

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO**

**BARBARA LOČIČNIK**



UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**POSLEDICE KRŠITEV POGODBENIH OBVEZNOSTI  
TURISTIČNIH PODJETIJ**

Ljubljana, september 2012

BARBARA LOČIČNIK

## IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisana Barbara Ločičnik, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtorica diplomskega dela z naslovom Posledice kršitev pogodbenih obveznosti turističnih podjetij, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem doc. dr. Mitjo Kovačem.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
  - poskrbel(-a), da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v zaključni strokovni nalogi/diplomskem delu/specialističnem delu/magistrskem delu/doktorski disertaciji, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
  - pridobil(-a) vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisal(-a);
- se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predložene zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis avtorice: \_\_\_\_\_

## KAZALO

<b>UVOD</b> .....	1
<b>1 O TURIZMU NA SPLOŠNO</b> .....	2
1.1 Proizvod oziroma storitev .....	3
1.2 Turistična podjetja .....	5
<b>2 PRAVNA UREDITEV VARSTVA POTROŠNIKOV V SLOVENIJI</b> .....	9
2.1 Direktiva Sveta z dne 13. junija 1990 o paketnem potovanju, organiziranih počitnicah in izletih (90/314/EGS) .....	9
2.2 Zakon o varstvu potrošnikov (ZvPot) .....	9
2.3 Obligacijski zakonik (OZ) .....	11
2.4 Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT) .....	11
2.5 Poslovni običaji, uzance, praksa .....	11
<b>3 OBVEZNOST IN ODGOVORNOST PODJETJA GLEDE NA VRSTO POGODBE V TURIZMU</b> .....	12
3.1 Pogodba o organiziranju potovanja .....	13
3.1.1 Obveznost in odgovornost organizatorja potovanja .....	13
3.1.2 Obveznosti turistične agencije .....	14
3.1.3 Obveznosti gostinca .....	15
3.1.4 Potnikova obveznost in odgovornost .....	15
3.1.5 Pravica do odstopa od pogodbe .....	16
3.2 Posredniška pogodba o potovanju .....	17
3.3 Pogodba o najetju gostinskih zmogljivosti .....	17
3.4 Pogodba o časovnem zakupu stanovanjskega objekta .....	17
3.5 Pogodba o hotelskih storitvah .....	18
3.6 Agencijska pogodba o hotelskih storitvah .....	19
3.7 Pogodba o postrežbi s hrano in pijačo .....	20
3.8 Pogodba o prevozu potnikov in prtljage .....	21
3.8.1 Odgovornost prevoznika za varnost potnikov ter za prtljago .....	21
3.8.2 Cestni (avtobusni) prevoznik .....	22
3.8.3 Železniški prevoznik .....	23
3.8.4 Letalski prevoznik .....	23
3.8.5 Ladijski prevoznik .....	25
<b>4 OBLIKE VARSTVA POTROŠNIKOV</b> .....	26

4.1 Sektor za varstvo potrošnikov in trgovino.....	26
4.2 Tržni inšpektorat (TIRS) .....	27
4.3 Varuh človekovih pravic .....	27
4.4 Potrošniške organizacije .....	27
4.4.1 Zveza potrošnikov Slovenije (ZPS).....	28
<b>5 TURISTIČNA PODJETJA IN REKLAMACIJE.....</b>	<b>28</b>
5.1 Pritožba in reklamacija .....	28
5.1.1 Možne spremembe cene.....	31
5.1.2 Frankurtska tabela odškodnin .....	32
<b>6 ŠTUDIJE PRIMEROV .....</b>	<b>33</b>
6.1 Analiza podatkov Zveze potrošnikov Slovenije.....	33
6.2 Prikaz obravnavanih reklamacij .....	35
6.3 Korektnost agencij do potrošnikov.....	39
6.4 Postopki v primeru, če turistična agencija reklamacijo zavrne .....	40
<b>SKLEP .....</b>	<b>41</b>
<b>PRILOGE</b>	
<b>KAZALO TABEL</b>	
Tabela 1: Pritožbe glede na razlog .....	35
<b>KAZALO SLIK</b>	
Slika 1: Obravnavane pritožbe na ZPS .....	34

## UVOD

Turizem je storitvena dejavnost, kar pomeni, da je prisotna stalna interakcija med izvajalci storitev ter potrošniki. Zaradi specifičnih značilnosti turističnih storitev in možnih zlorab, ki izhajajo iz njih, je potrošnik pravno in institucionalno zaščiten.

Diplomsko delo se osredotoča na obveznosti in odgovornosti posameznih udeleženih strank v povezavi s turističnimi storitvami, ki jih nudijo turistične agencije oziroma hoteli. V uvodnem delu so predstavljene storitve, pavšalni proizvod, ki je predmet nadaljnje obravnave, torej ponudbe turističnih podjetij in kakšne so posledice ob kršitvi pogodbenih obveznosti. V povezavi s tem so nato obravnavane možne kršitve pogodbenih obveznosti in posledice le-teh. Nekatere posledice kršitev pogodbenih obveznosti turističnih podjetij prikažem na primerih iz prakse.

Namen diplomskega dela je preveriti dejansko stanje na temo kršitev pogodbenih obveznosti turističnih podjetij. Do kršitev pogodbenih obveznosti prihaja ne samo z vidika potrošnika temveč tudi med turističnimi agencijami oziroma organizatorji potovanj ter konkretnimi izvajalci storitev (podizvajalci, prevozniki, hoteli itd.). Pri tem se uporabljajo javno uporabljeni podatki (npr. podatki Zveze potrošnikov Slovenije in drugih medijev) ter podatki, ki jih zbirajo posamezna turistična podjetja. Prikazani so tudi konkretni primeri reklamacij – kateri element pogodbe naj bi bil kršen, reakcija turističnega podjetja ter končni odgovor na reklamacijo. V diplomskem delu pojem potrošnik predstavlja turista, gosta, potnika ali stranko. Na mestih kjer je potrebno, je uporabljeno konkretno poimenovanje.

Kot končni rezultat diplomskega dela je prikazano, ali turistična podjetja upoštevajo in razrešujejo reklamacije, ki jim jih posredujejo potrošniki, kako jih razrešujejo ter ali jih upoštevajo tudi v svojem nadaljnjem poslovanju; torej da reklamacije ne razumejo le kot korekcijo posameznega primera, ampak kot korektivni ukrep. Nadalje so v diplomskem delu podane ugotovitve, ali turistična podjetja upoštevajo zakonodajo in lastna določila, ali reklamacije razumejo kot hudo kritiko svojega dela oziroma kot možnost za izboljšave poslovanja, ali je potrošnik kot šibkejša pogodbeni stranka zaščiten ali ne ter katere turistične organizacije so vredne zaupanja (ter sklenitve posla z njimi) in katere ne.

Reklamacijam se turistične agencije lahko izognejo z izbiro kvalitetnih izvajalcev storitev – ne glede na to, ali gre za zaposlene ali najete hotelske zmogljivosti. Ne morejo pa se izogniti posledicam, ko je bila reklamacija stranke že podana – v tem primeru je pomembno takojšnje in korektno reševanje reklamacije, saj se lahko le tako izognejo neprijetnostim kot so blatenje podjetja s strani nezadovoljnih strank, javno objavljenih podatkov organizacij za zaščito potrošnikov ter tožb.

V turizmu, konkretnije v primeru turističnih aranžmajev oziroma paketnih potovanj, sicer ne moremo govoriti o konkretni oziroma neposredni krivdi turističnih agencij, saj je vzrok za prejete pritožbe večinoma na strani izvajalcev storitev, nosijo pa odgovornost zaradi slabe izbire poslovnih partnerjev oziroma zaradi večjih ali manjših nepravilnosti na strani dejanskih izvajalcev storitev. Ne glede na to, je turističnim agencijam zaradi velike zaščite potrošnikov naložena odgovornost za vse "nevšečnosti" in neupoštevanja pogodbenih določil.

## 1 O TURIZMU NA SPLOŠNO

Danes je splošno sprejeta t.i. Senktgallenska definicija turizma, ki pravi, da je turizem: "Celota odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja oseb, za katere kraj zadrževanja ni stalno bivališče, niti kraj zaposlitve" (Kaspar v Mihalič 2005, str. 3).

Beseda turizem je francoskega izvora (*tourisme*). Slovar slovenskega knjižnega jezika pojem "turizem" opredeljuje kot pojav, da kdo potuje, začasno spremeni kraj bivanja zaradi oddiha, razvedrila.

Dejavnosti, ki se na področju turizma izvajajo v gospodarski namen oziroma z namenom pridobitve ekonomskih koristi, so turistične storitve. Tudi ta pojem različni avtorji različno definirajo. Dr. Jovo Brekić navaja (v Florjančič, Ferjan & Bernik, 1999, str. 187), da je turistična storitev: "Delo turistične organizacije pri zadovoljevanju turističnih potreb oziroma uresničevanju promocijske ponudbe potrošnikom. Te storitve opravljajo gostinski obrati, hoteli, kampingi, vaška gospodinjstva, planinski in počitniški domovi, gospodinjstva, potovalne in turistične agencije, institucije infrastrukture, trgovina, turistične organizacije, kulturne institucije, športne ekipe, banke, hranilni in poštni centri, komunalne dejavnosti, zavarovalni zavodi, obrtniške delavnice, državni organi, turistični vodniki in drugi državljani s prijaznostjo, spoštovanjem in pomočjo." Po tej definiciji lahko opravljajo razne turistične storitve skoraj vse institucije oziroma posamezniki.

Potrošnik je tisti, ki oceni, ali je ovrednotenje turistične dobrine zanj ustrezno oziroma ali je ta dobrina del ustrezne turistične storitve. V primeru previsoke cene in prenizke kvalitete se bo odločil za drugo dobrino oziroma za drugo storitev. Po drugi strani lahko prenizko vrednotenje pomeni manjši dobiček, kot bi bil sicer lahko dosežen. Zato je nujno, da ponudniki turistične storitve zagotavljajo kakovosten turistični proizvod, da sledijo življenjskemu ciklu tega izdelka ter da se neprestano prilagajajo razmeram na trgu.

Vsak potrošnik drugače razume turistično storitev oziroma ima drugačne zahteve, kot jih imajo drugi posamezniki. Dejavniki nakupnega vedenja potrošnikov so:

- *kulturni* – sklop temeljnih vrednot, dojemanj, želja in vedenj, posameznika v neki družbi. Sem sodijo znanje, umetnost, verovanje in navade, ki se prenašajo iz roda v rod.
- *družbeni oziroma socialni* – družina, skupine in vloga v družbi ter družbeni položaj;



- *osebni* – starost in življenjski cikel družine, zaposlitev, ekonomska situacija, življenjski slog, osebnost in samopodoba;
- *psihološki* – motiviranost, percepcije, učenje, prepričanja in stališča (Kotler v Brezovec & Nemeč Rudež, 2009, str. 39).

Kotler in soavtorji poudarjajo, da na te dejavnike z marketingom ne moremo vplivati, kljub temu pa jih moramo dobro poznati.

## 1.1 Proizvod oziroma storitev

"Izdelek je karkoli, kar je mogoče ponuditi na trgu, da zadovoljimo neko željo ali potrebo. Izdelki, ki jih tržimo, vključujejo fizične izdelke, storitve, doživetja, dogodke, osebe, kraje, premoženja, organizacije, informacije ali ideje" (Kotler, 2004, str. 407).

Storitev je: "Dejanje ali delovanje, ki jo nekdo lahko ponudi drugemu, je neopredmetena ter ne pomeni lastništva nečesa. Njena izvedba je lahko povezana s fizičnimi izdelki, ali pa tudi ne" (Kotler, 2004, str. 444).

Turistični proizvod lahko opredelimo na enega od naslednjih načinov, odvisno glede na razvojno stopnjo v kateri se nahaja turistično gospodarstvo (Mihalič, 2003, str. 43; Planina, 2002, str. 159–162):

- *z vidika proizvajalca* – uporabljamo lahko izraz *delni turistični proizvod*. Je posamezna storitev, ki jo ponudnik opravlja (nastanitev, prevoz, izposoja avta). Potrošnik ve, kdo je ponudnik te storitve in kakšna je cena storitve. Z vidika hotela predstavlja pojem turistični proizvod celotno doživetje gosta – od prvega stika s hotelom (prva komunikacija oziroma seznanjanje s hotelom), preko koriščenja vseh storitev v času bivanja, do odjave v hotelski recepciji pred odhodom. Turistični proizvod, kot ga razume hotel, ustreza prvi razvojni stopnji, ko je bilo povpraševanje večje od ponudbe in se je moralo ravnati po ponudbi, po proizvodnji in proizvodnih zmogljivostih (Mihalič, 2001, str. 200);
- *z vidika prodajalca* – je tako imenovani *pavšalni turistični proizvod*. Predstavlja skupek dobrin in storitev, ki jih določen turistični ponudnik (npr. organizator potovanj) kupi od številnih proizvajalcev (hotelov, prevoznikov) in jih poveže v paket in potrošniku ponudi po enotni ceni. V tem primeru potrošnik ne ve, kakšna je cena posamezne storitve, iz katere je sestavljen paket. Najpomembnejši sestavni deli pavšalnega paketa so: "Transportne storitve, prenočitev, preskrba s hrano in pijačo, oskrba na potovanju, vodenje, animacija, zavarovanje, kulturne in športne storitve v destinaciji, druge privlačnosti destinacije" (Mihalič, 2003, str. 49). Tako pojmovanje ustreza drugi razvojni fazi turizma, kjer je problem kako in komu prodati, saj se je trg proizvajalca pretvoril v trg kupca, in je ponudba večinoma večja od povpraševanja (Mihalič, 2001, str. 201);

- z *vidika turista* – govorimo o integralnem ali *celotnem turističnem proizvodu*. Ta predstavlja za potrošnika celotno doživetje, ki ga ima v zvezi s storitvami, ki so kakorkoli povezane s pavšalnim proizvodom, vključno s tistimi v kraju stalnega bivanja (npr. rezervacija). Z razvojem proizvodjalnih sil in hkratnim dvigom bruto družbenega proizvoda so se spremenile razmere na turističnem trgu: "Turistični trg je postal trg kupca z jasno usmeritvijo v marketing. Ponudba je večja od povpraševanja, proizvodnja je odvisna od potrošnje. Potrebno je poznati potrošnikove potrebe in želje, ker je od njih odvisno, kaj je treba in kaj je smotrno proizvajati" (Mihalič, 2001, str. 202).

Značilnost storitve je neotipljivost. Prav tako se storitve ne da vnaprej preizkusiti, zato skuša storitveno podjetje na potrošnika narediti vtis z ustreznimi fizičnimi dokazi in predstavitvijo podjetja oziroma storitve. To ima namreč velik vpliv na nakupne odločitve. "Od ustreznega fizičnega okolja storitvene organizacije je odvisen uspeh izvedene storitve, zadovoljstvo porabnikov, zadovoljstvo zaposlenih v storitveni organizaciji in nenazadnje dosežen dobiček, ki je vključen v prodajno ceno storitve" (Devetak & Vukovič, 2002, str. 98, 99). Med fizične dokaze sodijo vse stvari, na osnovi katerih potrošnik presoja kakovost nekih storitev preko svojih vidnih, slišnih, otipljivih in drugih zaznav, kar ustvarja potrošnikov vtis. Sem sodijo zunanja in notranja ureditev, pohištvo, dodatki, barve, urejenost okolja in ljudi ter prospekti in katalogi. Ti dejavniki so za potrošnike lahko privlačni ali pa povzročijo, da jih izvajalci za vedno izgubijo.

V zvezi s hoteli in podobnimi nastanitvenimi obrati pa govorimo o hotelskem proizvodu, ki je del širšega turističnega proizvoda in vključuje storitve od prvega stika s hotelom v hotelski recepciji ali turistični agenciji, storitve v času bivanja v hotelu, vse do storitev, povezanih z odhodom (Mihalič, 2003, str. 47).

Hotelski proizvod je sestavljen iz kombinacije otipljivih in neotipljivih elementov. Otipljive elemente predstavlja hotel s sobami, ostalimi prostori v objektu ter ceno. Neotipljivi del predstavlja storitve, ki jih izvajajo zaposleni v hotelu.

Hotelski proizvod je eden izmed turističnih proizvodov, ki pa ima nekatere lastne značilnosti. Osnovne značilnosti, ki vplivajo na uspešnost poslovanja hotelskih podjetij so (Mihalič, 2003, str. 168-176): fiksna zmogljivost hotelskih zmogljivosti na kratek rok, neobstočnost in kratkotrajnost storitev, spremenljivost povpraševanja po hotelskih zmogljivostih, ponudba širokega izbora storitev, nemudnost izvedbe storitve, delovna intenzivnost, visoka cena investicije v turistični objekt, relativna majhnost podjetij, proizvodnja in potrošnja sta združeni, kapitalna intenzivnost, velik delež stalnih stroškov v celotnih stroških.

Poleg zgoraj navedenih značilnosti Potočnik & Umek (2004, str. 33) izpostavljata še štiri, ki so značilne za storitve v hotelirstvu ter prav tako veljejo za turistične agencije. Te so:

- Zaradi narave storitev, porabnik *"težko ocenjuje kakovost prejete storitve, njen izvajalec pa ne more natančno ugotavljati in nadzirati kakovosti njene izvedbe."* Porabniki so v negotovosti saj rezultatov ne morejo videti in preizkusiti preden jih ne kupijo. Ocenjevanje vrednosti in kakovosti storitev je odvisno predvsem od mnenj, vrednot in pričakovanj obstoječih in morebitnih porabnikov. Storitve se spreminjajo, odvisno od tega kdo, kdaj in kje jih izvaja. Na izvedbo pa vpliva tudi porabnik s svojim pristopom. Večjo kakovost storitev se zagotavlja s standardiziranimi procesi, s pravilno izbiro kadrov in njihovim izobraževanjem ter spremljanjem zadovoljstva gostov ter odpravljanjem in izboljševanjem nepravilnosti.
- *Visoka stopnja tveganja nakupa storitev* v primerjavi z izdelkom, zaradi težavnosti ugotavljanja in nadziranja storitev. Da bi porabniki zmanjšali negotovost, iščejo dokaze o kakovosti storitve skozi fizične dokaze, mnenja in priporočila ljudi.
- *Prilagajanje ponudbe posebnim zahtevam porabnikov je eno od meril kakovosti storitev*, ki predstavlja diferenciacijo ponudbe.
- *Ustvarjanje osebnih stikov* med porabnikom in izvajalcem storitev. Med procesom izvajanja storitve.

Glede na to, da v Sloveniji zakonodaja posega v kvaliteto turističnega proizvoda (Pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih obratov, HACCP...) lahko podjetja svojo konkurenčno prednost razvijejo predvsem na osnovi izvajanja same storitve. Pri izvajanju storitev je vedno prisoten človek s svojimi zmožnostmi, zato je težko zagotoviti stalno kakovost ponudbe, ki je lahko odvisna od dobre (ali slabe) volje osebj. K temu pripomorejo standardizirani postopki opravljanja poslovnih procesov, saj na tak način zagotovimo stalno raven kakovosti, ki je za gosta zelo pomembna, in jo pričakuje. S standardizacijo poslovanja se zmanjša verjetnost za velika odstopanja izvedbe storitve. Primer standardizacije delovanja podjetja je delovanje v skladu s standardi ISO (npr. ISO 9001:2008. Le-ta v center delovanja podjetja postavi stranko ter osredotočenost na kakovost). Pravzaprav pomeni že samo dejstvo, da podjetje ima (ali nima) standard kakovosti, višji nivo pričakovane storitve podjetja.

## **1.2 Turistična podjetja**

Turistična podjetja so tista, ki opravljajo svojo dejavnost na področju turizma. Groba delitev je na gostinska podjetja ter podjetja s področja organiziranja in posredovanja potovanj.

### **1.2.1 Gostinska podjetja**

V gostinske dejavnosti prištevamo tri skupine ponudnikov (Pauko, 1984, str. 31): prehrabeno gostinstvo, nočitveno gostinstvo ter razvedrilno gostinstvo. Najbolj reprezentativen predstavnik nastanitvenega oziroma nočitvenega gostinstva je hotel. Ostali

so: motel, penzion, prenočišče, apartma, gostišče, planinski domovi in kočje, počitniški domovi, kampi, zasebne sobe ter turistične kmetije.

Temeljni pravni akt v Republiki Sloveniji, ki ureja področje hotelirstva je Zakon o gostinstvu (Ur. l. RS, št. 93/2007, v nadaljevanju ZGos). V 9. členu ZGos določa pogoje za opravljanje gostinske dejavnosti, ki so:

1. Minimalni tehnični pogoji, ki se nanašajo na:

- poslovne prostore, opremo in naprave v gostinskih obratih, pri sobodajalcih in na kmetijah;
- pogoje glede zunanjih površin gostinskega obrata (funkcionalno zemljišče in druge zunanje površine);
- pogoje za opravljanje gostinske dejavnosti zunaj gostinskega obrata.

2. Pogoji glede minimalnih storitev v posameznih vrstah gostinskih obratov pri sobodajalcih in na kmetijah.

3. Pogoji, ki se nanašajo na merila in način kategorizacije nastanitvenih gostinskih obratov, prostorov za goste pri sobodajalcih ter na kmetijah z nastanitvijo in marin.

4. Pogoji glede zagotavljanja varnosti živil ter varnosti in zdravja pri delu.

Merila in način kategorizacije nastanitvenih gostinskih obratov in marin določa Pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih obratov Ur. l. RS, št. 62/2008 (80/2008 popr.), 115/2008, 72/2009.

Nastanitvene obrate se tako razvrsti v kategorijo od ene do petih zvezdic, odvisno od vrste in kakovosti storitev ter opremljenosti nastanitvenih obratov. Hotele in kampe se ovrednoti z ena do pet zvezdicami, medtem ko se motel, penzion, gostišče, apartma-počitniško stanovanje, počitniška hiša in soba oceni z eno, dvema, tremi ali štirimi zvezdicami. Kmetije z nastanitvijo pa se označujejo z jabolki od ena do štiri. V 4. členu Pravilnik nadaljnje določa, da dobi hotel ob izpolnjevanju pogojev oceno "superior", če presega minimalne kriterije za kategorijo štirih ali petih zvezdic.

