



Študentská vedecká aktivita

Katalógy cestovných kancelárií na Slovensku a v zahraničí

Gabriela Senderáková

Sekcia: Cestovný ruch

Konzultant: Ing. Kristína Pompurová, PhD.

Banská Bystrica

2011

OBSAH

Úvod.....	3
1. Teoretické východiská skúmanej problematiky.....	4
1.1. Cestovná kancelária	4
1.2. Katalóg cestovnej kancelárie	5
1.3. Cieľ, materiál a metodika skúmania	8
2. Výsledky porovnávania slovenských a zahraničných katalógov vybraných cestovných kancelárií.....	9
2.1. Obal a úvod katalógu.....	10
2.2. Vlastná ponuka v katalógu	11
2.3. Záverečná časť katalógu.....	14
Záver	15
Zoznam použitej literatúry.....	17

Úvod

Katalóg je základným nástrojom predaja cestovnej kancelárie. Je považovaný za primárny komunikačný, prezentačný a propagačný nástroj cestovnej kancelárie. Katalóg slúži ako zdroj informácií pre existujúcich a potenciálnych zákazníkov organizácie, ale využíva sa aj pre potreby distribučnej siete. V katalógu sú obsiahnuté informácie o ponúkaných produktoch cestovnej kancelárie na určité obdobie, cieľových miestach a zariadeniach, v ktorých sú zákazníkovi poskytované služby vrátane cien služieb. Tieto informácie sú doplnené o fotografie a ďalšie ilustrácie. Pomocou katalógu si cestovné kancelárie budujú svoj imidž, determinujú umiestnenie svojich produktov na trhu a poskytujú informácie, ktoré majú uistiť zákazníkov i sprostredkovateľov o dôveryhodnosti a stabilnom postavení organizácie (Pompurová, 2011).

V závislosti od rozsahu ponuky sa cestovné kancelárie rozhodujú medzi rozsiahlejšími všeobecnými katalógmi a špecializovanými katalógmi. Katalógy väčších cestovných kancelárií sa vydávajú osobitne na zimnú a letnú sezónu. S ohľadom na rozsah ponuky rozlišujeme katalógy určené pre istý segment (mladých, rodiny s deťmi, náročnejších zákazníkov ap.), zamerané na vybraný druh cestovného ruchu (domáce, zahraničné zájazdy a pobyty), orientované na určitý typ produktu (kúpeľné pobyty, lyžovačky, dovolenky pri mori, poznávacie zájazdy ap.), prípadne konkrétne cieľové miesto (Turecko, Chorvátsko, Egypt ap.) (Pompurová, 2011).

Katalógy sú publikované v tlačenej a v súčasnosti aj elektronickej podobe. Ide o modernú formu katalógu zverejňovanú na webových stránkach s možnosťou väčšieho rozsahu vyhľadávania informácií.

Cieľom práce je preskúmať katalógy vo vybranej cestovnej kancelárii na Slovensku a v zahraničí a porovnať ich z hľadiska formy, obsahu a rozsahu poskytovaných informácií ako aj ich prehľadnosti.

1. Teoretické východiská skúmanej problematiky

Dopyt po cestovnom ruchu vzniká obvykle v mieste trvalého bydliska zákazníkov. Preto je nevyhnutné zabezpečenie sprostredkovania a obstarania služieb hlavne cestovnými kancelárkami a cestovnými agentúrami.

1.1. Cestovná kancelária

Činnosť cestovnej kancelárie upravuje Smernica Rady Európy o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb 90/314/EEC z roku 1990. V článku 2 tejto smernice je charakterizovaná cestovná kancelária ako osoba, ktorá inak než príležitostne organizuje a predáva alebo ponúka na predaj balíky služieb, či už priamo alebo cez cestovnú agentúru, pričom pod pojmom cestovná agentúra sa rozumie osoba, ktorá predáva alebo ponúka na predaj balík služieb zostavený cestovnou kanceláriou.

Podľa platnej právnej úpravy v Slovenskej republike (Zákon 281/2001 Z. z. v znení neskorších predpisov) je cestovná kancelária podnikateľ, ktorý na základe živnostenského oprávnenia organizuje, ponúka a predáva zájazdy a uzatvára zmluvu o obstaraní zájazdu.

Cestovná kancelária je ďalej oprávnená organizovať kombinácie služieb, ponúkať a predávať ich inej cestovnej kancelárii na účel jej ďalšieho podnikania; ponúkať a predávať na základe individuálnej objednávky jednotlivé služby alebo ich kombinácie; sprostredkovať predaj jednotlivých služieb pre inú cestovnú kanceláriu, cestovnú agentúru alebo iné právnické osoby a fyzické osoby; sprostredkovať predaj zájazdov pre inú cestovnú kanceláriu; predávať veci súvisiace s cestovným ruchom; organizovať, ponúkať a predávať jednotlivé služby alebo ich kombinácie, ktoré sa neposkytujú dlhšie ako 24 hodín a nezahŕňajú ubytovanie cez noc a poskytovať činnosť sprievodcu v cestovnom ruchu (Zákon 281/2001 Z. z.).

