

Málo pak tu byl kdo zahálivý, všickni se prací nějakou zanášeli: ale kteráž práce (a tohož bych se byl nikdy nenadál) nic nebyly než aneb hříčky dětinské, aneb leda pachtování. Někteří zajisté sbírali smetí a rozdělávali mezi sebe; někteří se kládím a kamením sem a tam váleli, aneb je po škřípcích¹ zhůru leckams táhali a spouštěli zase; někteří kopali zemi a převázeli neb přenášeli z místa na místo; ostatek lidu se zvonci, zrcadly, měchýř², hrkavkami a jinými titěrkami zacházeli; někteří i s svým stínem hráli, jej měřice, honice, lapajíce. A to tak usilně, až mnozí stonali³ a potíli se, někteří se i přetřhováli⁴.

Jan Amos Komenský, Labyrint světa a ráj srdce L.P. 1624

1 kladkách, 2 měchuřnami (které sloužily dětem za hračky)
3 sténali, 4 strhali se prací



Všickni se prací nějakou zanášeli



Lednovým vydáním započal nový ročník Vašeho časopisu - časopisu lidí a o lidech v cestovním ruchu. Ani v tomto roce totiž nebude průvodcem v labyrintu českého cestovního ruchu nikdo jiný než Vy a Vaše poznatky o něm. Před více než 378 lety, před Vánoci roku 1623, dokončil patron Všudybylu Jan Amos Komenský svoji knihu Labyrint světa a ráj srdce. Je alegorií, protože za jakéhokoliv režimu v jakémkoliv čase je neúčinné, ba až životu nebezpečné, říkat gaunerům, chamtivcům, ignorancům či hlupákům, že

se chovají jako gauneři, chamtivci, ignoranti či hlupáci. Právě to, jak málo se my lidé měníme, jak obdobně se za obdobných okolností chováme, je pravým důvodem, proč v nás dodnes rezonují do jinoťajů kódovaná sdělení Jana Amose Komenského. Proč v nás vyvolávají hořkost, pousmání či soucit nad lidmi, vyšinutými pocitem vlastní nadřazenosti, či naopak deptanými rezignací svého bezvýznamu. Jsem proto rád, že si i za přispění Všudybylu můžete být ve svých kvaltováních nelehkých užiteční, že trvá Vaše chuť relaxovat čtením příběhů, bavit se a dozvídat. Přeji Vám, aby Vám rok 2002 přinesl mnoho osobních úspěchů i firemních zisků, a aby k tomu napomohlo i deset letošních vydání Všudybylu. Přeji Vám zdraví, štěstí a pohodu, a ne abyste se zanášeli jen tak nějakou prací.

Jaromír Kainc
vydavatel Všudybylu

najdete na straně 35

Kvíz PARKAM[®] Holiday's

Kvíz cestovní kanceláře I. Parkam Holiday's o letecký zájezd do Bulharska pro 2 osoby.

	Česko perfektní zemí pro investice 6-9	
	Jak letos půjdou zájezdy 10-11	
	Czechtourservice 12-13	
	Tohle se mne netýká? 13	
	Skončilo drmcání pražců 14	
	Naše Bulharsko jde 16	
	Rok 2001 nejlepší 17	
	V nejvyšší kvalitě 18-19	
	Guarant držitelem ISO 9001 19	
	Běh na dlouhou trať 20-21	
	Hotel Mucha 22	
	Gastro 2001 České Budějovice 22	
	Když oslavy, tak Dejdar 22	
	Grandhotel Pupp nejoblíbenější 24-25	
	Vysoce rentabilní bezpečí 25	
	150 milovníků a znalců 26	
	INFRAsauna hitem olympijských her 27	
	Nová etapa úsilí o důvěru klientů 28	
	Lucia - Gloegg party 29	
	Travel Servis má nový Boeing 737-800 29	
	Česko zemí úspěšných lidí 30	
	Zpracování letových informací 31	
	Lýžářská sezona 110 dní 32	
	Chorvatsko lámalo rekordy 33	
	Bulharsko 34-35	
	Křížovka 36	

Účast na poznávacím zájezdu do Rumunska pro dvě osoby losem připadla Marcelu Veselému z Brna.

všudybyl

Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

Registrace: MK ČR E 10797
Vychází 10x do roka v nákladu 10 000 ks.

Vydavatel: PhDr. Jaromír Kainc
Chalabalova 1605, 155 00 Praha 13
mobil: 0603/177 536, fax: 02/652 29 06
e-mail: kainc@mbox.dkm.cz

Grafická úprava a sazba: im design
Tisk: Graspo Zlín

Za obsah inzerátů, P.R. článků a autorská práva k nim zodpovídají jejich zadavatelé.

průvodce
labyrintem českého
cestovního ruchu

všudylbyl

první
vydání
2002



Čedok

jistota kvality
od roku 1920

více informací najdete na
stranách 20 až 21



časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

● po druhé světové válce jsme byli zemí, která měla největší předpoklady stát se nejbohatší a neúspěšnější v Evropě ● když ti nejprimitivnější převzali vedení našich národů a zodpovědnost za jejich budoucnost ● začátky ve Švédsku byly šokující, ale pak jsem krácel od příjemného překvapení k ještě příjemnějšímu ● spadneš-li do hluboké vody, musíš plavat ● nikdy jsem se na obchodní případ nedíval jako na cíl svého snažení, ale jako na technický problém ● proč měl poválečný švédský průmysl největší dynamiku ● díky altruistické politice Olafa Palmeho se ze Švédska vystěhovalo více než dvacet tisíc neúspěšnějších podnikatelů ● daně mají být přijatelné a mají se vybírat ● příliš vysoké daně mají opačný efekt ● Českou republiku lze doporučit všem, kteří jsou alergičtí na placení daní ● ekonomický vývoj, jako ostatně vývoj lidstva, se odehrává podle principu pendlu ● když burza příliš naroste, musí se zřítit, aby zase mohla růst ● Česká republika se stane centrem obchodního styku Západ-Východ, Sever-Jih a její budoucnost vidím pozitivně ●

Pro interview s prezidentem Českých aerolinií panem Miroslavem Kúlou v desátém vydání loňského Všudybylu (str. 30-31) jsem si na pomoc přizval moudra dvou válečných letců - Antoine de Exupéryho a Jana Horala, kteří bojovali ve druhé světové válce. Jan Horal je v současné době prezidentem akciové společnosti Bohemia Properties, která vlastní hotelovou skupinu, do níž patří i pražský hotel Duo a hotel Růže v Českém Krumlově. Pane Horale, v souvislosti s vaší osobou jsem zmínil jednu z významných historických etap - vaši účast ve druhé světové válce.

To ale pro mne v mém životě nebyla příliš významná etapa. Snad jen, že si mohu říci, že jsem splnil svou povinnost Čecha, demokrata a humanisty.



Česká republika je perfektním místem pro investice

Tankistou, který měl křídla

Sloužil jsem u více leteckých perutí. Kanadských a australských. Po výcviku u Kanaďanů jsem zůstal u anglických perutí. K českým perutím jsem se nedostal, protože jsem odešel na Střední východ do Lybijské pouště. Po těžkém zranění a následné ztrátě citu pro rovnováhu jsem se koncem roku 1943 jako odepsaný pilot a válečný invalida přihlásil do československých tankových jednotek. U Dunkeru jsme najeli na minu. Byl jsem opět zraněn a válku jsem i u tankistů ukončil. Byl jsem jediným tankistou, který měl pilotní křídla na uniformě.

Viděli jsme fantastickou budoucnost

Po krásné, ale krátké periodě svobody mezi 45. a 48. rokem, kdy jsme před sebou viděli fantastickou budoucnost, v zemi, která měla největší předpoklady k tomu, aby se stala nejbohatší a nejuspěšnější zemí Evropy, přišla naprostá tma. Mým štěstím bylo, že jsem vždy byl pacifistou, který neměl v lásce vojenskou disciplínu. I proto jsem se místo vojenské kariéry dal na studia strojího inženýrství. Léta studií na vysoké škole zřejmě byla nešťastnější dobou mého života. K tomu nutno přičíst i jistá privilegia z války. To vše s nástupem totality, s hrůzou, která nastala, skončilo.

Pyramida postavená na hlavu

Ti nejprimitivnější převzali vedení našich národů a zodpovědnost za jejich budoucnost. Postavili společenskou pyramidu na hlavu. Nahoře byli ti, kteří měli být dole. Včas, ještě než mne mohli pronásledovat, jsem uprchl. Neodešel jsem proto, že bych se bál. Že by mi mohli něco vzít. Emigroval jsem, protože jsem si nedokázal představit, že bych mohl žít v systému, proti němuž jsem bojoval. Ti, kteří se teď prodrali k moci, měli sice rudý mundúr, a tamti hnědý, ve skutečnosti to ale byl ten samý duch. Nevěřil jsem, že kdy bude možný návrat

Československa k demokracii. Věděl jsem, že Západ žádnou válku nezačne, a nepočítal jsem s tím, že by totalitní systém skončil sám od sebe.

Od příjemného překvapení k ještě příjemnějšímu

Díky různým okolnostem jsem se dostal do Švédska. Tam jsem nakonec zůstal, přestože jsem původně chtěl do Anglie. Začátky ve Švédsku pro mne byly šokující. Byla to země obtížného navazování kontaktů. Tehdejší Švédové byli mnohem konzervativnější, než jakýkoliv jiný národ, který jsem poznal. Úžasní introverti. České vtipkování a snaha vyjít s každým, to neexistovalo. První měsíce, než jsem se naučil švédsky, byly těžkou izolací. Pak jsem začal poznávat národ a zemi. Krácel jsem od příjemného překvapení k ještě příjemnějšímu. Dostal jsem se k tomu, že mám tu zemi úžasně rád. Jejich obyvatel si velice vážím. Jsem jim vděčný za to, že jsem měl veškeré možnosti, jako kdokoliv ve Švédsku. Oženil jsem se tam. Mám tam tři děti, které jsou velmi úspěšnými členy švédské společnosti. Vychoval jsem je, aby byly stoprocentními Švédy. Nechtěl jsem, aby měly problémy jako já s tím, kam vlastně patří.

Spadneš-li do hluboké vody

Chťic nechťic, stal jsem se podnikatelem. Spadneš-li do hluboké vody, musíš plavat, aby ses neutopil. Tak jsem začal plavat a ukázalo se, že jsem schopným plavcem. Záhy jsem se stal velice úspěšným podnikatelem ve Švédsku, v Anglii a ve Švýcarsku. Patřil jsem mezi mezinárodní podnikatele, jejichž aktivity byly jak v USA, tak v Japonsku. Stal jsem se tím, čemu Angličané říkají chief executive elitní společnosti. Nebyl jsem obchodníkem, vždy jsem se cítil být technikem. Nikdy jsem se na obchodní případ nedíval jako na cíl svého snažení, ale jako technik na technický problém. Toho se držím dodnes.

Dezertérem a reakcionářem

Můj vztah ke komunistickému

Československu nebyl nejlepší. Byl jsem označen za dezertéra a reakcionáře. Jednoho dne se ale u mne v kanceláři objevil pan Procházka - velice inteligentní mladý muž, bratr tehdejšího generálního ředitele Motokovu. Nabídl mi, abych ve Švédsku převzal zastoupení Škody Mladá Boleslav. Vůbec se jim tu nedařil prodej. Protože jsem byl zřejmě nejuspěšnější bývalý Čechoslovák ve Švédsku, obrátili se na mě. Když jsem panu Procházce řekl, jak se věci mají, že jsem v Československu na indexu, tento konstatoval: „Na to my kašleme. Přeberete-li zastoupení, tak vám garantujeme, že vás budeme považovat za legálního švédského občana a že vás vaše švédské občanství bude u nás chránit. Pokud převezmete zastoupení, klidně můžete do Československa.“ Po mnoha letech jsem se tak opět mohl podívat domů. Vidět otce, bratra, sestru, členy rodiny. Byl to tu pro mne zajímavý svět. Po celou dobu pobytu se kolem mne motali dva tajní. V hotelu Alcron jsem dostal pokoj, o němž mi přítel - bývalý letec, který tam dělal nosiče - řekl: „Máš tam odposlech.“

Nechal jsem nafotit Volvo a Škodovku

Měl jsem nápad, jak české vozy prezentovat. Jelikož jsem měl málo peněz na reklamu, řekl jsem si, že udělám jedinou reklamní kampaň. Nechal jsem nafotit nové fantastické Volvo a naši Škodovku. Mezi oba automobily jsem postavil švédskou rodinku - otce, matku, dvě děti a spoustu kufrů. Na novinové dvoustraně byl pod tím nápis: „Nový model Volvo je bezvadný, fantastický vůz. Stoprocentně jej doporučujeme, ale Škoda je také bezvadné auto. Za cenu jednoho Volva si však můžete koupit dvě Škodovky, pro pána a pro paní, a ještě vám zbyde spousta peněz na velkou nádhernou dovolenou s dětmi.“ Anonce byla tak úspěšná, že jsem měl během čtrnácti dnů zhruba šedesát obchodních zástupců. Každý z nich koupil pět vozů. Prodej Škodovek se pořádně rozjel.

Vstup Volva do Škodovky překazili Sověti

Tehdejší generální ředitel společnosti Volvo si mne



CRÊPERIE
galerie
Restaurant
Café Creperie

Rádi bychom Vám představili nový Restaurant Café Creperie. Nachází se u vyústění Karlova mostu bezprostředně u staroměstské mostecké věže v prostorách bývalého kláštera vedle kostela Sv. Františka.

Specialitou Creperie jsou francouzské slané i sladké palačinky podle starých receptur.

V romantickém prostředí na Vás dozajista dýchne atmosféra staré Prahy.

Po příjemném obědě, svačině či večeri máte možnost navštívit Galerii Rytířského řádu Křižovníků, kde jsou mimo jiné pozůstatky v Čechách nejstaršího kamenného Juditina mostu z 12. století.

Restaurant Café Creperie je otevřen každý den od 10 do 22.30 hodin.

Díky svým dispozicím je vhodný i pro pořádání menších až středně velkých obchodních akcí, prezentací, tiskových konferencí, rautů apod.

Restaurant Café Creperie

Křižovnické náměstí 3
110 00 Praha 1
tel./fax: 02/2110 8240

zavolał a strašlivě mi za anonci vynadal. Zároveň mi nabídl pozici prodejního ředitele společnosti Volvo. Kontakty s Volvem jsem si udržel a během krátkého návratu demokracie a logiky do Československa, za éry Dubčeka, jsme vyjednávali, že by Volvo vstoupilo na čtyřicet let do Škodovky. Že by tento společný podnik vyráběl malé automobily. K realizaci nedošlo, protože nás opět „osvobodili“ Sověti. Zase nastala doba uprchlíků. Mně se podařilo dostat z Československa do Švédska rodinu mého bratra. Sestra se dostala do Švýcarska. V republice již zůstal pouze můj otec, který ji nechtěl opustit, a pár příbuzných.

Proč měl švédský průmysl největší dynamiku

Když jsem začal, neměl jsem na to, abych založil akciovou společnost. Proto jsem provozoval společnost s ručením omezeným se základním jměním pět tisíc švédských korun. Původní švédský daňový systém fungoval tak, že podnikatel, který si vybral zisky z firmy, platil úzasně vysoké daně, jakmile překročil jisté niveau. Zdanění šlo až do devadesáti tři procent. Pokud však nechal peníze ve firmě, reinvestoval-li je do rozvoje firmy, do vývoje, tak z toho daně neplatil. Říkalo se tomu zakryté rezervy. Má firma vytvořila gigantické zakryté rezervy. Právě proto rychle rostla a stejným způsobem tehdy celý poválečný švédský průmysl. Podniky investovaly do rozvoje a nerozdávaly zisky.

Strašný „kraťas“ – doba Olafa Palmeho

Celou dobu jsem měl hlavní firmu ve Švédsku. Opravdu jsem neměl nic proti tomu, platit vysoké daně. Považuji za samozřejmé, že člověk, který hodně vydělává, má velkou společenskou zodpovědnost. Bohužel, ve Švédsku v roce 1969 nastal strašný zkrat – doba Olafa Palmeho. Sociální ideály, které jej dostaly na post premiéra, byly přesopřiliš altruistické – nereálné. Vytvořil ve Švédsku sen o supersociálním státě, kde se majetkové poměry během jedné generace téměř vyrovnají. Švédové nechtěli jít hrubou metodou komunismu - totiž znárodněním, ale daňovou nivelizací. Vytvořili nový daňový systém a zavedli daň z majetku. Daň z majetku považují za oprávněnou, ale způsob, jak ji konstruovali, měl pro Švédsko katastrofální důsledky. Daňové poplatky se neodváděly z majetku, ale přidaly se k výdělku. Člověku, který platil šedesát nebo sedmdesát procent ze svého výdělku na daních, se jeho výdělek navýšil o daň z majetku.

Několikasetnásobná daň

Já, který měl firmu se základním jměním pět tisíc korun a neměl žádné větší hotové peníze, jsem vlastnil firmu mnohasetmilionové hodnoty. Najednou jsem měl platit nejvyšší daně díky tomu, že se můj někdejší několikasettisícový daňový základ změnil v mnohamilionový. Byl ale v majetku, a ne v penězích. Musel bych platit několikasetnásobnou daň ve srovnání se svým příjmem. Jelikož zákon řekl, že nikdo nemůže platit více než sto sedm procent, měl jsem platit sto

sedm procent. Pochopitelně, nemohl jsem vybrat peníze z firmy, protože čím více peněz bych z firmy vybíral, tím více by narůstal můj příjem a zároveň bych musel likvidovat části firmy. To mne přimělo se ze Švédska daňově vystěhovat. Daňoví poradci mi radili Monte Carlo a prodej podniku zahraniční společnosti. Tou společností se stal Dixon PLC. Transakci jsem se stal jedním z jeho hlavních akcionářů, protože jsem dostal zaplacenou v akciích.

„Pompeli Possa“ synonymem blbosti

Ze Švédska se vystěhovalo více než dvacet tisíc nejúspěšnějších podnikatelů. Giganti jako Ikea, Tetra Pack. Následkem této daňové politiky ztratili švédští sociální demokraté vedoucí pozici. Impulzem pro volební debakl bylo vydání pohádky slavné švédské spisovatelky - autorky „Pipi Pučochatá“ - Astrid Lindgren o čarodějnici „Pompeli Possa“, která byla tak strašně bohatá, že zemřela hladu. To byla tak jasná alegorie, že se celé Švédsko smálo vládě a výraz „Pompeli Possa“ se stal synonymem její blbosti. To je varování i pro naši vládu. Příliš vysoké daně mají opačný efekt. Daně mají být přijatelné a mají se vybírat. V České republice se ale daně nevybírají plně. Daně zde platí jen ten, kdo je absolutně blbý nebo morální. Česká republika patří v Evropě k těm zemím, kterou by každý mohl doporučit všem, co jsou alergičtí na placení daní.