Gostje z označitvijo kategorizacije hotela oziroma gostinskega podjetja lahko razberejo in ovrednotijo, kakšno ponudbo in storitve lahko pričakujejo v nastanitvenem objektu. V hotelu tako lažje izpolnijo pričakovanja glede kakovosti in raznovrstnosti svojih storitev.

Glavni členi na prodajni poti so podjetja, kot na primer turistične agencije, organizatorji potovanj in mednarodni posredniki. Ta podjetja so zaradi boljše povezave dobavitelja storitve in naročnika, zaradi znižanja stroškov ter zaradi večje učinkovitosti (takojšnje pridobivanje informacij ter popolnejša baza podatkov) razvila računalniške rezervacijske sisteme, ki potrošniku olajšujejo dostop do turističnega proizvoda. Ti globalni distribucijski sistemi (angl. *global distribution systems*, krajše GDS) so računalniško podprti rezervacijski sistemi, kot na primer Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. GDS

med seboj povezujejo številne turistične ponudnike (letalske družbe, rent-a-car podjetja, turistične agencije, organizatorje potovanj, hotele) na mednarodni ravni.

Obstaja tesna povezava med gostinskimi podjetji in turističnimi agencijami oziroma organizatorji potovanj. Hotelska podjetja uporabljajo tržne poti dveh ravni. Poleg neposrednega marketinga težijo za tem, da bi imeli čim manj ali celo nobenega posrednika, saj to predstavlja stroške in določena tveganja, vendar pa je specializiranost posrednikov prednost, ker omogoča večjo učinkovitost zagotavljanja prihodov gostov.

"Hoteli uporabljajo centralne rezervacijske sisteme (angl. *Central reservation system* ali CRS). Rezervacije v hotelih se lahko opravljajo preko GDS, če je CRS hotela računalniško povezan z GDS oziroma preko skrbnikov storitev distribucije kot so Pegasus, Wizcom, Thisco in drugi" (Brezovec & Nemeč Rudež, 2009, str. 159). Poleg računalniških rezervacijskih sistemov poznamo tudi marketinške spletne strani, kot je na primer <http://www.lonelyplanet.com>, <http://www.fodors.com> in druge. Gre za t.i. "online" turistične agencije, ki postajajo čedalje pomembnejše orodje za načrtovanje potovanj. Njihov dohodek od prodaje je provizija, ki jo prejmejo od prodaje turističnih proizvodov (Brezovec & Nemeč Rudež, 2009, str. 223, 224).

Prednosti teh elektronskih tržnih poti so v tem, da morebitni kupec prejme standardizirane informacije o ponudnikih (izbira je bolj nepristranska), stroški so precej nižji od preostalih tržnih poti, kupci lahko dostopajo kadarkoli in kjerkoli in prilagajajo iskalne kriterije, dobavitelji pa lahko na osnovi trendov iskalnih kriterijev prilagodijo svojo ponudbo. Po drugi strani ravno slednje pomeni, da se mora ponudnik prilagoditi povpraševanju, pomemben je vizualni izgled posredovanih podatkov, eden izmed glavnih iskalnih kriterijev je cena (organizacija ima največjo primerjalno prednost, če je cenovno ugodna), neposrednih stikov med organizacijo in kupcem pa ni (Tavčar, 2000, str. 186).

### **1.2.2 Podjetja s področja organiziranja in posredovanja potovanj**

Skupino teh podjetij delimo na splošno na dve veliki skupini (Mihalič, 2003, str. 3), in sicer na turistične agencije oziroma turistične posrednike - podjetja, ki posredujejo potovanja ter na organizatorje potovanj - podjetja, ki organizirajo potovanja.

#### **➤ Turistični posrednik**

Turistični posrednik je oseba ali podjetje, ki za provizijo potrošnikom posreduje turistične storitve drugih podjetij (transportne storitve, nastanitev, pavšalne proizvode), pri tem pa ni odgovoren za posredovane storitve, saj nastopa v vlogi agenta. Te dejavnosti lahko opravljajo organizatorji potovanj ali turistični agenti. "Kot turistični posrednik lahko nastopajo tudi potovalni klubi in združenja, turistični uradi, turistični oddelki drugih podjetij itd." (Mihalič, 2003 str.24).

### ➤ *Organizator potovanj*

Osnovna funkcija organizatorja potovanj angl. Tour Operatorja je zakup posameznih turističnih proizvodov (transport, nastanitev itd.), ki jih sestavlja v ti. pavšalni proizvod (aranžma). Pri tem kupec ne vidi kakšna je cena posamezne turistične storitve, ki ga sestavlja. Masivno zakupovanje omogoča, da je aranžma za potrošnika ugodnejši kot če bi storitve kupoval posamično.

Receptivni organizatorji potovanj so tisti, ki ponujajo pavšalne proizvode povezane z domačim trgom na tuje trge. Emitivni organizatorji potovanj pa domačim potencialnim kupcem ponujajo pavšalne proizvode, vezane na destinacije v tujini (Mihalič, 2003, str. 11).

Elementi, ki ločijo organizatorja potovanj od drugih turističnih podjetij so po Mihalič naslednji (2003, str. 8):

- organizator potovanj proizvaja oziroma sestavlja nov, samostojni proizvod (pavšalni proizvod) iz mnogih storitev proizvajalcev;
- proizvajalci posameznih turističnih storitev so lahko tuja ali lastna podjetja;
- organizator potovanj nastopa v vlogi proizvajalca pavšalnih proizvodov, ki za proizvodnjo (sestavljanje) obračuna pribitek na stroške sestavnih delov;
- organizator potovanj nastopa v lastnem imenu in na lastno odgovornost, četudi gre za storitve tujih podjetij in
- organizator potovanj ima lahko lastno prodajno mrežo ali pa za prodajo pooblasti tuja podjetja – agente.

### ➤ *Turistična agencija oziroma potovalna agencija*

Mihalič (2003, str. 24) jo opredeli kot "osebo ali podjetje, ki potrošnikom posreduje turistične storitve (transportne storitve, nastanitev, pavšalne proizvode) po naročilu proizvajalcev (prevoznikov, hotelov in organizatorjev potovanj) za provizijo."

Dejavnost turističnih agencij ureja Zakon o spodbujanju razvoja turizma. Ta določa, da morajo turistične agencije pridobiti licenco pred začetkom opravljanja dejavnosti organiziranja ali prodaje turističnih aranžmajev. Licenco jim ob izpolnjevanju pogojev podeli Turistično gostinska zbornica pri Gospodarski zbornici Slovenije. Članstvo turistične agencije v GZS je obvezno, medtem ko je članstvo v Združenju turističnih agencij Slovenije prostovoljno.

Turistična agencija lahko deluje v vlogi čistega posrednika in v vlogi sestavljalca pavšalnih proizvodov. Če deluje na strani povpraševanja ali ponudbe, ločimo emitivne turistične agencije, ki so usmerjene k domačemu prebivalstvu, saj organizirajo potovanja v turističnih krajih izven domačega kraja ter receptivne turistične agencije, ki v turističnem kraju skrbijo za sprejem domačih in tujih gostov, ki so prišli od drugod. Poznamo tudi

mešane turistične agencije, ki poslujejo tako na strani ponudbe kot povpraševanja (Mihalič, 2003, str. 28).

Osnovne funkcije in storitve turistične agencije so (Mihalič, 2003, str. 25):

- posredovanje turističnih storitev, to je prodaja in rezervacija pavšalnih proizvodov, hotelskih storitev, vozovnic in vstopnic (letalske, železniške, smučarske karte, karte za prireditve);
- sprejemanje in posredovanje plačila turističnih storitev za zastopane;
- nudenje informacij in svetovanje (katalogi, brošure, vozni redi itd.);
- posredovanje drugih storitev (zavarovanje, menjava valut, preskrba vizumov itd.);
- sprejemanje in posredovanje pritožb kupcev.

## **2 PRAVNA UREDITEV VARSTVA POTROŠNIKOV V SLOVENIJI**

Temeljni predpis na področju varstva potrošnikov je Zakon o varstvu potrošnikov (Ur. l. RS, št. 98/2004-UPB2, 117/2004 Skl.US: U-I-218/04-8, 46/2006 Odl.US: U-I-218/04-31, 126/2007, 86/2009, 78/2011, v nadaljevanju ZVPot). Poleg tega se na varstvo potrošnikov nanaša še vrsta drugih predpisov, med katerimi so v nadaljevanju naštet najpomembnejši. Na varstvo potrošnikov na področju turizma se nanašajo:

- Obligacijski zakonik (Ur. l. RS, št. 97/2007-UPB1, v nadaljevanju OZ);
- Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami (Ur. l. RS, št. 53/2007);
- Zakon o spodbujanju razvoja turizma (Ur. l. RS, št. 2/2004, 57/2012).

### **2.1 Direktiva Sveta z dne 13. junija 1990 o paketnem potovanju, organiziranih počitnicah in izletih (90/314/EGS)**

Direktiva predstavlja osnovo pravic potrošnika, ki jih morajo zagotavljati turistične agencije v Evropski Uniji. Evropska zakonodaja je nadrejena slovenskemu pravnemu redu, vendar lahko slovenski pravni akti s tega področja potrošniku dodelijo večje pravice. V smernici so opredeljene pravice in obveznosti organizatorja potovanj kot tudi potrošnika.

### **2.2 Zakon o varstvu potrošnikov (ZvPot)**

Zakon natančneje ureja pravice potrošnikov pri trženju turističnih storitev s strani podjetij in navaja institucije, ustanovljene za varovanje pravic in interesov potrošnikov, ki te pravice zagotavljajo, navsezadnje z vložbo tožbe. Prav tako ureja poslovanje s splošnimi pogoji in s posebnimi oblikami prodaje storitev (time-sharing). Za učinkovito izvajanje varstva potrošnikov je bil za obdobje od 2012 do leta 2017 sprejet tudi nacionalni program varstva potrošnikov.

ZVPot ureja pravice potrošnikov na naslednjih področjih: odgovornost za izdelek, oglaševanje blaga in storitev, področje pogodbenih pogojev, prodaja blaga in opravljanja storitev, garancije za brezhibno delovanje stvari, prodaja blaga na obroke, turistične storitve, zakup stanovanjskih objektov itd.

ZVPot v 24. členu opredeljuje tudi t.i. nepoštene pogoje. Taki pogodbeni pogoji so nični.

Za področje turizma je v okviru ZVPot na tem mestu pomembno omeniti nekaj vsebin določil, ki se nanašajo na oglaševanje storitev, organiziranje potovanj, možne zahtevke za nepravilno izpolnjene storitve itd.

Oglaševanje storitev po ZVPot mora biti v slovenskem jeziku in ne sme biti nedostojno, zavajajoče ali neprimerno za otroke. Prav tako mora biti vsa ostala tj. pisna, ustna komunikacija s potrošniki v slovenskem jeziku. Podjetja se morajo, ko gre za pisna sporočila, predstavljati s celotno navedbo firme in sedeža podjetja.

V primeru pomanjkljivo opravljene storitve ima potrošnik pravico odločati ali bo od izvajalca zahteval vrnitev plačila za storitev, ponovno opravljanje storitev, odpravo pomanjkljivosti ali bo zahteval vrnitev dela plačanega zneska v sorazmerju s pomankljivostjo pri opravljeni storitvi. Te pravice potrošniku zagotavlja 38. člen ZVPot-a. "Če napaka ni sporna, mora podjetje najpozneje v roku osmih dni ugoditi potrošnikovi zahtevi. Podjetje mora pisno odgovoriti potrošniku na zahtevo najpozneje v osmih dneh po njenem prejemu, če je napaka sporna" (ZVPot, 39. člen).

V 57. členu ZVPot je določeno upoštevanje področnih zakonov za dejavnost organiziranja in prodaje turističnih potovanj, dejavnost turističnih vodnikov in spremljevalcev ter dejavnost vodenja in usposabljanja na področju športa.

Po ZVPot velja daljši pritožbeni rok nad nekakovostnimi ali neopravljenimi storitvami, kot je določen po OZ v osmih dneh, in sicer se je po ZVPot možno pritožiti in uveljavljati svoje pravice v roku dveh mesecev od dneva odkritja napake oziroma vrnitvi potnika s potovanja. Z 37.a členom OZ potrošnik lahko uveljavlja svoje pravice iz naslova stvarne napake npr. prodaja blaga in opravljanje storitev.

Pravic potrošnika iz tega zakona ni mogoče omejiti ali izključiti. Poleg tega ne posegajo v pravice, ki jih ima po splošnih predpisih o obligacijskih razmerjih, kar pomeni, da potrošnik lahko uporabi pri uveljavljanju pravic določila kakega drugega zakona, če je zanj ugodnejši.

V sodobnem svetu ima internet vedno večji pomen za promocijo in tudi direktno prodajo turističnih storitev. ZVPot vsebuje določbe o elektronskem poslovanju v poglavju o pogodbah na daljavo. Pri elektronskem sklepanju pogodb sta pomembni področji varstvo osebnih podatkov potrošnikov ter varno opravljanje finančnih transakcij.



## **2.3 Obligacijski zakonik (OZ)**

Državni zbor Republike Slovenije je sprejel OZ dne 03.10.2001. Zadnje uradno prečiščeno besedilo je potrdil 27. septembra 2007.

Na področju turizma OZ ureja temeljne pravice in dolžnosti turističnega podjetja kot tudi posameznika, pri čemer so neposredno na turistična podjetja vezana XXIII. poglavje (pogodba o organiziranju potovanja), XXIV. poglavje (posredniška pogodba o potovanju) in XXV. poglavje (pogodba o najetu gostinskih zmogljivosti – alotmajska pogodba). Ureja tudi pogodbo o prevozu potnikov in prtljage. Pogodbe so sklenjene med potrošnikom ter organizatorjem potovanja. Alotmajska pogodba pa je sklenjena med organizatorjem potovanja ter izvajalcem storitev. OZ v veliki meri ščiti potrošnika, saj njegove obveznosti omejuje predvsem na plačilo cene, obveznost dajanja podatkov, izpolnjevanje predpisanih pogojev in odgovornost za povzročeno škodo.

## **2.4 Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT)**

Zakon je bil sprejet 19. decembra 2003 in je nasledil do tedaj veljaven Zakon o pospeševanju turizma (ZPT).

Bistvo zakona je organiziranje in izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma na nacionalni ravni in na ravni turističnega območja. Ureja plačevanje turistične takse turistov, po kateri npr. polovično takso plačajo otroci od sedmega do osemnejstega leta. Plačila takse so oproščeni otroci do sedmega leta starosti, dijaki in študenti v domovih, invalidne osebe ter osebe, ki so na zdravljenju na podlagi zdravniške napotnice.

Zakon vsebuje določbe, ki urejajo pogoje za opravljanje dejavnosti organizatorja potovanj, pogoje za opravljanje dejavnosti turističnega vodnika in druge. Za potrošnika pomembna določba je zavarovanje organizatorja turističnih aranžmajev za primer nesolventnosti, ki se nanaša na zavarovanje stroškov vrnitve oseb na potovanju.

## **2.5 Poslovni običaji, uzance, praksa**

V obligacijskih razmerjih gospodarskih subjektov se za presojo potrebnih ravnanj in njihovih učinkov upoštevajo poslovni običaji, uzance in praksa, vzpostavljena med strankama.

*Poslovni običaji* – so sprejete poslovne navade, splošni pogoji poslovanja, ki se uporabljajo, če so se stranke tako dogovorile ali če iz okoliščin izhaja, da so to hotele. OZ v 5. členu navaja, da morajo udeleženci obligacijskih razmerij v pravnem prometu ravnati v skladu z dobrimi poslovnimi običaji. 12. člen določa, da se v obligacijskih razmerjih gospodarskih subjektov za presojo potrebnih *ravnanj* in njihovih učinkov upoštevajo poslovni običaji, uzance in praksa, vzpostavljena med strankama.

*Posebne uzance v gostinstvu in turizmu* – 17. junija 2010 jih je sprejela GZS. Opredeljujejo

pogodbena razmerja za pogodbe o hotelskih storitvah (različno, glede na to, ali je gost posameznik, skupina ali gre za alotmajsko pogodbo), in za pogodbe o postrežbi s hrano in pijačo. Določajo poslovne običaje za posle, povezane z gostinskimi in turističnimi storitvami in se uporabljajo, če so se stranke dogovorile o njihovi uporabi ali če iz okoliščin izhaja, da so to hotele.

*Splošni pogoji poslovanja* – v turističnih agencijah so to splošni pogoji potovanja, ki so natisnjeni posebej ali navedeni že v katalogu. Sprejelo jih je združenje turističnih agencij v okviru GZS. Splošni pogoji so za pogodbene stranke obvezujoči, vendar morajo biti z njim skladni.

Turistična podjetja svojo odgovornost in možnost reklamacij zmanjšujejo z uporabo splošnih pogojev poslovanja, ki jih OZ specificira v VII. poglavju, kjer posameznika vnaprej opozarjajo, v katerih primerih turistično podjetje ne prevzema odgovornosti. Pogoj za sklicevanje na splošne pogoje poslovanja je, da se pogodba nanje sklicuje, da so objavljeni na običajen način in da so pogodbene stranki znani ob podpisu pogodbe (OZ, 120. člen).

Na tem mestu le omenim Zakon o varstvu osebnih podatkov (Ur. l. RS, št. 94/2007), v skladu s katerim lahko turistična agncija oziroma organizator potovanja zbira podatke potrošnika turista le v primeru, če je z njim sklenila pogodbeno razmerje in če gre za osebne podatke, ki jih potrebujejo za izpolnjevanje pogodbenih obveznosti ali uveljavljanje pravic iz pogodbenega razmerja.

### **3 OBVEZNOST IN ODGOVORNOST PODJETJA GLEDE NA VRSTO POGODBE V TURIZMU**

V slovenski zakonodaji je področje pogodb v turizmu v grobem opredeljeno v treh pravnih aktih, pri čemer se vrste pogodb v njih razlikujejo:

➤ *Obligacijski zakonik*

- pogodba o organiziranju potovanja
- posredniška pogodba o potovanju
- pogodba o potovanju v zadnjem trenutku
- pogodba o najetju gostinskih zmogljivosti

➤ *Zakon o varstvu potrošnikov*

- pogodba o časovnem zakupu stanovanjskega objekta

➤ *Posebne uzance v gostinstvu in turizmu*

- pogodba o hotelskih storitvah in pogodbo o postrežbi s hrano in pijačo
- pogodba o prevozu potnikov in prtljage

V nadaljevanju tega poglavja so opisane posamezne vrste pogodb ter obveznosti in odgovornosti turističnih podjetij.

### **3.1 Pogodba o organiziranju potovanja**

Organizator potovanja je pogodbeno zavezan, da bo potniku zagotovil prevoz, bivanje in druge, s potovanjem povezane storitve. To določilo je opredeljeno v XXIII. poglavju OZ, kjer je dodatno opredeljeno, da bo potnik plačal za te storitve. Organizator mora izdati potrdilo o potovanju ali pisno pogodbo z isto vsebino.

OZ v 884. členu določa obvezne sestavine potrdila, in sicer: kraj in dan izdaje, označbo in naslov organizatorja potovanja, ime potnika, kraj in dan začetka in konca potovanja; dneve bivanja, potrebne podatke o voznem redu, cenah in pogojih prevoza ter kakovosti prevoznih sredstev; potrebne podatke o bivanju z navedbo kraja namestitve, tip in kategorijo namestitvenega objekta, število obrokov (npr. polni penzion, polpenzion, zajtrk), natančen program potovanja ter podatke o drugih storitvah, ki so zajete v skupni ceni; ali je potrebno najmanjše število potnikov za izvedbo potovanja in rok za obvestilo potnika o morebitni odpovedi potovanja; skupno ceno za skupek storitev, predvidenih v pogodbi; pogoje, pod katerimi lahko potnik zahteva razvezo pogodbe, rok za pritožbo in zahtevo za znižanje cene zaradi nekvalitetno ali nepopolno opravljenih storitev; potrebne podatke o mejnih in carinskih formalnostih, sanitarnih, denarnih in drugih upravnih predpisih oziroma druge podatke, za katere se šteje, da bi bilo koristno, če bi jih vsebovalo potrdilo. Če potrdilo o potovanju ni izdano oziroma, če v njem niso zajeti vsi podatki iz omenjenega člena OZ, je pogodba o organiziranju potovanja vseeno veljavna. Nenavsezadnje je krivda potnika, če pred podpisom ne zahteva odgovorov na vsa podrobna vprašanja z njegovim prevozom, bivanjem, prehrano in podobnim. Temu navkljub je organizator potovanja odgovoren za škodo, ki bi potniku nastala zaradi nepravilnega potrdila ali njegovega obstoja. V pogodbenem razmerju predstavlja potnik šibkejšo stranko in med drugim ga zaradi tega dejstva OZ varuje bolj kot organizatorja potovanja.

#### **3.1.1 Obveznost in odgovornost organizatorja potovanja**

##### *➤ Obveznost organizatorja potovanja po OZ (887.-889. člen)*

V 887. členu OZ je opredeljeno varstvo pravic in interesov potnika. Organizator potovanja mora potniku namreč nuditi storitve, ki so po vsebini in po lastnostih primerljive s tistimi, ki so navedene v pogodbi, potrdilu ali programu potovanja. Pri tem mora v skladu z dobrimi poslovnimi običaji na tem področju skrbeti za pravice in interese potnika.