Hlavnou funkciou cestovnej kancelárie je predaj služieb. Ide o služby určené na uspokojovanie potrieb účastníkov cestovného ruchu súvisiacich s cestovaním a pobytom mimo miesta trvalého bydliska zvyčajne vo voľnom čase. K ďalším funkciám cestovnej kancelárie patrí sprostredkovanie služieb, organizovanie, pod ktorým sa rozumie kombinovanie ponúkaných služieb, ich dopĺňanie a vytváranie balíkov služieb. S organizačnou funkciou úzko súvisí aj transformačná funkcia, keď cestovná kancelária transformuje jednotlivé služby do balíkov služieb. Ďalej je to funkcia preklenovania priestoru a času, funkcia skúmania dopytu, kontaktná funkcia, ktorá spočíva

v nevyhnutnosti nadväzovania kontaktov s dodávateľmi a odberateľmi služieb, s ňou súvisí aj informačná funkcia. Kontrolná funkcia súvisí so zodpovednosťou cestovnej kancelárie za všetky služby, ktoré obstarala, aj za vlastné. Realizačná funkcia sa spája s realizáciou podnikateľských zámerov podniku, predajom produktu s cieľom dosahovania zisku. Poslednou funkciou je výchovná funkcia. Cestovná kancelária má vychovávať obyvateľstvo k účasti na cestovnom ruchu (Orieška, 2010).

Úlohou cestovnej kancelárie z hľadiska zákazníka je úspora času, ponuka komplexných služieb, ktoré budú cenovo dostupné vo vzťahu k segmentu. Ďalšou z úloh cestovnej kancelárie je efektívne využitie kapacít a sprístupnenie málo známych zariadení. Cestovná kancelária takisto usmerňuje prúdy návštevníkov a zabezpečuje rozloženie dopytu v priestore a čase.

1.2. Katalóg cestovnej kancelárie

Katalóg je základným prostriedkom reklamy cestovnej kancelárie. Slúži ako komunikačný, prezentačný a propagačný nástroj, prostredníctvom ktorého cestovná kancelária komunikuje so svojimi zákazníkmi. Tlačené katalógy majú najčastejšie podobu viacstranovej brožúry vo formáte A4 (Pompurová, 2011).

Ako uvádza Orieška (1998, s. 105), „katalóg zájazdov je menovitý zoznam štandardných zájazdov a pobytov na určité obdobie, vypracovaný cestovnou kanceláriou, s cieľom získať potenciálneho zákazníka a uľahčiť jeho rozhodnutie o tom, kde, kedy, ako a za akých podmienok stráviť dovolenku“.

Podľa Middletona (1995, In Pompurová, 2011) katalóg cestovnej kancelárie:

- šetrí čas, resp. znižuje dĺžku kontaktu predajcu so zákazníkom, ktorý pred uskutočnením kúpy potrebuje podrobné informácie o produkte cestovnej kancelárie,
- zabezpečuje trvalú komunikáciu so zákazníkom (pred, počas a po kúpe),
- je hmatateľným zdrojom očakávaní zákazníka (v dôsledku toho, že zákazník si produkt cestovnej kancelárie nemôže vopred vyskúšať, predaj produktu a jeho spotreba sú časovo a priestorovo oddelené),
- optimalizuje zážitok zo spotreby (je zdrojom užitočných informácií),
- zabezpečuje dodatočné výdavky zákazníka (obsahuje informácie o ďalších komplementárnych produktoch, napr. fakultatívnych výletoch).

Middleton (1995, In Pompurová, 2011) ďalej spomína viacero funkcií, ktoré tlačený katalóg plní vo vzťahu k zákazníkom cestovnej kancelárie. Ide najmä o funkciu vytvorenia

povedomia o cestovnej kancelárii, propagačnú funkciu, substitučnú funkciu (v čase kúpy predstavuje pre zákazníka produkt), funkciu sprostredkovania kúpy produktu (katalóg zvyčajne obsahuje kontakty na autorizovaných predajcov produktu cestovnej kancelárie), funkciu uistenia zákazníka o kúpe (slúži ako dôkaz kúpy), funkciu uľahčenia spotreby (katalóg obsahuje základné informácie, ktoré majú zákazníkom uľahčiť cestu a pobyt) a funkciu vzdelávania.

Katalóg je súčasťou zmluvy o obstaraní zájazdu. Obsah katalógu je pre organizátorov zájazdov a pre predajcov v rámci Európskej únie záväzný a právne upravený Smernicou Rady Európy o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb 90/314/EEC. Nespokojným zákazníkom tým dáva právo sťažovať sa a žiadať kompenzácie.

Daná smernica v článku 3 stanovuje, že katalóg, resp. iná forma ponuky cestovnej kancelárie nesmie obsahovať zavádzajúce informácie. Ďalej smernica uvádza, že písomná ponuka cestovnej kancelárie musí uvádzať čitateľným, pochopiteľným a presným spôsobom cenu ponúkaných produktov a primerané informácie, ktoré sa týkajú: miesta určenia a spôsobov, charakteristík a kategórií použitého dopravného prostriedku; typu ubytovania, jeho lokalizácie, kategórie alebo stupňa komfortu a jeho hlavných charakteristík, jeho schválenia a národnej klasifikácie na základe pravidiel hostiteľského členského štátu, rozpisu stravovania; cestovného plánu; všeobecných údajov o pasových a vízových požiadavkách na národy členského štátu alebo štátov, ktorých sa to týka, a zdravotných formalítach požadovaných na cestu a pobyt; finančného obnosu alebo percenta z ceny, ktoré sa platí cestovnej kancelárii, časový rozpis platby zostatku; prípadnej požiadavky na účasť istého minimálneho počtu osôb, medzný termín na informovanie zákazníka v prípade zrušenia zájazdu. Podrobnosti obsiahnuté v katalógu sú pre cestovnú kanceláriu záväzné, ak zmeny v nich neboli jasne oznámené spotrebiteľovi pred uzatvorením zmluvy alebo ak k zmenám nedošlo až po uzatvorení zmluvy.