Nejlépe placeným manažerem ve Velké Británii

Měl jsem velkou výhodu. Nikdy jsem nebyl vážně obchodníkem. Přesto jsem se zřejmě stal jedním z nejlépe placených manažerů ve Velké Británii. Peníze pro mne vždy byly jen surovinou, se kterou se dá pracovat. Patřil jsem k prvním z manažerům, kteří pochopili úžasný průlom, jenž nastal koncem minulého století – nástup éry informačních technologií. Firmu Dixon jsem uvedl do epochy elektroniky. Byl jsem prezidentem různých jednotek, chief executive, členem nejužšího vedení. Specializoval jsem se na plánování a vedení podniku.

První Japonsko, druhé Švýcarsko

Předpokladem toho, aby si vás lidé vážili, je to, že si vážíte jich. Když jsem v Japonsku převzal bankrotující fabriku, abych v ní vyráběl produkt, na který jsem měl patent, japonská inženýři mě tak nenáviděli, že když jsem tam pracoval šestnáct hodin denně, protože jsem neměl v té vesnici co dělat, oni tam zůstávali o půl hodiny déle, aby dokázali, že jsou schopni pracovat více, než ten ošklivý cizinec. Když se nám začalo dařit dobře, ti samí lidé se stali nejlepšími zaměstnanci, jaké jsem v životě měl. Druhá země, která v tom byla Japonsku nejbliže, bylo Švýcarsko. Mí někdejší japonská zaměstnanci jsou i teď, po padesáti letech, mými nejlepšími kamarády. Navštěvují mne. Pokud mají nějaké významné rodinné oslavy, jsem na ně zván.

Pane Horale, proč jste se do Česka vrátil jako

podnikatel v oblasti cestovního ruchu, především hotelnictví?

Já jsem se nejprve vrátil jako návštěvník. Potom jsem se stal tichým společníkem podnikatelů, kteří koupili hotel, který chtěli opravit. Jsou to vysoce postavení lidé a kvalifikovaní ekonomové, ale najednou se ukázalo, že pokud by vedli podnik dále, dovedli by jej ve velice krátké době k bankrotu. Byl jsem proto nucen je vyplatit a sám převzít vedení. Domnívám se, že i zde v Česku jsem dosti úspěšný. Podařilo se mi tu vytvořit fungující hotelovou skupinu, která dnes poskytuje zaměstnání více než půl tisícovce lidí.

V které zemi se cítíte nejlépe?

Na některé otázky není možno jednoznačně odpovědět, a tohle je jedna z nich. Ve Švédsku se cítím bezvadně. Mám tam své děti a vnuky. Cítím se tam absolutně doma. Švédskému národu jsem hluboce vděčný za možnosti, které mi poskytl. K českému národu patřím, ale vděčný mu nejsem. Nejsem mu nic dlužen. Ale on je dlužen mně a mým kamarádům, s nimiž jsme za něj bojovali. Vrátil jsem se asi z takového důvodu, jako se vrací starý losos na místo, kde se narodil, aby tam umřel. To není pouze můj případ. To je např. případ generála Peřiny, který se sem vrátil do mnohem skromnějších poměrů po velmi úspěšném životě v USA. Takových lidí znám hodně. Víte, já jsem nikdy neměl problém se kdekoliv adaptovat a přizpůsobit se poměrům. Zřejmě jsem byl ideálním emigrantem. Nikdy jsem si nedovolil kritizovat zemi, do které jsem přišel, protože jsem se nikdy nepovažoval za dosti informovaného. Právě pozitivním postojem k lidem, k nimž jsem přišel, a respektováním jejich způsobu života mi bylo umožněno, že se nám vždy podařilo navázat bezvadnou spolupráci. Vztah úcty jednoho k druhému. Mám velmi mnoho blízkých přátel v Japonsku, ve Švýcarsku, nemluvě o Švédsku, Anglii a Česku.

V již zmiňovaném rozhovoru s prezidentem ČSA interpretuji váš názor na současnou fázi ekonomického vývoje.

Ekonomický vývoj, jako ostatně vývoj lidstva, se odehrává podle zákonitostí pendlu. Vývoj jde vždy tři kroky dopředu, krok nebo dva zpátky, aby se následně mohly udělat tři kroky vpřed. Vývoj nešel nikdy lineárně. To, co se teď děje, je spíše úpravou vývoje, který už nemohl dál pokračovat. Žádný strom nemůže růst donekonečna. Veškerá ekonomika a ekonomické podnikání je spojené s burzou. Když burza příliš naroste, musí se zřítit, aby mohla zase růst. Akcie by se nemohly prodávat, kdyby šly jenom nahoru. Čas od času musí jít dolů, aby mohl přijít nový boom. Vybavuje se mi přítom proslulé prohlášení zakladatele domu baronů Rotschildů, když se jej ptali, co bylo klíčem jeho velkého úspěchu: „To bylo jednoduché. Kупoval jsem, když většina prodávala, a prodával jsem, když většina kupovala.“

Tři kroky dopředu, krok nebo dva zpátky

Bankám ani makléřům nesejde na tom, jestli burza jde nahoru nebo dolů. Oni ty své komise dostanou při prodeji i při nákupu. Pro ně je nebezpečné, když tato činnost ustává. Kdyby to šlo pouze nahoru, tak by přestala. Nikdo by nic neprodával, protože by jejich akcie stále jenom stoupaly. Banky a peněžní instituce západního světa se naučily bezvadně kontrolovat prosperitu nebo depresi různými finančními injekcemi. Zvýšením či snížením diskontních sazeb. Proto nevěřím, že jde o nevládnutelný jev.

Letecká doprava přejde na veliké jednotky

Velké věci vidím v letecké dopravě, která musí přejít z jednotlivých velkých leteckých společností, které pracují nelogicky neekonomicky, na veliké globální jednotky, které musí pracovat na systému mezinárodních koridorů. Bude mnohem méně samostatných leteckých společností, což např. způsobí, že z Londýna ráno mezi 8.30 a 9.30 nebude létat pětadvacet spojů do New Yorku, ale jen tolik, kolik jich bude zapotřebí podle počtu pasažérů. Nebudou prázdná letadla, což se

v současné době promítá zákazníkům do zbytečně vysokých cen letenek. Globalizace umožní lepší využití letadlové kapacity. V tom vidím i úžasnou budoucnost pro ČSA. Nacházíme se ve středu Evropy. Máme možnosti vytvořit u nás jeden z největších leteckých hubů v Evropě. K tomu máme spoustu nevyužitých prostor, jako je např. oblast Milovic, kde by mohlo být fantastické centrum charterové a cargo dopravy. Bohužel na to u nás chybí kapitál a podnikavost, ale možnosti jsou úžasné. Kdybych byl mladý, šel bych s elánem do letecké dopravy, v níž u nás vidím největší perspektivy rozvoje.

Česká republika je perfektním místem pro investice

V Česku jsou teď největší možnosti levně investovat a otevřít si úžasně perspektivy. Je zde vysoce vzdělané obyvatelstvo. Češi jsou mírumilovní, neagresivní lidé. Čech nevráždí. V nejhorším případě udává, což pro podnikání není tak nebezpečné. Čech není veliký šovinista, lechce spolupracuje s jinými. Česká republika je perfektním místem pro investice. Česko je krásná země. Jsme ve středu Evropy. Ekonomický a politický vývoj se v České republice úplně otočí. To je jen otázka krátké doby po vstupu do Evropské unie. Naprosto se přizpůsobíme. Češi byli v přizpůsobování se poměrům vždy mistry. Jsem přesvědčen, že za deset let budou ceny nemovitostí v Praze právě tak vysoké jako ve Frankfurtu, v Londýně nebo v Paříži. Čechy se stanou eldorádem Východu, kde velice bohatý Rus bude mít své investice, protože se zde domluví lépe než ve Švýcarsku nebo v Německu. Čech Rusy nikdy nenáviděl. Česká republika se stane centrem obchodního styku Západ - Východ, Sever - Jih. Budoucnost vidím velice pozitivně. Náš největší problém je, aby se naše děti mentálně a zodpovědnosti staly částí západního světa a aby co nejrychleji odhodili povahové problémy, které nám udělala doba komunismu.

>> www.hotelduo.cz

ZAHÁJILI JSME PRODEJ Z KATALOGU

GO 2002

BRNO

stánek A1/050

LÉTO 2002

TUZEMSKO + EVROPA

vlastní dopravou

domluva
&
zájem

Dovolená
pro zralý věk

AtiS®

Staňte se autorizovanými prodejci pobytů ATIS !!!

PRO VÍCE 10 - 12 %

10

více let...
pro Vás

PŘIPRAVUJEME
RODINNOU DOVOLENOU

Vaše cestovní kancelář

Pobyty obsahují pojištění KOLUMBUS

POJIŠTOVNA
ČESKÉ SPORITELNY

CK ATIS • Fügnerova 7 • 792 11 Bruntál • tel./fax: 0646 - 787 - 111 • e-mail: dispecink@atis.cz • www.atis.cz

Anketa

Jaký očekávám vývoj prodeje zahraničních zájezdů v České republice v roce 2002?



Otto Dušek – majitel cestovní kanceláře Dušek Tours

Dušek Tours bude v únoru již desátou sezónou na trhu. Zaměřujeme se na individuálního klienta. Od začátku se zákazníkovi snažíme mít k tomu, aby

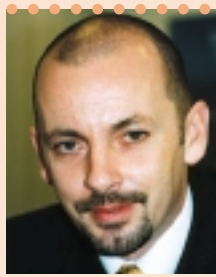
se odvážili cestovat sami, protože jim to dá vždycky více, než hromadně organizovaný program. U nás je to běh na dlouhou trať. Snažíme se, aby to, čemu se říká zájezd, mělo čím dál individuálnější charakter. Aby klient měl možnost vidět prakticky všechno, pro co se rozhodne, a aby jej v tom neomezovaly obdobné zájmy jiných klientů. To se týká i možnosti volby místa a kategorie ubytování, délky pobytu, dopravy apod. Zájezd šitý na míru - to je naše krédo. Rád bych popřál provizním prodejcům, aby se jejich klienti nenechali zastrašit a aby cestovali. Příští rok by měl být rokem návratu ke klidu.



Tomislav Ceh – generální ředitel Globtouru

Obdobně příznivý jako v roce 2001. Co se týče prodeje zájezdů, byl rok 2001 u Globtouru obchodně nejlepším rokem za dobu našeho vstupu na český trh.

Stěžejní destinací Globtouru je Chorvatsko, které je u českých turistů trvale nejpobulárnější letní destinací. Některé statistiky udávají, že jej loni navštívilo až téměř milion českých turistů. Globtour je tradičním a zřejmě jedním z největších evropských touroperatorů, který se specializuje na Jadran. Vzhledem k všeobecné renesanci poptávky právě po Chorvatsku a Černé Hoře tak loni celá evropská síť Globtouru zaznamenala veliký nárůst klientů. Vzhledem k okolnostem konce loňského léta očekáváme, že do destinací, které operujeme - Chorvatska, Černé Hory, Itálie i Španělska bude letos cestovat ještě více lidí, protože jsou to země, u nichž je obvyklé volit i individuální, autobusovou a železniční dopravu. Co se týká leteckých zájezdů, kapacity, které máme nasmulované, bezesporu prodáme. Stabilně totiž realizujeme dvacet pět procent zájezdů s leteckou dopravou z naší celkové nabídky. Do roku 2002 proto hledím velmi optimisticky.



Marcel Tomsa – ředitel cestovní kanceláře ČSA Airtours

Cestovní kancelář ČSA Airtours se specializuje na letecké zájezdy, už proto, že jsme stoprocentní dceřinou společností vlastněnou Českými

aeroliniemi. Nastal-li kdy ve světě nějaký nepřijemný incident, po němž pak došlo k jistému poklesu poptávky po leteckých zájezdech, tak jako k tomu došlo v souvislosti s asijskou krizí, Perským zálivem či Kosovem, vždy po nepřilíh dlouhé době poptávka akcelerovala do té míry, že překonala předchozí úroveň. Je také ovšem pravdou, že teroristické útoky v USA nemají srovnatelný precedens. Naše cestovní kancelář pořádá zájezdy do destinací, které nalétávají ČSA. Nemohu říci, že by nám počet zákazníků v pasivním či aktivním cestovním ruchu klesal, spíše naopak. Koncem loňského roku se zvýšila poptávka po krátkodobých zájezdech do evropských destinací, po tzv. eurovíkendech. Předpokládám, že do jara bude tento trend přetrvávat. Pokud nenastane něco mimořádného, pak na jaře letošního roku opět dojde k oživení zájmu české klientely o dálkové destinace, a podobně by se měla vyvíjet i turistika ve směru do Česka. Z hlediska dalšího vývoje prodeje zahraničních zájezdů v České republice pro rok 2002 jsem proto optimistou.



Alice Jančová – ředitelka cestovní agentury Interhome

Jsme cestovní agenturou. Proto se budu vyjadřovat k prodeji rekreačních pobytů. Interhome je zprostředkovatelem ubytování v chatách, chalupách a apartmánech v patnácti zemích

Evropy a v Americe na Floridě. Disponujeme dvaceti tisíci objekty. Tyto domy a byty jsou k dispozici celoročně. Kompletní nabídka Interhome je digitálně zpracována na www.interhome.cz. Zájemci se mohou díky on-line propojení seznámit s okamžitým stavem obsazenosti objektů. Mohou si nabídku nejen prohlížet, ale také ihned po internetu provádět rezervace. Vývoj prodeje v této oblasti vidím velmi pozitivně. Vzhledem k tomu, že jsme stávající obchodní rok zahájili 1. října, mohu konstatovat, že pro nás, jako zprostředkovatele individuálních pobytů, je současný vývoj velice příznivý.



Svatopluk Rada – obchodní ředitel Čedoku

I přes současný nepříznivý mezinárodně-politický vývoj jsem optimistou. Pokud nedojde k dramatickým komplikacím, prosadí se nakonec cestovatelský

zájem nad obavami z možných nebezpečí. Je však možné, že současný vývoj ovlivní strukturu prodeje i období nákupu zájezdů. Rada cestovatelů bude nepochybně se svým rozhodnutím vyčkávat až do konce jara a nepřesvědčí je ani výrazné slevy za včasný nákup. Ve Středomoří lze zejména v počátečním období prodeje očekávat snížený zájem o cesty do muslimských zemí a akcentování křesťanských destinací jako jsou Španělsko nebo Řecko. Nepochybně i nadále poroste zájem o dovolenou u blízkých moří, zejména v Chorvatsku a Itálii, kde lze počítat i s jistou renesancí autokarové přepravy. Toto tržní cestovatelské klima nepochybně nahrává cestovním kancelářím, které nejsou produktově jednostranně zaměřeny a podnikají v univerzálním rozsahu ve všech hlavních destinacích a všemi typy dopravy. Protože Čedok do této kategorie touroperatorů patří, pohlížme na příští rok s mírným optimismem.



Čestmír Sajda – náměstek ministra pro místní rozvoj pro evropskou integraci a cestovní ruch

V oblasti prodeje zájezdů nastal v loňském roce nabytím účinnosti zákona č. 159/1999 Sb. značný zlom. Došlo

k rozdělení na cestovní agentury a cestovní kanceláře. Proces udělování koncesí cestovních kancelářů nebyl jednoduchý. Nicméně situaci se podařilo zvládnout. Koncesi cestovní kanceláře obdrželo zhruba jeden tisíc subjektů a živnostenské orgány registrují na čtyři tisíce cestovních agentur. Cestovní ruch si bude i v roce 2002 udržovat pozici ekonomicky silného multioborového odvětví. Navzdory možným dozvukům tomu bude napomáhat i očekávaný velký zájem českých občanů o zahraniční zájezdy. Nicméně ekonomické skóre českého cestovního ruchu bude hovořit ve prospěch České republiky. Počet příjezdů zahraničních hostů do České republiky mnohonásobně přecísli počet výjezdů českých

turistů do zahraničí a cizinci zde v České republice utratí neskonale více peněz, než čeští občané v zahraničí.



Jana Votápková – ředitelka cestovní kanceláře Detur Tourism and Trading Česká republika

Za cestovní kancelář Detur mohu říci, že vývoj prodeje zahraničních zájezdů v České republice

v letošní sezoně vidím dobře, pokud nedojde k nějakým incidentům těsně před nebo na počátku sezony, což by mohlo narušit letecké operace ať už pravidelných linek nebo charterů. Naše cestovní kancelář je součástí renomované sítě cestovních kanceláří Detur Tourism and Trading specializujících se na Turecko. Na příští sezonu jsme nasmlouvali řadu nových kapacit. Podstatně jsme rozšířili nabídku čtyř a pětihvězdičkových hotelů, které nabízíme za na českém trhu bezkonkurenční ceny.



Jiří Káš – ředitel cestovní kanceláře Pradok

Očekávám, že letošní rok bude lepší než loňský. Už podle toho, jak veliký zájem mají cestovní kanceláře o leteckou přepravu a jak narostly objemy poptávané

seřadkové kapacity v letadlech. Zároveň se zvýšily i požadavky na autobusovou kapacitu. Naše společnost, coby charter broker, každoročně přeprodává seřadkovou kapacitu dalším zájemcům o leteckou dopravu. Pochopitelně leteckou dopravu využíváme i v souvislosti s vlastními produkty. Tradičně již třináctou sezonu nabízíme pevninské Řecko - Olympskou řivíru - Stavros, dále řecké ostrovy - Korfu, Krétu a Rhodos. Co se týče naší brokerské role, i zde jsme rozšířili nabídku o kapacity letecké charterové společnosti Travel Service, s níž budeme realizovat čtyři lety na Krétu do oblastí Chania a Heraklion a jeden let na Rhodos. Ostatní destinace, jako bulharský Burgas, řecký ostrov Korfu a Soluň, budeme realizovat s charterovou přepravou ČSA.



Demetrios Lambrou – ředitel cestovní kanceláře Venus Trade & Tours

Cestovní kancelář Venus Trade & Tours se již dvanáctou sezonu orientuje výhradně na destinace ŘECKO a KYPR. V sezoně 2001 se nám

podařilo zajistit letecké zájezdy celkem pro 8800 klientů. Tato sezona dopadla všeobecně pro většinu kanceláří dobře, což bylo způsobeno též ustálením

a vyrovnáním nabídky a poptávky na českém trhu. Po zářijových a říjnových událostech se však situace všude ve světě změnila, což se projevilo i na trhu cestovního ruchu. Na anketní téma říkám, že předpokládám, že vývoj prodeje bude v porovnání s minulými roky „zmrazen“, opožděn a ovlivňován aktuální politickou situací ve světě. Proto apeluji na cestovní kanceláře, které udávají směr na poli cestovního ruchu, aby důkladně zvážily kvantitu svých nabídek. Z tohoto důvodu již naše kancelář provedla patřičná opatření, aby sezona 2002 dopadla pro ni a její klienty co nejlépe.



Tomáš Cikán – jednatel cestovní kanceláře ESO travel

Pozitivní. U nás v ESO travelu jsme měli v roce 2001 bezkonkurenčně nejlepší sezonu. Počet destinací jsme rozšířili na sedmdesát šest.

