kterých se povinnost pojištění záruky proti úpadku cestovních kanceláří dotýká, tj. pojišťoven, cestovních kanceláří a klientů cestovních kanceláří.

Primárně v zájmu ochrany spotřebitele by se činnosti cestovních kanceláří nadále měla věnovat zvýšená pozornost. Legislativní úprava povinného pojištění cestovních kanceláří je v současné době dostačující. Otázkou je, jak se osvědčí novela zákona č. 159/1999 Sb., která přinesla změnu v úpravě komunikace a pravidelného poskytování informací od cestovních kanceláří pojišťovnám a zda bude mít kladný efekt na snižování počtu krachujících cestovních kanceláří.



## 7 Seznam použitých zdrojů

1. Široký, Jan. *Publikování a prezentace výsledků vědy a výzkumu*. Olomouc : Moravská vysoká škola Olomouc, 2010. ISBN 978-808-7240-410.
2. Kozel, Roman, Mynářová, Lenka a Svobodová, Hana. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-3527-6.
3. Svatošová, Libuše a Kába, Bohumil. *Statistické metody II (učební texty)*. Praha : Česká zemědělská univerzita v Praze, 2008. ISBN 978-80-213-1736-9.
4. Grünwald , Rolf a Holečková, Jaroslava. *Finanční analýza a plánování podniku*. Praha : Ekopress, 2007. ISBN 978-80-86929-26-2.
5. Neumaierová, Inka a Neumaier, Ivan. *In Evropské finanční systémy, Sborník příspěvků z konference*. Brno : Masarykova univerzita, 2005. ISBN 80-7079-487-9.
6. Mikuláščík, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi - 2. doplněné a přepracované vydání*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-2339-6.
7. World Trade Organization. *International Conference on Travel and Tourism Statistic*. [Online] 7. 1991. [Citace: 3. 6. 2015.] <https://www.wto.org/>.
8. Doswell, Roger. *Tourism. How effective management makes the difference*. New York : Routledge, 2009. ISBN 978-0-7506-2272-1.
9. Indrová, Jarmila a kol. *Cestovní ruch (základy)*. Praha : Oeconomica, 2007. ISBN 978- 80-245-1252.
10. Sysel, Jiří a Zurynek, Josef. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-78-5.
11. Jakubíková, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.
12. Hesková, Marie. *Cestovní ruch: Pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha : Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

13. Palatková, Monika a kol. *Management cestovních kanceláří a agentur*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2013. ISBN 978-80-247-3751-5.
14. Rýgllová, Kateřina. *Cestovní ruch*. Ostrava : Key Publishing, 2009. ISBN 978- 80- 7418- 028-6.
15. Žídek, Libor. *Transformace české ekonomiky 1989-2004*. Praha : C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-922-X.
16. Rýgllová, Kateřina, Burian, Michal a Vajčnerová, Ida. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN 978- 80- 247- 4039-3.
17. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. *Statistické šetření ubytovacích zařízení cestovního ruchu, cestovních kanceláří a agentur na území ČR*. [Online] 29. 4. 2015. [Citace: 16. 1. 2016.] <http://www.mmr.cz/getmedia/d674e44b-43be-490e-9ff1-725e7d7a5593/03-Prezentace-UZ-CK-CA-2015-04-29.pdf>.
18. Mag consulting. *Tempo růstu počtu cestovních kanceláří v České republice se zpomaluje*. [Online] 26. 9. 2013. [Citace: 22. 12. 2015.] <http://www.magconsulting.cz/tempo-rustu-poctu-cestovnich-kancelari-ceske-republice-se-zpomaluje/>.
19. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.
20. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. *Pokyny pro vznikající cestovní kanceláře*. [Online] 28. 3. 2009. [Citace: 5. 6. 2015.] <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Informace-pro-cestovni-kancelare-a-agentury/Pokyny-pro-vznikajici-cestovni-kancelare>.
21. Beaver, Allan. *A dictionary of travel and tourism terminology*. Oxon : CABI Publishing, 2005. ISBN 978 0 85199 020 9.
22. Oriška , Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha : IDEA SERVICE, 2010. ISBN 978- 80- 85970-68-5.