Obveznost obveščanja je v 888. členu OZ opredeljena kot obveznost organizatorja potovanja, da potnika v pisni ali drugi primerni obliki obvesti o mejnih formalnostih (potne

listine in vize) in o sanitarnih formalnostih na potovanju in bivanju v namembnem kraju. Prav tako mora pred potovanjem potnika seznaniti z:

- voznim redom;
- mestom potnika na prevoznem sredstvu;
- kontaktnimi podatki lokalnega predstavništva organizatorja ali prodajalca programa (telefonske številke oziroma druge informacije, ki lahko potniku omogočijo stik z organizatorjem ali prodajalcem programa);
- neobvezno sklenitvijo zavarovanja za kritje stroškov odpovedi pogodbe;
- neobvezno sklenitvijo zavarovanja za kritje stroškov pomoči in vrnitve domov v primeru bolezni ali nesreče na potovanju;
- informacijo o vzpostavitvi neposrednega stika z mladoletnikom ali z odgovorno osebo v kraju mladoletnikove nastanitve (v primeru potovanja ali bivanja mladoletne osebe v tujini).

Organizator potovanja je v skladu z 889. členom OZ obvezan varovati zaupne podatke (vsa obvestila o potniku, njegovi prtljagi in gibanju sme drugim sporočiti le, če potnik privoli v to ali če to zahteva pristojni organ).

➤ *Odgovornost organizatorja potovanja po OZ (890.-892. člen)*

Razlikovati je potrebno med odgovornostjo za izvedbo lastnih storitev in odgovornostjo za storitve, ki jih zaupa drugim izvajalcem storitev. V obeh primerih je organizator potovanja odgovoren za organiziranje potovanja in odgovarja potniku za povzročeno škodo po predpisih, ki se nanašajo na izvedene storitve. Če je bilo izvajanje storitev zaupano tretjim osebam in te niso bile ali so bile le delno izvršene, organizator odgovarja "za škodo, ki je potniku nastala ob njihovi izvršitvi, razen če dokaže, da je pri izbiri oseb, ki so jih opravile, ravnal kot skrben organizator potovanja. Potnik ima pravico zahtevati neposredno od tretje, za škodo odgovorne osebe popolno ali dopolnilno povrnitev škode, ki jo je utrpel" (OZ, 892. člen).

### **3.1.2 Obveznosti turistične agencije**

Turistična agencija je v skladu z 911. členom OZ dolžna obveščati gostinca o zasedanju nastanitvenih zmogljivosti. Gostincu mora poslati seznam gostov, ki bodo zasedli rezervirane kapacitete. Če turistična agencija ne more zapolniti vseh najetih nastanitvenih kapacitet mora gostinca o tem obvestiti v skladu s pogodbenimi določili in določiti rok do katerega lahko gostinec prosto razpolaga z najetimi kapacitetami (če kapacitete niso označene kot zasedene, se jih v določenem obdobju razume za proste). Turistična agencija ima pravico do ponovnega zasedanja nastanitvenih kapacitet šele po tem roku.

Turistična agencija je obvezana spoštovati dogovorjene cene v skladu z 912. členom OZ. Osebam, ki jih namesti v gostinskem objektu, ne sme zaračunati višjih cen, kot so

dogovorjene v alotmajski pogodbi ali v gostinskem ceniku. Turistična agencija turistu izda posebno pisno listino (vavčer), na kateri so navedene storitve po alotmajski pogodbi. Na osnovi vavčerja se obračunajo vzajemne terjatve med gostincem in turistično agencijo. Slednja za gostinske storitve plača, ko so opravljene (razen če ni drugače navedeno). Ne glede na to mora turistična agencija zasesti z alotmajsko pogodbo najete kapacitete in nima pravice odpovedati pogodbe – gostincu mora plačati tudi neizkoriščene kapacitete (OZ, 912. – 914. in 920. člen).

Od alotmajske pogodbe lahko odstopi le turistična agencija, gostinec ne (OZ, 919. člen). Turistična agencija lahko od alotmajske pogodbe odstopi:

- *začasno* – alotmajska pogodba začasno preneha. Turistična agencija je dolžna gostinca pravočasno obvestiti o odstopu. Če ga ne, ima gostinec pravico do povračila škode, ki nastane z njenim odstopom;
- *v celoti* – alotmajska pogodba preneha obstajati. Obvestilo o odstopu mora biti poslano pravočasno, sicer je turistična agencija dolžna gostincu povrniti škodo.

### **3.1.3 Obveznosti gostinca**

Gostinec mora turistični agenciji oddati dogovorjene nastanitvene kapacitete v skladu z alotmajsko pogodbo in jih zato ne sme oddajati drugim. Pri tem morajo biti storitve, ki so nudene gostom turistične agencije, na istem nivoju (pod istimi pogoji) kot tistim gostom, ki sami sklenejo pogodbo z gostincem (OZ, 915. in 916. člen).

Gostinec v skladu z 917. členom OZ dogovorjenih cen ne sme spreminjati vsaj šest mesecev od podpisa alotmajske pogodbe, po obvestitvi turistične agencije o zvišanju cen pa jih ne sme spremeniti še vsaj en mesec. Pri tem mora upoštevati, da sprememba cen ne velja za že potrjene rezervacije in v primeru, ko je že prejel seznam gostov.

Turistična agencija je v skladu z 918. členom OZ od gostinca upravičena dobiti provizijo od prometa po alotmajski pogodbi. V primeru, če pogodba ne opredeljuje odstotka provizije, se upošteva splošne pogoje poslovanja oziroma poslovne običaje.

### **3.1.4 Potnikova obveznost in odgovornost**

Po določilih OZ (895. – 898. člen) lahko pride do kršenja pogodbenih obveznosti tudi na strani potnika, ko le-ta:

- ne poravnava celotnega plačila v predvidenem roku, kar se sklepa za odpoved, pri tem lahko turistična agencija ravna po določilih splošnih pogojev o potnikovi odpovedi;
- ne sodeluje pri predložitvi vseh organizatorju potrebnih podatkov, listin potrebnih za prehod meje;
- ne izpolnjuje predpisanih pogojev glede njegovih listin in prtljage, kot so sanitarni, carinski in devizni predpisi.

Potnik torej odgovarja za škodo, ki jo povzroči organizatorju potovanja, če ne izpolni obveznosti, ki izvirajo iz pogodbe in določb tega zakonika.

Organizator potovanja sme spremeniti ceno potovanja (povečanje ali znižanje) le če se spremeni menjalni tečaj valute ali če se spremenijo tarife prevoznikov po sklenitvi pogodbe in to vpliva na ceno potovanja. Obstoj možnosti spremembe cene mora biti naveden v splošnih pogojih potovanja oziroma v potrdilu o potovanju. O spremembah cen mora biti potnik obveščen z utemeljitvijo. Cena potovanja se sme zvišati najkasneje do dvajsetega dne pred pričetkom potovanja. Če se cena poveča za več kot deset odstotkov, ima potnik pravico odstopiti od pogodbe, turistična agencija pa mu mora vrniti celotno vplačilo, pri čemer ni upravičena do povrnitve administrativnih stroškov. V primeru znižanja cene iz istih razlogov kot za zvišanje cene, mora turistična agencija potniku vrniti razliko v ceni.

### **3.1.5 Pravica do odstopa od pogodbe**

Po OZ lahko od pogodbe odstopita tako organizator kot potnik. Potnik lahko od pogodbe odstopi v vsakem trenutku, delno ali v celoti. Popolnoma ali delno lahko od pogodbe odstopi tudi organizator potovanja.

#### *➤ Pravica potnika, da odstopi od pogodbe (OZ, 901. člen)*

V primeru, da potnik *pred potovanjem* nepravočasno odstopi od pogodbe, lahko organizator od potnika zahteva določen odstotek dogovorjene cene, ki mora biti sorazmeren času do začetka potovanja. Odstotki zadržanega deleža so navedeni v splošnih pogojih potovanja, v t.i. odpovedni lestvici.

Neupravičen odstop potnika *med potovanjem* daje pravico organizatorju zaračunati potniku celoten znesek dogovorjene cene potovanja, saj ne more odpovedati že naročenih storitev.

Ko je potnikov odstop pravočasen in upravičen in v primeru, da potnik ali organizator najde osebo za njegovo zamenjavo, ki izpolnjuje pogoje za potovanje, lahko organizator potniku, ki odstopa od potovanja, zaračuna le administrativne stroške, ki jih je imel z njim.

#### *➤ Pravica organizatorja potovanja, da odstopi od pogodbe (OZ, 902. člen)*

Pri odstopu od pogodbe organizator ni odškodninsko odgovoren v primeru, da se na potovanje ni prijavilo zadostno število potnikov, potrebnih za izvedbo potovanja, vendar mora v roku najmanj petih dni pred začetkom potovanja pisno obvestiti potnika o odstopu od pogodbe. Prav tako ni odškodninsko odgovoren, če nastopijo pred ali med potovanjem izredne okoliščine. To so tiste, ki so bile nepričakovane, se jim ni bilo mogoče izogniti ali odvrniti, organizator pa pogodbe ne bi sklenil, če bi predhodno vedel zanje. V teh dveh primerih je dolžan vrniti prejeto plačilo. Organizator lahko od pogodbe odstopi delno v primeru, da je zaradi okoliščin prišlo do okrnitve le posameznih storitev.

Organizator lahko v skladu z 903. členom OZ spreminja program potovanja le, če so razlog izjemne okoliščine, pri tem nosi nastale stroške zaradi spremembe programa. Če potnik zaradi neutemeljene bistvene spremembe programa odstopi, mora organizator potniku vrniti, kar je od njega prejel. Če potnik zaradi spremembe programa odstopi med potovanjem, plača le dejansko opravljene storitve. "Dogovorjena nastanitev (prenočitev) se sme zamenjati samo za nastanitev (prenočitev) v objektu iste kategorije, ali v breme organizatorja v objektu višje kategorije, in samo v dogovorjenem kraju" (OZ, 903. člen).

### **3.2 Posredniška pogodba o potovanju (OZ, 904. člen)**

S posredniško pogodbo o potovanju se posrednik zaveže, da bo na potnikovo zahtevo proti plačilu, v njegovem imenu, na njegov račun sklenil pogodbo o organiziranju potovanja ali pogodbo o več posameznih storitvah, ki omogočajo neko potovanje in bivanje.

Posrednik mora ob sklenitvi pogodbe o organiziranju potovanja potniku izdati potrdilo o potovanju, na katerem je označen kot posrednik. Če te navedbe ni, se šteje kot organizator potovanja. Prav tako se šteje za organizatorja potovanja prodajalec potovanja, ki ga je sestavil organizator potovanja, ki nima sedeža v državi.

### **3.3 Pogodba o najetju gostinskih zmogljivosti**

"Zakup nastanitvenih oziroma gostinskih zmogljivosti ureja pogodba o najetju gostinskih zmogljivosti ali alotmajska pogodba" (Mihalič, 2003, str. 83). Z alotmajsko pogodbo se gostinec zaveže, da bo dal turistični agenciji v določenem časovnem obdobju na razpolago dogovorjeno število namestitvenih kapacitet osebam, ki jih bo poslala turistična agencija, nudil gostinske storitve in ji plačal določeno provizijo. Turistična agencija se po drugi strani zaveže, da si bo prizadevala zasesti te kapacitete oziroma, da bo gostinca v opredeljenem roku obvestila, da kapacitet ne more zasesti (OZ, 909. člen). Alotmajsko pogodbo v V. poglavju urejajo tudi Posebne uzance v gostinstvu in turizmu.

### **3.4 Pogodba o časovnem zakupu stanovanjskega objekta**

Pogodba o časovnem zakupu v skladu z Zakonom o varstvu potrošnikov je: "Vsaka pogodba, sklenjena za več kot eno leto, s katero potrošnik proti plačilu nadomestila od podjetja pridobi v uporabo nepremičnine in premičnine, ki potrošniku omogočajo namestitvev čez noč za več kot eno obdobje uporabe. Za izračun trajanja pogodbe o časovnem zakupu se upošteva vsaka določba iz pogodbe, ki dovoljuje obnovitev ali drugo podaljšanje pogodbe" (ZVPot, 1. člen).

Potrošnik na podlagi time-sharing pogodbe zakupi apartma v določenem terminu, v določenem turističnem klubu, pri tem pa nima nobenih dodatnih stroškov. Potrošnik lahko od pogodbe odstopi v pisni obliki v petnajstih dneh od sklenitve brez navedbe razloga.

### 3.5 Pogodba o hotelskih storitvah

Pogodbo o hotelskih storitvah opredeljujejo Posebne uzance v gostinstvu in turizmu, v nadaljevanju uzance. Določajo sklenitev pogodbe, trajanje in odpoved pogodbe, pravice in obveznosti strank, hišni red, odgovornost gostinca za gostove stvari ter razdrtje pogodbe. V nadaljevanju navajam nekaj pomembnejših uzanc.

Gostu mora biti potrjena rezervirana soba ali penzion pri gostincu na razpolago do dvajsete ure, brez obvestila o gostovem kasnejšem prihodu. Po tej uri jo lahko odda drugemu gostu, če je ne, ima pravico do odškodnine za neizkoriščeno rezervirano sobo.

Lahko se zgodi, da gost ostane brez sobe oziroma apartmaja, ki ga je vnaprej rezerviral. V primeru prezasedenosti gostinskega objekta, gostinec odgovarja gostu za škodo, če mu ne odda sobe v objektu enake ali višje kategorije v dogovorjenem kraju. Morebitna razlika v ceni, povečani prevozní stroški idr. gredo v breme gostinca, o čemer govori 21. uzanca.

Od gosta se lahko zahteva, da plača hotelske storitve vnaprej. Račun mora biti specificiran po dejanskih storitvah. Če gost ne plača računa za opravljene storitve, lahko gostinec pridrži gostove stvari do poplačila terjatve, ki pa jo lahko zanj poravna tudi tretja oseba. Če gostove stvari izginejo ali se poškodujejo, odgovarja gostinec po zakonu in uzancah. Za stvari, ki jih sprejme v hrambo, izda pisno potrdilo. Pri tem ima pravico pregledati kaj gost daje v hrambo, in zahtevati, da so stvari primerno zapakirane. V hrambo ni dolžan sprejeti dragocenosti, ki so v primerjavi z možnostmi in kategorijo obrata prevelike. V primeru, da gost v gostinskem obratu pozabi osebne stvari, mu morajo biti na zahtevo vročene ali poslane po pošti na njegove stroške. Gostinec prav tako odgovarja za škodo na gostovem avtomobilu, parkiranem v garaži ali na gostinskem parkirišču in pri oddaji ali prevzemu avtomobila od gostinskega osebja.

Gostinec lahko razdre pogodbo o hotelskih storitvah v naslednjih primerih:

- če gost krši uzance ali hišni red;
- če gost po sedmih dneh bivanja ne plača računa za opravljene storitve kljub zahtevi;
- če gost zboli za nalezljivo boleznijo in obstaja velika verjetnost, da okuži druge goste v gostinskem objektu.

15. uzanca določa, da gost ni dolžan plačati gostincu nobene odškodnine, če odpove rezervacijo sobe ali penziona:

- do dvanajste ure prvega dne – če gre za sobo, ki jo je najel do dveh dni;
- dva dni pred uporabo storitve – če gre za sobo, ki jo je najel za tri do sedem dni;
- sedem dni pred uporabo storitve – če gre za sobo, ki jo je najel za dlje kot sedem dni, ali za sezonski hotel v sezoni;
- v primeru višje sile ne glede na čas odpovedi.



Gost lahko razdre pogodbo z gostincem, če le-ta pred začetkom ali med izpolnjevanjem pogodbenih obveznosti ne izpolnjuje le-teh ali če krši uzance in hišni red. V teh primerih ima gost pravico do odškodnine, vendar pa mora gostinca o razdoru pogodbe obvestiti, drugače prekinitve pogodbe pomeni nepravočasno odpoved. Gost lahko razdre pogodbo tudi zaradi okoliščin, ki se jim ni mogel izogniti ali jih ni mogel odvrniti. V primeru, da bi mu bile znane, pogodbe ne bi bil sklenil.

### **3.6 Agencijska pogodba o hotelskih storitvah**

Pogodbo o hotelskih storitvah lahko sklene tudi turistična agencija, in sicer za posameznega gosta, to je posameznika, ali skupino gostov, praviloma najmanj deset, po posebnih, ugodnih pogojih. Skupino gostov vodi vodnik ali predstavnik turistične agencije.

Ponujene storitve gostinca, sklenjene preko agencijske pogodbe o hotelskih storitvah, morajo biti enako kakovostne kot storitve, ki jih pod enakimi pogoji nudi neposrednim gostom. Gostinec turistični agenciji ne sme postaviti višjih cen kot jih plačajo neposredni gosti, prav tako ne sme spreminjati cen že potrjenih rezervacij.

Turistična agencija izda gostu turistično napotnico (vavčer). Izvod vavčerja pošlje gostincu. Gostinec pošlje turistični agenciji v plačilo račun z izvornikom turistične napotnice, ki jo je potrdil gost ali predstavnik turistične agencije (vodnik ipd.), potrjeno kopijo te napotnice pa zadrži.

Turistična agencija je za opravljanje svojih storitev upravičena do provizije, višina je določena v pogodbi, in sicer se giblje med pet in deset odstotkov od vrednosti storitev.

*Za primer posameznih gostov* mora po 67. uzanci turistična agencija odpovedati sobo najkasneje dan pred gostovim prihodom. Če se rezervacija odpove z zamudo ali sploh ne, je gostinec upravičen do odškodnine v višini:

- cene pogodbenih storitev za en dan;
- cene pogodbenih storitev za tri dni – če gre za več kot tridnevno bivanje v glavni sezoni;
- odškodnina se ne plača, če gost ne pride zaradi višje sile.

Če gost predčasno odide ali ne izkoristi naročenih storitev, mora turistična agencija gostincu plačati odškodnino po prejemu njegove zahteve, razen v primeru višje sile.

*V primeru skupine gostov* mora turistična agencija gostincu poslati razpored gostov po sobah pred prihodom skupine, in sicer štirinajst dni prej, če gre za skupino več kot štirideset gostov oziroma sedem dni, če gre za skupino manj kot štirideset gostov. Takšni so tudi odpovedni roki za sobe ali penzione za skupine gostov. Za pozneje prejeti razpored ne odgovarja in se upošteva rezervirane zmogljivosti. V primeru prezasedenosti objekta je

gostinec dolžan nastaniti celotno skupino gostov v drug objekt enake ali višje kategorije, kar mora vnaprej sporočiti turistični agenciji.

Predstavniku turistične agencije pripada brezplačno bivanje, če spremlja skupino najmanj petnajst oseb in dvema predstavnikoma za skupino trideset oseb.

Gostinec ima pravico do odškodnine v višini vrednosti odpovedanih oziroma neizkoriščenih storitev za en dan, če gosti iz skupine v celoti ali delno ne pridejo, zamudijo pri prihodu, ne odpovejo rezervacije ali jo odpovejo z zamudo. Med glavno sezono ima v primeru, da gre za več kot tridnevno bivanje, pravico do odškodnine v višini vrednosti odpovedanih oziroma neizkoriščenih storitev za tri dni. Če gostinec odda rezervirane zmogljivosti drugim gostom, nima pravice zahtevati odškodnine od naročnika. V primeru predčasnega odhoda gosta, zaračuna gostinec turistični agenciji odškodnino v višini dogovorjene cene storitev.

V 78. uzanci je določeno, da mora gostinec gosta oziroma predstavnika turistične agencije, ki se med bivanjem pritoži, takoj obravnavati in v primeru, da je pritožba upravičena, gostu poleg izpolnitve pogodbe ponuditi tudi ustrezno nadomestilo v denarju ali storitvah.

Turistična agencija mora poslati gostincu ugovor gosta (sodni opomin, tožbo ipd.) takoj ter svoj predlog za rešitev. V primeru, da gost vloži odškodninski zahtevek, ki je posledica netočnosti posredovanih podatkov o lokaciji in kategoriji obrata ter o vrsti in kakovosti storitev s strani gostinca, le-ta nosi vso odgovornost. V nasprotnem primeru, če je netočno obvestilo dala turistična agencija, gostinec ne odgovarja.

### **3.7 Pogodba o postrežbi s hrano in pijačo**

V zvezi s pogodbo o postrežbi s hrano in pijačo navajam nekaj bistvenih določil iz Posebnih uzanc v gostinstvu in turizmu.

Gostinec lahko zavrne postrežbo in zadrževanje v gostinskem obratu gostu, ki po njegovi presoji ni v primernem stanju, moti red in druge goste.

Na željo gosta mora gostinec postreči z manjšo porcijo jedi od normalne in mu zaračunati ustrezno nižjo ceno. Vendar le, če je glede na jed to mogoče.

Če ima gostinec garderobo, izda gostu potrdilo za prejeta oblačila. Zanje je odgovoren, zato jih ima pravico pregledati in zaračunati plačilo. V primeru, da oblačila izginejo ali se poškodujejo, odgovarja zanje do njihove polne vrednosti, kar ne velja za dragocenosti in denar v stvareh, oddane v garderobo.

Turistična agencija, ki sklene pogodbo o postrežbi s hrano in pijačo za gosta ali skupino gostov, tudi plača račun in ima pri tem pravico do najmanj 5 % provizije od obračunane vrednosti za postrežbo s hrano in pijačo.

Gostinec ima pravico do odškodnine zaradi nepravočasne odpovedi skupine gostov, ki je možna najpozneje dvanajst ur pred začetkom rezervirane postrežbe s hrano. Prav tako je gostinec upravičen do odškodnine, če je bila postrežba s hrano izkoriščena manj kot osemdeset odstotkov rezerviranega in ni bilo odpovedi za neizkoriščeni del.

Ob zaključku obratovalnega časa gostinec gostinski objekt zapre, gostje pa morajo po uporabi jedi in pijače zapustiti lokal najpozneje v eni uri.

Gost lahko zahteva knjigo pritožb in pohval. Kršitve uzanc obravnava Častno sodišče pri Gospodarski zbornici Slovenije.

### **3.8 Pogodba o prevozu potnikov in prtljage**

"S prevozno pogodbo se prevoznik zavezuje, da bo prepeljal potnika ali tovor od odhodnega kraja do namembnega kraja oziroma prejemnika, potnik oz pošiljatelj pa mu mora za to storitev plačati določen znesek oziroma voznino ali prevoznino" (Pavliha & Vlačič, 2007, str. 53).

