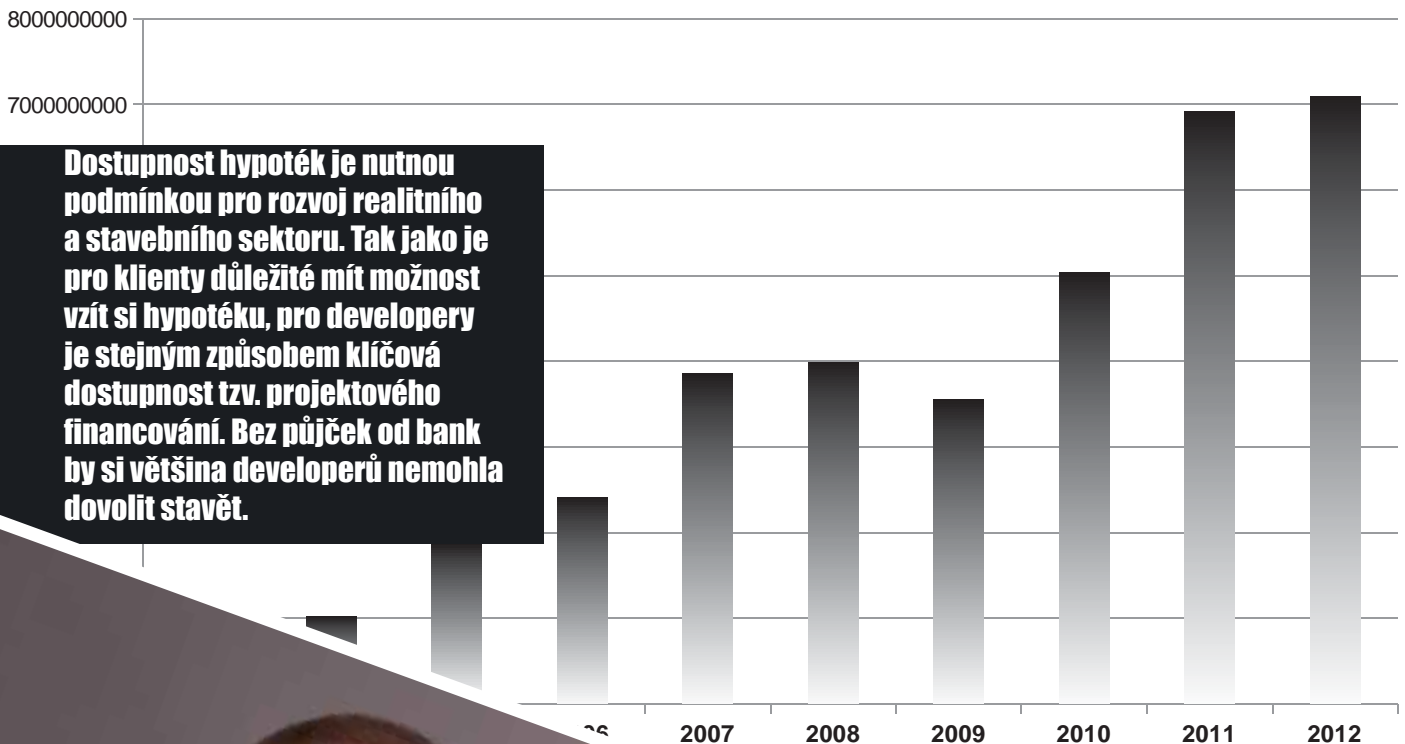


Pro muže v nejlepších letech, s nejlepšími úmysly, nejlepšími nápady a nejlepšími výsledky

Jan Kruntorád
 Václav Stárek
 Hugo Kysilka
 Pavel Švejda
 Olga Kupec
 Attila Bogdány
 Joël Gorin

fresh
TIME®
 PROSPERITA

GEPARD FINANCE – 10 let na trhu



Dostupnost hypoték je nutnou podmínkou pro rozvoj realitního a stavebního sektoru. Tak jako je pro klienty důležité mít možnost vzít si hypotéku, pro developery je stejným způsobem klíčová dostupnost tzv. projektového financování. Bez půjček od bank by si většina developerů nemohla dovolit stavět.



gепард
 finance pro život

Ing. Jan Kruntorád

generální ředitel
 GEPARD FINANCE a. s.

rozhovor o hypotečním trhu,
 který je vlídný, i když přísný
 str. 2, 3



Kvalita hypotečního poradenství a etika v něm nám není lhostejná

Pamatuji se na ten den přesně. Odeslala jsem poslední splátku hypotečního úvěru. Zdálo se mi, že mně narostla křídla a že svět je můj. Skončila mučivá etapa přerodu mého neukázněného já v uvážlivého, opatrného a konzervativního občana, rodiče, klienta. Dvanáct let s pevným datem v měsíci, na které jsem nesměla zapomenout. Hypotéka změnila mou identitu a dala řád celému mému pracovnímu i osobnímu životu. Naučila mne přemýšlet v jiných dimenzích, dovedla mne k moudrosti, občas až k pesimizmu, výjimečně má získaná zodpovědnost vrcholila ztrátou sebedůvěry ve vlastní schopnosti. Možná ze mne udělala neurotika, který v noci místo milostných slov šeptal partnerovi do ucha cosi o fixaci úroků, procentech, době, která nám zbývala k doplacení.

Dnes je doba jiná – riziky proplouvá člověk obezřetněji a už zdaleka tolik neriskuje. Finanční gramotnost se posunula a my, průkopníci, máme zkušenosti, které už nikomu k ničemu nebudou. Podstatné jsou informace zkušených hypotečních makléřů. Slovo má Ing. Jan Kruntorád, generální ředitel GEPARD FINANCE a. s. a předseda představenstva Asociace hypotečních makléřů

Jaký je hypoteční trh dnes a jaký byl před deseti lety?

Před deseti lety se český hypoteční trh začínal probouzet. První hypotéky tady samozřejmě byly už v druhé polovině devadesátých let, ale teprve po roce 2000 se hypotéka stala relativně známým finančním produktem. Rozvoj hypotečního trhu šel ruku v ruce s developerským boomem a za posledních deset let doznal velkých změn: dnes máme více bankovních domů nabízejících hypotéky, více hypotečních produktů a logicky i větší konkurenční boj mezi bankami. Využívání služeb hypotečních makléřů se stalo běžnou záležitostí, čímž jsme se přiblížili zemím na západ od našich hranic.

Pamatuji se na svou první hypotéku. Vypytávala jsem se, abych věděla, do čeho jdu. Bylo to na tehdejší dobu nevídané, málem mne za to chtěli ukřižovat, byla jsem rebel a odpověď zněla, že se s takovou zvědavostí ještě banka nesetkala. Dnes je jiný trend...

Ano, dnes už jsou vztahy mezi klienty a bankami, řekněme, „ustálené“. Banky již mají s klienty zkušenosti a umí s nimi

gepard
finance pro život

zacházet. Na přelomu tisíciletí se v bankách s žadateli o hypotéku setkávali sporadicky a její vyřízení bylo nesmírně složitě. Tehdy první hypoteční makléři měli za úkol zařídit „nějakou hypotéku“, klient na výběr moc neměl. Dnes si klienti mohou vybírat z mnoha produktů a jejich modifikací, hypoteční makléř je zde od toho, aby nejprve pomohl s orientací v možnostech, našel nejvhodnější řešení a pak ho zrealizoval.

Česká ekonomika má stále řadu potíží, stavebnictví nejméně. Jak pomáhají k oživení hypotéky? Nebo je to nepatrná kapka v moři?

Dostupnost hypoték je nutnou podmínkou pro rozvoj realitního a stavebního sektoru. Tak jako je pro klienty důležité mít možnost vzít si hypotéku, pro developery je stejným způsobem klíčová dostupnost tzv. projektového financování. Bez půjček od bank by si většina developerů nemohla dovolit stavět. A bez hypoték by lidé nemohli vytvořit dostatečnou poptávku po bydlení. Stručně řečeno – pro stavební sektor je zcela zásadní ochota bank půjčovat.

Vybrat hypotéku ani dnes ještě není snadné, a ne každý poradce je dostatečně kvalifikovaný. Co radíte klientům vy?

Klientům radíme, aby zvolili hypotečního makléře, nikoliv finančního poradce, který prodává dalších dvacet finančních produktů a žádnému z nich vlastně pořádně nerozumí. Hypoteční makléř by měl mít už nějakou historii a měl by se řídit Etickým kodexem Asociace hypotečních makléřů.

Na www.gepardfinance.cz najde zájemce mnoho užitečných informací o tom, o čem přemýšlí. Ale – doporučil jste vy sám někomu, aby si hypotéku raději nebral?

Hypotéku obecně nedoporučuji lidem, kteří nemají stálý příjem a nemají jistotu, že budou bez problémů splácet. Také doporučuji mladým párům, aby si nejdříve vyzkoušeli spolu bydlet, platit nájemné, a teprve pak si společně vzali hypoteční úvěr.

U řady lidí je už jen slovo hypotéka stresující faktor a bojí se tohoto finančního produktu. Dá se i v případě skutečně nečekaných potíží klienta hypotéka nějak polidštit, aby člověk nebyl v kleštích, splácel třeba po menších částkách či nepravidelně? Aby banka nepřišla o své peníze a klient o budovanou střechu nad hlavou?

Klient, který tuší, že mohou přijít problémy, by měl kontaktovat banku a např. ji upozornit, že přišel o práci a že bude mít s následující splátkou problém. Tedy důležité je s bankou komunikovat a hledat řešení např. formou speciálního splátkového kalendáře. Nejhor-

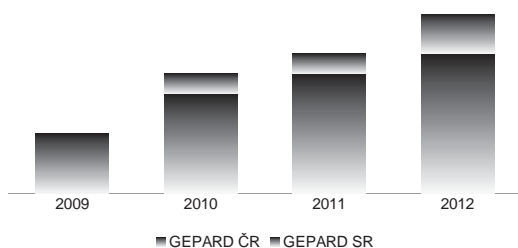


Ing. Jan Kruntorád



GEPARD FINANCE ČR a SR

GEPARD FINANCE v letech 2009 - 2012



12



ší, co může klient udělat, je tzv. „mrtvý brouk“. Každý problém se dá řešit, ale podmínkou je, že klient je v hledání řešení aktivní.

Mohu si zrekonstruovat rodinný domek pomocí hypotéky, za čas si tam otevřít provozovnu, třeba malý obchůdek nebo pedikuru?

V nemovitosti, kde má zástavní právo banka, lze cokoli změnit jen se souhlasem banky – původně totiž hypotéka na rekonstrukci byla deklarována na bydlení, a ne na podnikání. Proto změna využívání zrekonstruovaného rodinného domku může být problém, banka asi souhlasit nebude. Pokud by prostor pro podnikání byl menší než plošná výměra prostor na bydlení, naděje, že bude banka souhlasit, existuje.

Dnes si klienti mohou vybírat z mnoha produktů a jejich modifikací, hypoteční makléř je zde od toho, aby nejprve pomohl s orientací v možnostech, našel nejvhodnější řešení a pak ho zrealizoval.

Nebo – postavím si rodinný dům na hypotéku a posléze se rozhodnu ho pronajímat, ale nebude to jediný zdroj mých příjmů, budu důchodkyně a k tomu ještě povedu své vlastní s.r.o. na výrobu bylinných čajů. Mohu?

Ano, svoji nemovitost můžete pronajímat (na bydlení, ne na podnikání) bez problémů, úvěřující bance to většinou nevadí.

Hypotéku splácím, ale zemřu, budou ji doplácet dědicové?

Pohledávka úvěřující banky bude předmětem dědického řízení – pokud některý z dědiců nabyde tuto nemovitost, bude jeho povinností hypotéku splácet nebo doplatit. Pokud nemovitost půjde do prodeje, pak výnosem z prodeje bude jako první splacena hypotéka.

Do kolika let věku klienta se hypotéky doporučujete pořídít? Například do 45 roků?

Banky umožňují hypotéku splácet maximálně do 70 let věku. Záleží tedy, jak vysokou částku si chcete půjčit a kolik můžete měsíčně splácet – aby splacení vyšlo do 70 let věku. Když propočty nevycházejí, nabízí se řešení mladšího spoludlužníka, tedy o hypotéku společně zažádá ještě např. syn či dcera.



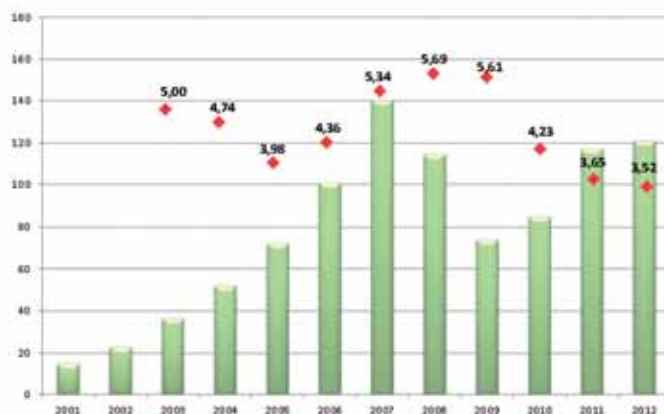
Založil jste Asociaci hypotečních makléřů. Proč vlastně? Je etika podnikání a jasná komunikace jedním z atributů?

U zrodu asociace jsem v roce 2006 stál proto, že jsem společně s kolegy chtěl spoluvytvářet a příznivě ovlivňovat prostředí, ve kterém pracujeme. Vznik Etického kodexu vnímám jako zásadní, protože v sektoru zprostředkování hypoték působí řada nereserózních subjektů a jednotlivců, proti nimž jsme se přijetím Etického kodexu vymezili. Dnes je každá pátá hypotéka v ČR zprostředkována členem Asociace hypotečních makléřů, tedy v duchu našeho pojetí etického podnikání, což je, myslím, velký úspěch. Letos jsme s AHM odstartovali projekt FÉR hypotéka, který je dalším jasným důkazem, že kvalita hypotečního poradenství a etika v něm nám není lhostejná.

ptala se Eva Brixi ▶



TRH za posledních 10 let



Získat dobré jméno dá práci

Obrázek o zemi, místě, které člověk navštíví, si utváří také podle toho, jaké vzpomínky má na hotel, kde bydlel, jak mu chutnalo v restauraci, jak mile se k němu chovali v cukrárně nebo jak v hospodě čepovali pivo. Obdivuji se všem, kteří dokáží v cestovním ruchu a gastro přijít s neotřelým nápadem a nejen nastartovat, ale udržet ho při životě. Získat dobrou pověst i věrnou klientelu. Jsou to takové pěkné podnikatelské zázraky... Nejen na to však přišla řeč s prezidentem Asociace hotelů a restaurací ČR Ing. Václavem Stárkem:

Jak se v letošním roce daří hotelům a restauracím? Projevilo se nějak zvýšení DPH nebo skutečnost, že klienti stále hodně šetří?

