

## Kdo je napojen na stát, nepláče

str. 12



# FIRMA

INFORMACE PRO PODNIKATELE

## Praha je nadprůměrně drahá, mnozí si zaplatí jen adresu

str. 14

## Hitem se stávají solární nabíječky

str. 13



PŘÍLOHA DENÍKU PRÁVO

SERVIS – TRENDY – INSPIRACE

ČÍSLO 22, ROČNÍK 7

MAJITEL CK GEOTOUR A TVŮRCE OJEDINĚLÉHO PROGRAMU KOLOLOŮ ZDENĚK KUKAL:

# Poptávka po netradiční dovolené na lodi roste, i když je recese

Jindřich Ginter

Zdeněk Kukul se v Česku mezi lidmi, kteří rádi tráví aktivně a netradičně letní dovolenou, bez nadsázky proslavil. A to jako tvůrce originálního programu Kololod. Dnes je to již registrovaná ochranná značka, k níž se každé léto vrací stovky věrných zákazníků. S třemi a půl zaměstnanci dokázal hodně.

Nalodíte se na Jadranu na jednu z precizních, přes zimu opravených dřevěných lodí pronajatých jeho cestovní kancelář Geotour, přihodíte k tomu horské kolo a zažíváte dobrodružství na plánovaných i neplánovaných trasách po moři i po souši. Člověk pozná Chorvatsko úplně jinak, než když je jen na pláži a cpe do sebe all inclusive.

Dostane se na jen řídké osídlené ostrovy, jako je například Lastovo a jeho okolí, vyslápne si do konob nezamořených masívním turismem. Po pořádném stoupáku pak pivečko a pociťte, opravdu chorvatské, a nikoliv hotelové jídlo chutná dvakrát více.

Zdeněk Kukul začal krátce po listopadu 1989 a dnes potkáte tisíce lidí, kteří si užili výtečné plavby a fantastických vyjížděk, ať už rekreačních, nebo těch opravdu náročných v makadamovém terénu. Každému podle jeho chuti a možností. Kukul nevsadil na pompézní reklamu. Vsadil na dobrou pověst. Vůči současné globální hospodářské krizi je tak, jak se zdá, mnohem odolnější než gigantické cestovní továrny, které se mnohdy hodně rozkročily s vidinou velkých zisků, teď je však tlačí velké fixní náklady, respektive neprodané kapacity.

**■ Pocítil jste ve svém segmentu cestovního ruchu pokles poptávky kvůli krizi?**

Lidé chtějí čím dál víc cestovat zvláště, aktivně, se zážitky. To nabízíme. Poptávka nám roste. Týká se to zvláště našeho originálního programu KOLOLOŮ. Růst poptávky však letos není tak strmý jako v minulých letech. Pokud byl růst zájmu v minulých letech přes 20 % ročně, letos je to něco málo přes 10 %.

**■ Lodě pro vaše zákazníky domlouváte dlouho dopředu. Jak jste se s tímhle poklesem růstu vyrovnali? Nepřebývají vám teď volná místa?**

Smlouvy s našimi chorvatskými partnery jsme uzavírali na podzim. To už bylo zřejmé, že Česko recese zasáhne. Proto jsme se drželi zpátky a v dohodách na tento rok počítali s polovičním růstem nabízené kapacity, než pokud by se nedělo nic. Odhad vyšel.



Lidé jsou unavení z přečpaných pláží... „Naším cílem není odbavit tisíce lidí. Co nabízíme, nás musí bavit,“ říká Zdeněk Kukul.



Zdeněk Kukul

Dlouhodobě pracujeme s převíšenou poptávkou nad nabídkou – ten je tedy i letos podobný jako v minulých letech. Proto můžeme našim partnerům garantovat plně obsazení a sami ho brát jako samozřejmé při výpočtu ceny. Od roku 1999 jsme nezrušili ani jeden zájezd, což je mezi českými CK unikum.

**■ Dlouhodobý převis poptávky nad nabídkou musí být snad snem každého podnikatele. Zvláště v našem přesyceném**



**cestovním ruchu je ojedinělý. Toho jste dosáhli reklamou?**

Kdepak, zvláště v posledních letech za reklamu téměř neutrácím. Víte, většina našich zákazníků prostě a jednoduše o nás dá vědět dál. To je hlavní způsob získávání nových zákazníků. Strůjcem našeho růstu jsou tedy bývalí – spokojení – zákazníci.

