

periodách. V tomto okamžiku však tuto kapacitu garantuje, tzn. že ji zakoupí v plném počtu sedaček na celé sjednané období.

Význam letecké dopravy je v cestovním ruchu v podstatě dvojího charakteru:

- cestovní kanceláře potřebují kapacitu a další náležitosti s tím spojené pro vytváření produktu, a to ať už forfaitového nebo standardního (katalogového),
- v prodeji dopravních cenin, tzn. v prodeji letenek, a to zase buď jako samostatné služby nebo v rámci tvorby produktů.

5.3.1 Letecká doprava a produkt cestovního ruchu

Cílem subjektů cestovního ruchu je především tvorba a prodej produktů a také jednotlivých služeb, v tomto případě služeb letecké dopravy. Letecká doprava má významné postavení, neboť je nedílnou součástí incomingového a outgoingového produktu (katalogového i forfaitového). Podílí se na výsledné kalkulaci až do výše cca 50 %, a tím výrazně ovlivňuje cenu produktu a jeho konkurenceschopnost na trhu. Katalogový produkt je realizován většinou v rámci nepravidelné (charterové) letecké dopravy. V incomingovém produktu se promítá jak pravidelná letecká doprava, a to především v oblasti individuálního cestovního ruchu, tak i nepravidelná letecká doprava spíše v oblasti skupinového cestovního ruchu. V příjezdovém cestovním ruchu jsou objednavateli a organizátory především zahraniční subjekty cestovního ruchu. To znamená, že nákup dopravních služeb většinou provádějí české subjekty pro outgoingový produkt především u tuzemských dopravců letecké dopravy. Forfaitový produkt využívá pravidelnou leteckou dopravu, ale v případě větších kapacitních nároků také nepravidelnou leteckou dopravu.

Dopravní procesy v cestovním ruchu předpokládají dostatečný nákup dopravních kapacit včetně cen, přičemž představují složitý proces především u produktů, kde dochází ke kombinaci dopravních prostředků s návazností na kombinaci pravidelné a nepravidelné dopravy.

Cestovní kanceláře a cestovní agentury prodávají rovněž v rámci prodeje jednotlivých služeb také dopravní ceniny v oblasti pravidelné letecké dopravy.

5.3.2 Pravidelná letecká doprava

Pro přípravu produktu z pohledu letecké dopravy a prodej dopravních cenin je nezbytné, aby cestovní kancelář nebo cestovní agentura disponovala vstupem do globálních distribučních systémů a zároveň měla oprávnění od IATA k prodeji dopravních cenin. Tato agentura musí tedy příslušné kanceláři IATA v národní působnosti předložit svou profesionální připravenost pro prodej dopravních cenin všech leteckých společností sdružených v IATA. V této souvislosti je třeba poukázat na skutečnost, že některé cestovní kanceláře (cestovní agentury) pracují na základě tzv. NON-IATA agentur, což jsou agentury, které nemají akreditaci pro prodej dopravních cenin a musí tak při prodeji dopravních cenin spolupracovat s některými IATA agenturami, případně leteckými společnostmi. IATA agentury mají zájem o tuto spolupráci, a to především z důvodů ekonomických, propagačních a územního dopadu.

NON IATA agentury mohou ale mít přístup do globálních distribučních systémů (dále jen GDS), a tudíž mohou poskytnout informace o pravidelné letecké dopravě včetně provedení příslušných rezervací na jednotlivých linkách leteckých společností.

- **Globální systémy**

Globální systémy dnes poskytují spojení mezi prodejními agenturami (v rámci cestovní kanceláře a cestovní agentury) a jednotlivými leteckými společnostmi. GDS se postupně začaly v rámci konkurence na trhu rozšiřovat o hotelové společnosti, rent a car společnosti a podobně.

Jednotlivé distribuční systémy začaly vznikat zhruba ve druhé polovině 20. století díky jednotlivým leteckým společnostem. Jde např. o tyto GDS:

AMADEUS

Byl založen v roce 1987 leteckými společnostmi AIR FRANCE, IBERIA, LUFTHANSA a SAS, v roce 1995 Continental Airlines.

V současnosti má Amadeus cca 40 vlastníků a partnerských leteckých společností.

Amadeus má primární trhy více ve Skandinávii, Německu, Francii, Španělsku, Jižní Americe a částečně v USA.

GALILEO

Byl založen v roce 1987 leteckými společnostmi British Airways, SWISSAIR, KLM, v roce 1993 se připojili United Airlines, Austrian, Alitalia, Air Lingus, TAP Air Portugal.

Primární trhy má Galileo ve Velké Británii, Nizozemí, Švýcarsku, Belgii, Dánsku, Japonsku, Indii a také v USA.

SABRE

Byl poprvé nainstalován v roce 1976 společnostmi American Airlines a American Eagle. V roce 1978 byla uzavřena strategická aliance se systémem Abacus, vlastněným mimo jiné také společnostmi ALL NIPPON AIRWAYS, Cathay Pacific Airways, China Airlines.

Hlavními trhy jsou USA a Východní Asie.