Prevozna pogodba je dvostransko obvezna pogodba, ureja jo OZ ter prometni področni predpisi. Glede na vrsto prevoza, s katerim se izvede prevoz potnikov in njihove prtljage, govorimo o pogodbi o prevozu potnikov in prtljage v cestnem prometu, pogodbi o prevozu potnikov in prtljage v železniškem prometu, pogodbi o prevozu potnikov in prtljage v letalskem prometu ter pogodbi o prevozu potnikov in prtljage v pomorskem prometu. V okviru posameznih pogodb prometnih področij sem obravnavala le postavke, ki so najbolj relevantne za potrošnika.

#### **3.8.1 Odgovornost prevoznika za varnost potnikov ter za prtljago**

Prevoznik je po OZ v VIII. poglavju o prevoznih pogodbah ter določenih posameznih prometnih področjih, odgovoren za varnost potnikov ter za prtljago, ne glede na vrsto prevoza. Odgovornost za varnost potnikov ter za prtljago lahko povzamem v naslednjih bistvenih točkah:

- Prevoznik je odgovoren za varnost potnikov, s katerimi je sklenil prevozno pogodbo, od začetka do konca prevoza, ne glede na to, ali je prevoz plačan ali brezplačen.
- Prevoznik je dolžan povrniti škodo nastalo potniku zaradi zamude, okvare zdravja, poškodbe ali smrti potnika, poškodbe ali izgube prtljage, razen če dokaže, da je nastala zaradi potnikovega ravnanja ali ravnanja tretje osebe ali zaradi zunajjega vzroka, na katerega prevoznik ni imel vpliva (višja sila). Odgovarja objektivno za škodo, ki nastane zaradi potnikove smrti, okvare zdravja ali poškodbe za zamudo odgovarja subjektivno (cestni in železniški).

- Pravica do odškodnine preneha vejati, če se zahtevka za plačilo škode ne vloži v določenem roku, glede na posamezno prometno področje.
- Prevoznik mora biti obvezno nezgodno zavarovan za primer bolezni, okvare zdravja ali smrti potnikov.
- Prevoznik lahko omeji svojo odgovornost, če dokaže, da škode ni povzročil namenoma ali iz hude malomarnosti.
- Razlikujemo med odgovornostjo za registrirano prtljago, to je prtljago, ki jo potniki predajo prevozniku za prevoz in odgovornostjo za ročno prtljago, tisto, ki jo imajo potniki pri sebi. Pri ladijskem prevozu velja za ročno prtljago tudi prtljaga, ki jo ima potnik v kabini, v vozilu ali na njem, pri železniškem prometu štejemo za registrirano prtljago tudi kolesa, avtomobile ipd.
- Po OZ prevoznik za izgubo in poškodbo zaupane prtljage odgovarja objektivno, po določbah za prevoz stvari. Prav tako odgovarja za poškodbo ročne prtljage in sicer po splošnih pravilih o odgovornosti. Vendar splošno pravilo odškodninskega prava določa, da mora oseba, ki drugi povzroči škodo, to povrniti, če ne dokaže, da je nastala brez njene krivde (domnevna krivdna odgovornost) (Pavliha & Vlačič, 2007, str. 74).

### **3.8.2 Cestni (avtobusni) prevoznik**

Potnik ima pravico odstopiti od pogodbe pred začetkom njenega izpolnjevanja. Če odstopi vsaj eno uro pred odhodom v domačem prometu oziroma vsaj štiri ure v mednarodnem, mu je prevoznik dolžan vrniti prevoznino, pri čemer sme obdržati do deset odstotkov. Če se prevoz ne začne ob dogovorjenem času, sme potnik odstopiti od pogodbe in zahteva prevoznino. Če je prevoz prekinjen s strani prevoznika, ima potnik pravico:

- zahtevati, da ga prevoznik skupaj s prtljago, s svojim ali drugim primernim prevoznim sredstvom prepelje do namembnega kraja;
- zahtevati, da ga prevoznik skupaj s prtljago v primernem roku odpelje v odhodni kraj in mu vrne prevoznino;
- odstopiti od pogodbe in zahtevati, da mu prevoznik vrne prevoznino.

Za izgubljeno prtljago se šteje prtljaga, ki ni bila izročena potniku v sedmih dneh od končanega prevoza.

Za registrirano prtljago odgovarja objektivno, z možnostjo sklicevanja na splošne ali posebne oprostilne razloge.

Za ročno prtljago odgovarja na podlagi dokazne krivde (potnik dokaže prevoznikovo

krivdo), v primeru nesreč pa objektivno.

Za škodo zaradi prekinitve potovanja ali zamude pri prevozu potnikov in prtljage odgovarja na podlagi domnevne krivde (subjektivno z obrnjenim dokaznim bremenom).

Za poškodbo ali izgubo ročne prtljage in sicer v višini njene vrednosti, je prevoznik odgovoren, če mu potnik to dokaže s pisnim potrdilom, s tem ko je pri prijavi doplačal za to.

### **3.8.3 Železniški prevoznik**

Potnik lahko odstopi od pogodbe pred ali med potovanjem, pri čemer je upravičen do sorazmernega povračila dela prevoznine, vendar jo mora uveljaviti v šestih mesecih od dne, ko se izteče veljavnost vozovnice.

Prevoznik odgovarja za zamudo pri prevozu ali prekinitvi potovanja na podlagi domnevne krivde (subjektivno z dokaznim bremenom). Odškodninski zahtevek je potrebno vložiti pri prevozniku 15 dni po prenehanju prevoza.

V primeru nesreče ali nezgode potnika med železniškim prevozom oziroma medtem ko vstopa v vlak ali izstopa iz njega, prevoznik odgovarja objektivno za smrt, telesno ali duševno okvaro zdravja ali drugo poškodbo potnika

V treh mesecih od dneva, ko potnik izve za škodo, mora vložiti zahtevek za plačilo škode, nastale zaradi smrti, telesne ali duševne okvare zdravja ali druge poškodbe (Pavliha & Vlačič, 2007, str. 230).

Za izgubljeno prtljago šteje registrirana prtljaga, ki ni bila izročena potniku v petnajstih dneh od končanega železniškega prevoza, za kar lahko potnik zahteva odškodnino za izgubljeno prtljago. Za registrirano prtljago odgovarja objektivno z možnostjo oprostitve odgovornosti s splošnimi in privilegiranimi razlogi.

Za izgubo ali poškodbo ročne prtljage odgovarja objektivno v primeru nesreč ali subjektivno če potnik dokaže, da je krivda na prevoznikovi strani. Pri tem mora potnik zahtevek vložiti pri prevozniku takoj po končanem potovanju.

V primerih, ko škoda nastane zaradi izjemnih okoliščin, v katerih je potnik umrl ali se poškodoval, potniku ni potrebno dokazovati krivde prevoznika. Prevoznik lahko omeji svojo odgovornost, če dokaže, da škode ni povzročil namenoma ali iz hude malomarnosti.

### **3.8.4 Letalski prevoznik**

Potnik lahko odstopi od prevozne pogodbe pred ali med potovanjem zaradi višje sile. Če

potnik odpove potovanje v domačem prometu najpozneje v štiriindvajsetih urah, v mednarodnem prometu pa najpozneje osemindvajset ur pred začetkom potovanja mu je prevoznik dolžan vrniti prevoznino. Lahko obdrži do 10% prevoznine, če je tako navedeno v splošnih pogojih (Pavliha & Vlačič, 2007, str. 177).

V primeru višje sile na strani potnika in ob obvestilu prevozniku o odpovedi potovanja pred začetkom potovanja, ima le-ta pravico do pet odstotkov prevoznine. Če potnik zaradi višje sile prekine potovanje, mu je prevoznik dolžan vrniti prevoznino v sorazmerju z neizkoriščenim delom poti.

Za zamudo prevoznik odgovarja na podlagi domnevne krivde (subjektivno z obrnjenim dokaznim bremenom) ter z možnimi omejitvami. Prevoznik je razbremenjen odgovornosti, če dokaže, da je škoda nastala zaradi napake, pomankljivosti ali lastnosti prtljage, neustreznega pakiranja, vojne ipd.

V primeru odpovedi leta imajo potniki pravico do odškodnine in odvisno od čakalnega časa imajo pravico do spremembe poti, obrokov hrane, napitkov, telefonske klice, hotelsko nastanitev ter prevoz med krajem nastanitve in letališče. Če let zamuja najmanj 5 ur ima potnik pravico do povračila stroškov ali spremembe poti.

Potnik mora dokazati, da je bila škoda povzročena po krivdi prevoznika ali njegovega izpolnitvenega pomočnika. Za poškodbo ali izgubo ročne prtljage odgovarja na podlagi dokazane krivde, v izrednih okoliščinah kot je nesreča pa odgovarja subjektivno z obrnjenim dokaznim bremenom. Odgovoren je za nastalo škodo (poškodbo ročne prtljage) v primeru nesreče letala, vendar ni dolžan plačati odškodnine, če dokaže, da je on ali izpolnitveni pomočnik ravnal kot skrben prevoznik (Pavliha & Vlačič, 2007, str.184).

Odgovornost prevoznika za smrt, okvaro zdravja ali poškodbo potnikov je izražena vrednostno: za škodo do sto tisoč SDR prevoznik odgovarja absolutno objektivno, če je višja odgovarja za celotno škodo - neomejeno subjektivno (subjektivno z obrnjenim dokaznim bremenom).

Prevoznik v svojih splošnih prevoznih pogojih določa največjo težo in obseg ročne prtljage, ki ni registrirana in registrirano prtljago, za katero se izda pisno potrdilo (prtljažnico) za vsak kos prtljage. "V primeru poškodbe prtljage, dragocenosti mora potnik pisno ugovarjati takoj po odkritju škode, najpozneje pa v sedmih dneh od njihovega prevzema. Če škoda nastane zaradi zamude pri prevozu prtljage, mora potnik vložiti ugovor najpozneje v enaindvajsetih dneh, od dneva, ko je prispel v namembni kraj. Prevoznik objektivno odgovarja za izgubo, poškodbo in zamudno izročitev registrirane prtljage" (Pavliha & Vlačič, 2007, str. 185).

### 3.8.5 Ladijski prevoznik

Ladjar odgovarja za škodo na podlagi dokazane krivde (dokazana subjektivna odgovornost), vendar pa mora tudi potnik, ki zahteva povrnitev škode dokazati, da je dogodek, ki je povzročil škodo, nastal med prevozom in določiti višino škode (Pavliha & Vlačič, 2007, str.140).

V primeru večjih nesreč, kot so brodolom, trčenje, nasedanje, eksplozije, požar ali napak ladje, ko pride do primera smrti, telesne poškodbe potnika, se krivda ladjarja domneva, zato mora dokazati, da ni kriv (subjektivna odgovornost z obrnjenim dokaznim bremenom). Prav tako se krivda ladjarja domneva za izgubo, primanklj prtljage ter v primeru zamud izročitve le-te potniku.

Višina ladjarjeve odgovornosti je omejena, razen če škodo povzroči namenoma ali iz malomarnosti. Možne odškodnine se nanašajo na smrt ali telesno poškodbo potnika, ročno prtljago, na vozila in prtljago v in na vozilu ter drugo prtljago in dragocenosti. Sodišče omili ladjarjevo odgovornost v primeru, da je škoda nastala delno po potnikovi krivdi.

V primeru vidnih poškodb ročne prtljage mora potnik pisno ugovarjati ladjarju pred ali ob izkrcanju, za ostalo prtljago pred izročitvijo ali ob njej. Če poškodbe prtljage niso očitne ali ob izgubi prtljage mora ugovarjati v petnajstih dneh od izročitve oziroma od dneva, ko bi morala biti prtljaga izročena. Prtljaga šteje za izgubljeno, če potniku ni bila izročena v tridesetih dneh po končanem potovanju, za kar ima potnik pravico zahtevati odškodnino ter zahtevati od prevoznika, da ga obvesti o najdbi prtljage, če jo najde v roku enega leta od prejema odškodnine. Če se prtljaga najde, je potnik dolžan prevozniku plačati stroške prevoza prtljage na dogovorjen kraj ter mu vrniti že izplačano odškodnino za izgubljeno prtljago, zmanjšano za voznino. Pri tem potnik obdrži pravico do odškodnine zaradi zamude izročitve prtljage (Pavliha & Vlačič, 2007, str. 142).

Če se mednarodno pomorsko potovanje začne tri ure po času, ki je določen v pogodbi ali plovbnem redu, lahko potnik odstopi od pogodbe, pri čemer ima pravico do povrnitve prevoznine.

Ladjar mora vrniti prevoznino potniku z vozovnico na ime, če potnik odstopi od mednarodnega potovanja šest ur pred začetkom potovanja, pri čemer lahko obdrži največ deset odstotkov prevoznine. Če je vozovnica izdana na prinosnika, mora ladjar potniku vrniti prevoznino, če je od potovanja odstopil dve uri pred začetkom potovanja, razen če ni drugače določeno v vozovnici. Tudi v tem primeru ima ladjar pravico obdržati največ deset odstotkov prevoznine (Pavliha & Vlačič, 2007, str.139).

Potnik lahko odstopi od pogodbe, če ladja ne začne mednarodnega potovanja tri ure po času, ki je določen v pogodbi.

Če pride do prekinitve potovanja, ki traja več kot štiriindvajset ur iz razlogov, ki niso na potnikovi strani, ima le-ta pravico:

- zahtevati, da ga ladjar skupaj s prtljago, s svojim ali drugim primernim prevoznim sredstvom, prepelje do namembnega kraja;
- zahtevati, da ga ladjar skupaj s prtljago v primernem roku vrne v odhodno pristanišče in mu vrne prevoznino;
- odstopiti od pogodbe in zahtevati, da mu ladjar vrne prevoznino.

Potnik mora v osmih dneh po končanem potovanju od ladjarja zahtevati povrnitev prevoznine oziroma povrnitev škode ali v teh rokih vložiti tožbo pri sodišču.

## **4 OBLIKE VARSTVA POTROŠNIKOV**

V okviru institucionalnega varstva potrošnikov turistov imamo na voljo sledeče institucije: Sektor za varstvo potrošnikov in trgovino, Tržni inšpektorat, Varuh človekovih pravic, potrošniške organizacije.

### **4.1 Sektor za varstvo potrošnikov in trgovino**

Z dnem 20.12.2011 je bil Urad Republike Slovenije za varstvo potrošnikov ukinjen na osnovi Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o varstvu potrošnikov (Ur. l. RS, št. 78/11). Njegove naloge so se prenesle na Sektor za varstvo potrošnikov in trgovino v okviru Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo. Že iz naziva organizacije izhaja, da je Sektor za varstvo potrošnikov in trgovino pristojen in odgovoren za varstvo potrošnikov in za področje trgovine. Sektor za varstvo potrošnikov in trgovino na področju varstva potrošnikov opravlja sledeče naloge:

- načrtuje, organizira, izvaja, spremlja in vrednoti politike varstva potrošnikov v Republiki Sloveniji in pripravlja;
- strateške in programske dokumente na tem področju;
- sooblikuje evropsko potrošniško zakonodajo in politiko;
- zagotavlja strokovno in upravno sodelovanje v delovnih telesih Sveta Evropske unije in Evropske komisije;
- opravlja naloge na normativnem področju, ki se nanašajo na prenos večine evropskih potrošniških direktiv in uredb v pravni red Republike Slovenije;
- zagotavlja spremljanje in usklajevanje predpisov, ki jih pripravljajo druga ministrstva na področjih, povezanih z varstvom potrošnikov;
- spodbuja razvoj in delovanje nevladnih potrošniških organizacij;
- zagotavlja izvajanje javnih služb svetovanja, obveščanja in izobraževanja potrošnikov na podlagi javnih razpisov oziroma podeljenih koncesij;
- izdaja dovoljenja za opravljanje storitev potrošniškega kreditiranja dajalcem kreditov iz nebančnega sektorja;



- izvaja naloge povezovalnega organa na ravni države za izvajanje Uredbe 2006/2004/ES o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov;
- sodeluje v Odboru za politiko varstva potrošnikov pri Organizaciji za ekonomsko sodelovanje in razvoj (OECD).

V Republiki Sloveniji delujeta kot inšpekcijski službi Tržni inšpektorat in Varuh človekovih pravic.

## **4.2 Tržni inšpektorat (TIRS)**

Tržni inšpektorat RS opravlja inšpekcijski nadzor na področju varstva potrošnikov, tako da zagotavlja spoštovanje pravic potrošnikov z nadzorom podjetij ter z reševanjem potrošniških reklamacij. V primerih, ko se podjetje nahaja v drugi državi članici EU kot potrošnik, ki mu je bila oziroma bi mu bila lahko povzročena škoda, je za sodelovanje zadolžen Tržni inšpektorat RS kot eden izmed pristojnih organov v Sloveniji.

## **4.3 Varuh človekovih pravic**

Varuh človekovih pravic je samostojna in od državnih organov neodvisna oseba, izvoljena prek državnega zbora. Lahko deluje v vseh primerih kršitev katerekoli pravice posameznika s strani nosilcev oblasti. Pri tem se ravna po določilih ustave in mednarodnih pravnih aktov o človekovih pravicah in temeljnih svoboščinah ter se sklicuje na načela pravičnosti in dobrega upravljanja. Zakon o varuhu človekovih pravic je bil sprejet decembra 1993.

## **4.4 Potrošniške organizacije**

V skladu z ZVPot nevladne potrošniške organizacije lahko opravljajo tudi javne službe na področjih svetovanja in obveščanja potrošnikov ter primerjalnega testiranja proizvodov in storitev.

ZVPot v 63. členu opredeljuje organizacije potrošnikov kot "organizacije, registrirane kot društva ali zavodi ali druge organizacije, ki ne opravljajo pridobitne dejavnosti in jih ustanovijo potrošniki zaradi varstva svojih pravic ter so vpisane v register potrošniških organizacij." Njihova dejavnost je svetovanje potrošnikom, obveščanje in izobraževanje potrošnikov, pomoč pri zastopanju na sodišču, izvajanje primerjalnih ocenjevanj blaga in storitev ipd. Število potrošniških organizacij se konstantno spreminja. Januarja 2012 jih je bilo osem. To so: Združenje potrošnikov Gorenjske, Društvo potrošnikov Spodnjega Podravja, Združenje potrošnikov Zasavja, Združenje potrošnikov Pomurja, Zveza potrošnikov združenj Slovenije, Zveza potrošnikov Slovenije, Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave ter najmlajša si.Brand.

#### **4.4.1 Zveza potrošnikov Slovenije (ZPS)**

Zveza potrošnikov Slovenije (v nadaljevanju ZPS) je članska organizacija, ki potrošnike seznanja z njihovimi pravicami, nudi izobraževanje, svetovanje in pravno pomoč pri razreševanju sporov. Ustanovljena je bila junija 1990 in je neprofitna, mednarodno priznana nevladna organizacija. Izdaja revijo VIP (od leta 1991), ki potrošnikom podaja neodvisne informacije o kakovosti različnih izdelkov, saj opravljajo razne preizkuse kakovosti izdelkov in storitev, informira potrošnike o njihovih pravicah in uveljavljanju le-teh v praksi. Zaradi velikega števila pritožb potrošnikov glede turističnih agencij, so podatke o njihovih izkušnjah objavljali v reviji VIP od septembra 1999. Akcijo so poimenovali "Turistične agencije na očeh javnosti". Revija ima velik vpliv na osveščanje potrošnikov.

ZPS je leta 1993 s pomočjo britanske potrošniške organizacije Consumer Association ustanovila Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave (MIPOR), ki je raziskovalna organizacija in izvaja razne projekte kot so primerjalna testiranja izdelkov in storitev, informacijsko dejavnost v podporo zastopanju, svetovanju, informiranju in izobraževanju potrošnikov z mnogih področij, kot so zdravstvo, bančništvo, komunalne storitve, stanovanjska problematika, turizem, varstvo okolja, prehrana itd.

## **5 TURISTIČNA PODJETJA IN REKLAMACIJE**

### **5.1 Pritožba in reklamacija**

Reklamacija je po SSKJ opredeljena kot prijava, sporočilo proizvajalcu, trgovcu, da kaj nima zaželenih lastnosti, pritožba. Pritožbo SSKJ definira kot izjavo, s katero se sporoča, izraža pristojnemu nezadovoljstvo zaradi neprimernosti, neustreznosti česa, lahko tudi pisмено izraženo nesoglasje s sodbo, sklepom, odločbo z namenom, da se ta spremeni, razveljavi.

Potrošniki imajo različna pričakovanja; bolj kot so pričakovanja izpolnjena, bolj je potrošnik zadovoljen nad kakovostno izvedbo storitev. Če storitve niso izvedene kakovostno, sledijo pritožbe. Pojma pritožba in reklamacija bom enačila, saj sta odraz potrošnikovega nezadovoljstva z opravljeno turistično storitvijo z namenom, da se izvajalca opozori na napake, da se le-te odpravijo, tudi s pričakovanjem znižanja cene za prestande nevšečnosti, prevelikim odstopanjem od pogodbe ali neuresničenjem pričakovanj. Reševanje pritožb in reklamacij je izrednega pomena za organizacijo, saj je nove kupce težje in dražje pridobiti kot ohraniti dobre odnose z že obstoječimi kupci. Prav tako s korektnim reševanjem reklamacij ne samo preprečimo slabo reklamo našega podjetja, ampak ga spremenimo v pozitivno. Ni zanemarljivo, da je ob dobro rešeni reklamaciji tudi potrošnik zadovoljen. Vendar pa obstajajo tudi potrošniki, ki se želijo okoristiti in neupravičeno vlagajo pritožbe ter zahtevajo znižanje kupnine oziroma ostale ugodnosti.

Potočnik (1998, str. 63, 64) navaja, da se petindvajset odstotkov nezadovoljnih potrošnikov sploh ne pritoži in navaja temeljna načela za reševanje pritožb, ki so:

- vzpostavitev komunikacijskih povezav med strankami in reševalci pritožb;
- takojšnje posredovanje pritožb;
- določitev pooblaščenecv za reševanje pritožb;
- določitev odgovornosti za nepravočasno ali pomankljivo reševanje pritožb;
- ravnanje pritožb brez nepotrebnega nadlegovanja pritožnika.