Jak by řekl Miloš Kopecký, děkujeme za optání, doma všichni zdraví. Myslím si, že hotelnictví je na tom o něco lépe než provozovatelé restaurací, ale nedá se to takto plošně hodnotit. Pokud se podíváme na statistiky, zjistíme, že loňský rok byl úspěšnější než rok 2011, alespoň v oblasti ubytovacích služeb. Hotelům se dařilo o něco lépe, a dokonce došlo k nárůstu tržby na jeden disponibilní pokoj (RevPAR) o zhruba 6 %. To vše přesto, že se zvýšilo DPH, respektive díky tomu došlo k navyšování cen, které se promítlo pozitivně do celkové průměrné ceny za ubytování. Letošní rok už tak úspěšný není. Situaci zhoršil také fakt, že se zase zvedlo DPH a lidé mnohem více šetří.

Lázeňství utrpělo často smrtelnou ránu změnou indikačních seznamů, takže ubylo pacientů, kteří mají lázeňskou péči hrazenou z nemocenského pojištění. Naštěstí se naši asociaci podařilo zastavit svými argumenty návrh zákona o místních poplatcích, který předpokládal 100% zvýšení lázeňských a rekreačních poplatků, což by byla další rána našim podnikatelům. Nejhorší pro podnikatele je ale zcela nejasné a nestabilní podnikatelské prostředí, kdy například ještě v prosinci nevěděli, jaká bude aplikovaná sazba DPH v letošním roce. To vše spojené s nekalou konkurencí, kdy se bojuje spíše cenou než kvalitou a nerovnými podmínkami v podnikání, nedává zcela optimistický výhled na další období.

Dalo by se říci, že členská nálepka AHR ČR je vlastně také jistou známkou kvality služeb pro zákazníka.

Objevily se názory, že některé restaurace, hospody, pivnice a jiná gastronomická zařízení zase ukončí činnost. Zakládá se to na pravdě?

Každoročně ubývá restaurací. Mění se spotřební zvyklosti zákazníků, kteří často přesouvají oslavy a party domů a na zahrady. To je letitý trend. Navíc podnikání v pohostinství je dlouhodobě potlačováno mnoha faktory. Hovořili jsme o DPH, zde je pohostinství diskriminováno asi nejvíce. Na suroviny, tedy běžné potraviny, je aplikována sazba DPH snižovaná, zatímco po zpracování na pokrmy v restauracích sazba základní, tedy vyšší. Navíc mnoho podnikatelů obchází registraci k platbě DPH, takže každé zvýšení sazeb se dotýká jen těch poctivých. Nekalou konkurencí mnoho hostinských také vidí v tom, když v jejich regionu podnikají komerčně například školní jídelny, které jsou dotovány státem a nabízejí veřejnosti stravování za podnákladové ceny. Nemusí do nich totiž promítat například investice k pořízení technologií. Největší hrozbou našeho pohostinství, vedle nekonzistentní kvality a nedostatečného tréninku personálu, je nájemné. Většina provozovatelů restaurací je v pronajatých prostorách, takže v době, kdy je poptávka menší, mají velmi vysoké fixní náklady. To je ale věc, kterou musí sám za sebe rozhodnout každý podnikatel.

Na druhé straně – vznikají nové subjekty a daří se jim. Znamená to, že mají lepší podnikatelský nápad, dokáží přitáhnout zákazníky nejen zajímavým jídelníčkem, ale třeba zajímavou předanou hodnotou, neobvyklou službou?

Ano, je mnoho profitujících konceptů, jako například Potrefené Husy, některé fast foody, kavárny apod. Celkově závisí úspěch restaurace na lokaci, kvalitním konceptu se zdravou obchodní maržou, konzistentní kvalitě služeb a surovin, ale také schopnosti udržet stálého zákazníka. Získat dobré jméno dá práci, velmi rychle je můžete ale ztratit. To platí zvláště v gastronomických provozech.

V minulosti i dnes by podnikatelé v oboru gastro rádi investovali, přistavěli kousek budovy, zrekonstruovali sociální zařízení, nakoupili nový nábytek či přebudovali a moderně vybavili kuchyň, ale nemají si kde vzít úvěr. Pro banky jsou rizikovou skupinou v současnosti stejně jako před lety...

Za současné situace je problematické i pro podnikatele využít úvěrů pro další rozvoj podnikání. Jak bylo řečeno, situace je velmi nepřehledná a pravidla podnikání se mění téměř každoročně a bez jasného konceptu.

Jak může pomoci asociace? Jednáte s některou bankou či nebankovní institucí, můžete svého člena doporučit?

Naše asociace s žádnou bankou nejedná, asi by to ani nebylo



Ing. Václav Stárek



možné. To je věcí každého jednotlivého podnikatelského záměru. To, co jsme podporovali v koncepci rozvoje cestovního ruchu, kterou připravovalo MMR ČR, je možnost získání výhodného úvěru místo přímých dotací z evropských fondů. V minulosti často vznikaly rekonstrukce a projekty, jejichž návratnost investic byla více než v nedohlednu. Viděli jsme například hotel, s kapacitou pro 300 osob a dvaceti pokoji v místech, kde široko daleko není alternativní ubytování. Pokud by místo dotací byly nabídnuty státem výhodné úvěry, pak by na ně mohlo dosáhnout více podnikatelů, ale zároveň by byli nuceni tyto investice splácet. Pak by podobné projekty asi nemohly dostat zelenou.

Ostatně – jaký je nebo jaký se dá předpokládat trend, budou jednotlivé subjekty schopny žít dále každý sám za sebe, třeba v případě penzionů, restaurací, anebo je to otázka příchodu nových investorů, výhodných nabídek a koupí?

Nikdy neexistuje všeobecná šablona a řešení. Máme mnoho rodinných penzionů a restaurací, které prosperují a bude tomu tak i do budoucna. Jistě budou vznikat nové koncepty, zákaz-

níci budou i nadále cestovat a já se domnívám, že i domácí cestovní ruch se začne více oživovat. Pro některá zařízení je výhodné spojit se s ostatními, například formou franšizy, kdy získají know-how, známou značku a možná se jim povede oslovit více zákazníků. Jiní jdou svou vlastní cestou, staví například na stálé klientele, rodinném prostředí apod. Rozhodující bude kvalita a koncept, který zákazníky osloví, a hlavně schopnost udržet si za kvalitní služby přiměřené ceny. V současné slevo-mání je největším rizikem podnikatelů snažit se hosta přilákat na neobvykle nízkou cenu. Tím se likviduje stálá a kvalitní klientela, služba se dehonestuje a podnikatel se připravuje o jakékoli možnosti budoucích investic. Navíc sám a dobrovolně.

A potřebuje „český trh“ cestovního ruchu peníze? Potřebuje investovat? Jaký názor na to mají majitelé?

Kdo by peníze nepotřeboval? Faktem ale je, že do cestovního ruchu investuje stát minimální finanční prostředky, například v porovnání s jinými zeměmi, které mají turistický potenciál. Stát se snaží spíše finanční prostředky z cestovního ruchu čerpat. Za každou stokrunku utracenou turistou, získává 41 korun na odvodech. Tyto prostředky se ale nevracejí v dostatečné míře zpět do podpory cestovního ruchu. Český trh cestovního ruchu potřebuje hlavně jasný koncept rozvoje, což zde dlouhodobě chybí. Politické strany si předávají moc a za sebou boří většinou vše, co bylo vybudováno těmi předchozími. V Rakousku se s cestovním ruchem pracuje s dlouhodobým výhledem. Pokud se tento krok konečně někomu podaří, peníze, možnosti a chuť investovat se dostaví vzápětí samy.

Představují vaši členové spíše český nebo zahraniční kapitál? Vstupují do asociace nové firmy? Třeba menší kavárny, cukrárny, čajovny?

Momentálně reprezentujeme již 50 % ubytovací kapacity v České republice. Našimi členy jsou jak mezinárodní hotelové řetězce, tak hotelové řetězce působící na národní úrovni, ale i nezávislé hotely, penziony a restaurace. Ta poslední kategorie, tedy restaurace, stále plně nevyužívá možnosti společných postupů a vzájemné podpory tak, jak by bylo možné. Takže restaurací je v členské základně méně. Ale ti, kteří jsou našimi členy, poskytují velmi kvalitní služby. Dalo by se říci, že členská nálepka AHR ČR je vlastně také jistou známkou kvality služeb pro zákazníka.

**otázky připravila Eva Brixí ■
foto Kamil Varcoller**

Pro mlsaly a milovníky české chuti

Jak se to trefně řekne? Pošmáknout si, pochutnat si, smlsnot si, dát si do trumpety, vychutnat si to, možná byste našli mnohá další slovní spojení pro pocit, jímž se vyjadřuje, že nám určitý pokrm sednul, že to bylo ono, že to někdo trefil a že bychom toho snědli i trojnásobně více...

K tomu, co lidem jednoduše chutná, se chystá v Praze již 5. ročník soutěže pro české výrobce, zejména regionálních potravin Česká chuťovka (a Dětská chuťovka), vyhodnocení se odehraje 17. října. Figurovat v ní bude hojnost uchazečů z různých oborů: pivo, víno, sladkosti, pečivo, uzeniny, zkrátka – nechme se překvapit.



Jedním z přihlášených je firma JaJa Pardubice s.r.o., výrobce tradičního českého perníku, který reprezentuje tým Jarmily Janurové. Že perníkáři dokáží doslova kouzlit, ví každý, kdo z jejich sortimentu okusil – stojí to totiž za to. Mimo jiné i pro inovace, jimiž vaše chuť dostává další a další nečekané podněty...

www.pardubickypernik.cz
(rix)



Projekt „Jízdní kolo = ekologie a zdraví“

Podpisem smlouvy mezi energetickou společností VEMEX, s. r. o., Městskou částí Praha-Satalice a Sportareálem Praha-Satalice, s. r. o., se na počátku letošního dubna započalo se zajímavým projektem „Jízdní kolo = ekologie a zdraví“. Jeho cílem je snižovat dopad výfukových plynů na obyvatele městských aglomerací a jízdu na kolech posilovat zdraví obyvatel, a také významně aktivizovat ekologické myšlení a propagovat využívání jízdních kol jako univerzálního dopravního prostředku. Projekt má mezinárodní charakter, neboť kromě Městské části Praha-Satalice se týká také Soči v Ruské Federaci, bulharského Božuriště a srbského Novi Sadu.



V rámci projektu se společnost VEMEX, s. r. o., zavázala k řadě úkolů spjatých s vybudováním cyklistické dráhy, vybavením městského úřadu, městské policie a základní školy v Satalicích jízdními koly a nechyběla ani finanční podpora ve výši 12 500 eur městské části. A protože se 11. září uskutečnila ve Sportareálu Praha-Satalice významná akce, kde již bylo možné realizaci projektu vidět na vlastní oči a zažít i jízdu na kole po nové cyklodráze, byla to současně také příležitost pohovořit s iniciátorem projektu Ing. Hugo Kysilkou, marketingovým ředitelem společnosti VEMEX, s. r. o.:

Můžete připomenout nejdůležitější závazky Vemexu v rámci tohoto projektu?

Ve snaze o snížení dopadu výfukových plynů na obyvatele jsme se zavázali věnovat jízdní kola Úřadu městské části Pra-



ha-Satalice, Městské policii a také Sportareálu Praha-Satalice a zdejší základní škole. Financovat vybudování cyklodráhy v satalickém Sportareálu, zabudování stojanů pro kola, které se zde využívají, ochranné pomůcky, ale také propagační akce, reklamní materiály a sponzorovat rovněž rozvoj zdejší cykloturistiky.

A co vše je k dnešku splněno?

Podle mne víc než sto procent. Předali jsme 25 jízdních kol, včetně stojanů na ně, poukázali finanční částku více jak 320 tisíc Kč na vypracování projektů pro stavební úpravy, vybudování cyklodráhy a úpravu turistické cyklostezky. Kola používají nejen pracovníci městské části, ale i příslušníci Městské policie, návštěvníci sportovního areálu a samozřejmě školní děti.

Jak se odvíjela spolupráce vás, městské části a sportareálu, jako partnerů projektů?

Ta byla skutečně na vysoké úrovni. Rád zdůrazním, že spolupráce se starostou Františkem Jenčíkem, jeho zástupkyní Miladou Voborskou i ředitelkou sportovního areálu Leonou Taborskou odpovídala kvalitě celého projektu – byla výborná.



Ing. Hugo Kysilka

S logem VEMEXU je zde všude spojen také emblém European Business Congress (EBC), podílela se tedy tato instituce na mezinárodní dimenzi projektu?

EBC je organizace již s poměrně dlouhou historií. Vznikla v roce 1997 a jsou v ní zastoupeny významné světové energetické, finanční, výrobní a obchodní firmy z více jak 90 zemí. Prezidentem EBC je Předseda představenstva Gazpromu A. Miller a z toho i vyplývá, že hlavní akcent činnosti je vždy stavěn především na energetice a zemním plynu. Pokud zemní plyn – tak ekologie. Jedna komise EBC je čistě zaměřena na ekologii. Předsedá jí paní Stela Blagova z Bulharska, a ta byla i autorkou našeho projektu Jízdní kolo.



Cyklodráhu slavnostně otevřeli (zleva) Richard Gasperotti, bývalý MTB šampion, Ing. Hugo Kysilka, ředitel marketingu společnosti VEMEX, s. r. o., a Mgr. Milada Voborská, místostarostka Městské části Praha-Satalice

Dnes je ve Sportareálu Praha-Satalice řada zajímavých akcí pro děti a veřejnost, které by se bez vašich aktivit uskutečnit nemohly, anebo v mnohem skromnějších podmínkách. Jaký z toho máte pocit?