Nesmíme je zklamát a rádi jim dáme svůj vděk najevo dobrým poměrem výkon/cena během zájezdu, třeba i něčím neočekávaným navíc. A pak pozvánkami na různé akce – výstavy fotek, zajímavé večírky, srazy účastníků. To, co bychom podle běžných pravidel marketingu utratili za reklamu, vrátíme přímo těm, kdo se o náš úspěch zasloužili nejvíce: našim zákazníkům, zejména těm opakovaným – ty zvýhodníme víc proti těm, kdo jsou s námi poprvé.

**■ Jaký máte podíl těch, kteří jedou poprvé, a těch, co byli víckrát?**

V zájezdu bývá průměrně téměř 70 % těch, kdo už aspoň jednou pluli. Přibližně čtvrtina zákazníků pluje pravidelně každý rok nebo ob rok.

**■ Co nabízíte tak zvláštního, že se vám vrací?**

Tisíce kilometrů členitého, přírodního pobřeží ostrovů s minimem projevu masového cestovního ruchu. Příjemná historická přístavní městečka, původní kamenné vesnice v kopcích. Typickou místní kuchyní – na lodi i v ostrovních hospodách. To lidi táhne. Z hotelových komplexů, apartmánových měst, přeplněných pláží a globalizovaných jídelniček jsou už unavení.

K tomu dodáme originální, aktivní a přítomný stylový způsob cestování spojený s bydlením: kololod je dost možná tou nejlepší dopravní kombinací pro volný čas. V posledních letech je rekreační cyklistika u nás na velkém vzestupu.

Letos máme ve veřejné nabídce čtyři lodě různých typů a standardů s kapacitou 20–40 osob, čtyři cesty s pevným pla-

vebním plánem a jednu Objevitelskou. Plavební cesty obměňujeme. Loni jsme k 10. výročí Kololodi a 15. výročí našich plaveb po Jadranu uvedli úplně novou cestu – Jubilejní. Pro jízdu na kole po ostrově se nabízí více variant. Ten, kdo pluje stejnou cestou podruhé, může zvolit zase jiné trasy pro jízdu na kole. Tak pozná zase nová místa.

**■ To jste měli plno už od začátku, hned, co jste s Kololodí přišli?**

Ne, to ne, zpočátku to šlo ztuha. Byl to úplně nový program, nezvyklá kombinace, nové prostředí. Pár let trvalo, než si na něj naši lidé zvykli. Do Chorvatska se dřív jezdilo jenom v létě, kvůli moři. Jet tam s kolem třeba v květnu by nikoho nenapadlo. I místní kapitány jsme museli přesvědčovat – říkali: lod s koly, vždyť je to jako slon s křídly.

Ale Geotour živily jiné produkty, žádné úvěry jsme neměli, a tak jsme na rychlý růst kololodi nespěchali. Ten přišel po třech čtyřech letech přirozeně, sám, bez bombastických a drahých reklamních kampaní.

**■ Jak se rozvíjí cestovní ruch v Chorvatsku? Je znát nějaké zlepšení, když už se zdražuje?**

Růst cen v posledních třech letech už není velký. Masovka – velké neosobní hotely, kempy, neatraktivní byty – dokonce letos zlevní. Mírný pokles cen jídla a pití vyrovná pokles koruny proti kuně od loňského léta. Zdražuje to, po čem je větší poptávka a co je unikátní: osobní služby, zážitkové aktivity, ubytování v původních solitérních stavbách mimo civilizaci.

Před deseti lety jezdili do Chorvatska hlavně Němci, Češi, Rakušané a Italové. Teď už sem míří lidé doslova z celého světa, i od protinožců. Jadranské ostrovy a pobřeží jsou totiž jedinečné i ve světovém srovnání.

Spektrum služeb se obcerstuje, objevují se nové, menší, stylové, zejména rodinné hotely a restaurace. Malý podnik se lépe přizpůsobí měnící se poptávce, je schopen nabídnout osobní služby a typická jídla v autentickém prostředí. To se dnes cení. Myslím, že v tomto segmentu světová recese může v Chorvatsku jen na jednu dvě sezóny přibrzdit růst zájmu, ale nezpůsobí jeho pokles. Na druhou stranu recese zasadí smrtící ránu z milosti posledním přežívajícím relikvím postjugoslávského, socialistického „pohostinství“.