"Glavna prednost reklamacije je torej, da je odličen vir podatkov, ki ob pomoči standardiziranega postopka reševanja reklamacij, ki je lahko vključen v sistem managementa kakovosti organizacije, omogoči izboljšanje procesa izvajanja storitev, povzroči dvig zadovoljstva gosta ter ima posledicno tudi vpliv na ugled in poslovanje organizacije" (Gomišček & Žvab, 2006, str. 994).

Iz rezultatov anket Gomišček in Žvab zaključita, da mora turistična organizacija:

- gosta vzpodbujati, da izrazi svoje nezadovoljstvo oziroma reklamacijo, kajti le tako bo lahko razumela njegova pričakovanja in jih tudi zadovoljila;
- dati gostu občutek, da je reklamacija zaželeno;
- pokazati, da spoštuje gostovo mnenje izraženo z reklamacijo s tem, da se gostu zahvali ali ga celo nagradi;
- izkazati priznanje gostu, da je pripomogel k dvigu kakovosti storitev;
- pripraviti in izobraziti zaposlene, da razumejo pozitiven pomen reklamacije.

### **Po obligacijskem zakoniku reklamacije lahko razdelimo na:**

#### *➤ reklamacije zaradi izpolnitve predmeta obveznosti/storitev*

Predmet obveznosti oziroma pogodbeno obveznost je v skladu s 34. členom OZ lahko v tem, da nekdo nekaj da, stori, opusti ali trpi. Turistična storitev v to definicijo vsekakor sodi, saj gre za mešanico storitvene dejavnosti, kjer kupec dobi tudi materialne dobrine. Nadalje isti člen opredeljuje, da mora biti pogodbeno obveznost mogoča, dopustna, določena oziroma določljiva – torej mora biti predmet pogodbe opisan v skladu z navedenimi zahtevami.

#### *➤ reklamacije zaradi zmote volje*

Zmoto volje opredeljuje 46. člen OZ kot bistveno, če: "se nanaša na bistvene lastnosti predmeta, na osebo, s katero se sklepa pogodba, kadar se sklepa glede na to osebo, ali na okoliščine, ki se po običajih v prometu ali po namenu strank štejejo za odločilne, ker sicer stranka, ki je v zmoti, pogodbe s tako vsebino ne bi sklenila." V turizmu so lahko tovrstne zmote pogoste, saj je lahko stranka zavedena z npr. fotografijami v brošuri, spregleda pa drobni tisk, kjer je navedeno, kaj bo stranka za svoje plačilo dejansko dobila. Stranka, ki je

v zmoti, lahko zahteva razveljavitev pogodbe zaradi bistvene zmote, vendar mora dokazati, da pri sklenitvi pogodbe ni ravnala s skrbnostjo, ki se v prometu zahteva. Pri tem je odločitev o razveljavitvi pogodbe povsem v rokah druge stranke, saj se stranka, ki je v bistveni zmoti, ne more sklicevati na to določilo, če je druga stranka pripravljena izpolniti pogodbo. Če se pogodba razveljavi, lahko druga stranka zahteva povrnitev škode, ki ji je zaradi razveljavitve nastala.

➤ *reklamacija zaradi neizpolnitve*

Pri dvostranski pogodbi, morata obe stranki izpolniti svoje obveznosti istočasno oziroma po dogovoru, v nasprotnem primeru druga stranka ni dolžna izpolniti zahtev pogodbe. V primeru, da pride zadeva na sodišče, le to stranki, ki ni izpolnila svojih obveznosti, naloži izpolnitev pogodbenih obveznosti, takrat ko jih izpolni druga stranka.

➤ *reklamacija zaradi nemožnosti izpolnitve, za katero ne odgovarja nobena stranka*

To reklamacijo bi lahko poimenovali tudi kot reklamacija kljub višji sili. 116. člen OZ namreč opredeljuje, da če je zaradi dogodka, za katerega pogodbeni stranki nista odgovorni, nemogoče izpolniti obveznosti ene stranke, ugasne tudi obveznost druge stranke. Poleg tega lahko druga stranka odstopi od pogodbe, če delna izpolnitev ne ustreza njenim potrebam ali zahteva sorazmerno zmanjšanje svoje obveznosti. Višja sila so lahko nepričakovano neugodne vremenske okoliščine, zaradi katerih je onemogočen letalski promet na turistično destinacijo.

➤ *reklamacija zaradi spremenjenih okoliščin*

OZ v 112. členu opredeljuje, če po podpisu pogodbe nastanejo okoliščine, ki otežujejo ali onemogočijo izpolnitev obveznosti v tolikšni meri, da pogodba ne ustreza pričakovanjem pogodbenih strank in je ne bi bilo smiselno ohraniti takšno, kakršna je, lahko stranka, ki ji je izpolnjevanje obveznosti oteženo ali onemogočeno, zahteva razvezo pogodbe. Predpogoj za razvezo je, da teh okoliščin ni bilo mogoče upoštevati ob sklenitvi pogodbe ali če so te okoliščine nastale po roku za izpolnitev obveznosti. Lahko pa druga stranka ponudi ali privoli, da se pogodbeni pogoji spremenijo. V skladu s 113. členom OZ mora stranka, ki je zahteva razvezo pogodbe drugo stranko obvestiti takoj, ko je izvedela za te okoliščine. V nasprotnem odgovarja za škodo, ker druge stranke ni obvestila. V primeru turističnih storitev je primer spremenjenih okoliščin naknadna informacija, da se bodo v hotelu, ki je bil predviden s pogodbo, izvajala obnovitvena dela ter da je omogočena nastanitev v drugem hotelu.

➤ *reklamacije zaradi delavčevih napak*

Te reklamacije so v primeru turističnih storitev pogoste, saj v turizmu izvajanje storitev v veliki meri vpliva na zadovoljstvo stranke. S 147. členom OZ je določeno, da je

organizacija (na primer turistična agencija) odgovorna za škodo, ki jo povzroči delavec turistične agencije, ne glede na področje njihovega delovanja. V skladu s tem členom mora organizacija dokazati, da je delavec ravnal kot bi moral. Na tem mestu imamo lahko reklamacije nad predstavniki turističnih agencij na destinaciji, nad vodniki in spremljevalci ter prodajnimi agenti v agencijah.

➤ *reklamacije zaradi povzročitve škode*

OZ opredeljuje odgovornost zaradi povzročitve škode v 131. členu – kdor je drugemu povzročil škodo jo mora povrniti, razen če dokaže, da je škoda nastala brez njegove krivde. Škoda se razume kot navadna škoda (zmanjšanje premoženja), izgubljeni dobiček (preprečitev povečanja premoženja) in kot nepremoženjska škoda (telesne ali duševne bolečine, strah, okrnitev ugleda pravne osebe itd.). V skladu s 133. členom lahko vsakdo zahteva od drugega, da odstrani vir nevarnosti, zaradi katerega grozi ali njemu ali nedoločenemu številu oseb večja škoda, ter da ne izvaja aktivnosti, katerih lahko izvira vznemirjenje ali nevarnost škode, razen če tega dvojega z ustreznimi ukrepi ni mogoče preprečiti). V primeru turizma bi bil primer povzročitve škode malomarno ravnanje s prtljago pri transportu z malimi letali, kjer bi potnik letalsko osebje opozoril na morebitne poškodbe, letalsko osebje pa bi ga pri tem ignoriralo.

➤ *reklamacije zaradi ničnosti pogodb*

V skladu s 86. členom OZ je nična pogodba tista, ki nasprotuje ustavi, prisilnim predpisom ali moralnim načelom, razen če namen kršenega pravila ne odkazuje na kakšno drugo sankcijo ali če zakon v posameznem primeru ne predpisuje kaj drugega. V primeru, da je sklenitev pogodbe prepovedana le eni stranki, ostane pogodba v veljavi (razen če zakonodaja opredeljuje drugače), vendar pa to stranko zadanejo ustrezne posledice. Posledice ničnosti so navedene v 87. členu OZ – vsaka od strank mora drugi stranki vrniti vse, kar je prejela na podlagi takšne pogodbe, ali pa mora dati ustrezno denarno nadomestilo, razen če nasprotuje temeljnim moralnim načelom. V primeru turističnih storitev bi bil primer nične pogodbe storitev organiziranja lova na ogrožene živalske vrste. OZ opredeljuje delno ničnost pogodb – v primeru, če je ničen le del (posamezno določilo, člen itd.) pogodbe, ni nična pogodba v celoti, če lahko obstane brez ničnega dela. Če nadaljujem primer lova na ogrožene živalske vrste lahko ta člen pomeni, da se pogodba spremeni v lov na "dovoljene" živalske vrste. Odgovornost za škodo v primeru ničnosti pogodbe velja le v primeru, če druga stranka ni vedela ali ni bila dolžna vedeti za vzrok ničnosti.

### **5.1.1 Možne spremembe cene**

OZ v 893. členu določa dva razloga za *znižanje cene* potovanja potniku, in sicer:

- nepopolno opravljene storitve in

- nekvalitetno opravljene storitve.

Za orientacijo o določitvi odstotka znižanja cene zaradi nepopolno ali nekvalitetno opravljene storitve se v Sloveniji vse bolj navaja in uporablja t.i. Frankfurtska tabela. Več o njej v nadaljevanju.

Potnik lahko poleg znižanja cene zahteva tudi povrnitev škode (odškodnina), pri čemer je potrebno poudariti, da je v slovenski praksi zahtevke za nematerialno škodo težko uveljaviti. Prav tako organizator potovanja ne more izključiti ali zmanjšati svoje odgovornosti. Vendar pa lahko vnaprej določi najvišjo odškodnino, pod pogojem, da ni v očitnem nesorazmerju s škodo. V primeru, da gre za telesne poškodbe ali če je organizator škodo povzročil namenoma ali iz hude malomarnosti omejitev odškodnine ne velja. Potnik mora organizatorju potovanja podati pisni ugovor v najkrajšem možnem času, najkasneje v dveh mesecih po končanem potovanju. Po tem roku pravice ni več možno uveljavljati. ZVPot določa, da mora organizator potovanja pisno odgovoriti na pritožbo potrošnika v 8 dneh, sicer mu lahko tržni inšpektorat izreče mandatno kazen.

### **5.1.2 Frankfurtska tabela odškodnin**

Upravni odbor Združenja za turizem in gostinstvo pri Gospodarski zbornici Slovenije priporoča ponudnikom turističnih aranžmajev, v primeru odškodninskih tožb, uporabo frankfurtske tabele. Frankfurtsko tabelo objavlja na spletnih straneh Turistično gostinska zbornica Slovenije v okviru GZS ter tudi ZPS. Izdelal jo je Civilni senat Deželnega sodišča v Frankfurtu. Po njej se ravna nemška sodišča, prav tako jo je za vzor povzela večina evropskih držav za primer odškodninskih tožb. Frankfurtska tabela odškodnin je pripomoček za oblikovanje višine zahtevka, ki ga nezadovoljni potrošnik uveljavlja zoper turistično agencijo zaradi pomanjkljivosti izvedbe turističnih aranžmajev oziroma kadar storitve niso bile opravljene v skladu z dogovorom.

Tabela vsebuje odstotek cene aranžmaja do katerega je upravičen uporabnik in mu ga je organizator aranžmaja dolžan povrniti za določeno pomankljivost, opombe, pojasnila ter obrazložitve.

Po frankfurtskem sistemu odškodnin mora nezadovoljni potrošnik dokazati, da je pritožba upravičena. Tabela ščiti tudi organizatorje, saj določa na primer nekatere posebne okoliščine, zgornje meje in najvišje možne seštevke odškodnin. Tabela je dobra usmeritev turističnim agencijam, da se lahko s korektnim odnosom do potrošnikov izognejo odškodninskim zahtevkom. To predstavlja navajanje čim bolj podrobnih, natančnih in resničnih dejstev, pripravo promocijskih gradiv, sestavljanje in sklepanje nedvoumnih in preciznih pogodb z uporabnikom aranžmaja, kot tudi s podizvajalci aranžmaja. Izognejo se odškodninskim zahtevkom nezadovoljnih potrošnikov ter tako povečujejo svoj ugled in uspešnost.

## 6 ŠTUDIJE PRIMEROV

Za namen priprave diplomske naloge sem poskušala pridobiti informacije o tem, kako turistične agencije ter hoteli razrešujejo reklamacije strank. K sodelovanju sem povabila enajst turističnih agencij (Kompas d.d., Intelekt M. Sobota d.o.o., Collegium Mondial Travel, potovalna agencija d.o.o., PALMA d.o.o., Celje, TGT 56 - ODISEJ d.o.o., Kranj, Turistična agencija Sonček d.o.o., Intours (Demaco d.o.o.), Sajko turizem d.o.o., Relax Turizem d.o.o., ABCTOUR, Prevozi in storitve d.o.o. in Jupiter International d.o.o) in deset hotelov oziroma hotelskih verig (Grand hotel Union d.d., Hotel Mons (Monsadria d.o.o.), Hotel Lev d.d., Hoteli Bernardin d.d., Sava Hotels&Resorts (Sava Turizem d.d.), LifeClass hotels & spa Portorož (Istrabenz Turizem d.d.), Terme Maribor d.d., Hotel Evropa Eurotas d.d., Grand hotel Ocean Daniel Savski s.p., Thermana d.d.). Na javno objavljen elektronski naslov sem jim dne 26. junija 2012 poslala sporočilo s prošnjo o sodelovanju v analizi, v kateri sem nameravala prikazati, kako turistične organizacije razrešujejo reklamacije strank. Zaposila sem jih za posredovanje internih dokumentov oziroma navodil o razreševanju reklamacij strank ter podatke o številu morebitnih pritožb in najpogostejših vzrokih zanje, za končen rezultat razrešitve le-teh ter primer pritožbe in njihov odgovor nanjo.

Izkazalo se je, da kontaktirane organizacije nimajo interesa sodelovati pri izdelavi diplomskega dela, pri čemer z izjemo ene, niso niti odgovorile na sporočilo (Turistična agencija Sonček je sodelovanje zavrnila z razlogom, da ne želi razkrivati poslovnih skrivnosti). Glede na neodzivnost turističnih organizacij lahko sklepam, da bodisi ne želijo sporočiti podatkov o reklamacijah bodisi si ne vzamejo potrebnega časa za obdelavo in pripravo podatkov za posredovanje informacij zainteresiranim. Odgovor turistične agencije, da je reklamacija poslovna skrivnost, bi bil razumljiv v primeru, če bi bil namen pridobiti informacije o konkretni reklamaciji. V primeru statističnih podatkov, ki jih podjetja pripravljajo na letnem nivoju, je ta odgovor manj razumljiv, saj ne gre za izdajanje osebnih podatkov. Še manj razumljiv pa je v primeru prošnje o posredovanju internega akta o razreševanju reklamacij; še zlasti za organizacije, ki imajo pridobljen certifikat ISO 9001, kjer je zadovoljstvo strank ključno in kjer morajo vse te organizacije sprejeti pravila, kako razreševati reklamacije in pritožbe strank. Najverjetneje pa je vzrok za nesodelovanje turističnih organizacij tudi bojazen razkriti reklamacije, ki bi lahko očrnile njihov ugled. Reklamacije imajo namreč še vedno negativen pomen, saj predstavljajo izraženo nezadovoljstvo, zato bi razkritje le-tega lahko privedelo do zmanjšanja ugleda. Dandanes, ko na trgu vlada borba za vsakega potrošnika posebej, je ugled še kako pomemben. Seveda so ti sklepi le subjektivne domneve in za vsak dejanski zaključek analize bi bilo potrebno vzpostaviti stik z deležniki v organizacijah in ugotoviti, zakaj niso odgovorili na vprašalnik.

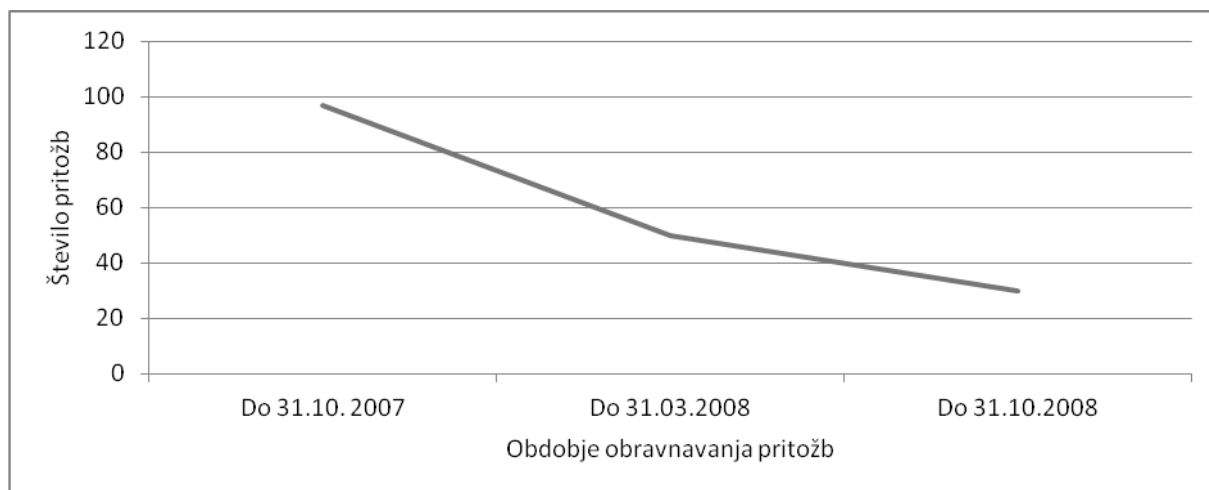
### 6.1 Analiza podatkov Zveze potrošnikov Slovenije

Zaradi neodzivnosti turističnih organizacij sem v nadaljevanju analizirala pritožbe potrošnikov posredovane na ZPS v obdobju med 31.10. 2007 in 31.10.2009. V letih 2010

in 2011 akcije "Turistične agencije na očeh javnosti" niso več izvajali. ZPS svojim članom aktivno pomaga v primeru, če potrošnik ni bil zadovoljen s turistično storitvijo, ki jo je plačal, pri tem pa je turistična agencija slabo ali sploh ni rešila reklamacije. Glede na dejstvo, da so v reviji objavljeni primeri reklamacij in njihove razrešitve, sem v nadaljevanju poglavja predstavila, katere reklamacije so lahko rešene pozitivno in katere ne. Pri tem je potrebno že vnaprej poudariti, da se razrešitev primerljive reklamacije razlikuje med različnimi ponudniki.

V analizi ZPS je bilo v navedenih obdobjih skupno obravnavanih 44 turističnih agencij, pri čemer glede na odstotek prejetih pritožb, pritožbe prvih petih turističnih agencij predstavljajo skoraj petdeset odstotkov vseh obravnavanih pritožb. Omenjene turistične agencije so: Kompas d.d., Intelekta M. Sobota d.o.o., Turistična agencija Sonček d.o.o., Relax Turizem d.o.o. ter TUI potovalni center d.o.o. Za ugotovitev dejanskega razloga takšne koncentracije reklamacij v omenjenih turističnih agencijah bi bilo potrebno izvesti analizo, kjer bi se ugotavljala korelacija z različnimi morebitnimi dejavniki, ki vplivajo na razlog za reklamacijo – na primer velikost turistične agencije, letni promet, dobiček podjetja, število sklenjenih pogodb, segment, na katerega se osredotoča (na primer nizkocenovni aranžmaji), ne/preverjanje izvajalcev storitev itd. Za izvedbo te analize bi bilo potrebno sodelovanje turističnih agencij.

*Slika 1: Obravnavane pritožbe na ZPS*



*Vir: Interno gradivo ZPS, 2012b.*

Od 31.3.do 31.10. 2007 so na ZPS obravnavali 97 pritožb, od 31.10.2007 do 31.3.2008 so obravnavali petdeset pritožb, od 31.3.2008 do 31.10.2008 pa trideset (glej Sliko 1 in Prilogo 3). Naslednje analizirano obdobje ni bilo več polletno, ampak letno – v obdobju med 31.10.2008 in 31.10.2009 je bilo obravnavanih šestintrideset pritožb. Na osnovi pridobljenih podatkov za štiri obdobja sem ugotovila padajoč trend reklamacij, ki jih je obravnavala ZPS. Za zadnje obdobje je potrebno ponovno poudariti, da zajema celotno leto in ne le pol leta. Eden izmed morebitnih razlogov za manjše število reklamacij je lahko uspešna akcija ZPS (Turistične agencije na očeh javnosti), saj z javno izpostavitvijo



nekorektnega poslovanja prisilijo turistične agencije k spoštovanju pravic potrošnikov. Možno pa je tudi, da potrošniki v večjem deležu sami razrešijo reklamacijo v sodelovanju s turistično agencijo tako, da ni potrebno posredovanje ZPS.

V letih 2008 in 2009 je ZPS v okviru akcije "Turistične agencije na očeh javnosti" v reviji VIP objavljala rezultate anket, ki so jih izpolnili posamezniki, ki so pri uveljavljanju pritožbe zoper turistično agencijo naleteli na težave. Treba je opozoriti, da se v revijah objavljeni podatki v posameznem letu nanašajo na predhodnje leto. Ustrezne podatke o reklamacijah v letu 2009 sem pridobila neposredno pri ZPS. Na osnovi prejetih podatkov sem izračunala delež reklamacij po posameznih razlogih za pritožbo.