WORLDSPAN

Byl založen v roce 1990 spojením dvou systémů společnostmi Delta Airlines, Trans World Airlines, Northwest Airlines.

Hlavními trhy jsou Evropa, Střední Východ a Afrika. [27]

S postupem času začalo docházet k oddělování leteckých společností od jednotlivých GDS. Důvodem byly především změny vlastnických struktur a konkurence na trhu globálních rezervačních systémů. V současné době pracují GDS na trhu letecké dopravy na základě smluv s řadou leteckých společností (cca 600).

Základní informace o konkrétních destinacích, podmínkách přepravy a podobně získávají GDS ze světové databáze letových řádů, které shromažďuje a následně publikuje firma OAG (Official Airline Guide). Tarifní informace (ceny) se pak publikují přes další systémy, např. přes systém provozovaný organizací SITA.

Globální distribuční systémy tvoří značnou databázi produktů podílejících se na většině odvětví v rámci celosvětového průmyslu cestovního ruchu. Tyto systémy umožňují uživatelům z řad subjektů cestovního ruchu vytvářet rezervace:

- produktů leteckých společností,
 - hotelového ubytování,
 - půjčoven aut,
- a v menší míře také,
- železničních jízdenek,
 - trajektových lodních lístků,

- ale také prodej cestovního pojištění a poskytování celé řady důležitých informací.

Z pohledu letecké dopravy mají význam systémy, které umožňují poskytovat potřebné informace v tomto dopravním odvětví. Na národní úrovni jsou využívány ve více než 200 zemích.

V České republice tyto společnosti spolupracují s jednotlivými subjekty cestovního ruchu při využívání jejich produktů, přípravě nových zaměstnanců cestovních kanceláří a agentur s cílem získání potřebné kvalifikace, diplomu a předávání informací. Velkou váhu tyto společnosti přikládají k zajišťování potřebných školení, proškolení a kurzů.

Společnosti vypisují termíny školení většinou na období 6 měsíců s udáním termínů začátků a konců těchto školení, s uvedeným typem školení a počtem volných míst.

Na uvedená školení je třeba zaslat vyplněnou přihlášku s údaji, které společnost považuje za důležité. Školení probíhají v několika stupních, např.:

- základní kurz,
- kurz letenkářského minima,
- kurz na vystavování letenek.

K předpokladům účastníků těchto školení patří znalost anglického jazyka, práce na PC, znalost odborné terminologie v cestovním ruchu, základní znalosti o letecké dopravě a zeměpisu.

Dalším předpokladem je praxe v cestovní kanceláři nebo agentuře. Účastníci jsou vybaveni sadou manuálů nezbytných pro účast na školeních, ale zároveň pro vlastní praxi. Absolventi kurzů obdrží doklad o jejich absolvování.

- **IATA agentury**

Cestovní kanceláře nebo cestovní agentury, které se zabývají prodejem dopravních cenin, musí projít celým systémem akreditace, to znamená, že musí příslušné kanceláři IATA doložit svoji profesionální připravenost.

V praxi to znamená, že proces akreditace je závislý na splnění celé řady podmínek, ke kterým patří např.:

- stanovení určitého období na trhu a placení záloh u IATA-BSP,
- proškolený personál s diplomem IATA,
- disponování některým z GDS

a některé další.

• **IATA akreditace v cestovním ruchu**

Systém IATA BSP (BSP = Billing and Settlement Plan, dále jen BSP) byl od roku 1971 postupně zaveden přibližně ve 140 zemích světa. Jedná se o vyšší formu spolupráce mezi cestovními agenturami a leteckými společnostmi při zprostředkování a realizaci mezinárodní letecké přepravy. Výhody BSP systému jsou pro všechny zúčastněné subjekty nesporné a spočívají zejména ve:

- zjednodušení pracnosti a automatizaci při pořizování, vystavování, distribuci a zúčtování letenek pro leteckou přepravu,
- unifikaci postupů a dokladů (letenek), což podstatně snižuje možnosti zneužití těchto dokladů,
- výrazném snížení nákladů jak u leteckých společností, tak i u agentur.

V praxi to znamená, že po získání statutu IATA agentury obdrží cestovní kancelář/agentura zásobu neutrálních přepravních dokladů, které pak může v rámci stanovených pravidel vystavovat na jednotlivé letecké společnosti působící v systému BSP. V pevně stanovených termínech (např. 1x až 4x měsíčně) je potom prováděno zúčtování a platba za letecké přepravní doklady. Neutrální přepravní doklady jsou však nahrazeny postupně elektronicmými letenkami.

Cestovní kanceláře a agentury působící v oblasti prodeje letenek, které chtějí získat statut IATA agentury a letenky vystavovat, musí splňovat určité standardy, aby byla zajištěna jejich vysoká profesionální úroveň. Obecné zásady působení cestovních kanceláří v rámci systému BSP je upraveno IATA Resolucí 814, konkrétní podmínky pro akreditaci cestovních kanceláří v jednotlivých zemích jsou stanoveny v kritériích LEC (Locally Established Criteria).