**■ Kolik máte zaměstnanců; jste schopni poskytnout služby na míru?**

(Pokračování na straně 12)

# Kdo je napojen na stát, nepláče

Během letošního a příštího roku má však přijít o práci čtvrt miliónu lidí

Tomáš Rak, Stockholm

Ve Švédsku se začaly první důsledky ekonomické krize projevovat dříve než v ČR. Je to dáno silným navázáním švédské ekonomiky na trh v USA.

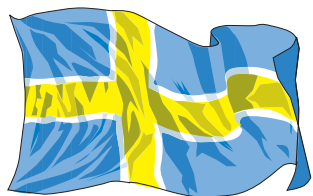
Již v červnu 2008 oznámily první švédské firmy propouštění, nikdo však v tu dobu nevěřil, že vše bude tak vážné, jak je nyní. V létě byl obchodní život ve Švédsku utlučen na nezbytné minimum, a proto přišly další, vážnější zprávy v září.

Během podzimu 2008 začaly přicházet další negativní zprávy, prognózy výkonnosti ekonomiky na rok 2009 se zhoršovaly každý měsíc až k 0 % či zápornému růstu HDP. Další firmy oznamovaly propouštění, v březnu 2009 převýšil počet propuštěných od září 2008 hodnotu 100 000.

## Automobilky na kolenou

Z průmyslových oborů je nejvíce postižen automobilový průmysl. Všechny firmy snížily produkci o 30–40 %, což se řetězovitě projevilo u subdodavatelů. VOLVO Car Corporation se podařilo získat půjčky od Evropské investiční banky. Postupně ekonomická krize prosákla do všech

## ŠVÉDSKO



oborů. U švédských bank se projevuje jejich neopatrnost při velké angažovanosti v pobaltských státech, které jsou v úvěrové krizi.

Nelze říci, že by ve Švédsku existoval sektor, kterému by se ekonomická krize vyhnula, jsou však odvětví, kde se neprojevuje tak silně. Zatím jsou poměrně ušetřeny odvětví energetiky, infrastrukturních staveb, dokonce i IT. Především se ale jedná o odvětví napojená na státní financování.

### Prognóza: velmi slabý růst

Podle prognózy Konjunkturrinstituten (KI) z konce března 2009 se v roce 2009 ve Švédsku očekává silný absolutní pokles HDP o 4 % (v roce 2008 pokles 0,2 %). Pro rok 2010 je zatím předpovídan slabý růst ve výši

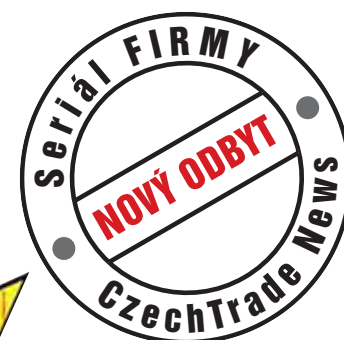
0,9 %. Celkem se očekává, že do roku 2010 přijde o práci 250 000 lidí a nezaměstnanost se zvýší na 11 %.

Pro exportně orientovanou švédskou ekonomiku se jedná o zatím stejně silný pokles jako v 90. letech. Pozitivem pro Švédsko jsou stabilní a silné státní finance (dlouhodobě přebytkový státní rozpočet po minulých zhruba 15 let), umožňující expanzivní fiskální politiku a udržování sociální záchrané sítě.

V dnešní době se však i ty nejnovější odhady stávají neaktuálními během několika dní

a nikdo neví, jak se změní v následujících měsících.

(Autor je ředitelem ZK CzechTrade Švédsko)



## Chtějí chytré produkty, ne levnou práci

Štěpán Petruš, Amsterdam

## NIZOZEMSKO

Pro loňský rok předběžně údaje ukazují ještě na růst hrubého domácího produktu o dvě procenta, avšak pro letošek je v tuto chvíli nutno počítat s jeho poklesem, podle některých zdrojů až o tři procenta. Ani nizozemská ekonomika se tedy nevyhne recesi. Zásadní roli hraje pokles poptávky na výrovních trzích, což je pro otevřenou ekonomiku zvláště citelné.

