

Ochrana práv klientov cestovních kanceláří a agentúr

Bakalárska práca

Vedúci práce:

Ing. Monika Bédiová, Ph.D.

Martina Slížiková

Brno 2016

Touto cestou sa chcem poďakovať vedúcej bakalárskej práce Ing. Monike Bédiovej, Ph.D. za odborné vedenie, pomoc, cenné rady a pripomienky pri vypracovávaní tejto bakalárskej práce.

Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že som bakalársku prácu na tému „**Ochrana práv klientov cestovných kancelárií a agentúr**“ vypracovala samostatne a všetky použité pramene a informácie sú uvedené v zozname použitej literatúry. Súhlasím, aby moja práca bola zverejnená v súlade s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách v znení neskorších predpisov, a v súlade s platnou *Směrnici o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Som si vedomá, že sa na moju prácu vzťahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brne má právo na uzatvorenie licenčnej zmluvy a použitie tejto práce ako školného diela podľa § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Ďalej sa zaväzujem, že pred spísaním licenčnej zmluvy o využitie diela inou osobou (subjektom) si vyžiadam písomné stanovisko univerzity o tom, že predmetná licenčná zmluva nie je v rozpore s oprávnenými záujmami univerzity, a zaväzujem sa uhradiť prípadný príspevok na úhradu nákladov spojených so vznikom diela, a to až do ich skutočnej výšky.

V Brne dňa 23. mája 2016

Abstract

Slížiková, M. Protection of clients' rights of travel offices and agencies. Bachelor thesis. Brno: Mendel University in Brno, 2016.

Bachelor thesis is focused on the issue of protecting the rights of clients of travel offices and agencies. The literary research deals with protection of clients of travel offices and agencies and conditions of business in tourism in the Slovak Republic. The practical section evaluates a questionnaire, from which observed data are statistically processed. The data are used in hypotheses, which verify reliance on each other. On the basis of the market situation of travel offices and agencies in Piešťany, subsequently SWOT analysis was carried out. In the conclusion, the level of protection of clients of travel offices and agencies in Piešťany is assessed and in the discussion suggestions are offered how to increase this level.

Keywords

Client, protection of client's rights, tourism, travel office, travel agency

Abstrakt

Slížiková, M. Ochrana práv klientov cestovných kancelárií a agentúr. Bakalárska práca. Brno: Mendelova univerzita v Brne, 2016.

Bakalárska práca je zameraná na problematiku ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr. V literárnej rešerši sú spracované poznatky týkajúce sa ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr a podmienok podnikania v cestovnom ruchu na území Slovenskej republiky. Vo vlastnej práci je vyhodnotený dotazník, z ktorého zistené dáta sú štatisticky spracované. Dáta sú využité v hypotézach, ktoré overovali vzájomnú závislosť. Na základe situácie na trhu cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch je následne vykonaná SWOT analýza. V závere práce je zhodnotená úroveň ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch a v diskusii navrhnuté opatrenia na jej zvýšenie.

Kľúčové slová

Klient, ochrana práv klientov, cestovný ruch, cestovná kancelária, cestovná agentúra

Obsah

1	Úvod	11
2	Ciel' práce a metodika	12
2.1	Ciel' práce.....	12
2.2	Metodika.....	12
3	Literárna rešerš	16
3.1	Cestovný ruch	16
3.1.1	Služby cestovného ruchu	16
3.2	Legislatíva týkajúca sa cestovného ruchu.....	17
3.3	Ochrana spotrebiteľa.....	18
3.3.1	Zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa	19
3.4	Spotrebiteľské práva.....	20
3.4.1	Práva spotrebiteľa podľa zákona o ochrane spotrebiteľa	20
3.4.2	Identifikácia práv spotrebiteľa	20
3.4.3	Práva klientov cestovných kancelárií a agentúr	22
3.5	Cestovná kancelária a agentúra.....	24
3.5.1	Informačné povinnosti cestovnej kancelárie	25
3.5.2	Zákon č. 122/2013 Z. z. o ochrane osobných údajoch.....	27
3.6	Zmluva o obstaraní zájazdu (Občiansky zákonník č. 40/1964 Z. z.).....	27
3.7	Kvalita služieb a ich reklamácia.....	30
3.7.1	Reklamácia poskytnutých služieb	31
3.7.2	Náhrada za nedostatky v poskytnutých službách	31
3.8	Prostriedky ochrany práv spotrebiteľov	32
3.8.1	Spotrebiteľské organizácie a orgány Slovenskej republiky na ochranu spotrebiteľov.....	33
4	Vlastná práca	36
4.1	Situácia na trhu cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch.....	36
4.2	Analýza dotazníkového prieskumu.....	40
4.2.1	Analýza respondentov.....	40

4.2.2	Vyhodnotenie dotazníkového prieskumu.....	43
4.2.3	SWOT analýza	55
5	Diskusia	58
6	Záver	60
7	Literatúra	62
8	Zoznam obrázkov	66
9	Zoznam tabuliek	67
10	Zoznam použitých skratiek	68
A	Franfurcká tabuľka	70
B	Dotazníkový prieskum o úrovni ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr	75
C	Grafické znázornenie odpovedí na otázky v dotazníku	80

1 Úvod

Cestovanie ako súčasť cestovného ruchu je každým rokom populárnejšie pre každú vekovú skupinu. V dnešnej dobe sa cestovný ruch rozvíja v každej časti sveta, či ide o rozvinutú alebo rozvojovú krajinu. Ľudia môžu byť cestovateľmi alebo turistami. Môžu cestovať za oddychom alebo dobrodružstvom. Cestovaním si plnia svoje sny, spoznávajú krajiny, ich históriu a kultúru. Podľa typu človeka alebo druhu dovolenky si každý vyberá spôsob zaistenia a naplánovania dovolenky v súlade s tým, čo mu viacej vyhovuje. Súčasné trendy v cestovaní a podmienky vo svete nás nútia byť opatrnými a vzdelanými aj v oblasti svojich spotrebiteľských práv. Poznať svoje práva a vedieť ich v prípade nutnosti použiť je v dnešnej dobe veľmi dôležité.

Väčšina ľudí využíva na zabezpečenie dovolenky služby cestovných kancelárií a agentúr. Prostredníctvom nich si klienti zabezpečia balík služieb, ktorý následne vo zvolenej destinácii využijú. Preto klienti cestovných kancelárií a agentúr očakávajú počas zájazdu poskytnutie kvalitných služieb adekvátne k cene zájazdu.

Na trhu cestovného ruchu sa stretávame s cestovnými kanceláriami a agentúrami s dlhoročnými skúsenosťami a vysokou úrovňou poskytovaných služieb, ale aj s takými subjektmi, ktoré s cieľom dosiahnutia rýchleho zisku ponúkajú svojim zákazníkom neadekvátne služby. Z tohto dôvodu je potrebné venovať sa problematike ochrany práv klientov a zvyšovaniu úrovne vzdelanosti spotrebiteľov a ochrane ich práv.

K zvyšovaniu úrovne ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr je v prvom rade možné pristúpiť po analýze stavu jej súčasnej úrovne. Na základe identifikácie práv klientov cestovných kancelárií a agentúr je možné zistiť kde k porušovaniu práv klientov cestovnými kanceláriami a agentúrami dochádza. Na základe zistených faktov je možné v prvom rade na porušenia upozorniť a potom následne navrhnúť riešenia na ich zlepšenie a odstránenie.

Zámerom bakalárskej práce je riešiť danú problematiku v rámci cestovného ruchu v Piešťanoch. Piešťany sú vďaka svojim liečivým prameňom svetoznáme kúpeľné mesto s rozvinutým cestovným ruchom, zameraným na široký okruh turistov z celého sveta. Cestovný ruch v Piešťanoch netvorí iba aktívny cestovný ruch na Slovensku ale vysokou mierou sa podieľa aj na pasívnom cestovnom ruchu. V oboch prípadoch participujú na jeho sprostredkovaní aj cestovné kancelárie a agentúry, ktoré sídlia v Piešťanoch. Vzhľadom na uvedené skutočnosti som sa rozhodla pre analýzu ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr podnikajúcich práve v meste Piešťany. Informácie som získala prostredníctvom dotazníku, ktorý bol určený klientom týchto cestovných kancelárií a agentúr. Následne som získané výsledky štatisticky spracovala.

Spracovávaná problematika v bakalárskej práci prepája dve aktuálne témy, ktorými je oblasť cestovného ruchu a práva klientov využívajúcich služby subjektov pôsobiacich na trhu cestovného ruchu.

2 Cieľ práce a metodika

2.1 Cieľ práce

Hlavným cieľom bakalárskej práce je identifikácia práv a analýza úrovne ochrany klientov so zameraním na dodržiavanie legislatívnych noriem cestovnými kancelárkami a agentúrami.

V prvej časti bakalárskej práce je spracovaný prehľad literatúry a legislatívnych noriem, ktoré sa zaoberajú problematikou ochrany práv klientov. Tým sú identifikované jednotlivé práva klientov cestovných kancelárií a agentúr. Zároveň sú v tejto časti vysvetlené jednotlivé pojmy, ktoré súvisia s cestovným ruchom.

V ďalšej časti je prevedený kvantitatívny výskum v podobe dotazníkového prieskumu s klientmi cestovných kancelárií a agentúr prevádzkovaných v meste Piešťany. Získané dáta sú štatisticky spracované a využité v stanovených hypotézach, ktoré overujú vzájomnú závislosť. Na jeho základe je následne vypracovaná SWOT analýza súčasnej situácie na trhu cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch.

Záverom sú zhrnuté najdôležitejšie výsledky a zistenia vlastnej práce. V diskusii sú navrhnuté možnosti, ktoré by zabezpečili dodržiavanie a zvýšenie úrovne ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr v meste Piešťany.

2.2 Metodika

Bakalárska práca sa skladá z dvoch častí. Prvú časť tvorí literárny prehľad. V literárnom prehľade sú vysvetlené pojmy súvisiace s cestovným ruchom z kníh zaoberajúcimi sa touto problematikou. Na základe štúdia odbornej literatúry zaoberajúcej sa platnými legislatívnymi predpismi sú vymedzené práva klientov a povinnosti cestovných kancelárií a agentúr z pohľadu zákona.

Druhá časť bakalárskej práce obsahuje vlastnú prácu. Vo vlastnej práci je vyhodnotený dotazníkový prieskum, prostredníctvom ktorého bude zisťovaná úroveň ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch. Cieľom dotazníkového prieskumu je zistiť, v ktorých prípadoch a ako veľmi dochádza k porušeniu základných práv klientov cestovných kancelárií a agentúr. Počas mesiaca apríl 2016 prebiehal zber dát formou dotazníka umiestneného na internete prostredníctvom systému Google Docs. Taktiež respondentom bol k dispozícii dotazník v písomnej forme na jednotlivých miestach v Piešťanoch. Celkovo sa do dotazníka zapojilo 100 respondentov. Dotazník obsahuje 30 otázok z toho 22 povinných, na ktoré museli odpovedať všetci respondenti. Otázky, ktoré boli položené respondentom sa vzťahovali k 8 právam spotrebiteľov, dodržiavaniu informačných povinností cestovných kancelárií a agentúr a reklamáciám. Štruktúra otázok sa skladá z 5 otázok segmentačného typu, 25 je minoritného typu. Respondenti mali možnosť odpovedať na 1 otvorenú otázku. Túto možnosť využilo 22 % dotazova-

ných. Zvyšné uzatvorené otázky tvorilo 10 výberových otázok, 4 s možnosťou výberu viacej alternatív odpovede a 10 škálových otázok bolo s využitím Likertovej stupnice.

Výsledky kvantitatívneho výskumu, ktorý bude zrealizovaný prostredníctvom dotazníkového prieskumu bude vyhodnotený deskriptívnou štatistikou. Dáta, ktoré budú nazbierané pomocou dotazníkového formulára na internete budú prevedené do tabuľkového procesoru Microsoft Excel. Následne budú dáta v tomto programe upravené do tabuľky a bude nadstavané správne formátovanie. Pomocou funkcií ako napr. SUMA bude evidovaný súčet respondentov, ktorý sa zúčastnia dotazníkového prieskumu. Potom bude použitá štatistická funkcia COUNTIF, ktorej výsledkom bude počet respondentov, pri ktorých bude zadané konkrétne kritérium podľa, ktorého ich bude požadované zrátať. Prostredníctvom kontingenčných tabuliek budú údaje v hárku zosumarizované. Údaje, ktoré budú spĺňať potrebné kritérium k výpočtu bude potrebné vybrať a zoradiť z rozsiahleho zoznamu odpovedí pomocou filtra. Po vypočítaní štatistických funkcií budú výsledky znázornené na výsečovom a stĺpcovom grafe. Následne bude stanovených 5 hypotéz:

- Hypotéza č. 1 overí závislosť čítania reklamačného poriadku v závislosti od pohlavia respondentov.
- Hypotéza č. 2 bude skúmať závislosť medzi dosiahnutým vzdelaním respondentov a znalosťou o existencii organizácií, ktoré pôsobia na trhu za účelom ochrany spotrebiteľa.
- Hypotéza č. 3 bude verifikovať závislosť medzi dosiahnutým stupňom vzdelania respondentov na znalosť spotrebiteľských práv.
- Hypotéza č. 4 bude overovať závislosť medzi rýchlosťou vybavenia reklamácie a spokojnosťou klienta s jej vybavením.
- Hypotéza č. 5 bude skúmať závislosť medzi ekonomickou aktivitou respondentov a prijateľnosťou ceny zájazdu v rozmedzí od 601 – 800 €.

Štatistická hypotéza stváraňuje predpoklad alebo tvrdenie. Pri ich testovaní stoja oproti sebe dve hypotézy, a to nulová a alternatívna. Nulová hypotéza pri kontingenčnej analýze bude formulovaná premennými X a Y, ktoré sú nezávislé. Alternatívna hypotéza bude, že premenné X a Y sú závislé. Výsledkom štatistického testovania môže byť zamietnutie nulovej hypotézy a následne prijatie hypotézy alternatívnej alebo nezamietnutie nulovej hypotézy a v dôsledku toho hypotézu alternatívnu neprijmeme. Testovanie štatistických hypotéz prebieha na hladine významnosti $\alpha = 0,05$. (Jeřábek, Štofilová, 2012)

Na verifikovanie závislosti vyslovených hypotéz bude použitý Chí-kvadrát test nezávislosti pre kontingenčnú a štvorpoľnú tabuľku. Pri dokázaní závislosti určitých premenných musí mať vypočítaná testovacia štatistika nižšiu hodnotu ako stanovená hladina významnosti. V opačnom prípade sú tieto premenné navzájom nezávislé. (Hindls, Hronová, Novák, 2000)

Kontingenčná tabuľka predstavuje dvojrozmernú tabuľku, v ktorej sú uvedené slovné premenné. Keď sú v tabuľke uvedené číselné hodnoty ide o korelačnú tabuľku. Sila závislosti bude meraná pomocou kontingenčných koeficientov. (Hindls, Hronová, Novák, 2000)

Štvorpolná tabuľka je kontingenčná tabuľka o štyroch poliach. Je výsledkom triedenia podľa 2 alternatívnych premenných. (Pecáková, 2008)

Pri výpočtoch budú použité uvedené vzorce:

Tab. 1 Štvorpolná tabuľka

	+	-	
+	a	b	a + b
-	c	d	c + d
	a + c	b + d	n

Zdroj: Vlastné spracovanie

$$\chi^2 = n \times \frac{(a \times d - b \times c)^2}{(a + b) \times (a + c) \times (b + d) \times (c + d)} \quad (1)$$

Po vypočítaní χ^2 sa táto výsledná hodnota porovná s hodnotou kritickou, ktorú je možné zistiť v štatistických tabuľkách. Ak $\chi^2 \geq$ hodnota kritická $\Rightarrow H_0$ zamietame a prijímame H_A . Ďalej pre zistenie intenzity vzťahu medzi premennými vypočítame ϕ -koeficientom hodnotu, ktorá sa nachádza v rozmedzí $\langle -1; 1 \rangle$. Závislosť medzi premennými je tým vyššia čím je vyššia vypočítaná absolútna hodnota. (Chráska, 2007)

$$r\phi = \sqrt{\frac{\chi^2}{n}} \quad (2)$$

Kontingenčná tabuľka

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_i - np_i)^2}{np_i} \quad (3)$$

f_i – pozorovaná četnosť

np_i – očakávaná četnosť

Ako testovaciu štatistiku Pearsonova (chí-kvadrát) testu nezávislosti používame náhodnú veličinu, ktorá má pri platnosti nulovej hypotézy Pearsonovo rozdelenie s $(k-1) \times (m-1)$ stupňami voľnosti. (Jeřábek, Štofilová, 2012)

Následne bude zisťovaná závislosť dvoch premenných prostredníctvom Čuprovova koeficientu (K). Výsledná hodnota môže byť v intervale $\langle 0; 1 \rangle$ ale hodnotu

1 dosahovať nemôže, je to v tom prípade, ak sa $k \neq m$. Počet riadkov v kontingenčnej tabuľke je označovaný ako k a počet stĺpcov m . Aj v tomto prípade platí, čím je vyšší výsledok Čuprovova koeficientu, tým je aj vyšší stupeň závislosti. (Chráska, 2007)

$$K = \sqrt{\frac{\sqrt{\chi^2}}{n \times (k - 1) \times (m - 1)}} \quad (4)$$

Ďalej bude spracovaná SWOT analýza, v ktorej bude opísaná situácia vonkajšieho a vnútorného prostredia na trhu cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch. V odvetví managementu a marketingu je často používaným nástrojom pre zistenie interných silných a slabých stránok a externých príležitostí a hrozieb. Ako píše Zelenka SWOT analýza by mala byť využívaná dynamicky, to znamená získať nové kvalitatívne informácie zo vzájomného pôsobenia jednotlivých faktorov silných a slabých stránok s príležitosťami a hrozbami, ktoré hodnotia úroveň ich vzájomného konfliktu alebo podpory. (2015)

Pretože podstatou SWOT analýzy je dosiahnutie strategického úspechu maximalizáciou výhod a príležitostí a minimalizáciou nedostatkov a hrozieb budú v tejto časti navrhnuté stratégie vyplývajúce z aktuálneho stavu cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch. (Zelenka, 2015)

V SWOT analýze budú využité odpovede respondentov na otvorenú otázku: „Aký je Váš názor na úroveň ochrany klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch?“

3 Literárna rešerš

3.1 Cestovný ruch

Cestovný ruch je súčasťou systému, ktorý sa chápe ako jednota rôznych prvkov, medzi ktorými sú určité charakteristické vzťahy, ktoré sú navzájom prepojené. (Holešinská, 2012) Zahŕňa dve základné oblasti, a to oblasť uspokojovania potrieb a oblasť podnikateľských príležitostí. (Ryglová, 2009)

Štatistický úrad Slovenskej republiky považuje organizovaný cestovný ruch na Slovensku za aktívny, pasívny zahraničný cestovný ruch organizovaný prostredníctvom cestovných kancelárií a agentúr na Slovensku a v jednotlivých krajoch. (portal.statistics.sk, 2012)

Cestovný ruch je otvoreným a dynamickým systémom, ktorý sa skladá zo subjektu a objektu cestovného ruchu vrátane vzájomných väzieb. Pretože cestovný ruch je otvoreným systémom tak má na jeho štruktúru a vývoj veľký vplyv okolie. Okolie je tvorené ekonomickým, politickým, sociálnym, technologickým a ekologickým prostredím. Subjekt cestovného ruchu reprezentuje účastník cestovného ruchu. Tým je každý, kto uspokojuje svoje potreby spotrebou produktov cestovného ruchu, počas doby cestovania alebo pobytu mimo miesto trvalého bydliska. Subjekt cestovného ruchu je nositeľom dopytu. Objekt cestovného ruchu je nositeľom ponuky, prezentuje všetko čo sa stáva cieľom zmeny miesta pobytu účastníka cestovného ruchu. Produkt cestovného ruchu tvorí všetko ponúkané na trhu cestovného ruchu, čím sú uspokojované potreby účastníka cestovného ruchu. Produktom môžu byť napríklad služby, voľné statky, tovar. (Hesková, 2011)

3.1.1 Služby cestovného ruchu

Pre trh cestovného ruchu je typické, že ho z veľkej časti tvoria služby. Pojem služba v cestovnom ruchu je vysvetlený v knihe Technika služieb cestovního ruchu autora Jána Oriška (1999) ako súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb súvisiacich s cestou a pobytom mimo miesto trvalého bydliska, spravidla vo voľnom čase, za účelom zotavenia, poznania, spoločenského kontaktu, kultúrneho a športového vyžitia, kúpeľného liečenia a pracovných ciest.

Služba podľa zákona o ochrane spotrebiteľa je akákoľvek podnikateľská činnosť, ktorá je určená k ponuke spotrebiteľovi. (Zákon č. 634/1992 Z. z.) Službu ako činnosť, ktorú môže jedna strana ponúkať strane druhej, je úplne nehmatateľná a nevytvára žiadne vlastníctvo definuje takto Jakubíková (2012).

Klasifikáciu služieb cestovného ruchu podľa Jakubíkovej (2012) „z hľadiska významu spotreby účastníkov cestovného ruchu:

- *základné sú spojené s premiestnením účastníka cestovného ruchu do miest rekreačného priestoru a späť a služby spojené s pobytom v rekreačnom priestore,*

- *doplnkové služby, ktoré sú spojené s využívaním atraktivít, vlastností charakteristických pre konkrétny rekreačný priestor.*

Podľa funkcie vo vzťahu k jednotlivým uspokojovaným potrebám účastníkov cestovného ruchu sa delia na:

- *dopravné,*
- *ubytovacie,*
- *stravovacie,*
- *sprostredkovateľské,*
- *spoločensko kultúrne,*
- *športovno-rekreačné,*
- *kúpeľno-liečebné,*
- *zmenárenské,*
- *sprievodcovské,*
- *informačné,*
- *obchodné,*
- *komunálne,*
- *horská služba,*
- *zdravotné,*
- *pasové,*
- *colné a iné.“*

3.2 Legislatíva týkajúca sa cestovného ruchu

Zákon č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu

Základným pilierom, ktorý pojednáva o podpore, právach a povinnostiach subjektov cestovného ruchu je zákon č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu. *„Zákon upravuje podporu cestovného ruchu v Slovenskej republike, stanovuje práva a povinnosti fyzických (FO) a právnických osôb (PO) pôsobiacich v cestovnom ruchu. Zabezpečuje tvorbu koncepčných dokumentov a financovanie rozvoja cestovného ruchu.“* Pod podporou cestovného ruchu sa týmto zákonom rozumie: *„aktivity smerujúce k zvýšeniu počtu domácich a zahraničných návštevníkov, predĺženiu ich pobytu na území Slovenskej republiky a zvýšeniu ich prínosu pre hospodárstvo.“* Plnenie úloh zabezpečujú právnické osoby pôsobiace v cestovnom ruchu ako napríklad Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky, vyššie územné celky, obce, príspevkové organizácie zriadené ministerstvom, krajské organizácie cestovného ruchu, oblastné organizácie cestovného ruchu a turistické informačné centrá. (Zákon č. 91/2010 Z. z.)

Zákon č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní

Legislatívne prostredie týkajúce sa podnikania cestovných kancelárií a agentúr je bližšie definované v živnostenskom zákone č. 455/1991 Zb.

Osoby podnikajúce v cestovnom ruchu, ktoré poskytujú služby sa riadia oprávnením o živnostenskom podnikaní. Právna úprava živnostenského podnikania upravuje legislatívne podmienky tejto činnosti. Osoby oprávnené prevádzkovať túto živnosť podľa zákona č. 455/1991 Zb. sú fyzické osoby alebo právnické osoby, ak spĺnia podmienky ustanovené týmto zákonom, a ak to nevyklučujú osobitné zákony. V zákone sú ustanovené tri druhy živností:

- remeselná, pre ktorú je podmienkou na prevádzkovanie živnosti odborná spôsobilosť získaná vyučením v odbore,
- viazaná, ak je podmienkou prevádzkovania živnosti odborná spôsobilosť získaná inak. Tento druh živnosti je potrebný pre prevádzkovanie cestovnej kancelárie,
- voľná, ak nie je ustanovená ako podmienka prevádzkovania živnosti odborná spôsobilosť.