Katalóg je možné vnútorne rozčleniť na niekoľko častí. Holloway (2004, In Pompurová, 2011) rozlišuje obal, vstupnú časť, vlastnú ponuku produktov a záverečnú časť. Obal je pritom kľúčom k presvedčaniu zákazníkov, aby sa rozhodli pre kúpu vybraného produktu. Na obale sa nachádza názov cestovnej kancelárie s jej logom, prípadne mottom či sloganom, označenie platnosti katalógu, stručné naznačenie jeho obsahu a obrázok, ktorý zachytáva určité cieľové miesto (alebo jeho významnú atraktivitu), prípadne dovolenkovú atmosféru (napr. šťastná rodina). Niektoré cestovné kancelárie len minimálne modifikujú obalu katalógu, snažia sa o to, aby bol pre zákazníkov, ale aj predajcov ľahšie identifikovateľný.

Vstupné časti katalógu sa odlišujú na základe rozhodnutia cestovných kancelárií. Úvodné strany predznamenávajú charakter ponuky a obchodnú politiku, uisťujú o dôveryhodnosti. Takisto tu môže byť aj príhovor (oslovenie potenciálnych zákazníkov, vysvetlenie poslania a významu katalógu). Ďalej nasleduje obsah, resp. pokyny pre ľahšiu orientáciu v katalógu, pokyny pre manipuláciu s katalógom (vysvetlenie významu piktogramov a vybraných pojmov), všeobecné informácie (informácie o možnostiach získania zľavy, o spôsobe platby, kontakty ap.) (Pompurová, 2011).

Vlastná ponuka produktov je zvyčajne usporiadaná podľa cieľových miest (krajín, regiónov, stredísk) do samostatných sekcií. Ponuka začína buď cieľovými miestami, ktoré cestovná kancelária uvádza na trh ako novinku, alebo cieľovými miestami, o ktoré je najväčší záujem. Každá sekcia obsahuje všeobecné informácie o cieľovom mieste, konkrétnu ponuku zájazdov, v ktorej sa kladie dôraz najmä na ubytovacie zariadenia a cenník spolu s detailmi o jednotlivých termínoch zájazdov, dĺžke ich trvania, nástupných miestach ap. Niektoré cestovné kancelárie vylučujú cenníky z ponuky zájazdov a presúvajú ich do záverečnej časti katalógu, prípadne ich uverejňujú osobitne. Dôvodom je, že v čase tvorby katalógu nemajú vykalkulované ceny, nepoznajú presné ceny nakupovaných služieb alebo sa snažia ušetriť náklady a tlačia ich na menej kvalitnom papieri. Takto umiestnený cenník zhoršuje prehľadnosť, orientáciu a porovnávanie ponúk (Pompurová, 2011).

Záverečná časť katalógu obsahuje všeobecné zmluvné podmienky cestovnej kancelárie, niekedy aj reklamačný poriadok, adresy a kontakty predajných miest, možnosti rezervovania produktov a informácie o obchodných partneroch. Niektoré cestovné kancelárie dávajú v záverečnej časti aj priestor na reklamu tovarov a služieb súvisiacich s cestovaním (napr. reklama komerčnej poisťovne, opaľovacích krémov, cestovateľskej literatúry), z ktorej sčasti financujú tvorbu a tlač katalógu (Pompurová, 2011).

Potenciálni zákazníci hodnotia tlačенý katalóg najmä na základe príťažlivosti obalu, kvality a lesku papiera, použitia farieb a ich pôsobivosti, počtu a kvality fotografií ako i ďalších ilustrácií, rozsahu, zrozumiteľnosti textu, významu a atraktívnosti ponúkaných produktov. Dôležitým kritériom je aj jednoduchosť práce s katalógom (Pompurová, 2011).

Podľa Pompurovej (2011) sa cestovná kancelária musí snažiť v katalógu vyvážiť potrebu zákazníkov po pravdivých, zrozumiteľných a potrebných informáciách so snahou predat' produkt. Legislatíva a rovnako aj zákazníci by mali tlačit' na cestovné kancelárie, aby sa ešte dôslednejšie zamerali na detaily uvádzané v katalógoch a informovali aj o všetkých druhoch potenciálnych rizík.

1.3. Cieľ, materiál a metodika skúmania

Objektom skúmania v práci je cestovná kancelária a subjektom skúmania je katalóg cestovnej kancelárie.

Cieľom práce je preskúmať katalógy vo vybranej cestovnej kancelárii na Slovensku a v zahraničí a porovnať ich z hľadiska formy, obsahu a rozsahu poskytovaných informácií ako aj ich prehľadnosti.