Pochopitelně, 11. září eliminovalo naše plány, a zcela reálně závidím touroperátorům na Evropu, kde očekávám příznivý vývoj v sezoně 2002. U dálných exotických destinací, kterými se zabývá ESO travel, se domnívám, že k výraznému oživení poptávky a dosažení letošní předzářijové úrovně dojde až začátkem podzimu - pokud nenastanou nějaké další komplikace. Přes určitou skepsi, co se týče poptávky prvního pololetí po zaoceánských destinacích, musím říci, že mne již koncem loňského roku velice potěšil nárůst zájmu o ostrovy v Indickém oceánu. Vynikajícím způsobem se rozjely zájezdy do Jihoafrické republiky. Dvěštyřprocentní nárůst registrujeme u Austrálie, Nového Zélandu a Tichomoří.

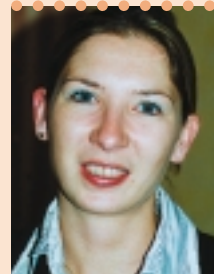


Petr Dvořák – jednatel cestovní kanceláře Alex

Musím přiznat, že jsme se toho koncem loňského léta začali bát, protože začátkem října se nám některé ze zájezdů poměrně obtížně doprodávaly. Už koncem

října loňského roku jsme však začali prodávat zájezdy na léto 2002. Jejich prodej se rozběhl nad očekávání dobře. Během tří neděl, v listopadu loňského roku, jsme prodali deset procent všech zájezdů. Tento trend pokračuje. Z tradičních destinací nabízíme Řecko, Španělsko, Turecko. Řeckou nabídku jsme rozšířili o ostrov Thassos. Letos máme úplně novou zemi, a to Egypt. Již loni jsme začali nabízet zimní zájezdy do teplých exotických destinací, zejména do Thajska. Uskutečnime ještě řadu slev, které budeme včasným klientům poskytovat až do konce února. Máme zkušenost, že po dobu poskytování slev bývá prodej kontinuální - pokračuje zhruba stejným

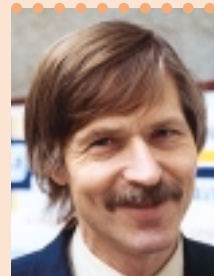
tempem. V tuto chvíli, co se týče vývoje letošního roku, jsem proto optimistický.



Veronika Velasová – cestovní kancelář Liberty International

Cestovní kancelář Liberty připravila v rámci outgoingu speciální produkt. Nejedná se až tak o hromadné zájezdy, jako spíše o tvorbu

individuálního produktu na přání jak pro jednotlivce, tak i pro skupiny. Náš první katalog pro zimní období 2001/2002 obsahuje nabídku 1500 hotelů po celém světě, příklady doprovodných služeb (transfery, výlety), okružních jízd, programů a kombinací atd. Takováto nabídka na českém trhu chybí a je o ni stále zájem, protože klienti neustále cestují za obchodem, na veletrhy, a především se začíná projevovat jistý odklon od skupinové turistiky vázané na předem definovaný program a čas. Konec loňského roku nasvědčoval, že není třeba se obávat vývoje v prodeji zahraničních zájezdů. Určitě tomu přispívá i ekonomický růst u nás, který dále povede k růstu poptávky po cestování. Měníci se životní styl pak přispívá k tomu, že klienti začínají objevovat nový způsob cestování, a odklánějí se od hromadných akcí k individuálním požadavkům na ubytování a služby na místě. Věřím, že pro cestovní kancelář Liberty International bude mít rok 2002 zdařilý průběh.



Petr Tiefenböck – ředitel Cestovní kanceláře Českých drah

Očekáváme, že sezona 2002 bude opět o nějaké to procento lepší než ta loňská, kterou zářijové události přece jen ovlivnily. Je však

pravděpodobné, že se může výrazně změnit zájem o jednotlivé destinace a způsoby dopravy. Lze usuzovat, že nepříjemnosti, které zaznamenávají letecké společnosti na celém světě, mohou přinést zvýšení poptávky po jiných druzích dopravy, například železniční. V posledních měsících uplynulého roku totiž v prodeji mezinárodních železničních jízd nenastal obvyklý útlum a tržby zůstaly na vysoké úrovni. Podle výsledků několika minulých let je tento trend u nás již patrný a zaznamenáváme stálý nárůst zájmu o železniční dopravu do zahraničí zejména ze strany státních institucí a podnikové klientely. Co se týče zájmu klientů o jednotlivé destinace, předpokládáme jeho růst zejména do Chorvatska, Černé hory nebo Řecka a doufáme, že i do dříve tak hojně navštěvovaných zemí jako je Rumunsko a Bulharsko.

ŘECKO • KYPR

11 a 12 denní pobytové zájezdy
VÝLET ZDARMA

Řecko • Kypr

Řecko

Korfu - Agios Georgios, Roda, Barbat

Egina - Agia Marina

Rhodos - Rhodos, Ixia, Kolymbia

Kos - Kos, Tigaki, Agios Fokas

Kréta - Kokkini Hani, Gouves

Peloponés - Tolo

Kypr

Coral Bay, Paphos, Limassol, Larnaka,

Ayia Napa, Protaras

Poznávací a kombinované zájezdy
okruh Korfu, ostrovy Kréta - Santorini,
okruh Rhodos - Symi, okruhy celým
Řeckem, ostrov Kypr, okruhy celým
Egyptem



**Zdarma zajištěny ke všem odletům
a příletům autobusové transfery**

Zlín, Uherské Hradiště, Brno, Jihlava, Karlovy Vary,
Sokolov, Cheb, Mariánské Lázně, Píseň, Rokycany,
Beroun, Opava, Karviná, Havířov, Ostrava, Frýdek-Místek,
Nový Jičín, Hranice na Moravě, Olomouc, Prostějov,
Vyškov, Brno, Vsetín, Párvčovice, Hradec Králové, Hořice,
Jičín, Mladá Boleslav, Kolín, Poděbrady,
České Budějovice, Prachatice, Strakonice

**Hledáme provizní prodejce
z menších měst
PROVIZE 8-10 %**



Běžší informace Vám rádi poskytneme přímo v CK:

VENUS TRADE & TOURS s.r.o.

Ječné 10, Praha 2, 120 00, Česká republika

Tel: 02 - 2491 9176, 2491 3011

Fax: 02 - 2491 9513, 2492 1490

www.vtt.cz, e-mail: info@vtt.cz

**Navštivte nás na veletrzích
GO 2002 - stánek A1-047
HOLIDAY WORLD 2002 - stánek VH 201**

www.czechtourservice.cz ucelená internetová prezentace České republiky



Ucelená internetová prezentace

O významu cestovního
ruchu a jeho pozitivních
ekonomických dopadech na rozvoj regionů se
v současné době mluví stále častěji. Snahou
jednotlivých destinací je zajistit, aby informace
o nich byly maximálně dostupné. Tím se otevírá
široký prostor pro uplatnění moderních
informačních technologií. Doposud neexistovala
internetová prezentace, která by Českou
republiku a její turistickou nabídku představila
komplexně. Zato vznikla řada dílčích prezentací
turistických atraktivit a subjektů jako reakce na
sílicí poptávku po turistických informacích. Jejich
úroveň co do obsahu, programátorského
i grafického zpracování, kolísá. Najít potřebné
informace je pro běžného uživatele značně
obtížné a časově náročné. V ještě
komplikovanější situaci se nachází
zahraniční návštěvník, který se musí
potýkat s tím, že požadované
informace v cizím jazyce často
nejsou dostupné vůbec nebo
v nekvalitním překladu.

Leptší nemít žádné

Častým jevem je to, že
vytvořením internetových
stránek práce s nimi skončí,
protože jejich údržba
a aktualizace vyžaduje finanční
i lidské zdroje. Pravdou zůstává, že

leptší je nemít na Internetu informace žádné, než
zastaralé či nepřesné.

Notoricky známé atraktivit

Dnešní situace v této oblasti na českém
Internetu kopíruje realitu co do rozložení, počtu
návštěvníků a výše příjmů z cestovního ruchu.
Zpravidla jsou prezentovány notoricky známé
atraktivit. Příčinou jistě není malá atraktivnost
ostatních míst, ale nedostatek informací a jejich
podcenění.

BEDY a.s.

Česká centrála cestovního ruchu se rozhodla
řešit situaci vytvořením oficiálního integrovaného
informačního systému cestovního ruchu České
republiky. Realizací projektu, nazvaného
czechtourservice, byla na základě výběrového
řízení v rámci veřejné obchodní soutěže pověřena
společnost BEDY a.s. s partnery.

Co je czechtourservice?

Oficiální informační systém
cestovního ruchu České republiky,
který neznamená pouze Internet.
Zahrnuje i další důležitou oblast,
kterou je distribuční síť.
Dlouhodobým cílem je
vybudování image
czechtourservice, opírající se
o širokou informační základnu,
korektnost datových zdrojů
a aplikaci progresivních technologií.



Čím se liší od jiných systémů?

V první řadě oficiální institucionální podporou. Dále nezávislostí na státních finančních prostředcích a schopností samofinancování. Vysokou profesionální úroveň řešení jednotlivých částí projektu díky účasti partnerů projektu (Hewlett Packard, GITY, Pythagoras, Computer Consulting Group, Dynatech a NAUSUS). Především pak zajištěním komplexního servisu. Czechtourservice zahrnuje informace prezentačního charakteru. Zároveň i praktické informace, a to vždy ve spojení s mapou. Na tuto vrstvu navazuje funkce rezervační. Umožňuje zajištění vybrané služby a její úhradu klientem.

Jak poskytnout informace

Především je tu Internet (www) obsahující veřejně dostupnou verzi umístěnou na doménách www.czechtourservice.cz a www.czechtourservice.com. Dále samoobslužné informační stánky umístěné v lokalitách jako jsou hraniční přechody, letiště, autobusová a vlaková nádraží na úrovni krajských měst a další turisticky exponovaná místa. Dalším distribučním kanálem je telefonní centrum. To bude poskytovat informace 24 hodin denně v několika světových jazycích. Důležitým prvkem distribuční sítě jsou turistická informační centra a zahraniční zastoupení ČCCR. Distribuční síť zahrnuje smluvní partnery, mezi něž může patřit jakýkoli subjekt na základě uzavřené smlouvy. Do budoucna se počítá s dalšími distribučními cestami, jako jsou WAP, tiskoviny apod.

czechtourservice
Official Czech Tourist Information



Efektivní propagace systému

Zásadní význam pro úspěch celého projektu má efektivní propagace systému czechtourservice. Prostřednictvím tiskových materiálů, inzerce v televizi a rádiích. Důležitá je účast na tuzemských i zahraničních veletrzích s oficiální českou účastí.

Samozřejmostí je registrace na českých i zahraničních vyhledávacích službách, zejména zapojení do projektu www.visiteurope.com schváleného a podporovaného ETC.

Přínos pro regiony

Zapojení se do czechtourservice znamená, že každá obec nebo region může získat kvalitně zpracovanou, jednotně strukturovanou prezentaci, a že může využívat všech výhod a efektů plynoucích ze zapojení se do oficiálního integrovaného informačního systému cestovního ruchu.

www.e-vsudybyl.cz

Objednejte si
zasílání
časopisu lidí
a o lidech
v cestovním
ruchu pro
rok 2002.

Tohle se mne netýká...

nebo že
by ano?



Cestovat pohodlně, rychle a bezpečně. Zvláště třetí položka je při počtu kilometrů strávených za volantem mnohdy rozhodující. Co se týče bezpečnosti pasivní – tedy konstrukce vozu, je předem dána výrobcem a majitel vozu ji moc neovlivní. Proto zůstává s podivem, že jedna z mála věcí, kterou aktivně ovlivňuje majitel vozu, zůstává v mnoha případech nevyužita. O čem je řeč?

Chování vozu na silnici silně ovlivňuje správný výběr pneumatik. Je proto zvláštní, jak často vidíme na našich vozovkách kvalitní a silná auta, na nekvalitních či nevhodných pneumatikách. Jak tedy z kruhu – „je potřeba kvalitní pneu, ale ne zase v ceně jež je div ne cenou vozu?“ Jedno řešení se nabízí.

Od roku 1999 se na českých silnicích začala objevovat značka pneumatik, jež do té doby znal jen úzký okruh zasvěcených lidí. Jedná se o špičkové japonské pláště TOYO, které na náš trh dodává společnost Obnova Brno, a. s.. Po nesmělých začátcích si tato značka v relativně velmi krátké době vydobila svůj okruh zákazníků, jež oceňují především několik základních věcí.

Co může být lepší vizitkou o kvalitě a bezpečnosti pneumatik, než srovnávací testy, kterým se věnují renomované německé a britské časopisy, jako je například Autobil? V loňském roce prošla testovacími sériemi celá řada pneumatik TOYO. Důkazem budiž, že v celé sérii testů nikdy neskončila hůře než druhá. A uvědomíme-li si, že vítězové bývají zpravidla „domácí“ značky, jsou tato umístění potěšitelná a zároveň názorně vypovídající o kvalitě. Aquaplaning, držení v zatáčkách, brzdný moment, vše je vysoko nad standardem platným v rámci EU.

Obnova Brno, a. s. dodává na trh celou řadu pneumatik TOYO, které pokrývají celou šíři trhu. Od klasických Felicií (TOYO 330), přes Octavie (TOYO Proxes E10) až po silné vozy, jež mají rozměry v rádech 16-ti a 17-ti palců (TOYO Proxes T1-S). Na výběr je celá řada opravdu od nejmenších pneu až po třeba extrémní rozměry typu 255/40 R17. To vše v segmentu letních pneu.

Samozřejmě i na zimu nabízí Obnova Brno, a. s. prostřednictvím svých servisů a partnerů v rámci celé ČR kolekci plášťů TOYO. Jedná se především o řadu TOYO Snowprox S 920 - 950. Samozřejmostí je i široká škála rozměrů u všech vyjmenovaných desénů. O jejich kvalitě vypovídá i to, že pokud si v Německu kupujete Porsche 911 v „zimním balení“ najdete ho právě mnohdy na pneu TOYO S 950.

Samostatnou kapitolou zůstává série automobilů, jež se řadí do takzvané Off-road kategorie vozů. Tyto vozy vyžadují pneumatiky, jež obstojí jak v klasickém silničním provozu, tak ve chvíli, kdy majitel „zkusí“ svůj vůz prohnat terény a „cestou necestou“. Tady jsou pilotními pneumatikami hlavně TOYO H02 a H03. Poskytují vysoký jízdní komfort a o to přeci jde! Na závěr jsem si nechal tip pro majitele cestovních kanceláří, či ředitele podniků, které využívají i vlastního dopravního parku. TOYO se samozřejmě nevěnuje jen kategorii osobních či off-road vozů. Na trh je dodávána celá řada pneumatik, jež jsou určeny jak pro lehké nákladní či Van vozy, až po pláště pro autobusy, nákladní vozy atp. Ostatně – není nic jednoduššího, než se podívat na www.obnovabrno.cz, či www.cgs.cz, kde najdete celou nabídku včetně aktuálního ceníku. A propo - cena. Až potud se mohlo zdát, že pláště v této kvalitě budou i extrémně náročné na „stav konta“. Opak je pravdou, ostatně přesvědčte se sami!

Pokud se tedy rozhodujete, do čeho „obujete“ svůj vůz, dovolte abych na závěr použil větu, která je nosná pro celý program TOYO - „Seznamte se, prosím...“

Obnova Brno, a.s., Herčíkova 1a, 657 71 Brno
tel.: +420/5/4158 7201, fax: +420/5/4121 2790
e-mail: kyselka@obb.cgs.cz

Stejně jako
před rokem,
cestujeme
s Pradokem



Zahájen
prodej
zájezdů
Léto 2002

● Itálie ● Španělsko
● Chorvatsko ● Řecko a řecké
ostrovky Rhodos, Kréta, Korfu ●

provize
až 12%

● Významné
slevy do
28. února 2002!
● Výlety zdarma!
● Svozy zdarma!

pradok →

Zborovská 6, 150 00 Praha 5
tel./fax: 02/ 5732 8252, 02/ 5732 9035, 02/ 5732 9038
e-mail: info.pradok.cz, www.pradok.cz

Pojďte pane, pojedeme do Kolína

Modernizovanými vozy Českých drah

21. listopadu přesně v 11.05 podle jízdního řádu vyjel vlak Intercity „Odra“ z Prahy do Kolína. Na vyhrazených místech ve druhé vlakové třídě jelo dvacet pět novinářů, kteří si přišli vyzkoušet jízdu modernizovanými vozy Českých drah po již dokončeném úseku prvního železničního koridoru.

Nemusím se ani dívat na hodinky

Iniciátory celé akce byli ředitel Cestovní kanceláře Českých drah a současný předseda FUJET Ing. Petr Tiefenböck a ředitel pražského Obchodně provozního ředitelství Českých drah Ing. Jaromír Kadlec, který také přítomné novináře uvítal slovy: „Nemusím se ani dívat na hodinky, je to zbytečné, neboť jedeme včas.“ Ing. Kadlec přítomné seznámil se stavem výstavby koridorů, s vlakovými jednotkami, které při dnešní cestě vyzkouší, a také upozornil na okamžik, kdy souprava vyjela na nový koridor.

Skončilo drncání pražců

Bylo to však zbytečné, protože v ten okamžik skončilo charakteristické drncání pražců a jízda se stala požitkem. Mnoho novinářů také přiznalo, že vlakem už nejlíbežněji několik let a byli velice překvapeni, že České dráhy zřejmě nebudou jen tou černou dírou, do které se bez viditelného výsledku nenávratně sypou státní peníze, ale že tato doprava může být také velice moderní a pohodlná. Padalo mnoho otázek, na které velmi vtipně a profesionálně odpovídal Ing. Kadlec.

Na železné dráze Super

Po necelé třičtvrtěhodině jízdy už vlak přesně podle jízdního řádu dojížděl do Kolína, kde si všichni přestoupili do první třídy moderní patrové příměstské jednotky řady 471 a vydali se na cestu zpět do Prahy. Cestou už všichni jen v klidu vychutnávali pohodlnou jízdu i občerstvení, které dostali společně s propagačními materiály. Redaktoři deníku Super pak mohli dokonce na vlastní přání cestu absolvovat ve strojvedcovské kabině.

Cestovní kancelář Českých drah

Ředitel Cestovní kanceláře Českých drah Ing. Petr Tiefenböck pak ještě novináře seznámil s novými katalogy na rok 2002 a pozval je k návštěvě stánku Českých drah a Cestovní kanceláře Českých drah na výstavách GO a Holiday World 2002.

naše Bulharsko jde

Řekne-li se cestovní kancelář I. Parkam Holiday's, každému, kdo má trochu přehled o scéně českých touroperátorů, se vybaví především Bulharsko, přestože v její nabídce jsou i pobytové zájezdy do Itálie, Rakouska, Španělska, Řecka, Chorvatska a Francie. Ředitelé této cestovní kanceláře pana Romana Šimka jsem se zeptal: Co vedlo k tomu, že jste se v době, kdy většina cestovních kancelářů vozila lidi ke Středozezemnímu moři, rozhodli prosadit se jako touroperátor na Bulharsko a vozit české turisty k Černému moři?

