

srpen 2015

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Martin Tlapa

Jan Denemark

Petra Štěpánová

Karel Havlíček

Jan Tykvart



Martin Tlapa

Export pro rozvoj firem
a růst ekonomiky ČR

rozhovor na stranách 2–4

Export pro rozvoj firem a růst ekonomiky ČR

Ing. Martin Tlapa, MBA, náměstek ministra zahraničních věcí, je odborníkem, jehož si firemní svět odjakživa spojoval s exportem. Zabývá se jím vlastně celý svůj profesní život. Snaží se prosadit do praxe českých společností i státu nápady a modely, které mají šanci žít. Daří se mu to. A nejen to. Když s vámi mluví o vývozu, úkolech naší diplomacie, nebo běžné administrativní praxi velkých i malých firem, zkušenostech či novinkách, vždycky víte, o čem je vlastně řeč. Rozumíte mu. Ne každý má právě tento dar. O čem to svědčí? Jistě si to sami dokážete dobře zhodnotit:



Ing. Martin Tlapa, MBA

Loni se export skloňoval ve všech pádech jako spása české ekonomiky. Jak to s ním vlastně je? Je opravdu zásadní pro rozvoj a růst řady firem?

S počtem deseti milionů obyvatel je pro řadu českých firem export hlavní příležitostí k růstu. Zatímco domácí trh je limitován svou velikostí, světové trhy dávají šanci uplatnit výrobky, pokud jsou konkurenceschopné, v řádově větším měřítku. Fakt, že export dlouhodobě dosahuje úrovně okolo 80 % hrubého domácího produktu ČR a jeho celkový objem roste, považují za doklad konkurenceschopnosti českých firem. Z pohledu exportu české hospodářství stojí na zdravém základě. Tedy ano, export považují dlouhodobě za zásadní faktor pro rozvoj firem a ekonomický růst České republiky. Za letošním růstem ekonomiky je navíc růst domácí spotřeby a domácí investice, takže se nacházíme v příznivém období.

Otázku hodně naivní jsem položila záměrně s tím, že jsem tušila, jak odpovíte. Jste totiž jedním z fandů a obdivovatelů našich vývozců, který pro ně vždy dělal, co bylo v jeho silách. Podařilo se vám vyvolat i diskusi nad moudřejším postupem dvou ministerstev, která již přinesla své výsledky. Mohl byste ji zrekapitulovat?

Od podpisu Rámcové dohody o spolupráci MZV a MPO v oblasti ekonomické diplomacie ministry Zaorálkem a Mládkem v červnu 2014 se úroveň spolupráce obou ministerstev ve prospěch podpory českého exportu posunula na kvalitativně novou úroveň. V prostorách agentury CzechTrade jsme spustili společné Klientské centrum pro exportéry, coby hlavní vstupní místo pro dotazy českých firem směřovaných na jednotnou síť českých ambasad a zahraničních kanceláří CzechTrade. Zahájili jsme společné vzdělávání pracovníků MZV a MPO pověřených podporou exportu. Připravili jsme

Mapu globálních oborových příležitostí, definující perspektivní sektory pro české exportéry v jednotlivých zemích světa. Provedli jsme pilotní hodnocení ekonomické diplomacie na zastupitelských úřadech ČR v zahraničí. Společně s MPO a CzechTrade jsme také vytipova-

Strategie rozvoje a fungování zahraničních sítí spočívání v jejich propojení do Jednotné zahraniční sítě pro export, do které se nyní řadí české ambasády a zahraniční kanceláře CzechTrade a která bude posílena o agrární diplomaty. Jasné rozdělení úkolů v zahraniční síti a společné měření výsledků patří mezi základní kameny naší vize.

li země, ve kterých posílíme podporu exportu vysláním nových ekonomických diplomatů. Zmodernizovali jsme osnovu souhrnných teritoriálních informací na webu businessinfo.cz, kde exportéři naleznou nejaktuálnější informace o obchodním prostředí jednotlivých zemí světa od našich ambasad. Koordinujeme aktivity obou ministerstev a ambasad při podpoře české účasti na zahraničních veletrzích i přípravu podnikatelských misí doprovázejících ústavní činitele do zahraničí.