Objednávky v průmyslu a jeho výkony samozřejmě také ztelně klesají, avšak v rámci celé EU si země stojí stále ještě relativně dobře. Na konci loň-



ského roku krizi nejvíce pocítily firmy v průmyslu a dopravě, ale nyní jsou důsledky citelné už také v dalších sektorech. Nejpozději do roku 2010 by se pak měla ekonomika znovu vzchopit a nastartovat k obrátě, i když v současné době je nutno

všechny předpovědi brát s rezervou.

### Dopad na exportéry

Ekonomickou krizi nejvíce pocítily právě exportní firmy, a to mimo jiné i kvůli vysychajícím zdrojům financování ze strany bankovních institucí. Vláda proto zformulovala a přijala soubor určitých opatření na podporu malých a středních podniků. Jedná se především o kapitálové injekce bankám, což zvyšuje objem prostředků na půjčky, rozšíření existujících garancí za půjčky, uvolnění podmínek pro získání garancí a lepší informovanost firem, otevření

depozitního garancijního schématu centrální bankou a opatření na podporu inovací ve firmách.

Aktuálně pak nizozemský parlament schválil vládní balíček stimulačních opatření v objemu šesti miliard eur.

Tyto prostředky mají být v průběhu let 2009–2010 vynaloženy na projekty především v oblasti trvale udržitelného rozvoje (výroba energie a zateplování bytů a škol), vodohospodářství (zdokonalení bezpečnostních prvků) a podpory zaměstnanosti (vč. rekvizifikace nezaměstnaných, se zvláštním zřetelem na nejvíce ohrožené skupiny obyvatelstva, např. mladých lidí).

### Výstavba bytů a nových škol

Počítá se též s podporou automobilového sektoru zavedením šrotovného, přičemž automobilový sektor je v Nizozemsku zastoupen pouze subdodavatelskými firmami, které již nyní profitují z německého šrotovného.

Klade se důraz na stavebnictví prostřednictvím programů výstavby malých bytů a nových škol. Tato opatření budou zrychlována postupně takovou rychlostí, jakou je jednotlivá ministerstva budou schopna rozpracovat do podoby kon-

krétních kroků, které mohou být realizovány.

### Vyšší přidaná hodnota

Co se týče konkrétního uplatnění českých firem, je na nizozemské straně patrný posun zájmu od výrobků s vysokou náročností na lidskou práci k výrobkům s obecně vyšší přidanou hodnotou. Doba vývozu tradičních strojírenských výrobků je již pomalu pryč, neboť ČR již není v současné době pro Nizozemce čistě nízkonákladová země a tento druh výroby poptávají či přímo přesouvají více na východ.

(Autor je ředitelem ZK CzechTrade Nizozemsko)

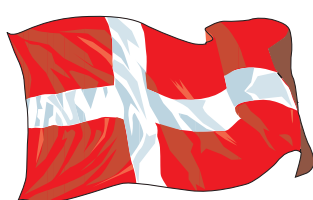
## Na meetingy teď nemají čas – obchodují

Josef T. Franěk, Kodan

## DÁNSKO

„Dánsko je v nejhorší hospodářské krizi od konce 2. světové války. Je velmi nejisté, jak bude krize hluboká a dlouhá.“ Takto komentoval v polovině března situaci guvernér Dánské centrální banky Nils Bernstein. Zveřejněné makroekonomické údaje jsou alarmující a je zřejmé, že dosud přijatá opatření dánské vlády jsou nedostatečná.

Koaliční menšinová vláda premiéra A. F. Rasmussena dosud přijala mimořádná opatření pouze v rámci finančního sektoru. První bankovní balíček (říjen 2008) podpořil založení Finančního fondu, do kterého



vložily finanční prostředky banky v objemu 35 miliard DKK a jehož cílem byla především stabilizace dánské bankovního trhu včetně zajištění vkladových a debetních účtů.

Druhý balíček opatření byl dohodnut o tři měsíce později (leden 2009), přičemž reagoval

zejména na vzniklou rigiditu domácího mezibankovního trhu. Tzv. Credit package umožňuje bankám získat, a tedy i dále poskytovat za výhodnějších podmínek půjčky pro své zákazníky. Celková alokovaná částka může dosáhnout až 100 miliard DKK. Vzhledem k tomu, že žádosti o možnost čerpat úvěry lze podávat až do konce června 2009, nelze efektivnost tohoto opatření, které má řadu kritiků i mezi ekonomickými experty, dosud vyhodnotit.