*Tabela 1: Pritožbe glede na razlog*

<b>Razlog za pritožbo</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Težave z neustrezno namestitvijo v %	77	62	72
Težave pri izvedbi programa v %	79	30	33
Težave s prevozom v %	41	25	17
Težave z oskrbo v %	61	19	44

*Vir: Interno gradivo ZPS, 2012a; Žnidaršič, 2008, str. 9, 2009, str. 5.*

Več kot očitno so najpogostejši razlog za pritožbe težave z neustrezno namestitvijo, sledijo težave z oskrbo. Razviden je tudi padajoči trend reklamacij, vezanih na izvedbo programa in na težave s prevozom. Ker je največ reklamacij na turistična potovanja v Tunizijo, Egipt in Turčijo lahko sklepamo, da so potrošniki pričakovali evropske standarde bivanja in oskrbe, vendar bi morali upoštevati dejstvo, da gre za povsem drugo okolje. Po drugi strani pa morajo turistične agencije izvesti obljubljeni program, saj v nasprotnem primeru kršijo pogodbene obveznosti. Leta 2011 ZPS v reviji VIP ni več objavila številčnih rezultatov ankete, vendar je iz besedila članka avtorice Drol Novak (2011, str. 4) razvidno, da sta v letu 2010 neustrezna namestitev in oskrba še vedno glavna vzroka za pritožbe turistov, saj je lahko stanje po prihodu na cilj precej drugačno od obljubljenega – zlasti v primeru aranžmajev višje in visoke kategorije v Tuniziji, Egiptu in Turčiji.

## **6.2 Prikaz obravnavanih reklamacij**

V letu 2009 je bilo na ZPS obravnavanih 36 pritožb potrošnikov v zvezi s turističnimi agencijami (glej Prilogo 2). Ugotovljeno je bilo, da dve turistični agenciji nista odgovorili na štiri pritožbe strank, kljub posredovanju ZPS – TUI potovalni center d.o.o. ni odgovoril na dve od treh posredovanih reklamacij, ATLAS AIR TOURS d.o.o. pa ni odgovoril na nobeno od dveh posredovanih reklamacij. Za dva primera pritožb ni podatka o rešitvi pritožbe. Devetnajst pritožb je bilo zavrženih, eni pritožbi pa je turistična agencija v celoti ugodila. Desetim pritožbam so turistične agencije delno ugodile (npr. RELAX TURIZEM

je ugodil vsem trem pritožbam). Pri tem ni mogoče vedeti, ali je bil dani odstotek vračila aranžmaja tudi zahtevani.

V nadaljevanju navajam nekaj pritožbenih razlogov potrošnikov s pojasnili turističnih agencij glede zavrnitev njihovih pritožb ZPS:

- Nižja kategorija namestitve, slabo čiščenje, neprimerna plaža, neprimeren odnos osebja, pomanjkljivo vodenje (Grčija, Kos).

Agencija se ne strinja z navedbami potrošnikov in meni, da morajo le-ti svoja pričakovanja prilagoditi ceni aranžmaja.

- Moteči elementi; ves čas močan veter (Mauricius).

Agencija je pojasnila, da je potrošnike ustrezno seznanila o destinaciji.

- Pri *all inclusive* ponudbi je bilo potrebno plačati vso pijačo, navodila in letalske karte so bile v italijanskem jeziku, pomanjkljivo vodenje (Zanzibar).

Agencija je pojasnila, da so potrošniki splošna obvestila z vsemi podatki prejeli tudi v slovenskem jeziku. Glede doplačila pijače pa ni prejela dokazil o dodatnih stroških, niti zapisnika predstavnika o pritožbi v kraju letovanja.

- Pomanjkljivosti pri nastanitvi: neprimerna kopalnica, nočni hrup, izpad ekskurzij in animacij, zamude pri ogledih (Karibi – križarjenje).

Agencija je pojasnila, da so pričakovanja potrošnikov različna ter da so izleti potekali v skladu s programom, do zamud je prihajalo le zaradi naravnih pogojev.

- Nižja kategorija namestitve, pomanjkljiv standard prevoza (Etiopija: krožna pot).

Agencija je pojasnila, da je bil zagotovljen najboljši standard kar ga ta država ponuja.

Zanimiv je predvsem odziv turistične agencije, naveden v zadnji alineji, kjer agencija kljub reklamaciji stranke in posredovanju ZPS ni priznala, da je kršila pogodbeno določila. Potrebna je bila intervencija Tržnega inšpektorata Republike Slovenije, da je bilo ugodeno reklamaciji pogodbene stranke oziroma, da je turistična agencija potniku vrnila del zneska.

Prav tako je zanimiv odgovor turistične agencije v primeru, ko je zavrnitev reklamacije utemeljila z navedbo, da morajo potniki svoja pričakovanja prilagoditi ceni aranžmaja. Stranka ob podpisu pogodbe zagotovo ni pričakovala, da bo zaradi cenejše ponudbe deležna slabše obravnave. Lahko pa na tem mestu uporabim rek "malo denarja, malo muzike" oziroma nasvet ZPS, naj se stranke pred podpisom pogodbe dobro seznanijo s turistično agencijo, destinacijo in pogodbenimi določili. Vprašanje, ki na tem mestu ne bo odgovorjeno pa je, kakšen bi bil rezultat reklamacije v primeru, če bi se stranka odločila za tožbo.

V reviji VIP Drol Novak (2011, str. 8, 9) objavlja tudi konkretne primere reklamacij na izvedbo turističnih storitev. Navajam tri primere reklamacij.

➤ Neupoštevanje *all inclusive* ponudbe ter pritožba na dodatno ležišče

V letu 2009 je družina podpisala pogodbo za *all inclusive* počitnice v Rabcu na Hrvaškem (hotel Narcis). V katalogu je bilo poudarjeno, da ponudba vključuje samopostrežni zajtrk, kosilo, popoldanske prigrizke in večerjo, na voljo pa so domače alkoholne in brezalkoholne pijače. Dejansko stanje je bilo takšno, da gostje obrokov niso mogli izbirati (postrežba pri mizi), porcije so bile majhne, hrana enolična. Ponudba prehrane je bila torej drugačna od tiste, ki jo je ponudnik turistične storitve obljubljal v svojem katalogu. Dodatna reklamacija je bila na tretje ležišče namenjeno otroku, ki so ga zaradi majhnosti sobe lahko postavili le ob balkonskih vratih, pri čemer je bil otrok izpostavljen mrčesu. Turistična agencija je reklamacijo posredovala hotelu in odobrila 10% popust na vrednost aranžmaja. Potrošnik se s tem ni strinjal in se je obrnil na ZPS. Ta je predlagala turistični agenciji, naj upošteva frankfurtsko lestvico. Po posredovanju ZPS je agencija plačala 15% vrednosti aranžmaja. Potrošnik s tem povračilom ni bil zadovoljen, a se ni odločil za tožbo.

ZPS je preverila ponudbo te turistične agencije za leto 2011 in ugotovila, da je opis storitve *all inclusive* popolnoma enak. Turistična agencija kasneje na vprašalnik, ki ga ZPS informativno pošilja agencijam, ni odgovorila.

Iz zgoraj navedenega je razvidno, da je turistična agencija izvedla le korekcijo reklamacije, ne pa tudi korektivnega ukrepa, zaradi česar lahko sklepam, da so bili potrošniki nezadovoljni tudi v letu 2011. Podatek o vloženih reklamacijah v omenjenem letu ni znan. Ta primer kaže, da turistična agencija načrtno krši 57.b člen ZVPot, saj oglašuje neresnične podatke in s tem zavaja potrošnika.

➤ Neustrezna namestitvev

Ta primer reklamacije se je pričel leta 2008, zaključil pa se je leta 2010 po pravnomočni sodbi sodišča. Družina s tremi otroki je ob sklenitvi pogodbe poudarila, da je pogoj za najetje dveh sob ta, da sta sobi med seboj povezani. Po prihodu na lokacijo (otok Hvar) so v hotelu Hvar ugotovili, da povezani sobi nista na voljo. Turistična agencija jim je za doplačilo 1000 EUR ponudila namestitvev, ki se ni nahajala na otoku Hvar, kar sta starša zavrnila in odpovedala letovanje. Noč so prespali v hotelu v Vodicach in se naslednji dan odpravili domov.

Po prejemu reklamacije je agencija vztrajala, da je bilo razdrtje pogodbe neutemeljeno in da ne bo ničesar povrnila. Družina je vložila tožbo, v kateri je zahtevala povrnitev celotnega vplačanega zneska, stroškov prenočitve v Vodicach, trajekta, telefonskih pogovorov, prehrane na poti in nepremoženjske škode zaradi izgube dopusta, katerega starša nista mogla izkoristiti. Sodišče je razsodilo, da je bilo razdrtje pogodbe utemeljeno

in da mora turistična agencija vrniti vplačani znesek, vse dodatne stroške in delno tudi zahtevek za nepremoženjsko škodo. Turistična agencija se je na razsodbo pritožila, a je višje sodišče pritrdilo odločitvi okrajnega sodišča.

Na podlagi uzanc je bila turistična agencija (gostinec) dolžna na svoje stroške nuditi nastanitev v objektu enake ali višje kategorije v dogovorjenem kraju. Le-ta tega ni ponudila. Poleg tega bi lahko govorili tudi o reklamaciji zaradi neizpolnitve, po kateri pogodbeni stranka ni dolžna izpolniti obveznosti pogodbe, če jih ne izpolni tudi druga stran.

#### ➤ Slabša kakovost namestitve in storitev

V tem primeru je turistična agencija prejela dve reklamaciji glede slabe kakovosti namestitve na otoku Djerba. Reklamaciji sta bili posredovani v letu 2009.

V primeru prve reklamacije sta potrošnika izbrala aranžma, ki je ponujal dvodnevni safari potovanje in pet dni letovanja na Djerbi. Dejansko stanje v hotelu je bilo povsem drugačno od fotografij v katalogu – obrabljena oprema v sobi, klima in hladilnik nista delovala, na plaži je bilo veliko smrdeče morske trave. Ob bazenu je bilo premalo ležalnikov, ki so tudi bili v slabem stanju, voda pa je bila zelo klorirana. Higijenski standard ni ustrezal kategoriji 4\*. Potrošnikoma so sobo na njuno zahtevo zamenjali, a ni bila bistveno boljše. Poleg tega nista uspela navezati stika s predstavnikom turistične agencije.

Po vrnitvi sta zahtevala znižanje cene, kar sta utemeljevala s posnetki stanja in podpisi drugih gostov enakega aranžmaja. Turistična agencija je pritožbo zavrnila, češ da bi morala potrošnika prebrati splošne pogoje in pojasnila v katalogu ter ponudila pet odstotkov popusta pri novem aranžmaju. Turistična agencija je tudi po posredovanju ZPS vztrajala, da so bile storitve opravljene v skladu s pogodbo. Končna odločitev potrošnikov ni znana.

Naslednjo reklamacijo so vložili drugi potrošniki. Šlo je za storitve v istem hotelu. Potrošniki so zahtevali zamenjavo bungalova, saj je bila klima hrupna in je zamakala, stikala in luči so bila polomljena, iz odtoka je smrdelo. *All inclusive* hrana je bila hladna in enolična, vrste dolge. Po premestitvi v drugo sobo stanje ni bilo dosti boljše (klima in hladilnik sta delovala slabo, ključavnica na vratih je bila pokvarjena).

Potrošniki so bili prepričani, da storitve in higijenski standard niso bili v skladu s kategorijo hotela, zato so po vrnitvi domov zahtevali vrnitev zneska za plačani aranžma. Tudi v tem primeru je turistična agencija s sklicevanjem na splošne pogoje in pojasnila v katalogu zavrnila pritožbo. Ugotovljeno je bilo, da turistična agencija potrošnikom ni predložila splošnih pogojev, zato so po nasvetu ZPS pritožbo posredovali tržni inšpekciji. Turistična agencija je po pritožbi ponudila vračilo petindevedeset evrov (za rašitev spora po mirni poti), a so se potrošniki odločili, da bodo spor razrešili v sodnem postopku. Odločitev sodišča ni znana.

V obeh primerih je razvidno, da se je turistična agencija sklicevala na splošne pogoje potovanja in vsebino kataloga, pri čemer je bila vsebina omenjenih reklamacij zelo podobna. Turistično agencijo navedbe v katalogih in splošnih pogojih potovanja zavezujejo. Zanimiv je drugi primer, kjer je turistična agencija po posredovanju pritožbe tržni inšpekciji ugotovila svojo napako, saj je predlagala rešitev po mirni poti, in sicer s ponudbo delnega vračila plačanega zneska. Porodi se vprašanje, ali je turistična agencija ravnala korektno, saj so se potrošniki vseeno odločili za sodno pot.

### **6.3 Korektnost agencij do potrošnikov**

Turistične agencije se pred reklamacijami zaradi neustrezne namestitve in oskrbe zavarujejo s pojasnili o nacionalni kategorizaciji objektov. ZPS je ugotovila, da večina organizatorjev potovanj napiše: "Namestitev je v programih označena z uradno kategorizacijo. Kriteriji kategorizacije v nekaterih destinacijah bistveno odstopajo od kriterijev, ki se uporabljajo v Sloveniji ali v drugih zahodnoevropskih državah. Hišni red, prehrana, storitve, skratka ponudba hotelov je pod nadzorom krajevnih turističnih organizacij in na te elemente organizator nima nobenega vpliva" (Drol Novak, 2011, str. 4). ZPS navaja, da navedba te klavzule organizatorja potovanj ne odvezuje od izpolnjevanja dogovorjenih obveznosti, saj jih mora reševati v skladu z dobrimi poslovnimi običaji in s skrbnostjo dobrega strokovnjaka. V prvem odstavku 57.b člena ZVPot, je navedeno: "Katalogi, prospekti ter drugo reklamno in informativno gradivo, ki se nanaša na turistične aranžmaje, ceno ali kakršne koli pogodbene pogoje turističnih aranžmajev, ki ga organizator potovanja ali prodajalec posreduje potrošniku, ne sme vsebovati neresničnih ali zavajajočih informacij." Poleg tega tretji odstavek istega člena določa: "Posamezne podrobnosti, navedene v prospektu ali katalogu, organizatorja potovanja in prodajalca zavezujejo, razen kadar: so spremembe pred sklenitvijo pogodbe potrošniku pisno posredovane, na kar mora biti potrošnik v prospektu ali katalogu posebej opozorjen, oziroma sta se o spremembah pogodbeni stranki sporazumno dogovorili pozneje."

Zakonsko gledano omenjeno opozorilo v splošnih pogojih potovanja ni vedno zadostno za zaščito turističnih agencij pred reklamacijami, vendar menim, da turistične agencije z navedbo omenjene klavzule dostikrat načrtno zavajajo nepoučenega potrošnika.

ZPS priporoča, da si potrošnik pred sklenitvijo pogodbe vzame več časa. Nasveti v reviji VIP (Drol Novak, 2011, str. 5) so naslednji:

- izberite zaupanja vredno turistično agencijo;
- agenciji sporočite svoje zahteve glede pričakovane kakovosti namestitve (kategorije objekta);
- pozorni bodite na nekatere informacije o namestitvi (letnica izgradnje hotela, vključenost v znano hotelsko verigo);
- ter cena aranžmaja.

Težava je, ker večina potrošnikov nima ne znanja, ne časa, ne volje, da bi preverila čim več informacij o turistični agenciji in o destinaciji, saj zaupa turističnim agencijam. Poleg tega večina potrošnikov nima pravnega predznanja, da bi se sploh lahko poglobila v določila splošnih pogojev. Sklepa se lahko celo, da si posamezniki, ki imajo čas, znanje in voljo preveriti informacije o destinaciji, potovanje organizirajo sami (brez turistične agencije). Že zaradi teh dejstev bi od turističnih agencij, kot strokovnjakov s področja turizma, pričakovali, da bodo delovale predvsem v korist svoje stranke in same preverjale dejstva o svoji ponudbi.

ZPS je turističnim agencijam posredovala vprašalnik o pridobivanju informacij, ki jih uporabijo v svojih katalogih (Drol Novak, 2011, str. 7). Pomenljivo je, da so vprašalnik posredovali štiriindvajsetim turističnim agencijam, vrnjeno pa jim jih je bilo le osem. Če je že odnos turističnih agencij do ZPS zadržan, se lahko le vprašamo, kakšen je odnos turističnih agencij do njihovih strank. Vse turistične agencije, ki so odgovorile na vprašalnik, so odgovorile, da preverjajo ponudbe, ki jih objavljajo v svojih katalogih. Namestitvenih objektov namreč osebno ne preverita le dve agenciji, vse ostale pa v naslednji sezoni upoštevajo reklamacije svojih strank glede namestitve.

Zanimivi so tudi odgovori turističnih agencij glede načina obravnavanja specifičnih zahtev strank, kjer ena izmed agencij na vavčer napiše le tiste zahteve, ki jih njihov partner lahko zagotovi. Skoraj vse turistične agencije preverijo ustreznost namestitve ter izvajalce storitev opozorijo na specifične zahteve. Nekatere pa te zahteve zapišejo na vavčer ali stranko opozorijo, da specifičnih zahtev ni mogoče upoštevati. Torej mora biti stranka pozorna tudi v primeru, če turistično agencijo obvesti, da ima specifične zahteve, saj agencija mogoče ne bo izpolnila vseh teh zahtev.

Glede pripravljenosti turističnih agencij, da upoštevajo reklamacije svojih strank, je zanimiv rezultat reševanja pritožb, ki je razviden v tabelah revij VIP (Žnidaršič, 2008, str. 8, 9, 2009, str. 8, 9) ter prav tako v Prilogi 3, kjer so tabelarično prikazani vzroki za pritožbe in njihovi rezultati. ZPS obravnava in objavlja le pritožbe, ki jih potrošnik sam ni mogel razrešiti v skladu s svojimi pričakovanji in se je po pomoč obrnil nanjo. V večini primerov je posredovanje ZPS pomagalo, da je bila reklamacija razrešena bolj ugodno oziroma, da je sploh bila razrešena. Iz tega lahko sklepam, da turistične agencije ne ugodijo reklamacijam potrošnikov, ki niso večji priprave reklamacijskega zahtevka, čeprav je njihova pritožba utemeljena. Vseeno pa nekatere turistične agencije potrošnikom ne odgovorijo niti po posredovanju ZPS, kar je zaskrbljujoče.

#### **6.4 Postopki v primeru, če turistična agencija reklamacijo zavrne**

Kot je razvidno iz podatkov ZPS, v primerih negativnih odgovorov turističnih agencij na reklamacije, le redko pride do uporabe sodnega varstva (tožbe). Glede na javno objavljene razsodbe na spletnem portalu sodstva RS znašajo stroški sodnih postopkov v civilno

pravnih zadevah primerljivega zneska od par sto do par tisoč evrov. Te stroške običajno plača tista stran, ki je sodni postopek izgubila. Temu znesku je potrebno prišteti še odvetniške stroške (avgusta 2012 so odvetniške tarife predstavljale vsaj štiristo točk, kar znese vsaj dvestošestdeset evrov).

Alternativa tožbi je mediacija, ki jo urejata Zakon o mediaciji v civilnih in gospodarskih zadevah (Ur. l. RS, št. 56/2008) ter Zakon o alternativnem reševanju sodnih sporov (Ur. l. RS, št. 97/2009). Zakona določata, da je potrebno v gospodarskih in delovnih zadevah mediatorju plačati nagrado. Tarife za ure mediranja ter za nagrado za sporazum so objavljene na spletni strani Uradnega lista RS. Plačajo se za čas dela mediatorja (sedemnajst oziroma enaindvajset evrov za vsake začete pol ure mediacijskega srečanja, glede na zahtevnost zadeve), nagrado za končano mediacijo (stopetintrideset evrov) ter potne stroške mediatorja. Stroške mediacije si stranki v postopku delita v enakem razmerju, razen če je vnaprej drugače opredeljeno. Tudi v tem primeru je potrebno upoštevati odvetniške tarife, če se stranka odloči za pomoč odvetnika. Mediacija je torej cenejša kot sodni postopek, vendar se lahko zaključi neuspešno in se postopek nadaljuje po običajni sodni poti.

Skupni znesek sodnega varstva je torej lahko višji kot je znašala cena turističnega aranžmaja. V primeru neugodno rešene pritožbe je potrošnikov subjektivni občutek oškodovanosti še večji in zaradi tega je potrošnik v primeru negativnega odgovora turistične agencije postavljen pred dilemo ali naj se ukloni mnenju turistične agencije ali naj tvega dodatne stroške in čas.

## **SKLEP**

Turistični delavci so izvajalci storitev, zato so v stalni interakciji z gosti, ki pričakujejo kakovostno ponudbo, strokovnost, vljudnost, urejenost, predvsem pa prijaznost. Zadovoljen gost s pohvalo in priporočilom privabi ljudi tja, kjer je bil zadovoljen tudi sam. Nasprotna brezplačni promociji je negativna kritika, katere učinek je težje popraviti, saj zahteva več truda in finančnih sredstev.

Obstaja tesna medsebojna soodvisnost med organizatorji potovanj, turističnimi agencijami, hoteli, transportnimi podjetji, zato je nujno potrebno dosledno izvrševanje pogodbenih obveznosti, saj se s tem izognemo množici pritožb. S tem ne samo utrjujemo, temveč tudi širimo dobro ime organizacije.

Uspešnost turističnih agencij je odvisna predvsem od njihovega ugleda, katerega je veliko lažje izgubiti kot pridobiti. Zaradi tega organizacije raje poudarjajo svoje prednosti in prikrivajo morebitne pomanjkljivosti. Reklamacije imajo še vedno negativen pomen in z njihovim javnim razkrivanjem lahko agencije izgubijo zaupanje potrošnikov. To je lahko tudi eden od razlogov za neodziv turističnih organizacij na mojo prošnjo za sodelovanje v

analizi – diplomska dela so namreč javno objavljena. Popolnoma drug vidik reklamacije se pokaže, če se obravnava reklamacijo v pozitivnem smislu, in sicer kot priložnost za izboljšanje ponudbe.

Poznavanje obveznosti ter zaznavanje kršitev s strani turističnih podjetij je lažje, če se potrošniki zavedajo svojih pravic. Za tovrstno izobraževanje in ozaveščanje skrbijo potrošniške organizacije, med katerimi ima najpomembnejšo vlogo ZPS, ki z različnimi akcijami in analizami potrošnike neprestano osvešča. V povezavi s tem ima lahko javna objava podatkov o reklamacijah še eno negativno posledico za turistične organizacije - potencialni potrošniki, ki se želijo okoristiti z neupravičenim vlaganjem pritožb, pridobijo dodatne informacije, tako da je reklamacija napisana bolj prepričljivo. Več kot ima potrošnik informacij, bolj zna uveljavljati svoje pravice, ko so le-te kršene, iz česar sledi več pritožb ter s tem stroškov organizaciji. Drugo vprašanje pa je seveda, ali so potrošniki (kot šibkejša pogodbeni stranka) pripravljeni vlagati tožbe, ki se jo lahko razume kot neke vrste drugostopenjsko reklamacijo, saj so s sodnimi postopki povezani veliki stroški.