Dobry, otevřeli jsme novou cyklodráhu, jezdí se tu na námi věnovaných jízdních kolech, proběhla akce „Bez helmy ani ránu“ pro žáky ZŠ 1. stupně k bezpečné jízdě na kole či kolečkových bruslích. Přišly se podívat některé legendy freeridového sportu, odpoledne vše vyvrcholilo bohatým doprovodným programem. A bylo skvělé si uvědomit, že pokud dáte dětem možnost sportovního vyžití, tak vám asi odpadne řada civilizačních problémů, jakou jsou hodiny strávené u televize nebo počítačů...

Budete i dál pokračovat ve spolupráci se Satalicemi a chystáte i jiné podobné projekty?

Víte, městská část Praha-Satalice je pro nás partner, se kterým bychom rádi komunikovali i v dalším období, například s místní základní školou. Uvažujeme o rozšíření projektu o další jízdní kola a nové rampy pro ně. Kromě toho bychom chtěli zdejší obyvatelům nabídnout dodávky energií, které by zajišťovala naše dceřiná firma Vemex Energie a. s.

připravil Jiří Novotný ▶



Zahraniční převody peněz za stokoruny? Z Velké Británie to jde nově zadarmo a za 15 minut

Britská společnost Mayzus Financial Services přináší na český trh mezinárodních peněžních převodů novou službu. Jako jediná umožňuje českým a britským občanům peněžní převod mezi mateřskými zeměmi s nulovými poplatky. Převod z jedné pobočky MoneyPolo na druhou přitom trvá pouhých 15 minut a obejde se bez zbytečných formulářů. Zákazník navíc nemusí znát formát IBAN ani složité swiftové a směrové kódy jako u bankovního převodu.

Téměř čtyřicet tisíc Čechů dnes studuje, pracuje nebo si hledá práci ve Velké Británii. Kontakt s českým domovem je pro ně velmi důležitý. A týká se i peněz. Zahraniční platby přitom patří k těm nejdražším. Bankovní převod peněz z Anglie do Česka a naopak může přijít na stokoruny, navíc trvá i několik dní.

„Velká Británie je mateřskou zemí naší společnosti, Česká republika zase místem, kde jsme poprvé spustili služby MoneyPolo. Obě destinace jsou tak pro nás velmi významné. I proto jsme mezi nimi tuto výjimečnou službu s nulovým poplatkem zprovozili,“ uvedl Nikolay Rozhok, jednatel a CEO společnosti Mayzus Financial Services Ltd., provozovatel služby MoneyPolo. Pro společnost, která má pobočku v Londýně a účet u britských bank, to znamená minimální náklady. Podle Rozhoka není důvod, proč by tuto výhodu firma nezprostředkovala také svým zákazníkům.

Poslat peníze rodině do České republiky? Podpořit dítě na studiu v Londýně? Vypůjčit si v nouzi peníze od kamarádů? Situaci, kdy je zapotřebí poslat peníze z nebo do Velké Británie může nastat bezpočet. A bankovní převod na účet není zrovna ideální řešení – stojí totiž hodně času i finančních prostředků.

V porovnání s bankou cestují peníze s MoneyPolo rychleji, bez poplatků a zbytečných formulářů. Zákazník nemusí znát formát IBAN či složité swiftové a směrové kódy banky. A má garanci výhodného směnného kurzu. „Aktualizace kurzu probíhá každých 10 minut a odpovídá kurzům na finančních trzích. Náš kurz je navíc výhodnější, protože máme nižší marže,“ vysvětlil Nikolay Rozhok.

MoneyPolo ve skutečnosti peníze neodesílá. Uvnitř interního systému pouze předává on-line údaje pro dokončení peněžního převodu. Partnerská pobočka pak obdrží informace o transakci v místě vydání hotovosti. Peníze tak cestují rychlostí světla, bez zbytečných formulářů a poplatků. Právě rychlost a minimální poplatky jsou doménou společnosti Mayzus Financial Services, a to díky nejnovějším technologiím a inovacím, na které se firma

soustředuje. To společnosti umožňuje realizovat transakce za několikanásobně menší poplatek, než je ve světě zvykem. Nízká procenta za provedení transferu a jednu z nejvyšších rychlostí pro převod peněz na pobočku adresáta ve srovnání s jinými systémy potvrzují také statistiky Světové banky.

Firma provozuje služby mezinárodních peněžních převodů MoneyPolo v 130 zemích světa ve 126 měnách. Její služby lze využívat ve 400 tisících partnerských pobočkách po celé zeměkouli. Otevření dalších poboček plánuje firma nepřetržitě i v následujících letech.

Značku MoneyPolo vlastní britská společnost Mayzus Financial Services Ltd. Ta poskytuje finanční služby na základě licence vydané FCA ve Velké Británii. V České republice má vystavenou licenci od ČNB.

Kromě peněžních převodů mezi službami společnosti patří také on-line bankovní převody, proplácení finančních a bankovních šeků, servis karetního programu MasterCard, Visa a další finanční produkty. (tz)

Ukázka převodů s nulovým poplatkem:

Peníze z České republiky do Velké Británie

Zákazník chce odeslat 20 tisíc korun z České republiky do Velké Británie. V pohodlí domova si vytvoří účet u MoneyPolo – registrace i vedení účtu je zdarma a jednoduše na něj může převádět peníze ze své české banky. Prostřednictvím formuláře v systému MoneyPolo odešle peníze příjemci ve Velké Británii a ten se s operátorem MoneyPolo telefonicky domluví na způsobu obdržení platby. Příjemce ve Velké Británii pak obdrží částku na svém anglickém bankovním účtu nebo prostřednictvím šeku, a to zcela bez poplatku.

převod přes	poplatek v Kč
MoneyPolo	0,-
převod česká banka -> anglická banka	stokoruny – cena je individuální dle sazebníku jednotlivých bank
nebankovní převod (MoneyGram/ WesternUnion)	900,- / 1 267,-*

* Zdroj: oficiální ceníky společnosti

Peníze z Velké Británie do České republiky

Peníze z Velké Británie mohou registrovaní zákazníci poslat on-line, neregistrovaní mohou složit hotovost na pokladně britské banky, ve které má MoneyPolo účet. Prostřednictvím on-line aplikace převod peněz funguje podobně – zákazník odešle platbu, kterou si příjemce v České republice může rovnou vyzvednout na vybrané pobočce nebo může požádat o zaslání peněz na účet. Pokud chce zákazník odeslat peníze z britské banky do částky 700 liber, tedy asi 21 tisíc korun, nepotřebuje žádný doklad totožnosti. Pak už jen stačí sdělit jméno a základní údaje příjemce.

převod přes	poplatek v Kč
MoneyPolo	0,-
převod anglická banka -> česká banka	od 10 liber** (tedy asi 300 korun) + poplatky české banky
nebankovní převod (MoneyGram/ WesternUnion)	41 liber (tedy asi 1250 korun)/1289,-*

* Zdroj: oficiální ceníky společnosti

**Na vyžádání zašleme podrobnější informace

Nerespektujeme dva rozměry pojmu inovace



Obdivuji nápady jiných. Ať jsou zběsilé, nepodstatné, zdánlivě malicherné, vždy jsou pro mne povzbuzující, vážím si jich. Ať vzbuzují hrůzu z odkrytého a naznačeného, anebo východiška k lepšimu, radostnějšímu, smysluplnějšímu. Ctím zahrádkáře, kteří vymýšlejí nevymyslitelné, stejně tak jako smekám před rozsáhlými inovačními projekty, do nichž se zapojí půl fabriky a výsledkem se stane nečekaná úspora vody či elektřiny nebo robot, který vám čte myšlenky.

Fandím nápadům, které dlouho sbíraly prach šuplíků, aby povstaly ze zapomnění a byly ceněny několika generacemi. Pokorně se skláním před výzkumníky, kteří mravenčí prací jednou přijdou na to, jak udělat zákrok u zubaře bezbolestný, stejně jako před těmi, kteří jednou světu dokáží, podle jakých zákonů je lidská psychika v regulaci vlastního zdraví člověka mocná a jak ji lze využít pro dobro lidstva.

S Ing. Pavlem Švejdou, sekretářem Asociace inovačního podnikání ČR, jsem na toto téma čas od času hovořila. Část jeho úvah je zde:

Inovace je zaklínadlo všech firem, které chtějí žít, rozvíjet se, vztěžit. Máme toho plné uši, a ne každý ale správně slyší... Čím byla inovace před lety a čím je inovace dnes?

Inovace byla před lety tím, čím je dnes. Problém spočívá v tom, že v základní rovině nerespektujeme dva rozměry tohoto pojmu – inovace jako proces a inovace jako produkt. Teoretici vnímají tento pojem nejčastěji jako soubor činností procesních, praktici spíše jako produkty, v našich podmínkách (AIP ČR) hovoříme o výrobcích, postupech a službách.

Objektivní složitostí je to, že jedním ze základních předpokladů pro vznik produktů jsou procesy a že součástí procesů jsou produkty.

Před 20 lety se tvrdilo, že business je o nápadu. Platí to ještě? Jak z nápadu udělat inovaci?

Spíše než tento vztah bych poukázal na vztah invence a inovace,



Ing. Pavel Švejda

na invenční část inovačního procesu a jeho inovační část. Podle mého přesvědčení platí, že až v etapě uplatnění produktu na trhu (viz první otázka) se jedná o inovaci (inovační produkt). Nápadů – výsledků výzkumu a vývoje – které jsou využity v inovačních produktech, je velmi málo. Obecně je to tak, že pouhé 1–3 % výsledků výzkumu a vývoje jsou využity při realizovaných inovačních produktech. Hlavo!am, jak z nápadu udělat inovaci, trápí nejen naše, ale i zahraniční odborníky.

Co myslíte, že by svět měl dnes vynalézat? Léky proti nemocem, formulovat životní filozofii planety na přežití lidstva nebo vymyslet něco, aby produktivita práce nechrllila nezaměstnané?

Tyto otázky patří mezi nejsložitější. Záleží na předpokladech a schopnostech jednotlivých zemí, regionů a konkrétních municipalit. Většinou chybí pravdivá analýza možností a schopností v oblasti výzkumu, vývoje a inovací ve všech výše uvedených strukturách. Přitom platí, že jednotlivé odborné skupiny prosazují ty úkoly, ve kterých jsou silné a zainteresované, do jisté míry bez ohledu na to, kde jsou objektivní potřeby.

Obecně je to tak, že pouhé 1–3 % výsledků výzkumu a vývoje jsou využity při realizovaných inovačních produktech. Hlavo!am, jak z nápadu udělat inovaci, trápí nejen naše, ale i zahraniční odborníky.

Vaše asociace se stala symbolem systémových programů, které prosazují inovace ve všech rovinách české ekonomiky. Prolomili jste bariéry mezi teorií a praxí?

Základem pro dosažení cílů v této oblasti je Systém inovačního podnikání v ČR, který iniciujeme a rozvíjíme od zahájení naší činnosti 23. června 1993. Předpokladem dalším je přesná používaná terminologie v rámci inovačních procesů a při vytváření inovační infrastruktury ČR a spolupráce ČR s dalšími zeměmi. Součástí naplňování těchto předpokladů je postupné překonávání rozdílů mezi teorií a praxí. Dlouhodobě víme (AIP ČR vstoupila do 21. roku své činnosti), že bez dobré teorie není dobrá praxe. Tak je tomu i v oblasti inovací.

Máte rád zběsilé nápady domácích kutilů?

Tyto nápady vytvářejí základní množinu možných výsledků výzkumu a vývoje, a z toho důvodu jsou důležité.

Jak přimět lidi, aby více přemýšleli? Je to úplně naivní otázka?

Otázka je velmi praktická, podle mého názoru souvisí s motivací jednotlivých účastníků inovačního procesu. Tento proces zjednoduším na: vymyslím – vyrobím – prodám. Z tohoto vyplývá, že přemýšlení se netýká jen části vymyslím, ale i dalších dvou částí.

Mohla by Česká republika bohatnout prodejem nápadů, inovačních myšlenek, zapůjčováním mozků?

Ano, mohla. Musíme ale vytvořit dva základní předpoklady (spolu s mnoha dalšími), prvním z nich je kritická analýza toho, ve kterých oborech jsme skutečně na špičkové úrovni, a druhým předpokladem je stanovit podmínky pro všechny zúčastněné.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Práce ve VZP láká desetitisíce lidí

VZP je mimořádně žádaný zaměstnavatel. Jen na webových stránkách největší zdravotní pojišťovny zavítají do sekce s nabídkou volných míst zhruba tři tisíce zájemců každý týden. Další lidé posílají své životopisy ať už na konkrétní nabídku práce, nebo s žádostí o zařazení do databáze uchazečů o místo. Velký zájem je o práci ve VZP i mezi hendikepovanými, s nimiž pojišťovna spolupracuje v rámci dlouhodobého projektu.

Reálnou možnost na získání práce ve VZP má kolem patnácti lidí měsíčně. Zhruba tolik míst se totiž každý měsíc v pojišťovně uvolní. Většinou jde o přirozenou obměnu zaměstnanců (odchody na rodičovskou dovolenou, do důchodu a další personální změny).

VZP v současné době zaměstnává přibližně tři a půl tisíce lidí. Za posledních pět let se počet zaměstnanců snížil o dvanáct set (z cca 4700 na 3500).

Přestože celkem se počet zaměstnanců pojišťovny za pět let snížil o 25 %, procento zaměstnanců se zdravotním postižením zůstává

téměř stejné. Ve VZP jich pracuje přes 80. Samozřejmostí jsou proto bezbariérová pracoviště, parkování pro invalidy, upravené výtahy či toalety i individuální řešení pracovních pomůcek a podmínek. Zdravotně postižení v rámci dlouhodobého projektu pro hendikepované mohou průběžně zasílat svoje životopisy a motivační dopisy na všechny regionální pobočky.

Od jara letošního roku je VZP navíc nově zapojena do projektu Metropolitní univerzity Praha a Nadačního fondu pro zaměstnávání osob se zdravotním postižením. Tato aktivita umožní získat odbornou praxi desítky studentů s pohybovým postižením. Z Metropolitní univerzity Praha přišel před časem do VZP jako absolvent například i David Drahonínský, úspěšný pracovník pojišťovny a držitel zlaté medaile v lukostřelbě na paralympiádě v Pekingu.