V roce 1994 nás navštívil bývalý průvodce v Bulharsku, který tam v dobách největší slávy v sedmdesátých a osmdesátých letech minulého století měl na starosti české skupiny. Předložil nám nabídku a my jsme se rozjeli podívat se do Bulharska. To, co nás motivovalo vedle pozitivního až nostalgického vztahu spousty českých klientů k Bulharsku, byly zajímavé cenové relace a slušná úroveň turistické infrastruktury v černomořských letoviscích.

Hned od počátku jste začali Bulharsko nabízet s leteckou dopravou?

Pochopitelně. Dosažená nákupní cena za ubytovací kapacity v Bulharsku i ceny letenek od letecké společnosti byly výhodné. Zároveň nám byl velmi nápomocen tehdejší kurz české koruny vůči dolaru. Nespornou výhodou letecké dopravy na černomořské pobřeží je, že jste na místě za hodinu a tři čtvrtě.

Od té doby, co jste začali vozit české turisty k Černému moři, se v destinaci Bulharsko mnohé změnilo. Je možné konstatovat, že západní Evropa objevila Bulharsko. Černomořské pobřeží začaly nabízet a úspěšně prodávat velcí britští, němečtí i rakouští touroperátoři. Do Bulharska začala směřovat movitější klientela ze západních zemí.

Od roku 1994 se poměry v přímořských letoviscích, a bezesporu i ve vnitrozemí, měnily k lepšímu mílovými kroky. Do bulharského turistického byznysu nastoupil zahraniční kapitál. Do hotelnictví zde investují západoevropské finanční skupiny, zejména z Německa a Velké Británie. Někdejší turistická infrastruktura, fungující v době svého vzniku, se masivně přebudovává na evropský standard. Výjimkou nejsou ani luxusní hotely zasazené do nádherných přírodních scenérií černomořského pobřeží. Navíc si troufám tvrdit, že je tam jedno z nečistších moří v Evropě. Bulharské pobřeží je velmi vhodné pro rodiny s malými dětmi, protože disponuje rozsáhlými písčnými plážemi s pozvolným vstupem do vody.

Proč máte rád Bulharsko?

Samozřejmě nejen proto, že dává vydělat naši cestovní kancelář. Již při své první návštěvě jsem si

● cestovní kancelář I. Parkam Holiday's nabízí pobytové zájezdy do Bulharska, Itálie, Rakouska, Španělska, Řecka, Chorvatska a Francie ● cenové relace v Bulharsku jsou přijatelné i pro rodiny, které musí na dovolenou u moře celý rok šetřit ● Parkam létá z Prahy, Brna i Ostravy ● poptávka po leteckých zájezdech bude mít stoupající tendenci ●



uvědomil, že se tam český turista bude cítit opravdu jako na dovolené, kterou si může užít po všech stránkách, a že jeho touha strávit letní dovolenou u moře nebude hořkokyselá skutečností, že je to nad jeho poměry. Cenové relace jsou přijatelné i pro rodiny, které musí na letní dovolenou u moře celý rok šetřit. Snad každý táta nebo maminka, podle toho, kdo drží rodinnou kasu, se dostal pod tlak argumentů: „No, tak si to dopřejme. Dovolenu máme přeci jen jednou do roka. Přece na nás nebudeš šetřit...“ Pokud se ale dnes česká rodina pro dovolenou u moře rozhodne, v mnohých ze středozezemních destinací pak může do hospůdek a restaurací pouze nakukovat. V Bulharsku tomu tak není, protože ceny jsou mnohdy i nižší než u nás.

Nedávno jsem byl svědkem toho, jak si top manažer jedné cestovní kanceláře nařikal, protože brněňští klienti byli ochotni dát za obdobný produkt, který nabízí jeho konkurent, o tři tisíce korun více jenom proto, že má odlety z Bma. Parkam, kromě Prahy, létá jak z Bma, tak i z Ostravy.

V minulém roce 2001 jsme z Brna realizovali šestnáct letů. Pro příští rok jsme se rozhodli pro velký zájem uskutečnit odlety i z Ostravy.



PARKAM®
Holiday's

Co mají rádi děti? Bulharský sluneční běh. Jejich tatínkové a maminky také. A když opravdu čistě náhodou není Sluneční běh, pak je tu hned další citové pouto - Pliska...

To je, zdá se, desetiletými stvrzovaná tradice. Když se lidé vrací z Bulharska od Černého moře, přivázejí si s sebou bulharské sluníčko. Často se stává, že mají zavazadla ještě plnější, než když odjžděli do Bulharska. V jejich taškách cinká zlátnoucí inspirace, kterou plnými doušky vychutnávali po celou dobu svého pobytu, a již se i přes nemalé úsilí a leckdy obdivuhodné výkony nedokázali přepít.

Jak vidíte trendy v prodeji zahraničních zájezdů u nás v Česku?

Poptávka po leteckých zájezdech bude mít stoupající tendenci. Z této situace pak budou prozatím nejvíce těžit cestovní kanceláře, jejichž produkty tvoří v nabídce jakýsi cenový mezistupeň mezi autobusovými a leteckými zájezdy. Drtivá většina klientů chce být u moře co nejdříve, bez únavného mnohasetkilometrového trmácení se po silnicích. To, že dominuje pozemní doprava, není z důvodu nezřízené přízně k tomuto druhu cestování. Důvody jsou prozaické - ekonomické, protože se cena dopravy výrazně projevuje v ceně zájezdu. Noví zákazníci nakupující letecké zájezdy se rekrutují především z řad turistů, kteří doposud z ekonomických důvodů na dovolenou k moři jezdili autobusy či automobily. Mají zájem nejen o pohodlnější cestování, ale i o důstojné podmínky v pobytových místech. Z tohoto pohledu je Bulharsko zemí vítaných parametrů. Pravděpodobně i to je důvodem, proč produkty cestovní kanceláře I. Parkam Holiday's prodává čím dál více cestovních agentur i kancelářů.

Jak v souvislosti právě s nimi vidíte svoji budoucnost?

Ta je hodně v rukou našich obchodních zástupců. Mezi nimi je mnoho těch, kteří s námi spolupracují již od našich začátků. Postupujeme krok za krokem a ani do budoucna neplánujeme nějaký skokový nárůst. Co se týče výše provizí, ty se standardně pohybují kolem deseti až dvanácti procent. V absolutních částkách za jeden prodaný zájezd je to pravděpodobně méně, než kdyby prodejce prodal drahý zájezd, ale klienti, kteří chtějí kupovat takového typu zájezdů, dražší kupovat nebudou. A navíc, jak ukazuje praxe, vzhledem k tomu, že se naše Bulharsko dobře prodává, stává se obchodně zajímavým a žádaným produktem.

>> www.parkam.cz

Rok 2001 nejlepší sezónou

Exim Tours –
váš spolehlivý partner

- vývoj napovídá, že 11. září nebude mít na prodej zájezdů v letošním roce žádný katastrofální vliv
- Exim Tours každoročně posiluje své pozice u provizních prodejců
- v loňském roce sto deset tisíc klientů z pěti zemí
- konkurenceschopnost je o kvalitě produktu, o vstupních a prodejních cenách
- vzhledem k růstu reálných mezd bude stoupat počet lidí, kteří budou na dovolenou upřednostňovat leteckou dopravu
- přípravy na letní sezonu se mohou jevit, jako že se počet obyvatel během zimy ztrojnásobí

Jaký byl loňský rok pro vaši cestovní kancelář?

Rok 2001 byl vůbec jednou z nejlepších sezon od roku 1992, kdy jsme činnost cestovní kanceláře Exim Tours zahájili. Exim Tours se přestěhoval do vlastního nového objektu na Prahu 4 do ulice Na Dvorcích. Domnívám se, že nejenom pro Exim, ale i pro většinu ostatních cestovních kanceláří byl rok 2001 vynikající. Bohužel jeho závěr pokazil incident v USA. Celkové výsledky cestovních kanceláří však tato událost poznamenala pouze dílčím způsobem už proto, že se udála koncem letní sezony. Současný vývoj napovídá, že nebude mít na letošní rok žádný katastrofální vliv.

Od svého vzniku Exim Tours každoročně posiluje své pozice u provizních prodejců a jejich prostřednictvím i na českém trhu leteckými zahraničními zájezdy.

Obdobný trend byl zachován i loni, kdy naši provizní prodejci navýšili finanční objem prodaných zájezdů Exim Toursu o dvacet procent oproti roku 2000. Naši obchodní zástupci realizují přes devadesát procent všech prodejů. V současné době s novým sídlem firmy je jim k dispozici dispečink vybavený nejmodernější technologií a nový rezervační systém na bázi internetového propojení. Naším cílem je, aby každý z nich měl možnost díky on-line propojení znát aktuální stav rezervací a naplněnosti zájezdů. Svoji pozici vůči svým prodejcům, deklarovanou sloganem: „Exim Tours – váš spolehlivý partner“, jsme se rozhodli potvrdit i novou právní formou podnikatelského subjektu tak, aby cestovní kancelář Exim Tours odpovídala dimenzím, kterých nabyla především díky úspěšné spolupráci právě s nimi. V současné době pracujeme na transformaci na akciovou společnost.

Základem úspěšného podnikání je stabilita. Nebýt závislí pouze na jednom trhu či na jedné činnosti. Stejným vlastníkům české firmy Exim Tours patří i obdobné cestovní kanceláře na Slovensku, v Polsku, Maďarsku a v Rumunsku.

V loňském roce 2001 naše zájezdy ve všech pěti zemích dohromady volilo cca sto deset tisíc klientů. To je pro touroperátorskou činnost výhodná výchozí pozice. Nejen v České republice, ale i v ostatních zemích je to o cenách. O prodejních cenách zájezdů, o výši provizí pro provizní prodejce a pochopitelně o nákupních cenách ubytovacích, stravovacích a dopravních služeb. O pozicích při obchodním vyjednávání s pojišťovnami apod. Každý obchodník ví, jak podstatný rozdíl je v tom, jestli se nakupuje v malém nebo ve velkém. A je jedno co. Konkurenceschopnost je o kvalitě produktu, o vstupních a prodejních cenách. Pochopitelně je to též o motivaci obchodních zástupců, o jejich přesvědčení, které přenášejí na zákazníky, že prodávají kvalitní produkt seriózní cestovní kanceláře. Takový produkt se pak jakoby prodává sám. Lidé jej chtějí, protože jim byl doporučen. Téměř každý se rád podělí o své pozitivní dojmy z dovolené. Ovšem, o negativní intenzivněji.

Jaké budou v letošním roce převládat trendy u prodeje zájezdů?

Navzdory tomu, co se stalo jedenáctého září, lidé, kteří na dovolenou létali, budou létat i nadále. Vzhledem k trendům a k růstu reálných mezd obyvatel České republiky bude stoupat počet lidí, kteří budou v souvislosti se svými dovolenými preferovat leteckou dopravu. Pochopitelně stále bude dost a dost těch, kteří budou upřednostňovat individuální dopravu vlastním vozem či volit autobusovou nebo železniční dopravu. I zde bude docházet k nárůstu zájmu odrážejícím mírně pozitivní ekonomické trendy českých domácností. Letní dovolená u moře je totiž u českých občanů jednou z nejvyšších priorit. Dovolím si odhadovat, že ze všech občanů evropských zemí jsou právě čeští občané ochotni vydat největší podíl peněz v poměru ke svým celkovým příjmům.

Co popřejete čtenářům Všudybylu do nového roku?

Hodně úspěchů, štěstí a zdraví. Rád bych popřál i zdravý podnikatelský úsudek kolegům touroperátorům. Žádná vnější katastrofa českému trhu se zahraničními zájezdy nemůže ublížit tolik, jako naše vlastní chyby, zejména přecenení možností českého trhu.

► Ing. Ferid Nasr (napravo) společně s populárním hercem Petrem Rychlým (nalevo) měli důvod k radosti i začátkem loňského roku.



►► www.eximtours.cz



Central European Congress and Exhibition Office aneb v nejvyšší kvalitě

- Kongresové centrum Praha, a.s. a Guarant, Ltd. vytvořily sdružení pro organizaci kongresů a výstav KCP-CECEO ● Mezinárodní kongres Skupiny světové Banky a Mezinárodního měnového fondu Praha 2000 nastartoval řadu opakovaných návratů významných osobností ● Central European Congress and Exhibition Office zajišťuje komplexně akce na klíč od marketingu přes obchod a realizaci - včetně zajištění technických služeb, gastronomie, dopravy, ubytování, doprovodných programů apod. ●



V interview se Stanislavem Grosseem v pátém vydání VŠudybylu loňského roku (str. 6) nazvaném

„S nasazením životů“ společně konstatujeme, že

Policie České republiky perfektně zvládla bezpečnostní zajištění Výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky, a to za velmi složité situace, kdy Česká republika oficiálně vyslala světu poselství, jehož slyšeným obsahem bylo: „Gauneři a pomatenci celého světa, jste u nás vítáni. Přijďte si k nám zademonstrovat a zařadit - ventilovat svoji brutalitu.“ Kdy navíc drtivá převaha sdělovacích prostředků pseudo nestranně poskytovala neúměrně větší prostor tzv. odpůrcům globalizace, jejichž nachystanými argumenty pro dialog byly odpadkové kontejnery plné dlažebních kostek a operační plány útoků na symboly tzv. globalizace.

Přesto Praha, ze všech míst, kde se akce takového charakteru konaly, dopadla nejlépe. O České policii jsem se již zmiňoval. Co je však také třeba ocenit, vedle schopností organizátorů, jsou značné bezpečnostní dispozice Kongresového centra, mj. i strategické přístupové koridory. Tyto tři faktory způsobily, že Česká republika, Praha a Kongresové centrum Praha získaly velmi dobré renomé - v zahraničí, a to v době, kdy jinde v tzv. vyspělých zemích při takovýchto akcích na obou stranách barikád opravdu umírají lidé. Jenomže... Doma není nikdo prorokem. Přesto byl učiněn významný posun směrem k tomu, že se Praha stává nejen mezinárodně uznávanou bezpečnou kongresovou destinací, ale že také, jako kongresová destinace, začíná být vnímána českou politickou reprezentací. Inu, kde brát „chechtáky“ na realizaci předvolebních slibů? Na státní a komunální zakázky? Lidí kolem VŠudybylu tak může jenom hřát u srdce, slycháme-li již z úst městských zastupitelů i členů vlády opakovat argumenty jednatele společnosti Guarant Ing. Karla Procházký otřeseně ve druhém vydání VŠudybylu loňského roku (str.

KCP - CECEO,

Central European Congress and Exhibition Office, bylo založeno dvěma společnostmi - Kongresovým centrem Praha, a.s. a společností Guarant Ltd. Vzniklo proto, aby pro Kongresové centrum vytvářelo obchodní a marketingové činnosti kongresového a výstavnického směru.

Od září loňského roku je jeho generálním ředitelem pan Dr. Martin Sekyra. Poté, co vystudoval obor informatika a krátce v něm pracoval, působil v zahraničním obchodě. Od roku 1991 byl pět let finančním ředitelem IBM Česká republika. Potom se opět věnoval obchodu a marketingu, zejména ve firmách Wella Česká republika jako ředitel marketingu a ve Škoda Auto Mladá Boleslav ve funkci ředitele pro reklamu a komunikaci.

14-15) o tom, že kongresový turista utrací až 400 dolarů denně.

Leckteří čtenářové VŠudybylu už ví, že jsem zprvu utrpěl nehumanitní (vojenské) a následně humanitní vzdělání. Navíc, že vším, čím jsem byl, jsem byl rád. A tak jsem si ve dvou domech kultury vyzkoušel řadu rolí od metodika zájmové umělecké činnosti pro hudební obory, programového pracovníka, přes lektora hudby, šéfa folk & country scény až po zástupce ředitele. Fungování takovýchto institucí, kromě vrchnosti, momentálního personálního obsazení a jeho kreativity vždy výrazně determinuje jeho léty se utvářející pověst. Na povědomí o objektu Kongresového centra se pohříchu notně podepsalo přemnohé. V souvislosti s jeho vnímáním českou



veřejností mne napadá naivisticky formulované reformační heslo: „Lepší pastuchova chýška, nežli Tábor, z něhož vládl Žižka.“ (Snad mi to mí modropupkatí táborští spolurodáci odpustí). A to je velká škoda. Nejen morální, ale zejména ekonomická. Pane řediteli, už bylo opravdu na čase, aby se lidé dohodli a začali něco s Kongresovým centrem dělat.

Určitě. Právě tato situace je pro nás velkou výzvou a my chceme dál pokračovat v procesu zviditelňování a pozitivního vnímání Kongresového centra Praha českou i zahraniční klientelou, zahájeného úspěšným průběhem výročního zasedání Mezinárodního měnového fondu a Světové banky v minulém roce. Chceme Kongresové centrum Praha naplňovat nejen akcemi ze sféry kongresů a doprovodných výstav. Prostřednictvím oživení jeho činnosti chceme tomuto velkoryse disponovanému objektu napomoci dostat se do portfolia míst, která se sluší navštěvovat. Chceme z Kongresového centra udělat místo, kde se lidé budou rádi scházet. Kam si rádi - nejen kvůli nádhernému výhledu na panorama Prahy - ale hlavně pro příjemnou atmosféru a kvalitní služby zajdou na večeri. Kde se budou dobře cítit.

Jaký servis budete návštěvníkům či obchodním partnerům nabízet?

S Kongresovým centrem Praha, a.s. máme dohodu jako s hlavním dodavatelem prostor a služeb. Samo Kongresové centrum Praha, a.s. ale bude i nadále organizovat akce, které tam již v současné době patří. Od komorních záležitostí až po velkoryse koncipované muzikály. Pochopitelně, Kongresovým centrem Praha, a.s. bude tento objekt komerčně využíván i po stránce dlouhodobých pronájmů. Cílem sdružení Central European Congress and Exhibition Office jsou realizace zejména větších tuzemských i mezinárodních kongresů a výstav. Zásadní výhodou pro našeho klienta je možnost komunikovat pouze s jedním partnerem, který se postará o realizaci veškerých představ a požadavků zákazníka. Toto na straně klienta významně zjednoduší celou fázi organizační přípravy jeho akce. Již jsem zmínil úspěšné konání kongresu Skupiny světové Banky a Mezinárodního měnového fondu. Jeho účastníci byli okouzleni krásou Prahy i schopností českých bezpečnostních složek zajistit pokojný průběh. Byli překvapeni kulturním bohatostí i krásou České republiky. Mezinárodní kongres Skupiny světové Banky a Mezinárodního měnového fondu Praha 2000 tak nastartoval řadu opakovaných návratů mnoha významných osobností, a to nejen světa velkých financí a nejen proto, aby se zde kochali krásami naší vlasti. To, s čím se chceme na obchodní partnery obracet, co jim budeme nabízet, proto nebude pouze Kongresové centrum, ale Praha a Česká republika vůbec.