### Zdrženlivost

Další mimořádná ekonomická opatření či dokonce souhrnný protikrizový balíček ale přijaty

nebyly. Navzdory velmi vážné situaci (pokles HDP za 4. čtvrtletí činil 3,9 %) tento krok prozatím nedoporučuje ani dánská vláda, ani Dánská národní banka, která naopak upřednostňuje zdrženlivost.

Vážným negativním faktorem je například prudký nárůst nezaměstnanosti – 300% nárůst výpovědí (leden 2009, na meziroční bázi) s vizí navýšení až na trojnásobek počtu nezaměstnaných v horizontu jednoho roku (až 179 000). Špatné signály se týkají i silového motoru dánské ekonomiky, tj. exportu (55% podíl na HDP). Za poslední tříměsíční sledované období vykazuje Dánský statistický úřad propad o 12,6 %.

Prognózy dalšího vývoje nejsou optimistické. Zároveň se ekonomické predikce značně liší. Nyní oficiálně zveřejněný propad HDP za loňský rok činí 1,3 % a podobný výsledek odhaduje Dánská národní banka pro tento rok. Experti jiných bankovních institucí však avizují snížení až o 2,5–3,0 % a Greens Analysis Institute dokonce o 5,8 %.

Dánsko je uváděno jako první země OECD, která se dostala do hluboké hospodářské recese.

Nespokojenost s dosavadním přístupem vlády premiéra A. F. Rasmussena k finanční a ekonomické krizi nedávno kriticky vyjádřil šéfredaktor hlavního dánského ekonomického deníku Børsen L. B. Fallesen, který

uvedl, že „Dánsko ze všech zemí EU reaguje na současnou krizi nejpomalěji a nejslaběji“.

Z našeho pohledu zaznamenáváme menší zájem o aktivity využitelné v dlouhodobém měřítku, jako jsou regionální obchodní konference, semináře a prezentace, neboť Dánové věnují veškerý volný čas obchodu.

Nelze však říci, že by rapidně klesl zájem o obchodní spolupráci s českými firmami, což jsme sami mohli zaznamenat na nedávném stavebním veletrhu ScandBuild 2009 v Kodani, v expozici českého stavebního průmyslu na stánku CzechTrade.

(Autor je ředitelem ZK CzechTrade Dánsko)

## Poptávka po netradiční dovolené...

(Pokračování ze strany 11)

Geotour má tři a půl pracovní síly ve stálém angažmá, dále pro nás pracuje 13 specializovaných průvodců, které sami vzděláváme. Systematická příprava našich programů je dost náročná na čas a kvalifikaci. Stejně tak jako vlastní prodej zájezdů. Letos s námi vypluje téměř

1500 lidí. Není to moc. Naším cílem ale opravdu není odvítit tisíce lidí v masových zájezdech. Co nabízíme, musí bavit taky nás. A musíme být přesvědčeni o tom, že je to dobré. Spousta našich přátel se stala našimi zákazníky a naopak – z mnohých klientů jsou naši přátelé. To je zavazující.

### ■ Jak vaše klienty k moři dopravujete?

Malá část lidí jezdí vlastními auty. Většina volí autobusy s kolovlekly našeho smluvního dopravce.

### ■ Vy nemáte svoje autobusy?

Ani autobusy, ani lodě. Soustředíme se výhradně na přípravu

a prodej vlastního programu a co jde, tak „outsourcujeme“ – naši partneři to udělají pro nás lépe a efektivněji, než kdybychom se o to pokoušeli sami. Naším úkolem je však naše partnery pořádně vybrat a pak s nimi dobře pracovat. To nejde samo.

### ■ Jak si obchodní partnery vymezíte a udržíte?

U moře v Chorvatsku standardním obchodním jednáním zpravidla moc nedosáhnete. Dobrého partnera si musíte nejdříve získat jako člověka, strávit s ním hodiny a hodiny sezení na břehu moře nad kávou a rakijí, klábosit o všem možném, a teprve pak – jakoby náhodou – se přijde na pod-

mínky obchodu. Pro úspěšnou spolupráci je pak nutné vždy dodržovat dohodnuté, jednat předvídatelně a neustále mít na mysli, že dobrý obchod musí být dlouhodobě výhodný pro obě strany. Teď mě napadá, že tyto tři zásady vlastně platí i pro komunikaci s našimi zákazníky.