

# Business travel: neprůhledné zakázky deformují trh



**Válka netransparentních poplatků v oblasti služebních cest pokračuje. Podezřelé zakázky se netýkají jen soukromého sektoru, ale i státní správy. Existuje cesta, jak dostat trh ze slepé uličky? A mají o to cestovní kanceláře a agentury vůbec zájem?**

Problém s netransparentními poplatky při zajišťování letenek v oblasti business travel je ožehavým tématem. Když jsme o něm před víc než půl rokem psali naposledy, většina oslovených cestovních kanceláří a agentur uznala, že je v Česku trh se služebními cestami deformovaný a že je potřeba, aby se proti tomu začalo něco dělat. Ve skutečnosti se ale nestalo vůbec nic. A žádný signál nepřichází ani od zadavatelů zakázek. Ti se totiž soustřeďují především

na servisní poplatky, které však tvoří jen zhruba tři procenta z celkových cestovních nákladů. Ve skutečnosti tak „nulové“ servisní poplatky nemusejí znamenat žádnou úsporu. To už si ale firmy a úřady příliš neuvědomují. Zkrátka chtějí za každou cenu stlačit viditelné a předem dané náklady. „Zadavatel vybere vítěze jen podle toho, že je nejlevnější. Cena sice nesmí být nulová, ale když je jeden halíř, tak už to nikomu nevadí. Pokud je celková cena

jediným (nebo dominantním) kritériem, tak se vždy najde někdo, kdo to riskne a potom doufá, že to někde jinde ‚dožene‘. Prodává například deset letenek zadarmo a jednáctou navýší o pár tisíc se zdůvodněním, že se náhle zvýšila cena. Spoléhá přitom na to, že si to objednavatel nemá moc možnost ověřit,“ popisuje neutěšený stav na našem trhu **Roman Fritschka**, ředitel business travel a outgoingu společnosti OK-Tours.

## Veřejná zakázka za stovku

Ukážkovým příkladem podivného tendru je státní zakázka z přelomu let 2012/2013 s názvem Zabezpečení letecké přepravy a dalších služeb pro účely realizace pracovních cest Ministerstva zahraničních věcí České republiky. Jejím předmětem bylo zajištění „mezinárodní letecké komerční přepravy a s tím souvisejících služeb do vybraných destinací pro realizaci zahraničních cest zaměstnanců MZV, jejich rodinných příslušníků a spolupracovníků v jednotlivých cestovních třídách.“ Ministerstvo navíc požadovalo, aby vybraný uchazeč pro potřeby úřadu zřídil kancelář, kterou na své náklady vybaví nezbytnou výpočetní technikou a zajistí instalaci akreditovaného rezervačního systému. V kanceláři pak musí být k dispozici odborně způsobilý zaměstnanec, který bude vyřizovat výhradně požadavky zadavatele. Uchazeč by měl tyto služby ministerstvu poskytovat po dobu čtyř let.

Ministerstvo nakonec přijalo nabídky od sedmi uchazečů, kteří splnili zadání výběrového řízení. A podmínky, za kterých by jednotlivé cestovní kanceláře byly ochotné poskytovat služby zajišťovat, se výrazně lišily. Tři společnosti nabízely splnit zakázku za částku v rozmezí od 88 do 1 770 korun. Další čtyři firmy pak za stejnou práci požadovaly od 1,6 do 2,6 milionu korun. Takto propastný rozdíl v cenových nabídkách je samozřejmě velmi podezřelý a navozuje spoustu otázek. V zahraničí se dokonce můžeme běžně setkávat s tím, že pokud se u zakázky objeví podezřelá nízká nabídka, je ze soutěže automaticky vyškrtuta. Ministerstvo zahraničí si s tím ale hlavu příliš nelámalo a jako vítěze vyhlásilo uchazeče s nejnižší nabídkou 88 korun, tedy společnost HRG. „Zadávací podmínky včetně způsobu stanovení výpočtu nabídkové ceny byly srozumitelné všem uchazečům. V zákonné lhůtě je žádný z nich nerozporoval, nezpochybnil vodítko pro stanovení výpočtu nevariantní nabídkové ceny, ani se proti zadávacím podmínkám neodvolal. Polovina účastníků řízení se u nabídkové ceny pohybovala v obdobném rozmezí jako vítězný uchazeč. Základním kritériem v řízení k dotazované veřejné zakázce byla nejnižší nabídková cena,“ vysvětluje rozhodnutí ministerstva zahraničí tisková mluvčí úřadu **Johana Grohová**, podle které bude ministerstvo zpětně pečlivě kontrolovat všechny složky konečné ceny. Některé společnosti však nad tímto zdůvodněním jen kroutí hlavou.