Na prevádzkovanie viazanej živnosti, ktorá je podmienkou k činnosti cestovnej kancelárie a agentúry musí FO alebo PO splniť všeobecné podmienky prevádzkovania živnosti. Tými sú dosiahnutie veku 18 rokov, spôsobilosť na právne úkony, bezúhonnosť, osobitné podmienky prevádzkovania živnosti, preukázanie odbornej spôsobilosti. Osobitná odborná spôsobilosť je súhrn teoretických vedomostí, praktických schopností a ovládanie technických alebo technologických postupov. Preukazom o odbornej spôsobilosti je doklad o ukončení vysokoškolského vzdelania druhého stupňa a dva roky praxe v odbore. Druhým spôsobom odbornej spôsobilosti je doklad, ktorý potvrdzuje ukončenie vysokoškolského vzdelania prvého stupňa alebo vyššieho odborného vzdelania a tri roky praxe v odbore. Na prevádzkovanie cestovnej kancelárie alebo agentúry vzhľadom na živnostenský zákon dostačuje aj doklad o ukončení úplného stredného všeobecného vzdelania alebo úplného stredného odborného vzdelania a štyri roky v praxe v odbore. Ustanovením osoby zodpovedného zástupcu môže podnikateľ splniť podmienku odbornej spôsobilosti. (Zákon č. 455/1991 Zb.)

3.3 Ochrana spotrebiteľa

Podľa Horovej (2002) je téma ochrany spotrebiteľa vždy aktuálna, pretože sa týka väčšiny občanov. Ochrana spotrebiteľa definuje ako systém inštitúcií, zákonov, spotrebiteľských organizácií. Spotrebiteľia môžu vystupovať ako koneční spotrebiteľia, ale aj ako podnikatelia, ktorí nakupujú výrobky alebo používajú služby pre osobnú spotrebu.

Zákon o ochrane spotrebiteľa chráni práva spotrebiteľa nielen pri kúpe tovaru, ale aj v oblasti služieb. (Horová, 2002)

S rastúcou konkurenciou na trhu je vyvíjaný čoraz väčší tlak na výrobcov a poskytovateľov služieb zo strany spotrebiteľov, ktorí vyžadujú kvalitné produkty a služby. V oblasti zvyšujúceho sa rozvoja cestovného ruchu je v poslednom období kladený dôraz na zodpovednosť organizácií pôsobiacich na tomto trhu a zvýšenú ochranu spotrebiteľov. V tomto zmysle bola navrhnutá legislatíva vrámci EÚ, smernica 90/314/EHS, ktorá upravuje ochranu spotrebiteľov kupujúcich zájazdy. (State, Baicu, Popescu, 2014)

Kvôli potrebe zjednotenia pravidiel krajín Európskej únie (EÚ) a Slovenskej republiky sú v zákone č. 281/2001 Z. z. zakotvené princípy smernice EÚ č. 90/314/EHS o organizovanom cestovaní. (Zákon č. 281/1991 Zb.)

3.3.1 Zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa

Právna úprava, ktorá rieši ochranu spotrebiteľa pri predaji výrobkov a poskytovaní služieb, ak k plneniu alebo ak plnenie súvisí s podnikaním na území Slovenskej republiky je zákon č. 250/2007 Z. z.

Tento zákon upravuje práva spotrebiteľov a povinnosti výrobcov, predávajúcich, dovozcov a dodávateľov, pôsobnosť orgánov verejnej správy v oblasti ochrany spotrebiteľa, postavenie právnických osôb založených alebo zriadených na ochranu spotrebiteľa a označovanie výrobkov cenami. Zákon následne vymedzuje základné pojmy:

- Spotrebiteľ je FO alebo PO, ktorá nakupuje výrobky alebo používa služby pre osobnú potrebu alebo pre potrebu príslušníkov svojej domácnosti.
- Predávajúci je osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy koná v rámci svojej podnikateľskej činnosti alebo povolania.
- Výrobca je osoba, ktorá výrobok vyrobí, upraví alebo inak získa. Taktiež osoba, ktorá má sídlo alebo miesto podnikania na území členského štátu.
- Dovožca je podnikateľ, ktorý doviezol do členského štátu výrobok zo štátu, ktorý nie je členským štátom.
- Bežná kvalita predstavuje výrobok, ktorý zabezpečuje zachovanie všetkých podstatných vlastností výrobku, ktoré podmieňujú jeho používanie.
- Reklamácia znamená uplatnenie zodpovednosti za nedostatky výrobku alebo služby. (Zákon č. 250/2007 Z. z.)

Zákaz klamania spotrebiteľa je zákonom definovaný pojem, ktorý vysvetľuje, že výrobca, predávajúci, dovozca alebo dodávateľ nesmú klamať spotrebiteľa, najmä uvádzať nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepresné, nejasné alebo dvojzmyselné údaje alebo zamlčať údaje o vlastnostiach výrobku alebo služby alebo o nákupných podmienkach. Za klamanie spotrebiteľa sa považuje tiež ponuka, predaj výrobkov alebo poskytovanie služieb porušujúcich práva duševného vlastníctva, ako aj skladovanie takých výrobkov s cieľom ponuky alebo predaja. (Zákon č. 250/2007 Z. z.)

3.4 Spotrebiteľské práva

3.4.1 Práva spotrebiteľa podľa zákona o ochrane spotrebiteľa

Každý spotrebiteľ má právo na výrobky a služby v bežnej kvalite, uplatnenie reklamácie, náhradu škody, vzdelávanie, informácie, ochranu svojho zdravia, bezpečnosti a ekonomických záujmov. Pri porušení zákonom priznaných práv spotrebiteľa má spotrebiteľ právo na podávanie podnetov a sťažností orgánom dozoru a kontroly a obci. Povinnosťou orgánu verejnej moci je zverejnenie právoplatných rozhodnutí vo veciach týkajúcich sa ustanovení tohto zákona a aj ďalších predpisov upravujúcich práva spotrebiteľov. Spotrebiteľ má možnosť si z rozhodnutia robiť výpisy a odpisy pri uplatnení práva na sprístupnenie právoplatného rozhodnutia nahliadnutím do rozhodnutia v sídle orgánu verejnej moci, ktorý rozhodnutie vydal. Spotrebiteľ má aj právo požiadať orgán verejnej moci o vyhotovenie kópie rozhodnutia. Náklady vzniknuté pri vyhotovení kópie znáša spotrebiteľ. Každý spotrebiteľ má právo na ochranu pred neprijateľnými podmienkami v spotrebiteľských zmluvách a má právo združovať sa spolu s inými spotrebiteľmi v združeniach. Prostredníctvom týchto združení v súlade so zákonom chrániť a presadzovať oprávnené záujmy spotrebiteľov, ako aj uplatňovať práva zo zodpovednosti voči osobám, ktoré spôsobili škodu na právach spotrebiteľov. Proti porušeniu práv a povinností ustanovených zákonom s cieľom ochrany sa spotrebiteľ môže proti porušiteľovi na súde domáhať ochrany svojho práva. Združenie sa môže na súde proti porušiteľovi domáhať, aby sa porušiteľ zdržal protiprávneho konania a aby odstránil protiprávny stav. Spotrebiteľ, ktorý na súde úspešne uplatní porušenie práva alebo povinnosti ustanovenej týmto zákonom a osobitnými predpismi, má právo na primerané finančné zadosťučinenie od toho, kto za porušenie práva alebo povinnosti ustanovenej týmto zákonom a osobitnými predpismi zodpovedá. Každý spotrebiteľ má právo obrátiť sa s cieľom ochrany svojich spotrebiteľských práv na subjekt alternatívneho riešenia sporov. (Zákon č. 250/2007 Z. z.)

3.4.2 Identifikácia práv spotrebiteľa

V literatúre o ochrane spotrebiteľa Horová (2002) píše o spotrebiteľovi ako o slabšom subjekte na trhu, ktorý by bol bez primeranej ochrany svojich práv ako jednotliviec voči podnikom, disponujúcimi veľkými finančnými prostriedkami, právnikmi, parlamentnými lobby úplne bezmocný.

Práva spotrebiteľov sa vyvíjajú v čase. Prvé štyri práva boli definované prezidentom Johnom F. Kennedym v roku 1962:

1. Právo na bezpečnosť
2. Právo na informácie
3. Právo na výber
4. Právo byť vypočutý (Klapalová, 2012)

Prvým míľnikom vo vybudovaní týchto práv zohráva veľkú rolu dokument prijatý Spojenými národmi v roku 1985 - Pokyny spojených národov pre ochranu spotre-

bitel'a. Vydanie tohto dokumentu viedlo k tomu, že veľa krajín vytvorilo legislatívny rámec na ochranu spotrebiteľ'a. V roku 1999 bol tento dokument novelizovaný kvôli problematike životného prostredia a udržateľného rozvoja, výroby a spotreby. Na základe tohto dokumentu sú vymenované legitímne potreby spotrebiteľ'ov:

1. Ochrana zdravia a bezpečnosť
2. Ochrana ekonomických záujmov
3. Adekvátne informácie
4. Vzdelanie spotrebiteľ'ov
5. Účinné odškodné
6. Sloboda v zakladaní spotrebiteľ'ských organizácií
7. Model pre udržateľnú spotrebu

Pre ďalší rozvoj na trhu, hlavne v oblasti internetového obchodu, finančných služieb a mnohostrannej spolupráce bolo potrebné prepracovať pôvodné legitímne potreby spotrebiteľ'ov na osem základných práv spotrebiteľ'ov:

(State, Baicu, Popescu, 2014)

1. *Právo na bezpečnosť* - spotrebiteľ má právo, aby poskytované výrobky a služby na trhu boli bezpečné a neohrozili jeho zdravie a bezpečnosť. Preto je nutné stanoviť základné bezpečnostné požiadavky na výrobky a legislatívnu ochranu spotrebiteľ'a proti fyzickým škodám.
2. *Právo na voľný výber* - toto právo má spotrebiteľ'ovi zaistiť voľný výber v požadovanej akosti, za ekonomicky prijateľnú cenu. V prípade, že na trhu pôsobí monopolný výrobca, musí štát zaistiť, aby tovar bol ponúkaný za prijateľnú cenu a v prijateľnej kvalite.
3. *Právo na odškodnenie* - spotrebiteľ má právo na kompenzáciu za nedostatky na výrobku alebo za škody zavinené užívaním tovarom alebo službami. Preto je dôležité mať k tomu vytvorené jednoduché a rýchlo prístupné postupy pre riešenie sťažností a reklamácií.
4. *Právo na informácie* - spotrebiteľ má právo na objektívne a vierohodné informácie o vlastnostiach výrobku, o bezpečnom používaní výrobku, o možných vedľajších účinkoch, o nebezpečenstve, ktoré by mohlo vzniknúť pri používaní výrobku, o výkonoch výrobku a takisto o jeho cene.
5. *Právo na vzdelanie* - štát má vytvárať podmienky pre neustále vzdelávanie spotrebiteľ'ov, aby sa spotrebiteľ mohol stať skúseným a racionálne rozhodujúcim subjektom na trhu.
6. *Právo na základné potreby* - spotrebiteľ má právo na prístup k základným druhom tovarov a služieb. Na uspokojenie základných potrieb nutných pre prežitie ako je primeraná výživa, bývanie, ošatenie, vzdelávanie, zdravotná starostlivosť a doprava.

7. *Právo na zdravé životné prostredie* - výrobky a služby nesmú ohroziť životné prostredie v priebehu výroby, užitia a ani v procese likvidácie. Spotrebiteľ má právo na životné prostredie, ktoré ho neohrozuje a umožňuje mu zdravý a dôstojný život. (Horová, 2002)

V prípade cestovného ruchu sa jedná o problematiku trvale udržateľného cestovného ruchu a uvedenie si environmentálnych dopadov na prostredie. Vplyvom rýchleho rozvoja cestovného ruchu, ktorý je spojený s rastom životnej úrovne v niektorých lokalitách, náročnosti klientov a prispôsobovanie destinácií k ich predstavám môže dochádzať a dochádza k poškodzovaniu životného prostredia. Touto problematikou sa napríklad zaoberá Globálny etický kódex cestovného ruchu (GCET). Je tvorený súborom základných princípov, ktorých cieľom je usmernenie subjektov zapojených do rozvoja cestovného ruchu udržateľným a rozumným spôsobom. GCET bol prijatý valným zhromaždením Svetovej organizácie cestovného ruchu. (Kostková, 2013)

8. *Právo na zastupovanie* - podľa tohto práva môžu občianske spotrebiteľské organizácie chrániť záujmy spotrebiteľov voči distribútorom, dovozcom a výrobcami. Spotrebiteľské poradné výbory potom chránia záujmy spotrebiteľov voči štátnym inštitúciám. Toto právo takisto umožňuje spotrebiteľom združovať sa v dobrovoľných spotrebiteľských organizáciách a hnutiach, ktoré môžu ovplyvňovať politiku vlády v ich prospech. Zástupcovia spotrebiteľov musia mať možnosť byť prítomní pri rozhodovacích a schvaľovacích procesoch, pri prijímaní legislatívnych pravidiel, ktoré sa týkajú záujmov spotrebiteľov na miestnej, národnej a medzinárodnej úrovni. (Horová, 2002)

3.4.3 Práva klientov cestovných kancelárií a agentúr

Ochrana klientov v cestovnom ruchu je upravovaná zákonom o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu (č. 161/2011 Z. z.) a zákonom o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr (č. 281/2001 Z. z.). Tieto zákony bližšie upravujú vzťah medzi cestovnou kanceláriou a agentúrou a ich klientom.

Zákon č. 161/2011 Z. z. prijala Národná rada Slovenskej republiky a zaviedla s ním do platnosti:

- povinnosť predávajúceho poskytnúť klientovi v dostatočnom časovom predstihu pred uzavretím zmluvy informácie prostredníctvom vyplneného informačného formulára,
- povinnosť predávajúceho poučiť klienta o práve na odstúpenie od zmluvy, o dĺžke lehoty na odstúpenie od zmluvy a o zákaze predbežného plnenia,
- zmluvy, ktoré sa zaoberajú poskytovaním niektorých služieb cestovného ruchu sú:
 - zmluva o časovo vymedzenom užívaní ubytovacích zariadení,
 - zmluva o poskytovaní dlhodobých rekreačných služieb,

- zmluva o účasti vo výmennom systéme,
- zmluva o sprostredkovaní ďalšieho predaja.
- právo spotrebiteľa na odstúpenie od zmluvy v lehote do 14 dní odo dňa uzavretia zmluvy. (Zákon č. 161/2011 Z. z.)

Len určitú časť služieb, ktorými sú zájazdy poskytované cestovnými kancelárkami a agentúrami upravuje zákon č. 281/2001 Z. z. (sacka.eu, 2016)

Zájazd je zákonom definovaný ako vopred (t. j. najneskôr v momente uzavretia zmluvy) pripravená kombinácia najmenej dvoch služieb napríklad doprava, ubytovanie a iné služby, ktoré nie sú doplnkom dopravy alebo ubytovania a tvoria významnú súčasť kombinácie služieb. Napríklad stravovanie, zabezpečenie sprievodcu, spoločensko-kultúrny program alebo rekreačno-športový program. To platí v prípade, ak sa predávajú na predaj alebo sa predávajú za súhrnnú cenu, a ak sa služba poskytuje dlhšie ako 24 hodín, alebo zahŕňa ubytovanie cez noc. *„Zájazdom nie je kombinácia služieb predávaná inému podnikateľovi na účel jeho ďalšieho podnikania alebo individuálne zabezpečenie a uskutočnenie dopravy, predaj dopravných cenín, predaj vstupeniek na kultúrne, športové a iné podujatia a predaj sprievodcovských služieb.“* Do zájazdu sa nezaraďuje ani poskytovanie ubytovacích služieb subjektmi podnikajúcimi podľa osobitného predpisu, ktorých ubytovacie zariadenia sú zaradené do kategórií. (Zákon č. 281/2001 Z. z.)

Ďalej zákon určuje povinnosť uvádzať informácie o ponúkaných službách v katalógoch alebo v ponukových letákoch. V zákone sa uvádza obsah, náležitosti a podmienky zmluvy medzi cestovnou kanceláriou a agentúrou a klientom. Špecifikuje aj povinnosť cestovnej kancelárie dohodnúť zmluvné poistenie zájazdu. (sacka.eu, 2016)

Ochrana klienta cestovnej kancelárie a agentúry počas zájazdu

Pri doprave do destinácie zájazdu a späť a v priebehu zájazdu zabezpečujú dôležitú úlohu pri ochrane spotrebiteľa sprievodcovia a delegáti cestovných kancelárií. (Hladká, 1997)

Sprievodca cestovného ruchu je charakterizovaný v zákone 186/2006 Z. z. § 5a ako *„fyzická osoba, ktorá sprevádza objednávateľov a podáva v dohodnutom jazyku výklad o kultúrnom a prírodnom dedičstve a má odbornú spôsobilosť na ktorú má osvedčenie o získanom vzdelaní.“* (Zákon č. 186/2006 Z. z.)

„V súčasnosti je sprievodcovská činnosť ohlasovacou živnosťou na získanie, ktorej je potrebné osvedčenie o absolvovaní kurzu. Od roku 2008 európska norma STN EN 15565 Služby cestovného ruchu stanovuje minimálne požiadavky na zabezpečenie profesionálnej prípravy a kvalifikačné programy sprievodcov cestovného ruchu.“ (Révayová, 2010)

Vzťah sprievodcu a cestovnej kancelárie je diferencovaný podľa zmluvy na základe, ktorej sprievodca pre cestovnú kanceláriu pracuje. Môže to byť interný pracovník ak je medzi nimi uzatvorená pracovná zmluva, a teda sprievodca je zamestnanec cestovnej kancelárie. Ak sprievodca pracuje na základe živnostenského

oprávnenia alebo dohody o vykonaní práce alebo o pracovnej činnosti je takýto sprievodca pre cestovnú kanceláriu externým pracovníkom. (Ryglová, 2009)

Delegátom je osoba, ktorá v dobe pobytu navštíveného miesta má kvalifikáciu sprievodcu zájazdu a preberá starostlivosť o klientov v okamžiku ich príchodu do miesta dovolenky. Povinnosť delegáta je oboznámiť klientov s miestom pobytu a s možnosťami fakultatívnych výletov. Po príchode klientov cestovnej kancelárie a agentúry spolupracuje pri ich ubytovaní, informuje o poskytovaných službách a kontroluje ich kvalitu. V prípade záujmu klientov organizuje nimi vybrané fakultatívne výlety a pravidelne sa s nimi stretáva na informačných sedeniach. Rieši pripomienky klientov v priebehu pobytu klientov na zájazde a informuje o tom cestovnú kanceláriu. (Rux, 2015)

3.5 Cestovná kancelária a agentúra

Subjekt, ktorý organizuje, ponúka a predáva zájazdy nazývame cestovná kancelária. Cestovná kancelária podniká na základe živnostenského oprávnenia, organizuje, ponúka a predáva zájazdy a uzatvára zmluvu o obstaraní zájazdu. Cestovná kancelária organizuje kombinácie služieb, ponúka a predáva ich inej cestovnej kancelárii na účel jej ďalšieho podnikania. Ponúka alebo predáva na základe individuálnej objednávky jednotlivé služby alebo ich kombinácie, sprostredkováva predaj jednotlivých služieb pre inú cestovnú kanceláriu a agentúru alebo pre dopravcov, prevádzkovateľov ubytovacích zariadení. Cestovná kancelária sprostredkováva predaj zájazdov pre inú cestovnú kanceláriu prostredníctvom zmluvy o zájazde v mene cestovnej kancelárie, pre ktorú je zájazd sprostredkovaný. Predáva veci súvisiace s cestovným ruchom ako napríklad vstupenky, mapy, prospekty, suveníry. Môže predávať jednotlivé služby alebo ich kombinácie, ktorých doba poskytnutia nie je dlhšia ako 24 hodín a nezahŕňa ubytovanie cez noc. Cestovná kancelária poskytuje činnosť sprievodcu v cestovnom ruchu. (Zákon č. 281/2001 Z. z.)

Cestovná agentúra na základe živnostenského oprávnenia vykonáva služby ako cestovná kancelária a môže sprostredkovať predaj zájazdu len pre osobu, ktorá je cestovnou kanceláriou. Prevádzkareň a propagačné a iné materiály určené pre klientov musí mať označené slovami „cestovná agentúra“. (Zákon č. 281/2001 Z. z.)

Kategorizácia cestovných kancelárií je z rôznych hľadísk vzhľadom na dlhodobý vývoj cestovného ruchu nasledovná:

1. *„Podľa predmetu činnosti:*
 - *Touroperátor, organizátor zájazdov*
 - *Sprostredkovateľ, travel agent*
2. *Podľa rozsahu poskytovaných služieb:*
 - *Základné*
 - *Špecializované*
3. *Podľa zamerania na určitý druh cestovného ruchu:*

- *Incomingové*
 - *Outgoingové*
4. *Podľa úlohy na trhu, vzťahu k účastníkovi cestovného ruchu:*
 - *Vysielajúci*
 - *Prijímací*
 5. *Podľa veľkosti*
 6. *Podľa formy vlastníctva*
 7. *Podľa organizačnej formy apod.“ (Indrová, 2009)*

Povinnosti cestovnej kancelárie

Podľa § 7 zákona č. 281/2001 Z. z. povinnosťou cestovnej kancelárie je mať po celý čas predaja zájazdov uzavretú zmluvu o poistení zájazdu pre prípad jej úpadku. Cestovná kancelária je povinná mať prevádzkareň označenú slovami „cestovná kancelária“, do tejto povinnosti sú zahrnuté aj propagačné materiály pre klientov. Poverovať výkonom sprievodcovskej činnosti osoby, ktoré majú osvedčenie o získanom vzdelaní. Písomne poveriť zástupcu, na ktorého sa môže klient obrátiť o pomoc v prípade nedostatkov alebo ťažkostí počas zájazdu, a je oprávnený prijímať a vybavovať reklamácie klienta počas zájazdu. (Zákon č. 281/2001 Z. z.)

3.5.1 Informačné povinnosti cestovnej kancelárie

Cestovná kancelária pred uzatvorením zmluvy o zájazde je povinná podľa § 8 zákona č. 281/2001 Z. z. v katalógu alebo inou písomnou formou presne, jasne, pravdivo, zrozumiteľne, úplne a riadne informovať o všetkých skutočnostiach, ktoré sú jej známe a ktoré môžu mať vplyv na rozhodnutie klienta o kúpe zájazdu.

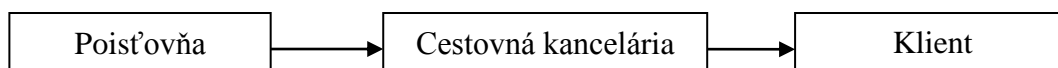
Napríklad o termíne začatia a skončenia zájazdu, cene zájazdu, vrátane časového rozvrhu platieb a výške zálohy. V prípadoch, kedy je zákazník povinný zaplatiť cestovnej kancelárii odstupné pri odstúpení od cestovnej zmluvy a o výške tohto odstupného. Je povinná informovať o mieste určenia cesty alebo pobytu, druhu dopravného prostriedku, úrovni jeho vybavenosti, kvality a triedy a o trase cesty a predpokladaných miestach zastávok. O ubytovacom zariadení, jeho polohe, kategórii, stupni, vybavenosti a jeho hlavných charakteristických znakov je taktiež povinná klienta informovať. Ďalej medzi jej povinnosti patrí podať informácie o forme stravovania a programe v mieste pobytu. Zabezpečuje pasové a vízové požiadavky pre občanov Slovenskej republiky, zdravotné formality, ktoré sú nutné pre cestu a pobyt. Klientov informuje o obvyklých cenách a lehotách pre ich vybavenie. (Zákon č. 281/2001 Z. z.)