Také jste osobností, která si naučila vážit dobré spolupráce mezi státem a firmami a sám pro rozvíjení této praxe děláte mnohé. Ředitelé firem si s vámi a vaším ministerským protějškem z MPO ČR mohou sjednat osobní konzultaci na půdě Czech Trade. Zájem je značný...

Kontinuální růst počtu návštěv, emailových a telefonických dotazů na Klientské centrum pro exportéry od jeho spuštění v říjnu 2014 dokládá, že jsme se vydali správnou cestou, když jsme vytvořili tento front office jednotné zahraniční sítě a obsadili jej zkušenými pracovníky se znalostí práce na ambasádách. Při našich společných aktivitách s MPO, ať už jde o hodnocení ekonomické diplomacie na zastupitelských úřadech či výběr zemí pro posílení ekonomických radů, metodicky zapojujeme i podnikatelské svazy a těší mě a zavazuje, že od nich máme řadu pozitivních reakcí a námětů. Zároveň chceme naslouchat i firmám, proto jsme s náměstkem Vladimírem Bártlem přibližně jednou měsíčně osobně přítomni na Klientském centru pro dotazy a náměty českých exportérů. Aby nás firmy nezastihly jen v Praze, realizujeme také výjezdní konzultace Klientského centra pro export do regionů – letos jsme již takto jednali s exportéry například v Plzni a Ostravě.

Přesto – když se vžijí do role malé firmy, která začíná o exportu uvažovat, propadám skepsi. Zahájit, prošlapat cestičku, porozumět prostředí dejme tomu, Jižní Ameriky, seznámit se se všemi pro a proti, zákony, omezení, zvládnout administrativu, to je cesta na půl života. Časově i finančně je to nákladné. A nejen to – pořád jde o velký risk. Neuvažovali jste v této souvislosti ještě o sofistikovanější pomoci CzechTrade v rámci zpoplatněných služeb – aby např. pověřený odborník převzal na svá bedra více úkolů pro daný případ? Aby se klient-firma mohla především zabývat vlastní výrobou a nezdržovala se tím, co jiní dokáží lépe, efektivněji a elegantněji?

Jsou to skutečně především malé a střední firmy, které potřebují při exportu podporu; pro největší hráče není takový problém vyslat vlastní lidi do teritoria či si objednat služby,



dojednat schůzky s místními partnery atd. Malým firmám se snažíme vyjít vstříc jasnou definicí základní sady služeb zahraniční sítě, popsanou v tzv. Katalogu služeb na webu businessinfo.cz, která je pro všechny české exportéry shodná, a především je poskytována zdarma. Na základě výstupů této služby by měl být exportér schopen určit, zda je obchodní příležitost v dané zemi pro něj perspektivní. CzechTrade dále nabízí navazující sady rozsáhlejších, zpoplatněných služeb ve vybraných zemích. Současně naplňujeme zadání Dohody



o společném fungování Klientského centra pro export v bodě, který jasně říká, že každý podnikatelský subjekt získá v Klientském centru svého specialistu. Právě v případě malých firem a začínajících exportérů by tento specialista měl hrát roli rádce a pomocníka na náročné cestě k exportnímu úspěchu. Nicméně státní proexportní nástroje jsou a zůstávají podporou firmám, zatímco vlastní zahraniční obchod a jeho jednotlivé obchodní případy již samozřejmě realizují samotné firmy.

Co nového zahraniční politika v souvislosti s exportem chystá?