„Samozřejmě to je nejen podezřelé, ale odporuje to i zákonu, který zakazuje podnákladové ceny. Konečná cena letenky se skládá z tarifu a leteckých tax (obojí určuje letecká společnost, resp. letiště) a servisního poplatku, který je manévrovacím prostorem pro agenturu. V současné době je servisní poplatek jediným jistým výdělkem cestovní agentury,“ lobuje se **Alexej Litvin**, ředitel společnosti Asiana, která služební cesty ministerstvu zahraničí zajišťovala doposud. V současné době je veřejná zakázka posuzována ve správním řízení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, protože se Asiana proti výsledkům tendru odvolala.

## Radši pod cenou než vůbec

A proč se firmy ucházejí o zakázky, které pro ně v podstatě nejsou vůbec výhodné? „Část našich klientů zásadně šetří na služebních cestách a situace se dlouhodobě nezlepšuje, je tedy potřeba doplnit obrát. MZV je jednoznačně dobrá reference a prestižní klient, tedy zapadá to do strategie pro získání dalších klientů. Snažíme se dlouhodobě stavět na špičkových cestovních konzultantech a moje osobní motivace je udržet si ve firmě maximum lidí a nepouštět je konkurenci. I v tom nám pomůže zakázka ministerstva, která dá našim lidem práci, a to i přesto, že zisk z podobného klienta bude nízký,“ vysvětluje **Pavel Němec**, ředitel společnosti HRG pro Českou republiku, která ministerskou zakázku vyhrála s nabídkou 88 korun. O navýšení obrátu a práci pro prestižního klienta hovoří i **Martina Horníčková**, ředitelka společnosti Orbix, která v tendru nabídla druhou nejnižší cenu – 101 korun. Zároveň se brání, že by na tomto způsobu získání zakázky mělo být něco netransparentního. „Chápu, že toto jednání může vyvolávat podezření, že když částku nevybereme v transakčním poplatku, tak ji vybereme někde jinde. Nicméně odběratel si může ve stejný okamžik s pracovníkem rezervačního oddělení zkontrolovat cenu přímo u leteckých a konkurenčních společností prostřednictvím dnes tolik rozšířených on-line rezervačních nástrojů, takže by jakkoliv, uměle navýšenou hodnotu v celkové ceně letenky brzy rozpoznal – a samozřejmě reklamoval u dodavatele,“ říká Martina Horníčková.

## Jak kultivovat trh?

Cestovní kanceláře a agentury si sice uvědomují, že neprůhledné tržní prostředí se klientům příliš nezamlouvá, samotný pro-

## CO JE PŘÍČINOU SOUČASNÉ SITUACE NA TRHU?



Odporuje Roman Fritschka, ředitel business travel a outgoingu společnosti OK-Tours.