Cilj diplomskega dela je bil raziskati, kako se turistična podjetja soočajo s pritožbami in reklamacijami gostov. Ugotovljena je bila popolna nepripravljenost turističnih organizacij za sodelovanje v analizi. O razlogih za nesodelovanje se lahko le ugiba. Razlogov, da se niso odzvali, je lahko več; upamo lahko le, da to ne pomeni, da reklamacije strank za te organizacije niso relevantne ter da jih pri svojem delu vseeno upoštevajo. Kot je bilo ugotovljeno v primeru reklamacije stranke turistični agenciji, ki je sklenila pogodbo za *all inclusive* počitnice v Rabcu na Hrvaškem (hotel Narcis), kjer je ZPS ugotovila, da so tudi v naslednjem letu ponujali isto storitev, kot je bila reklamirana, se lahko podvomi tudi v trditve, da turistična podjetja reagirajo na reklamacije svojih strank. Za potrditev katere koli izmed naštetih subjektivnih razlogov bi bilo potrebno izvesti dodatno analizo, v kateri bi bilo obvezno sodelovanje deležnikov turističnih podjetij.

Morda bi lahko na tem mestu podala predlog turističnim organizacijam, naj same javno objavijo podatke o prejetih reklamacijah in o odzivih na te reklamacije. Reklamacijam navkljub bi namreč podjetje izpostavilo namero, da razrešuje težave svojih potrošnikov, kar bi (potencialne) potrošnike morda celo dodatno motiviralo, da sklenejo pogodbo s tem podjetjem. Za potrditev ali zavrnitev te trditve bi bilo potrebno izvesti raziskavo na vzorcu potrošnikov, kjer bi se ugotavljalo, ali bi aktivno razreševanje reklamacij in izvajanje preventivnih ukrepov organizaciji s statistično verjetnostjo privabilo dodatne potrošnike. Seveda je javno izpostavljanje reklamacij (predvsem njihovega razreševanja) mogoče razumeti tudi kot pripravljenost organizacije, da aktivno deluje z namenom zadovoljevanja želja in zahtev potrošnikov.

Na osnovi diplomskega dela (študije primerov) lahko domnevam, da turistične agencije v povezavi z morebitnimi reklamacijami pogosto špekulirajo, saj vedo, da se potrošniki verjetno ne bodo pritožili in tudi če se, se turističnim agencijam cenovno bolj splača soočiti s pritožbo, kot odpraviti kršitve oziroma iskati novega poslovnega partnerja. Pri tem jim je



v prid tudi racionalno obnašanje potrošnika, ko se ne odloči za tožbo, saj so stroški neuspele tožbe zelo visoki v primerjavi z vplačanim zneskom aranžmaja. To vprašanje bi bilo vsekakor zanimivo analizirati in morebiti potrditi, vendar bi tovrstna analiza zahtevala predvsem dobre povezave z deležniki v turističnih podjetjih, da bi bilo sploh možno pridobiti relevantne podatke.

Turistične organizacije morajo pri svojem poslovanju zasledovati glavni cilj. To je zadovoljstvo potrošnikov. Ta cilj pa je mogoče doseči le s poštenim odnosom do potrošnikov ter s preverjeno in kakovostno ponudbo.

## LITERATURA IN VIRI

1. Brezovec, A., & Nemeč Rudež, H. (2009). *Marketing v turizmu: izhodišča za ustvarjalno razmišljanje in upravljanje*. Portorož: Fakulteta za turistične študije – Turistica.
2. Devetak, G., & Vukovič, G. (2002). *Marketing izobraževalnih storitev: intelektualna lastnina, zadovoljstvo odjemalcev, strategije, poslovna odličnost, benchmarking, metodologija raziskovanja, elektronsko poslovanje, ustvarjalnost*. Kranj: Modrena organizacija.
3. Drol Novak, Ž. (2011). Ali se lahko zanesemo na ponudbo v katalogih. *VIP: revija za vzgojo in informiranje potrošnikov*, 21(5), 4-9.
4. Florjančič, J., Ferjan, M., & Bernik, M. (1999). *Planiranje in razvoj kadrov*. Kranj: Modrena organizacija.
5. Gomišček, B., & Žvab, N. (2006). Reklamacija kot dejavnik izboljševanja kakovosti storitev v turizmu. Management sprememb. *Zbornik 25. mednarodne konference o razvoju organizacijskih znanosti* (str. 994, 995). Portorož: organizator.
6. Kotler, P. (2004). *Management trženja*. Ljubljana: GV Založba.
7. Kotler, P., Bowen J. T., & Makens, J. C. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
8. Mihalič, T. (2001). *Poslovanje in ekonomika turističnih podjetij*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
9. Mihalič, T. (2003). *Turistična podjetja: poslovanje in ekonomika turističnih agencij in gostinskih podjetij*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
10. Mihalič, T. (2005). *Vodnik po ekonomiki turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. Obligacijski zakonik. *Uradni list RS št. 97/2007-UPB1*.
12. Pauko, F. (1984). *Integralni turistični marketing*. Maribor: Visoko ekonomsko komercialna šola.
13. Pavliha, M., & Vlačič P. (2007). *Prevozno pravo. Pogodbe o prevozu tovora, potnikov in prtljage*. Ljubljana: GV Založba.
14. Planina, J., & Mihalič, T. (2002). *Ekonomika turizma*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
15. Potočnik, V. (1998). *Uvod v trženje storitev: Uverza v Ljubljani*: Ekonomska fakulteta.
16. Potočnik, V., & Umek, A. (2004). *Trženje storitev s primeri iz prakse*. Ljubljana: GV Založba.
17. Pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih obratov. *Uradni list RS št. 62/2008 (80/2008 popr.), 115/2008, 72/2009*.
18. Reklamacija. (2000). *V Slovarju slovenskega knjižnega jezika*. Najdeno 11. julija 2012 na spletnem naslovu <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html>
19. Sektor za varstvo potrošnikov in trgovino. (b.l.) Najdeno 1. julija 2012 na spletnem naslovu

- [http://www.mgrt.gov.si/si/delovna\\_podrocja/notranji\\_trg/sektor\\_za\\_varstvo\\_potrošnikov\\_in\\_trgovino/](http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/notranji_trg/sektor_za_varstvo_potrošnikov_in_trgovino/)
20. Tavčar, M. (2000). *Strategija trženja*. Koper: Visoka šola za management.
  21. Turistična gostinska zbornica Slovenije. (2010). Posebne ušance v gostinstvu in turizmu. Najdeno 20. julija 2012 na spletnem naslovu [http://www.ponudba-obrti.com/upload/files/Posebne\\_uzance\\_v\\_gostinstvu\\_in\\_turizmu.pdf](http://www.ponudba-obrti.com/upload/files/Posebne_uzance_v_gostinstvu_in_turizmu.pdf)
  22. Turistična gostinska zbornica Slovenije. (2012). Uveljavljanje odškodnine upravičeno nezadovoljnim turistom. Najdeno 12. julija 2012 na spletnem naslovu [http://www.gzs.si/slo/panoge/turisticno\\_gostinska\\_zbornica\\_slovenije/frankfurtska\\_tabela\\_samo\\_za\\_clane\\_tgz\\_slovenije\\_/22854](http://www.gzs.si/slo/panoge/turisticno_gostinska_zbornica_slovenije/frankfurtska_tabela_samo_za_clane_tgz_slovenije_/22854)
  23. Uradni list RS. (b.l.). Tarife. Najdeno 20. avgusta 2012 na spletnem naslovu [http://www.uradni-list.si/files/RS\\_-2010-022-00966-OB~P001-0000.PDF](http://www.uradni-list.si/files/RS_-2010-022-00966-OB~P001-0000.PDF)
  24. *Varstvo potrošnikov*. (b.l.). Najdeno 3. julija 2012 na spletnem naslovu <http://www.ti.gov.si/>
  25. Zakon o gostinstvu. *Uradni list RS* št. 93/2007.
  26. Zakon o varstvu potrošnikov. *Uradni list RS* št. 98/2004-UPB2, 46/2006 Odl.US: U-I-218/04-31, 126/2007, 86/2009, 78/2011.
  27. Zakon o spodbujanju razvoja turizma. *Uradni list RS* št. 2/2004, 57/2012.
  28. Zveza potrošnikov Slovenije. (2012a). *Pritožbe v letu 2009* (interno gradivo). Ljubljana: Zveza potrošnikov Slovenije.
  29. Zveza potrošnikov Slovenije. (2012b). *Število prejetih in obravnavanih pritožb* (interno gradivo). Ljubljana: Zveza potrošnikov Slovenije.
  30. Žnidaršič, T. (2008). Rezultati akcije "Turistične agencije na očeh javnosti". *VIP: revija za vzgojo in informiranje potrošnikov*, 18(5), 9.
  31. Žnidaršič, T. (2009). Turistične agencije - kako izbrati pravo. *VIP: revija za vzgojo in informiranje potrošnikov*, 19(5), 5-9.



## **PRILOGE**



## **KAZALO PRILOG**

Priloga 1: Frankurtska tabela odškodnin zaradi pomanjkljivosti izvedbe turističnih aranžmajev.....	1
Priloga 2: Pritožbe v letu 2009.....	5
Priloga 3: Število prejetih in obravnavanih pritožb.....	14





Priloga 1: Frankurtska tabela odškodnin zaradi pomanjkljivosti izvedbe turističnih aranžmajev

Tabela 1: Frankurtska tabela

	<b>Pomanjkljivost</b>	<b>% cene za povračilo</b>	<b>Opombe</b>
<b>I. Namestitev</b>			
1.	Odmaknjenost od rezerviranega objekta	10-25	glede na oddaljenost
2.	Spremenjena lokacija (oddaljenost od plaže)	5-15	
3.	Sprememba nastanitve v rezerviranem hotelu (hotel namesto bungalova, drugo nadstropje)	5-10	
4.	Spremenjen tip sobe a/ dvoposteljna soba namesto enoposteljne b/ troposteljna soba namesto enoposteljne c/ troposteljan soba namesto dvoposteljne d/ štiriposteljna soba namesto dvoposteljne	20 25 20-25 20-30	odločilno je, ali so skupaj nameščene osebe iz iste skupine (se poznajo) ali so si tuji
5.	Pomanjkljivosti sobe a/ premajhna površina b/ ni balkona c/ ni pogleda na morje d/ ni lastne kopalnice in stranišča e/ ni lastnega stranišča f/ ni lastnega tuša g/ ni klimanaprave h/ ni radia/televizije i/ manjka oprema j/ poškodbe (razpoke, vlaga, , itd...) k/ mrčes	5-10 5-10 5-10 15-25 15 10 10-20 5 5-15 10-50 10-50	glede na obljubljeni in letni čas glede na obljubljeni glede na rezervacijo  glede na rezervacijo glede na obljubljeni in letni čas glede na obljubljeni
6.	Izpad delovanja oskrbovalnih naprav (komunalnih/energetskih) a/ stranišča b/ topolovoda/bojlerja c/ elektrike/plina d/ vode e/ klimatske naprave f/ dvigala	15 15 10-20 10 10-20 5-10	glede na letni čas glede na nadstropje
7.	Servisne službe a/ popolni izpad b/ slabo čiščenje c/ nezadostno menjavanje perila (posteljnine, brisač)	25 10-20 5-10	
8.	Moteči elementi a/ hrup podnevi b/ hrup ponoči c/ smrad	5-25 10-40 5-15	
9.	Ni (obljubljenih) zdravstvenih naprav/storitev (termalna kopel, masaža)	20-40	glede na obljubljeni paket (na primer "zdravilne počitnice")
<b>II. Oskrba</b>			
1.	Popolni izpad	50	
2.	Vsebinske pomanjkljivosti a/ enoličen jedilnik b/ ne dovolj tople jedi c/ pokvarjene (neuzitne) jedi	5 10 20-30	

se nadaljuje

nadaljevanje

	<b>Pomanjkljivost</b>	<b>% cene za povračilo</b>	<b>Opombe</b>
3.	Servis a/ samopostrežba (namesto natakarjev) b/ dolgi čakalni časi c/ obroki v izmenah d/ umazane mize e/ umazana posoda (krožniki, kozarci, pribor, ...)	10-15 5-15 10 5-10 10-15	
4.	Ni klimanaprave v jedilnici	5-10	glede na obljubljeno
<b>III. Ostalo</b>			
1.	Ni bazena oziroma je umazan	10-20	glede na obljubljeno
2.	Ni pokritega bazena a/ kadar je zunanji bazen b/ kadar ni zunanjega bazena	10 20	glede na obljubljeno glede na uporabnost v letnem času
3.	Ni savne	5	glede na obljubljeno
4.	Ni tenis igrišča	5-10	glede na obljubljeno
5.	Ni mini-golfa	3-5	glede na obljubljeno
6.	Ni jadralne šole, šole deskanja, potapljaške šole	5-10	glede na obljubljeno
7.	Ni možnosti jahanja	5-10	glede na obljubljeno
8.	Ni otroškega varstva	5-10	glede na obljubljeno
9.	Ni možnosti kopanja v morju	10-20	glede na propagandni prospekt in dopustne možnosti za izognitev
10.	Umazana plaža	10-20	
11.	Ni ležalnikov in sončnikov	5-10	glede na obljubljeno
12.	Ni bistroja ali bara na plaži	0-10	glede na nadomestne možnosti
13.	Ni nudistične plaže	10-20	glede na obljubljeno
14.	Ni restavracije ali supermarketa a/ pri hotelski oskrbi b/ pri samooskrbi	0-5 10-20	glede na propagandni prospekt in dopustne možnosti za izognitev
15.	Ni zabave (disko, nočni klub, kino, animator)	5-15	glede na obljubljeno
16.	Ni botikov ali trgovinske ulice	0-5	glede na dopustne možnosti za zognitev
17.	Izpad izleta v pokrajino pri križarjenjih	20-30	sorazmerni delež glede na ceno paketa za dan namenjen izletu
18.	Pomanjkljivo vodenje potovanja a/ slaba organizacija b/ pri ogledih c/ pri študijskih potovanjih z znanstvenim vodstvom	0-5 10-20 20-30	glede na obljubljeno
19.	Izguba časa zaradi nujnih selitev a/ v istem hotelu b/ v drugi hotel		sorazmerni delež glede na ceno paketa za: 1/2 dneva  1 dan

se nadaljuje

nadaljevanje

	<b>Pomanjkljivost</b>	<b>% cene za povračilo</b>	<b>Opombe</b>
<b>IV. Prevoz</b>			
1.	Za več kot 4 ure preložen polet	5	sorazmerni delež glede na ceno paketa za dan za vsako nadaljno uro
2.	Pomanjkljivi standard prevoza a/ nižji razred b/ občutno odstopanje od normalnega standarda	10-15 5-10	
3.	Storitve a/ oskrba b/ v letalu ni za razred običajnega razvedrila (radio, film, , itd...)	5 5	
4.	Zamenjava prevoznega sredstva		sorazmerni delež cene prevozov v paketu glede na trajanje zamud
5.	Ni prevoza z letališča/kolodvora v hotel		stroški nadomestnega prevoza

*Vir: Turistična gostinska zbornica Slovenije, 2012.*

#### **Pojasnila in obrazložitve tabele** (Turistična gostinska zbornica Slovenije, 2012):

1./ Majhnih pomanjkljivosti se ne upošteva.

2./ Natančna določitev procenta odškodnine je načeloma odvisna od jakosti pomanjkljivosti. Ta je praviloma neodvisna od osebnih lastnosti posameznega turista (starost, spol, posebna občutljivost, posebna neobčutljivost). Izjeme so:

a/ kadar je organizator potovanja o posebnih lastnostih oziroma pomanjkljivostih posameznega turista seznanjen ob rezervaciji aranžmaja, se lahko pri posebno velikih pomanjkljivostih izvedbe aranžmaja, posamezni znesek iz tabele in najvišji možni procent odškodnine poviša za 50%;

b/ pri pomanjkljivostih iz skupine III. ni povračil, če pomanjkljivost za turista očitno oziroma dokazano ni obstojala.

3./ Procent odškodnine se načeloma določa od celotne cene aranžmaja (vključno s stroški prevoza).

a/ V kolikor je pomanjkljivost v celotnem času izvedbe turističnega aranžmaja nastopila le začasno ziro (v delu aranžmaja), se za odškodnino (znižanje cene aranžmaja) kot osnova upošteva cena paketa zaračunana le za ustreznih čas/del pomanjkljivosti.

b/ V izjemnih primerih (manjše pomanjkljivosti v tabeli do ranga največ 10%) se lahko odškodnine ne upošteva, če se to v celotni strukturi - ceni aranžmaja praktično ne pozna.

c/ Pri sestavljenih aranžmajih (na primer krožna potovanja z vključenim počitniškim bivanjem), pri katerih je vsaj del aranžmaja rezerviran ločeno, se zmanjševanje (odškodnina) izračuna iz ustreznega dela aranžmaja, na katerega se nanaša pomanjkljivost.

Pri tem ostaneta številka 3.b in številka 5. nespremenjeni.

4./ Kadar se uveljavlja več pomanjkljivosti se procenti odškodnin seštevajo. A le do določene meje:

a/ Kadar so predmet pogodbe storitve prenočitve in polnega penziona, naj seštevki znotraj posamezne skupine storitev ne preseže naslednjih skupnih procentov:

Skupina I (namestitev): 50 %

Skupina II (oskrba): 50 %

Skupina III (ostalo): 30 %

Skupina IV (prevoz): 20 %

b/ Kadar so predmet pogodbe storitve prenočitve in polpenziona, se odškodnine v tabeli v skupini I zvišajo za 1/4 - 25% (z izjemo postavke 1.1), v skupini II pa se znižajo za 1/4 - 25%. Pri tem naj se upošteva naslednje skupne zneske procentov, ki se naj jih znotraj posamezne skupine storitev ne preseže:

Skupina I (namestitev): 62.5 %

Skupina II (oskrba): 37.5 %

Skupina III (ostalo): 30.0 %

Skupina IV (prevoz): 20.0 %

c/ Kadar so predmet pogodbe storitve prenočitve in zajtrka, se odškodnine v tabeli v skupini I zvišajo za 2/3 - 66.6% (z izjemo postavke 1.1), v skupini II pa se znižajo za 2/3 - 66.6%. Pri tem naj se upošteva naslednje skupne zneske procentov, ki se naj jih znotraj posamezne skupine storitev ne preseže:

Skupina I (namestitev): 83.3 %

Skupina II (oskrba): 16.7 %

Skupina III (ostalo): 30.0 %

Skupina IV (prevoz): 20.0 %

d/ Kadar so predmet pogodbe storitve prenočitve (brez oskrbe) se odškodnine v tabeli v skupini I zvišajo za 100% (z izjemo postavke 1.1). V posameznih primerih je lahko skupni znesek odškodnine v skupini I do 100%. Za skupino III. ostane skupni znesek 30% in za skupino IV. ostane skupni znesek 20%.

5./ Kadar je celotni aranžma zaradi pomanjkljivosti ene same storitve ali zaradi kršitev dolžnosti po krivdi organizatorja potovanja občutno okrnjen, se lahko turistom povrne znesek odškodnine iz tabele v celotni ali delni ceni potovanja - glede na v številki 2. in 3.a predvidene določbe v zvezi s trajanjem pomanjkljivosti.

6./ Šesta točka govori o možnostih odpovedi celotnega aranžmaja in povračilu celotne cene/vseh stroškov, v skladu z nemško zakonodajo.