V návaznosti na schválení nové Koncepce zahraniční politiky ČR vládou 13. července 2015

pracujeme na tom, aby ekonomická diplomacie co nejefektivněji přispívala k realizaci priorit zahraniční politiky ČR, tedy zajištění bezpečnosti, prosperity a udržitelného rozvoje, lidské důstojnosti, včetně ochrany lidských práv, služeb občanům a budování dobrého jména v zahraničí.

Právě v pilíři prosperity a udržitelného rozvoje hrají klíčovou roli nástroje a cíle ekonomické diplomacie. Cílem koncepce zahraniční politiky ČR je v první řadě propojení aktivit ČR v zahraničí, kdy např. ke zlepšení životních podmínek v rozvojových zemích přispívá jak česká humanitární a rozvojová pomoc, tak ale i český export a transfer know-how a technologií prostřednictvím českých investic. Abychom toho dosáhli, snažíme se zefektivnit zacílení činností a projektů ekonomické diplomacie v souladu s oborovými příležitostmi v jednotlivých zemích i poptávkou po podpoře ze strany českých exportérů.

Začali jsme také získávat zpětnou vazbu přímo od firemního sektoru v rámci nové metodiky hodnocení výsledků ekonomické diplomacie.

Kromě propojení aktivit pak za druhou prioritu považujeme kvalitu výstupů a měřitelnost výsledků, abychom mohli cílit na činnosti, které jsou z hlediska Koncepce zahraniční politiky ČR nejefektivnější.

Jak je to s diplomaty, obchodními rady, velvyslanci, zastupeními CzechTrade – jaká je aktuální strategie našeho státu? Na jedné straně se šetří, na straně druhé, jak jste potvrdil, je potřeba myslet na to, že export má pro naše hospodářství mimořádný význam. Na reprezentaci vždy závisí mnohý z úspěchů, řeč psychologie je jasná.

Strategie rozvoje a fungování zahraničních sítí spočívá v jejich propojení do Jednotné zahraniční sítě pro export, do které se nyní řadí če-



ské ambasády a zahraniční kanceláře CzechTrade a která bude posílena o agrární diplomaty. Jasně rozdělení úkolů v zahraniční síti a společné měření výsledků patří mezi základní kameny naší vize. Dosažené výsledky podpory konkrétních exportních záměrů a spokojenost českých exportérů potvrzuje, že zahraniční síť se rozvíjí žadaným směrem. Současně si otevřeně řekneme, že bez zahraniční sítě nebo s její zdecimovanou podobou je podpora exportu pouze teoretickou kategorií.

Mění se komoditní složení toho, co z ČR vyvážíme? Strojírenství stále vede, investiční celky už jsou takřka dávnou minulostí nejen díky generační výměně odborníků.

Máte pravdu, že ucelené technologické celky, tedy specializované zboží s vysokou přidanou hodnotou, se českým firmám bohužel daří vyvážet spíše jen do tradičních teritorií, kde nás znají z minulosti. Částečně to samozřejmě souvisí s menší velikostí českých firem, které se snadněji uplatňují jako subdodavatelé, ale rozhodně není pravdou, že bychom byli v oblasti střední investičních celků zcela bez šancí. Nové příležitosti vidím v tomto směru např. v některých afrických státech s rychle rostoucími ekonomikami, nebo zemích střední a jižní Ameriky, kde máme na co navazovat. Je samozřejmě naším zájmem zvýšit podíl exportovaného zboží s vyšší přidanou hodnotou, ale s ohledem na finanční možnosti českých firem i českého státu je zapotřebí postupovat realisticky a pečlivě vážit, které sektory či projekty podpořit.

Exportovat se dají i služby, ty však zájemci berou asi již jako samozřejmost. Nebo je to jinak?