Pojišťovna má také trainee program pro ostatní studenty a absolventy, kteří chtějí získat praxi ve velké a významné společnosti. Celkem se do něj zapojí průběžně bezmála 180 lidí. Cílem tohoto programu není jen pomáhat mladým lidem vstupujícím na trh práce, ale také najít talentované a motivované budoucí zaměstnance.

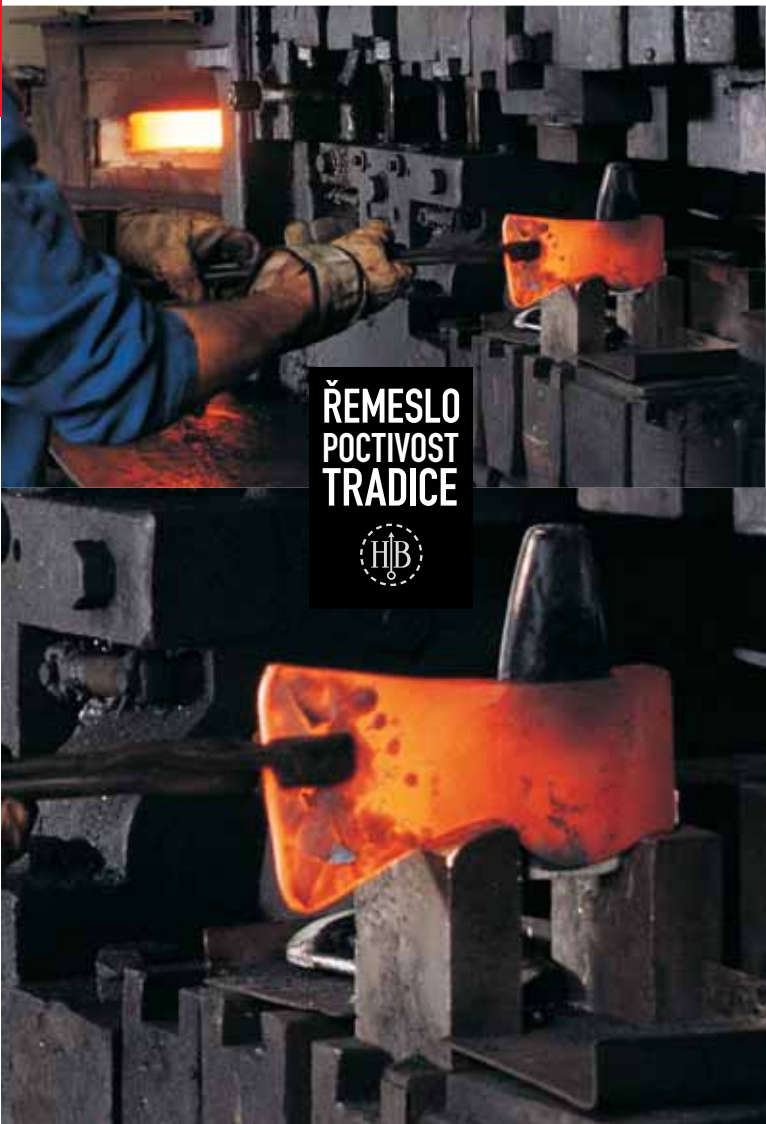
(tz)

V Lázních Luhačovice po 50 letech pátý pramen – Nový Jubilejní

Začátkem září byl v Luhačovicích slavnostně zpřístupněn další pramen – Nový Jubilejní. Pavilon vybudovala akciová společnost Lázně Luhačovice na Lázeňském náměstí mezi Společenským domem a vilou Alpská růže. Stovky návštěvníků tak mohly poprvé zhlédnout dílo v hodnotě 1,3 mil. korun. Slavnostního aktu se kromě generálního ředitele Lázní Luhačovice, a.s., MUDr. Eduarda Bláhy a starosty města Dr. Františka Hubáčka zúčastnili vnučka slovenského architekta Dušana Jurkoviče Katarína Salajová Jurkovičová, prof. Eva Blahová, šéfká Janáčkovy opery v Brně, herec a pedagog Jan Přeučil, architektka Ing. Alena Vránová, autorka díla, a sochař Ondřej Oliva, syn známého sochaře Otmaru Olivy, který je autorem samotné-

ho vodního prvku. Po Vincentce, Ottovce, Aloisce a pramenu Dr. Šťastného se tak široká veřejnost po téměř padesáti letech dočkala v pořadí pátého veřejně dostupného pramene v Luhačovicích. „Naším záměrem bylo vybudovat něco moderního a neotřelého. Tvar krystalu korespondující se strohou funkcionalistickou architekturou přílehlého Společenského domu se nám zdál nejvhodnější,“ řekl MUDr. Eduard Bláha, generální ředitel Lázní Luhačovice, a.s. „Slavnostní otevření jsme naplánovali na závěr Dnů slovenské kultury, které by se měly stát impulzem pro další setkávání Čechů a Slováků v Luhačovicích. Historie našich lázní je totiž úzce spjata právě se Slovenskem,“ doplnil E. Bláha.

(tz)



ŘEMESLO
POCTIVOST
TRADICE



KOVANÉ SEKERY HULTAFORS S DUŠÍ



Ručně kované
sekerky vyráběné
podle rodinné tradice
více jak 300 let.
Vynikají svými tvary,
kvalitní švédskou
ocelí, kaleným,



ručně broušeným
ostřím, přírodním
topůrkem z Hickory,
houževnatého dřeva
z ořeškovce bílého.
Tradiční ruční výroba
již od roku 1697.



Krbové nářadí & Krbové doplňky & Sekerky Hultafors
AC-T servis, spol. s r. o., Náchodská 61, 193 00 Praha 9
Tel./fax: 281 926 244 | www.actservis.cz

Na světě je 12 milionů dolarových milionářů

V důsledku globálního oživení akciových a realitních trhů došlo v roce 2012 k růstu investovatelného bohatství dolarových milionářů (HNWI¹) o 10 procent a celosvětově jejich bohatství dosáhlo rekordních 46,2 bilionu dolarů, což je dramatický nárůst oproti poklesu o 1,7 procenta v roce 2011. Mezi HNWI se nově zařadilo dalších milion lidí, takže po celém světě je nyní 12 milionů dolarových milionářů, což je meziroční nárůst o 9,2 procenta. Vyplývá to ze zprávy o světovém bohatství, kterou zveřejnily společnosti Capgemini a RBC Wealth Management.

Severní Amerika získala zpět pozici regionu s největší koncentrací HNWI a přeskočila Asii a Tichomoří. V roce 2012 bylo v Severní Americe 3,73 milionu dolarových milionářů a v regionu Asie a Tichomoří 3,68 milionu, jejich bohatství dosáhlo v Severní Americe 12,7 bilionu dolarů a v Asii a Tichomoří 12 bilionů dolarů.

„Nárůst počtu dolarových milionářů byl v roce 2012 opravdu mimořádný,“ řekl Jean Lassignardie, Chief Sales & Marketing Officer, Capgemini Global Financial Services. „Nicméně je pravděpodobné, že vedoucí pozici v počtu HNWI i bohatství od Severní Ameriky znovu časem převezme region Asie a Tichomoří. Zajímavé je, že zatímco Severní Amerika vedla v počtu HNWI, oblast Asie a Tichomoří měla vyšší celkový růst bohatství, 12,2 procenta ve srovnání s 11,7 procenta Severní Ameriky.“

Globální růst investovatelného bohatství byl způsoben především těmi nejbohatšími dolarovými milionáři. Počet i bohatství nejbohatších osob (Ultra-HNWI)² v roce 2012 rostlo zhruba o 11 procent. V roce 2011 byla naopak klesající tendence. Všechny regiony zaznamenaly prudký nárůst počtu HNWI a jejich bohatství, výjimkou byla pouze Latinská Amerika, která byla na špičce v růstu v roce 2011, ale v roce 2012 nastaly komplikace v důsledku zpomalení růstu HDP a kvůli změnám na akciových trzích. V České republice se celkový počet dolarových milionářů zvýšil o 5,4 procenta a dosáhl v roce 2012 rekordních 18 000 HNWI. Bohatství českých dolarových milionářů vzrostlo meziročně o 5,4 procenta na 42 miliard dolarů.

Rekordní úroveň bohatství dosaženo i přes opatrný přístup HNWI k investování

Dolaroví milionáři zůstali v roce 2012 opatrní. Podle studie Global HNWI Insights Survey, která byla součástí zprávy o světovém bohatství a obsahovala zpětnou vazbu od 4400 HNWI z celého světa, se dolaroví milionáři zaměřili především na udržení stávajícího bohatství. I přes nedávné zlepšení na trhu se jedna třetina (33 procent) HNWI zaměřila hlavně na udržení svého bohatství a jen 26 procent kladlo důraz na růst bohatství. Dolaroví milionáři svá aktiva volili konzervativně a především s ohledem na uchování stávajícího bohatství. Téměř 30 procent bohatství HNWI bylo v hotovosti a ve vkladech. Regionální rozdíly jsou zřejmé. Největší část investovatelného bohatství severoamerických HNWI tvoří akcie (37 procent), zatímco dolaroví milionáři v Latinské Americe a v oblasti Asie a Tichomoří (s výjimkou Japonska) dávají přednost nemovitostem (30 procent portfolia, respektive 25 procent).

V Evropě dávají dolaroví milionáři přednost hotovosti a vkladům (27,3 procenta portfolia) a nemovitostem (26,7 procenta).

„Navzdory důrazu na zachování kapitálu a snaze disponovat vysokou hotovostí dosáhli v roce 2012 dolaroví milionáři rekordní úrovně bohatství. A pokud se bude nadále zvyšovat důvěra

v trhy, můžeme očekávat další růst,“ sdělil M. George Lewis, ředitel skupiny, RBC Wealth Management & RBC Insurance.

Roste důvěra HNWI v oblast správy bohatství

Celosvětová důvěra HNWI v odvětví správy bohatství se zlepšila. Na 61 procent dolarových milionářů mělo na začátku roku 2013 velkou důvěru v managery zodpovědné za správu bohatství i v jejich firmy, došlo k nárůstu o 4, respektive 3 procentní body od předchozího roku. Zvýšená důvěra a střízlivě pozitivní ekonomický výhled způsobily, že 75 procent HNWI cítí jistotu ohledně svého dalšího navyšování bohatství. Současně ale dolaroví milionáři vyjádřili nízkou míru důvěry v trhy (45 procent) a regulační orgány (pouze 40 procent).

Z hlediska správy bohatství dávají HNWI přednost bezproblémovému přístupu, práci s jednou firmou (41 procent versus 14 procent dolarových milionářů, kteří preferují spolupráci s více firmami) a jednomu kontaktnímu místu (34 procent proti 24 procentům milionářů, kteří dávají přednost více kontaktům). Zatímco 31 procent HNWI raději preferuje přímý osobní kontakt, téměř jeden ze čtyř vnímá jako důležitější digitální komunikaci. Především se jedná o trend způsobený mladšími dolarovými milionáři a milionáři z regionu Asie a Tichomoří (s výjimkou Japonska).

Výhled do budoucna je mírně optimistický i díky dobré kondici regionu Asie a Tichomoří

Vzhledem k očekávanému dalšímu oživení ekonomiky se budou snižovat rizika alepší se důvěra investorů, takže celosvětové bohatství HNWI poroste ročně v průběhu příštích tří let o 6,5 procenta. To je značný rozdíl oproti pomalému 2,6procentnímu růstu od finanční krize z roku 2008. Oblast Asie a Tichomoří navíc pravděpodobně poroste ještě zhruba 1,5krát rychleji, než bude celosvětový průměr, a s růstem 9,8 procent se zařadí na špičku v bohatství dolarových milionářů.

V České republice patří Capgemini mezi deset největších poskytovatelů služeb v oblasti informačních technologií. Capgemini nabízí klientům v ČR služby více než 130 odborníků se zkušenostmi v oblasti poradenství, vývoje aplikací, systémové integrace, tvorby internetových portálů a bezpečnosti. Mezi klienty skupiny v České republice patří nejvýznamnější banky, mobilní operátoři, průmyslové podniky a instituce z vládního sektoru.

(tz)

Dvacet let stavebního spoření v Čechách

Domovní a bytový fond v ČR prošel za posledních dvacet let řadou změn. Od roku 1991 do 2011 vzrostl počet domů o 16 %, zvýšil se počet bytů o 17 %. K rozvoji přispělo i stavební spoření, které na český trh vstoupilo v roce 1993. V roce 1995 bylo poskytnuto 880 úvěrů ze stavebního spoření a o tři roky později to bylo již přes 100 tisíc. Celkově si Češi v rámci úvěrů ze stavebního spoření půjčili více než 620 miliard korun. Za to bychom dnes postavili téměř 207 000 rodinných domů v hodnotě 3 miliony korun. První spořitelnou u nás byla dnešní Raiffeisen stavební spořitelna.

DOMOVNÍ A BYTOVÝ FOND V LETECH 1991 až 2011

Rok provedení sčítání	DOMY*			BYTY		
	Celkem	Rozdíl mezi dekadami		Celkem	Rozdíl mezi dekadami	
		Abs.	%		Abs.	%
1991	1 868 541	100 477	5,4	4 077 193	289 100	7,1
2001	1 969 018			4 366 293		
2011	2 158 119	189 101	9,6	4 756 572	390 279	8,9

* Domovní fond zahrnuje rodinné i bytové domy
Zdroj: Český statistický úřad a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

1991 až 2001 – zlatá éra rodinných domů

Při sčítání lidu, domů a bytů v roce 2001 byly Českým statistickým úřadem (ČSÚ) zjištěny necelé 2 miliony domů, což je o zhruba 100 000 více než v roce 1991. ČSÚ označil tento nárůst za největší za posledních 30 let. Paradoxně opačná situace byla zjištěna v rámci bytového fondu. Jeho nárůst byl za toto desetiletí nejnižší od roku 1970. Při výstavbě v letech 1991 až 2001 totiž převažovaly hlavně rodinné domy, zatímco výstavba velkých panelových domů přibrzdila.