23. Rodgers, Janet. *Advanced Travel and Tourism*. Bath : Bath Press Ltd., 2004. ISBN 0- 435-45592-3.
24. Sůra, Jan. iDnes.cz. *České cestovky si vymýšlí údaje o počtech klientů*. [Online] mediální skupina Mafra, 27. 2. 2008. [Citace: 12. 1. 2016.] [http://ekonomika.idnes.cz/ceske-cestovky-si-vymysli-udaje-o-poctech-klientu-fvw-/test.aspx?c=A080226\\_203241\\_spotrebitelemia](http://ekonomika.idnes.cz/ceske-cestovky-si-vymysli-udaje-o-poctech-klientu-fvw-/test.aspx?c=A080226_203241_spotrebitelemia).
25. Mag consulting. *Největší podíl na trhu cestovních kanceláří má Exim Tours a. s.* [Online] 23. 5. 2014. [Citace: 5. 6. 2015.] <http://www.magconsulting.cz/nejvetsi-podil-trhu-cestovnich-kancelari-ma-exim-tours/>.
26. Černohorský , Jan a Teplý, Petr. *Základy financí*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-3669-2.
27. Ducháčková, Eva. *Principy pojištění a pojišťovnictví*. Praha : Ekopress, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-86929-51-4.
28. Daňhel, Jaroslav a kol. *Pojistná teorie*. Praha : Professional Publishing, 2006. ISBN 80-86946-00-2.
29. Tichý, Milík. *Ovládání rizika: analýza a management*. Praha : C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-415-5.
30. Čejková, Viktória. *Pojistný trh*. Praha : Grada Publishing, spol. s.r.o., 2002. ISBN 80- 247-0137-5.
31. Martinovičová, Dana. *Pojištění podnikatelských subjektů*. Praha : Key Publishing, 2007. ISBN 978-80-8707-108-3.
32. Ducháčková, Eva a Daňhel , Jaroslav. *Teorie pojistných trhů*. Praha : Professional Publishing, 2010. ISBN 978-80-7431-015-7.
33. Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu.
34. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. [Online] 27. 1. 2010. [Citace: 18. 11. 2015.] <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Pravo->

Legislativa/Prehled-platnych-pravnich-predpisu/Archiv/Komentar-k-novele-zakona-c-159-1999-Sb-o-nekter.

35. Papež, Jan. ACK ČR. *Pojištění cestovních kanceláří pro případ úpadku*. [Online] 24. 1. 2012. [Citace: 12. 1. 2016.] <http://www.ackcr.cz/tiskove-zpravy/pojisteni-cestovnich-kancelari-pro-pripad-upadku/>.

36. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. [Online] 15. 10. 2014. [Citace: 22. 12. 2015.] <http://www.mmr.cz/getmedia/a72d199b-5cc3-4484-83eb-a01e7b3109cc/C-j-36157-2014-ze-dne-17-10-2014.pdf>.

37. Krachy cestovek. [Online] 26. 4. 2012. [Citace: 12. 1. 2016.] <http://www.krachycestovek.cz/clanek/171-ck-harmonie-medical-podvodnice-skoncila-zamrizeni>.

38. Holý, Tomáš. Novinky.cz. *Václav Fischer vyhrál spor o použití svého jména*. [Online] 14. 7. 2008. [Citace: 12. 1. 2016.] <http://www.novinky.cz/ekonomika/144966-vaclav-fischer-vyhral-spor-o-pouziti-sveho-jmena.html>.

39. Česká televize. [Online] 18. 7. 2009. [Citace: 12. 1. 2016.] <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1396116-krach-tomi-tour-druhy-pad-vaclava-fischera>.

40. Pecák, Radek. Aktualne.cz. *Krach další cestovky. CK Pressburg nemá peníze*. [Online] 16. 6. 2011. [Citace: 12. 1. 2016.] <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/ceska-ekonomika/krach-dalsi-cestovky-ck-pressburg-nema-penize/r~i:article:704294/>.

41. Causidisová, Kateřina a Grmolcová, Gabriela. Český rozhlas. *Majitelka cestovní kanceláře Majestic Travel je v insolvenčním řízení*. [Online] Český rozhlas, 27. 12. 2012. [Citace: 6. 6. 2015.] [http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/\\_zprava/majitelka-cestovni-kancelare-majestic-travel-je-v-insolvencnim-rizeni--1154415](http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/_zprava/majitelka-cestovni-kancelare-majestic-travel-je-v-insolvencnim-rizeni--1154415).