Co, pane generální řediteli, vzkážete čtenářům VŠudybylu do nového roku?

Jsem rád, že na jeho prahu mohu konstatovat, že i pro ně vznikla naše společnost. Že Central European Congress and Exhibition Office zajistí kvalitní servis i pro ně a jejich klienty. Že zde budou moci komunikovat s jedním partnerem. A že my, coby jejich partner, jsme schopni komplexně zajistit téměř veškeré požadavky v nejvyšší kvalitě na klíč, od marketingových služeb přes obchod až po techniku a úspěšnou realizaci. KCP - CECEO je tak koncipováno.

A samozřejmě bych rád využil této příležitosti a popřál čtenářům Vašeho časopisu vše nejlepší v novém roce, pevné zdraví, mnoho pracovních úspěchů i spokojenosti v soukromí.

➤➤ www.ceceo.cz



Guarant držitelem mezinárodního certifikátu jakosti ISO 9001

10. prosince 2001 v salonku restaurantu Žižkovské věže převzal ředitel společnosti Guarant Ing. Karel Procházka v přítomnosti zaměstnanců své firmy z rukou Ing. Marie Šebestové - místopředsedkyně CQS /Czech Association for Quality system certification/ certifikát jakosti ISO 9001:2000.



Kvalitou k prosperitě

Loňského roku byl ve druhém vydání VŠudybylu zveřejněn příspěvek Ing. Jiřího Sysla nadepsaný „Sezame, otevři se“. Na sezamovém semínku není nic zvláštního. Na kouzelné formulí „sezame, otevři se“, která v jedné z pohádek Tisíce a jedné noci otevírá přístup k nesmírnému bohatství, ano. Zrovna tak na kvalitě. Také na ní není nic zvláštního. Je nebo by měla být samozřejmostí. Přesto i ona, zvláště pak máte-li na ni mezinárodně uznávaný certifikát kvality ISO 9001, umí na stejném principu jako heslo „sezame, otevři se“ otevírat přístup k prosperitě.

Organizace se zavedeným systémem jakosti

vystupuje před zákazníkem s jasným přehledem o rozsahu své způsobilosti a možnostech, které může bez rizika nabídnout, jedná na základě dobře propracovaných smluv a záruk, které chrání zákazníka i jeho vlastní pracovníky. Systém jakosti zajišťuje zastupitelnost zejména klíčových pracovníků a minimalizuje možnosti nepředvídatelného chování organizace jako celku i jejich jednotlivých pracovníků. Standardizuje komunikaci mezi útvary i jednotlivci a pozitivně působí na vnitropodnikovou kulturu. Normativně vyžaduje zvyšování kvalifikace managementu a zaměstnanců.

➤➤ www.guarant.cz ➤➤ www.cqs.cz



GUARANT



Běh na dlouhou trať

aneb Čedok rozšiřuje síť provizních prodejců

- Unimex Group je pět let majoritním vlastníkem Čedoku ● firmy ve skupině Unimex Group úspěšně podnikají v mnoha oborech ● z někdejší tisícovky zaměstnanců dnešní Čedok zaměstnává třetinový počet ● Travel Service největší českou charterovou leteckou společností ● český trh již extenzivně neporoste, bude na něm docházet k přesunu poptávky ve prospěch leteckých zájezdů ● úspěšný obchod je o tom, že máte spokojené klienty a dlouhodobě pozitivní výsledek ● sport mi dnes slouží k tomu, abych si vyčistil hlavu, udělal žížen a cítil se v pohodě ●

Významným prvkem stability každého byznysu je nebyť závislý na jednom trhu, jednom obchodním partnerovi, jedné destinaci, případně na jednom podnikatelském oboru. Již téměř pět let z více než osmdesátileté existence Čedoku je jeho majoritním vlastníkem společnost Unimex Group. Ta do něj vstoupila na valné hromadě na jaře roku 1997 poté, co vyhrála výběrové řízení na odkup majoritního podílu akcií. Vstupem nového vlastníka započal proces změn, zaměřený na dosažení maximální efektivnosti ve všech činnostech společnosti. Kromě účasti v Čedoku vyvíjí Unimex Group další významné podnikatelské aktivity. V oblasti duty free je největším operátorem v České republice. Od roku 1997 je franšizovým partnerem řetězce OBI pro budování a provozování velkoplošných prodejen pro domácí kutily. V současné době provozuje čtyři OBI markety v České republice. Jedna z dceřiných společností Unimex Group se zabývá importem a distribucí značkových alkoholických nápojů. Další aktivitou je project development, což je budování nemovitostí administrativního nebo obchodního charakteru a jejich následné provozování. Unimex Group je také akcionářem letecké společnosti Travel Service, kde společně s Čedokem drží padesát procent akcií. Rozhovor s generálním ředitelem Čedoku a prokuristou společnosti Unimex Group Ing. Miroslavem Resem jsem začal konstatováním, že nejen pro proslulost značky, ale i pro svou stabilitu je Čedok vítaným obchodním partnerem.

Čedok si po celou dobu své dvaosmdesátileté existence drží významné postavení na trhu cestovního ruchu jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Značka Čedok je dlouhodobě zárukou spolehlivosti a jistoty. Právě tyto aspekty hrají významnou roli ve vnímání naší cestovní kanceláře jejími klienty i obchodními partnery.

V oblasti podnikání cestovních kanceláří došlo k jistému uvolnění již před listopadem 1989. Ještě před rozpadem sovětského bloku se v Československu dalo zakládat nové družstevní cestovní kanceláře. Ta, v níž jsem působil, tehdy vznikla také. V době vstupu společnosti Unimex

Group do Čedoku, v roce 1997, ale už „bylo vymalováno“. Česká republika v oblasti podnikatelských aktivit cestovního ruchu prošla výraznými změnami. To neznamená, že nikdo nový nemůže uspět v hospodářské soutěži.

Máte pravdu, že snad v žádném jiném odvětví nevzniklo po listopadu 89 tolik podnikatelských subjektů jako v cestovním ruchu. V letech 1989 až 1997 u nás začaly působit stovky cestovních kanceláří různých dimenzí, kvality a zaměření. V tomto období, kdy probíhaly významné změny na trhu, neměl Čedok vlastníka, respektive nebyl privatizován.

Tomuto stavu odpovídaly i priority tehdejšího managementu, jehož úkolem bylo především připravit společnost na vstup nového majoritního akcionáře. Stalo se tak počátkem roku 1997, kdy se na valné hromadě ujal Unimex svých práv. Nejprve bylo nutno zanalyzovat situaci jak uvnitř společnosti, tak na trhu a následně provést řadu zásadních změn. Ty se týkaly především organizační struktury, počtu zaměstnanců, obchodní strategie v jednotlivých disciplínách, odbytové sítě, ale i oblasti investic, řízení nákladů a mnoha dalších. Cílem těchto změn bylo optimalizovat fungování společnosti, zvýšit její dynamiku a posilovat postavení Čedoku na trhu. V letech 1997 – 2001 přesáhl objem investic do rozvoje společnosti hodnotu 300 mil. Kč.

V prvé řadě jsme museli zeštíhlet

Z někdejší tisícovky zaměstnanců jsme dnes zhruba na třetině. Došlo tak k výraznému zvýšení produktivity práce. Optimalizovali jsme i naši prodejní síť. Vzhledem k sezónnosti prodeje zájezdů bylo nerentabilní držet rozsáhlou síť poboček, které se nezabývaly komplexní nabídkou služeb cestovního ruchu a sloužily pouze pro prodej zájezdů. Z bezmála stovky poboček jich dnes máme třiatřicet, a všechny jsou ziskové. Relativně novým trendem v oblasti odbytu je rozšiřování sítě provizních prodejců našich produktů.

Informační systém + Call centrum

Jednou z významných investic bylo zavedení nového informačního a rezervčního systému, díky

jemuž jsou dnes všechny naše pobočky propojeny online. Pro zvýšení kvality prodejního servisu a zlepšení komunikace s klienty jsme před dvěma lety zahájili provoz moderního call centra s bezplatnou Modrou linkou. Call centrum se těší rostoucímu zájmu našich klientů, kteří zde nejen získávají veškeré informace o našich službách, ale mohou si přes call centrum zakoupit i zájezd z pohodlí svého domova. V poslední době začínáme call centrum využívat i pro komunikaci s našimi obchodními zástupci.



vnitrozemské destinace jako tuzemsko, Slovensko, Maďarsko a alpské země. Čedok jako univerzální touroperátor, který rozvíjí rovnoměrně všechny hlavní cílové destinace i typy dopravy, má v tomto směru jistou konkurenční výhodu oproti pořadatelům zájezdů, kteří jsou jednostranně orientováni na jednu nebo jen několik destinací nebo jen na leteckou dopravu.

V souvislosti s hlavním tématem lednového Všudybylu, kterým jsou zahraniční zájezdy a cestovní kanceláře, mě napadá příměr: „velké oči“. Mají je cestovní kanceláře, co se týče nabídky a objemů očekávaných prodejů.

Český trh zahraničních zájezdů se vyznačuje silným převisem nabídky nad poptávkou. Jeho odrazem je i cenová úroveň zájezdů, neboť každé neobsazené místo v letadle pro cestovní kancelář znamená velkou finanční ztrátu. Zkušený touroperátor by měl dokázat odhadnout proporce očekávaného vývoje a reagovat na chování trhu rozšířením či naopak redukcí své kapacity. Vzhledem k tomu, že většina cestovních kanceláří zahajuje prodeje koncem předchozího roku, jistý obrázek o naplnění či nenaplnění předpokladů na léto 2002 bude k dispozici již koncem ledna. V Čedoku jsme zahájili prodej zájezdů na léto 2002 již počátkem listopadu a dosavadní zájem klientů o naši nabídku předčil naše očekávání.

Ať prodávám potraviny nebo stroje nebo zájezdy, je to o obchodu. Unimex Group, jejímž jste prokuristou, zrovna tak jako drtivá většina ostatních úspěšných firem, nestavěl na odnárodněném majetku, ale na obchodní invenci. Jaké podle vás platí zásady, chci-li dělat dobré obchody?

Myslím, že základem je mít kvalitní produkt. Obchod je o tom (ať v tom kterém oboru), že tento produkt realizujete na trhu, a to s dlouhodobě pozitivním hospodářským výsledkem a spokojenými zákazníky. Z různých oborů, v nichž jsem dosud pracoval, je cestovní ruch oblastí, kde jde nejvíce o „běh na dlouhou trať“. Základní jednotkou času je zde sezóna. Pokud provedete určitá opatření, např. v obchodní strategii, v marketingu atd., doba odezvy je poměrně vzdálená. Navíc od doby, kdy přijímáte konkrétní rozhodnutí, do doby, kdy se mají dostavit výsledky, může zasáhnout mnoho faktorů, na něž je cestovní ruch mimořádně citlivý, a které mohou strategii i vytčený cíl posunout, a to až za hranice dosažitelnosti. Jak jste konstatoval, obchod je sice obchod, ale v rámci cestovního ruchu je to přece jenom trochu o něčem jiném. Všechno se plánuje nejméně s ročním předstihem. Proměnných, které musíte odhadnout a zafixovat, je zde mnoho. Teprve v průběhu sezóny pak nabývají reálných hodnot.

cestovní kancelář, jejímž jsem byl ředitelem, zaměstnávala jenom pět lidí. Chce to grif. Ale i v tom, pane řediteli, když má někdo sportovní průpravu, má neskonalelou výhodu. Předpokládám, že veslování je pro vás dodnes hračka.

Ano, od mládí jsem hodně sportoval. Vybral jsem si sport, u kterého se sedí – veslování. K němu pak na zimu běh na lyžích. Do šestadvaceti jsem sportoval závodně. Díky sportu jsem prožil hodně příjemných chvil v partě kamarádů. Dnes mi sport slouží k tomu, abych si vyčistil hlavu, příjemně se zapotil, „udělal si žízeň“ a cítil se v pohodě. Nejsem typ, který vydrží jen sedět v kanceláři. Potřebuji se aktivně hýbat. Snažím se alespoň dvakrát týdně vypravit do posilovny, kde si veslování připomenu na trenážeru. Pokud bych sednul na vodu, asi bych zjistil, že dnešní lodě jezdí nějak pomaleji... Pokud je hezké počasí, projedu se rádo o víkendů na kole. V zimě jezdím do Bedřichova na běžky.

Doprava a vstup Čedoku do Travel Service

Zájezdové autokary, které byly vždy chloubou Čedoku, jsme zdědili v odepsaném stavu. V letech 1999 a 2000 proběhla jejich obnova. Zůstali jsme u osvědčené značky Renault - modely FR 1 vystřídaly zbrusu nové Iliady. Nové autokary i práce našich řidičů jsou pozitivně hodnoceny jak tuzemskými, tak zahraničními klienty. Kromě autokarových zájezdů, které tvoří tradičně významný segment nabídky Čedoku, jsme vnímali trend růstu podílu leteckých zájezdů v poptávce našich klientů. Od roku 1997 jsme spolupracovali s různými leteckými přepravci - tuzemskými i zahraničními, včetně společnosti Travel Service. Po dvou letech úspěšné spolupráce s touto společností jsme se rozhodli právě s Travel Servisem spojit svou dlouhodobou obchodní strategii. Počátkem roku 2000 se stal Čedok akcionářem Travel Service, kde získal 34% podíl. Dnes je Travel Service největší českou charterovou leteckou společností. Její flotilu tvoří 5 moderních letadel typu Boeing 737/400 (2x) a 737/800 (3x). Počet přepravených osob v roce 2001 dosáhl 1 mil.

S postupným blížícím (ale pro řadu rodin, a to i lékařů, učitelů či policistů pořád ještě plížením) se standardním příjmem našich západních sousedů stále více lidí volí leteckou dopravu do pobytových míst. Posiluje se zájem nejen o letecké zájezdy, ale i o autobusové a s vlastní dopravou. Je tomu tak proto, že si česká rodina velmi často odepře téměř vše ostatní, jen aby mohla v létě na dovolenou k moři. Jaký podle vás bude vývoj v prodeji zájezdů na českém trhu v tomto roce?

Domnívám se, že český trh již výrazně extenzivně neporoste. Pro léto 2002 lze ze známých důvodů očekávat pomalejší dynamiku růstu leteckých zájezdů ve Středomoří a do USA, než bylo původně předpokládáno, a jistou být jen dočasnou renesancí zájezdů autokarem k blízkým mořím. Předmětem zvýšeného zájmu cestovatelské veřejnosti se patrně stanou destinace jako jsou Mallorca, Ibiza, Costa Brava, Řecko a jeho ostrovy a dále



Čedok

Jak jsem se osobně přesvědčil, mohou to být až neskutečné galeje. A to ona



Co závěrem?

Všudybyl je sice o životě, ale je zaměřen hlavně na cestovní ruch. Čtou jej lidé, kteří v něm působí. Vím, že je časopisem, který mj. oslovuje cestovní agentury - ať naše stávající či potenciální obchodní zástupce. Zvláště pro ně bych chtěl podtrhnout to, co jsme osobně prezentovali během turné, které jsme pořádali s cestovními kancelářemi Canaria Travel a ESO Travel v průběhu listopadu loňského roku. Chtěl bych jim nabídnout, aby se (pokud již nejsou) staly našimi obchodními zástupci. Máme pro ně připraveny opravdu atraktivní podmínky, jejichž obsah lapidárně vyjadřuje hlavní motto zmíněného turné - „Lepší produkt - vyšší provize“. Pokud ještě nejste našimi partnery a máte o spolupráci s Čedokem zájem, obraťte se na rezerváční centrálu Čedoku, kde Vám rádi poskytneme veškeré informace. Těším se na naši úspěšnou spolupráci a přeji vám co nejvíce spokojených klientů.

Všem čtenářům pak úspěšný rok 2002.

Centrála provizního prodeje 0800 100 311

>> www.cedok.cz



GASTRO 2001 České Budějovice

23. až 24. listopadu loňského roku se v domě kultury Metropol v Českých Budějovicích uskutečnil 11. Mezinárodní gastronomický festival GASTRO 2001. Zároveň se zde konal pátý ročník prezentace hotelů a restaurací. Součástí hojně navštívené výstavní akce bylo 27 soutěžních slavnostní tabulí, výstava kuchařských a cukrářských děl, prezentace kvalitních vín a expozice 73 firem. Mezi významnými hosty byli držitel titulu „Nejoblíbenější hotel 2001“ Grand hotel Pupp, Hotelová škola Liptovský Mikuláš, Hotelová akademie Bratislava, Turismus Schule Bad Leonfelden Rakousko, Giorgio Prelasca Budapešť, Hotelová škola Passov.

6. prosince se konala komorní slavnost při příležitosti otevření nového pražského hotelu „Mucha“.

Mezi řadou hostů tak jednatelé akciové společnosti AVE pánové Jiří Drbohlav a Jiří Procházka přivítali i příbuzné Alfonse Muchy. Luxusně vybavený hotel Mucha je situován v čerstvě rekonstruované pseudo-klasicistní budově. Je

v něm 36 pokojů a dva suites, cicktail bar, fitness, solárium, sauna a dvě konferenční místnosti pro 20 a 40 osob. Hotel má bezbariérový přístup a jeden pokoj je uzpůsoben pro tělesně handicapované hosty.



- Hotel MUCHA****
- Sokolovská 26
- 180 00 Praha 8
- tel.: 02/ 2231 8849, 02/ 2231 9047
- 2231 9105, 2231 9110, 2232 9271
- fax: 02/2481 6641
- e-mail: hotelmucha@avetravel.cz
- >> www.avetravel.cz



Když výročí, tak Dejdar

20. listopadu 2001 uspořádal Hotel Palace Praha corporate party u příležitosti 12. výročí znovuootevření hotelu. Při této příležitosti byl představen nový majitel - Atriumhotel Loipersdorf s.r.o. a managing company - Vienna International. Bezprostřední atmosféru navodily nejen písně, ale i barvitě vyprávění Martina Dejdara, módní show butíku Taiza, prezentace společnosti Complex a společnosti Beauty World. Akce vyvrcholila tombolou s bohatými cenami. Přičteme-li si k tomu přátelské prostředí, výtečnou kuchyni šéfkuchaře Tomáše Petráně a spousty obchodních přátel, byl to příjemně strávený večer. Jednatele společnosti Atriumhotel Loipersdorf s.r.o. pana Jiřího Gajdošika jsem v této souvislosti požádal o krátké novoroční vyjádření. Jaké jsou ambice a případná předsevzetí nového majitele Hotelu Palace Praha?

Nový vlastník Hotelu Palace Praha, společnost Atriumhotel Loipersdorf s.r.o., hotel převzal k 16. červnu 2001. Provozuje jej prostřednictvím společnosti Vienna International Hotels & Resorts, která je na pražské scéně známa z hotelů Diplomat, Savoy a od poloviny června roku 2002 nově i v hotelu Andel's, na karlovarské hotelem Dvořák a v dalších destinacích v Rakousku, Polsku a Řecku. Party jsme uspořádali mimo jiné proto, abychom účastníkům mohli ukázat, jak Hotel Palace Praha v nedávné době při průběžných rekonstrukcích vylepšil své pokoje a zkvalitnil konferenční zázemí.