„K rozvoji domovního a bytového fondu přispělo také stavební spoření, které v České republice vzniklo v roce 1993. Úvěry nabízené stavebními spořitelkami byly od začátku úročeny podstatně výhodnějšími sazbami, než které nabízely jiné finanční instituce,“ řekl Jan Jeníček, generální ředitel Raiffeisen stavební spořitelny. „V roce 1995 bylo stavebními spořitelkami poskytnuto prvních 880 úvěrů a za pouhé tři roky později překročil počet poskytnutých úvěrů 100 tisíc,“ dodal Petr Kielar, nezávislý odborník na stavební spoření.

2001 až 2011 – výrazný nárůst počtu domů i bytů

Ve srovnání s předchozí dekadou byl v letech 2001 až 2011 dle statistik Ministerstva pro místní rozvoj ČR nárůst domovního fondu téměř dvojnásobný. Počet domů se zvýšil přibližně o 190 000 a nových bytů bylo téměř o 400 000 víc než v roce 2001.

Výhradním způsobem financování bytových potřeb se staly dva dominantní produkty, stavební spoření a hypoteční úvěry. V závislosti na výši tržních úvěrových sazeb docházelo k přelévání zájmů klientů mezi stavebními spořitelkami a hypotečními bankami. „V roce 2009 byl podle statistik Asociace českých stavebních spořitelen nejvyšší podíl stavebního spoření na financování bytových potřeb. V posledních letech je stavební spoření využíváno zejména na úvěry za účelem rekonstrukce a modernizace bydlení a také jako výhodný a spolehlivý spořicí produkt,“ vysvětlil Jan Jeníček.

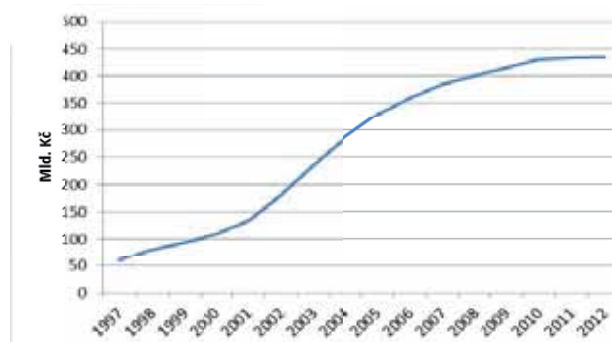
Jedna z předních možností financování bydlení, stavební spoření, slaví letos v České republice své 20. výročí. První spořitelnou u nás

byla AR stavební spořitelna, dnešní Raiffeisen stavební spořitelna. Stavební spoření si již od svého začátku velmi rychle získalo důvěru a popularitu veřejnosti. I v současné době má stavební spoření na poli financí silné postavení. A to i přes časté změny zákona o stavebním spoření, které je provázely v posledních letech, a diskuze kolem případných budoucích změn. Založené ho má téměř každý druhý Čech a patří mezi nejoblíbenější produkty.

„Za historii stavebního spoření u nás činí celkový objem poskytnutých úvěrů více než 620 miliard korun. Co se týká spoření, byl ke konci roku 2012 objem peněz v systému stavebního spoření celkem 435 miliard korun a průměrná cílová částka u nově uzavřených smluv o stavebním spoření fyzickými osobami v roce 2012 činila 366 100 korun,“ uvedl Jan Jeníček a dodal: „Naši klienti během dvaceti let čerpali v rámci úvěrů více než 85 miliard korun a za tu dobu naspořili celkem 230 miliard korun. V roce 2012 jsme jako jediná spořitelna u nás zaznamenali výrazný nárůst počtu nových smluv a úspěšní jsme byli také v úvěrech. Výsledky dokládají, že stavební spoření je v České republice vyhledávaným produktem.“

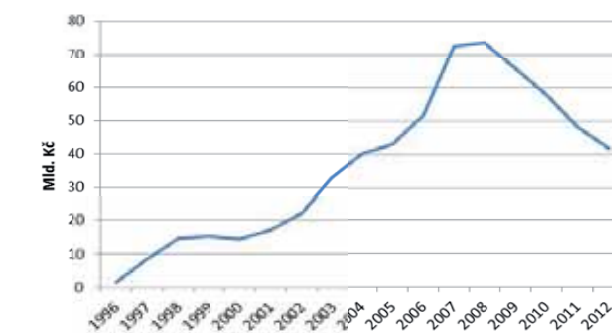
Stavební spořitelny jdou s dobou, rozšiřují své služby a po vzoru bank v posledních letech také modernizují komunikaci s klienty. Raiffeisen stavební spořitelna začala jako první stavební spořitelna poskytovat klientům on-line internetové bankovníctví, dále nabízí elektronické výpisy z účtů či on-line uzavírání smluv. Kromě stavebního spoření má v portfoliu i komplexní řešení potřeb klientů v otázkách zajištění rodiny, majetku či spokojeného stáří. Trendem poslední doby je také podpora ekologického bydlení – například v Raiffeisen stavební spořitelně slouží pro tyto účely speciální EKOprogram.

Objem naspořené částky v mld. Kč



Zdroj: Ministerstvo financí ČR
Pozn.: Jedná se vždy o stav k 31. 12. daného roku

Objem poskytnutých úvěrů v mld. Kč (bez překlopů do dalšího roku)



Zdroj: Asociace českých stavebních spořitelen
Pozn.: Úvěry ze stavebního spoření nebyly v prvních letech ještě poskytovány

(tz)

Hledám schopného vedoucího výroby

Zní to jako vtip? Znalí oboru strojírenská výroba, hutnictví, slévárenství a některých dalších to za vtip nepovažují, naopak se jim o naléhavé potřebě několikrát v noci zdá. Sny jsou to kruté, dramatické a bezvýhodné. Protože – schopný člověk do provozu, který se neztratí v tlačnici, umí německy, anglicky nebo jinak než česky, je dobrý technik, a ještě má vztah ke kovu, je na něj spolehnutí, je schopný organizátor, má přirozenou autoritu, umí si poradit za všech okolností...

Kde takové poklady hledat? Ptám se Dr. Olgy Kupec, majitelky společnosti Abydos s.r.o., nedávno zvolené Manažerky roku 2012:

Vy také sháníte pro svou firmu takovou nedostatkovou profesi? Myslíte to vážně, nebo si děláte jen průzkum trhu?

Myslím to smrtelně vážně. Na víc než 100 procent. Nehledám manažera, potřebuji technika. Šéfa do nepohody.

Myslíte, že kdo hledá, najde?

Asi to už tolik neplatí, ale jsem optimista. Nic jiného mi nezbyvá. Vedoucího výroby do provozu povrchové úpravy odlítků těžko potkám na poště nebo v čekárně u lékaře.

I když, kdo ví. Takoví se nejen v Čechách platí zlatem. V oboru se pohybuji přes 15 let, mám samozřejmě zmapováno, kde nejlépe hledat. Ale to ještě nic neznamená.

Kolik peněz byste takovému specialistovi nabídla?

To je nezodpověditelná otázka. Kdybych to zveřejnila, mohl by toho zájemce zneužít, pokud by to byla vysoká částka. Kdyby to byla suma nízká, asi by to případného adepta zase odradilo. Odborníky a loajální zaměstn

nance však dokáží dobře ohodnotit. Takových lidí si vážím. Jsme soukromá firma, nemusíme se držet žádných tabulek, ukazatelů, můžeme si dovolit ohodnotit výkon pracovníka podle jeho snažení, výsledků, máme prostě volné ruce. Takže příležitost u nás je, stačí ji rozumně využít. I když se chováme ekonomicky a nejsme marnotratníci, můžeme si dovolit odměnit tam, kde se to sluší a patří, kde to je oboustranně užitečné.

Dokterskou práci jste psala na téma strategické trendy ve slévárenství – bylo tam také něco o personalistice? Nebo prostě jen o tom, jak a kde sehnat kompetentní zaměstnance?

Vím, nač se mne ptáte. Trendy jsou skvělá věc, ale bez dobrých týmů a znalých lidí jsou k ničemu. Všechny firmy v tradičních „černých“ odvětvích dnes pocítují nedostatek kvalifikovaných odborníků, mnohé z nich si je nakonec a ze zoufalství začaly vychovávat samy. Je to sice náročné i drahé, ale je to dnes jediná cesta, která vás dovede k cíli. Když říkám drahé, mám na mysli, že to není levný způsob, ale zároveň vím, že se to nakonec vyplatí. Je to mysluplné. Abydos tak do jisté míry tedy po dobrých zkušenostech postupuje. Po vzoru Německa, k němuž mám velmi úzký profesní vztah, kořeny méj firmy jsou v této zemi, kde dobře funguje duální vzdělávání, jsme navázali spolupráci se Střední integrovanou školou v Chebu. Tamní učni strojírenských oborů chodí na praxi do Abydosu a praktické zkoušky dělají také u nás, nebo je u těch-

to zkoušek přítomen někdo z naší společnosti. Někteří vyučení mají možnost tady získat místo. V době, kdy je velká nezaměstnanost, však ne každý tuto příležitost využije. Dokonce ani nejde ke konkurenci, prostě nedělá nic a je doma. Ptám se občas sama sebe, jak tito lidé přemýšlejí o životě, o své budoucnosti. Jistoty si musí dnes každý vybudovat sám, a musí se snažit.



Zdánlivý nezájem – není to kus švejkovské povahy v každém Čechovi?

Zvláštní povahový rys možná, jistý druh nadhledu, který by třeba v Německu charakterizovali jako absolutní nezodpovědnost, možná to tak je a ono známé „však to nějak dopadne“ mne děsí.

Snad to není až tak černé...

Samozřejmě jsem si posteskla, zobecnění vypadá pesimističtěji než skutečnost. Ale zkušenosti mne k takovým závěrům vedou. Mrzí mne, že spouště lidem nedochází, že za svůj osud jsou zodpovědní jen a jen oni.



Dr. Olga Kupec

Vzala byste i zájemce bez kvalifikace?

Ano, určitě, můžeme je zaškolit a běžně to děláme. Nevím ale, zda by to fungovalo i v případě vedoucího výroby. I když výjimky potvrzují pravidla. Nemusí tudíž jít o kvalifikaci ve slévárství, ale vztah k technice být musí.

Odléváme totiž díly pro světové automobilky, jsme navázáni zejména na německý trh. Součástí naší firemní kultury je absolutní spolehlivost, přesnost, důslednost. Znalost oboru je na prvním místě.

Dočkáme se zase jednou toho, že kvalitní, vzdělaný řemeslník bude mít patřičnou celospolečenskou vážnost? Nemyslím fuškaře, kteří si nechají dobře zaplatit a pak zmizí jako pára nad hrcem a za svoji práci neručí, ale ty, kteří mají svou stavovskou čest.

To je otázka, která může mít řadu podotázek i mnoho odpovědí. O systému vzdělávání začínají základními školami a konče vysokými se toho namluvilo již hodně. Určitě souhlasím s tím, že by akademická sféra měla ještě více naslouchat praktickým potřebám firem. Tedy vychovávat mladé lidi tak, aby se mohli uplatnit v profesích, kde jsou nejvíce potřeba. Aby tím pádem ubylo nezaměstnaných. Stimulovat mládež k lásce k technice, na příkladech ukazovat, proč a jak je matematika a fyzika prospěšná, jaký vliv má chemie na to, jak bydlíme, co



jíme, kde nám a jak pomáhá, jak zajímavé úkoly lze pomocí těchto předmětů řešit.

Vraťte se k vedoucímu výrobě. Co všechno by měl umět a jaké budou jeho kompetence?

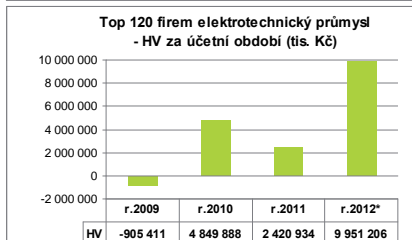
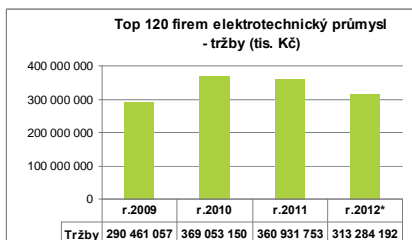
Kromě toho, že je to technicky zdatný člověk by to mělo být o přirozeném organizačním talentu nebo o tom, aby uměl motivovat lidi, aby je dokázal přesvědčit k tomu, co je potřeba. Aby jednal jménem společnosti a ostatním, svým podřízeným, dokázal vysvětlit, proč se nutně to či ono. Měl by být kovaný v němčině, ale to už jsem říkala... Důležitá je dnes učeně řečeno orientace na zákazníka, to je potřeba, aby chápal od prva počátku. Na druhé straně bude mít vedoucí výroby relativně velkou volnost v rozhodování, a také jediného nadřízeného, totiž mne. Nejsme nadnárodní kolos, velká korporace, nemáme mašinerii postupů, schémat a odsouhlasování.

Věci řešíme rychle a bez překážek. To je naše výhoda. Nepotrpíme si na nadbytečnou administrativu a lidem práci neztěžujeme.

Tipnu si – za 14 dní už bude takový profil u vás pracovat...

ptala se Eva Brixi
foto Tomáš Novák

Parádní zisky v elektrotechnickém průmyslu u nás



* údaje za cca dvě třetiny firem, u kterých jsou dostupná finanční data za rok 2012
Pozn.: údaje za Top 120 firem odvětví dle dosažených tržeb za rok 2011
Zdroj: Bisnode

rem elektrotechnického průmyslu v období 2009 až 2012. Jejich celkové tržby vzrostly z 290,5 miliard korun v roce 2009 na 363,9 miliard v roce 2011, tedy o více než 25 %. Téměř stejně stouply firmám provozní náklady (v uvedeném období o více než 22 %), díky čemuž hospodářský výsledek skupiny zaznamenal pozitivní vývoj ze ztráty v roce 2009 ve výši 0,9 mld. Kč na zisk cca 2,4 mld. Kč v roce 2011. Za rok 2012 zveřejnily (ke dni vydání studie) své účetní závěrky pouze dvě třetiny firem – z pohledu dosaženého zisku je však tento rok rekordní – zisk za uvedené firmy se blíží 10 miliardám korun. Počet ztrátových společností se výrazně snížil oproti krizovému roku 2009, kdy v rámci analyzované skupiny vykázalo 31 subjektů záporný hospodářský výsledek (v roce 2012 se prozatím jednalo pouze o 10 firem). Na rozdíl v hospodaření jednotlivých společností ukazuje právě sektorová analýza Elektrotechnický průmysl. „Dopady globální hospodářské krize byly pro elektrotechnický průmysl značné. Pokles poptávky na zahraničních trzích byl natolik markantní, že v roce 2009 tržby poklesly o téměř 15 %, přičemž v následujících letech nastalo mírné

Elektrotechnický průmysl patří k nejvýznamnějším odvětvím českého zpracovatelského průmyslu. Za rok 2012 firmy, které podnikají v tomto oboru, dosáhly rekordní ziskovosti. Skupině 120 hodnocených společností v letech 2009 až 2011 celkově vzrostly tržby o více než 25 % na 394 miliard korun a hospodářský výsledek se ze ztráty v roce 2009 dostal v roce 2011 do zisku ve výši 2,4 miliardy korun. Počet ztrátových firem v posledních čtyřech letech klesá. Informace vyplývají ze sektorové analýzy Elektrotechnický průmysl, kterou zveřejnila poradenská společnost Bisnode.