V neposlednom rade je cestovná kancelária povinná informovať o požadovanom minimálnom počte účastníkov, vrátane termínu, kedy najneskoršie pred odchodom musí byť klientovi oznámené, že nebol tento minimálny počet dosiahnutý, a tým sa zájazd ruší. Do informačných povinností patrí aj rozsah a podmienky poistenia klienta. Klient môže uzatvoriť individuálne poistenie na cestu a pobyt vrátane toho, že mu ako klientovi vzniknú náklady v súvislosti s jeho odstúpením od

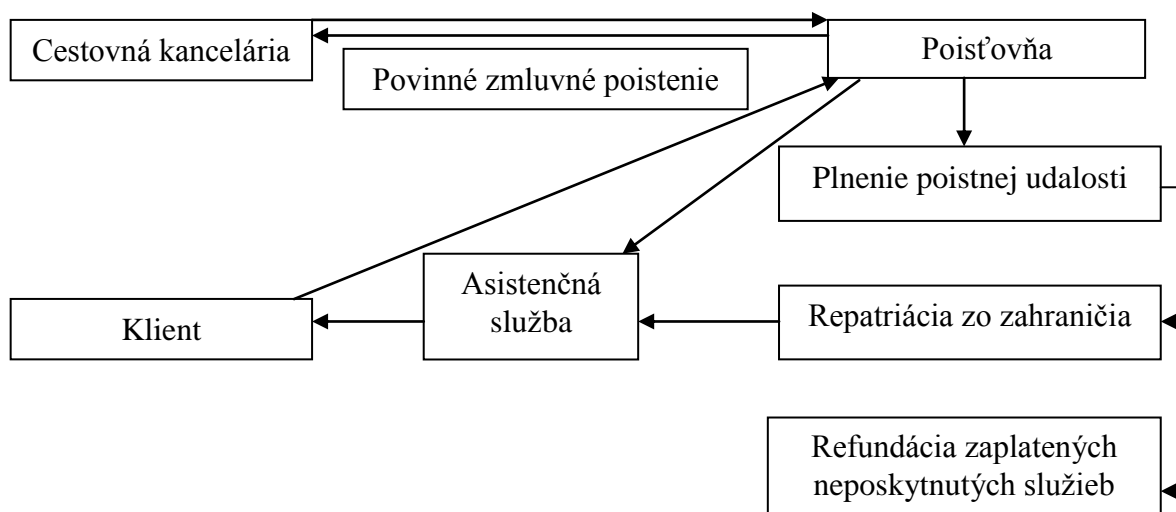
zmluvy o zájazde v prípade jeho choroby alebo nehody. Cestovná kancelária je povinná informovať klienta o lehote, v ktorej môže klient oznámiť, že sa zájazdu miesto neho zúčastní iná osoba. (Zákon č. 281/2001 Z. z.)

Poistenie zájazdu

Cestovná kancelária je povinná dohodnúť poistenie zájazdu, na ktorého základe vzniká klientovi právo na poistné plnenie v prípade, keď cestovná kancelária z dôvodu svojho úpadku neposkytne klientovi dopravu z miesta pobytu v zahraničí do miesta plánovaného skončenia zájazdu alebo do Slovenskej republiky, ak je doprava súčasťou zájazdu. V ďalšom prípade, ak nevráti klientovi zaplatený predpoklad, cenu zájazdu, ak sa zájazd neuskutočnil alebo nevráti klientovi rozdiel medzi zaplatenou cenou zájazdu a cenou čiastočne poskytnutého zájazdu, ktorý bol poskytnutý sčasti. Poistenie zájazdu je cestovná kancelária povinná dohodnúť na dostatočnú poistnú sumu a to vo výške minimálne 25 % ročných plánovaných tržieb z predaja zájazdov. (Zákon č. 281/2001 Z. z.)



Obr. 1 Právny vzťah poistenia cestovnej kancelárie proti úpadku
Zdroj: NOVACKÁ, 2004



Obr. 2 Priebeh poistnej udalosti
Zdroj: DROBNÁ, MORÁVKOVÁ, 2004

Cestovné kancelárie na Slovensku sú poistené pre prípad úpadku v zmysle zákona č. 281/2001 Z. z. v nasledujúcich poisťovniach Allianz, ECP, UNION, KOOPERATIVA a. s., UNIQA. Cestovná kancelária TOURIMPEX, Bratislava využila možnosť vo forme bankovej záruky. (sacka.eu, 2015)

3.5.2 Zákon č. 122/2013 Z. z. o ochrane osobných údajoch

Tento zákon upravuje pre klientov cestovných kancelárií a agentúr ochranu práv pred neoprávneným zasahovaním do ich súkromného života pri spracovaní ich osobných údajov. Ďalej zákon určuje práva, povinnosti a zodpovednosť pri spracovaní osobných údajov fyzických osôb. Zákon o ochrane osobných údajov má pôsobnosť na každého, ktorý spracováva osobné údaje, určuje účel a prostriedky spracovania alebo poskytuje osobné údaje na spracovanie. (Zákon č. 122/2013 Z. z.)

Základným cieľom zákona č. 122/2013 Z. z. je spracovanie osobných údajov bez porušovania základných práv a slobôd. Cestovná kancelária a agentúra je podľa tohto zákona povinná:

- pred začatím spracovania osobných údajov vymedziť účel spracovania osobných údajov,
- získať osobné údaje výlučne na vymedzený alebo ustanovený účel,
- zabezpečiť, aby sa spracovali len také osobné údaje, ktoré svojím rozsahom a obsahom zodpovedajú účelu ich spracovania a sú nevyhnutné na jeho dosiahnutie,
- spracovávať len správne, úplné a podľa potreby aktualizované osobné údaje vo vzťahu k účelu spracovania,
- spracovávať osobné údaje v súlade s dobrými mravmi a konať spôsobom, ktorý neodporuje zákonu.

Cestovná kancelária a agentúra nepotrebuje súhlas na spracovanie osobných údajov ak je nevyhnutné na plnenie zmluvy, v ktorej vystupuje klient ako jedna zo zmluvných strán, alebo v predzmluvných vzťahoch s klientom alebo pri rokovaní o zmene zmluvy, ktoré sa uskutočňujú na žiadosť klienta. (Zákon č. 122/2013 Z. z.)

3.6 Zmluva o obstaraní zájazdu (Občiansky zákonník č. 40/1964 Z. z.)

Zmluva o obstaraní zájazdu patrí medzi spotrebiteľské zmluvy a je upravená Občianskym zákonníkom. V zmluve o obstaraní zájazdu sa obstarávateľ, ktorým je cestovná kancelária zaväzuje, že klientovi obstará vopred ponúkanú kombináciu služieb cestovného ruchu, ktorým je zájazd. Objednávateľ, klient sa zaväzuje, že zaplatí dohodnutú cenu. Zmluva musí byť písomná a obsahovať označenie zmluvných strán. Ďalej musí obsahovať všetky náležitosti a informácie, ktoré vyžaduje zákon č. 281/2001 Z. z. v § 8 vid' strana č. 25 tejto bakalárskej práce.

Cestovná kancelária je povinná klientovi odovzdať spolu so zmluvou doklad o poistení zájazdu pre prípad úpadku vystavený poisťovňou, v ktorej je cestovná kancelária poistená. Klientom, ktorí uzavreli zmluvný vzťah s cestovnou kanceláriou vyplývajú nasledovné práva a povinnosti.

Práva:

- právo na poskytnutie služieb v dohodnutom rozsahu a kvalite,
- právo na ochranu osobných údajov,
- právo na dodatočné informácie, ktoré neboli uvedené v katalógu,
- právo byť bezodkladne oboznámený s prípadnými zmenami programu zájazdu, rozsahu služieb a ceny,
- právo zrušiť svoju účasť na zájazde odstúpením od zmluvy kedykoľvek pred začatím zájazdu za podmienok stanovených v zmluve,
- právo pred začatím zájazdu písomne oznámiť cestovnej kancelárii, že sa na miesto neho zúčastní na zájazde iná osoba,
- právo na reklamáciu služieb,
- právo dostať spolu s cestovnou zmluvou aj doklady o poistení zájazdu.

Povinnosti:

- spolupracovať s cestovnou kanceláriou,
- pripojiť plnomocenstvo zastupujúcich spolucestujúcich v prípade, že nejde o manželského partnera alebo neplnoleté vlastné dieťa,
- upozorniť včas na cudzie štátne príslušenstvo spolucestujúceho,
- zaplatiť v plnom rozsahu a podľa časového harmonogramu cenu zájazdu,
- oznámiť svoje stanovisko k prípadným zmenám podmienok,
- prevziať od cestovnej kancelárie potrebné doklady pre čerpanie dohodnutých služieb,
- dostaviť sa v stanovenom termíne na určené miesto,
- riadiť sa pokynmi cestovnej kancelárie, jej zodpovedného zástupcu počas zájazdu,
- pri zájazdoch do zahraničia mať pri sebe všetky platné cestovné doklady,
- zdržať sa konania poškodzujúceho alebo obmedzujúceho ostatných účastníkov zájazdu,
- bezodkladne nahlásiť zmenu v zmluve uvedených osobných údajov. (Zákon č. 40/1964 Zb.)

Prevedenie zájazdu na inú osobu

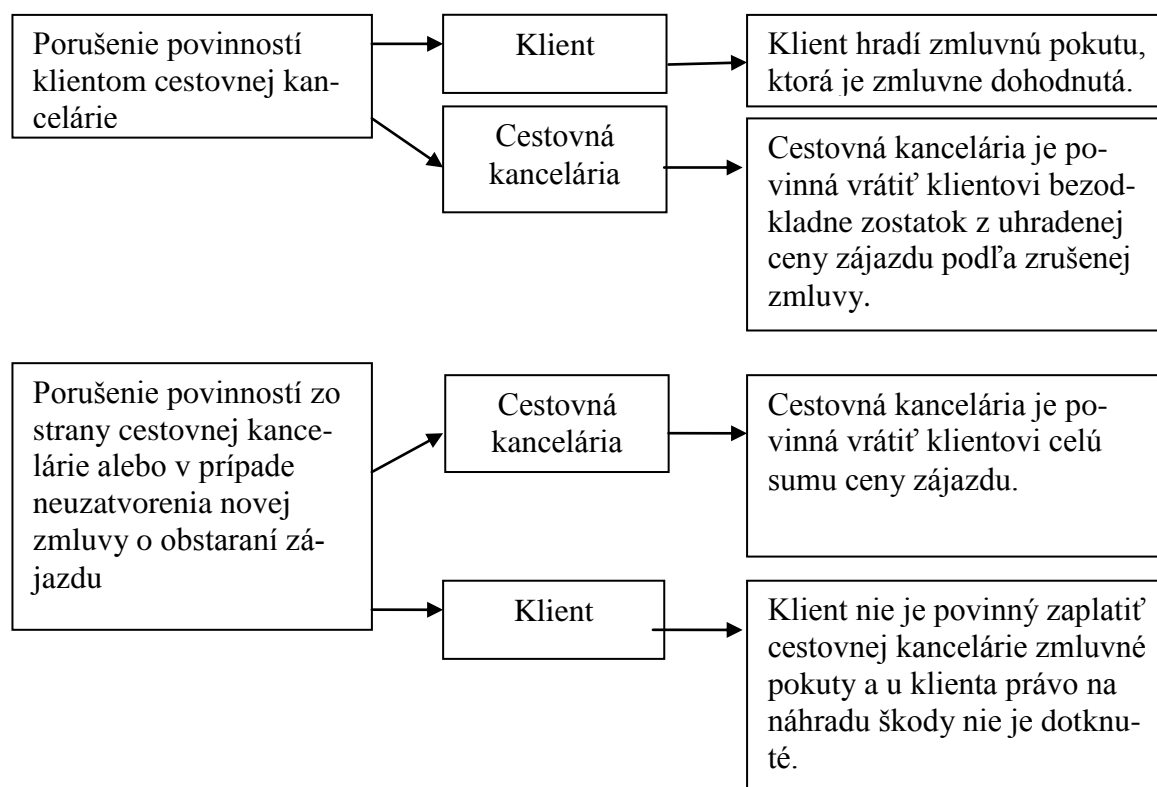
„Pred začatím zájazdu môže objednávateľ písomne oznámiť cestovnej kancelárii, že zájazdu sa namiesto neho zúčastní iná osoba uvedená v oznámení. Objednávateľ tak môže urobiť len v určenej lehote a oznámenie musí obsahovať aj vyhlásenie nového objednávateľa, že súhlasí s uzatvorenou zmluvou a splňa všetky dohodnuté podmienky účasti na zájazde. Dňom doručenia oznámenia sa v ňom uvedená osoba stáva objednávateľom.“ (Zákon č. 40/1964 Zb. § 741f)

To ale nezavaruje pôvodného objednávateľa zodpovednosti za zaplatenie ceny zájazdu a úhradu nákladov, ktoré by prípadne cestovnej kancelárii vznikli touto zmenou. Za všetky náklady sú spoločne zodpovedný tak ako pôvodný objednávateľ tak aj nový účastník zájazdu. (Zákon č. 40/1964 Zb. § 741f)

Odstúpenie od zmluvy o obstaraní zájazdu

Cestovná kancelária má právo v zmysle § 741g Občianskeho zákonníka odstúpiť od zmluvy o obstaraní zájazdu len v dvoch prípadoch. V prvom prípade ak bol v zmluve o obstaraní zájazdu stanovený minimálny počet účastníkov zájazdu alebo v druhom prípade porušenia zmluvne dohodnutých povinností zo strany klienta cestovnej kancelárie a agentúry.

Podľa § 741h Občianskeho zákonníka má klient právo odstúpiť od zmluvy o obstaraní zájazdu kedykoľvek pred začatím zájazdu, ale je povinný zaplatiť cestovnej kancelárii zmluvnú pokutu. Výška zmluvnej pokuty musí byť v zmluve dohodnutá. V § 741e je uvedené, že klient má právo rozhodnúť sa či v prípade zmeny podstatnej podmienky zmluvy o obstaraní zájazdu cestovnou kanceláriou s touto zmenou zmluvy súhlasí alebo od zmluvy odstúpi bez zaplatenia zmluvných pokút. Rozhodnutie musí oznámiť cestovnej kancelárii písomne a to v lehote určenej cestovnou kanceláriou. (Zákon č. 40/1964 Zb.)



Obr. 3 Finančné dôsledky odstúpenia od zmluvy o obstaraní zájazdu
Zdroj: DROBNÁ, MORÁVKOVÁ, 2004

3.7 Kvalita služieb a ich reklamácia

Ako uvádza Crosby, záujem ľudí o kvalitu v organizáciách je výsledkom vplyvu tržných síl a nie úsilie prívržencov kvality. (Crosby, 1988)

Klapalová opisuje rôzne príčiny záujmu o kvalitu, ktoré sú a boli v závislosti od subjektov hodnotiacich ako príjemcovia kvality a od subjektov vytvárajúcich kvalitu. (Klapalová, 2012)

„Kvalitou sa pri poskytovaní služieb cestovného ruchu nerozumie len najdrahší alebo najlepší. Každý spotrebiteľ má iné hodnoty a iný spôsob vnímania kvality. Klient cestovnej kancelárie môže byť spokojný s jednoduchším ubytovaním, a toto ubytovanie úplne naplní klientovo očakávanie. Pre posúdenie kvality služieb je rozhodujúce hodnotenie zákazníkom.“ (Orieška, 2010)

Cena zájazdu

Cena zájazdu sa odvíja od existencie tržných cien tovarov a služieb, ktorá sa odvíja zo situácie na trhu. Pri tvorbe ceny zájazdu je zohľadnené postavenie cestovnej kancelárie na trhu a jeho nákladovej kalkulácie, ktorá je ovplyvnená dopytom. Cestovná kancelária pri kalkulácii vychádza zo zaistenia nákladovej ceny, pri ktorej cestovná kancelária podniká bez straty a prirážky. Tá je zdrojom pre uhradenie

vlastných nákladov a tvorby zisku. Pri dvojstupňovej kalkulácii sa uplatňuje predbežná a výsledná cena. Pre klientov cestovných kancelárií a agentúr je to cena pevná a informatívna. Ak sú dopredu zaistené služby a stanovený termín uskutočnenia zájazdu tak sa stanovuje pevná cena. Informatívna cena sa určuje pri zájazdoch, u ktorých nie je dopredu stanovená výška nákladov. Takáto situácia vzniká pri zájazdoch s orientačným termínom realizácie alebo forfaitových zájazdoch. (Orieška, 1992)

3.7.1 Reklamácia poskytnutých služieb

V prípade chybne poskytnutej služby má klient právo na jej bezodkladné odstránenie u dodávateľa služby alebo u povereného zástupcu cestovnej kancelárie, s ktorým je potrebné urobiť písomný záznam resp. reklamačný protokol o spolupráci. Ak cestovná kancelária nesplní povinnosti vyplývajúce zo zmluvy, musí klient uplatniť právo písomne v cestovnej kancelárii najneskôr do troch mesiacov od skončenia zájazdu, inak právo zaniká. (Zákon č. 40/1964 Zb.)

Cestovná kancelária má na vybavenie reklamácie 30 dní, počas tejto doby je povinná poslať písomné vyjadrenie či reklamáciu uznáva a v akom rozsahu alebo ju neuznáva s uvedením dôvodu. V prípade, že cestovná kancelária zamietne reklamáciu, je možnosť podať podnet na Slovenskú obchodnú inšpekciu, ktorá má oprávnenie na preverenie dodržania predpisov ale do reklamačných konfliktov nezasahuje. Preto je nutné sa pri ďalšom postupe obrátiť na súd. (sacka.eu, 2016)

Pri reklamacii poskytnutých služieb, je potrebné postupovať podľa reklamačného poriadku resp. príslušnej pasáže zmluvných podmienok konkrétnej cestovnej kancelárie. (Ryglóvá, 2009)

V prípade, že cestovná kancelária preukáže, že škodu nezavinila ona, ani jej dodávateľa služieb sa môže cestovná kancelária zbaviť zodpovednosti za spôsobenú škodu odstúpením od zmluvy. Zbaviť zodpovednosti sa môže v tom prípade ak škoda bola spôsobená:

- klientom,
- treťou osobou, ktorá nie je spojená s poskytovaním zájazdu,
- alebo udalosťou, ktorej nebolo možné zabrániť.

V prípadoch, že škoda bola spôsobená treťou osobou alebo udalosťou je cestovná kancelária povinná poskytnúť klientovi bezodkladne pomoc. Cestovná kancelária je povinná vrátiť klientovi rozdiel ceny medzi ponúkanými a poskytnutými službami ak po začatí zájazdu cestovná kancelária neposkytne klientovi služby alebo ich podstatnú časť riadne a včas alebo mu ich nebude môcť poskytnúť aj keď ju k tomu zmluva zaviazala. Povinnosťou cestovnej kancelárie je urobiť také opatrenia, aby mohol zájazd pokračovať. (Zákon č. 40/1964 Zb.)

3.7.2 Náhrada za nedostatky v poskytnutých službách

Ak hotel nespĺňa štandardy kvality podľa zmluvy napríklad hotelová izba nemá výhľad na more, prichádza k narušeniu zmluvy. Krátenie ceny bolo uvážené ako

prostriedok na nápravu za nesplnenie záväzku v medzinárodných európskych normách v smernici 1999/44/ES Európskeho parlamentu.

Právo na rozdiel ceny sa usiluje o vyrovnanie odhadovanej ceny a prijatej hodnoty, ktorá neodzrkadľuje zmluvu. Používanie tabuľky pre výpočet zníženej ceny sa stal užitočným pomocníkom v hotelovom odvetví. Frankfurtská tabuľka pre ohodnotenie zníženej ceny pri zájazdoch bola vytvorená jedným z členov komory Court of Appeal vo Frankfurte v Nemecku (viď príloha A). Je považovaný za odborníka v problematike práva v cestovnom ruchu. Tabuľka sa môže použiť ako začiatkový bod pri výpočte vhodnej zníženej ceny. (Serrat, 2009)

Sledujúc hlavné kritéria podľa Frankfurtskej tabuľky poskytnutá úroveň zníženia ceny by mala byť aplikovaná na ktorékolvek ubytovacie zariadenie kde služby zlyhali. Dôležitá je cena služby, ktorá by mala byť zahrnutá ako celok a podľa stupňa alebo závažnosti nedostatku previesť zníženie ceny. Navyše, pôvodná cena by mala limitovať možnú výšku zníženia ceny, zatiaľ čo náhrada škody môže byť vyššia ako cena služby, kvôli objektívnemu posúdeniu zlyhania služby. Pravidlom je, že výška zníženia peňazí by mala byť vypočítaná objektívnym spôsobom na získanie finančných a iných škôd, bez vzatia do úvahy charakteristických vlastností zákazníka, ktorými sú napr. (vek, pohlavie, citlivosť). Počas výpočtu zníženia ceny by mali byť zohľadnené všetky tieto podmienky každým hotelom do úvahy. Spôsob výpočtu pre zníženie ceny je nasledovný:

$$\%TNS \times \frac{CS}{PDPS} \times PDPNS \quad (5)$$

TNS - Typický nedostatok služby

CS - Cena služby

PDPS - Počet dní poskytovanej služby

PDPNS - Počet dní poskytovanej nedostačujúcej služby

(Serrat, 2009)

Frankfurtská tabuľka je známa aj pod pojmom kompenzačná tabuľka International Travel Quality Kodexu (ITQ). ITQ Kódex, podporuje skvalitnenie služieb cestovných kancelárií a zaisťuje lepšiu ochranu klientov cestovných kancelárií a agentúr. Garantuje všetkým klientom transparentný a jednotný prístup k riešeniu ich reklamácií. (etics.cz, 2010)

3.8 Prostriedky ochrany práv spotrebiteľov

Podľa Horovej (2002) prostriedky na ochranu práv spotrebiteľov rozlišujeme v súlade s časovým okamžikom, v ktorom prichádza. V tomto zmysle sa delí ochrana na preventívnu a následnú. Pod preventívnou ochranou sa rozumie ochrana vzniknutá uzákonenými právnymi predpismi, vykonávaním náhodných kontrol dozornými organizáciami. V prípade, že sú kompetentné orgány upozornené na protiprávne konanie v oblasti porušenia práv tak je na rade ochrana následná. Or-

gány verejnej moci poskytujú právnu ochranu spotrebiteľov na základe súkromnoprávnej a verejnoprávnej. V prípade využitia súdnej cesty, kedy je charakteristickým orgánom ochrany súd je typický v súkromnoprávnej úprave. Využíva sa v prípadoch keď podnikateľ nesplní povinnosti dobrovoľne. Túto možnosť má konkrétny spotrebiteľ, na ktorom záleží či sa bude svojich práv domáhať. Naopak ochrana verejnoprávna je menej zložitá pretože reguluje skutočnosti, ktoré sa týkajú všetkých ľudí. Preto sa nevyžaduje osobná iniciatíva konkrétneho spotrebiteľa. Tento typ ochrany je preventívneho charakteru, ale môže sa týkať aj ochrany následnej pri vyberaní pokút za priestupky. Na ochranu práv spotrebiteľov majú možnosť pôsobiť aj občianske spotrebiteľské organizácie, ktorých hlavnou činnosťou je riešenie problémov spotrebiteľov, poradenstvo a prevencia v tejto oblasti. (Horová, 2002)

3.8.1 Spotrebiteľské organizácie a orgány Slovenskej republiky na ochranu spotrebiteľov

Asociácia spotrebiteľov Slovenska

Je neziskové občianske záujmové združenie, ktorým hlavným cieľom je ochrana práv a informovanie spotrebiteľov. Medzi činnosti, ktoré asociácia vykonáva sú informovanie o právach spotrebiteľov a poskytovanie odborného poradenstva spotrebiteľom. Vypracováva spotrebiteľské porovnávacie testy produktov a podieľa sa na tvorbe opatrení spotrebiteľskej politiky. (test-magazin.sk, 2016)

Zároveň vedie internetové stránky, ktoré sú venované ochrane spotrebiteľov na Slovensku a vznikli ako súčasť informačnej kampane zameranej práve na ochranu spotrebiteľov. Na stránke sa je možné informovať o základných právach spotrebiteľov v Európskej únii, a nájsť mapu Slovenska s adresami poradenských centier. (pravaspotrebiteľa.sk, 2016)