Hotel Palace Praha je jeden z vůbec prvních grandhotelů, které začaly v Praze fungovat, a to již počátkem minulého století. Po celé dvacáté století bylo jeho jméno zárukou vysoce kvalitních služeb a individuálního přístupu ke klientovi, o čemž se bude moci v krátké budoucnosti přesvědčit především naše firemní klientela, pro kterou připravujeme řadu zajímavých novinek, se kterými budeme vstupovat na trh začátkem příštího roku. V historii ne až tak dávné, na přelomu dvacátého a jedenadvacátého století, Hotel Palace Praha na svém renomé trochu ztratil tím, že se v tomto období veřejnosti příliš neprezentoval. Proto je naším hlavním cílem vrátit hotelu původní jméno, dostat jej do povědomí široké veřejnosti a navázat na jeho postavení v minulosti. V neposlední řadě chtěl Hotel Palace Praha touto corporate party poděkovat obchodním partnerům za spolupráci v uplynulém období.



Zleva: Martin Dejdar, Jiří Gajdošik, Miroslav Sidem (Sales & Marketing Manager).



Módní přehlídka společnosti TAIZA a obchodní partneri Hotelu Palace Praha



HOTEL
PALACE
PRAHA
★★★★★



Tým obchodního oddělení (zprava): Jiří Gajdošik (jednatele společnosti), Jan Pochobradský (Banqueting Manager), Tereza Hrbková (Ass. Reservations Manager), Charlotta Řídká (Public Relations Manager), Marcela Jiranová (Reservations Manager).



Grandhotel Pupp nejoblíbenějším

Již třetím rokem bylo umožněno veřejnosti zapojit se do hlasování o nejoblíbenější hotel prostřednictvím veřejné ankety Můj hotel 2001, která se uskutečnila v období od 6. června do 31. října 2001. Hlasovat bylo možné buď na internetových stránkách www.mujuhote.cz nebo prostřednictvím hlasovacích lístků, jejichž kampaň probíhala od 6. září do 12. října v Denících Bohemia, magazínu Mladé fronty Dnes, magazínu Hospodářských novin a týdeníku Květy. Svůj názor na oblíbený hotel, penzion, horskou chatu či jiné ubytovací zařízení vyjádřilo v letošním ročníku 14 041 hlasujících, z nichž 5.745 poslalo svůj hlas poštou a 8 296 elektronickou cestou, což tvoří bezmála 60 %. Kritériem výběru byly pouze osobní sympatie a spokojenost s ubytováním, přístupem či kuchyní daného ubytovacího zařízení. Jediným omezením výběru bylo umístění objektu na území České republiky.



MŮJ HOTEL

Cena pro nejoblíbenější hotel v ČR



DENÍKY BOHEMIA



hn HOSPODÁŘSKÉ NOVINY



TravelGuide.cz

HO.RE.KA ČR



SDRUŽENÍ PODNIKATELŮ
V POHOSTINSTVÍ
A CESTOVNÍM RUCHU

ADRENALINE

**GSMobil
COMMUNICATION**

magazín DNES



Večerník Praha

cia CZECH REPUBLIC

Top 10

- 1 Grandhotel Pupp, Karlovy Vary
- 2 Hotel Regina, Praha
- 3 Hotel S.E.N., Senohraby
- 4 Hotel Diana, Velké Losiny
- 5 Hilton Prague
- 6 Parkhotel Brno
- 7 Hotel Zvíkov, Zvíkovské Podhradí
- 8 Imperial, Ostrava
- 9 Horský hotel Biocel Soláň, Velké Karlovice
- 10 Hotel Srní, Kašperské Hory



Hotel Security Systems Vysoce rentabilní bezpečí

Chcete důsledně chránit zdraví
i majetek hotelových hostů
a nenarušovat jejich soukromí?

Potřebujete systém, který Vám
umožní enormně snížit náklady
důsledným monitoringem chodu
hotelu a pohybu personálu?

Přejete si zvýšit efektivitu práce
bezpečnostních služeb a přitom
ušetřit na provozních výdajích?

Hodilo by se Vám mít
možnost okamžitě
dohledat, a to i
několik let zpátky, kdy
kdo byl na hotelovém
pokoji a jak dlouho se
tam zdržel?

Pak i Vám do příštího
roku přejeme
spolupráci s námi.

Děkujeme svým
zákazníkům a
obchodním partnerům
za spolupráci
v uplynulém roce
a přejeme všem
příjemné a ničím
nerušené prožití
vánočních svátků.
Do nového roku pak
hodně úspěchů, zdraví
a spokojenosti.



HOTEL SECURITY SYSTEMS

Hotel Security Systems s. r. o.
Sadová 171, 252 45 Ohrobec, Praha-západ
tel./fax.: +420 2 996 20 59
mobil: 0606 723 716, 0602 393 399
hotelss@volny.cz

»» www.mujhotel.cz

Na 150 milovníků a znalců



Na 150 znalců a milovníků vína se na svátek sv. Barbory (4. prosince) sešlo ve výjimečném prostředí prvního pražského design hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre, aby za stylového doprovodu cimbálové muziky ochutnávalo z více než 55 druhů kvalitních moravských vín z mikulovské oblasti a hledalo v nich podle latinského přísloví pravdu. Mezi hosty svatobarborského koštu, který spolupřádala akciová společnost Víno Mikulov zastoupená ředitelem Ing. Jaroslavem Hlaváčem, nechyběli ani prominentní degustátoři z řad politiků a význační čeští sommelieři, pochvalující si vyhlášené lahůdky z hotelového Café & Restaurant Esprit (otevřeno denně 7-23 hod.) z rukou šéfkuchaře Martina Čížka. Generální ředitel hotelu JUDr. Jan Filip, proslulý mezi svými přáteli a blízkými spolupracovníky jako znalec a milovník dobrého jídla i pití, přesto vinařský svátek v jedinečných interiérech současných světových i domácích tvůrců zahajoval velmi skromně: „Ve svém věku a s ohledem na svou profesi bych měl asi patřit mezi znalce a jednotlivá vína rozeznávat podle buketu, barvy, chuti... Bohužel - a také bohudík - jsem velmi rád a svým způsobem jsem i pyšný na to, že rozeznám víno skvělé a dobré od toho špatného. Jeho posuzování však ponechám povoláním odborníkům.“



pf 2002

www.pis.cz

Pražská
informační
služba



Holiday Inn®

PRAGUE CONGRESS CENTRE

The First Design Hotel in Prague

Holiday Inn®

PRAGUE CONGRESS CENTRE

Na Pankráci 15/1684 • 140 00 Praha 4
Tel: +420 2 6117 5000 • Fax: +420 2 6117 5010
www.holidayinn.cz • mail@holidayinn.cz
www.holiday-inn.com/praguecongrc



Infra SAUNA

nově nastupující trend

Jednatel společnosti UnikOS, pana Ing. Alexandra Koláře, jsem poprosil o krátké vyjádření, jak se jejich firma dostala k výrobě infrakabin.

Společnost UnikOS funguje již od roku 1994. Původně jsme vybavovali laboratoře a školská zařízení audiovizuální technikou.

Postupně jsme se přeorientovali na kuchyně, bytové interiéry, prodejny. V podstatě na truhlářskou zakázkovou výrobu. Pak jsme se setkali se zahraničním partnerem, pro něhož jsme začali vyrábět drobné doplňky do saun, rámečky na vlhkoměry, stínítka na světýlka, až jsme se dostali k samotné výrobě infrasaun, což je v Evropě nově nastupující trend. Princip je znám již spoustu let. Na námi aplikovaný systém přišli první Japonci - speciální infrazářiče s nízkou povrchovou teplotou - a mají jej patentován. Původně byl určen pouze k medicínskému využití a postupně uvolněn i pro širokou veřejnost...

Masové rozšíření infrasaun odstartovaly letní olympijské hry v Atlantě.

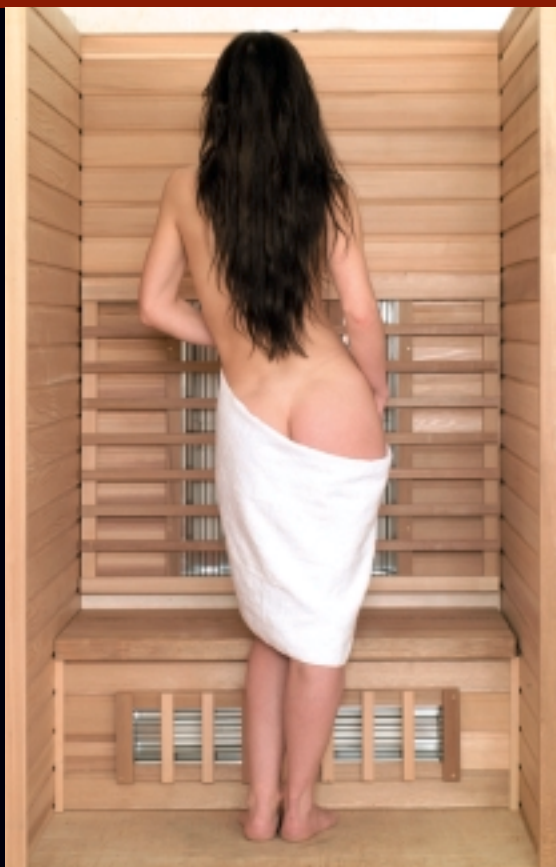
Princip infrason testovali i američtí astronauti, což je argument, který s úspěchem používáme. Výrobci klasických saun se ale brání, že infrasauna není sauna. Vedou se spory o používání názvu „infrasauna“, protože prý sauna je sauna a tohle je něco jiného. Je to obchodní boj. Proto se v některých německých publikacích setkáváme již dnes s názvem „infra ohřivací kabiny“, „infrakabina“ nebo „tepelná kabina“ místo „infrasauna“, který se používá v angloamerickém názvosloví.

Mezi vašimi klienty, kromě rodin ze středních



a vyšších příjmových vrstev, neboť závaděcí cena kabiny na českém trhu se pohybuje od padesáti tisíc korun výše, jsou i penziony, hotely a fitnesscentra. Kromě příznivých cen a rozměrů kabin, které tak mohou být součástí příslušenství hotelových pokojů, je pro ně zajímavá především provozní režie - nízká energetická náročnost kabin a možnost okamžitého použití.

Jistě, o infrasauny mají zájem i poskytovatelé ubytovacích služeb, majitelé penzionů a hoteliéři. Nejen v návaznosti na nadstandardní vybavení svých apartmánů či pokojů, u nichž jsou dnes obvyklé hydromasážní kabiny či vířivé vany. Nechávají si je instalovat do svých wellness a fitness center. Infrakabiny dokáží více než klasické sauny. Z toho důvodu se používají v oblasti rehabilitace, v masážních salonech apod. Tkáň je po deseti minutách daleko tvárnější a připravenější na masáž než z páry či klasické suché sauny. Kabinka pro dvě osoby má spotřebu 1800 W, což je zhruba spotřeba kávovaru nebo žehličky. Zářiče v kabině mají provozní teplotu zhruba po deseti minutách. Kabina je konstruována tak, že k dokonalému prohřátí těla dochází cca za dvacet až třicet minut. Jedno „saunování“, co se týče spotřeby, se pohybuje kolem 1 kWh. Ve srovnatelné kabině se srovnatelnými účinky v klasické sauně musí mít kamna příkon minimálně 6 až 8 kWh a dvě hodiny se musí předehtřívát. Pro fantastické vlastnosti společně s ekonomickými parametry infrakabin o ně projevují zájem sportovní kluby, ale i domovy důchodců apod.



InfraSAUNA se stala hitem letních olympijských her v Atlantě, kde ji sportovci používali pro rychlou regeneraci sil. S úspěchem byla vyzkoušena americkými astronauty na palubě raketoplánu. Je úsporná. Potřebuje méně energie - pro jedno saunování cca 1kWh, což jsou asi 4 Kč. Je účinná při nižších teplotách (cca 55 °C). Je připravena k provozu po 10 - 12 minutách po zapnutí. Maximální doba saunování je 45 minut. Ohřívá nejen povrch těla, ale teplo rovnou proniká do hloubky. K ohřevu dochází přenosem tepelné energie infračerveným zářením v neviditelné části spektra (princip soluxu), a ne ohřevem od horkého vzduchu (cca 115 °C) jako u klasické sauny. Dochází tak k rychlejšímu prohřátí těla než při klasickém saunování. Výhodou je nižší teplota vzduchu v infrakabině, a tím přístupnější této terapie lidem, kteří nemohou ze zdravotních důvodů využívat klasickou saunu. InfraSAUNA podporuje krevní oběh a posiluje kardiovaskulární systém. Odstraňuje bolesti, uvolňuje ztuhlost svalů a kloubů. Pomáhá odstraňovat toxiny a minerální odpad. Zotavuje pokožku, zlepšuje imunitní systém, omezuje stres a únavu. Nachází uplatnění ve zdravotnictví, sportovních klubech, rehabilitačních ústavech, kosmetických centrech, hotelích a v neposlední řadě i v domácnostech po celém světě.



- **UnikOS**
- Olomoucká 175, 785 01 Šternberk
- tel./fax: 0643/ 483 311
- e-mail: mail@unikos.cz
- >> www.unikos.cz
- **Prodejna:** Dukelská 2, 772 00 Olomouc
- mobil: 0602/ 708 302, tel./fax: 068/5226498
- >> www.infrasauna.cz

Startuje nová etapa závodů o důvěru klientů...

- nastupuje trend klubové nabídky i realizace organizovaných zájezdů
- špičkový bezpečnostní systém zvýhodňuje hotely
- Česká podnikatelská pojišťovna myslí na všechny

Bezpečná dovolená – nová kvalita v poptávce i nabídce

Po jedenáctém září je zcela evidentní, že je nezbytné učinit kvalitativní posun v oblasti bezpečnosti. Zvýšení bezpečí při cestě i pobytu v nabídce je jedinou obranou proti psychologicky i fyzicky obchodně destruktivním vlivům posledních událostí. Dovolenu si chce klient vychutnat, a to včetně cesty. Nikdo se nechce v letadle neustále ohlížet po spolucestujících, kdo z nich by mohl představovat ztělesněnou hrozbu. Stylizovat se cíleně do role „nezúčastněného pozorovatele“ nebo potenciálního akčního hrdiny během cesty je značně nekomfortní a pro převažující většinu cestujících nepřijatelným zahájením či zakončením vlastní dovolené. Proto i v oblasti prodeje zahraničních zájezdů budou čím dál významnější roli sehrávat právě značkové služby nesoucí pečť zvýšené osobní bezpečnosti.

Klubový charakter nabídky

Jednou z možností je klubový charakter nabídky a realizace organizovaných dovolených – klubové cestování. Lidé i v cestovním ruchu dají přednost takové nabídce, ve které se budou odrazet vyšší záruky osobního bezpečí. Řada z nich ráda uhradí i poněkud vyšší pořizovací ceny takové dovolené. Sami klienti budou ochotně podstupovat vstupní klubové ceremonie, přispívající k vyšší míře bezpečí. A naopak, nebudou chtít cestovat s těmi, kteří budou vstupní bezpečnostní opatření odmítat a na něž nebudou klubové reference. Tento trend ovlivní nejen vývoj cestování na dovolenou, ale i cestování za obchodem. Cestovní kanceláře, které chtějí tímto způsobem operovat, mají právě v této pozářijové době výhodnou šanci začít stavět základy své perspektivní budoucnosti. Právě nyní, více než kdy jindy, startuje v oblasti tvorby a prodeje zahraničních zájezdů nová etapa závodů o důvěru zákazníků.

Argumentace – bezpečnost hotelu

Zmínil jsem se o zahraničních zájezdech a odpravě. Cestovní ruch je ale i o ubytování a službách poskytovaných v pobytových místech. I zde bude panovat trend daleko větší ostrážitosti i vybraných kategorií hotelů. Bude kladen daleko větší důraz na ochranu soukromí, ale i zdraví a majetku hostů. Jako velmi zajímavý příklad bych uvedl postřehy ze své nedávné návštěvy hotelu Holiday Inn Congress Center Prague, kde jsem měl možnost se seznámit se špičkovým bezpečnostním systémem a několikanásobně jištěným technickým zabezpečením, a to při dodržení maximálního komfortu soukromí hostů. Je zřejmé, že tímto směrem, kterým se jako jeden z prvních vydal hotel Holiday Inn Congress Center Prague, půjdou všechny elitní hotely, ať jsou kdekoliv. Jedná se přitom nejenom o technická řešení, ale i o bezpečnostní procedury jak v oblasti ochrany zdraví a majetku, tak i ochrany osobních dat klientů. I tento faktor bezpečí bude mít výrazný vliv na úspěšnost prodeje zájezdů a nabídky ubytovacích možností.

Česká podnikatelská pojišťovna myslí na všechny

Aspekt bezpečnosti bude nabývat na významu i na českém trhu zahraničních zájezdů. Z mých předchozích úvah by si mohl někdo udělat závěr, že se v příštím období chceme dominantně orientovat zejména na příjmově vyšší klientelu. Není tomu tak. Je nám dobře známo sociální složení spotřebitelů na českém trhu a jejich ekonomické možnosti. Právě díky našim zkušenostem a novinkám, s nimiž

Česká podnikatelská pojišťovna přišla jako první, jsme dnes jednou ze společností s nejvyšší dynamikou na pojistném trhu. Letní dovolená u moře má v rozpočtu české rodiny jednu



z nejvyšších priorit, zrovna tak, jako např. vlastnit automobil. Česká podnikatelská pojišťovna, jako univerzální pojišťovna, vždy stavěla svoji produktovou a obchodní strategii na dostupnosti pro co nejširší škálu českých spotřebitelů. Vedle cestovního pojištění proto nabízí i další cenově výhodná pojištění – životní, důchodové, havarijní pojištění ojetých vozidel atd. Ve spolupráci se Všeobecnou zdravotní pojišťovnou České republiky se nám i v oblasti cestovního pojištění daří dosahovat příznivých cen a zároveň vysoké kvality pojistných produktů. Díky více než třem stům prodejních míst a řadě obchodních zástupců, a to i z řad cestovních agentur a kancelářů, máme výbornou geografickou dostupnost. Naším klientům je neustále připravena pomoci kdekoliv v celém světě asistenční služba společnosti AXA ASSISTANCE, a to v českém jazyce. Dosavadní praxe České podnikatelské pojišťovny potvrdila i v oblasti cestovního pojištění, že se vyplácí myslet na všechny skupiny klientů.

Speciální program pro cestovní kanceláře, hotely a lázně

Speciální program České podnikatelské pojišťovny nabízený cestovním agenturám a kancelářím umožňuje zprostředkovávat několik typů cestovního pojištění dle výše pojistného plnění. Kompletní nabídka obsahuje pojištění majetku cestovních kancelářů, ubytovacích zařízení a lázní, pojištění odpovědnosti z podnikatelské činnosti za výhodné ceny a pojištění odpovědnosti z provozu motorových vozidel za minimální sazby umožněné zákonem.