Společnost Bisnode hodnotila vzorek 120 firem elektrotechnického průmyslu v období 2009 až 2012. Jejich celkové tržby vzrostly z 290,5 miliard korun v roce 2009 na 363,9 miliard v roce 2011, tedy o více než 25 %. Téměř stejně stouply firmám provozní náklady (v uvedeném období o více než 22 %), díky čemuž hospodářský výsledek skupiny zaznamenal pozitivní vývoj ze ztráty v roce 2009 ve výši 0,9 mld. Kč na zisk cca 2,4 mld. Kč v roce 2011. Za rok 2012 zveřejnily (ke dni vydání studie) své účetní závěrky pouze dvě třetiny firem – z pohledu dosaženého zisku je však tento rok rekordní – zisk za uvedené firmy se blíží 10 miliardám korun. Počet ztrátových společností se výrazně snížil oproti krizovému roku 2009, kdy v rámci analyzované skupiny vykázalo 31 subjektů záporný hospodářský výsledek (v roce 2012 se prozatím jednalo pouze o 10 firem). Na rozdíl v hospodaření jednotlivých společností ukazuje právě sektorová analýza Elektrotechnický průmysl. „Dopady globální hospodářské krize byly pro elektrotechnický průmysl značné. Pokles poptávky na zahraničních trzích byl natolik markantní, že v roce 2009 tržby poklesly o téměř 15 %, přičemž v následujících letech nastalo mírné

oživení s nejsilnějším růstem v roce 2012. S ohledem na současně mírné ožívání ekonomiky s pozitivním výhledem do budoucna lze očekávat, že růst bude v tomto sektoru nadále pokračovat,“ komentoval výsledky studie analytik Bisnode Michal Říčař.

V odvětví jsou patrné zásadní rozdíly ve vývoji segmentu výroby počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení (NACE 26) a oblasti výroby elektrických zařízení (NACE 27). Zatímco v rámci výroby počítačů ceny průmyslových výrobců klesají, tak v případě výroby elektrických zařízení naopak rostou.

Přestože v roce 2011 tvořily tržby NACE 26 (dle údajů Českého statistického úřadu) 54,1% podíl na celkových tržbách elektrotechnického odvětví, tak jejich podíl na účetní přidané hodnotě sektoru dosáhl pouze 16,6 %. „Rozdílná skladba tržeb a účetní přidané hodnoty vyplývá především z odlišného charakteru produkce a technicko-technologické náročnosti výroby, kde v rámci NACE 26 působí řada montážních a kompletačních společností, jejichž přidaná hodnota je na nižší úrovni,“ uvedl Michal Říčař.

Odlišné se rovněž vyvíjí situace po odeznění ekonomické krize. Zatímco v segmentu výroby elektrických zařízení v letech 2010 až 2012 došlo k růstu produkce, v případě výroby počítačů po zvýšení v roce 2010 následoval pokles. „Na odvětví aktuálně nepříznivě působí celosvětový pokles prodeje PC nebo situace v oblasti výroby fotovoltaických panelů, jež v minulosti těžila ze státní podpory obnovitelných zdrojů energie,“ dodal Michal Říčař.

Společnosti z Top 120 s nejvyšším výsledkem hospodaření za účetní období 2012 (zahrnutý pouze společnosti, jež ke dni vydání studie zveřejnily účetní závěrku za rok 2012)

	Hospodářský výsledek za účetní období [tis. Kč]	Tržby za prodej vlastních výrobků, služeb a zboží [tis. Kč]	Meziroční rozdíl vývoje tržeb 2012/2011
Siemens, s.r.o.	1 355 955	27 248 308	5,75%
ABB s.r.o.	1 185 882	12 152 958	12,51%
BRUSH SEM s.r.o.	907 167	4 004 603	38,19%
FOXCONN CZ s.r.o.	625 118	103 196 777	6,90%
SKODA ELECTRIC a.s.	606 995	3 361 047*	11,77%

*Výkony
Pozn.: údaje za Top 120 firem odvětví dle dosažených tržeb za rok 2011
Zdroj: Bisnode

(tz)

Sedět znamená uvědomit si, co děláme

Sezení je pro nás tak samozřejmé jako spánek nebo dýchání. Doba si žádá, abychom na židlích prožívali stále víc času. Vsedě jíme, pracujeme, trávíme čas s obchodními partnery, s přáteli v kavárně, houpeme na klíně děti. Zkrátka sezení pro nás znamená téměř třetinu všech aktivit. Můžeme být však chytrou horáky a na sedavý způsob života vyzrát tak, aby nám přinášel prospěch nebo aby nám alespoň nečinil z každého pohybu peklo na zemi? Za odpověďmi jsem se vypravila do Léčebných Lázní Bohdaneč, a to za zkušeným fyzioterapeutem. Jeho jméno ani rady se nezapomínají, slovo má Attila Bogdány, DiS., muž, který obsluhuje zajímavý rehabilitační stroj – Redcord:

Jak máme sedět na kancelářské židli?

Pro správný sed v kanceláři je hlavní vhodné nastavení výšky židle a stolu. Nohy by měly volně spadat a lehce se zapírat o chodidla. Kyčle, kolena, hlezna by měla být uvolněná, aby nedocházelo ke zbytečnému napínání a zkracování svalů a šlach. Chodidla i kolena by měla zaujímat rozestup na šíři boků. Člověk by měl sedět vědomě, dynamicky. Ani sezení není pasivní činnost. A pokud to jen trochu jde, měl by se v průběhu sedavého zaměstnání alespoň občas protáhnout, změnit polohu, projít se. Zkrátka sedět zdravě znamená také sezení nějakým způsobem vyvážit.

Často své držení těla v kanceláři nekontrolujeme. Které chyby při sedavé práci děláme nejčastěji?

Velice často lidé chybují v tom, že si monitor počítače nenastaví tak, aby jej měli přímo naproti sobě, před očima. Musí pak všelijak rotovat, hlavu sklánět nebo naopak zaklánět. Samozřejmě je důležité optimálně umístit klávesnici i myš. Dalšími neduhy, které se v průběhu sedavé práce objevují, jsou kulatá záda, přetížení trapézových svalů, nadměrné prohnutí v bederní oblasti, blokáce kloubů, ztuhlost šíjových svalů a zkrácení svalů prsních. V některých případech to může zajít až tak daleko, že si lidé nesprávným držetím těla při sedavé práci přivodí vyřeznutí ploténky, křeče či zablokování páteře.

Mnozí z nás vyměnili stolní počítač za notebook. To znamená, že se z něj stal náš terénní společník. Je s námi v restauracích, na zahradě, v posteli... Doprovází nás téměř všude. Lze při práci s notebookem sedět tak, abychom si záda neničili?

Většinou si lidé notebook pokládají na nohy. Potom se snaží s notebookem sít v nepřírodných polohách. Pokud takto pracují dlouhodobě, mohou si sami uškodit. I při práci na notebooku bychom měli tedy preferovat stabilní, vhodně umístěný podklad. A najít si příjemnou polohu, která by odpovídala tomu, co jsem zmínil v první odpovědi.

Dýchat potřebujeme a budeme, ať už chceme, nebo ne. Proto bychom neměli zapomínat na to, že by pro nás mělo být příjemné ve všech ohledech.

S čím tedy může záhadný stroj jménem Redcord, který v lázních obsluhujete, manažerům a lidem, kteří za klávesnicí tráví osm hodin denně, a nejspíš za ní budou operovat ještě dalších dvacet i třicet let, být užitečný?

Redcord je zařízení ideální pro všechny, kteří si potřebují dlouhodobé sezení vykompenzovat pohybovou aktivitou. Vždy se začíná se vstupním vyšetřením. Aby člověk správně cvičil, potřebuje vědět jak – je jedno, zda se jedná o cvičení ve fitness centru, nebo

o používání Redcordu. S jeho pomocí lze aktivovat svaly, které lidé málo využívají, lze systematicky protahovat svaly, které se zkracují. Zájemci se s jeho pomocí opět naučí používat hluboko uložené svaly, jež zodpovídají za stabilizaci těla. Na Redcodu vždy začínáme se základy. Jak vykonávat ten který pohyb. A posléze se učíme pomocí nejrůznějších cviků, jak tělo správně držet v konkrétní poloze – tedy i v sedu.

Před pár lety proběhl boom nejrůznějších ortopedických podložek pod záda, balančních podložek a podobných pomůcek. Mohou ale skutečně člověka donutit, aby si své sezení hlídal, nebo je dokonce zdokonaloval?

Mluvil jsem o dynamickém sedu. A právě k jeho dosažení mohou tyto nejrůznější pomůcky, jako jsou například gymnastické míče a balanční plošinky, pomoci. Každý, kdo je využívá, si zcela jistě všimne, že sedět na nich je mnohem náročnější. Tělo si neustále snaží najít optimální polohu, a člověk je tak nucen neustále hledat rovnováhu.

Všichni víme, že kancelářská práce a sedavý způsob života svádí k povrchovému slabému dýchání. Dokáže Redcord klienta naučit i správně dýchat?

Nejen kancelářská činnost. Lidé prostě nevědí, jak správně dýchat. Mnozí si myslí, že by měli mít zatažené břicho. Nicméně tím si v dýchání spíše uškodí. Mají stažené svaly, a omezí tak svou možnost se pořádně nadechnout. Dýchat potřebujeme a budeme, ať už chceme, nebo ne. Proto bychom neměli zapomínat na to, že by pro nás mělo být příjemné ve všech ohledech. Cvičení samozřejmě může člověku pomoci, aby si uvědomil, jak má správně dýchat a jak komfortní pocit mu to může přinášet, i když se to zpočátku může zdát divné a nepřírozené. Ale i způsob dýchání je jen naučený a zažitý stereotyp. A ten lze správným přístupem a prací změnit.



Attila Bogdány, DiS., při instruktáži...

Kolik času klient potřebuje, aby se jeho držení těla zlepšilo a tato změna byla trvalá? Jak často by měl poté na cvičení s Redcordem docházet?

Zlepšení je zcela individuální záležitostí. Souvisí s konkrétním stavem pacienta, jeho motivací, pravidelností cvičení. Velice často jde o to, jak ke cvičení a rehabilitaci klient přistupuje. Mysl je polovinou úspěchu. Někdo na sobě pozoruje zlepšení už po první půlhodině cvičení. Někdo získá návod, jak se svým tělem zacházet už do dvou až tří dnů. A drží se ho. Jedná se zpravidla o lidi, kteří už s nějakým druhem rehabilitace mají zkušenost, pravidelně sportují, vědí, jak mají zapojovat ty které svaly. Zkrátka se setkávají s nároky na vědomé ovládání těla. Jiní pacienti potřebují dva týdny i více. Aby mělo cvičení na člověka skutečně dlouhodobý vliv, měl by na Redcordu cvičit pravidelně alespoň půl roku. Lze si pořídit i jeho verzi na doma, na které se však dají provádět jen základní cviky. Každý si musí uvědomit, že časem by se měla upravit sestava cviků i jejich náročnost. Proto je v tomto procesu důležitá role fyzioterapeuta, který dá pacientovi rovněž zpětnou vazbu a bude mu při cvičení dobrým rádcem a průvodcem. Upozorní ho na to, kde chybí a bude mu

Člověk by měl sedět vědomě, dynamicky. Ani sezení není pasivní činnost.

dávat takové pokyny, které ho dovedou k uvědomělému zapojování různých svalových skupin. Vůbec nejlepší by však bylo, kdyby se v naší republice dbalo daleko více na prevenci nejrůznějších patologických změn pohybového aparátu, a to už od dětství, kdy se všechny tyto změny dají nejsná-



ze korigovat. V dospělém věku pracujeme spíše na tom, aby se hlavně nezhorsily.

Jsou to spíše ženy, nebo muži, kteří Record využívají a vkládají do něj svou důvěru? Kdo v systematickém cvičení a rehabilitaci vytrvá?

Je to zhruba půl na půl. Ženy však již od počátku přichází s větší důvěrou. Věř, že jim Redcord a rehabilitační cvičení mohou pomoci. Mají větší důvěru, více naslouchají našim radám a pokynům. Jsou celkově otevřenější. Začínají se silnější počáteční motivací. Muži se o vlivu cvičení na Redcordu chtějí sami přesvědčit. Obě pohlaví chtějí vidět výsledky, avšak muži potřebují spatřit jasné důkazy.

za rozhovor poděkovala Kateřina Šimková

Zaměstnavatelé si pletou sociální sítě s inzertní vývěskou



Firmy si často stěžují, že nemohou najít správné uchazeče pomocí běžných metod. Okolnosti je nutí, aby do svých náborových aktivit zahrnovaly stále častěji i sociální sítě, které mají potenciál snížit náklady na nábor zaměstnanců až o statisíce korun. Problémem však je, že firmy nevědí, jakým způsobem v tomto prostředí komunikovat a dělají řadu chyb. Upozorňuje na to Lubomír Husar z pracovního portálu Cijob.com, který se sociálními sítěmi aktivně pracuje.