Základní podmínkou, kterou musí nový žadatel o IATA akreditaci splňovat, je řádná registrace (tj. jako cestovní kancelář nebo agentura) a roční působení společnosti na trhu cestovního ruchu. Dále musí cestovní kancelář prokázat finanční stabilitu a předložit odpovídající finanční zajištění formou pojištění, zabezpečit kvalifikovaný personál, technické a bezpečnostní vybavení kanceláře. V kanceláři musí být instalován rezervační systém a tiskárna.

Při IATA akreditačním řízení je nezbytné předložit:

- vyplněnou přihlášku („Application Form“),
- výpis z obchodního rejstříku (ne starší než 3 měsíce),

- finanční výsledky celé společnosti za 12 měsíců (ne starší než 3 měsíce) na předepsaných formulářích, ověřené (potvrzené) auditorem,
- jmenný seznam pracovníků oprávněných k prodeji letenek a doklad o jejich kvalifikaci (kopie diplomů) a praxi,
- přehled objemu zprostředkovaného prodeje letenek za minulý rok,
- fotografie exteriéru a interiéru provozovny,
- vzorek firemního papíru,
- potvrzení o instalaci zabezpečovacího zařízení a dokumentace k trezoru.

IATA akreditace podléhá poplatku. Poplatek je přepočten z platných sazeb stanovených v CHF na CZK. V případě, že žadatel od své žádosti upustí nebo není žádost schválena, je poplatek „application fee“ nerefundovatelný. Kromě tohoto jednorázového akreditačního poplatku platí potom všechny IATA agentury pravidelný roční poplatek.

Akreditační proces je zahájen po obdržení kompletní přihlášky. Prostřednictvím Bulletinu IATA Ženeva jsou informováni letečtí dopravci zapojení v BSP. V průběhu procesu je v kanceláři provedena inspekce, na základě předložených údajů je provedeno finanční ohodnocení agentury a stanovena výše finančního jistění, pracovníci agentury se zúčastní školení o procedurách BSP.

IATA akreditace se vždy týká konkrétní provozovny – lokace. To znamená, že má-li IATA cestovní kancelář/agentura více poboček a chce v nich vystavovat letenky, musí vždy proběhnout samostatné akreditační řízení. [24]

- **BSP (Billing Settlement Plan)**

BSP je organizace, kterou provozuje IATA na národní, někdy i regionální, úrovni s cílem bezchybného a především rychlého převodu finančních prostředků z prodeje dopravních cenin agentur a jednotlivých leteckých společností.

Hlavním úkolem BSP je sledování, evidence a celkový dohled nad činnostmi (prodejem) dopravních cenin. Dále zjednodušuje celý proces účtování a fakturace.

Cestovní kanceláře a cestovní agentury, resp. jejich IATA agentury, mají za povinnost v přesně stanovených termínech uhradit částky z prodeje letenek za určené období. Nedodržení stanovených termínů má za násle-

dek penalizaci a v případě opakování je většinou agentuře odebrána certifikace a agentura je zbavena možnosti prodeje dopravních cenin.

BSP umožňuje jednotlivým agenturám použití neutrálních letenek. Tím odpadá nutnost používat letenky jednotlivých přepravců, čímž dochází k výraznému zjednodušení, spíše i k odstranění problémů s distribucí, evidencí a celkovým dopadem zneužívání těchto dopravních cenin. [59]

Vývoj v oblasti letecké dopravy směřuje k používání elektronických letenek, a tak význam neutrálních letenek (papírových) neustále klesá a bude postupně nahrazen výhradně elektronickými letenkami (e-ticket).

• Skupinové rezervace v podmínkách IATA agentur

Cestovní kanceláře v rámci prodeje forfaitového produktu realizují leteckou dopravu rovněž na pravidelných linkách. Pro IATA agentury je rozhodující, zda jde o jednotlivce nebo skupiny. Skupinové rezervace oproti individuálním předpokládají některé odlišnosti, které letecké společnosti požadují, a je nutné je prostřednictvím rezervačního systému informovat o konkrétním požadavku. Výsledkem je uzavření smlouvy mezi IATA agenturou a příslušnou leteckou společností.

Smlouva obsahuje především tyto základní údaje:

- Rezervační kód a počet cestujících
- Číslo rezervace
- Rezervaci (čísla letů, časy, třídu, směrování atd.)
- Základní cenu (cenu letenky stanoví letecká společnost, jde o tzv. nepublikované ceny)
- Současnou výši poplatků (taxy atd.)
- Rezervační poplatek
- Podmínky smlouvy
- Termíny plateb (zálohy, akontace, platby)
- Jmenný seznam cestujících (musí být předložen ve stanoveném termínu)
- Vystavení letenek (vystaví letecká společnost nebo IATA agentura)
- Změny (termíny, lety, trasy a další)
- Sankce při rušení míst nebo celé rezervace (v % vyjádření v závislosti na termínu odletu)
- Způsob úhrady (BSP, bankovním převodem, v hotovosti)
- Všeobecné přepravní podmínky (leteckou společností uvedené ve smlouvě)