Proto i v roce 2002 očekáváme další růst počtu našich klientů jak z řad občanů, tak z řad cestovních kancelářů, hotelů a lázní.

Ing. Ctibor Lusk
ředitel úseku generálního ředitele ČPP

- >> www.cpp.cz
- >> www.cestovni-pojisteni.cz
- >> <http://ruceni.cpp.cz>



ČESKÁ PODNIKATELSKÁ POJIŠŤOVNA, A. S.

Lucia - Gloegg party

Rok s rokem se sešel a letecká společnost Scandinavian Airlines System 13. prosince opět pořádala tradiční předvánoční party při příležitosti slavnosti návratu světla. Lucie se ale slaví i u nás v Česku a naše lidová pranostika říká: „Lucie noci upije, ale dne nepřidá.“ My účastníci Lucia - Gloegg party pořádané v Crystal Ballromu hotelu Radisson SAS Alcron Praha jsme však nocí upijeli typický norský nápoj gloegg, který jako vždy k hřejivé dokonalosti dovedl renomovaný barman a pedagog pan Alexander Mikšovic. General Managera Scandinavian Airlines Systém pro Česko, Slovensko, Maďarsko, Chorvatsko a Slovinsko pana Ing. Jiřího Matouška jsem při této příležitosti požádal o krátké vyjádření a novoroční přání.

Co jiného přát branži cestovního ruchu do roku 2002, než rychlý návrat k situaci, kdy priority zákazníků budou opět příznivé pro cestování jako prostředek poznávání cizích zemí a kultur. Vždyť právě takové poznávání je zároveň účinnou prevencí proti konfliktům a nedorozuměním mezi lidmi, proti omezování jejich svobody a proti manipulaci ze strany politiků i médií. Samozřejmě, že cestování za obchodem sehrává v tomto smyslu ještě důležitější roli, a tak je jeho rychlá obnova mým přáním zvláště pro leteckou dopravu. Snad i celoplošná média časem pochopí, že je třeba informovat o leteckých společnostech nejen v souvislosti s katastrofami a bankroty. Občas by neškodilo přispět ke zklidnění situace, protože lidé létat nepřestanou a letecká doprava i nadále zůstává nejbezpečnějším druhem dopravy. Bude tomu tak i v roce 2002, do nějž všem našim partnerům a zákazníkům přeji závěrem hodně zdraví, štěstí a radosti v osobním i profesním životě.

SAS



- Scandinavian Airlines System
- Aviatická 12, P.O.Box 112, 160 08 Praha
- tel.: 02/2011 5001, fax: 02/2011 5306
- e-mail: sasprg@sas.dk
- >> www.scandinavian.net

Slavnostní křest

Letecká společnost Travel Servis a.s. zvala na křest dalšího nového letadla typu Boeing 737-800 (OK-TVC). Uskutečnil se v úterý 11. prosince 2001 před terminálem JIH 2. při této příležitosti byli slavnostně vyhodnoceni nejúspěšnější obchodní partneři (cestovní kanceláře) této letecké společnosti. Z outgoingových firem se počtem svých letů na prvním místě umístila cestovní kancelář Exim Tours.



Na druhém Firo tour a na třetím Alexandria. Z incomingových firem byla Travel Servisu největším obchodním partnerem společnost Interfligt Madrid. Mimořádnou cenu za nejvyšší vyžitost letů (téměř sto procent) obdržela cestovní kancelář Venus Trade & Tours.



Menzies ve Staré zbrojnici



Hodně štěstí, zdraví a úspěchů do nového roku popřáli svým OBCHODNÍM PARTNERŮM na vánočním setkání v Hotelu Kampa Stará zbrojnice 10. prosince 2001 výkonný ředitel Sonny Sonnberger a obchodní ředitel Ladislav Klimeš handlingové společnosti Menzies.



Nová
dimenze
bezpečí...



...jednička
v hotelové
ostraze



Jiráskova 371
295 01 Mnichovo Hradiště
tel./fax: 0329 771 986
mobil: 0602 430 920,
e-mail: miricle@iol.cz



Dobrý protivník je
nejlepším spojencem.
latinské přísloví

Česko zemí vynálezců a zručných lidí

Česko je zemí úspěšných vynálezců a zručných lidí. Vždycky jsem rád, mohu-li ve Všudybylu psát o pozitivních věcech. Co kdo dokázal vymyslet a realizovat užitečného. Co vykonal pro zemi, kde se narodil. Bez vojenského a kosmického výzkumu by nebylo rychlého pokroku. Ano, asi je to paradox, ale jak říká latinské přísloví: „Dobrý protivník je nejlepším spojencem.“ Za to, že dnešní civilní letadla mohou bezpečně startovat, létat, a přistávat za téměř jakéhokoliv počasí, mohou válečné impulsy, které uvedly do letecké dopravy radiolokátory. Není se proto co divit, že mobilní souprava letištních radiolokátorů KOMÁR-2 byla vyvinuta na základě zadání Ministerstva obrany České republiky. Cílem bylo vyrobit mobilní radiolokační zařízení moderní konstrukce

V pátek 23. listopadu 2001 proběhlo na pardubickém letišti za přítomnosti ministra obrany Ing. Jaroslava Tvrdíka předání mobilní soupravy letištních lokátorů KOMÁR-2, které vyvinula a vyrobila pardubická společnost T.E.S.L.A. CZ.

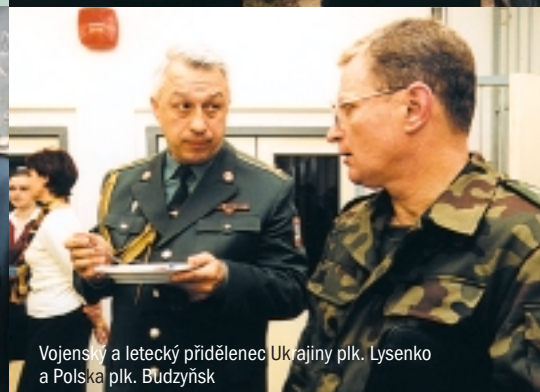
foto: René Flugler



Ministr obrany Ing. Jaroslav Tvrdík s obchodním ředitelem společnosti T.E.S.L.A.CZ Ing. Miloslavem Hostašou. V pozadí generální ředitel společnosti T.E.S.L.A.CZ Ing. Martin Drahoš.



Ministr obrany Ing. Jaroslav Tvrdík, plk. J. Rada velitel pardubické letecké základny a gen. J. Kubala - zástupce velitele vzdušných sil AČR.



Vojenský a letecký přídělenc Ukrajiny plk. Lysenko a Polska plk. Bůdzyňský

zahrnující přesný přistávací a přehledový radar, včetně radiového zaměřovače, prostředků spojení a napájení. KOMÁR-2 je určen především k řízení leteckého provozu v prostoru letiště do vzdálenosti 60 km (RL), přehledu o leteckém provozu do vzdálenosti 120 km (SRL) a přesnému navedení letadel na přistání (RP). Může být jako čidlo zařazen do komplexního integrovaného systému zabezpečení a řízení leteckého provozu, a to jak na stálých, tak i záložních letištích. Vzhledem k vysoké mobilnosti a velmi krátké

době potřebné k výstavbě a uvedení do provozu (do 30 minut) lze letištní soupravu radiolokátorů KOMÁR-2 efektivně využívat pro řízení leteckého provozu v rámci mezinárodních vojenských operací v zahraničí popř. i k dočasné ochraně životně důležitých objektů (atomové elektrárny, přepravy aj.) před napadením ze vzduchu.

>> www.teslapce.cz

Ing. Václav Hlavatý je vedoucím útvaru Zpracování letových informací Českých aerolinií. Pane inženýre, mám reference, že vaše pracoviště je nejen srovnatelné se světovou špičkou, ale že ji představuje. Není to prý jen technologií. Ostatně, ta je již dnes, více než deset let po zrušení embarga, běžně dostupnou záležitostí všem solventním zákazníkům. Je to prý i pozitivní symbiózou původního patentu, české kreativity a špičkové technologie.

Shodou okolností jsem byl společně s dalšími dvěma kolegy u toho, když jsme na jaře roku 1989 ve Varšavě objevili systém Flight Data Service. V ČSA se nám pak podařilo díky partě zapálených lidí na přelomu let 89/90 prosadit systém monitorování a sledování letů i pro naši společnost. Ve své době to byl velice moderní systém. Díky postupným inovacím, tak jak jsme je aplikovali na základě podnětů z praxe, a možností daným vývojem informačních technologií reprezentuje i dnes námi používaný systém Flight Data Service světovou špičku. Do problematiky jeho aplikace se od počátku zapojil i velice erudovaný tým kolegů z technického úseku ČSA, který provedl zástavby na téměř všechna tehdejší letadla. Technici byli natolik šikovní, že již v únoru 1991 byli schopni za formální pomoci kolegů ze společnosti Lufthansa instalovat tyto zapisovače i na naše první letadla západní výroby - Airbusy. Jejich zásluhou jsou tímto zapisovačem vybavena i všechna letadla používaná u ČSA.

Proč máte rád České aerolinie a práci, kterou děláte?

U této společnosti pracuji řadu let. Přišel jsem se sem vyučit již v roce 1958 a výuční list jsem získal v roce 1961. Pak jsem dělal střední školu. Po vojenské základní službě jsem šel na denní studium na Vysokou školu dopravní do Žiliny. V roce 1971 jsem opět nastoupil u ČSA. Po těch letech je pro mne vztah k ČSA svým způsobem i citovou záležitostí.

Buďte tak laskav a seznamte čtenáře Všudybylu s prací útvaru Zpracování letových informací.

Útvar Zpracování letových informací ČSA provádí veškerou činnost, která je spojena s monitorováním letu a s dokumentací letového provozu po letu. Pomocí informačního systému AVES sleduje každý letěný úsek. AVES je založen na neustále aktualizovaném letovém řádu, tzn. zimmím, letním a jeho změnách z hlediska typu, směřování a času, až do provádění letů, kdy se domlouvají složky Řízení letového provozu s Centrálním dispečinkem a posádkou, kam budou divertovat (když se dejme tomu v Praze zhorší přistávací podmínky). I to je v systému. Nemůže zde chybět, ale ani přebývat ani jeden letěný úsek.

Letový provoz nejdůležitěji monitorovaný způsob dopravy...



Každý úsek je monitorován systémem Flight Data Service, který jsme v roce 1990 koupili od polského výrobce ATM (Advanced Technology Manufacturing). Jsme tak schopni monitorovat prakticky sto procent letů. Když říkám monitorovat, mám tím na mysli kopírování letěných úseků z provozních zapisovačů a provádění povinných automatických analýz, jejichž výsledky jsou systémově předávány příslušným uživatelům. Letový provoz je bezesporu nejdůležitější monitorovaný a nejbezpečnější způsob dopravy.

Struktura zapisovaných parametrů

Každý typ letadla má svoji strukturu zapisovaných parametrů. Ty jsou buď variabilní - barometrická výška, rychlost, vertikální přetížení, náklony, magnetický kurz atd., ty je možné sledovat jako zakreslenou křivku, nebo diskretní. Diskretní jsou zaznamenávány funkcí ano/ne. Např. buď je podvozek vysunut, nebo zasunut. Buď je zapnut autopilot, nebo vypnut. Zapisovaných informací je různý počet. U Airbusu jich je zhruba sto sedmdesát. U nejnovějších Boeingů, které má ČSA, je téměř sedm set zapisovaných parametrů. Jsme schopni vidět i matematicky nadefinovat jakýkoliv režim letu. Zjistit, co se v letadle v průběhu letu dělo. Buď z hlediska letové pilotážního, letadlové techniky, nebo prostředí vzdušného prostoru - vliv turbulence, zeměpisné polohy, režimy letu atd.

Provozní a havarijní zapisovače

Informace, které on-line zapisují přístroje (snímače) na palubě do provozního zapisovače a informace průběžně ukládané do pověstných černých skříněk, jsou totožné. Rozdíl je v tom, že provozní zapisovač je určen pro běžný provoz letadla. Nemá takové parametry, aby při případné havárii mohl být záznam použit pro vyhodnocování nejzastřížích fází. Havarijní zapisovač má havarijní ochranu. Jeho parametry mu umožňují přečkat tisícínásobné přetížení. Je odolný proti požáru i nárazu, proti extrémnímu vodnímu tlaku a agresivnímu prostředí. Proto se v případě neštěstí hledají havarijní zapisovače. Havarijní zapisovače jsou dva. Jeden zapisuje zvuky a hluky a komunikaci mezi posádkou v kabině letadla a se zemí, druhý zapisuje průběh letu, tedy totéž, co náš provozní zapisovač.

monitorování a dokumentace letového provozu

Kontrola stavu a chodu letadlové techniky

U každého zapsaného letu provádíme tři základní matematické analýzy. První analýza je pro vstup do informačního systému AVES, kde jsou časy, spotřeby paliva apod. Druhá analýza je pro kontrolu techniky pilotáže. Třetí je kontrola stavu a chodu letadlové techniky. A potom jsou tam speciální analýzy jako kontrola přiblížení na druhou nebo třetí kategorii přistání, pro performance factor (monitorování ekonomiky provozu typu letadla), ADEPT (monitorování chodu motorů) apod.

Druhá a třetí kategorie přiblížení

Druhá kategorie je způsob přiblížení letadla k letišti a na přistávací dráhu, kdy se pilot dostane do přesně definované výšky rozhodnutí, kde buďto vidí přistávací dráhu, nebo nevidí. V případě, že ji vidí, vypne autopilota a pokračuje na přiblížení a přistání ručně.

Třetí kategorie přistání je taková, že letadlo přistane se zapnutým automatickým pilotem až na dráhu, prakticky až do automatického zastavení letadla. Posádka ale při obou způsobech musí připravit počítačový systém letadla - např. nadefinovat, na kterou dráhu bude přistávat, a pochopitelně celý průběh přiblížení aktivně monitorovat. Musí být v každém okamžiku připravena převzít aktivně řízení letadla a rozhodnout, jak pokračovat dál.

Podílíme se na kvalitě letového provozu

Naším úkolem spolu s posádkou letadla, aktivními dispečerskými složkami ČSA a Řízením letového provozu je, aby let byl co nejbezpečnější. Jsme pracovištěm, které vyhodnocení provádí až po ukončení letu. Tím, že provádíme monitorování letu a okamžitě po ukončení letu jsou k dispozici veškeré záznamy v takovém tvaru, který je pro nás i pro inspektory, instruktory, techniky a posádku naprosto jednoznačně čitelný, se spolupodílíme na kvalitě letového provozu.

>> www.csa.cz



Skipark Ružomberok

Lyžiarske stredisko

sa nachádza na úbočiach Veľkej Fatry nad mestom Ružomberok v nadmorskej výške 545 až 1 209 m.n.m. Od centra mesta je vzdialené asi 2 km. Vstupnou bránou do strediska je oblasť Hrabovo, odkiaľ viedla ešte donedávna štvormiestna lanová dráha na Malinô Brdo (1 209 m vysoký vrch vo Veľkej Fatre juhozápadne od Ružomberka). Skipark Ružomberok je známy svojou výbornou geografickou polohou, pretože mesto Ružomberok leží na hlavnom cestnom a železničnom ťahu, pričom je možné využiť aj letiská v Poprade a perspektívne v Žiline. Začiatkom roku 2001 sa v spolupráci spoločnosti Globex GmbH (Rakúsko) a mesta Ružomberok začala modernizácia strediska. Väčšinovým akcionárom (56%) Skiparku Ružomberok, a.s. je spoločnosť Globex, menšinovým akcionárom (44 %) je mesto Ružomberok. Celková investícia v tomto roku dosiahne 4,5 milióna USD (cca 200 miliónov Sk). Zámerom investora je uskutočniť komplexný rozvoj regiónu a postupne vybudovať lyžiarske stredisko poskytujúce úplný balík služieb pre lyžiarov a ostatných návštevníkov tejto oblasti. Spoločnosť Globex je dcérska spoločnosť švédskeho holdingu SWE-BEL PARTNER, ktorý prostredníctvom tejto firmy investuje na Slovensku a v Maďarsku.

Až 1 500 osôb za jednu hodinu na dráhe dlhej 1 770 m

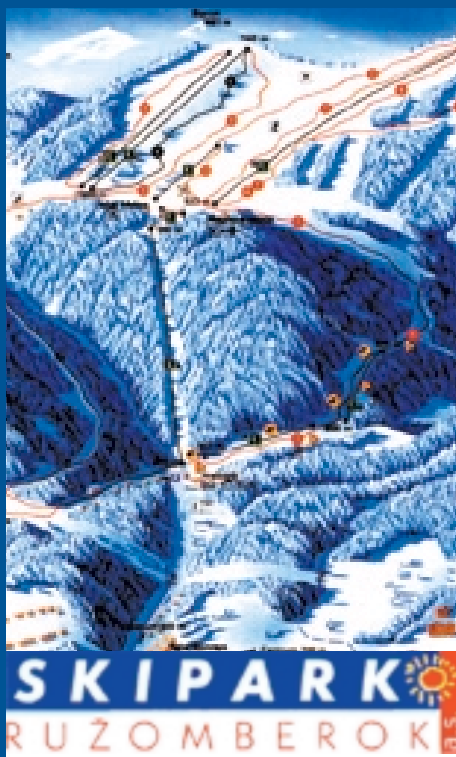
Pôvodná lanová dráha fungovala od 60-tych rokov. Začiatkom 90-tych rokov bola rekonštruovaná, avšak kapacitne stále nepostačovala na plynulú dopravu lyžiarov do lyžiarskeho strediska. Na dráhe dlhej 1 770 m môže byť dnes za jednu hodinu prepravených až 1 500 osôb, teda až o 1 200 osôb viac ako doposiaľ. Dĺžka trvania samotnej jazdy je 4,8 minúty. Lanovka spĺňa najnovšie trendy v otázkach bezpečnosti prepravy osôb. Dodávateľom kabínkovej lanovej dráhy je spoločnosť Doppelmayr, najvýznamnejší výrobca lanových dráh. Doppelmayr má zastúpenie v štyridsiatich štátoch sveta a vybudoval viac ako 8 000 rôznych typov lanových dráh na piatich kontinentoch.