Na Facebooku je v České republice 3,9 milionů uživatelů, což je 10krát víc než na LinkedIn. Jeho potenciál je tedy ohromný. „Ze zkušeností však víme, že zaměstnavatelé nezdírká přemýšlejí o sociálních sítích jako o dalším pracovním portálu nebo si je pletou s inzertní vývěskou.“

Príspevky firem jsou sáhodlouhé. Lidé je nechtějí sdílet, protože postům chybí šmrnc, nápaditost, a především poutavé vizuální zpracování. Rozhodli jsme se proto firmám s komunikací na Facebooku, Twitteru nebo Google+ trochu pomoci. Vedle odborného poradenství jsme pro ně připravili speciální modely pro zadávání pracovních nabídek, které odpovídají současným trendům na sociálních sítích,“ přiblížil Lubomír Husar z pracovního portálu Cijob.com. Sociální sítě mají jedno zásadní specifické. Pokud zde firmy chtějí při náboru uspět, nesmějí opomíjet vizuální a zábavnou stránku pracovní nabídky. V praxi je tomu bohužel často naopak. „Trendem totiž je, že uživatelé sdílejí atraktivní obrazový materiál mnohem raději a častěji než suchý a frážovitý výčet pracovních požadavků typu samostatnost, spolehlivost, komunikační schopnosti, proaktivní přístup. Lidský mozek navíc zpracovává vizuální informaci 60tisíckrát rychleji než psaný text. Pokud tedy uživatel najde na internetu něco zajímavého, mnohem snadněji si později vybaví obrázek manažera ilustrující danou pozici, než její sáhodlouhý popis,“ sdělil Lubomír Husar.

Zaměstnavatelé zároveň musí počítat s tím, že průměrná životnost příspěvku na facebookové zdi je 3 hodiny, což je 7krát méně než v roce 2011. Tomuto stavu musí odpovídat i sdělení firem, které musí být osobní, adresné, stručné a co nejzajímavější. Jinak nebudou uživatelé příspěvek mezi sebou sdílet a zapadne o to rychleji. Průměrný dosah příspěvku je totiž jen 16 % fanoušků firemní stránky, tak proč by to nemohlo být více? Komunikaci je vhodné sestavit z 80 % ze zajímavých novinek z oboru, článků, citátů nebo zábavných videí. Zbytek mohou firmy využít ke své propagaci nebo nabízení pracovních míst, které musí svoji formou i obsahem odpovídat zvyklostem a potřebám uživatelů sociálních sítí.

(tz)



Češi používají kreditní karty na zahraničních dovolených stále častěji

V období letních prázdnin se výrazně zvyšuje frekvence, s jakou Češi na svých zahraničních cestách využívají kreditní karty pro platby u obchodníků a výběry hotovosti z bankomatů. To potvrzují i aktuální data Citibank Europe plc, podle kterých se počet zahraničních transakcí se Citi kreditními kartami v červenci 2013 téměř zdvojnásobil (nárůst o 90 %) ve srovnání s průměrným počtem transakcí provedených kreditními kartami za jeden měsíc v první polovině letošního roku. O více než polovinu narostl i celkový objem těchto transakcí (nárůst o 55 %). Podobný trend byl patrný i v srpnu letošního roku. Podíl Citibank na zahraničních transakcích realizovaných českými držiteli kreditních karet představuje zhruba pětinu českého trhu.

Za oblibou využívání kreditních karet v zahraničí stojí především komfort při placení kreditní kartou nebo bezkontaktní platební nálepkou a zároveň vyšší bezpečnost, protože na rozdíl od hotovosti klienti při ztrátě kreditní karty o své peníze nepřijdou. „Ve srovnání s minulými roky je přes letní měsíce patrný především značný nárůst počtu transakcí uskutečněných kreditními kartami v zahraničí. Jejich objem už roste pozvolněji. Češi neváhají kreditní kartu využít i pro úhradu menších částek, včetně plateb v supermarketech, restauracích nebo při vstupu na prohlídku památek,“ řekl Milan Řežniček, manažer kreditních karet Citibank. Průměrná výše transakce na kreditní kartě Citibank v zahraničí dosahuje 2136 Kč.



Klienti při využívání kreditních karet profitují z dlouhého bezúročného období, které je u Citi kreditních karet až 55 dní. To jim umožňuje čerpat od banky peníze v rámci jim stanoveném kreditním limitu a při včasné splacení celé dlužné částky během bezúročného období i zcela bez úroků. Citi kreditní karty navíc umožňují využívat atraktivní až 25% slevy poskytovány partnery v rámci programu Citi Club z oblastí gastronomie, nakupování, sportu, cestování, zdraví a péče o tělo. Exkluzivní výhody v řadě hotelů po celém světě pro klienty Citibank přináší program výhod Hotel Privileges.

„V zahraničí je zcela běžné platit kreditní kartou. Jsou chvíle, kdy se bez ní turisté neobejdou. Například na mnoha místech při pronájmu automobilu. Kreditní karta vzbuzuje důvěru, protože znamená, že její držitel je bonitní, bankou prověřený klient,“ dodal Milan Řežniček.

Platit kreditní kartou v zahraničí je vzhledem k lepšímu směnnému kurzu obecně výhodnější, než si měnit peníze na dovolenou ve směnnárně. Zároveň se významně snižuje riziko, že držitel kreditní karty přijde o své peníze následkem její ztráty nebo odcizení. Kreditní karta je i ze zahraničí možné okamžitě zablokovat, a zabránit tak jakémukoli případnému zneužití. V rámci kreditní karty může být sjednáno také např. volitelné cestovní pojištění. Není tedy nutné se zabývat sjednáváním jednorázového pojištění před cestou do zahraničí, cestovní pojištění ke kartě lze sjednat již v rámci žádosti o kreditní kartu.

(tz)

Peugeot se úspěchem v ČR netají

Značka Peugeot je s 10 000 prodejními místy zastoupená ve 160 zemích. Její produkty nabízí kvalitní koncesionářská síť v čele s výraznými jmény businessu v příslušných regionech. V roce 2012 Peugeot prodal po celém světě 1 700 000 vozů, urychlil budování svého zastoupení na velkých rostoucích světových trzích a pokračoval v posunu směrem k luxusnějším kategoriím výrobků. Značka je také velice aktivní v oblasti ekologie, uvedla jako první na světě diesellový hybridní pohon (ten mimochodem zakoupilo už skoro 30 000 zákazníků), prodává elektromobily, zdokonaluje své spalovací motory... To ji pravidelně umísťuje do čela pořadí automobilek s nejnižší produkcí emisí CO₂. Investuje také do zcela nových pohonů, jako např. kombinace spalovacího motoru a stlačeného vzduchu, což představila pod názvem HYbrid Air letos v Ženevě. Inovovat a investovat se zkrátka musí, a to i ve zlých časech.

Krise však dolehla na automobilový průmysl mimořádně těžce. A francouzská automobilka Peugeot, která se tradičně zaměřovala hlavně na západoevropský trh, to samozřejmě obzvláště pocítila. Hovoří se o propadu prodeje značky, který se projevil i u nás, a dokonce pesimistické zprávy o podlomené stabilitě celé společnosti. Šuška obvykle zkruskuje podstatu, a tak dostaly slovo nejen číselné hodnoty, ale i jejich stručný komentář Joëla Gorina, generálního ředitele českého zastoupení značky – společnosti PEUGEOT ČESKÁ REPUBLIKA. Ta působí v ČR od prosince roku 1996 a mezi jejími koncesionáři jsou osobnosti, o nichž jste již na našich stránkách četli. Podávají skvělé výkony.

Škarohlídi se najdou vždy a všude. Nesesypalo se na vás na jednu až příliš negativ? Jak to tedy vlastně je?

Každá firma prochází čas od času obdobím, kdy se jí daří lépe a kdy hůře. Peugeot už několik krizí v historii zažil, všechny přežil a vždy z nich vyšel posílený.

I teď mohu potvrdit, že naše automobilka, i přes pokles celkových prodejů způsobený zejména situací na západoevropských trzích, prosperuje a má odvalu v této době hojně investovat.

V České republice se značka Peugeot letos daří velice dobře. Od začátku roku do konce srpna jsme prodali 5920 vozů, což představuje 5,19% podíl na trhu a 5. místo v pořadí značek, přičemž loňský rok jsme zakončovali na 7. příčce.

Navzdory současnému českému trhu, který letos poklesl o 9 %, naše prodeje ve srovnání s loňskem o 9 % narostly. Za uplynulých osm měsíců jsme šestkrát překročili výsledek příslušného měsíce loňského roku a stále se snažíme udržovat příznivý trend i v následujících obdobích. V současné době máme o 20 % klientských objednávek více než loni.

A pozitivní zprávy přicházejí i z našeho klíčového trhu – z Francie, který oslabení chuti nakupovat auta evropskými zákazníky silně zasáhlo. Dnes je pokles prodeje značky Peugeot nižší než pokles automobilového trhu a tržní podíl značky mírně roste. Počet objednávek se oproti loňskému roku zvýšil a perspektivy jsou

příznivé, zejména díky modelu Peugeot 2008, u něhož počet objednávek v Evropě překročil už 45 000 kusů.



Joël Gorin

Co stojí za úspěchem Peugeotu v ČR?

Dynamika sítě, marketingové aktivity, a zejména nové produkty. Letos na jaře jsme uvedli nový sportovní model Peugeot 208 GTI a malý městský crossover Peugeot 2008. Tento moderní a originální vůz je soudě dle jeho úspěchu u zákazníků skutečnou trefou do černého. Aby továrna v Mulhouse, kde se Peugeot 2008 vyrábí, zvládla nápor objednávek, bylo třeba zvýšit denní produkci ze současných 310 vozů postupně na 615 vozů od října.

Jsou to osobní auta, která dělají radost zákazníkům, nebo se daří i v užitkových?

Obě kategorie si vedou dobře. U osobních vozů jsme letos prodali o 332 vozů více než loni, což představuje zlepšení o 7 %. Díky výhodné akční ceně se jednoznačně nejprodávanějším modelem letošního roku stal Peugeot 308 s 1577 vozy, což představuje 60% nárůst oproti roku 2012. Následuje Peugeot 208 s 710 vozy a Peugeot 301 s 620 vozy. Raketový vzestup zažívá také modernizované sportovní kupé Peugeot RCZ s 27 registrovanými vozy ve srovnání s 12 vozy prodanými za stejné období.



Horká novinka: model Peugeot 308, do kterého vkládá značka velké naděje, se v ČR bude prodávat od druhé poloviny října

bí loňského roku. Užité vozy zaznamenaly ještě výraznější nárůst. Oproti loňsku o skoro 23 %. Náš podíl na trhu LCV je 12,3 % a v pořadí značek jsme na čtvrtém místě.

Navíc naše výsledky v následujících měsících ještě vylepší realizace významné zakázky týkající se modelu Boxer. Můžeme být tedy více než spokojeni.

Naznačíte, na jaké novinky se v závěru roku můžeme těšit?

V říjnu uvedeme nový model 308, pro Peugeot klíčový. Půjde o skutečný důkaz posunu značky k luxusnějším kategoriím výrobků. Ještě letos na podzim představíme také facelifty populárních vozů Peugeot 5008 a 3008.

připravila Eva Brixí



Oblíbenec: Peugeot 2008, uvedený na český trh letos na jaře, je tak žádaný, že francouzská továrna nestačí vyrábět

Získala akreditaci k poskytování certifikace prodejců penzijních produktů

ČNB, orgán dohledu nad finančním trhem, udělila Vysoké škole manažerské informatiky, ekonomiky a práva akreditaci opravňující pořádat zkoušky zaměřené na prokázání odborné způsobilosti prodejců produktů penzijního spoření. Podle zákona 427/2011 Sb., o doplňkovém penzijním spoření, bude tato certifikace odborných znalostí od 1. ledna 2014 povinná pro všechny prodejce penzijního spoření.

Zájemci o certifikaci si mohou vybrat z několika termínů zkoušek na webu www.vsmiep.cz/seminare-kurzy-a-skoleni/duchodova-reforma, anonymní zkouška probíhá písemně a obsahuje dvě části – teoretickou a případové studie. Odbornou komisí, která práce kontroluje, tvoří kapacita v oblasti ekonomie z VŠMIEP. Certifikace odborné způsobilosti je platná pět let. „Reforma důchodového systému s sebou přinesla řadu změn, a je tedy přirozené, že je třeba zaměstnance bank a pojišťoven, které služby penzijního spoření prodávají, proškolení,“ vysvětlil doc. Ing. Jiří Beck, CSc., prorektor pro pedagogickou činnost z Vysoké školy manažerské informatiky, ekonomiky a práva a dodal: „Máme na škole řadu odborníků v oblasti ekonomie, kromě samotných zkoušek a udělování certifikací můžeme zájemcům nabídnout také školení v dané oblasti.“

Termíny zkoušek nutných k udělení certifikace budou pravidelně vyvěšeny na webových stránkách VŠMIEP na – webu www.vsmiep.cz/seminare-kurzy-a-skoleni/duchodova-reforma. Zkouška je anonymní a stojí 1500 Kč.

Od začátku roku 2013 prošel důchodový systém v ČR významnými změnami a rozdělil se na tři pilíře penzijního spoření – povinné, prů-

běžné, dobrovolné kapitálové a stávající v režimu dobrovolného připojištění.

- **I. pilíř** je průběžný pilíř, do kterého se příspěvky odvádějí povinně, a týká se všech.
- **II. pilíř** je kapitálový pilíř, každý do něj vstoupí dobrovolně, rozhodnutí je ale nezvratné, z druhého pilíře již nelze vystoupit a vrátit prostředky do prvního. Je možné změnit penzijní fond. Pro vstup do II. pilíře je nutné se rozhodnout do 35 let věku. V tomto pilíři si každý sám určí, jakou investiční strategii zvolí.
- **III. pilíř** je dobrovolné penzijní připojištění se státním příspěvkem a daňovým zvýhodněním tak, jak tomu bylo doposud. Reforma se nijak nedotkne ani stávajících smluv.

Pro uzavírání smluv II. a III. pilíře bude od ledna 2014 potřeba splnění zkoušky a certifikace – prokázání odborné způsobilosti. Tato povinnost se týká všech prodejců penzijních produktů.