Jde o to, že v České republice je trh prodeje letenek atypický, a to hned v několika ohledech:

- Dominují zde lokální hráči, nikoliv globální společnosti. Trh tedy funguje podle lokálních pravidel.
- Prodejci na trhu je moc a řada z nich, aby se udržela, musí zákonitě podvádět svoje zákazníky, protože nenabízí jinou konkurenční výhodu.
- Na trhu neexistuje jediná a jednotná profesní asociace, která by řešila excesy některých prodejců. Kromě dominantní ACK ČR je zde několik menších, které nespolupracují.
- Řada letenek se prodává přes zprostředkovatele (prodejce bez IATA licence), kteří nemají potřebné zázemí ani znalosti. A další mezičlánek potřebuje někde vydělat.
- Některé letecké společnosti neuznávají princip dělení trhu dle různých typů distribuce a snaží se za každou cenu prodávat napřímo, a konkurují tím, že si neúčtují servisní poplatky, které mají pokrývat i jejich distribuční náklady.
- Prodej letenek přes kreditní karty je zde málo využívaný, řada prodejců to zákazníkům ani nenabízí.

blém ale příliš neřeší. Nikdo si totiž prý nedokáže představit, že by všichni důležití hráči táhli za jeden provaz. „Nenazval bych to problémem, je to spíš dlouhodobý stav, a pokud chcete na trhu působit i nadále, musíte se přizpůsobit. Třeba tím, že si vyjednate lepší smlouvy s aerolinkami, že máte super technologie, které nahrazují lidi anebo tím, že prodáváte další služby. Také svým zákazníkům můžete vysvětlit, že nulová cena je rozhodně divná a že zadarmo nikdo nikdy nic nedělá. Jde to ale hodně těžko a trvá to dlouho. Osobně vidím letenky jako naprosto neperspektivní byznys, který se už dávno stal jenom doplňkem jiných aktivit,“ říká Pavel Němec ze společnosti HRG.

Stále ve větší míře se objevují názory, že našemu trhu chybí návyky běžné v západní Evropě, bez kterých ke kultivaci jen těžko dojde. „V zahraničí se v oblasti služebních cest klade mnohem větší důraz na doprovodné služby, kontrolu procesů a přesnou organizaci. Od roku 2008 se ale všichni kvůli ekonomické krizi snaží co nejlépe ušetřit a mají pocit, že když budou vybírat cestovní kanceláře, které jim nabídnou nejlevnější servisní poplatky, tak to pro ně bude výhodné. Často to tak ale

vůbec není," vysvětluje **Udo Wichert**, šéf společnosti Thomas Cook. Částečný obrat k lepšímu by podle něj mohl nastat například také tím, že se budou i v České republice v oblasti business travel ve větší míře využívat kreditní karty. Ty jsou totiž mnohem transparentnější a klient si s jejich pomocí může zpětně přezkontrolovat všechny platby a částky.

### Zadavatelé zakázek dělají chyby

Odborníci z cestovního ruchu upozorňují na to, že způsob, jakým jsou v České republice zadávány zakázky v oblasti business travel, není příliš profesionální. „Nesmyslně zpracovaná nabídka obvykle reaguje na nesmyslně zpracované zadání. Stejně jako u veřejných zadavatelů není možné ani v soukromém sektoru problém letenek omezit na servisní poplatek. Jenže, v řadě případů o tom rozhoduje pracovník centrálního nákupu, který kromě letenek nakupuje i auta, kancelářský papír, nábytek apod. a nemůže tedy pochopit skutečnou podstatu problému. Nejsnadnější cesta je seřadit si

## Ukázkovým příkladem podivného tendru je státní zakázka s názvem Zabezpečení letecké přepravy a dalších služeb pro účely realizace pracovních cest Ministerstva zahraničních věcí České republiky.



jednotlivé nabídky dodavatelů do tabulky, kde je název firmy a servisní poplatek, a ten nejlevnější je automaticky vítěz. To je samozřejmě omyl. Takových případů je bohužel spousta, vzniklá úspora je pouze virtuální. Ve skutečnosti platí daleko víc a zjistí to až se zpožděním, většinou jen náhodně," říká Roman Fritschka z OK-Tours. Podle něj současná situace nenahrává vůbec nikomu. Všichni jsou poškozeni a nejvíce ti, kteří se snaží vůči zákazníkům postupovat transparent-

ně a férově. Možnost brzkého zlepšení situace na trhu prý ale nevidí příliš reálně. „Ten, kdo by měl jako první dát signál, že pravidla existují a že se mají dodržovat, tedy státní správa, se v tomto problému neorientuje," uzavírá Roman Fritschka.