Priloga 2: Pritožbe v letu 2009

Tabela 2: Pritožbe v letu 2009

<b>Turistična agencija</b>	<b>Število prejetih pritožb</b>	<b>Vzrok za pritožbo</b>	<b>Rešitev</b>	<b>Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)</b>	<b>Pojasnilo turistične agencije</b>
<b>ATLAS AIR TOURS d.o.o.</b> Pražakova 4, Ljubljana	<b>2</b>	Pomanjkljivosti pri nastanitvi, umazanija, smrad, umazana plaža, neprimeren odnos predstavnika agencije, neprimerno vodenje in organizacija  (Tunizija, Djerba in safari)	Agencija na pritožbo ni odgovorila	Neprimeren odnos agencije	Predstavništvu agencije ni bilo mogoče posredovati vprašalnika
		Spremenjena lokacija, nižja kategorija, pomanjkljivosti sobe, izpad delovanja naprav, neprimeren odnos osebja, zamuda letala  (Turčija, Kemer)	Agencija na pritožbo ni odgovorila	Primeren odnos agencije posrednika	Predstavništvu agencije ni bilo mogoče posredovati vprašalnika
<b>COLUMBUS d.o.o.</b> Vita Kraigherja 5, Maribor	<b>1</b>	Moteči elementi; ves čas močan veter  (Mauricius)	Pritožba je bila zavržena	Zelo neprimeren odnos agencije, saj naj potnikov predhodno ne bi seznanila z vremenskimi pogoji na otoku	Agencija je pojasnila, da je potnike ustrezno seznanila o destinaciji
<b>DOBER DAN TURIZEM d.o.o.</b> Stanetova 6, Celje	<b>1</b>	Sprememba nastanitve  (Hrvaška, Hvar – hotel Jelsa)	Agencija je pritožbo zavrnila	Zelo neprimeren pristop k reševanju pritožbe zaradi neprimerne odnosa pri obravnavanju pritožbe	Z agencijo ni bilo mogoče vzpostaviti kontakta

se nadaljuje

nadaljevanje

Turistična agencija	Število prejetih pritožb	Vzrok za pritožbo	Rešitev	Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)	Pojasnilo turistične agencije
<b>DOPUST d.o.o.</b> Ivana Pengova 22, Domžale	1	O spremembi programa so bili potniki obveščeni 2 dni pred odhodom, zaračunali še dodatne stroške  (Egipt – Križarjenje po Nilu in Hurgada)	Agencija se na pritožbo ni odzvala	Zelo neprimeren, ni bilo mogoče vzpostaviti kontakta z agencijo	Z agencijo ni bilo mogoče vzpostaviti kontakta
<b>INTELEKTA</b> Prežihova 5, Murska Sobota	2	Izredno slaba čistoča, neprimeren odnos osebja, slaba oskrba s hrano in pijačo, slaba postrežba, skrajšanje trajanja aranžmaja, zamuda leta za več kot 4 ure  (Tunizija, Djerba – hotel El Mouradi) ----- Nižja kategorija namestitve, slabo čiščenje, neprimerna plaža, neprimeren odnos osebja, pomanjkljivo vodenje  (Grčija, Kos)	Agencija je pritožbo zavrnila  ----- Agencija je pritožbo zavrnila	Zelo neprimeren odnos, pomanjkljiv odgovor na pritožbo  ----- Zelo neprimeren	Agencija navaja, da potniki niso izbrali hotela iz njihovega kataloga, ampak hotel, ki ga agencija ne oglašuje  ----- Agencija se ne strinja z navedbami potnikov, meni, da morajo potniki svoja pričakovanja prilagoditi ceni aranžmaja
<b>KOMPAS d.d.</b> Pražakova 4, Ljubljana	6	Pomanjkljivosti pri nastanitvi; smrad v hotelski sobi, umazana plaža in morje  (Tunizija, Djerba – hotel Vincci Djerba Resort)	Agencija na pritožbo ni odgovorila	Zelo neprimeren odnos, potrošnik ni prejel odgovora na pritožbo	Agencija pojasnjuje, da pritožbe potnika zaradi tehničnih težav ni prejela. Obravnavala jo je naknadno in potrošniku priznala vračilo 150€

se nadaljuje

nadaljevanje

Turistična agencija	Število prejetih pritožb	Vzrok za pritožbo	Rešitev	Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)	Pojasnilo turistične agencije
		<p>----- Doplačilo za ogled, ki ni bilo vnaprej predvideno  (izlet v Gardaland, Italija)</p> <p>----- Pri <i>all inclusive</i> ponudbi je bilo potrebno plačati vso pijačo, navodila in letalske karte so bile v italijanskem jeziku, pomanjkljivo vodenje  (Zanzibar)</p> <p>----- Nižja kategorija od navedene, pomanjkljivosti pri namestitvi, mrzla hrana, napačno navedena oddaljenost hotela od mesta in od plaže, neposredna bližina mošeje  (Turčija, Alanya)</p>	<p>----- Agencija na pritožbo ni odgovorila</p> <p>----- Agencija je pritožbo zavrnila</p> <p>----- Agencija je pritožbo zavrnila</p>	<p>----- Neprimeren odnos</p> <p>----- Zelo neprimeren odnos</p> <p>----- Zelo neprimeren odnos</p>	<p>----- Agencija pojasnjuje, da je pritožbo obravnavala dlje, vendar je potnikom razliko v doplačilu vrnila</p> <p>----- Agencija pojasnjuje, da so potniki splošna obvestila z vsem podatki prejeli tudi v slovenskem jeziku. Glede doplačila pijače pa ni prejela dokazil o dodatnih stroških, niti zapisnika predstavnika o pritožbi v kraju letovanja</p> <p>----- Agencija pojasnjuje, da so o hotelu podali korektne informacije, tako glede lokacije kot prehrane</p>

se nadaljuje

nadaljevanje

Turistična agencija	Število prejetih pritožb	Vzrok za pritožbo	Rešitev	Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)	Pojasnilo turistične agencije
		<p>-----</p> <p>Pomanjkljivosti pri nastanitvi: neprimerna kopalnica, nočni hrup, izpad ekskurzij in animacij, zamude pri ogledih</p> <p>(Karibi – križarjenje)</p> <p>-----</p> <p>Sprememba programa potovanja, neprimeren odnos predstavnika agencije, niso prejeli povratnih letalskih kart, zato so morali sami plačati povratni let, ni bil organiziran prevoz od letališča do hotela, čeprav je bil obljubljen...</p> <p>(Španija, Mijas)</p>	<p>-----</p> <p>Agencija je pritožbo zavrnila</p> <p>-----</p> <p>Ni podatka o tem, kako je bila pritožba rešena</p>	<p>-----</p> <p>Neprimeren odnos agencije, več kot 2 meseca za reševanje pritožbe</p> <p>-----</p> <p>Neprimeren odnos agencije</p>	<p>-----</p> <p>Agencija pojasnjuje, da so pričakovanja potnikov različna ter da so izleti potekali v skladu s programom, do zamud je prihajalo le zaradi naravnih pogojev</p> <p>-----</p> <p>Agencija se je za vse nevedčnosti opravičila</p>
<p><b>OASIS TOURS d.o.o.</b>            Čopova 5a,            Ljubljana</p> <p>(Relax Turizem)</p>	<p>2</p>	<p>Hrup in smrad (Tunizija – Yasmin Hammamet)</p>	<p>Pritožba je bila zavrnjena</p>	<p>Zelo neprimeren odnos agencije, saj ni upoštevala pritožb potnikov predstavnik u agencije v kraju letovanja</p>	<p>Agencija trdi, da potrošnica pritožne v kraju letovanja ni podala na predpisan način, zato kasneje njene pisne pritožbe ni upoštevala</p>

se nadaljuje



nadaljevanje

<b>Turistična agencija</b>	<b>Število prejetih pritožb</b>	<b>Vzrok za pritožbo</b>	<b>Rešitev</b>	<b>Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)</b>	<b>Pojasnilo turistične agencije</b>
		----- Pomanjkljivosti pri nastanitvi, hrup, neprimeren odnos osebja, slaba oskrba s hrano in pijačo  (Tunizija – Djerba)	----- Pritožba zavržena	----- Zelo neprimeren odnos agencije, saj ni upoštevala pritožb potnikov predstavnik u agencije v kraju letovanja	----- Agencija se ne strinja z navedbami potrošnice v pritožbi
<b>TGT 56 – ODISEJ d.o.o.</b> Maistrov trg 2, Kranj	<b>1</b>	Odpoved aranžmaja zaradi nenadne bolezni  (Grčija, Kos)	Agencija je pritožbo zavrnila	Neprimeren odnos pri reševanju	Agencija na vprašalnik ni podala pojasnil
<b>PALMA d.o.o.</b> Lilekova 5, Celje	<b>2</b>	Nižja kategorija, izpad delovanja naprav, hrup zaradi bližine letališča, slabša oskrba s hrano in pijačo  (Tunizija, Monastir)	Agencija je pritožbo delno upoštevala	Neprimeren odnos agencije	Agencija na vprašalnik ni podala dodatnih pojasnil
		----- Pomanjkljivosti pri nastanitvi, slabša oskrba s hrano in pijačo  (Tunizija, Gammarth)	----- Agencija je pritožbo zavrnila	----- Zelo neprimeren odnos agencije	----- Agencija na vprašalnik ni podala dodatnih pojasnil
<b>RELAX TURIZEM d.o.o.</b> Mreža 10, Dravograd	<b>3</b>	Pomanjkljivosti pri nastanitvi, izpad delovanja naprav, umazana plaža, slabša oskrba s hrano in pijačo  (Turčija, Belek)	Agencija je pritožbi naknadno ugodila in potnikom pa priznala 25% znižanje aranžmaja	Zelo neprimeren odnos agencije	Agencija je potnikom priznala delno vračilo aranžmaja

se nadaljuje

nadaljevanje

Turistična agencija	Število prejetih pritožb	Vzrok za pritožbo	Rešitev	Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)	Pojasnilo turistične agencije
		<p>-----</p> <p>Nižja kategorija namestitve, plesen v sobi, slabo čiščenje, izpad elektrike, nedelovanje klime,</p> <p>(Turčija, Belek)</p> <p>-----</p> <p>Spremenjena lokacija, pomanjkljivosti pri nastanitvi, ni bilo otroškega bazena, mini kluba, zamuda leta za več kot 4 ure</p> <p>(Grčija, Kreta – Ierapetra)</p>	<p>-----</p> <p>Agencija je pritožbi ugodila in potnikom priznala 25% znižanje aranžmaja</p> <p>-----</p> <p>Agencija je pritožbi ugodila in potnikom priznala 35% znižanje aranžmaja</p>	<p>-----</p> <p>Neprimeren odnos agencije</p> <p>-----</p> <p>Neprimeren odnos agencije</p>	<p>-----</p> <p>Agencija je potnikom priznala delno vračilo aranžmaja</p> <p>-----</p> <p>Agencija je potnikom priznala delno vračilo aranžmaja</p>
<p><b>SKI &amp; FUN</b> Jalnova 70, Ljubljana</p>	<p><b>3</b></p>	<p>Slabša nastanitev od obljubljenе, smuka zaradi izrednih vremenskih razmer ni bila možna</p> <p>(Italija, Falcade)</p> <p>-----</p> <p>Nedelovanje smučarskih naprav zaradi slabega vremena</p> <p>(Italija, Arabba)</p> <p>-----</p> <p>Pomanjkljivosti pri nastanitvi, izpad elektrike, puščanje vode</p> <p>(Francija, Risoul)</p>	<p>Agencija je pritožbo delno upoštevala</p> <p>-----</p> <p>Agencija je pritožbo zavrnila</p> <p>-----</p> <p>Agencija je pritožbo zavrnila</p>	<p>Primeren odnos agencije pri reševanju pritožbe</p> <p>-----</p> <p>Zelo neprimeren</p> <p>-----</p> <p>Neprimeren</p>	<p>Agencija ni posredovala dodatnih pojasnil</p> <p>-----</p> <p>Agencija ni posredovala dodatnih pojasnil</p> <p>-----</p> <p>Agencija ni posredovala dodatnih pojasnil</p>

se nadaljuje

nadaljevanje

<b>Turistična agencija</b>	<b>Število prejetih pritožb</b>	<b>Vzrok za pritožbo</b>	<b>Rešitev</b>	<b>Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)</b>	<b>Pojasnilo turistične agencije</b>
<b>SONČEK d.o.o.</b> Glavni trg 17, Maribor  <b>(Gulet)</b>	<b>3</b>	Nižja kategorija namestitve od obljubljenе, pomanjkljivosti pri namestitvi, neprimeren odnos osebja, neprimeren odnos predstavnika agencije  (Italija, Sardinija)	Agencija je pritožbo zavrnila	neprimeren, niso nudili pomoči pri pritožbi v kraju letovanja	Agencija se ne strinja z navedbami potnikov
		Sprememba programa in skrajšanje trajanja aranžmaja, sprememba prevoznega sredstva in zamuda leta  (Maldivi, Sun Island)	Agencija je pritožbi delno ugodila	Zelo neprimeren	Agencija je sporočila, da so potnikom pomagali pri reševanju reklamacije z letalskim prevoznikom
		Pomanjkljivosti pri nastanitvi, moteči elementi, neprimeren odnos osebja, (Maldivi, Kuredu)	Agencija je pritožbo zavrnila	Zelo neprimeren	Agencija je potnike namestila na drugo lokacijo
<b>SUN HOLIDAYS d.o.o.</b> Kopališka 4, Ljubljana	<b>1</b>	Nižja kategorija in pomanjkljivosti pri nastanitvi, slabša oskrba s hrano in pijačo, neprimeren odnos vodiča  (Grčija, Kos)	Agencija je pritožbi delno ugodila	Neprimeren odnos agencije	Agencija ni posredovala dodatnih pojasnil
<b>SUPRA TRAVEL</b> Slovenska 6, Ljubljana	<b>1</b>	Sprememba lokacije in nižja kategorija namestitve, slabša oskrba s hrano in pijačo  (Madžarska, Budimpešta)	Ni podatka o rešitvi pritožbe	Zelo neprimeren odnos	Agencija ni posredovala dodatnih pojasnil
<b>TERME SPA ROGAŠKA</b>	<b>1</b>	Pomanjkljivosti sobe glede na obljubljeno, izpad delovanja naprav  (Hotel Strossmayer)	Pritožbi je bilo v celoti ugodeno	Zelo korekten odnos	Dodatna pojasnila niso bila podana

se nadaljuje

nadaljevanje

Turistična agencija	Število prejetih pritožb	Vzrok za pritožbo	Rešitev	Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)	Pojasnilo turistične agencije
<b>TRUD d.o.o.</b> Krekov trg 1, Ljubljana	<b>1</b>	Nižja kategorija namestitve, pomanjkljiv standard prevoza  (Etiopija: krožna pot)	Agencija je pritožbo zavrnila	Zelo neprimeren odnos agencije do pritožb potnikov	Agencija je pojasnila, da je bil zagotovljen najboljši standard kar ga ta država ponuja. Naknadno je po posredovanju tržne inšpekcije potnikom vrnila del zneska
<b>TUI potovalni center d.o.o.</b> Glavni trg 17, Maribor (Gulet)	<b>3</b>	Pomanjkljivosti pri nastanitvi, izpad delovanja naprav, slabša oskrba s hrano in pijačo, pomanjkljiv standard prevoza  (Grčija, Kreta - Amoudara) ----- Nižja kategorija namestitve, pomanjkljivosti pri nastanitvi, izpad delovanja naprav, slabša oskrba s hrano in pijačo, izpad ogleda, pomanjkljiv standard prevoza  (Turčija, Antalya) ----- Hotel predstavljen kot popolnoma obnovljen, kar pa ni držalo, pomanjkljivosti pri nastanitvi, slabša postrežba hrane in pijače, neprimeren odnos predstavnika agencije  (Grčija, Rodos – Faliraki)	Agencija na pritožbo ni odgovorila  ----- Agencija na pritožbo ni odgovorila  ----- Agencija je pritožbo zavrnila	Neprimeren odnos agencije, ker ni odgovorila na pritožbo  ----- Neprimeren odnos agencije, saj razmer ob po pritožbi v kraju letovanja niso poskušali izboljšati  ----- Zelo neprimeren odnos agencije, saj so na pritožbo podali le pavšalne navedbe	Agencija pojasnjuje, da je naknadno potnikom ponudila vračilo v višini 80€  ----- Agencija pojasnjuje, da je naknadno potnikom ponudila vračilo v višini 45€  ----- Agencija pojasnjuje, da je naknadno potnikom ponudila vračilo v višini 340€

se nadaljuje

nadaljevanje

<b>Turistična agencija</b>	<b>Število prejetih pritožb</b>	<b>Vzrok za pritožbo</b>	<b>Rešitev</b>	<b>Odnos turistične agencije pri reševanju pritožbe (ocena potrošnika)</b>	<b>Pojasnilo turistične agencije</b>
<b>TUŠ POTOVANJA</b>  (Organizator potovanja TA Sonček)	<b>1</b>	Sprememba programa, izpad ogledov zaradi zaprtja gradov, neprimeren odnos vodiča  (Češka – gradovi)	Agencija je pritožbo zavrnila	Neprimeren odnos	Organizator potovanja je pojasnil, da so bili potniki na poti obveščeni o spremembi programa, organiziran je bil nadomestni ogled samostana
<b>VARD CELJE</b> Stanetova 4, Celje	<b>1</b>	Sprememba lokacije, spremembe programa potovanja, slabša oskrba s hrano in pijačo  (Egipt – Hurgada)	Agencija je pritožbo zavrnila	zelo neprimeren odnos	Agencija ni posredovala dodatnih pojasnil

*Vir: Interno gradivo ZPS, 2012a.*

## Priloga 3: Število prejetih in obravnavanih pritožb

Tabela 3: Število prejetih in obravnavanih pritožb

	Turistična agencija	Število prejetih in obravnavanih pritožb				
		Do 31.10. 2007	Do 31.03. 2008	Do 31.10. 2008	Do 31.10. 2009	skupaj
1	<b>INTELEKTA</b> , Prežihova 5, Murska Sobota	31	4	2	2	<b>39</b>
2	<b>KOMPAS d.d.</b> , Pražakova 4, Ljubljana	11	1	3	6	<b>21</b>
3	<b>RELAX TURIZEM d.o.o.</b> , Mreža 10, Dravograd	8	3	2	3	<b>16</b>
4	<b>SONČEK d.o.o.</b> , Glavni trg 17, Maribor	4	3	3	3	<b>13</b>
5	<b>TUI potovalni center d.o.o.</b> , Glavni trg 17, Maribor	4	3	2	3	<b>12</b>
6	<b>PALMA d.o.o.</b> , Lilekova 5, Celje	1	3	3	2	<b>9</b>
7	<b>JUPITER INTERNATIONA-L d.o.o.</b> , WTC, Dunajska 158, Ljubljana	2	6	0	0	<b>8</b>
8	<b>ADRIATICA.NET</b> , Center potovanj, Slovenska cesta 51, Ljubljana <b>(ILIRIKA – TURIZEM d.o.o.)</b>	3	4	1	0	<b>8</b>
9	<b>VARD CELJE</b> , Stanetova 4, Celje	0	2	5	1	<b>8</b>
10	<b>TGT 56 – ODISEJ d.o.o.</b> , Maistrov trg 2, Kranj	1	2	3	1	<b>7</b>
11	<b>ATLAS AIR TOURS</b> , Zlatke Kunc 2, Zagreb	1	2	1	2	<b>6</b>
12	<b>CMT d.o.o.</b> , <b>(Collegium)</b> Kersnikova 5, Ljubljana	4	1	0	0	<b>5</b>
13	<b>LIFETREK d.o.o.</b> , Partizanska 18, Kranj	3	2	0	0	<b>5</b>
14	<b>SUPRA TRAVEL</b> , Slovenska 6, Ljubljana	4	0	0	1	<b>5</b>
15	<b>GLOBTOUR d.o.o.</b> , Jalnova 70, Ljubljana	3	1	0	0	<b>4</b>
16	<b>OASIS TOURS d.o.o.</b> , Vidovdanska 2, Ljubljana	2	0	0	2	<b>4</b>

se nadaljuje

nadaljevanje

	Turistična agencija	Število prejetih in obravnavanih pritožb				
		Do 31.10. 2007	Do 31.03. 2008	Do 31.10. 2008	Do 31.10. 2009	skupaj
17	<b>DOBER DAN TURIZEM d.o.o.</b> Stanetova 6, Celje	1	1	0	1	3
18	<b>SKI&amp;FUN</b> , Jalnova 70, Ljubljana	0	0	0	3	3
19	<b>BURIN YACHTING CLUB d.o.o.</b> Rojčeva 26, Ljubljana	2	1	0	0	3
20	<b>XXL Turizem, NB d.o.o.</b> , Kotnikova 12, Ljubljana	2	1	0	0	3
21	<b>OSKAR d.o.o.</b> , Gregorčičeva 38, Kranj	0	2	1	0	3
22	<b>TAO TURIZEM d.o.o.</b> , Petkovškovo nabrežje 5, Ljubljana	1	2	0	0	3
23	<b>SUN HOLIDAYS d.o.o.</b> , Kopališka 4, Ljubljana	0	2	0	1	3
24	<b>ODKLOP. com - SMR&amp;Co. d.o.o.</b> , Reteče 2164, Škofja Loka	1	0	1	0	2
25	<b>BONUS</b> Trg Borisa Kidriča 2, Maribor	1	0	0	0	1
26	<b>TA DOLOMITI SKI</b> , Eva Žilih s.p., Alpska 37b, Lesce	1	0	0	0	1
27	<b>GRADTUR d.o.o.</b> , Gola Loka 14, Ljubljana	1	0	0	0	1
28	<b>GTC TRAVEL d.o.o.</b> , Slovenska cesta 12, Ljubljana	0	1	0	0	1
29	<b>KAM posredništvo</b> , Jure Kačičnik, s.p.	1	0	0	0	1
30	<b>LINDA d.o.o.</b> , C. Staneta Žagarja 32, Kranj	0	1	0	0	1
31	<b>POTOVANJE d.o.o.</b> , Pražakova 4, Ljubljana	1	0	0	0	1
32	<b>STREET TOUR d.o.o.</b> , Liminjanska 94a, Portorož	0	1	0	0	1
33	<b>TRITON TURIZEM d.o.o.</b> , Zbiljska cesta 8, Medvode	1	0	0	0	1

se nadaljuje

nadaljevanje

	Turistična agencija	Število prejetih in obravnavanih pritožb				skupaj
		Do 31.10. 2007	Do 31.03. 2008	Do 31.10. 2008	Do 31.10. 2009	
<b>34</b>	<b>Turist biro Piran,</b> Andreja Gudič s.p., Obala 57, Potrorož	1	0	0	0	<b>1</b>
<b>35</b>	<b>TA VERONIKA,</b> Dunajska 113, Ljubljana	1	0	0	0	<b>1</b>
<b>36</b>	<b>VIKING,</b> Tržaška 2, Ljubljana	0	1	0	0	<b>1</b>
<b>37</b>	<b>AVANTURA d.o.o.,</b> Slovenska cesta 40, Ljubljana	0	0	1	0	<b>1</b>
<b>38</b>	<b>ENZ.ZO</b> Galusovo nabrežje 19, Ljubljana	0	0	1	0	<b>1</b>
<b>39</b>	<b>M&amp;M TURIST d.o.o.,</b> Cankarjevo nabrežje 3, Ljubljana	0	0	1	0	<b>1</b>
<b>40</b>	<b>COLUMBUS d.o.o.,</b> Vita Kraigherja 5, Maribor	0	0	0	1	<b>1</b>
<b>41</b>	<b>DOPUST d.o.o.,</b> Ivana Pengova 22, Domžale	0	0	0	1	<b>1</b>
<b>42</b>	<b>TERME SPA ROGAŠKA</b>	0	0	0	1	<b>1</b>
<b>43</b>	<b>TRUD d.o.o.,</b> Krekov trg 1, Ljubljana	0	0	0	1	<b>1</b>
<b>44</b>	<b>TUŠ POTOVANJA</b>	0	0	0	1	<b>1</b>
	<b>Skupaj</b>					<b>213</b>

Vir: Interno gradivo ZPS, 2012b.