42. Zemanová, Jana. Český rozhlas. *CK Majestic Travel, která má finanční potíže, nebyla pojištěná. V Chorvatsku má 40 klientů*. [Online] Český rozhlas, 9. 7. 2012. [Citace: 6. 6. 2015.] [http://www.rozhlas.cz/zpravy/politika/\\_zprava/1083438](http://www.rozhlas.cz/zpravy/politika/_zprava/1083438).

43. Sedláček, Jaroslav. *Účetní data v rukou manažera – finanční analýza v řízení firmy*. Praha : Computer Press, 2001. ISBN 80-7226-562-8.
44. Černá, Alena a kol. *Finanční analýza*. Praha : Bankovní institut, 1997. ISBN neuvedeno.
45. Vochozka, Marek. *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-3647-1.
46. Zikmund , Martin. Businessvize.cz. *IN05 – Bankrotní index z Česka, který funguje na české firmy*. [Online] 3. 2. 2011. [Citace: 26. 12. 2015.] <http://www.businessvize.cz/financni-analyza/in05-bankrotni-index-z-ceska-ktery-funguje-na-ceske-firmy>.
47. ČTK a iDNES.cz. iDnes.cz. *Pojišťovací pool cestovek končí*. [Online] mediální skupina MAFRA, 22. 10. 2003. [Citace: 12. 12. 2015.] [http://ekonomika.idnes.cz/pojistovaci-pool-cestovek-konci-dom-/ekoakcie.aspx?c=A031022\\_171040\\_ekoakcie\\_klu](http://ekonomika.idnes.cz/pojistovaci-pool-cestovek-konci-dom-/ekoakcie.aspx?c=A031022_171040_ekoakcie_klu).
48. Kaclová , Markéta a Weissová, Lucie. Český rozhlas. *Pool pojišťoven od ledna končí - kdo pojistí cestovní kanceláře?* [Online] 23. 8. 2003. [Citace: 12. 12. 2015.] [http://www.rozhlas.cz/zpravy/ekonomika/\\_zprava/pool-pojistoven-od-ledna-konci-kdo-pojisti-cestovni-kancelare--85081](http://www.rozhlas.cz/zpravy/ekonomika/_zprava/pool-pojistoven-od-ledna-konci-kdo-pojisti-cestovni-kancelare--85081).
49. Slavia pojišťovna. *Pojištění úpadku cestovní kanceláře*. [Online] 1. 10. 2015. [Citace: 12. 12. 2015.] <http://www.slavia-pojistovna.cz/files/tz/bannery/ck-seznam-1.10.2015.pdf>.
50. Allianz Slovenská poisťovňa. *Produkty pre podnikateľov*. [Online] [Citace: 12. 2. 2016.] <http://www.allianzsp.sk/poistenie-podnikatelov>.
51. Evropská pojišťovna. *Pojištěné cestovní kanceláře*. [Online] 1. 10. 2015. [Citace: 12. 12. 2016.] <http://www.ervpojistovna.cz/cs/ck-pojistene-pro-pripad-upadku>.
52. Union pojišťovna. *Cestovní kanceláře pojištěné v pojišťovně Union*. [Online] 1. 10. 2015. [Citace: 12. 12. 2016.] <https://www.unionpojistovna.cz/ck-pojistene-v-pojistovne-Union>.