Združenie slovenských spotrebiteľov

Toto združenie pôsobí na trhu už 26 rokov a preto prešlo rôznymi vývojovými etapami. Združenie je tvorené jednotlivcami, spotrebiteľskými skupinami alebo klubmi a regionálnymi organizáciami. Od roku 1994 je členom CI - Spotrebiteľia medzinárodne. Ďalej rozvíja aj medzinárodnú spoluprácu so susediacimi krajinami CEFTA, ktorými sú Poľsko, Maďarsko, Česká republika a Ukrajina. Pôsobnosť združenia sa zameriava na:

- záručnú dobu a reklamáciu,
- neférové zmluvy,
- spotrebiteľský úver,
- bankové služby,
- nákup cez internet,
- zmluvu o zájazde,

- leteckú dopravu. (zss.sk, 2016)

Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska

Občianska nezávislá organizácia, ktorá tvorí tretí pilier ochrany práv spotrebiteľov na trhu a svojou činnosťou zastupuje spotrebiteľov, pomáha im pri ochrane svojich práv. Organizácia zlučuje 9 spotrebiteľských organizácií a 19 klubov v jednotlivých regiónoch Slovenska. Aktivity asociácie sú založené na pomoci spotrebiteľom pri ochrane a domáhaní sa svojich práv. Ďalej informujú, vzdelávajú, poskytujú poradenskú činnosť, organizujú semináre, publikujú a spolupracujú s občianskymi organizáciami. (spotrebiteinfo.sk, 2016)

Európska poradná skupina spotrebiteľov

Európska poradná skupina spotrebiteľov (ECCG) je hlavným nástrojom Komisie, prostredníctvom ktorej konzultuje problematiku spotrebiteľskej ochrany s národnými a európskymi spotrebiteľskými organizáciami. ECCG vytvára fórum na diskusiu o problémoch súvisiacich so záujmami spotrebiteľov, sprostredkováva názor Komisii na otázky ovplyvňujúce záujmy spotrebiteľov, radí a vedie Komisiu pri príprave politík a aktivít, ktoré ovplyvňujú spotrebiteľov a informuje Komisiu o vývoji spotrebiteľskej politiky v členskom štáte, koná ako zdroj informácií o činnosti Komisie pre ďalšie národné organizácie. (economy.gov.sk, 2016)

Slovenská obchodná inšpekcia

Je inštitúciou Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky na ochranu spotrebiteľa. Je orgánom štátnej správy a orgánom trhového dozoru v ochrane spotrebiteľa na vnútornom trhu. Zásady kontroly sú založené na porovnaní zisteného a skutočného stavu so stavom predpísaným, ktorý je ustanovený všeobecným záväzným právnym predpisom. Slovenská obchodná inšpekcia (ďalej SOI) pri uskutočnených kontrolách zisťuje nedostatky, vyžaduje odstránenie týchto nedostatkov a ich následkov. Na stránkach SOI sú následne vyvesené výsledky kontrol. SOI je možné podať podnet ku kontrole, ktorý je následne podľa naliehavosti, aktuálnosti a závažnosti zaradený v poradí a pridaný do plánu kontrol. Medzi ďalšie orgány Slovenskej republiky zamerané na ochranu spotrebiteľov patria Štátna veterinárna a potravinová správa SR, Štátny zdravotný ústav a Úrad pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo SR. (soi.sk, 2016)

Kontrolná činnosť obchodnej inšpekcie

SOI v období od októbra do decembra v roku 2009 vykonala v cestovných kanceláriách na Slovensku komplexnú inšpekciu. Zamerala sa najmä na dodržiavanie zákona o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a na podmienky zmlúv o obstaraní zájazdu. (soi.sk, 2016)

Kontrolou boli zistené v 45 prípadoch nedostatky v 52 kontrolovaných cestovných kanceláriách. Je to 86,5 % z počtu kontrolovaných cestovných kancelárií. U žiadnej z cestovných kancelárií v prípade preverenia oprávnenia k podnikaniu

neboli nedostatky zistené. Pri kontrole označenia prevádzkarne a propagačných materiálov bol zistený nedostatok u jednej z kontrolovaných cestovných kancelárií. V troch cestovných kanceláriách nevedeli predložiť zmluvy o poistení zájazdu pre prípad ich úpadku. Pri preverení sprievodcovskej činnosti boli nedostatky zistené v štyroch cestovných kanceláriách a jedna z nich bola v Trnavskom kraji. U týchto osôb nebolo predložené osvedčenie o získanom vzdelaní. V šiestich cestovných kanceláriách boli zistené prípady kedy pred uzatvorením zmluvy o zájazde cestovná kancelária neinformovala o rozsahu a podmienkach poistenia zájazdu, o kategórii a polohe ubytovacieho zariadenia, o druhu dopravného prostriedku o jeho úrovni a vybavenosti a forme stravovania. V písomných informáciách, ktoré je cestovná kancelária povinná poskytnúť najmenej 7 dní pred začatím zájazdu chýbali informácie na kontaktnú osobu, ktorá je poverená cestovnou kanceláriou. V prípadoch vybavovania reklamácií zlyhali 2 cestovné kancelárie, ktoré uviedli vo svojom katalógu, že delegát je k dispozícii klientom trikrát za pobyt a teda cestovná kancelária nepreukázala zabezpečenie poverenej osoby oprávnenej vybavovať reklamácie. V zmluvách o obstaraní zájazdu bolo zistených 45 nedostatkov z 51 zmlúv čo predstavuje 88,2 %. Najčastejšie nedostatky boli v obsahu zmluvných podmienok. Napríklad v chýbajúcich náležitostiach v zmluve o zájazde, zbavovaní sa zodpovednosti za porušenie záväzkov a vyhradzovanie zmien, zvyšovanie ceny zájazdu, ukladanie povinnosti a upieranie práva na uplatnenie reklamácie. SOI sa v závere správy o kontrole odvoláva na dôvody negatívnych výsledkov prevedenej kontroly. Podľa SOI sú spôsobené najmä zistením nedostatkov v zmluvách o zájazdoch. SOI dlhší čas cestovné kancelárie nepreverovala, kvôli legislatívnym úpravám v zákone a nezameriavala sa na túto činnosť. Voči cestovným kanceláriám boli už začaté správne konania a uložené postihy. Cestovné kancelárie následne podali správy o plnení záväzných pokynov na odstránenie zistených porušení. (soi.sk, 2016)

4 Vlastná práca

4.1 Situácia na trhu cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch

Mesto Piešťany leží na západe Slovenska, patrí do Trnavského kraja a od hlavného mesta Bratislavy je vzdialené 86 km. Piešťany obklopuje Považský Inovec a preteká nim rieka Váh. Vodná nádrž Sĺňava je pre obyvateľov Piešťan ako aj pre návštevníkov prírodná atrakčivita, ktorá slúži na rekreačné a športové využitie. História mesta siaha až do roku 1113, kedy o ňom bola prvá zmienka v Zoborskej listine. V Piešťanoch žije 28 705 obyvateľov. Z toho je 15 288 žien a 13 417 mužov. Obyvatelia mesta sú prevažne (97,5 %) slovenskej národnosti. Ekonomicky aktívnych obyvateľov je 16 905. Piešťany sú preslávené kúpeľami, ktorých počiatok je spomínaný od roku 1682. Termálna voda o teplote 67-69°, ktorá je sadrovo-sírna prospieva najmä pohybovému ústrojenstvu. Slovenské liečebné kúpele Piešťany, a. s. sa nachádzajú na kúpeľnom ostrove medzi ľavým brehom Váhu a medzi jeho mŕtvym ramenom. Najviac sa o rozvoj kúpeľov zaslúžila rodina Ľudovíta Wintera, ktorá zmenila kúpele na podnik medzinárodného významu. Aktuálne Slovenské liečebné kúpele Piešťany, a. s. patria do siete Danubius hotels group. Prevažná klientela kúpeľov je nemecká a arabská. Klienti kúpeľov majú možnosť si pobyt zabezpečiť ako samoplatitelia to znamená, že všetky služby súvisiace s liečebným pobytom vrátane dopravy si zabezpečia samy alebo využijú ponúkané služby cestovnými kancelárkami a agentúrami. Ďalšou možnosťou je požiadať o kúpeľný pobyt prostredníctvom zdravotných poisťovní na základe zdravotnej indikácie. (piestany.sk, 2016)

Koncept rozvoja cestovného ruchu v meste Piešťany bol vytvorený po analýze aktuálneho stavu názorov a návrhov obyvateľov mesta Piešťany a podnikateľmi. V rámci stratégie rozvoja, ktorá sa riešila v roku 2004 s výhľadom do roku 2020 je cieľom zabezpečenie kvalitných služieb v oblasti cestovného ruchu, zvýšenie významu mesta Piešťany ako svetového turistického centra a zlepšenie spolupráce mesta Piešťany s kúpeľami Piešťany, ktoré sú zastúpené zahraničnou právnickou osobou. V súčasnosti je hlavnou formou cestovného ruchu v Piešťanoch kúpeľný cestovný ruch. Stratégia ďalšieho rozvoja predpokladá využitie a rozvoj ďalších foriem cestovného ruchu ako je kongresový a kultúrny turizmus, športový turizmus a poznávacie zájazdy. Všetky tieto druhy by sa mali navzájom podporovať. (piestany.sk, 2007)

Oblasťná organizácia REZORT PIEŠŤANY uverejnila na internetovej stránke údaje o cestovnom ruchu v Piešťanoch v roku 2014 na základe zistených dát Štatistického úradu SR. Pri porovnávaní údajov z predchádzajúcich rokov skonštatovala, že cestovný ruch v Piešťanoch má vzrastajúcu tendenciu. (visitpiestany.sk, 2015)

Tab. 2 Údaje o cestovnom ruchu v Piešťanoch v roku 2014

Počet turistov	93 412
z toho zahraniční	41 387
z toho domáci	52 025
Počet prenocovaní v Piešťanoch	587 764
z toho zahraniční	342 178
z toho domáci	245 586
Tržby (€) za ubytovanie v Piešťanoch	16 977 876

Zdroj: (visitpiestany.sk, 2015)

Tab. 3 Top 5 krajín z hľadiska návštevnosti

Krajina	Počet návštevníkov
Slovensko	260 069
Nemecko	108 533
Izrael	74 353
Česká republika	56 230
Ostatné ázijské krajiny	47 129

Zdroj: (visitpiestany.sk, 2015)

Na základe analýzy cestovného ruchu Slovenskou agentúrou pre rozvoj a investície a obchodu (SARIO) patrili medzi najpopulárnejšie hotely a ubytovacie zariadenia v Piešťanoch v porovnaní s ubytovacími zariadeniami na Slovensku uvádzané v tabuľke č. 4. (sario.sk, 2016)

Tab. 4 Rebríček podľa analýzy agentúry SARIO

Kategória	Poradie	Kritérium
TOP hotely – Hotel Thermia Palace	2. - 3.	176 (body)
TOP hotely – Hotel Balnea Palace	20. - 21.	152 (body)
Najväčšie hotely a ubytovacie zariadenia – Balnea Esplanade Palace	1.	9 580 628 (Tržby v €)
Najväčšie hotely a ubytovacie zariadenia – Balnea Splendid/Balnea Grand	2.	5 500 398 (Tržby v €)
Najväčšie hotely a ubytovacie zariadenia – Sorea Sĺňava	21.	1 572 064 (Tržby v €)
Najväčšie hotely a ubytovacie zariadenia – KH Pro Patria	23.	1 442 110 (Tržby v €)
Najväčšie kúpeľné spoločnosti – Slovenské liečebné kúpele Piešťany, a. s.	1.	33 106 121 (Tržby v €)

Zdroj: (sario.sk, 2016)

V Piešťanoch podniká osem cestovných kancelárií a päť cestovných agentúr. Ich prevádzky sú situované najmä v centre mesta.

Tatratour a. s.

Cestovná kancelária, ktorej partnerom je TIP travel a. s., predáva pobytové, poznávacie, pútnické zájazdy. V Piešťanoch sídli len jedna z mnohých pobočiek prevádzkujúcich na Slovensku. (tatratour.sk, 2015)

CK Piešťany-Tour, s. r. o.

Rodinná cestovná kancelária, zameraná na predaj rodinných pobytových zájazdov, ktorá pôsobí na trhu od roku 1994. (piestanytour.sk, 2016)

Centrum, s. r. o., Piešťany

Cestovná kancelária, ktorá ponúka služby týkajúce sa kúpeľnej liečby, predaj zájazdov do zahraničia, rekreácie, zmenárenské služby a predaj leteniek. (ckcentrum.sk, 2016)

Pan Asia s. r. o.

Je jednou z najzaujímavejšou cestovnou kanceláriou na trhu v Piešťanoch. V jej firemnej stratégii je individuálny prístup ku klientovi. Zaujímavé destinácie sú vybrané na základe osobných skúseností riaditeľky spomenutej cestovnej kancelárie. (pan-asia.sk, 2016)

Cestovná agentúra Relaxačná škola Monada, s. r. o.

Zameriava sa na relaxačné, víkendové, kúpeľné a ozdravovacie pobyty. Realizuje pobyty spojené s turistikou, meditáciami, dýchacími cvičeniami a zdravým stravovaním. (monada.sk, 2016)

CLUB Travel Piešťany spol. s. r. o.

Je jedna z najvyužívanejších cestovných agentúr v Piešťanoch, ktorá získala aj mnoho ocenení ako predajca roka. Cestovná agentúra uspokojuje potreby širokej vrstvy klientov. Sprostredkováva zájazdy rôznych cestovných kancelárií a je na piešťanskom trhu už 17 rokov. (clubtravel.sk, 2015)

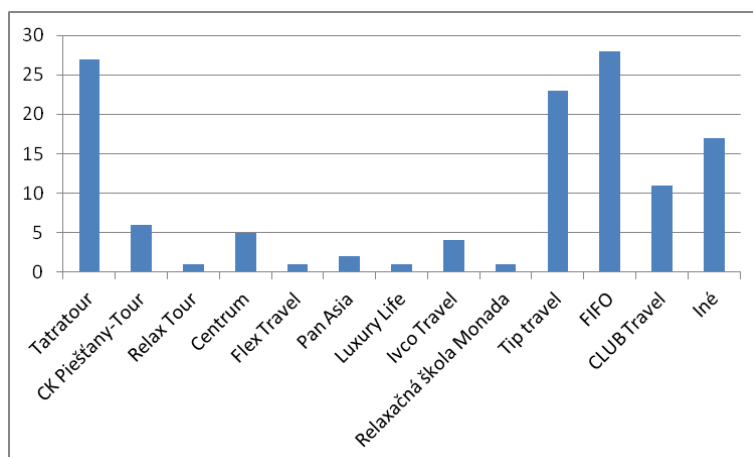
FIFO s. r. o.

Cestovná kancelária FIFO s. r. o. pôsobí na Slovenskom trhu už 26 rokov a jedna z jej pobočiek sídli v Piešťanoch. Pre klientov je v ponuke široká škála zájazdov od finančne nenáročných až po veľmi atraktívne destinácie. Cestovná kancelária si zakladá na tradícii na trhu, spoľahlivosti a rešpektu ku klientovi. (fifo.sk, 2016)

MAR Travel

Cestovná agentúra, ktorá začínala ako agentúra sprostredkovávajúca pobyty pre študentov a mladých ľudí. Neskôr sa jej činnosť preorientovala na predaj leteniek prostredníctvom systému Galileo a predaj zájazdov slovenských a českých touroperátorov. Aktuálne predáva pobyty sprostredkované od rakúskeho a nemeckého touroperátora. (martravel.sk, 2016)

Ďalšie cestovné kancelárie a agentúry spomínané v dotazníku ako napríklad Luxury Life, Flex Travel a Ivco Travel, majú na trhu cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch nízky podiel, čo sa aj preukázalo nízkym percentom odpovedí respondentov na otázku: „V ktorej z uvedených cestovných kancelárií/agentúr ste si kúpili zájazd?“ Z dotazníkového prieskumu vyplýva, že najviac respondentov si kúpilo zájazd v cestovnej kancelárii Tatratour a. s., ktorej partnerom je TIP travel a. s., ktoré a spolu tvoria 55 % z celkového počtu dotazovaných klientov. Druhá v poradí je cestovná kancelária FIFO s. r. o. s 28 % počtom klientov, ktorí si u nej zakúpili zájazd a vyjadrili sa k nemu. V cestovnej agentúre CLUB Travel spol. s r. o. si kúpilo zájazd 11 % dotazovaných. Výsledky všetkých cestovných kancelárií a agentúr sú uvedené v nasledujúcom grafe.



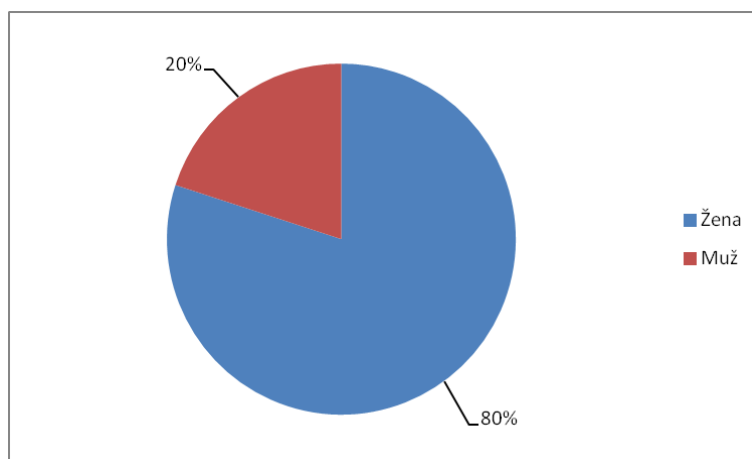
Obr. 4 Cestovné kancelárie a agentúry
Zdroj: Vlastné spracovanie

4.2 Analýza dotazníkového prieskumu

V tejto časti bakalárskej práce je prostredníctvom prípadovej štúdie prevedený rozbor získaných poznatkov z dotazníkového prieskumu uskutočneného s klientmi cestovných kancelárií a agentúr v meste Piešťany.

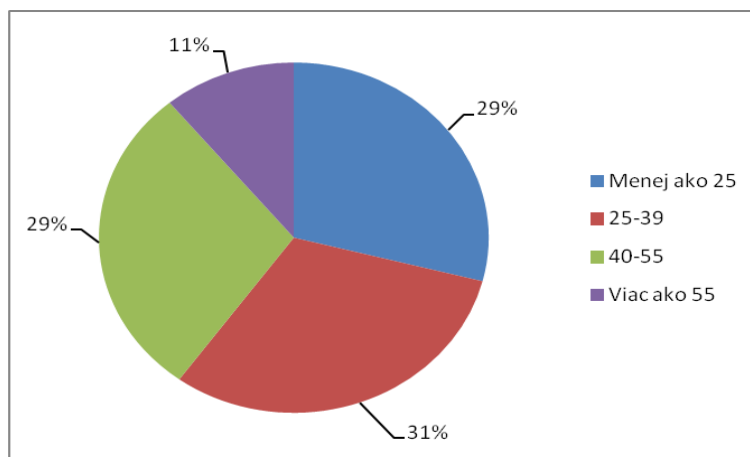
4.2.1 Analýza respondentov

Dotazník vyplnilo celkovo 100 respondentov. Tlačенú formu dotazníka vyplnilo 42 respondentov, zvyšných 58 odpovedalo prostredníctvom internetovej podoby dotazníka. Zo 100 zodpovedaných dotazníkov vyplnilo celkovo 80 % žien a 20 % mužov. V nasledujúcich grafoch sú znázornené identifikačné údaje respondentov ako vek, vzdelanosť, trvalé bydlisko a ich ekonomické zastúpenie.



Obr. 5 Pohlavie respondentov
Zdroj: Vlastné spracovanie

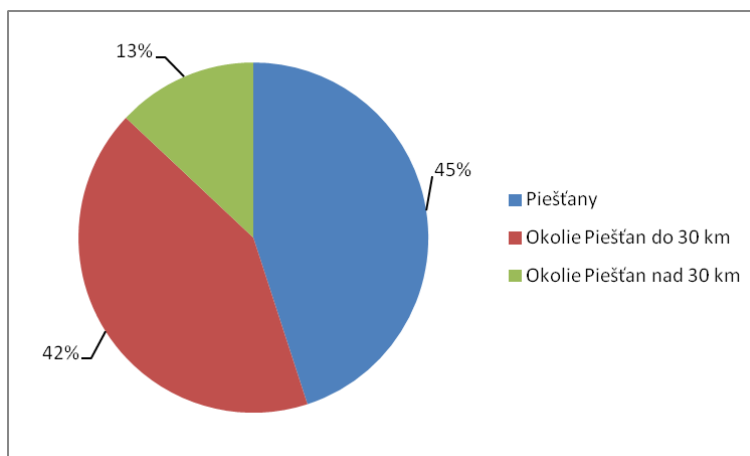
Vek bol rozdelený do 4 kategórií. Najviac zastúpenou skupinou sú respondenti vo veku 25-39 rokov, ktorá tvorí 31 %. Rovnakým dielom a to 29 % sú zastúpené dve vekové kategórie, ktorými sú 40-55 rokov a menej ako 25 rokov. Najmenej respondentov 11 % odpovedalo vo veku vyššom ako 55 rokov.



Obr. 6 Vek respondentov

Zdroj: Vlastné spracovanie

Keďže sa prípadová štúdia týka mesta Piešťany, a dotazník bol určený klientom cestovných kancelárií a agentúr, ktoré podnikajú v Piešťanoch väčšina respondentov 87 % má trvalý pobyt v Piešťanoch alebo v blízkom okolí. Tí, ktorí využívajú služby cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch a býva vo vzdialenosti od Piešťan väčšej ako 30 kilometrov tvorí 13 %.

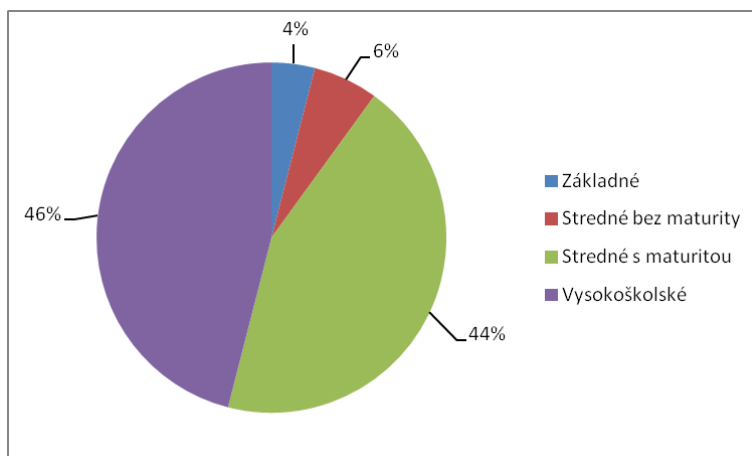


Obr. 7 Trvalé bydlisko respondentov

Zdroj: Vlastné spracovanie

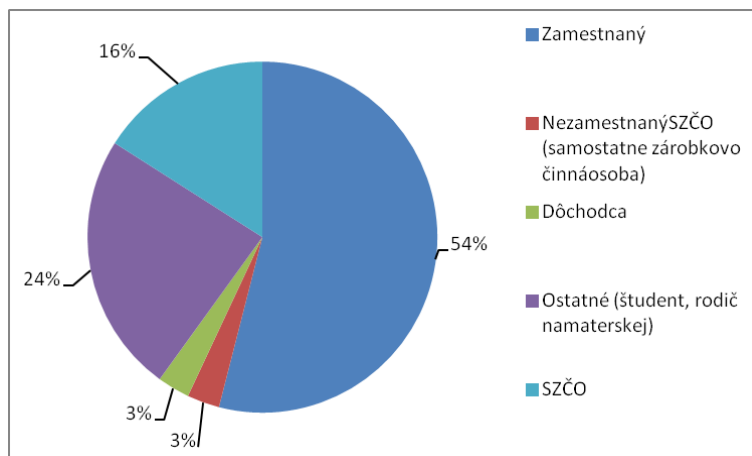
Podľa prieskumu najviac respondentov (46 %), ktorí odpovedali na dotazník majú ukončené vysokoškolské vzdelanie. Stredoškolské vzdelanie s maturitou dosiahlo

44 % respondentov, 6 % je so stredoškolským vzdelaním bez maturity. Základné vzdelanie je zastúpené 4 % respondentov.