Ano, export služeb je samozřejmostí. Schopnost posunout se od čistého vývozu zboží k poskytování i souvisejících služeb je jedním ze znamení úspěchu exportní činnosti. Čím více služeb umí exportér nabídnout, ať již před nákupem výrobku, kdy lze spolupracovat s potenciálním klientem například na návrhu technického řešení, proškolení obsluhy, v čemž lze pokračovat i po instalaci technologie, dále poskytovat služby spojené se servisem a inspekcí a samozřejmě dodávkou náhradních dílů, tím více si rozšiřuje prostor pro úspěch na zahraničním trhu. V každém exportním odvětví se role služeb liší, uvedl jsem příklad z technologické branže a neexistuje jednotný formát poskytování služeb pro všechny sektory. Z mého pohledu představují cestu k vyšší přidané hodnotě a také cestu k udržení spokojeného zákazníka.

Kdysi jste inicioval zakládání klastrů a různých oborových uskupení, jejichž síla a synergie jednotlivých členů dopomohla řadě zakázek. Jaký prostor mají dnes k seberealizaci firem v zahraničí?

Klastry, aliance a oborová uskupení díky svým synergiím patří mezi efektivní přístupy k podpoře exportu. Jejich role a prostor v naší optice roste, protože prezentace a vstup na zahraniční trh skupiny vzájemně spolupracujících firem je efektivnější než postupná prezentace jednotlivých

Právě v pilíři prosperity a udržitelného rozvoje hrají klíčovou roli nástroje a cíle ekonomické diplomacie. Cílem koncepce zahraniční politiky ČR je v první řadě propojení aktivit ČR v zahraničí, kdy například ke zlepšení životních podmínek v rozvojových zemích přispívá jak česká humanitární a rozvojová pomoc, tak ale i český export a transfer know-how a technologií prostřednictvím českých investic. Abychom toho dosáhli, snažíme se zefektivnit zacílení činností a projektů ekonomické diplomacie v souladu s oborovými příležitostmi v jednotlivých zemích i poptávkou po podpoře ze strany českých exportérů.

vých firem. Navíc sledujeme rostoucí požadavek zahraničních odběratelů na komplexnost nabídek a služeb, na které lze lépe dosáhnout v týmovém přístupu, jenž může i pro menší firmy znamenat příležitost zapojit se do jinak obtížně uchopitelného obchodního případu. Velmi se nám tento postup osvědčil například u zdravotnické nebo dobývací techniky.

Digitální svět se podepisuje na každé minutě lidského chování i jednání. V čem urychlil procesy v exportu?

Zahraniční obchod a samozřejmě nejen on, se změnil a dále se rychle mění. Dnes již mi připadá jako neuvěřitelná doba „předinternetová“, doba, do které patřil například dálnopis nebo klasická písemná obchodní korespondence. Nebudu zacházet do detailů a popisovat, jak například digitalizace zrychlila platby v zahraničním obchodě nebo jakou změnu přinesly elektronické aukce pro nákupčí a dodavatele. Z mého pohledu digitální svět v exportu je v první řadě o rychlosti rozhodování a efektivní práci s informacemi. Využití digitálních nástrojů k identifikaci oborových příležitostí, práce a komunikace s obchodními partnery, vyřešení požadavku například s technickým oddělením, ke správnému a rychlému rozhodnutí, tam všude spatřuji zásadní změnu moderního světa. A možná bych mohl nějakou zajímavou myšlenku „vtáhnout“, když už hovoříme na toto téma.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Český koncept – síť konopných lékáren – obsazuje Polsko

Katovice, Řešov, Rybnik a před pár dní Poznaň. To jsou místa čerstvě otevřených Konopných lékáren – franšizového konceptu české firmy Carun Pharmacy. Síť nabízí zdravotnické, potravinové i kosmetické produkty s obsahem konopí. Následovat bude s pobočkami hlavní město Varšava a historický Krakov.