53. Fiducia. *Seznam pojištěných cestovních kanceláří*. [Online] 1. 10. 2015.  
[Citace: 12. 12. 2015.] [http://www.fiducia.cz/cz/travel\\_agencies/travel\\_agencies.html](http://www.fiducia.cz/cz/travel_agencies/travel_agencies.html)
54. Česká podnikatelská pojišťovna. *Úpadek seznam*. [Online] 1. 10. 2015.  
[Citace: 12. 12. 2015.] <http://www.cpp.cz/prodejci/cpp/cp/upadek-seznam.asp>.
55. Generali pojišťovna. *Pojištění záruky pro případ úpadku CK*. [Online] 1. 10. 2015.  
[Citace: 12. 12. 2016.]  
[http://www.generali.cz/Portal/Redakce/cksolven.nsf/view\\_forWEB?OpenView&Count=400&Start=1](http://www.generali.cz/Portal/Redakce/cksolven.nsf/view_forWEB?OpenView&Count=400&Start=1).
56. Neužilová, Lenka. TTG (Travel Trade Gazette) Czech. *Věra Jourová: Novela zákona 159/1999 má přispět ke zvýšení ochrany spotřebitele*. [Online] 25. 6. 2015.  
[Citace: 14. 2. 2016.] <http://www.ttg.cz/vera-jourova-novela-zakona-1591999-ma-prispet-ke-zvyseni-ochrany-spotrebitele/>.
57. Čech, František. *opojištění.cz. Nešťastná novela zákona o cestovním ruchu právníckým okem*. [Online] 1. 10. 2015. [Citace: 14. 2. 2016.]  
<http://www.opojisteni.cz/ekonomika/nestastna-novela-zakona-o-cestovnim-ruchu-pravnickym-okem/>.
58. Vojíková, Martina. Zprávy Alfa9.  
<http://zpravy.alfa9.cz/absolutenm/templates/zprava.aspx?a=40076>. [Online] 25. 11. 2015.  
[Citace: 14. 2. 2016.] <http://zpravy.alfa9.cz/absolutenm/templates/zprava.aspx?a=40076>.
59. Generali pojišťovna. *Informace pro cestovní kanceláře*. [Online] 12. 2. 2016.  
[Citace: 12. 2. 2016.] <http://www.generali.cz/clanky/pojisteni-pro-pripad-upadku-ck>.
60. Generali pojišťovna. *O Generali*. [Online] 12. 2 2016. [Citace: 12. 2 2016.]  
<http://www.generali.cz/stranky/o-general/>.
61. Generali pojišťovna. *Historie Generali v ČR*. [Online] 2015. [Citace: 12. 2 2016.]  
<http://www.generali.cz/stranky/o-general/skupina-general/historie-general-v-cr>.
62. Česká podnikatelská pojišťovna. *Pojištění podnikatelů*. [Online] [Citace: 12. 2. 2016.]  
<http://www.cpp.cz/pojisteni-podnikatelu/pojisteni-pro-vase-podnikani.html>.

63. Fiducia, s.r.o. *Pojištění cestovních kanceláří pro případ úpadku*. [Online] [Citace: 12. 2. 2016.] <http://www.fiducia.cz/>.
64. Union pojišťovna. *O nás Union pojišťovna, a.s.* [Online] [Citace: 12. 2. 2016.] <https://www.unionpojistovna.cz/union-poistovna-as>.
65. Evropská pojišťovna. *Pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře*. [Online] [Citace: 12. 2. 2016.] <http://www.ervpojistovna.cz/cs/pojisteni-zaruky-pro-pripad-upadku>.
66. Ministerstvo financí ČR. *Úplný výpis z obchodního rejstříku MARINE TOUR s.r.o.* [Online] [Citace: 4. 11. 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=331156&typ=UPLNY>.
67. Krachy cestovek. *Bývalá majitelka zkrachovalé Marine Tour má novou cestovku na Slovensku*. [Online] 26. 7. 2015. [Citace: 14. 1. 2016.] <http://www.krachycestovek.cz/clanek/696-byvala-majitelka-zkrachovale-marine-tour-ma-novou-cestovku-na-slovensku>.
68. Parlamentní listy.cz. *AČCKA: CK Marine tour jedná s pojišťovnou, v zahraničí má 900 klientů*. [Online] 27. 6. 2015. [Citace: 8. 2. 2016.] Bývalá majitelka zkrachovalé Marine Tour má novou cestovku na Slovensku.
69. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka MARINE TOUR s.r.o. za rok 2009*. [Online] [Citace: 4. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16776324&subjektId=331156&spis=207080>.
70. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka MARINE TOUR s.r.o. za rok 2010*. [Online] [Citace: 4. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=13544748&subjektId=331156&spis=207080>.
71. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka MARINE TOUR s.r.o. za rok 2011*. [Online] [Citace: 4. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16652641&subjektId=331156&spis=207080>.
72. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka MARINE TOUR s.r.o. za rok 2012*. [Online] [Citace: 4. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=17233124&subjektId=331156&spis=207080>.

73. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka MARINE TOUR s.r.o. za rok 2013*. [Online] [Citace: 4. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=20313324&subjektId=331156&spis=207080>.
74. Ministerstvo financí ČR. *Úplný výpis z obchodního rejstříku CK CONTI s.r.o.* [Online] [Citace: 5. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=549281&typ=UPLNY>.
75. Krachy cestovek. *Fungovala zkrachovalá CK Conti od května bez pojistky?* [Online] 21. 5. 2014. [Citace: 8. 2. 2016.] <http://www.krachycestovek.cz/clanek/513-fungovala-zkrachovala-ck-conti-od-kvetna-bez-pojistky>.
76. TTG (Travel Trade Gazette) Czech. *CK CONTI ukončila činnost*. [Online] 21. 5. 2014. [Citace: 8. 2. 2016.] <http://www.ttg.cz/zkrachovala-ck-conti-s-r-o/>.
77. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka CK CONTI s.r.o. za rok 2008*. [Online] [Citace: 5. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16925128&subjektId=549281&spis=133544>.
78. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka CK CONTI s.r.o. za rok 2009*. [Online] [Citace: 5. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16925129&subjektId=549281&spis=133544>.
79. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka CK CONTI s.r.o. za rok 2010*. [Online] [Citace: 5. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16925130&subjektId=549281&spis=133544>.
80. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka CK CONTI s.r.o. za rok 2011*. [Online] [Citace: 5. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16925131&subjektId=549281&spis=133544>.
81. Ministerstvo financí ČR. *Účetní závěrka CK CONTI s.r.o. za rok 2012*. [Online] [Citace: 4. 11 2015.] <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=17121956&subjektId=549281&spis=133544>.
82. Hesková, Marie. *Základní problémy cestovního ruchu*. Praha : VŠE, 1999. ISBN 80- 7079-047-4.



83. Lubbe, Berendien. *Tourism Distribution: Managing the Travel Intermediary*. místo neznámé : Juta and Company Ltd, 2000. ISBN 0-7021-5418-0.
84. Malá, Vlasta. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha : Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
85. Petřů, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha : Idea servis, 2007. ISBN 978-80-8597-055-5.
86. Zuzáňák, Aleš. *Marketing v pojišťovnictví*. Praha : Linde, 2006. ISBN 978- 80- 7201- 627-3.
87. Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník.
88. Álvaro, Matias, Nijkamp, Peter a Neto, Paulo. *Advances in Modern Tourism Research: Economic Perspectives*. místo neznámé : Springer Science & Business Medi, 2007. ISBN 978-379-0817-188.
89. Caouette, John B., Altman, Edward I. a Narayanan, Paul. *Managing Credit Risk: The Next Great Financial Challenge*. Tornoto : Wiley Sons, Inc., 1998. ISBN 0-471-11189-9.

## 8 Přílohy

Příloha 1: Dotazník pojišťovny Generali pojišťovna, a.s. ....	82
Příloha 2: Dotazník pro cestovní kanceláře .....	88
Příloha 3: Velikost cestovní kanceláře.....	89
Příloha 4: Doba působení cestovní kanceláře v ČR.....	90

### Příloha 1: Dotazník pojišťovny Generali pojišťovna, a.s.

#### DOTAZNÍK PRO POJIŠTĚNÍ ZÁRUK

#### Pojistník / žadatel

##### 1. Klient

Název společnosti:			
Sídlo:			
IČO:		DIČ:	
Statutární zástupce:			
Bankovní spojení:			
www stránka:			
Kontaktní osoba:	Jméno:	Pozice:	
	Telefon/fax:	Email:	

##### 2. Vlastnická struktura firmy

Vlastníci:	Podíl vlastníků (Kč/procenta):

### 3. Obchodní aktivity klienta

*Předmět podnikání:*


*Popis hlavních používaných technologických postupů:*


*Seznam vlastních technických prostředků:*


## DOTAZNÍK PRO POJIŠTĚNÍ ZÁRUK

### 4. Historická analýza obratu

	2014	2013	2012	2011	2010
<i>Obrat (v tis.)</i>					
<i>Podíl hlavních činností na obratu (v Kč)</i>					
<i>Podíl hlavních činností na obratu (v %)</i>					