Prvá kapitola sa sústreďuje na teoretické východiská skúmanej problematiky. V tejto kapitole sme využili sekundárne zdroje, najmä odbornú literatúru a internetové zdroje, ktoré sú uvedené v zozname literatúry. Za kľúčových autorov pri spracovaní práce považujeme K. Pompurovú (2011) a J. Orišku (1998, 2010).

Druhá kapitola, je zameraná na analýzu katalógov slovenskej a zahraničnej cestovnej kancelárie. Informácie sme získali z primárnych zdrojov preskúmaním a porovnaním vybraných katalógov. Pri spracovaní tejto kapitoly sme využili teoretické metódy analýzy, syntézy, komparácie a generalizácie. Na porovnávanie sme si vybrali jednu slovenskú a jednu zahraničnú cestovnú kanceláriu. Išlo o cestovnú kanceláriu Satur a First Choice. Cestovné kancelárie sme vybrali na základe porovnateľného podielu na trhu v danej krajine a podobnosti poskytovaných služieb zákazníkom.

Prvou skúmanou cestovnou kanceláriou je cestovná kancelária Satur. Vznikla ako nástupnícka cestovná kancelária Čedoku po rozdelení ČSFR na Slovensku. Ako akciová spoločnosť Satur Travel, a. s. vznikla 2. 5. 2000. Je to najväčšia a dlhé roky najobľúbenejšia cestovná kancelária na Slovensku, ktorá ponúka komplexné služby cestovného ruchu. Aj vďaka mnohoročným skúsenostiam je každoročne v ankete časopisu Cestovateľ najobľúbenejšou cestovnou kanceláriou na Slovensku.

Cestovnú kanceláriu Satur poskytuje svoje služby v 52 pobočkách na celom Slovensku a u viac ako 500 autorizovaných predajcov. Sloganom cestovnej kancelárie je „Satur tradične dobrá dovolenka“. Satur presadzuje na trhu politiku „primerané, kvalite ponúkaných služieb zodpovedajúce ceny“. Zákazníkom ponúka dovolenky v 168 letoviskách. Špecializuje sa na zahraničné cieľové miesta ako Španielsko, Turecko, Chorvátsko, Taliansko, ale aj exotické zájazdy do krajín ako je napríklad Peru, Bolívia, Brazília a i.

Druhou skúmanou cestovnou kanceláriou je cestovná kancelária First Choice, ktorá pôsobí na trhu Spojeného kráľovstva od roku 1973. V septembri 2007 sa First Choice

spojilo s TUI AG (Touristik Union International) a vznikla spoločnosť TUI Travel plc. Takto vznikla silná spoločnosť, ktorá pôsobí v 180 krajinách. First Choice naďalej prevádzkuje sieť cestovných kancelárií pod týmto menom ako súčasť TUI Travel plc.

Ich mottom je „Nezáleží na tom či sa vraciate na váš odľúbený ostrov, hľadáte nové slnkom zaliate stredisko alebo sa rozhodujete, kde pôjdete na lyžiarsky pobyt, First Choice vás tam zoberie.“ (preložené z anglického originálu: Whether you're returning to your favourite island, looking for a new sun-soaked spot or choosing where to go on your next skiing holiday, First Choice can take you there).

First Choice má viac ako 300 pobočiek v Spojenom kráľovstve, v ktorých zákazníkom ponúka viac ako 400 rôznych cieľových miest. Tím First Choice je k dispozícii aj v 36 dovolenkových „veľkoobchodoch“. Potenciálni zákazníci si môžu vyhľadať informácie o jednotlivých cieľových miestach a dovolenkách aj prostredníctvom internetu, kde si ich zároveň môžu aj objednať.

First Choice sa špecializuje hlavne na strediská Costa del Sol, Algarve, Malta, Cyprus, Menorca, Ibiza, Tenerife, Aruba, Jamajka, Florida.

V práci sa budeme predovšetkým venovať porovnávaniu katalógu na zimnú a letnú sezónu cestovných kancelárií Satur a First Choice. Ponuka v nich uvedená predstavuje hlavné produkty cestovných kancelárií.

2. Výsledky porovnávania slovenských a zahraničných katalógov vybraných cestovných kancelárií

Cestovná kancelária Satur vydala na rok 2011 celkom 8 katalógov – „Lyžovačka 2010/2011“, „More“, „Poznávacie zájazdy“, „Exotika“, „Wellness pobyty“, „Hory a jazerá“, „Výletné plavby“ a „Svadby“. Katalógy sú vyrobené z kvalitného, lesklého, tvrdšieho papiera, obal katalógu je zo špeciálneho papiera, aby to dodalo katalógu ešte väčšiu hodnotu. Všetky katalógy majú uvedené ceny priamo pri konkrétnom ubytovacom zariadení okrem katalógu More, kde je cenník len priložený ako samostatne vytlačená brožúra z menej kvalitného mäkkého papiera. Katalógy si môžu potenciálni zákazníci vyzdvihnúť priamo v pobočke cestovnej kancelárie, alebo u jej predajcov. Taktiež si ich môžu stiahnuť z jej internetovej stránky cestovnej kancelárie www.satur.sk vo formáte pdf.