35 lanových dráh a viac ako 900 vlekov

Na Slovensku je momentálne 35 lanových dráh a viac ako 900 vlekov. Z hľadiska potenciálu rozvoja zimného cestovného ruchu je zaradené Slovensko na druhé miesto hneď za Rakúskom. Vybudovanie



novej 8-miestnej kabínkovej lanovej dráhy bolo len jednou zo štyroch rozsiahlych investícií. Druhou investíciou bolo vybudovanie 4-miestnej sedačkovej lanovej dráhy s kapacitou 2 400 osôb za hodinu s časom jazdy 6,4 minúty. Dĺžka trate je 1 300 m. Táto sedačková lanová dráha pribudne k trom fungujúcim veľkým vlekom, čím sa zabezpečí rýchlejšia cirkulácia lyžiarov a zníži sa čakacia doba pri vlekoch. Stredisko disponuje ešte ďalšími štyrmi detskými vlekmí, čím dosiahne celkovú prepravnú kapacitu asi 9 000 os/hod. Jednou z podstatných investícií je rekonštrukcia systému umelého zasnežovania. Umelé zasnežovanie je zabezpečené



systémom nízkotlakového zasnežovania pomocou 10 snežných kanónov. Lyžiarske trate sú zasnežované na dĺžke 8 km do šírky 250 m. K tejto investícii bol prídružený aj nákup moderného vozidla na úpravu lyžiarskeho terénu.

Ďalšou investíciou je vybudovanie, na Slovensku jedinečnej, samoobslužnej 60-miestnej reštaurácie na úpätí svahu. Novinkou je zahrnutie úrazového poistenia v cene lyžiarskeho lístka a lyžiarsky lístok umožňujúci aktívnu lyžovačku 5 zo 7 dní.

Hrabovo a Malinô Brdo

Vybavenosť strediska je sústredená do dvoch lokalít: Hrabovo a Malinô Brdo, ktoré sú navzájom prepojené zjazdovkou a osobnými horskými dopravnými zariadeniami. Vytvárajú tak jeden veľký lyžiarsky areál s celkovou dĺžkou zjazdových tratí 12 km. V lokalite Hrabovo je sústredený nástup návštevníkov do strediska. Nachádza sa tu niekoľko hotelov chát stravovacie zariadenie, parkoviská pre 450 áut. V lokalite Malinô Brdo je väčšina zjazdových tratí a horských dopravných zariadení. Funguje tu lyžiarska škola, skiservis, požičovňa výstroja, umelo zasnežované svahy a večerné lyžovanie. V okolí sa nachádza okolo 1 500 lôžok v hoteloch a penziónoch. Na pomoc a informovanie návštevníkov strediska bude slúžiť novovytvorené Informačné centrum priamo v stredisku.

Lyžiarska sezóna trvá priemerne 110 dní,

od 1. 12. do 15. 4.. Každý víkend a počas prázdnin budú pre návštevníkov lyžiarskeho strediska Skipark Ružomberok organizované zaujímavé podujatia a súťaže v spolupráci s médiami. Slávnostné otvorenie a krst novej 8-miestnej kabínkovej lanovej dráhy sa uskutoční 15. 12. 2001. Skipark Ružomberok obklopuje krásna prírodná scenéria, ktorá poskytuje vynikajúce podmienky na relax a rekreáciu. V okolí je množstvo turistických chodníkov a zaujímavých terénov nielen pre turistiku, ale aj pre cykloturistiku. V Ružomberku a v jeho okolí sa nachádza niekoľko turisticky zaujímavých miest, ktorých návšteva je nielen zaujímavá, ale aj poučná. Jedným z nich je termálne kúpalisko Bešeňová s celoročnou prevádzkou ponúkajúce návštevníkom okrem kúpania aj ďalšie služby, napríklad relaxačné masáže a večerné kúpanie, ktoré je medzi návštevníkmi veľmi obľúbené. Rovnako atraktívne sú aj liečebné kúpele Lúčky s bohatou škálou možností trávenia voľného času. Kúpele poskytujú relaxačné a rekondičné pobyty, termálny bazén, saunu, fitnes, kinosálu, kultúrne vyžitie.

V Ružomberku je možné navštíviť

Liptovské múzeum a galériu Ľudovíta Fullu. Turisticky príťažlivými miestami v okolí mesta sú hrad Likava a dedina Vlkolínec, ktorá je súčasťou svetového dedičstva UNESCO. Región Liptova je navštevovaný aj vďaka jaskyniam v Demänovskej doline, múzeu v prírode Havránok a artikulárnemu kostolu v dedine Svätý kríž.

>> www.skipark.sk



Chorvatsko lámalo rekordy



Velmi blízko

Chorvatsko v loňském roce, co se týče zájmu českých turistů, lámalo rekordy. Není se co divit. Chorvatské pobřeží je malebné a relativně blízko. Kromě příznivých cenových relací za ubytování je nám blízké slovanským jazykem a pohostinností. Pro mne je i rodnou zemí prapředků mých synů. Narodil se tu jejich dědeček Zlatko a chorvatská prababička Apolenka. V roce 1947 si ji k nám do Čech, spolu se třemi syny Zdravkem, Vladkem a Zlatkem přivezl její český manžel Adam. Naložil je i se svou živností do vagónu a do Česka se navrátil tak, aby jej tu, coby třídního nepřitele, stihl „Vítězný únor“. Chorvatské příbuzné, kteří tam kolem Pakrace žijí dodnes, zase stihly jiné, neméně hrůzné měsíce. Takže mne napadá: lepší Charybda nežli Scylla.

Velmi příznivý poměr ceny

Naši synové byli v zemi svých prapředků poprvé. Údajně proto, že na Jadranu nejsou písčité pláže. Ale já vím své. Nicméně si to vynahrádili tím, že tam letos pobývali tři týdny. První týden se mnou a s maminkou a dalších čtrnáct dní s tchýní a tchánem. Mimo jiné i proto, že třítydenní pobyt pro dva dospělé a dvě děti vyšel cenově zhruba

Zastávka u Plitvických jezer

Co se týče mne, dal se týden u moře ve velmi frekventovaném letovisku vydržet. Sice bych se raději toulal Julskými Alpami nebo trávil čas u nějakého pustého ostrůvku šnorchlováním. Ale pryč: „kvůli dětem...“ Cestou zpátky jsem uvažoval zajet se juknout do doliny „Vrata“ na severní stěnu Triglavu. Ale i tento romantický nápad mi byl rozmluven. Tak jsme se alespoň na čtyři hodiny zastavili u Plitvických jezer.

Ty tam jsou doby bezstarostných jízd

Osmnáct i více hodin na silnicích společně s dalšími tisícovkami lidí, jedoucimi do Chorvatska, potřebujících si odpočinout a opačně. Vzhledem k obrovskému stěhování národů i sebevraždě svéráznému temperamentu řady řidičů

a následnému postávání a jízdě krokem v kolonách, bych se rád někdy dožil toho, že jeden den tady v Česku zalehnu v lůžkovém vlaku a další se probudím v Chorvatsku. Nebo že po cestě zpátky budu v pohodě mít dost času zaklimatizovat se na Česko v restauračním voze JLV, ale zdá se, že kdosi vytrhal zajeté koleje...



obdobně jako týdenní pobyt v jiné středomořské destinaci. Poměr ceny vůči kvalitě byl velmi příznivý. V těsné blízkosti hotelu byl velký tobogan, trampolína, lezecký „ledovec“ a jiné našimi kluky vítané atrakce. Bylo tam mnoho rodin s dětmi. Matouš s Martinem tam tak měli mnoho kamarádů, s nimiž mohli sdílet své objevné klukovské zážitky.

>> www.globtour.cz





Bulharsko



Bulharsko: Republika Bálgarija

Rozloha: 110 912 km²

Počet obyvatel: 8 195 000

Hlavní město: Sofia (1 142 000 obyvatel)

Měnová jednotka: leva (BGL) = 100 stotínki

Úřední jazyk: bulharština (domluvíte se rusky)

MPZ: BG

Cestovní dokumenty

Cestovní pas. Doporučuje se, aby byl platný nejméně o jeden měsíc déle než předpokládaná doba pobytu (úředně není stanoveno omezení). Bezvízový styk povolen do 3 měsíců. Transzit v Bulharsku je omezen na dobu 30 hodin.

Doklady pro řidiče a motorové vozidlo

Mezinárodní řidičský průkaz nebo řidičský průkaz s překladem do bulharštiny, osvědčení o technickém stavu vozidla a mezinárodní poznávací značka CZ. Je nezbytné prokázat se dokladem o zaplacení pojištění zákonné odpovědnosti, tzv. zelenou kartou a doložit vztah k vozidlu (např. notářsky ověřená zápůjčka). Na větších hraničních přechodech se mohou čeští občané pojistit, jestliže předloží cestovní pas a zaplatí ve valutách.

Celní předpisy

Bezcelně je povolen dovoz předmětů osobní potřeby a spotřeby odpovídající délce pobytu, jejím účelu a ročnímu období. Patří sem na osobu 200 cigaret nebo 250 g tabáku nebo 50 doutníků, 2 litry vína, 1 litr alkoholu, 100 g parfému, 500 g kávy, dárky do hodnoty 100 USD (turista do 16 let 50 USD či ekvivalent jiné měny). Návštěvníci si mohou dovézt předměty osobní potřeby, jako fotoaparát s filmem,

videokameru s filmem, přenosné rádio, magnetofon, videorekordér, přenosný televizor, přenosný psací stroj, osobní počítač, 1 brýle. Bezcelně může být dovezeno také kempinkové náčiní, windsurfing či lyže, pokud jsou deklarovány. Zakázán je dovoz paliva v kanystrech, drog, výbušnin a útočných zbraní. Omezený je dovoz starožitností, uměleckých předmětů a loveckých trofejí. Do země se nesmí dovážet a vyvážet více než 10 000 USD v hotovosti nebo valuty v ekvivalentu k tomuto limitu.

Kočky a psi a další domácí zvířata

musí mít veterinární osvědčení, které v době příjezdu do Bulharska nebude starší 14 dnů, a potvrzení o očkování proti vzteklině, které bylo uskutečněno minimálně 1 měsíc před vstupem do země, ne však v době delší než 12 měsíců.

Silniční síť

měří 36.724 km, z toho zpevněných 33.786 km. Síť dálnic měří 530 km. Na dálnicích jsou po dvou kilometrech rozmístěny nouzové telefony. Tyto spojí volajícího s policií, ambulancí a odtahovou službou. Silniční poplatek je vybírán od vozidel registrovaných v cizině, která užívají silnice a silnice pro motorová vozidla.

Dálniční poplatky

činí u osobních vozů 0,10 USD/km a u autobusů 0,20 USD/km. K těmto poplatkům se ještě přičítá silniční daň. Pro osobní vozidla činí 10 USD, pro autobusy 60 USD. Poplatky se platí při prvním vstupu do země v příslušném kalendářním roce (na vydaném dokladu je uvedena SPZ a platnost do konce kalendářního roku).

Rychlostní limity

Maximální rychlost (km/hod):

	obec	mimo obec	dálnice
motocykl	50 (50)	80 (70)	100 (100)
osobní auto	50 (50)	90 (70)	120 (100)
autobusy, nákl. vozy	50 (50)	80 (70)	100 (100)

(v závorce limity pro řidiče, kteří mají řidičský průkaz méně než dva roky)

Důležitá dopravní pravidla

Na jednosměrné silnici je parkování dovoleno jen vlevo. Existují modré zóny, kde je parkování omezeno lístky. Ty mohou být zakoupeny u kiosku nebo přímo na místě. Řidiči, kteří zastavují mimo silnici na tvrdém povrchu, by měli parkovat na místech označených značkou „P“. Botičky se užívají a jsou snímány po zaplacení 9 000 BGL. Vozidla, která překážejí v provozu, mohou být odtažena. Maximální povolená hranice alkoholu v krvi je 0,5 promile. Postihy za dopravní přestupky bývají v rozmezí 50–2000 BGL. Např. nepřipnutí bezpečnostních pásů; 200 BGL, překročení rychlosti s ohrožením 200–2000 BGL; více než 0,5 promile alkoholu v krvi 200–2000 BGL; způsobení zranění či smrti pod vlivem alkoholu - vězení nebo odebrání řidičského oprávnění).

Nehody

V případě nehody, pokud je poškození vozidla minimální, řidiči, pokud souhlasí, nemusí volat policii. Cizinci, pokud chtějí, mohou volat policii bez ohledu na rozsah škody. V případě vážné nehody je doporučeno nechat si vystavit policejní zprávu pro účely pojišťovny.

Na hraničních přechodech

při vstupu do Bulharska Kapitan Andreevo (turecká hranice) a Novo selo (řecká hranice) se platí následující poplatky: kamiony a autokary - 15 DEM; minibusy - 10 DEM a osobní automobily - 5 DEM. Dodatečně je vybírán poplatek ve výši 1 DEM za cestujícího. Poplatky jsou vybírány v BGL.

Trajekty,

které by přepravovaly automobily, na Černém moři nejezdí. Trajekty přes Dunaj jezdí na trasách: Vidin - Calafat (Rumunsko), Orjachovo - Bechet (Rumunsko), Svistov - Zimnicea (Rumunsko), Silistra - Kalarasi (Rumunsko). Poplatky za trajekt ve Vidinu, Orjachovo a Ruse činí: za 1 osobu - 5 DEM; za osobní vůz - 25 DEM; za autobus - 50 DEM.



Mýtné

je vybíráno na mostech přes Dunaj, mezi Ruse (Bulharsko) a Giurgiu v Rumunsku. Následující ceny se účtují zahraničním vozidlům a jsou velmi pohyblivé: osobní auta – cca 8 USD, autobus – cca 30 USD, za osobu – cca 1 USD. Za průjezd osobního automobilu dezinfekcí se platí 3 DEM; za autobus 10 DEM.

**Tisňové volání**

Policie: 166

Ambulance: 150

Hasiči: 160

Silniční služba: 146

(v Sofii též 02 146, 9803308) Pracovníci mluví německy.

Pohonné hmoty

Čerpací stanice jsou k dispozici ve všech větších městech, na hlavních silnicích v průměrných vzdálenostech 30 – 40 km. Některé čerpací stanice jsou otevřeny po celý rok 24 hodin denně, ale většina čerpacích stanic je otevřena od 6.00 do 21.30 hod. Motoristé nesmějí užívat červených čerpadel, protože ta jsou určena pouze pro servisní vozidla. Palivo se platí v BGL. Některé zahraniční čerpací stanice (např. Shell) akceptují kreditní karty.

Ubytování

Ve větších městech, na pobřeží a v horských oblastech existuje síť moderních hotelů. Hotely jsou klasifikovány podle hvězdiček 1 – 5. Ceny jsou uváděny v dolarech a zahrnují daň a služby. Ceny hotelů s *** za pokoj pro dvě osoby činí 40 – 90 USD. Rezervace se dají provádět přes české cestovní kanceláře, které se specializují na Bulharsko, anebo přímo v turistických komplexech v Bulharsku. Také si lze zajistit ubytování u Bulgarian Hoteliers Association, Mr. Valentin Zaekov, 2 Světa Sofia St., 1000 Sofia, Bulgarie, tel.: 003592-9864225, fax: 003592-9864225. Počítejte však s vyššími cenami. Kempy jsou rozděleny do 3 kategorií (od 1 do 3 hvězdiček). Navíc v horských oblastech existují kempy, které poskytují pouze základní služby a nejsou rozděleny do kategorií. Tarify za noc se pohybují za osobu 5 – 6 USD, za auto 4 – 5 USD, za

chatku se snídaní 15 USD.

Děti ve věku od 2 do 12 let mají nárok na slevu 50 % . Slevy jsou poskytovány i držitelům Mezinárodní kempinkové karty CCI.

Přenocovat volně v přírodě je velmi populární. Současně se však vystavujete riziku placení pokuty. V Bulharsku je i 50 mládežnických ubytoven. Cena za osobu a noc: 5 – 10 USD.

Dále je možno si pronajmout pokoj v soukromém domě, zvláště poblíž pobřeží Černého moře. Přivítání je vřelé a atmosféra domácí

Stravování

Za jídlo v restauraci dáte od 3,5 do 7,00 BGL. Pestrost nabídky i cena potravin v obchodech odpovídá Česku. Některé druhy ovoce a zeleniny jsou i o čtvrtinu levnější.

Otevírací doby

Banky	pondělí – pátek	9.00 – 16.00
Pošty	pondělí – pátek pondělí – pátek sobota	8.00 – 18.00 9.00 – 18.30 8.00 – 13.00
Obchody s potravinami	pondělí – pátek sobota	10.00 – 19.00 10.00 – 16.00
Úřady	pondělí – pátek	9.00 – 17.00
Muzea	úterý – neděle	10.00 – 17.00

Svátky a dny pracovního klidu

1. 1. Nový rok, 3. 3. Národní den, Velikonoční pondělí, 6. 5. Svátek sv. Jiří, 24. 5. Den slovanské kultury a písma Cyrila a Metoděje, 6. 9. Den sjednocení, 22. 9. Den nezávislosti, 1. 11. Svátek národního obrození, 25. a 26. 12. Svátky vánoční.

Lékařské služby

První pomoc a nutné ošetření se poskytují ve státních zdravotnických zařízeních bezplatně na základě vzájemné dohody obou států. Soukromá lékařská zařízení vyžadují platby ve valutě.

Důležité adresy**Velvyslanectví České republiky v Bulharsku:**

Posolstvo na Českata Republika, ul. Janko Sakazov, 1000 Sofia, Bulgarie, tel.: 003592-9461111, 9461110, fax: 003592-9461800.



Kvíz

o letecký zájezd pro dvě osoby do Bulharska

PARKAM®

Holiday's



1 Je pro české turisty nutné mít do Bulharska vízum?

2 Na <http://www.parkam.cz/sezona2002/zima/index.html> najdete nabídku zimních zájezdů do kterých zemí? Napište je.

3 Z kterých měst v České republice lze letět s cestovní kanceláří I. Parkam Holiday's do Bulharska?

4 Na <http://www.parkam.cz/sezona2002/leto/index.html> se vám otevře katalog letních zájezdů. Napište do kterých zemí.

5 Napište do jaké země a jaké největší slevy na osobu lze dosáhnout u cestovní kanceláře I. Parkam Holiday's.

6 Je možné přímo ze stránek Parkam Holidays www.parkam.cz poslat objednávku zájezdu?

7 Jaká je adresa sídla cestovní kanceláře Parkam Holidays? ní denní odškodné vypláceno zpětně od prvního dne?

Na otázky kvízu odpovídejte prostřednictvím Internetového časopisu lidí a o lidech v cestovním ruchu „www.e-vsudybyl.cz“, v němž se nachází odpovědní formulář do 15. února 2002. Jméno vylosovaného výherce - autora správných odpovědí přineseme ve třetím vydání VŠudybylu 2002 a internetovém www.e-vsudybyl.cz začátkem března 2002.

Národní informační a prezentační centrum

St. Sofia ul., 1000 Sofie, Bulgarie,
tel.: 003592-9879778, fax: 003596-9896939,
www.bulgariatravel.org, info@bulgariatravel.org.

České centrum

ulice Rakovska 100, 1000 Sofie, Bulgarie,
tel.: 003592-9813910, fax: 003592-9813911.

Union des Automobilistes Bulgares (UAB)

3, Place Positano, Sofia 1090,
tel.: 003592-86151, 878801, fax: 003592-876361.

Informace poskytuje
ABA PRESS Servis, s.r.o.

Střelná 1680/8

182 00 Praha 8

tel.: 02/ 6619 3232, fax: 02/ 6619 3233

mobil: 0604/ 967 376, e-mail: press@aba.cz