Všichni dobře víme, že stát není, a sotva někdy bude, dobrým hospodářem. Postupný tlak se tedy dá spíš očekávat ze soukromého sektoru. A pokud se v České republice nepodaří oblast business travel skutečně zkultivovat, může se stát, že si firmy najdou svůj vlastní způsob, jak si efektivně zajišťovat letenky, a cestovní kanceláře, které se zaměřují pouze na tuto oblast, odsunou na vedlejší kolej. Doba, ve které si firmy u vydávajících služebních cest pečlivě nehlídají každou jednotlivou složku ceny a případné nejasnosti nijak vážně neřeší, totiž nemusí trvat věčně. ■

TEXT: **Ondřej Tůma** (autor je redaktorem internetového magazínu Pehíze.cz)

FOTO: **Thinkstockphotos.com** a **archiv Romana Fritschky**

# Dopravní kráťasy (I.)

## V letadlech bude možné používat elektroniku

Pasažéři leteckých společností budou moci už brzy bez větších omezení číst e-knihy, hrát hry nebo sledovat videa na svých vlastních elektronických zařízeních během všech fází letu. Americké ministerstvo dopravy zjistilo, že používání menších zařízení (telefony, tablety, MP3 přehrávače apod.) je bezpečné a začalo leteckým společnostem poskytovat manuál s pravidly pro jejich používání. Tuto zprávu přinesla minulý měsíc řada serverů zaměřených na cestovní ruch. Implementace pravidel bude u každé letecké společnosti trvat s ohledem na používané letouny různé



dlouho, dá se ale předpokládat, že již koncem roku bude služba v nabídce mnoha leteckých společností. I nadále bude samozřejmě zakázáno používání mobilních telefonů pro telefonní hovory a SMS. Detailní pravidla zveřejní každá letecká společnost ve svých materiálech.

## Se Smartwings v zimě do Malagy i na Tenerife

Letecká společnost SmartWings bude letos provozovat pravidelné linky na Tenerife a do Malagy i v zimní sezoně. ČTK o tom informovala mluvčí společnosti Travel Service Vladka Dufková. Cestovní kanceláře plánují využít spojení do španělské Andalusie k nabídce zájezdů pro golfisty a seniory. „Co se týká pravidelných linek SmartWings, novinkou je od 1. listopadu pravidelná linka z Prahy na Tenerife, která bude provozována dvakrát týdně v pondělí a v pátek," uvedla Dufková. V zimní sezoně bude Travel Service pod obchodní značkou SmartWings letos poprvé provozovat i dříve sezonní spoj Praha-Malaga. Linka bude operována dvakrát týdně, v pondělí a v pátek. „Předpokládáme, že budeme



linku pro své klienty využívat. Připravujeme speciální nabídku zájezdů do Andalusie na toto období. Nabídneme i pobyty pro golfisty a seniory, pro které je toto mimosezonní období zvláště vhodné," uvedla Pavlína Pešová z FIRO-tour. „Zimní nabídku orientujeme vedle exotických destinací hlavně na Kanárské ostrovy a Egypt. Tuto část Andalusie budeme doplňkově nabízet především zájemcům o golfové zájezdy a zimní poznávací pobyty," dodal mluvčí CK Fischer Jan Osůch.

TEXT: **-čtk- a -red-**

FOTO: **Thinkstockphotos.com** a **Petr Manuel Ulrych**