Cestovná kancelária First Choice pripravila na rok 2011 spolu 15 katalógov, ktoré propaguje na zadných stranách katalógov sloganom „Je viac First Choice dovolení ako si

myslíte“. Ide o katalógy: „Summer Sun“, „Tropical“, „All Inclusive“, „Winter Sun“, „Egypt, Tunisia & Morocco“, „Greece & Cyprus“, „Turkey“, „Ski & Snowboard“, ale aj o katalógy, určené osobitne pre rodiny s deťmi - „Families“, „Holiday Villages“, „Splash“, „Florida“, „Lapland“, a katalógy s osobitnou ponukou pripravenou na mieru podľa želaní zákazníka - „Premier“, „Weddings“. Katalógy sú vyrobené z mäkkšieho papiera. First Choice sa zameriava viac na ochranu prírody, a preto na zadnej strane katalógu prosí zákazníkov o vrátenie katalógu naspäť do cestovnej kancelárie na jeho recykláciu. Z tohto dôvodu používajú aj menej kvalitný papier v porovnaní so Saturom. Podobne ako Satur aj First Choice poskytuje katalógy zákazníkom v pobočkách a na internetovej stránke www.firstchoice.co.uk. Na tejto stránke si zákazník môže vybrať, či chce katalóg dostať v tlačenej forme poštou alebo v elektronickej forme e-mailom. Pri virtuálnom katalógu si zákazník sám vyberie cieľové miesta, o ktoré má záujem a ktoré chce mať v katalógu. Cestovná kancelária mu ich v priebehu niekoľkých sekúnd odošle na jeho e-mail spolu so všeobecnými podmienkami vo formáte pdf. Na webovej stránke cestovnej kancelárie sa nachádzajú aj mnohé ďalšie ponuky okrem vyššie uvedených, ktoré si môže zákazník stiahnuť.

2.1. Obal a úvod katalógu

Všetky katalógy cestovnej kancelárie Satur majú približne rovnakú štruktúru. Na titulnej strane je uvedený názov katalógu, logo cestovnej kancelárie Satur so sloganom „Satur Vás zbalí“, rok platnosti a najdôležitejšie cieľové miesta, ktoré sú v danom katalógu uvedené. Toto všetko je doplnené vhodným obrázkom navodzujúcim dovolenkovú atmosféru.

Po otvorení katalógu More, určeného na letnú sezónu 2011, nájdeme „uputávku“ na ďalšie katalógy Saturu. Potom nasledujú všeobecné informácie o obsahu katalógu, zoznam najdôležitejších bodov, ktoré sú obsiahnuté v katalógu a novinky. Na úvodných stranách sú aj informácie o rodinnom klube Planet Fun vo vybraných hoteloch, ktoré ponúkajú pestré animačné programy tvorené slovenskými tímami. Na ďalších stranách je obsah spolu s mapou cieľových miest, ktoré sú prezentované v katalógu. Je tu aj stručné vysvetlenie významu vybraných pojmov a piktogramov používaných v katalógu (1+1; X detí do X rokov zdarma). Zľavy ponúkané zákazníkom uvádza cestovná kancelária na úvodných stranách cenníka katalógu More, v prípade ostatných katalógov sú zľavy uvedené na začiatku príslušného katalógu.

Katalóg First Choice má na titulnej strane rovnako ako katalóg od Saturu uvedený názov daného katalógu, logo cestovnej kancelárie, obdobie platnosti katalógu a dovolenkovú fotografiu. Na titulnej strane katalógu Summer Sun je uvedená aj garancia 100% bezpečnosti peňazí zákazníka, ktoré zaplatil za dovolenku. First Choice neuvádza na titulnej strane cieľové miesta, ktoré sú obsiahnuté v katalógu na rozdiel od Saturu, ktorý takto čiastočne zvyšuje prehľadnosť svojich katalógov.

Hneď po otvorení katalógu Summer Sun nájde zákazník obsah spolu s farebným odlíšením cieľového miesta pre jednoduchšiu orientáciu v rozsiahlom katalógu. Na ďalších stranách sú stručné informácie o ponúkaných cieľových miestach spolu s mapou, možnosťami leteckej prepravy, informácie o detskom klube a rodinných dovolenkách. Sú tu podrobne vysvetlené piktogramy týkajúce sa hotelov Splash s vodnými atrakciami. Zákazník vo vstupnej časti nájde aj informácie o exkluzívnom programe Premier pre najnáročnejších a o programe šitom na mieru podľa požiadaviek zákazníka Weddings & Honeymoons. Pri posledných dvoch uvedených je odkaz na samostatné katalógy. V porovnaní so Saturom First Choice neuverejňuje žiadne percentuálne zľavy z katalógových cien na začiatku katalógu. Pre prípadnú zľavu si musí zákazník kliknúť na ich internetovú stránku.

V katalógu Ski & Snowboard je vo vstupnej časti samostatne vyhradený priestor pre charakteristiku jednotlivých špecifických typov dovolení (dovolenka pre rodiny, dovolenky v luxusných hoteloch, na chatách ap.). Ku každému typu sú v tabuľke vypísané ubytovacie zariadenia spolu so stranou, kde je možné nájsť podrobnejší opis, čo umožňuje zákazníkovi rýchlejšie vyhľadávanie v rozsiahlom katalógu v prípade, že zákazník vie o čo presne má záujem.