Obr. 8 Ukončené vzdelanie respondentov
Zdroj: Vlastné spracovanie

Ďalšou charakteristikou respondentov je ich ekonomická aktivita. Zamestnaných respondentov je 54 % čo svedčí o silnej kúpyschopnosti klientov. Najmenej reagovali na dotazník nezamestnaní a dôchodcovia, ktorí predstavujú rovnako 3 % z opýtaných. Je to možné vysvetliť tým, že nezamestnaní a dôchodci nedisponujú voľnými peňažnými prostriedkami, ktoré by investovali do zájazdov. Samostatne zárobkovo činné osoby (SZČO) predstavuje 16 % respondentov. Respondenti s podielom 24 % sú študenti alebo rodičia na materskej dovolenke.



Obr. 9 Ekonomická aktivita respondentov
Zdroj: Vlastné spracovanie

Súhrne sa do dotazníkového šetrenia zapojilo najviac žien, ktoré žijú v Piešťanoch a blízkom okolí, majú vysokoškolské vzdelanie a sú zamestnané.

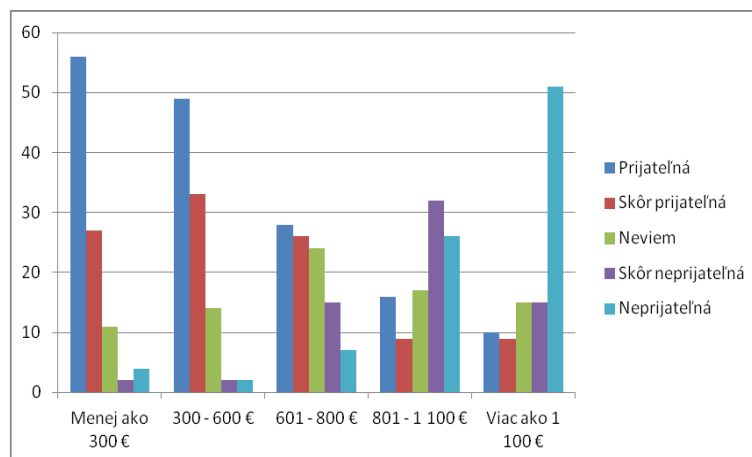
4.2.2 Vyhodnotenie dotazníkového prieskumu

Minoritné otázky v dotazníkovom prieskume boli zamerané na analýzu úrovne ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr. Otázky boli sformulované na základe identifikácie práv klientov za účelom zistenia prípadov kedy prišlo k ich porušeniu.

Jedno z práv klientov je právo na bezpečnosť. Na otázku ohľadne dodržania práva na bezpečnosť odpovedalo 100 respondentov. Za dostatočne zabezpečenú bezpečnosť cestovnou kanceláriou a agentúrou v destinácii považovalo 53 klientov. Skôr dostatočne odpovedalo 28 klientov. Skôr nedostatočne označilo 2 a nedostatočne 1 z dotazovaných klientov. Na otázku reagovalo 16 klientov odpoveďou neviem. Na základe vyhodnotenia odpovedí považujem právo klientov cestovných kancelárií a agentúr na bezpečnosť za dodržané. (Vid' príloha C, str. 80 Obr. 18)

Na otázku týkajúcu sa dodržiavania zákona o ochrane osobných údajov cestovnými kanceláriami a agentúrami zo 100 respondentov odpovedalo 84, že ich osobné údaje neboli zneužitá a 16 respondentov nevedelo na túto otázku odpovedať. Z dotazníkového prieskumu vyplýva, že cestovné kancelárie a agentúry dodržiavajú zákon o ochrane osobných údajov a nezneužívajú ich pre ďalšie účely. (Vid' príloha C, str. 80 Obr. 19)

Na otázku „Aká cena bola pre Vás prijateľná za zájazd, ktorý bol sprostredkovaný cez cestovnú kanceláriu/agentúru?“ sa zo 100 klientov cestovných kancelárií a agentúr 56 z nich vyjadrilo, že cena menšia ako 300 € je pre nich prijateľnou a 51 z nich považujú cenu vyššiu ako 1 100 € naopak za neprijateľnú. Cenová úroveň 300 - 600 € je prijateľná pre 49 respondentov a pre 33 je skôr prijateľná. Cena za zájazd v rozmedzí od 801 - 1 100 € je pre 32 respondentov skôr neprijateľná.



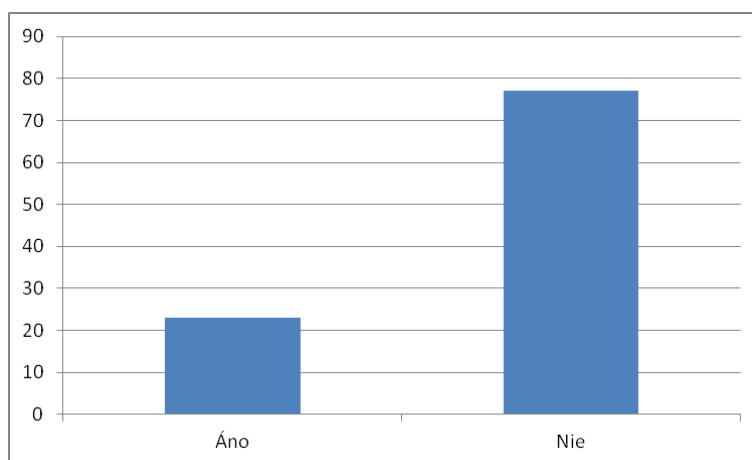
Obr. 10 Prijateľná cena zájazdu

Zdroj: Vlastné spracovanie

Každý z klientov cestovných kancelárií a agentúr má právo na kvalitné služby v prijateľnej cene. Splnenie tejto podmienky som zisťovala otázkou, ktorá znela: „Zodpovedala cena zájazdu úrovni kvality poskytovaných služieb cestovnou kance-

láriou/agentúrou?“ V 50 prípadoch, cena zájazdu zodpovedala úrovni kvality poskytovaných služieb cestovnou kanceláriou a agentúrou. Iba 1 respondent odpovedal, že úroveň nezodpovedala cene zájazdu. Z výsledkov vyplýva, že klienti cestovných kancelárií a agentúr sú spokojní s kvalitou poskytovaných služieb. (Vid' príloha C, str. 81 Obr. 20)

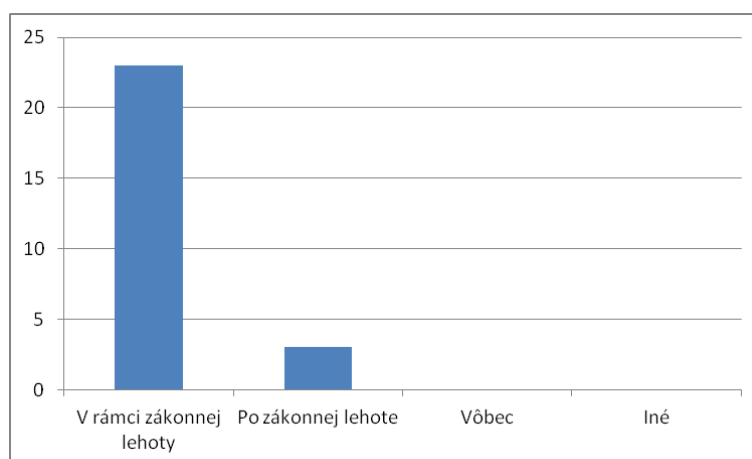
Ďalšie otázky dotazníkového prieskumu sa zaoberali právom na odškodnenie za nedostatočne poskytnuté služby. Dotazovaným klientom boli položené viaceré otázky týkajúce sa tejto problematiky. Prvá z nich bola či mali klienti cestovných kancelárií a agentúr osobnú skúsenosť s reklamáciou zájazdu. S podaním reklamácie zájazdu malo skúsenosť 26 odpovedajúcich klientov cestovných kancelárií a agentúr z celkového počtu respondentov.



Obr. 11 Reklamácia zájazdu
Zdroj: Vlastné spracovanie

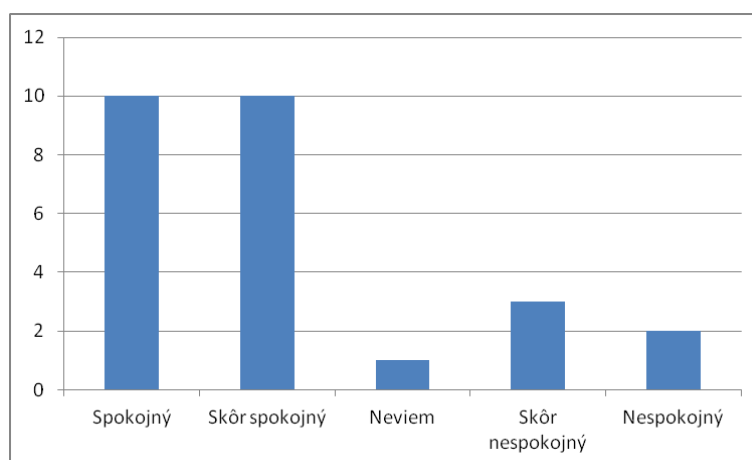
Ďalšie otázky boli určené pre respondentov, ktorí mali osobnú skúsenosť s reklamáciou a týkali sa postupu jej riešenia. V prvom rade som zistovala, kde klienti riešili svoju reklamáciu. Na mieste zájazdu nebolo spokojných s poskytovanými službami 20 respondentov. Tímto účastníkom zájazdu bola náprava poskytnutá ihneď na mieste. Po skončení zájazdu reklamovali zájazd u cestovnej kancelárii alebo agentúry 6 klienti. (Vid' príloha C, str. 81 Obr. 21)

Nasledovne klienti, ktorí reklamovali zájazd, odpovedali na otázku „Ako rýchlo bola Vaša reklamácia vybavená?“ V rámci zákonnej lehoty bolo vybavených 23 reklamácií, z toho 20 reklamácií bolo vybavených priamo na mieste zájazdu u povereného zástupcu cestovnej kancelárie alebo agentúry. Skúsenosť s vybavením reklamácie po zákonom stanovenej lehote mali 3 respondenti.



Obr. 12 Lehota vybavenia reklamácie
Zdroj: Vlastné spracovanie

Otázka: „Boli ste s vybavením reklamácie spokojný?“ S riešením reklamácie bolo spokojných 10 klientov cestovných kancelárií a agentúr. Medzi skôr spokojných klientov patrí 10 odpovedajúcich. Na otázku nevedel odpoveď 1 klient. Skôr nespokojný s vybavením reklamácie sú 3 klienti. Dvaja klienti vyjadrili úplnú nespokojnosť s vybavením reklamácie.



Obr. 13 Spokojnosť s vybavením reklamácií
Zdroj: Vlastné spracovanie

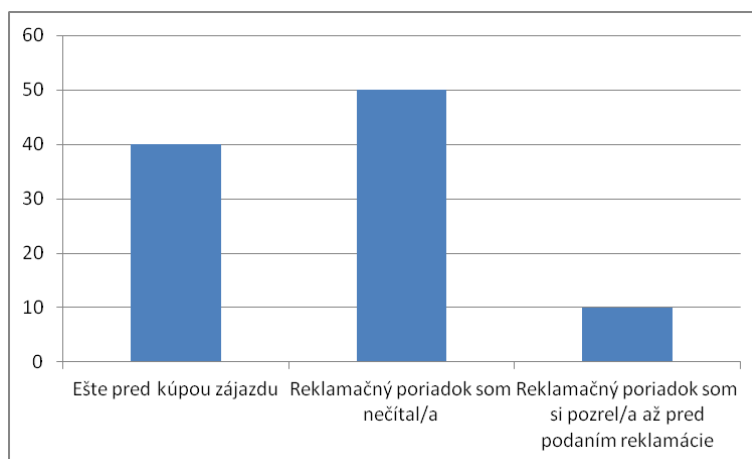
Klienti, ktorí mali osobnú skúsenosť s reklamáciou zájazdu poskytovaného cestovnou kanceláriou alebo agentúrou sa zhodne vyjadrili, že nevyužili možnosť sa s reklamáciou obrátiť na súd ani podanie návrhu na Slovenskú obchodnú inšpekciu na preverenie postupu riešenia reklamácie. Keďže sa klienti neobrátili na vyššie kontrolné orgány je predpoklad, že cestovné kancelárie a agentúry dodržiavajú postup pri riešení reklamácií. (Vid' príloha C, str. 81 Obr. 22)

Otázkou: „S akými najčastejšími problémami ste sa stretli počas zájazdu poskytovaného cestovnou kanceláriou/agentúrou?“ som zisťovala najčastejšie dôvo-

dy nespokojnosti klientov cestovných kancelárií a agentúr počas nimi organizovanom zájazde. Dotazovaní klienti mali na výber z viacerých možností, ktoré mohli súčasne označiť. V poslednej možnosti bola uvedená odpoveď iné, kde mohli sami klienti dopísať odpoveď podľa svojej skúsenosti. Viackrát klienti označili odpoveď, že sa so žiadnymi problémami nestretli a nemali žiadne výhrady voči poskytovaným službám a to v 37 prípadoch. Tým cestovné kancelárie a agentúry splnili potreby a očakávania ich klientov. Najviac vyskytujúcim sa nedostatkom, na ktorý respondenti upozornili je kvalita ubytovania. Tento problém označili 29krát. Nedostatočná práca delegáta cestovnej kancelárie a agentúry sa v odpovedi vyskytla 17krát. Ďalším problémom je poskytnutá strava, s ktorou neboli spokojní klienti 15krát. S ponúkanými fakultatívnymi výletami neboli spokojní 6krát. Dotazovaní klienti označili 5krát za problém dopravu a 3krát destináciu. (Vid' príloha C, str. 82 Obr. 23)

K otázke či využili opäť cestovnú kanceláriu alebo agentúru aj po ich zlej skúsenosti sa vyjadrilo 76 respondentov. Z toho 32 respondentov odpovedalo, že napriek negatívnej skúsenosti dali možnosť napraviť reputáciu tej istej cestovnej kancelárie alebo agentúre. Ostatní (44 respondenti) dalo k otázke zamietavé stanovisko. (Vid' príloha C, str. 82 Obr. 24)

„Kedy ste si prečítali reklamačný poriadok cestovnej kancelárie/agentúry, v ktorej ste si kupovali zájazd?“ Reklamačný poriadok si našťudovalo pred kúpou zájazdu 40 klientov cestovných kancelárií a agentúr. Nikdy si ho neprečítali 50-klienti. Pred osobným podaním reklamácie si reklamačný poriadok našťudovalo 10 sťažujúcich sa klientov.



Obr. 14 Reklamačný poriadok
Zdroj: Vlastné spracovanie

Klienti cestovných kancelárií a agentúr majú právo na objektívne a vierohodné informácie, ktoré sú uvedené v katalógu alebo v inej písomnej forme napr. na internetových stránkach cestovnej kancelárie a agentúry, v inzercii, na letákoch alebo prostredníctvom mailingu. Otázkou bolo zisťované či pred uzatvorením zmluvy o obstaraní zájazdu podľa zákona č. 281/2001 Z. z. § 8 informácie uvedené

v katalógu skutočne zodpovedali poskytovaným službám. Informácie k poskytovaným službám, ktoré boli uvedené v katalógoch cestovných kancelárií a agentúr zodpovedali celkom pre 34 klientov. Skôr zodpovedali uvedené informácie v katalógu k skutočne poskytovaným službám 35-tim klientom. Skutočnosť s informáciami v katalógu nevedelo porovnať 22 klientov. Relevantnosť informácií skôr nezodpovedala v 8 prípadoch a iba v 1 prípade sa klient vyjadril, že informácie v katalógu vôbec nezodpovedali skutočnosti. (Vid' príloha C, str. 82 Obr. 25)

Pri uzatvorení zmluvy o obstaraní zájazdu cestovnej kancelárie a agentúry s klientom musia byť uvedené všetky potrebné náležitosti podľa zákona č. 40/1964 § 741b. Z tohto dôvodu som zisťovala, či cestovné kancelárie a agentúry dodržiavajú túto povinnosť. Otázka pre klientov znela: „Boli ste dostatočne oboznámený so zmluvnými podmienkami cestovnej kancelárie/agentúry?“ So zmluvnými podmienkami, ktoré sú pre obidve strany záväzné a predstavujú neoddeliteľnú súčasť zmluvy o obstaraní zájazdu boli oboznámený dostatočne 42 klienti, skôr dostatočne 30 klienti. Vyjadriť sa k otázke nevedelo 18 klientov. Skôr nedostatočne zaznačilo odpoveď v dotazníku 9 klientov. Nedostatočne informovaný so zmluvnými podmienkami cestovnej kancelárie a agentúry bol 1 klient. Keďže z vybratej vzorky respondentov 72 % klientov cestovných kancelárií a agentúr sa vyjadrilo, že ich právo na informácie bolo dostatočne a skôr dostatočne splnené považujem túto povinnosť cestovných kancelárií a agentúr za dodržanú. (Vid' príloha C, str. 83 Obr. 26)

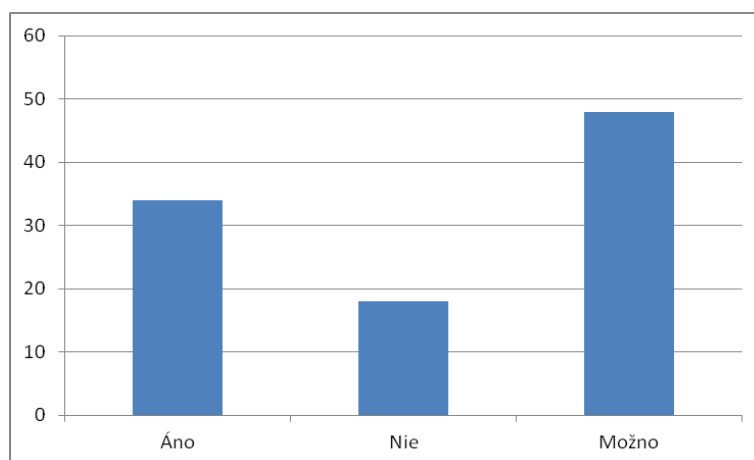
„Boli ste dostatočne oboznámený o Vašich právach pre prípad platobnej neschopnosti cestovnej kancelárie/agentúry?“ Dostatočne oboznámený o právach pre prípad platobnej neschopnosti cestovnej kancelárie a agentúry bolo 33 klientov. Skôr dostatočne oboznámený boli 25 klienti. Klientov, ktorí sa nevedeli vyjadriť k otázke bolo 23. Skôr nedostatočne oboznámených klientov bolo 10 a nedostatočne oboznámených 9. Celkovo bolo oboznámených o svojich právach pre prípad platobnej neschopnosti cestovnej kancelárie alebo agentúry väčšina klientov. (Vid' príloha C, str. 83 Obr. 27)

Cestovná kancelária a agentúra má povinnosť podľa zákon č. 281/2001 Z. z. § 7a byť poistená pre prípad jej úpadku po celý čas predaja zájazdov a podľa § 8k je jej povinnosťou aj o tejto skutočnosti informovať klienta pred uzatvorením zmluvy o zájazde. Na otázku: „Boli ste dostatočne informovaný pred zakúpením zájazdu o poistení proti úpadku cestovnej kancelárie/agentúry?“ dotazovaní klienti cestovných kancelárií a agentúr odpovedali, že boli dostatočne informovaní. Túto odpoveď označilo 30 respondentov. Nedostatočne informovaných bolo 11 klientov. Nevedelo sa k otázke vyjadriť 19 klientov. (Vid' príloha C, str. 83 Obr. 28)

Nasledujúcimi otázkami som zisťovala možnosti získavania informácií klientami cestovných kancelárií a agentúr o ich právach. Preto som položila otázku: „Kde by ste hľadali informácie o ochrane spotrebiteľa?“ Každý respondent mal možnosť označiť viac ako jednu odpoveď. Informácie o právach spotrebiteľa by hľadali klienti predovšetkým na internet, čo označili v 79 prípadoch. Ako jednu z možností získania potrebných informácií by dotazovaní respondenti vyhľadávali

v zákone alebo by sa obrátili a spoliehali na skúsenosti známych. Najmenej by hľadali spotrebiteľia informácie o ochrane svojich práv v novinách. (Vid' príloha C, str. 84 Obr. 29)

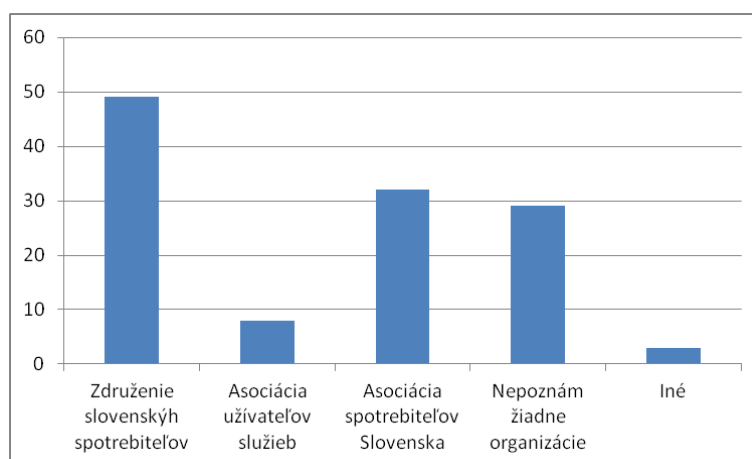
Na otázku: „Poznáte svoje spotrebiteľské práva?“ z celkového počtu 100 respondentov svoje spotrebiteľské práva pozná 34 z nich. Spotrebiteľské práva možno pozná 48 klientov cestovných kancelárií a agentúr. Vôbec nepozná svoje práva 18 z nich. Podľa prevažujúcich odpovedí v dotazníku na alternatívu „možno“ považujem dodržanie práva na vzdelanie klientov cestovných kancelárií a agentúr za nedostatočné. Dodržanie tohto práva nezávisí od aplikácií povinností a práv cestovných kancelárií a agentúr ale zaleží od podmienok na vzdelanie spotrebiteľov, ktoré má vytvárať štát.



Obr. 15 Spotrebiteľské práva
Zdroj: Vlastné spracovanie

Na základe vzdelania v oblasti ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr som zisťovala možnosť, či by klienti vedeli obhájiť svoje práva a brániť sa ako spotrebiteľ. Znalosť práva o ochrane spotrebiteľa u respondentov nie je stopercentná, z nich 11 klientov si je vedomá, žeby si svoje spotrebiteľské práva nevedeli obhájiť vôbec. V ochrane svojich práv si nie je istých 50 dotazovaných klientov, ktorí označili za odpoveď možno. Klienti, ktorí odpovedali na predchádzajúcu otázku o znalosti svojich práv odpovedou „áno“ potvrdili, že by dokázali obhájiť svoje práva. (Vid' príloha C, str. 84 Obr. 30)

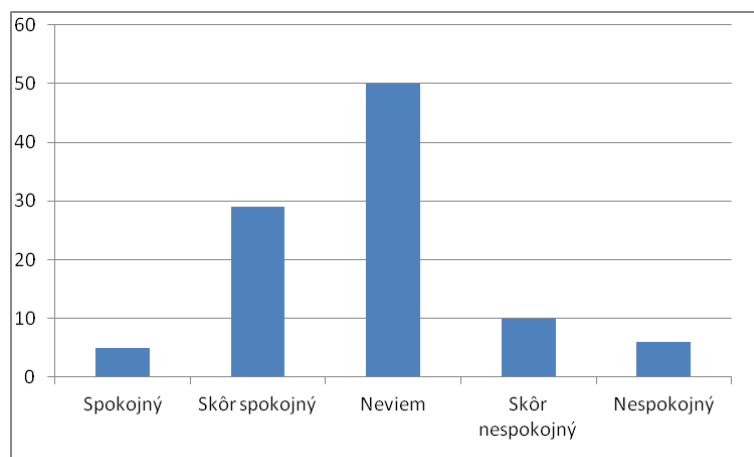
Zámerom mojej nasledovnej otázky bolo zistiť, ktoré slovenské organizácie vytvorené za účelom ochrany spotrebiteľa klienti poznajú a v prípade nutnosti sa môžu na ne s problémom obrátiť. Združenie slovenských spotrebiteľov a Asociácia spotrebiteľov Slovenska patria podľa frekvencie odpovedí do najznámejších slovenských organizácii vytvorených za účelom ochrany spotrebiteľa. Žiadnu organizáciu vytvorenú za týmto účelom nepozná 29 odpovedajúcich.