Vysoká škola manažerské informatiky, ekonomiky a práva (VŠMIEP) je soukromou vysokou školou neuniverzitního typu. VŠMIEP má akreditovaný bakalářský studijní program Ekonomika a management s prezenční i kombinovanou formou studia v oborech Aplikovaná informatika a Manažerská ekonomika a akreditovaný bakalářský studijní program Právní specializace s prezenční formou studia v oborech Právo v podnikání a Právo ve veřejné správě. Od akademického roku 2009/2010 otevřela VŠMIEP také kombinovanou formu studijního programu Právní specializace. VŠMIEP má tři pobočky – v Praze, Kladně a Sokolově. (tz)

Žhavá novinka od Logitech je klávesnice s vestavěným touchpadem

Minulý měsíc byla v České republice poprvé představena klávesnice Logitech® Wireless All-in-One Keyboard TK820 umožňující pohodlně psát a současně navigovat pomocí prstů. Díky ultra štíhlému designu, který šetří místo, je klávesnice Logitech Wireless All-in-One Keyboard TK820 předurčena k tomu, aby na pracovním stole vypadala skvěle a snížila nepořádek, který způsobují kabely a další zařízení.

Klávesnice s vestavěným touchpadem hladce propojuje psaní a ovládání dotykem a gesty, takže je k dispozici vše, co potřebujeme, máme-li mít pod kontrolou psaní i ovládání počítače v rámci jediného zařízení. Jedná se o nový způsob ovládání počítače, zvláště při používání operačního systému Windows® 8.

Pokud se týká předností vestavěného touchpadu, je to zejména velká dotyková plocha poskytující spoustu prostoru, aby ovládání pomocí prstů bylo uvolněné a pohodlné. Dotyková plocha je výrazně větší než u touchpadů vestavěných v notebookech, takže prsty zde mají více místa pro ukazování, zoomování a ovládání švihem – a dokonce lze vy-



užívat 13dotykových gest ve Windows® 8. Bezdrátová ultra štíhlá konstrukce s integrovaným touchpadem šetří místo na pracovním stole, systém konstrukce kláves Logitech PerfectStroke™ s provedením Incurve™ umožňuje pohodlné a tiché psaní, především prostřednictvím prohloubeného povrchu kláves respektující přirozený tvar konečků prstů. Nová klávesnice díky integrovanému touchpadu usnadňuje ovládání počítače účelně pohromadě v jediném zařízení. Miniaturní přijímač Logitech slouží pro bezdrátové připojení klávesnice k počítači – stačí jej zasunout a začít psát.

Novou klávesnici je možné použít u počítače s volným USB portem, s připojením k internetu pro stažení softwaru a v prostředí Windows® 8 nebo Windows® 7. Nová klávesnice má rozměry (D x Š x V) 409,5 mm x 145,3 mm x 21,7 mm, rozměry touchpadu (D x V) jsou 106 x 106 mm, hmotnost: 783 g, doporučená cena je 2599 Kč a v prodeji by měla být od letošního září.



(is)



Trochu jinak....

Editorialů jsou plné časopisy. Nevím, zda jsou čtené, tedy ty editoria, nebo zda je to útvar absolutně opomíjený. Rozhodli jsme se jít trochu jinou cestou. Nabídneme vám raději pěkné fotky z dílny našeho redakčního týmu.

A tak – jsme národ houbařů. Cítíte vůni lesa? Ten adrenalin, když spatříte to, po čem vaše srdce prahne?

Eva Brixi

foto **Kateřina Šimková**



Čtete s námi

Mzdy v autoprůmyslu vzrostly...

Průměrná mzda dosažená ve firmách AutoSAP za 1. pololetí 2013 u téměř 109 000 zaměstnanců se v porovnání se stejným obdobím roku 2012 zvýšila o více než 2,5 %.

Průměrná mzda ve firmách AutoSAP za 1. pololetí roku 2013 dosáhla hodnoty 31 778 Kč, což je o 2,62 % (o 810 Kč) více než průměrná mzda vykázaná za 1. pololetí roku 2012. V kategorii „dělnických profesí“ (celkem 79 724 pracovníků) činila průměrná mzda 25 677 Kč.

Průměrná mzda ve firmách AutoSAP je tak bezmála o 30 % vyšší, než je průměrná mzda za 1. pololetí 2013 v celé České republice (24 503 Kč). I v dělnických profesích je průměrná mzda nad úrovní celostátního průměru téměř o 5 %. Rovněž tak ve většině krajů přesahují mzdy ve firmách autoprůmyslu krajský průměr. Výjimkou je pouze Praha a Jihomoravský kraj.

Počet pracovníků ve firmách automobilového průmyslu (kmenových zaměstnanců) na konci 1. pololetí 2013 činil 108 631 osob, což je při přepočtu na současnou členskou základnu o 1,67 % méně než ke konci pololetí roku 2012.

(tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, září 2013

Vydává RIX, s.r.o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

šéfredaktorka: Eva Brixi

e-mail: brixie@prosperrita.cz, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel: Martin Šimek

e-mail: martin@prosperrita.cz, mobil: 606 615 609

redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

zlom: Karel Švihel

korektury: Mgr. Pavla Rožničková

tisk: H.R.G. spol. s r.o., distribuce: SP Agency

www.freshtime.cz

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

Sebevrazi a životní pojištění

Pojištění pro případ smrti – to je základní riziko, na které se vztahuje životní pojištění. Teprve k němu si klienti „přibalují“ ta další, například úraz, invaliditu, závažná onemocnění, hospitalizaci, denní dávky při pracovní neschopnosti a jiná. Málokdo většinou pomýšlí hned na nejhorší. A faktem také je, že pětikrát až sedmkrát častěji se klienti Allianz konce své životní pojistky ve zdraví dožijí. Pokud však už k tragické události dojde, nejčastější příčinou smrti, a tedy i plnění z životních pojištění, jsou u klientů Allianz zhoubné novotvary, onemocnění srdce a cév, úrazy a násilné smrti. A také sebevraždy.

„Každoročně likvidujeme zhruba 300 událostí, které skončily úmrtím našeho pojištěného a kdy peníze vyplácíme tzv. obmyšleným osobám, tedy nejčastěji nejbližším příbuzným. Pokud se zpětně podíváme na posledních sedm let, tak nejméně – 290 případů úmrtí bylo v roce 2009, naopak nejvíce v loňském roce – 336. V životním pojištění tak Allianz ročně vyplatí stovky milionů korun,“ rekapituloval Karel Pillař, vedoucí oddělení produktového controllingu Allianz.

Kromě nejčastějších příčin úmrtí klientů, ke kterým patří nádory, infarkt, cévní mozková příhoda či jiná selhání organismu a sepse, se likvidátoři setkávají i se sebevraždami. „Ročně jich v našich spisech končí až dvacet. Ne všechny částky však mohou být vyplaceny. Právě jako obrana před účelovým sjednáním životní pojistky je v případě sebevraždy uplatněna dvouletá čekací lhůta,“ vysvětlila vedoucí úseku likvidace životního pojištění Allianz Hana Páleníková. Za posledních sedm let se to stalo ve 12 případech, kdy pojištěný spáchal sebevraždu těsně, nebo jen pár měsíců, po uzavření životního pojištění.

„Vzpomínám si na případ, kdy přišel klient s požadavkem na životní pojištění a první jeho dotaz zněl, po jaké době od uzavření pojistovna vyplatí sjednanou částku. Když se dozvěděl, že po dvou letech, nenechal si už dál nic vysvětlit a odešel. Zřejmě mu to připadalo dlouho,“ vzpomněla na zážitek z přepážky Irena Máchalová z klientského centra Allianz v Praze. Bohužel někteří lidé se tímto zoufalým činem snaží řešit finanční dluhy své rodiny. A pokud už se někteří, podle zjištění likvidátorů životního pojištění jde nejčastěji o muže, rozhodnou sáhnout si na život, volí dle spisů Allianz několik variant – střelnou zbraň, otravu léky, oběšení, ale i skoky z okna, mostu nebo pod vlak. V poslední době se opakuje také náraz autem v plné rychlosti do zdi nebo jiné pevné překážky.

Čekací lhůta u životních pojištění je obranou proti předem naplánovanému a účelovému jednání. Mnohem častěji, než u rizika smrti, se s podvodným jednáním likvidátoři setkávají u úrazového pojištění, například při výplatě denního odškodnění. „Často si klienti sjednávají vysoké, třeba tisícikorunové částky na denní odškodné a pak si sami způsobí úraz, nejčastěji jsou to popáleniny. Důkladným šetřením však dokážeme zjistit, že popis úrazu neodpovídal rozsahu poškození,“ uvedla likvidátorka událostí z životního pojištění Allianz pojistovny Eva Pištková. Právě jejíma rukama procházejí tyto podezřelé případy, kterých je i dvacet do týdne.

Pojištění na smrt však v mnoha případech „neumírá“ se svým majitelem, ale kvůli stornu. Klienti se buď pod tíhou finanční tísně nebo argumentů jiného pojistovacího poradce rozhodnou smlouvu zrušit úplně nebo ji převést k jinému pojistiteli. Ve všech případech by si tento krok měli důkladně rozmyslet, protože přicházejí o nemalé peníze. Mnozí vůbec netuší, jaké důsledky pro ně má předčasné zrušení. Klient má totiž nárok pouze na odbytné a tato částka může být nesrovnatelně nižší než ta, s níž pojištěný počítá při dožití smlouvy. Dokonce v prvních letech nemusí dostat vůbec žádné odstupné, protože pojistné kryje především rizikovou složku pojištění. A to ještě není vše – klient musí doplatit daňovou úlevu, kterou na životní pojištění uplatňoval. Takže ukončení smlouvy nebo převedení k jinému pojistiteli nikdy nepřinese úsporu, jen ztrátu – jak vlastní pojistné ochrany, tak i finanční.

(tz)

Muži častěji troubí a jezdí na oranžovou

S tématem mužů – řidičů se tradičně pojí řada stereotypů a klíšé. Podle většiny z nich bývají muži za volantem agresivní, bezohlední a jezdí riskantně, na druhou stranu jsou však technicky zdatní a nemají potíže s parkováním. Nakolik tyto představy odpovídají realitě českých vozovek, zjišťoval výzkum „Muži za volantem“, exkluzivně zpracovaný pro společnost KIA MOTORS CZECH. Průzkum provedla agentura Médea Research na reprezentativním vzorku 522 aktivních řidičů.



Ne vždy to stojí za dobrou podívanou

jsme navíc mohli potvrdit, nebo naopak vyvrátit některé mýty, které se s muži za volantem pojí.“

Sebevědomá a nesoustředěná jízda v rytmu rocku

Z průzkumu „Muži za volantem“ vyplývá, že typický český řidič – muž jezdí v autě častěji než žena, na rozdíl od ní však tráví ve voze více času sám. I když Češi obecně méně troubí (pouze 37 %), častěji používají klakson právě muži. Nadávky za volantem však na rozdíl od vžitě představy rozhodně nejsou výsadou mužů a mezi 62 % řidičů, kteří při jízdě neváhají používat silná slova na adresu ostatních účastníků provozu, jsou obě pohlaví zastoupena rovnoměrně. Rozdíly vykazují naopak jízda na oranžovou, kdy na poslední chvíli projíždějí křižovatku především muži, zatímco ženám toto sebevědomí obvykle schází a na semaforu raději bezpečně zastaví. Při řízení poslouchají muži nejčastěji rock (ženy spíše pop), avšak na jízdě se nekoncentrují tak bezvýhradně jako jejich ženské protějšky, naopak při ní běžně vykonávají více aktivit najednou – telefonují (37,2 %), pijí nebo konzumují potraviny (57,8 %).



Automobilku vedla k zadání průzkumu snaha o skutečně detailní poznání potřeb, chování a zvyků tuzemských zákazníků. Právě v tom vidí jednu z cest, jak připravit českým uživatelům akce a nabídky opravdu na míru. „Pokud chceme plně reflektovat potřeby zákazníků, musíme znát nejen to, co je motivuje při výběru auta, jaká je preferovaná výbava, oblíbená barva atd., ale také to, jak se v autě v různých situacích chovají, jaké jsou jejich návyky apod.“ vysvětlila Martina Jirásková, marketingová ředitelka KIA MOTORS CZECH. „Díky výzkumu



Svět je někdy vzhůru nohama, žel ale na silnicích to není moc vtipné

Muži jsou technici a své auto nikomu nepůjčí

Stereotypním představám o mužích za volantem také v podstatě odpovídá zjištění, že jsou přístupnější rozličným technickým vymoženostem, jako je navigace, tempomat nebo asistent parkování. Muži dokážou u svého auta bez problémů vyměnit defektní kolo (téměř 100 % mužů proti 42 % žen) a nečiní jim potíže zaparkovat. Zažitým představám o muži, který je fixován na své auto, také odpovídá zjištění, že se o svůj vůz méně často dělí s kýmkoli jiným.

Vášně a hřích za volantem?

Sex a alkohol nejsou českým řidičům cizí

Pod pojmem „vášnivý řidič“ se většině lidí patrně vybaví jedinec, který náruživě rád řídí automobil. Průzkum „Muži za volantem“ však tematizuje poněkud jiné vášně, avšak výsledky jsou neméně zajímavé. Sex v autě přiznává celých 46 % mužů, přičemž nejčastěji – podle očekávání – uvádějí tuto zkušenost mladší řidiči (ve věku 18 až 35 let). Poněkud překvapivě však působí skutečnost, že týměž aktivitám se podle průzkumu oddávalo v autě alespoň jednou v životě pouze 39 % žen (což vyvolává otázku, s kým mělo sex oněch 7 % mužů, kteří „přebývají“ do hodnoty 46 %).



K mnohem vážnějšímu zamyšlení by však měl motivovat údaj, že čtvrtina českých mužů už někdy usedla za volant pod vlivem alkoholu (žen pouze 2 %), přičemž každý desátý řídil v tomto stavu opakovaně (u žen je to každá dvacátá).

„Závěry výzkumu nás v lecčem překvapily, někdy dokonce pobavily,“ glosuje výsledky Martina Jirásková. „Rádi se o získané poznatky podělíme s veřejností, aby některé předsudky o mužích za volantem byly uvedeny na pravou míru,“ dodala.

(tz)

COOP CENTRUM

DRUŽSTVO ČLEN SKUPINY COOP



Dobrá známka