2.2. Vlastná ponuka v katalógu

Vlastná ponuka cestovnej kancelárie Satur je členená na jednotlivé sekcie podľa krajín, v ktorých sa cieľové miesta nachádzajú. Každá sekcia je farebne odlíšená, aby sa zabezpečila lepšia prehľadnosť rozsiahleho katalógu. Na začiatku každej sekcie je daná krajina stručne charakterizovaná, nachádza sa tu aj jej mapa. Zákazník tu nájde aj zoznam fakultatívnych výletov, ktoré môže absolvovať v danej krajine. Je tu aj informácia o priemernej teplote vzduchu a vody v dovolenkových mesiacoch a o spôsobe dopravy. Na každej strane katalógu je uvedená aj webová stránka cestovnej kancelárie a telefónne číslo na call centrum.

Po všeobecnej charakteristike krajín nasleduje konkrétna ponuka zájazdov. Najprv sú to zájazdy označené piktogramom „Náš tip“, čo predstavuje to najlepšie a najobľúbenejšie vo svojej kategórii. Takýmto zájazdom je zväčša venovaná celá strana v katalógu. Pri každom zájazde je uvedená najprv stručná charakteristika najdôležitejších informácií v bodoch (napr. zľava pre dieťa, all inclusive, priamo na pláži). Potom nasleduje poloha, vybavenie, charakteristika ubytovania, stravovania, ďalších služieb a pláže. Ak hotel ponúka nejaké zariadenia a vybavenie pre deti je to vždy uvedené osobitne. Takisto je osobitne uvedená aj charakteristika all inclusive alebo ultra all inclusive, ak je takáto forma stravovania poskytovaná. Pri každom zájazde je uvedená cena „od“. Ak chce zákazník vedieť presné informácie o cene, musí si ju vyhľadať v cenníku, čo zhoršuje prehľadnosť a možnosť rýchleho porovnania ponuky viacerých hotelov alebo cestovných kancelárií. Samozrejmosťou sú fotografie daného strediska a jednotlivých ubytovacích zariadení.

Každý hotel bol tímom cestovnej kancelárie Satur hodnotený určitým počtom hviezdíčiek, tak isto bola hodnotená pláž, vhodnosť pre deti, možnosti športovania a celé miesto pobytu. Týmto hodnotením chce cestovná kancelária zabezpečiť objektivnosť hodnotenia, možnosť vzájomného porovnania jednotlivých stredísk, pretože každá krajina ma iné kritéria hodnotenia ubytovacích zariadení, resp. odlišnú kategorizáciu.

Cestovná kancelária Satur si dáva záležať na tom, aby zákazníkovi hneď padli do oka hotely, ktoré považuje za kvalitné. Ako už bolo spomenuté ide o hotely označené „Náš tip“. V katalógu sú špeciálne označené a farebne podfarbené aj ponuky s vysokým štandardom. Zákazník ich nájde na béžovom poli označené piktogramom „De Luxe“. Pod označením „N!“ nájde zákazník novinky v katalógu.

Katalóg Lyžovačka má podobnú štruktúru ako katalóg More. Cestovná kancelária v ňom však neuvádza až tak obsiahne informácie o ubytovacích zariadeniach, viac sa sústreďí na informácie o lyžiarskych strediskách, kde uvádza aj ich podrobné mapy (dĺžka trati, počet lanoviek, ceny skypasov, ak nie sú v cene). V tomto katalógu nie sú uvedené hodnotenia jednotlivých ubytovacích zariadení cestovnou kanceláriou.

Cestovná kancelária First Choice podobne ako Satur farebne oddeľuje jednotlivé sekcie podľa krajín. Na začiatku sekcie sú stručné informácie o krajine, resp. ostrove spolu s mapou. Zákazník tu nájde miesta odletov, priemerné teploty, informácie o dĺžke slnečného svitu a počte milimetrov zrážok. Je tu uvádzaný aj počet pláží s modrou vlajkou v danej krajine.

Vo viacerých strediskách sú vytvorené dovolenkové dediny, ktorých podrobný plán je uvádzaný na nasledujúcej strane. Na každej stránke podobne ako v katalógu Satur je uvedená webová stránka cestovnej kancelárie, spolu s telefónnym číslom.

Každému zájazdu v katalógu Summer Sun je venovaná jedna až dve strany, čo je v porovnaní s katalógom More od Saturu viac priestoru pre jeden zájazd. Zákazník tu nájde stručnú, všeobecnú charakteristiku hotela, polohu a konkrétny opis ubytovania a ďalších zariadení, ale aj možnosti aktivít v danom stredisku. Podobne ako v Sature je v rámčeku vypísane všetko, čo zahŕňa all inclusive. Pri každom ubytovacom zariadení sú na boku najdôležitejšie informácie o ňom zhrnuté v bodoch a taktiež je tu graf hodnotenia daného zariadenia predchádzajúcimi zákazníkmi. Hodnotí sa celková spokojnosť s dovolenkou, ubytovaním, polohou, a kvalitou jedla. V Sature hodnotí tím zamestnancov cestovnej kancelárie, v prípade First Choice ide priamo o zákazníkov. To by mohlo byť objektívnejšie, ale nemusí to byť vždy pravda. Na boku je uvedená aj voľná batožina, ktorú si zákazník môže bez platenia zobrať do lietadla. Pri viacerých zájazdoch je uvedený aj odkaz na webovú stránku, kde si zákazníci môžu nájsť informácie, fotografie a videá.