Obr. 16 Organizácie na ochranu spotrebiteľa
Zdroj: Vlastné spracovanie

Vzhľadom na právo spotrebiteľov na zdravé životné prostredie som v dotazníku uviedla otázku: „Keď bol Váš zájazd sprostredkovaný cestovnou kanceláriou/agentúrou, bola podľa Vás v tejto destinácii dostatočne zohľadnená ochrana životného prostredia?“ Respondenti vyjadrili názor, že v destinácii, v ktorej im boli poskytované služby bola dostatočne a skôr dostatočne zohľadnená ochrana životného prostredia. K danej problematike sa nevedelo vyjadriť 32 dotazujúcich. Podľa 14-tich respondentov bola ochrana životného prostredia v destinácii skôr nedostatočne a nedostatočne zohľadnená. (Vid' príloha C, str. 84 Obr. 31)

V závere dotazníka som zisťovala ako sú klienti cestovných kancelárií a agentúr spokojný so stupňom ochrany spotrebiteľa na Slovensku? K stupni ochrany spotrebiteľa na Slovensku nemá žiadny názor 50 z dotazovaných respondentov. Veľmi spokojný sú 5 klienti a skôr spokojných je 29. Skôr nespokojných je 10 dotazovaných klientov a 6 je nespokojných s úrovňou ochrany spotrebiteľa v Slovenskej republike.



Obr. 17 Stupeň ochrany spotrebiteľa na Slovensku
Zdroj: Vlastné spracovanie

Testovanie hypotéz

Po analyzovaní odpovedí dotazníkového šetrenia som štatisticky testovala významnosť nasledujúcich hypotéz, kde bola stanovená 5 % hladina významnosti. Výpočty som získala použitím testu nezávislosti Chí-kvadrát χ^2 testu.

Hypotéza č. 1

H_0 : Ženy a muži venujú čítaniu reklamačného poriadku cestovnej kancelárie alebo agentúry rovnakú pozornosť.

H_A : Ženy venujú čítaniu reklamačného poriadku cestovnej kancelárie alebo agentúry viac pozornosti ako muži.

Na overenie hypotézy č. 1 som použila dáta z dotazníkového prieskumu a to z otázok:

1. Aké je vaše pohlavie?
 - Žena
 - Muž
2. Kedy ste si prečítali reklamačný poriadok cestovnej kancelárie alebo agentúry, v ktorej ste si kúpovali zájazd?
 - Ešte pred kúpou zájazdu a reklamačný poriadok som si pozrel/a až pred podaním reklamácie (považuj za čítajú)
 - Reklamačný poriadok som nečítal/a (považuj za nečítajú)

Tab. 5 Štvorpoľná tabuľka k hypotéze č. 1

Kedy ste si prečítali reklamačný poriadok cestovnej kancelárie alebo agentúry, v ktorej ste si kupovali zájazd?			
Aké je Vaše pohlavie?	Čítajú	Nečítajú	Celkom
Žena	39	41	80
Muž	11	9	20
Celkom	50	50	100

Zdroj: Vlastné spracovanie

$$\chi^2 = 100 \times \frac{(39 \times 9 - 41 \times 11)^2}{(50 \times 50 \times 80 \times 20)} = 0,0025 \quad (6)$$

Hodnota χ^2 je 0,0025, táto hodnota je menšia ako kritická hodnota $\chi^2_{0,05}(1) = 3,84$, ktorú sme zistili zo štatistických tabuliek pre Pearsonovo rozdelenie χ^2 a preto H_0 nezamietame. Hypotézu, že ženy venujú čítaniu reklamačného poriadku cestovných kancelárií a agentúr viac pozornosti zamietame. Z toho vyplýva, že preštudovanie reklamačného poriadku nie je ovplyvnené pohlavím klienta.

$$r\phi = \sqrt{\frac{0,0025}{100}} = 0,005 \quad (7)$$

Stupeň závislosti medzi javmi je nízky pretože má hodnotu 0,5 %.

Hypotéza č. 2

H_0 : Vedomosť o pôsobení organizácií, ktoré sú vytvorené za účelom ochrany spotrebiteľa na Slovensku nie je závislá na dosiahnutom vzdelaní respondentov.

H_A : Vedomosť o pôsobení organizácií, ktoré sú vytvorené za účelom ochrany spotrebiteľa na Slovensku je závislá na dosiahnutom vzdelaní respondentov.

Na verifikáciu hypotézy č. 2 boli použité odpovede na nasledovné otázky:

1. Aké je Vaše vzdelanie?
 - Základné
 - Stredné bez maturity
 - Stredné s maturitou
 - Vysokoškolské
2. Ktoré slovenské organizácie vytvorené za účelom ochrany spotrebiteľa poznáte?

- Združenie slovenských spotrebiteľov, Asociácia užívateľov služieb, Asociácia spotrebiteľov Slovenska, Iné (považuj za poznajú)
- Nepoznám žiadne organizácie (považuj za nepoznajú)

Tab. 6 Kontingenčná tabuľka k hypotéze č. 2

Ktoré slovenské organizácie vytvorené za účelom ochrany spotrebiteľa poznáte?					
Aké je Vaše vzdelanie?	Poznajú		Nepoznajú		Celkom
	f_i	np_i	f_i	np_i	
Základné	2	2,84	2	1,16	4
Stredné bez maturity	4	4,26	2	1,74	6
Stredné s maturitou	31	31,24	13	12,76	44
Vysokoškolské	34	32,66	12	13,34	46
Celkom	71		29		100

Zdroj: Vlastné spracovanie

$$\chi^2 = 0,248451 + 0,608276 + 0,015869 + 0,038851 + 0,001844 + 0,004514 + 0,054979 + 0,134603 = 1,107385 \quad (8)$$

$$K = \sqrt{\frac{\sqrt{1,107}}{100 \times (4-1) \times (2-1)}} = 0,059 \quad (9)$$

Vypočítaná hodnota $\chi^2 = 1,107$. Kritická hodnota $\chi^2_{0,05}(3) = 7,81$. Hodnota 1,107 je menšia ako kritická hodnota 7,81 a preto prijímame nulovú hypotézu, ktorá znie, že vedomosť o pôsobení organizácií, ktoré sú vytvorené za účelom ochrany spotrebiteľa na Slovensku nie je závislá na dosiahnutom vzdelaní.

Miera závislosti medzi vzdelaním respondentov a znalosťou o organizáciách je 5,9 % to znamená, že tento vzťah medzi skúmanými javmi nie je blízky.

Hypotéza č. 3

H_0 : Dosiahnutý stupeň vzdelania nemá vplyv na znalosť spotrebiteľských práv.

H_A : Dosiahnutý stupeň vzdelania má vplyv na znalosť spotrebiteľských práv.

Na verifikáciu hypotézy č. 3 sme použili dve otázky z dotazníka, ktoré zneli:

1. Aké je Vaše vzdelanie?

- Základné
- Stredné bez maturity
- Stredné s maturitou
- Vysokoškolské

2. Poznáte svoje spotrebiteľské práva?

- Áno
- Nie
- Možno

Tab. 7 Kontingenčná tabuľka k hypotéze č. 3

Poznáte svoje spotrebiteľské práva?							
Aké je Vaše vzdelanie?	Áno		Nie		Možno		Celkom
	f_i	np_i	f_i	np_i	f_i	np_i	
Základné	2	1,36	2	0,72	0	1,92	4
Stredné bez maturity	2	2,04	2	1,08	2	2,88	6
Stredné s maturitou	13	14,96	6	7,92	25	21,12	44
Vysokoškolské	17	15,64	8	8,28	21	22,08	46
Celkom	34		18		48		100

Zdroj: Vlastné spracovanie

$$\chi^2 = 0,30 + 0,0008 + 0,26 + 0,12 + 2,28 + 1,92 + 0,78 + 0,27 + 0,47 + 0,71 + 0,01 + 0,05 = 7,17 \quad (10)$$

$$K = \sqrt{\frac{\sqrt{7,17}}{100 \times (4-1) \times (3-1)}} = 0,067 \quad (11)$$

Kritická hodnota pre $\chi^2_{0,05}(6) = 12,59$ vypočítaná hodnota $\chi^2 = 7,17$. Pretože hodnota vypočítaná χ^2 je menšia ako hodnota kritická $\chi^2_{0,05}(6)$ prijímam H_0 . Z výsledku testu závislosti dvoch javov vyplýva, že vzdelanosť respondentov nemá vplyv na znalosť ich spotrebiteľských práv, čo potvrdzuje aj nízka miera závislosti, ktorá je 6,7 %.

Hypotéza č. 4

H_0 : Spokojnosť s vybavením reklamácie klientov cestovných kancelárií a agentúr nezávisí od rýchlosti jej vybavenia.

H_A : Spokojnosť s vybavením reklamácie klientov cestovných kancelárií a agentúr závisí od rýchlosti jej vybavenia.

Z odpovedí respondentov na nasledujúce otázky som riešila závislosť medzi týmito dvoma javmi:

1. Ako rýchlo bola Vaša reklamácia vybavená?

- V rámci zákonnej lehoty
 - Po zákonnej lehote, Vôbec
2. Boli ste s vybavením Vašej reklamácie spokojný?
- Veľmi spokojný, spokojný (považuj za spokojný)
 - Neviem, nespokojný, veľmi nespokojný (považuj za nespokojný)

Tab. 8 Štvorpol'ná tabuľka k hypotéze č. 4

Ako rýchlo bola Vaša reklamácia vybavená?			
Boli ste s vybavením reklamácie spokojný?	V rámci zákonnej lehoty	Po zákonnej lehote, vôbec	Celkom
Spokojný	17	6	23
Nespokojný	0	3	3
Celkom	17	9	26

Zdroj: Vlastné spracovanie

$$\chi^2 = 26 \times \frac{(17 \times 3 - 6 \times 0)^2}{(17 \times 23 \times 9 \times 3)} = 6,405 \quad (12)$$

$$r\phi = \sqrt{\frac{6,405}{26}} = 0,496 \quad (13)$$

Kritická hodnota zo štatistických tabuliek pre $\chi^2_{0,05}(1) = 3,84$. Vypočítaná hodnota $\chi^2 = 6,405$. Po porovnaní týchto dvoch hodnôt, kedy vypočítaná hodnota je väčšia ako hodnota kritická môžeme prijať alternatívnu hypotézu. V tomto teste sa potvrdila závislosť medzi spokojnosťou s vybavením reklamácie klientov cestovných kancelárií a agentúr s rýchlosťou akou boli tieto reklamácie vybavené. Túto závislosť medzi skúmanými skutočnosťami potvrdzuje aj 49,6 % miera závislosti.

Hypotéza č. 5

H_0 : Pre respondentov, ktorí sú nezamestnaní alebo dôchodci je cena v rozmedzí od 601 – 800 € prijateľná.

H_A : Pre respondentov, ktorí sú zamestnaní alebo SZČO je cena v rozmedzí od 601 – 800 € pre nich prijateľná.

K skúmaniu závislosti medzi týmito skutočnosťami som použila odpovede na otázky:

1. Aká cena bola pre Vás prijateľná za zájazd, ktorý bol sprostredkovaný cez cestovnú kanceláriu/agentúru?

- Prijateľná, skôr prijateľná
 - Nevieť, skôr neprijateľná, neprijateľná
2. Aké je Vaše zamestnanie?
- Zamestnaný, SZČO
 - Nezamestnaný, dôchodca

Tab. 9 Štvorpoľná tabuľka k hypotéze č. 5

Aká cena bola pre Vás prijateľná za zájazd, ktorý bol sprostredkovaný cez cestovnú kanceláriu/agentúru?			
Aké je Vaše zamestnanie?	Prijateľná, skôr prijateľná	Nevieť, skôr neprijateľná, neprijateľná	Celkom
Zamestnaný, SZČO	40	30	70
Nezamestnaný, dôchodca	2	4	6
Celkom	42	34	76

Zdroj: Vlastné spracovanie

$$\chi^2 = 76 \times \frac{(40 \times 4 - 2 \times 30)^2}{(42 \times 34 \times 70 \times 6)} = 4,48 \quad (14)$$

$$r\phi = \sqrt{\frac{4,48}{76}} = 0,2427 \quad (15)$$

Na základe výsledku $\chi^2 = 4,48$ ktorý bol väčší než kritická hodnota zo štatistických tabuliek $\chi^2_{0,05}(1) = 3,84$ prijímam alternatívnu hypotézu. Hypotéza že pre respondentov, ktorí sú zamestnaní alebo SZČO je prijateľnou cenou za zájazd sprostredkovaný cestovnou kanceláriou alebo agentúrou v rozmedzí od 601 – 800 €. Keďže sme zamietli nulovú hypotézu, zamietame skutočnosť, že táto cena je prijateľná pre nezamestnaných alebo dôchodcov. Miera závislosti týchto skutočností je stredná s výslednou hodnotou 24,27 %.

4.2.3 SWOT analýza

Pre kompletne zhodnotenie situácie na trhu cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch je vypracovaná SWOT analýza. Do SWOT analýzy sú zahrnuté odpovede respondentov v dotazníku na otázku: „Aký je Váš názor na úroveň ochrany klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch?“

Zhrnutie SWOT analýzy

Na základe tabuľky č. 10 na str. 56 kde sú vymenované atribúty súvisiace so silnými, slabými stránkami a príležitosťami a hrozbami sú ďalej navrhnuté takéto stratégie.

Stratégia MAXI-MAXI

Silná stránka: Umiestnenie prevádzok v centre mesta

Príležitosť: Vysoká kúpyschopnosť obyvateľstva

Využitím umiestnenia prevádzok, ktoré sú blízko a k dispozícii klientom priamo v centre mesta umožňuje cestovným kanceláriám a agentúram prilákať klientov, ktorí sú kúpyschopní.

Stratégia MAXI-MINI

Silná stránka: Kvalifikovaná pracovná sila

Hrozba: Zvyšujúce sa využívanie internetu pri výbere a kúpe dovolenky

Zabezpečenie dostatočne kvalifikovanej pracovnej sily zníži počet klientov, ktorí si sami bez služieb cestovných kancelárií a agentúr zabezpečia zájazd cez internet.

Stratégia MINI-MAXI

Slabá stránka: Nekomplexnosť poskytovaných služieb

Príležitosť: Lepšia spolupráca cestovných kancelárií a agentúr pri doplnkových službách

Pri zlepšení spolupráce jednotlivých cestovných kancelárií a agentúr a vzájomnej výpomoci pri zabezpečení požiadaviek klienta je predpoklad nárastu klientov a ich lojalite k cestovnej kancelárii a agentúry.

Stratégia MINI-MINI

Slabá stránka: Nízka úroveň poskytovaných informácií o zájazdoch

Hrozba: Zvyšujúce sa využívanie internetu pri výbere a kúpe dovolenky

Zabezpečenie vyššej úrovni poskytovaných informácií, ktoré poskytujú zamestnanci klientom cestovných kancelárií a agentúr, zníži hrozbu častejšieho používania internetu možnými klientmi pri kúpe zájazdu. Vyššiu úroveň poskytovaných informácií zamestnancami je možné zabezpečiť prostredníctvom školení a rekvalifikačných kurzov.

5 Diskusia

Na základe výsledkov dotazníkového prieskumu sú rozpracované návrhy týkajúce sa možností, ktoré by mohli viesť k zvýšeniu úrovne ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr v meste Piešťany. Z výsledkov, ktoré boli vyhodnotené z rozboru dotazníkového prieskumu vyplynulo, že úroveň ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch je na dostačujúcej úrovni. Konkrétne je to podložené väčšinou pozitívnych odpovedí respondentov na otázky súvisiacich s ich spotrebiteľskými právami.

Do roku 2006 legislatívna úprava upravujúca podnikanie cestovných kancelárií a agentúr bola nedostatočná čo umožňovalo cestovným kanceláriám a agentúram ako silnému a rozširujúcemu sa článku na trhu cestovného ruchu využívať medzery vzniknuté v zákone. O týchto problémoch svedčí aj vykonaná kontrola Slovenskou obchodnou inšpekciou po dlhej dobe od existencie nových právnych noriem v cestovnom ruchu. Inšpekciou boli zistené viaceré porušenia zákona ale predovšetkým cestovné kancelárie a agentúry nedodrжали základné podmienky v Zmluve o obstaraní zájazdu, čím poškodzovali práva klientov. Z toho dôvodu navrhujem zvýšenie počtu a pravidelnosť vykonávaných kontrol cestovných kancelárií a agentúr Slovenskou obchodnou inšpekciou, hlavne pred letnou a zimnou sezónou, kedy je najväčší záujem klientov o služby cestovných kancelárií a agentúr. Okrem toho by Slovenská obchodná inšpekcia nemusela vykonávať kontroly len v prevádzkach cestovných kancelárií a agentúr ale aj v konkrétnych miestach kde sú služby uskutočňované.

Pri zisťovaní informácií, ktoré boli potrebné k samotnej štúdii boli sťažené podmienky tým, že nie je k dispozícii zoznam z dôveryhodného zdroja o presných názvoch cestovných kancelárií a agentúr a miesta ich prevádzok, ktoré podnikajú v Piešťanoch. Po rôznych pokusoch zistiť tieto prevádzky na základe Obchodného registra SR alebo povinného zmluvného poistenia cestovných kancelárií a agentúr pre prípad ich úpadku som skonštatovala, že je to nemožné. I keď Slovenská agentúra cestovných kancelárií a agentúr uvádza zoznam poisťovní, u ktorých sú poistené cestovné kancelárie a agentúry pre prípad ich úpadku a po následnom preštudovaní tohto zoznamu poisťovní s poistenými cestovnými kanceláriami a agentúrami, som zistila, že zoznamy neobsahujú sídlo cestovných kancelárií alebo agentúr, čo bolo v prípade mojej štúdie podstatné. Osobným zisťovaním v meste Piešťany boli uvedené v dotazníku aj v analýze aktuálnej situácii na trhu v Piešťanoch jednotlivé cestovné kancelárie a agentúry, ich počty a názvy. Z tohto dôvodu navrhujem, aby existujúce a novozaložené cestovné kancelárie a agentúry mali povinnosť registrovať sa napr. v organizácii Slovenská asociácia cestovných kancelárií a agentúr, ktorá by údaje aktualizovala (v prípade vzniku, zániku cestovnej kancelárie alebo agentúry). Následne s tým súvisí problematika riadenia odvetvia cestovného ruchu a subjektov v ňom pôsobiacich jedným kompetentným orgánom, ktorý by mal na starosť kontrolnú činnosť, rozvoj a budovanie jednotných stratégií rozvoja cestovného ruchu na Slovensku. V súčasnosti spadá oblasť cestovného ru-

chu podľa záväzných a právnych predpisov z roku 2010 pod Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky. Súčasne do zriaďovateľskej pôsobnosti uvedeného ministerstva prešla aj agentúra pre cestovný ruch a príspevkové organizácie.

Ďalším návrhom v oblasti zvyšovania úrovne ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr je zabezpečenie vzdelávania spotrebiteľov teda klientov cestovných kancelárií a agentúr. Ich vyššia informovanosť a vzdelanosť o svojich právach by viedla klientov k väčšej istote pri riešení zistených nedostatkov a následne k ich obhajobe čo by viedlo k vyššiemu tlaku na dodržiavanie povinností cestovnými kancelármi a agentúrami. Tým by sa vykonávala aj kontrolná činnosť podnikajúcich subjektov na trhu cestovného ruchu realizovaná samotnými klientami.

Medzi najčastejšie problémy počas zájazdu, ktoré označili klienti cestovných kancelárií a agentúr patria ubytovanie, strava a služby delegáta. Navrhnuté opatrenie v tomto prípade by mali realizovať jednotlivé cestovné kancelárie a agentúry tým, že sa zamerajú na starostlivý výber svojich dodávateľov služieb, na ktorých budú mať prísnejšie kritériá pri vzájomnej spolupráci. Zvýšenú pozornosť by mali venovať aj na samotný výber sprievodcov a delegátov, ich zaškoleniu a praxi, pretože sú najviac v styku s klientmi a reprezentujú cestovné kancelárie a agentúry.

6 Záver

Zabezpečenie dodržiavania práv klientov cestovných kancelárií a agentúr je jednou z dôležitých úloh cestovného ruchu v Slovenskej republike. Významný podiel na ich dodržiavanie majú Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky, spotrebiteľské organizácie a v neposlednom rade samotné cestovné kancelárie a agentúry. Cieľom bakalárskej práce bola identifikácia práv a analýza úrovne ochrany klientov cestovných kancelárií a agentúr v meste Piešťany. Spomenutý cieľ bol riešený so zreteľom na dodržiavanie legislatívnych noriem upravujúcich podmienky podnikania v cestovnom ruchu v Slovenskej republike.

Na základe odbornej literatúry, ktorá sa zaoberá oblasťou cestovného ruchu a ochrany spotrebiteľa bola spracovaná literárna rešerš. V literárnej rešerši boli zahrnuté zákonné normy, ktoré upravujú podnikanie cestovných kancelárií a agentúr na území Slovenskej republiky.

Na začiatku vlastnej práce je opísané mesto Piešťany s aktuálnou situáciou na trhu cestovných kancelárií a agentúr, ktoré v ňom podnikajú. Následne pre dosiahnutie cieľa bakalárskej práce bola prevedená analýza kvantitatívneho výskumu, ktorá bola uskutočnená formou dotazníka s klientmi cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch. Zámerom rozboru odpovedí z dotazníka bolo zistiť či existujú porušenia práva klientov cestovných kancelárií a agentúr, v akých oblastiach sú porušované tieto práva, či sú porušenia odstránené a na základe toho vyhodnotiť úroveň ochrany klientov. Štatistickými metódami boli testované hypotézy, ktoré skúmali vzájomné závislosti. Na konci vlastnej práce bola spracovaná SWOT analýza s doporučujúcimi stratégiami.

Z analýzy vyplynulo, že k porušovaniu práv klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch sa síce vyskytuje, ale v nízkej miere. Nedochoďa k závažným porušeniam práv klienta, a ak aj nejaké nedostatky vzniknú, cestovné kancelárie a agentúry zabezpečia ich okamžitú nápravu a odstránenie k spokojnosti klienta. Zo 100 klientov malo skúsenosť s reklamáciou 26 z nich. Odstránenie nedostatku ihneď delegátom cestovnej kancelárie v mieste zájazdu bolo v 20 prípadoch. Iba 6 klientov podávalo reklamáciu po návrate z dovolenky, ale v žiadnom prípade nebolo nutné podávať podnet na obchodnú inšpekciu alebo riešiť konfliktnú situáciu na súde. Z dotazníkového prieskumu bolo zistené, že právo na objektívne a vierohodné informácie poskytované klientom cestovnou kanceláriou a agentúrou, ktoré sú napríklad uvedené v katalógu, bolo dodržané. Väčšina dotazovaných sa k tejto skutočnosti vedela vyjadriť kladne, preto je považovaná pravdivá informovanosť klientov prostredníctvom katalógov dôležitá a rozhodujúca pri výbere zájazdu klientom. Po výbere zájazdu na základe uvedených informácií v katalógu je na rade ďalší dôležitý úkon - podpísanie Zmluvy o obstaraní zájazdu. Zmluvné podmienky v tomto dokumente sú pre obidve strany záväzné a cestovné kancelárie a agentúry v Piešťanoch dôsledne a o všetkom potrebnom a zákonne stanovenom svojich klientov informujú. Táto skutočnosť svedčí o vysokej úrovne

ochrany klienta cestovných kancelárií a agentúr vo vybraných cestovných kanceláriách a agentúrach v Piešťanoch.

Na druhej strane negatívnym javom vychádzajúcim z prieskumu v oblasti spotrebiteľského práva je nevedomosť klientov cestovných kancelárií a agentúr o svojich právach. V tomto prípade nie je chyba na strane cestovných kancelárií a agentúr, ale príčinou je zlyhanie vzdelávania spotrebiteľov štátom a zároveň nezáujem klientov informovať sa o uvedenej problematike.