### 5. Historický vývoj počtu zaměstnanců

2014	2013	2012	2011	2010

### 6. Specifikace požadovaných záruk

<i>Typ:</i>	<i>Výše:</i>	<i>Doba:</i>

### 7. Příklad, na nějž se záruky vztahují

<i>Popis:</i>

<i>Způsob financování:</i>
<i>Případné zajištění záruky:</i>

## DOTAZNÍK PRO POJIŠTĚNÍ ZÁRUK

### 7. Jiná pojištění sjednaná v Generali Pojišťovně a.s.

<i>Číslo smlouvy</i>	<i>Roční předpis pojistného</i>	<i>Od</i>	<i>Do</i>

**8. Příjemce záruky**

<i>Název společnosti:</i>			
<i>Sídlo:</i>			
<i>IČO:</i>		<i>DIČ:</i>	
<i>Statutární zástupce:</i>			
<i>Bankovní spojení:</i>			
<i>Majitel společnosti, popř. majoritní vlastník:</i>			
<i>Mateřská společnost:</i>			
<i>Společnost je součástí skupiny firem:</i>			
<i>www stránka:</i>			
<i>Kontaktní osoba:</i>	<i>Jméno:</i>	<i>Pozice:</i>	
	<i>Telefon/fax:</i>	<i>Email:</i>	

**9. Makléř / zprostředkovatel**

<i>Název společnosti:</i>			
<i>Sídlo:</i>			
<i>IČO:</i>		<i>DIČ:</i>	
<i>www stránka:</i>			
<i>Kontaktní osoba:</i>	<i>Jméno:</i>	<i>Pozice:</i>	
	<i>Telefon/fax:</i>	<i>Email:</i>	

Prohlašuji, že údaje uvedené v dotazníku a všech přílohách jsou úplné a pravdivé

V .....

Dne.....

-----

statutární orgán žadatele

## **DOTAZNÍK PRO POJIŠTĚNÍ ZÁRUK**

### Přílohy:

Notářsky ověřený výpis obchodního rejstříku

Výroční zpráva, zpráva auditora, účetní závěrka včetně příloh zpracované dle zákona 563/91Sb,  
(vše za poslední tři roky)

Analýza vývoje pohledávek a závazků

Bankovní informace, popřípadě reference obchodních partnerů

Potvrzení o bezdlužnosti příslušného finančního úřadu a správy sociálního zabezpečení

Dokumenty, včetně všech příloh, k obchodnímu případu, na který se vztahuje záruka (smlouva,  
zadávací dokumentace, projekt, položkový rozpočet...)

Seznam podkladů může být rozšířen.

## **Příloha 2: Dotazník pro cestovní kanceláře**

- 1. U jaké pojišťovny máte sjednané pojištění záruky proti úpadku CK?**
  - a) Generali pojišťovna, a.s.
  - b) UNIQA pojišťovna, a.s.
  - c) ERV pojišťovna, a.s.
  - d) Česká podnikatelská pojišťovna, a.s.
  - e) Union poist'ovňa, a.s.
  - f) Slavia pojišťovna, a.s.
  
- 2. Z jakého důvodu jste si vybrali danou pojišťovnu?**
  - a) Dobrá cena
  - b) Doporučení kolegů v oboru
  - c) Silné postavení pojišťovny na trhu
  - d) Dobrá zkušenost z minulých let
  - e) Jiný důvod
  
- 3. Jste spokojeni se službami pojišťovny, u které máte sjednané pojištění záruky proti úpadku?**
  - a) Ano
  - b) Ne
  
- 4. Pokud ne, jaké změny byste navrhovali?**
  
- 5. Poskytuje pojišťovna, u které je vaše CK pojištěna nějaké výhody za věrnost?**
  - a) Ano
  - b) Ne
  - c) Nevím o nich
  
- 6. Jaký máte názor na současný stav legislativní úpravy zákona o povinném pojištění CK proti úpadku?**
  
- 7. Využíváte připojištění nad rámec stanovené zákonem?**
  - a) Ano
  - b) Ne
  
- 8. Pokud ano, které z uvedených doplňkových pojištění využíváte?**
  - a) Připojištění právní pomoci
  - b) Připojištění ztráty a poškození zavazadel
  - c) Připojištění jednotlivých služeb
  
- 9. V jaké výši máte sjednanou pojistnou částku?**
  - a) Povinnou minimální výši - 30 %
  - b) Vyšší jak 30 %
  
- 10. V jaké výši má Vaše CK roční zúčtovatelné pojistné?**
  - a) 20 000 Kč - 60 000 Kč
  - b) 60 999 Kč - 110 000 Kč
  - c) 110 999 Kč a více