Ako už bolo spomenuté First Choice dbá na ochranu životného prostredia a trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu a v súlade s týmto záväzkom označuje hotely bronzovou, striebornou a zlatou tabuľkou, podľa toho ako plnia jednotlivé kritéria.

Na rozdiel od Saturu a jeho katalógu More sú v katalógu Summer Sun od First Choice uvedené ceny priamo pri každom zájazde. Na konci strany je prehľadná tabuľka s termínmi a cenami. Ceny sú tu zobrazené prehľadne a je jednoduchšie vypočítať konečnú cenu ako v prípade Saturu, kde je množstvo delení základnej ceny. First Choice uvádza povinné príplatky hneď v tabuľke, Satur ich uvádza v cenníku vždy na začiatku sekcie a ostatné nepovinné príplatky sú priamo pri tabuľke, čo komplikuje výpočet ceny. Zákazník si musí pozorne preštudovať cenník, aby sa nepomýlil pri výpočte ceny. First Choice poskytuje zákazníkovi väčšiu flexibilitu pri výbere dĺžky zájazdu. Pevne stanovené termíny sú uvedené v katalógu. Ak má zákazník záujem o kratší alebo dlhší pobyt sú mu ponúknuté aj ďalšie termíny na webovej stránke, kde si môže sám vybrať dĺžku trvania zájazdu.

First Choice venuje mimoriadnu pozornosť rodinám s deťmi okrem špecializovaných katalógov aj v katalógu Summer Sun. V mnohých hoteloch sú pripravené detské kluby, ktoré sú v katalógu označené postavičkami z filmu Shrek. Taktiež sa tam nachádza aj opis aktivít a vymedzenie vekového rozpätia detí pre ich začlenenie do jednotlivých skupín.

Katalóg na zimu je konštruovaný podobným systémom, ale jeho výraznou nevýhodou je, že nemá farebne odlišené jednotlivé sekcie, čo zhoršuje prehľadnosť.

2.3. Záverečná časť katalógu

Súčasťou záverečnej časti katalógu More, cestovnej kancelárie Satur je priložený cenník, v ktorom sú v tabuľkovej forme vypísané všetky ceny. Zákazník sa v nich orientuje podľa poradového čísla, ktoré je uvedené v katalógu pri každom ubytovacom zariadení.

Na konci cenníka sú uvedené všeobecné informácie a odporúčania o doprave, ubytovní, stravovaní, cestovnom poistení, ap. Tieto informácie spolu so Zmluvnými podmienkami cestovnej kancelárie Satur Travel, a.s., tvoria súčasť zmluvy o obstaraní zájazdu. Pri všeobecných informáciách je priložená aj kópia certifikátu o poistení cestovnej kancelárie proti úpadku. Na poslednej strane v katalógu aj v cenníku je priložený zoznam predajných miest cestovnej kancelárie a zoznam vybraných autorizovaných predajcov Saturu. V katalógu Lyžovačka sú tieto časti zahrnuté priamo v ňom, keďže cenník nie je samostatne vyčlenený.

Aby Satur čiastočne pokryl náklady na tlač katalógov uverejnil na zadnej strane všetkých katalógov reklamu na opaľovací krém. Taktiež je v katalógu More aj reklama na poisťovňu, časopis a leteckú spoločnosť. V katalógoch First Choice sa nenachádza žiadna reklama na produkty iných spoločností.

Záverečnú časť katalógov cestovnej kancelárie First Choice tvorí zoznam letov. Ide o presne dopredu naplánované lety s časmi odletov a príletov. Slovenské cestovné kancelárie svojim zákazníkom takéto informácie nevedia poskytnúť pred ani počas sezóny, poskytujú ich až po zakúpení zájazdu, najneskôr 7 dní pred odletom. First Choice má výhodu, pretože lety mu zabezpečuje jeho sesterská spoločnosť Thomson Airways.

Súčasťou záverečnej časti sú aj všeobecné zmluvné podmienky, povinnosti cestovnej kancelárie a povinnosti zákazníka. Taktiež sú tu všetky potrebné informácie pre zákazníka zoradené prehľadne od A po Z.

V katalógu Ski & Snowboard je na poslednej strane uverejnená prehľadná tabuľka všetkých lyžiarskych stredísk. Sledujú sa tu rôzne kritéria, napr. náročnosť pre lyžiarov, možnosti pre snowboardistov, vhodnosť pre rodiny, ap. Podľa toho, čo zákazník preferuje si vyhladá najvhodnejšie stredisko a ďalšie informácie o ňom si nalistuje v katalógu podľa príslušnej strany. Takto nemusí prezerat celý katalóg, ale zameria sa len na to, čo ho zaujíma.