V konečnom dôsledku sa cestovné kancelárie a agentúry v Piešťanoch snažia o spokojnosť svojho klienta a naplnenie ich predstáv o zájazde poskytnutím dostatočných informácií. Prvoradým cieľom cestovných kancelárií a agentúr je dodržanie práv klientov a poskytnúť im služby na dostatočnej úrovni a zároveň dodržať povinnosti, ktoré im prislúchajú ako podnikateľským subjektom v oblasti cestovného ruchu. To potvrdzujú aj prevažujúce pozitívne odpovede klientov cestovných kancelárií a agentúr na otázku „Ako ste spokojný s úrovňou ochrany klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch?“

Cestovný ruch ako perspektívne odvetvie národného hospodárstva má v súčasnej dobe tendenciu neustáleho napredovania a rozširovania sa. Svojimi činnosťami zameranými na uspokojovanie potrieb, ktoré súvisia s cestovaním ľudí má dôležitú úlohu v globalizácii sveta v spájaní kultúr a ekonomík krajín. Preto je dôležité kvalitatívne zabezpečiť a neustále zvyšovať jeho rozvoj a úroveň vo všetkých oblastiach, ktoré zahŕňa aj so zreteľom na osoby, ktoré služby cestovného ruchu využívajú.

7 Literatúra

- Analýza cestovného ruchu. *Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu* [online]. 2016 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: http://www.sario.sk/userfiles/file/sario/pzi/sektorove/turisticky/turisticky_ruch.pdf
- Asociácia spotrebiteľov Slovenska. *Asociácia spotrebiteľov Slovenska* [online]. [cit. 2016-05-20]. Dostupné z: <http://www.test-magazin.sk/>
- Cestovný ruch v Piešťanoch za rok 2014. *REZORT PIEŠŤANY* [online]. 2015 [cit. 2016-05-14]. Dostupné z: <http://www.visitpiestany.sk/cestovny-ruch-v-piestanoch-za-rok-2014/>
- CROSBY, P. *The eternally successful organization*. McGraw-Hill, 1988. ISBN 9780070145337.
- DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.
- Európska poradná skupina spotrebiteľov (ECCG) [online]. 2016 [cit. 2015-12-29]. Dostupné z: <http://www.economy.gov.sk/europska-poradna-skupina-spotrebitelev-eccg/134601s>
- Európska smernica Rady č. 314/90 EHS.
- HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Druhé, upravené vydanie. Praha: FORTUNA, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- HINDLS, Richard. *Metody statistické analýzy pro ekonomy*. 2. přeprac. vyd. Praha: Management Press, 2000, ISBN 80-726-1013-9.
- História. *Piešťany* [online]. 2016 [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.piestany.sk/mesto/o-meste-1/historia/>
- HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, s. r. o., 1997. ISBN 80-7169-476-2.
- HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Šumperk: KartoTISK, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.
- HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitelů*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. ISBN 80-245-0290-9.
- CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1369-4.
- INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch (základy)*. 2. přepracované. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. Vyd. Praha: Grada, 2012, ISBN 978-80-247-4209-0.

- JEŘÁBEK, Tomáš a Jana ŠTOFILOVÁ. *Statistika v hotelnictví a v cestovním ruchu I*. Brno: Tribun EU s. r. o., 2012. ISBN 978-80-87300-34-3.
- KLAPALOVÁ, Alena. *Management kvality a ochrana spotřebitele v cestovním ruchu a hotelnictví*. Brno: Tribun EU, s. r. o., 2012. ISBN 978-80-87300-26-8.
- KODEX INTERNATIONAL TRAVEL QUALITY (ITQ). *Etics INTERNATIONAL TRAVEL PROTECTION*[online]. 2016 [cit. 2016-05-14]. Dostupné z: http://www.etics.cz/soubory/etics/itq_tab.pdf
- Kontrolná činnosť. *Slovenská obchodná inšpekcia* [online]. 2016 [cit. 2016-05-21]. Dostupné z: <http://www.soi.sk/sk/Kontrolna-cinnost.soi>
- KOSTKOVÁ, Miroslava. *Cestovní ruch*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2013. ISBN 978-80-7248-834-6.
- NOVACKÁ, L. A KOL. *Technika v cestovnom ruchu*. Bratislava: Ekonom, 2004. ISBN 80-225-1853-0.
- O činnosti A3S. *Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska* [online]. 2016 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: <http://www.spotrebiteinfo.sk/index.php/informujme/93-o-cinnosti-a3s>
- O nás. *CK Piešťany Tour* [online]. 2016 [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.piestanytour.sk/o-nas>
- O nás. *CLUB Travel* [online]. 2015 [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://clubtravel.sk/o-nas/>
- O nás. *FIFO dobrá cestovka* [online]. 2016 [cit. 2016-05-17]. Dostupné z: <http://www.fifo.sk/o-nas/>
- O nás. *MAR TRAVEL* [online]. 2016 [cit. 2016-05-17]. Dostupné z: <http://www.martravel.sk/o-nas>
- O nás. *MONADA* [online]. 2016 [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.monada.sk/o-nas/>
- O nás. *Združenie Slovenských Spotrebiteľov* [online]. [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.zss.sk/o-nas>
- Ochrana spotrebiteľov. *Slovenská agentúra cestovných kancelárií a agentúr* [online]. 2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: <http://www.sacka.eu/sk/Pre-spotrebitelov/Ochrana-spotrebitelov/>
- ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: IDEA SERVIS, 1999. ISBN 80-85970-27-9.
- PECÁKOVÁ, Iva. *Statistika v terénních průzkumech*. Praha: Professional publishing, 2008. ISBN 978-80-86946-74-0.
- Poistenie CK. *Slovenská agentúra cestovných kancelárií a agentúr* [online]. 2015 [cit. 2016-05-09]. Dostupné z: <http://www.sacka.eu/sk/SACKA/Poistenie-CK/>

- Pojištění profesní odpovědnosti. *Etics INTERNATIONAL TRAVEL PROTECTION* [online]. 2010 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://www.etics.cz/st6-pojisteni-profesni-odpovednosti>
- Prečo cestovať s CK PAN ASIA? *PAN-ASIA* [online]. 2015 [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.pan-asia.sk/?locale=sk>
- Prezentácia CK. *CENTRUM Travel Agency* [online]. 2016 [cit. 2016-05-11]. Dostupné z: <http://www.ckcentrum.sk/sk/index.php?stranka=ck>
- RÉVAYOVÁ, Erika. *Analýza podmienok pre vykonávanie sprievodcovskej činnosti na vybranom území*. Nitra, 2010. Bakalárska práca. Slovenská poľnohospodárska univerzita.
- RUX, CSC., RNDr. PaedDr. Jaromír. *Metodika práce průvodce cestovního ruchu*. Jihlava: Ediční středisko VŠPJ, 2015. ISBN 978-80-88064-16-9.
- RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: Soubor studijních materiálů*. Ostrava: KEY Publishing s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
- SERRAT, Josep Maria Bech. *Quality of hotel service and consumer protection: A European contract law approach* [online]. 2009, [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: http://ac.els-cdn.com/S0261517710000373/1-s2.0-S0261517710000373-main.pdf?_tid=a7e5a126-0630-11e6-bf91-00000aab0f02&acdnat=1461071852_9a51d274a76be44c0403f93e7ffdb799
- Slovenské liečebné kúpele, a. s. *Piešťany* [online]. 2016 [cit. 2016-05-21]. Dostupné z: <http://www.piestany.sk/mesto/o-meste-1/kupele/>
- Smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 1999/44/ES Európskeho parlamentu.
- STATE, Olimpia, Claudia BAICU a Delia POPESCU. THE RESPONSIBILITY OF ORGANISATIONS TOWARDS CUSTOMERS. CASE STUDY - ROMANIAN TRAVEL AGENCIES. *Amfiteatru Economic* [online]. 2014, 16, issue 35. [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: http://econpapers.repec.org/article/aesamfeco/v_3a1_3ay_3a2014_3ai_3a35_3ap_3a258.htm
- Strategické dokumenty: Konceptia cestovného ruchu mesta Piešťany. *Piešťany* [online]. 2007 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: <http://www.piestany.sk/mesto/samosprava/strategicke-dokumenty/>
- Štatistické údaje. *Piešťany* [online]. 2016 [cit. 2016-05-20]. Dostupné z: <http://www.piestany.sk/mesto/o-meste-1/statisticke-udaje/>
- Štatistický úrad Slovenskej republiky. 2012. Organizovaný cestovný ruch [Online], [cit. 2016-3-20]. Dostupné na internete: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=35712>
- Tatratour. *TATRATOURL* [online]. 2015 [cit. 2016-05-11]. Dostupné z: <https://tatratour.sk/>
- Trvajte na svojich právach. *Práva spotrebiteľa* [online]. 2016 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: <http://www.pravaspotrebiteľa.sk/>

- Vybavovanie reklamácií. *Slovenská agentúra cestovných kancelárií a agentúr* [online]. 2016 [cit. 2016-05-11]. Dostupné z: <http://www.sacka.eu/sk/Pre-spotrebiteľov/Vybavovanie-reklamacií/>
- Výsledky kontroly cestovných kancelárií. *Slovenská obchodná inšpekcia* [online]. 2010 [cit. 2016-05-11]. Dostupné z: <http://www.soi.sk/sk/Kontrolnacinost/Vysledky-kontrol-SOI/Vysledky-kontroly-cestovnych-kancelarii.soi?ind=13>
- Zákon č. 122/2013 Z. z., o ochrane osobných údajov
- Zákon č. 161/2011 Z.z., o ochrane spotrebiteľa pri poskytovaní niektorých služieb cestovného ruchu
- Zákon č. 186/2006 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 281/2001 Z. z.
- Zákon č. 250/2007 Z. z., o ochrane spotrebiteľa
- Zákon č. 281/2001 Z. z., o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov
- Zákon č. 40/1964 Zb., občiansky zákonník
- Zákon č. 455/1991 Zb., o živnostenskom podnikaní
- Zákon č. 634/1992 Zb., o ochrane spotrebiteľa
- Zákon č. 91/2010 Z. z., o podpore cestovného ruchu
- ZELENKA, CSC., prf. RNDr. Josef. *Cestovní ruch. Marketing*. Třetí, přepracované. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-543-1.

8 Zoznam obrázkov

Obr. 1	Právny vzťah poistenia cestovnej kancelárie proti úpadku Zdroj: NOVACKÁ, 2004.....	26
Obr. 2	Priebeh poistnej udalosti Zdroj: DROBNÁ, MORÁVKOVÁ, 2004	26
Obr. 3	Finančné dôsledky odstúpenia od zmluvy o obstaraní zájazdu Zdroj: DROBNÁ, MORÁVKOVÁ, 2004.....	30
Obr. 4	Cestovné kancelárie a agentúry Zdroj: Vlastné spracovanie	40
Obr. 5	Pohlavie respondentov Zdroj: Vlastné spracovanie	40
Obr. 6	Vek respondentov Zdroj: Vlastné spracovanie	41
Obr. 7	Trvalé bydlisko respondentov Zdroj: Vlastné spracovanie	41
Obr. 8	Ukončené vzdelanie respondentov Zdroj: Vlastné spracovanie.....	42
Obr. 9	Ekonomická aktivita respondentov Zdroj: Vlastné spracovanie	42
Obr. 10	Prijateľná cena zájazdu Zdroj: Vlastné spracovanie.....	43
Obr. 11	Reklamácia zájazdu Zdroj: Vlastné spracovanie	44
Obr. 12	Lehota vybavenia reklamácie Zdroj: Vlastné spracovanie.....	45
Obr. 13	Spokojnosť s vybavením reklamácií Zdroj: Vlastné spracovanie.....	45
Obr. 14	Reklamačný poriadok Zdroj: Vlastné spracovanie	46
Obr. 15	Spotrebiteľské práva Zdroj: Vlastné spracovanie.....	48
Obr. 16	Organizácie na ochranu spotrebiteľa Zdroj:Vlastné spracovanie	49
Obr. 17	Stupeň ochrany spotrebiteľa na Slovensku Zdroj: Vlastné spracovanie ..	50
Obr. 18	Bezpečnosť v destinácii Zdroj: Vlastné spracovanie	80
Obr. 19	Zneužitie osobných údajov Zdroj: Vlastné spracovanie	80
Obr. 20	Cena a úroveň kvality poskytovaných služieb Zdroj: Vlastné spracovanie	81
Obr. 21	Miesto riešenia reklamácie Zdroj: Vlastné spracovanie.....	81
Obr. 22	Riešenie reklamácie prostredníctvom súdu alebo SOI Zdroj: Vlastné spracovanie	81
Obr. 23	Najčastejšie problémy počas zájazdu Zdroj: Vlastné spracovanie	82
Obr. 24	Opätovné využitie cestovnej kancelárie/agentúry Zdroj: Vlastné spracovanie	82
Obr. 25	Informácie v katalógu Zdroj: Vlastné spracovanie	82
Obr. 26	Zmluvné podmienky cestovnej kancelárie/agentúry Zdroj: Vlastné spracovanie	83
Obr. 27	Platobná neschopnosť cestovnej kancelárie Zdroj: Vlastné spracovanie .	83
Obr. 28	Poistenie pre pre prípad úpadku cestovnej kancelárie/agentúry Zdroj: Vlastné spracovanie	83
Obr. 29	Zdroje informácií o ochrane spotrebiteľa Zdroj: Vlastné spracovanie	84
Obr. 30	Obhájenie spotrebiteľských práv Zdroj: Vlastné spracovanie.....	84
Obr. 31	Zohľadnenie ochrany životného prostredia Zdroj: Vlastné spracovanie .	84

9 Zoznam tabuliek

Tab. 1	Štvorpoľná tabuľka	14
Tab. 2	Údaje o cestovnom ruchu v Piešťanoch v roku 2014.....	37
Tab. 3	Top 5 krajín z hľadiska návštevnosti.....	37
Tab. 4	Rebríček podľa analýzy agentúry SARIO	38
Tab. 5	Štvorpoľná tabuľka k hypotéze č. 1	51
Tab. 6	Kontingenčná tabuľka k hypotéze č. 2.....	52
Tab. 7	Kontingenčná tabuľka k hypotéze č. 3.....	53
Tab. 8	Štvorpoľná tabuľka k hypotéze č. 4	54
Tab. 9	Štvorpoľná tabuľka k hypotéze č. 5	55
Tab. 10	SWOT analýza	56

10 Zoznam použitých skratiek

€	EUR
a pod.	A podobne
a. s.	Akciová spoločnosť
atď.	A tak ďalej
CEFTA	Central European Free Trade Agreement – Stredoeurópska zóna voľného obchodu
CI	Consumer International – Spotrebiteľia medzinárodne
ECCG	Európska poradná skupina spotrebiteľov
EÚ	Európska únia
FO	Fyzická osoba
GCET	Globálny kódex cestovného ruchu
ITQ	International Travel Quality
km	Kilometre
napr.	Napríklad
PO	Právnická osoba
resp.	Respektíve
s. r. o.	Spoločnosť s ručením obmedzeným
SARIO	Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu
SOI	Slovenská obchodná inšpekcia
SR	Slovenská republika
SZČO	Samostatne zárobkovo činná osoba
t. j.	To jest
Z. z.	Zbierka zákonov
Zb.	Zbierka

Prílohy

A Franfurktská tabuľka

Nepříjemnosti na dovolené - kompenzační tabulka (T-ITQ-0911)

Tabulka ITQ kodexu vám prozradí, kolik procent z ceny zájezdu můžete jako řadový účastník požadovat od organizátora nazpět za konkrétní nedostatky.

1. Uvedené procentuální hodnoty se vztahují k celkové ceně zájezdu (tzn. včetně palivového příplatku, letištních tax a dalších poplatků, avšak bez pojistného, půjčovního za auto apod.).
2. U údajů pohybujících se v určitém rozmezí (např. 10 až 20 %) se výše kompenzace řídí stupněm pochybení a stanoví se pomocí objektivních kritérií. Subjektivní dojmy nejsou brány v úvahu.
3. Menší nepříjemnosti nejsou důvodem ke slevám. Snažte se raději využít příjemných stránek dovolené, než abyste vyhledávali nedostatky.
4. Pokud byl určitý недостаток časově omezen, je třeba kompenzaci stanovit dle skutečné doby jeho trvání. Pokud jste se tedy mohli např. po polovině dovolené přestěhovat do pokoje se slibovaným výhledem na moře, musíte vypočítanou kompenzaci vydělit dvěma.
5. Tabulka představuje pouze určité orientační vodítko. Výsledná kompenzace může být v jednotlivých případech vyšší i nižší.

Poskytovaná služba	Nedostatek	% od	% do	Poznámka
I. Ubytování				
1	Změna rezervovaného objektu			
	a) do nižší kategorie	10	25	
	b) do stejné kategorie	5	10	neplatí v případě poskytnutí kompenzace a její akceptace ze strany zákazníka
	c) do vyšší kategorie	0	5	
	d) Změna místní polohy	5	15	dle vzdálenosti od původně objednaného hotelu (objektu)
2	Změna způsobu ubytování v rezervovaném hotelu (hotel místo bungalovu)	5	10	
3	Změna v typu pokoje			
	a) nedodržení typu pokoje (dvoulůžkový místo rodinného apod.)	10	15	při příslibu*
	b) bezbariérový přístup	15	25	při příslibu*
4	Nedostatky ve vybavení pokoje			
	a) chybí balkon	5	5	při příslibu*
	b) není výhled na moře	10	10	při příslibu*
	c) schází klimatizace	10	20	při příslibu*/podle ročního období
	d) schází TV	5	5	při příslibu*



Etics ITP, s.r.o.

Křížíkova 237/36a
186 00 Praha 8 - Karlín
tel: 221 860 460
klient@etics.cz
www.etics.cz

Poskytovaná služba	Nedostatek	% od	% do	Poznámka
5	Služby			
	a) bez úklidu	10	20	dle příslibu* (např. ve studiích a apartmánech se úklid během pobytu neprovádí)
	b) nedostatečná výměna prádla (ložní prádlo, ručníky)	5	10	za nedostatečnou výměnu prádla (ložní prádlo, ručníky) je považováno: v hotelech 3* a nižší kategorie - méně než 1x za pobyt; v hotelech 4* a vyšší kategorie - méně než 2x za pobyt
6	Narušení soukromí			
	a) Nepřiměřený hluk ze stavby v bezprostředním okolí	10	20	v případě, že byl zákazník písemně upozorněn, nárok nevzniká
	b) Nepřiměřený hluk v ubytovacím zařízení z důvodu jeho rekonstrukce	10	20	v případě, že byl zákazník písemně upozorněn, nárok nevzniká
7	Výpadek zařízení			
	a) toalety	15	15	
	b) proudu nebo dodávky plynu	10	10	kontinuální výpadek delší než 3 hodiny
	c) vody	15	15	
	d) klimatizace	10		v případě, že nefunguje klimatizace z důvodu výpadku proudu, vyplácí se jen jedna (vyšší) kompenzace 15 (tzn., za klimatizaci, nikoliv současně za výpadek proudu)
8	Služba late check out - nedodržení	5	5	vrácení částky za službu + % kompenzace z tabulky 5%
	Služba early check in - nedodržení	5	5	vrácení částky za službu + % kompenzace z tabulky 5%
9	Schází (přislíbené) lázeňské zařízení (termální lázně - Thalassoterapie)	20	40	podle typu příslibu v katalogu (např. „lázeňská dovolená“)
II. Stravování				
1	Obsahové nedostatky			
	a) kontinentální snídaně místo bufetu	5	5	
	b) výběr z méně než dvou teplých jídel	10	10	
	c) menu místo bufetu	15	15	podle příslibu*
	d) nedodržení typu stravování (polopenze místo all inclusive)	15	15	
	e) nedodržení typu all inclusive (All místo Ultra All)	10	10	

	f) nepoživatelná (zkažená) jídla	20	30	
III. Různé				
1	Chybějící koupaliště/venkovní bazén	10	20	při příslibu*
2	Chybějící vyhřívání bazénu (dle sezóny)	5	10	při příslibu*
3	Chybějící dětský bazén	5	10	při příslibu*
4	Scházející sauna	5	5	při příslibu*
5	Chybějící tenisový kurt	5	5	při příslibu*
6	Chybějící minigolf	3	3	při příslibu*
7	Chybějící škola plachtaření, surfování, potápění	5	5	při příslibu*
8	Scházející příležitost k jízdě na koni	5	5	při příslibu*
9	Scházející péče o děti - babysitting	5	10	při příslibu*
10	Chybějící přístup na internet	5	5	při příslibu*
11	Nevyhovující pláž - např. úpravy stavebního charakteru (nezahrnuje vlivy počasí a přírodní vlivy). Platí pro změny oproti údajům z katalogu.	10	15	v případě, že byl zákazník písemně upozorněn a souhlasí, nárok nevzniká
12	Chybějící možnosti ležení na pláži a slunečníky	10	10	při příslibu* - ANO / NE - (není garantován počet dle lůžek hotelu)
13	Chybějící občerstvení a stánky na pláži	5	5	při příslibu*
14	Chybějící nudistická pláž	10	10	podle příslibu*
15	Chybějící doprava na pláž	5	10	při příslibu*
16	Výpadek výletů na pevninu při lodních zájezdech (vztahuje se k zájezdům - plavby)	20	30	podíl z ceny zájezdu za každý den výletu na pevninu
17	Časová ztráta v důsledku nezbytného stěhování			
	a) ve stejném hotelu			podíl z ceny zájezdu za půl dne
	b) do jiného hotelu			podíl z ceny zájezdu za jeden den
IV. Služby delegáta				
1	a) asistence na letišti (účast) při příletu do destinace, odletu z destinace	5	10	
	b) informační schůzka - účast	5	5	
2	Zrušení objednaného výletu	5	5	vrácení ceny výletu + % kompenzace z tabulky 5% (kompenzaci z tabulky nelze uplatnit v případě zrušení výletu z důvodu vyšší moci (např. špatného počasí atd.) nebo nenaplnění min. počtu osob)
V. Doprava				

1	Zpoždění letu		
	a) o více než 2 hodiny	poukázka na občerstvení v hodnotě 110 Kč (v destinaci 4-6 €) vydaná na letišti nebo občerstvení v odpovídající uvedené hodnotě	
	b) o více než 4 hodiny	poukázka na občerstvení v hodnotě 110 Kč plus 110 Kč (v destinaci 4-6 €) vydaná na letišti nebo občerstvení v odpovídající uvedené hodnotě	
	c) o další každé 2 hodiny	plus 110 Kč (v destinaci 4-6 €) za každé 2 hodiny vydaná na letišti nebo občerstvení v odpovídající uvedené hodnotě	
	d) o více než 12 hodin	ubytování v hotelu v místě odletu, vrácení částky za nečerpané služby (ubytování, strava) + poukázka na občerstvení	
	Nedostatky ve vybavení		
2	a) nižší třída	10	15
	Služby		
3	a) neposkytnuté stravování v letadle	5	5
4	Chybějící transfer z letiště (nádraží) do hotelu, z hotelu na letiště	náklady na náhradní dopravní prostředek	

* uvedeno v katalogu, popř. písemně oznámeno zákazníkovi

KODEX INTERNATIONAL TRAVEL QUALITY (ITQ)

Kompenzační tabulka ztráty radosti

Míra pochybení	Denní odškodné osoba/den (Kč)	Míra pochybení	Denní odškodné osoba/den (Kč)	Míra pochybení	Denní odškodné osoba/den (Kč)	Míra pochybení	Denní odškodné osoba/den (Kč)	Míra pochybení	Denní odškodné osoba/den (Kč)
50%	1 000								
51%	1 020	61%	1 220	71%	1 420	81%	1 620	91%	1 820
52%	1 040	62%	1 240	72%	1 440	82%	1 640	92%	1 840
53%	1 060	63%	1 260	73%	1 460	83%	1 660	93%	1 860
54%	1 080	64%	1 280	74%	1 480	84%	1 680	94%	1 880
55%	1 100	65%	1 300	75%	1 500	85%	1 700	95%	1 900
56%	1 120	66%	1 320	76%	1 520	86%	1 720	96%	1 920
57%	1 140	67%	1 340	77%	1 540	87%	1 740	97%	1 940
58%	1 160	68%	1 360	78%	1 560	88%	1 760	98%	1 960
59%	1 180	69%	1 380	79%	1 580	89%	1 780	99%	1 980
60%	1 200	70%	1 400	80%	1 600	90%	1 800	100%	2 000

(etics.cz, 2016)



B Dotazníkový prieskum o úrovni ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr

Vážení respondenti,

rada by som Vás touto cestou požiadala o vyplnenie nasledujúceho dotazníka, ktorý poslúži ako podklad pre moju bakalársku prácu na tému „Ochrana práv klientov cestovných kancelárií a agentúr“. Cieľom prieskumu je získať informácie o úrovni ochrany práv klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch.