**11. Víte, jak byste měli postupovat při úpadku cestovní kanceláře?**

**12. Jaká je velikost vaší cestovní kanceláře?**

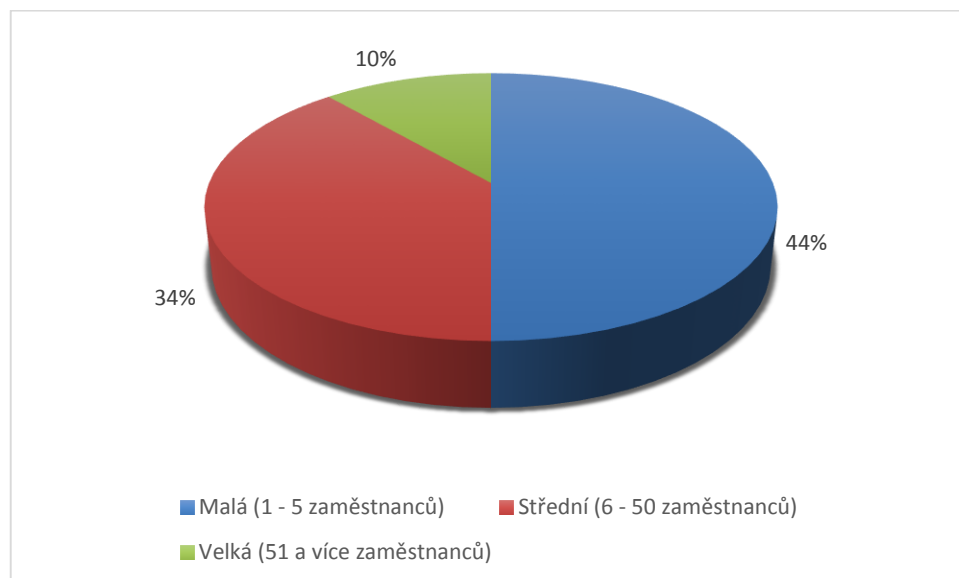
- a) Malá (1 - 5 zaměstnanců)
- b) Střední (6 - 50 zaměstnanců)
- c) Velká (51 a více zaměstnanců)

**13. Jak dlouho působíte jako cestovní kancelář na trhu v ČR?**

- a) 0 - 2 let
- b) 3 - 6 let
- c) 7 - 12 let
- d) 13 a více let

### **Příloha 3: Velikost cestovní kanceláře**

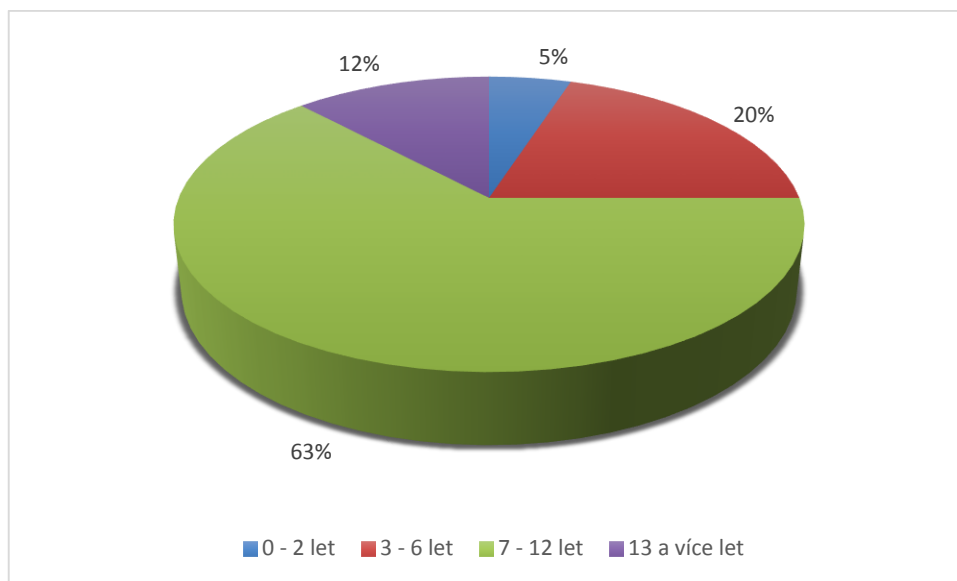
**Obrázek 21: Jaká je velikost Vaší cestovní kanceláře?**



**Zdroj: vlastní zpracování**

## Příloha 4: Doba působení cestovní kanceláře v ČR

Obrázek 22: Jak dlouho působíte jako cestovní kancelář na trhu v ČR?



Zdroj: vlastní zpracování