Záver

Skúmali sme katalógy cestovných kancelárii na Slovensku a v zahraničí. Zamerali na slovenskú cestovnú kanceláriu Satur a cestovnú kanceláriu pôsobiacu v Spojenom kráľovstve First Choice.

Skúmané katalógy mali množstvo spoločných znakov. Cestovné kancelárie približne dodržiavajú všeobecné štruktúru katalógu, ktorú mnohí autori teoreticky popísali vo svojich prácach. Štruktúru katalógov by sme mohli rozčleniť na 4 celky - obal, vstupnú časť, vlastnú ponuku produktov a záverečnú časť. Vlastná ponuka zájazdov má v prípade obidvoch cestovných kancelárii farebne odlišené jednotlivé sekcie. Potenciálnym zákazníkom poskytujú obidve cestovné kancelárie podrobné informácie o jednotlivých zájazdoch a na záver katalógu pripájajú aj všeobecné informácie o produktoch a zmluvné podmienky.

V skúmaných katalógoch sme našli aj početné rozdiely. Išlo najmä o zaradenie cenníka. First Choice informuje o cenách priamo v katalógu jednotlivo pri každom zájazde. Naopak Satur cenník vyčlenil z katalógu More a prikladá ho v samostatne vytlačenej brožúre ku katalógu na menej kvalitnom papieri. Takto čiastočne šetrí náklady, ale zhoršuje prehľadnosť jednotlivých ponúk.

Ďalším výrazným rozdielom je spôsob hodnotenia jednotlivých zájazdov. Satur prezentuje hodnotenie zájazdov svojim tímom, First Choice necháva hodnotiť svojich zákazníkov a takéto hodnotenie uverejňuje vo svojom katalógu.

First Choice ponúka svojim zákazníkom väčšiu flexibilitu pri výbere dĺžky zájazdu, ale Satur má pevne stanovené termíny jednotlivých zájazdov. S tým súvisí aj fakt, že First Choice poskytuje v katalógu presne odletové časy na celú sezónu, čo umožňuje zákazníkom presné naplánovanie dovolenky. Satur poskytne zákazníkovi čas ich odletu až po zakúpení zájazdu, najneskôr 7 dni pred jeho začiatkom.

Cestovné kancelárie vo všeobecnosti by mali pri tvorbe katalógov dbať na ich prehľadnosť a ľahkú orientáciu v nich. Katalógy musia byť logicky členené a jednotlivé sekcie farebne odlišené. Ak sa cestovná kancelária orientuje na viaceré typy produktu, resp. druhy zájazdov je vhodné každému druhu dovolenky venovať samostatný katalóg. Zákazníkovi by mal katalóg poskytnúť všetky potrebné informácie, ktoré sú cestovnej kancelárii známe a ktoré môžu ovplyvniť ich rozhodnutie pri výbere dovolenky. V žiadnom prípade by cestovná kancelária nemala vo svojich katalógoch zákazníka

zavádzať podávaním nepravdivých alebo neúplných informácií. Ak zákazník zistí nezrovnalosti prestane dôverovať cestovnej kancelárii a obráti sa na inú. Jednoduchá orientácia v katalógu by mala byť samozrejmosťou. Katalóg, v ktorom je problematické nájsť potrebné informácie zákazníka odrádza. Zákazník si vyberá väčšinou z ponuky viacerých katalógov. V prípade, že je katalóg neprehľadný zameria sa na ponuku iného katalógu. Katalógy musia byť koncipované tak, aby samé lákali zákazníka k ich prezretiu. Najlepšie zájazdy musia byť výrazne označené, aby upútali zákazníkovu pozornosť. Jednotlivým zájazdom by mal byť venovaný dostatočne veľký priestor, aby tam mohli byť uverejnené všetky potrebné informácie, ako aj fotografie strediska a ubytovacieho zariadenia. Je vhodné, ak je na začiatku katalógu uvedený prehľad jednotlivých cieľových miest alebo ubytovacích zariadení spolu s opisom pre koho je vhodné, čo tam môže zákazník nájsť, vrátane odkazu na príslušnú stranu, kde sú ďalšie podrobnejšie informácie.

Katalóg má prezentovať ponuku zájazdov zákazníkom cestovnej kancelárie. Ide o marketingový nástroj cestovnej kancelárie. Z tohto dôvodu sa musí cestovná kancelária snažiť, čo najlepšie dostať do povedomia zákazníka, predstaviť mu svoju ponuku zájazdov a predat' ju.

Zoznam použitej literatúry

1. ORIEŠKA, J. 1998. *Služby cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 1998. 259 s. ISBN 80-8055-110-3.
2. ORIEŠKA, J. 2010. *Služby v cestovnom ruchu*. Praha. : Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
3. POMPUROVÁ, K. 2011. Katalóg cestovnej kancelárie – jeho tvorba a distribúcia. In *Acta Academica karviniensia*, roč. 13, 2011, č. 2. ISSN 1212-415-X (v tlači).
4. *Smernica Rady Európy o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb 90/314/EEC*.
5. *Zákon 281/2001 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov*.
6. *Cestovná kancelária First Choice* [cit. 2011-03-04]. Dostupné na internete: <<http://www.firstchoice.co.uk/>>
7. *Cestovná kancelária Satur* [cit. 2011-03-04]. Dostupné na internete: <<http://www.satur.sk/>>