Tento dotazník Vám nezaberie viac ako 5 minút. Účasť prieskumu je úplne anonymná.

Veľmi Vám ďakujem za spoluprácu a ochotu.

Martina Slížiková

* Povinné

1. V ktorej z uvedených cestovných kancelárií/agentúr ste si kúpili zájazd? *

- Tatratour, a. s., Piešťany
- CK Piešťany-Tour, s. r. o.
- Relax Tour.sk s. r. o., Piešťany
- Centrum, s. r. o., Piešťany
- Flex Travel, s. r. o., Piešťany
- Pan Asia s. r. o., Piešťany
- Luxury Life s. r. o., Piešťany
- Ivco Travel, s. r. o., Piešťany
- Relaxačná škola Monada, s. r. o., Piešťany
- TIP travel, a.s., Piešťany
- FIFO Piešťany
- CLUB Travel Piešťany spol. s r. o.
- Iné:

2. Mali ste pocit, že cestovná kancelária/agentúra dostatočne zaistila Vašu bezpečnosť v danej destinácii? *

1 2 3 4 5

Dostatočne Nedostatočne

3. Mali ste skúsenosť so zneužitím Vašich osobných údajov cestovnou kanceláriou/agentúrou? *

- Áno
- Nie
- Neviem

4. **Aká cena bola pre Vás prijateľná za zájazd, ktorý bol sprostredkovaný cez cestovnú kanceláriu/agentúru? ***

	Prijateľná	Skôr prijateľná	Neviem	Skôr neprijateľná	Neprijateľná
Menej ako 300 €	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
300 € - 600 €	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
601 € - 800 €	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
801 € - 1 100 €	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viac ako 1 100 €	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. **Zodpovedala cena zájazdu úrovni kvality poskytovaných služieb cestovnou kanceláriou/agentúrou? ***

1 2 3 4 5

Zodpovedala Nezodpovedala

6. **Mali ste osobnú skúsenosť s reklamáciou zájazdu? ***

- Áno
 Nie

7. **Kde sa riešila Vaša reklamácia?**

- U zástupcu cestovnej kancelárie/agentúry v mieste zájazdu
 U cestovnej kancelárie/agentúry po skončení zájazdu
 Iné:

8. **Ako rýchlo bola Vaša reklamácia vybavená?**

- V rámci zákonnej lehoty
 Po zákonnej lehote
 Vôbec
 Iné:

9. **Boli ste s vybavením Vašej reklamácie spokojný?**

1 2 3 4 5

Veľmi spokojný Veľmi nespokojný

10. **Využili ste možnosť obrátiť sa s Vašou reklamáciou na súd?**

- Áno
 Nie

11. **Podali ste podnet na Slovenskú obchodnú inšpekciu kvôli prevereniu postupu riešenia reklamácie cestovnou kanceláriou/agentúrou?**

- Áno
 Nie

12. **S akými najčastejšími problémami ste sa stretli počas zájazdu poskytovaného cestovnou kanceláriou/agentúrou?**
- Ubytovanie
 - Strava
 - Doprava
 - Destinácia
 - Služby delegáta
 - Fakultatívne výlety
 - Bez problémov
 - Iné:
13. **Využili ste opätovne službu cestovnej kancelárie/agentúry aj po Vašej zlej skúsenosti?**
- Áno
 - Nie
14. **Kedy ste si prečítali reklamačný poriadok cestovnej kancelárie/agentúry, v ktorej ste si kupovali zájazd? ***
- Ešte pred kúpou zájazdu
 - Reklamačný poriadok som si pozrel/a až pred podaním reklamácie
 - Reklamačný poriadok som nečítal/a
15. **Boli ste dostatočne oboznámený so zmluvnými podmienkami cestovnej kancelárie/agentúry? ***
- 1 2 3 4 5
-
- Dostatočne Nedostatočne
16. **Zodpovedali informácie uvedené v katalógu skutočne poskytovaným službám? ***
- 1 2 3 4 5
-
- Zodpovedali Nezodpovedali
17. **Boli ste dostatočne oboznámený o Vašich právach pre prípad platobnej neschopnosti cestovnej kancelárie/agentúry? ***
- 1 2 3 4 5
-
- Dostatočne Nedostatočne
18. **Boli ste dostatočne informovaný pred zakúpením zájazdu o poistení proti úpadku cestovnej kancelárie/agentúry? ***
- 1 2 3 4 5
-
- Dostatočne Nedostatočne
19. **Kde by ste hľadali informácie o ochrane spotrebiteľa? ***

- Na internete
- V novinách
- V zákone
- Spýtal/a by som sa známych
- Iné:
20. **Poznáte svoje spotrebiteľské práva? ***
- Áno
- Nie
- Možno
21. **Vedeli by ste obhájiť svoje práva a brániť sa ako spotrebiteľ? ***
- Áno
- Nie
- Možno
22. **Keď bol Váš zájazd sprostredkovaný cestovnou kanceláriou/agentúrou, bola podľa Vás v tejto destinácii dostatočne zohľadnená ochrana životného prostredia? ***
- 1 2 3 4 5
- Dostatočne Nedostatočne
23. **Ktoré slovenské organizácie vytvorené za účelom ochrany spotrebiteľa poznáte? ***
- Združenie slovenských spotrebiteľov
- Asociácia užívateľov služieb
- Asociácia spotrebiteľov Slovenska
- Nepoznám žiadne organizácie
- Iné:
24. **Ako ste spokojný so stupňom ochrany spotrebiteľa na Slovensku? ***
- 1 2 3 4 5
- Veľmi spokojný Veľmi nespokojný
25. **Aký je Váš názor na úroveň ochrany klientov cestovných kancelárií a agentúr v Piešťanoch?**
26. **Aké je Vaše pohlavie? ***
- Žena
- Muž
27. **Aký je Váš vek? ***
- Menej ako 25
- 25 - 39
- 40 - 55
- Viac ako 55

28. **Aké je Vaše trvalé bydlisko? ***

- Piešťany
- Okolie Piešťan do 30 km
- Okolie Piešťan nad 30 km

29. **Aké je Vaše vzdelanie? ***

- Základné
- Stredné bez maturity
- Stredné s maturitou
- Vysokoškolské

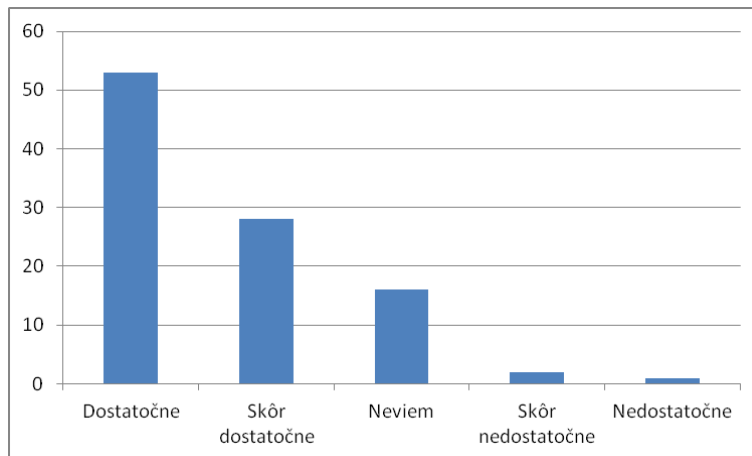
30. **Aké je Vaše zamestnanie? ***

- Zamestnaný
- Nezamestnaný
- SZČO (samostatne zárobkovo činná osoba)
- Dôchodca
- Ostatné (študent, rodič na materskej)

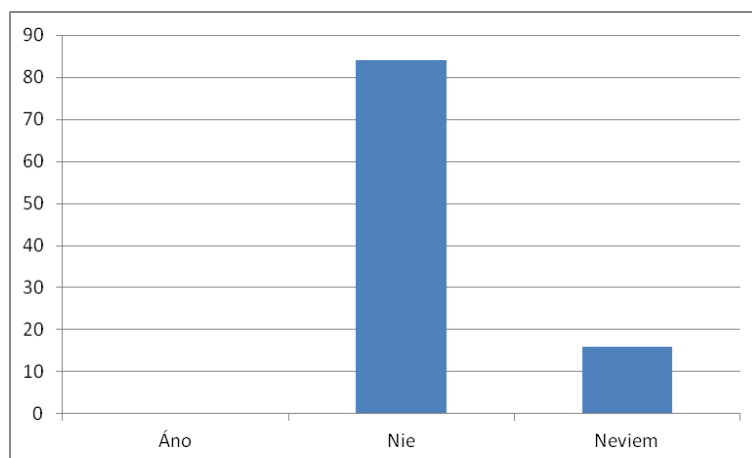
Ak si želáte zaslať výsledky môjho výskumu, prosím uveďte Váš e-mail.

Ďakujem za Vašu spoluprácu.

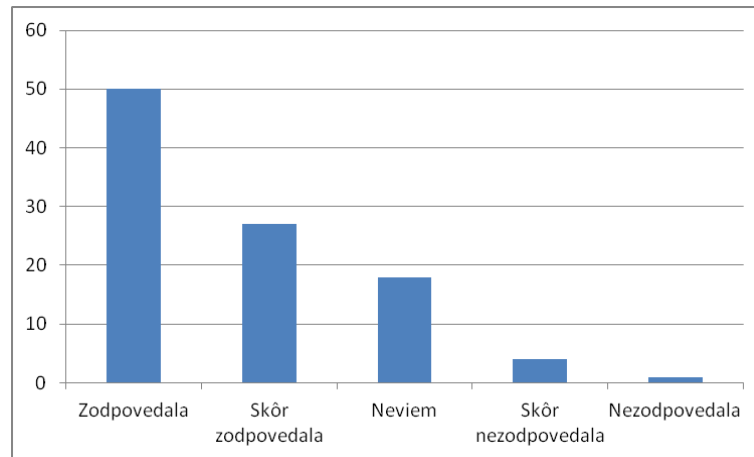
C Grafické znázornenie odpovedí na otázky v dotazníku



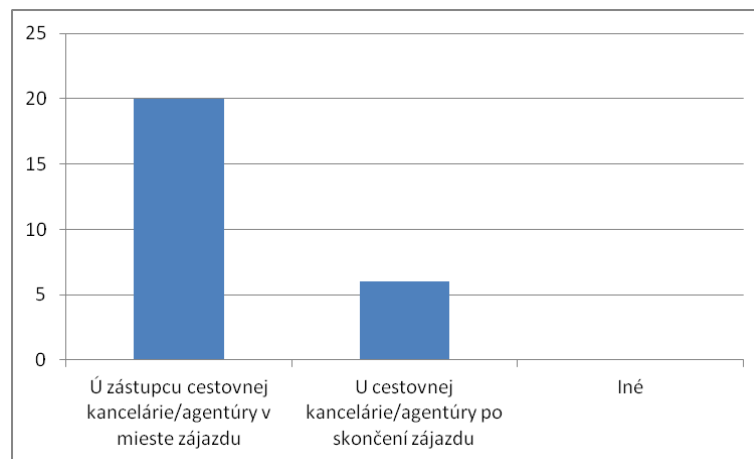
Obr. 18 Bezpečnosť v destinácii
Zdroj: Vlastné spracovanie



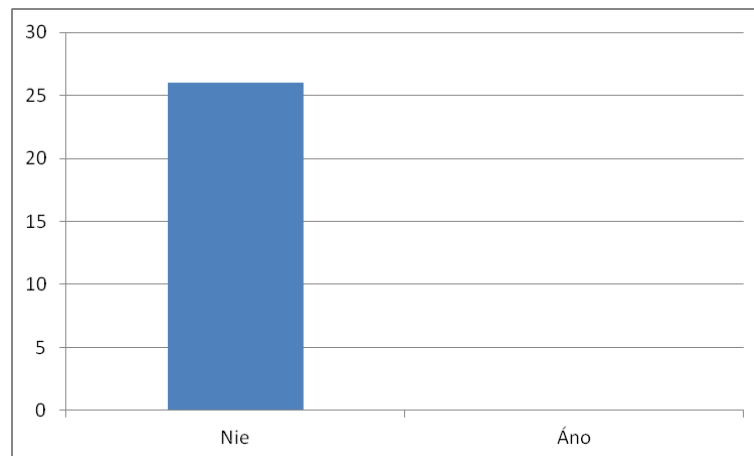
Obr. 19 Zneužitie osobných údajov
Zdroj: Vlastné spracovanie



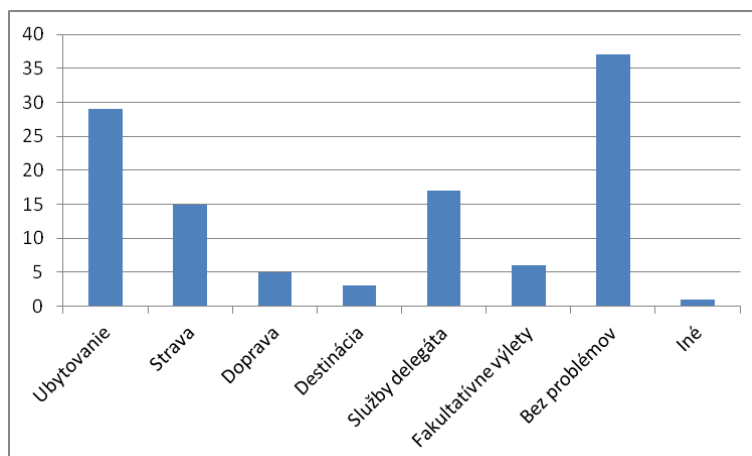
Obr. 20 Cena a úroveň kvality poskytovaných služieb
Zdroj: Vlastné spracovanie



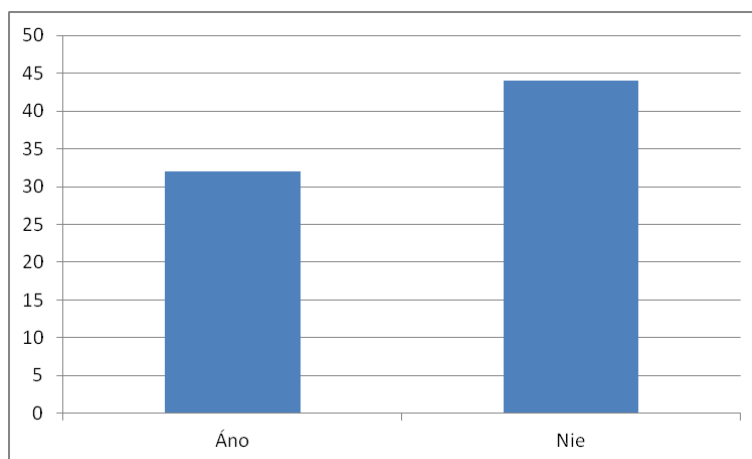
Obr. 21 Miesto riešenia reklamácie
Zdroj: Vlastné spracovanie



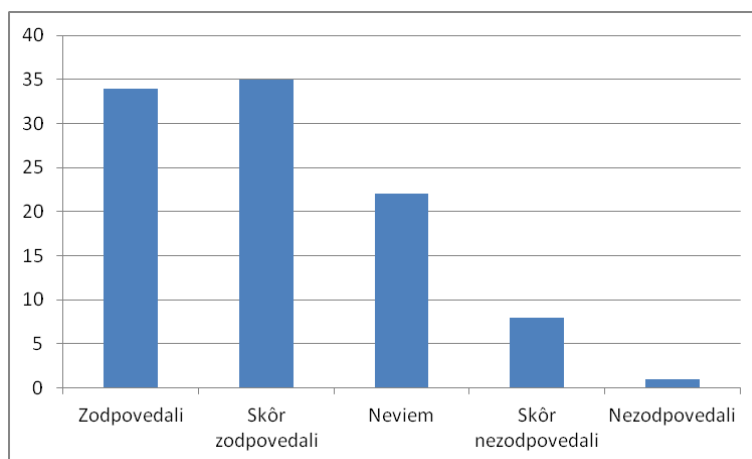
Obr. 22 Riešenie reklamácie prostredníctvom súdu alebo SOI
Zdroj: Vlastné spracovanie



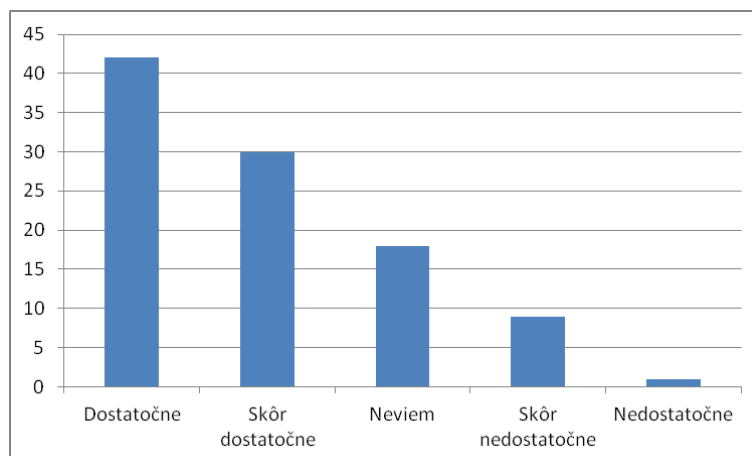
Obr. 23 Najčastejšie problémy počas zájazdu
Zdroj: Vlastné spracovanie



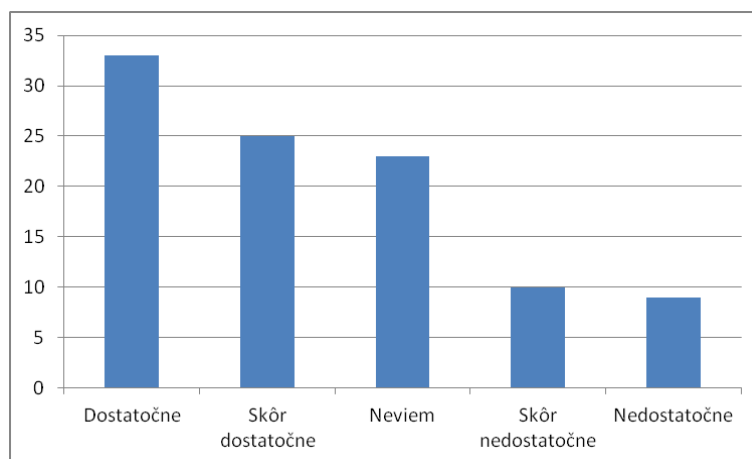
Obr. 24 Opätovné využitie cestovnej kancelárie/agentúry
Zdroj: Vlastné spracovanie



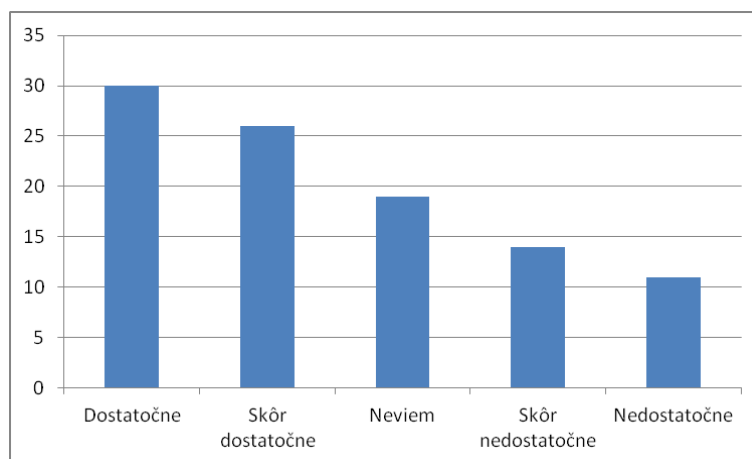
Obr. 25 Informácie v katalógu
Zdroj: Vlastné spracovanie



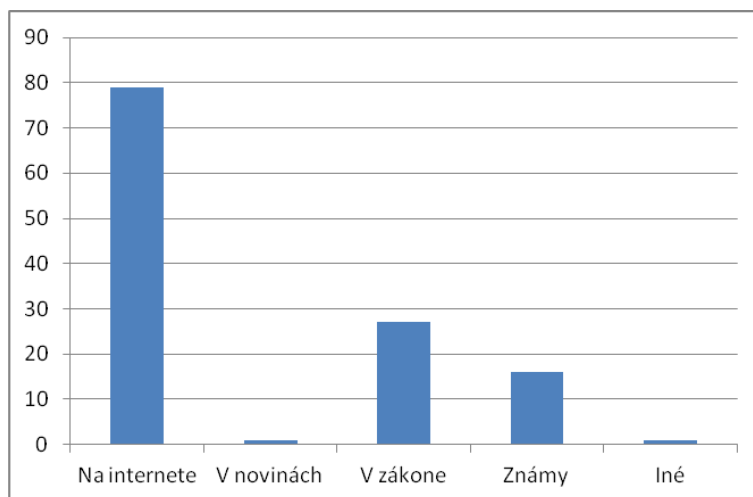
Obr. 26 Zmluvné podmienky cestovnej kancelárie/agentúry
Zdroj: Vlastné spracovanie



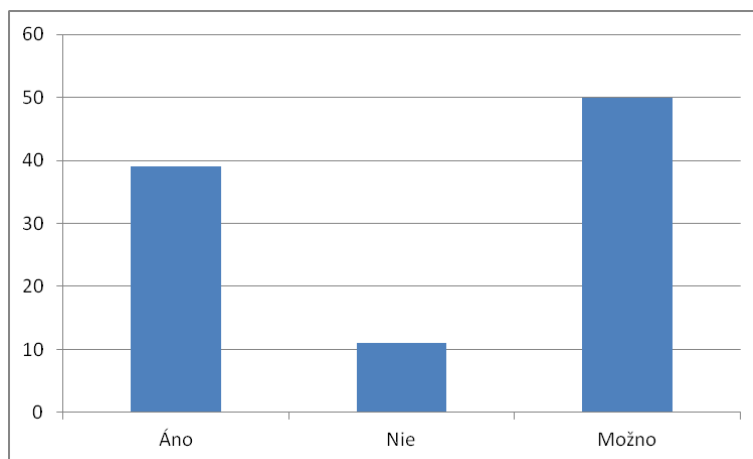
Obr. 27 Platobná neschopnosť cestovnej kancelárie
Zdroj: Vlastné spracovanie



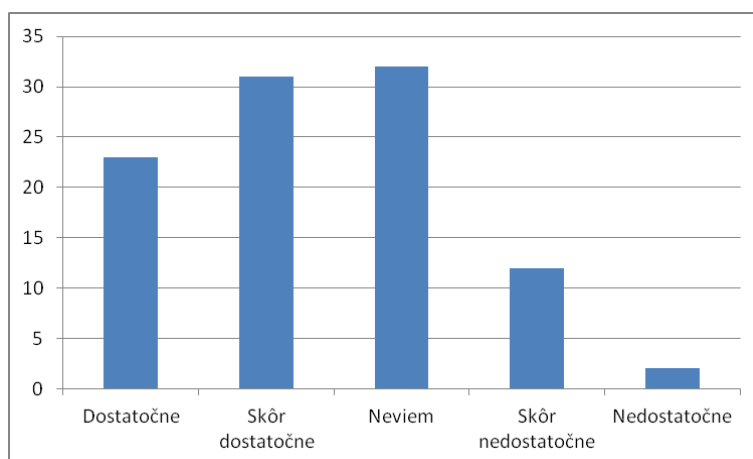
Obr. 28 Poistenie pre prípad úpadku cestovnej kancelárie/agentúry
Zdroj: Vlastné spracovanie



Obr. 29 Zdroje informácií o ochrane spotrebiteľa
Zdroj: Vlastné spracovanie



Obr. 30 Obhájenie spotrebiteľských práv
Zdroj: Vlastné spracovanie



Obr. 31 Zohľadnenie ochrany životného prostredia
Zdroj: Vlastné spracovanie