Nové lékárny od expanze do Polska v dubnu tohoto roku otvírají každý měsíc další pobočky. Před pár týdny otevřela tuzemská firma lékárnu v Poznani. Zájem je velký. „Máme dobrou podporu veřejnosti. Evidujeme až násobně vyšší zájem o konopné produkty než v Česku. Možná za to může i rozdílná legislativa, kdy v Polsku je držení, byť menšího množství konopí, trestným činem, nikoli jen přestupkem jako u nás. Je tam tedy ostřejší zákon,“ komentoval zakladatel Carun Pharmacy Jiří Stabla. Přísnější legislativa tak vyvolává větší zájem o legální produkty z konopí.

Na odbyt jdou na tamním trhu výrobky jako konopné lístky a olej. V Česku, kde má síť už přes dvě desítky poboček, vévodí v prodeji naopak konopná mast a loupané semínko. Týdně se v Polsku objedná tisíce produktů, až dvakrát více než u nás. Do konce roku plánuje Carun otevřít prostřednictvím master-franšizové licence v Polsku až 25 lékáren.

V sortimentu mají lékárny produkty Carun, jež obsahují podle tamní legislativy méně než 0,2 procenta psychoaktivní látky THC (v Česku je povoleno 0,3 procenta). Naplno však v produktech působí další cannabinoidy, zejména cannabidiol (CBD). Látky zvané cannabinoidy, které působí na cannabinoidní receptory v těle, jsou velmi podobné těm, jež přirozeně produkuje lidské tělo v našem endokannabinoidním systému, a mají tak velmi po-



zitivní účinky na člověka. Cannabinoidy podporují lidský imunitní systém, obnovují rovnováhu a zdraví buněk, stejně jako mají protizánětlivé, antiseptické a antibiotické vlastnosti.

„Aktivní cannabinoidy, jako nalezneme v produktech Carun, ukázaly zlepšení celé škály kožních problémů, včetně akné a ekzému,“ vysvětlil popularizátor konopí Jiří Stabla s tím, že cannabinoidy jsou mocné antioxidanty, které pracují na principu redukce zánětu, hlavně pokud se kombinují s hydratujícími oleji, mohou pomoci k udržení funkce přírodní kožní bariéry. Kompletní sortiment zahrnuje uznávanou univerzální konopnou mast, Baby mast (pro děti) s bambuckým máslem, mýdlo, ústní vodu, pleťový krém, tělový a pleťový olej, intimní mycí gel a z doplňků stravy konopné semínko loupané, panenský konopný olej, lístky konopí, konopný bio sirup či konopné těstoviny. Také ve velké Británii otevřel v letošním květnu Carun Pharmacy vůbec první Konopnou lékárnu v zemi. V plném rozsahu tak Britové



využívají užitečné síly konopí. Podle zakladatelů tento koncept na trhu doposud chyběl a zájem je proto enormní.

Výrobky v lékárně si stále zachovávají protizánětlivé, antibakteriální a hypoalergenní vlastnosti. Efektivně tak pomáhají a zklidňují onemocnění kůže, jako je například vyrážka, alergie, lupénka, ekzémy, vrásky, strie, proleženiny, jizvy, popáleniny, suchá a popraskaná nebo přecitlivělá pokožka, spálená a unavená kůže.

(tz)

www.carun.cz



ARBES chce naučit domácnosti investovat



Jan Denemark

Češi už sice neukrývají úspory do slamníku, ale s investováním a zhodnocováním peněz mají stále poměrně malé zkušenosti a přetrvávající obavy. Softwarová firma ARBES Technologies, s.r.o., chtěla zjistit, jak na tom opravdu jsou a rozhodla se pomocí hry a vhodných investičních nástrojů situaci změnit. Hovořili jsme o tom s jejím generálním ředitelem Janem Denemarkem.

Společnost ARBES Technologies udělala průzkum o ochotě českých domácností podstupovat rizika. Proč se o to zajímáte, když vaší hlavní parketou je software pro bankovní domy?

Průzkum se týkal mimo jiné ochoty domácností investovat do rizikových, resp. nezajištěných investičních produktů. Ta otázka musí napadnout každého „produktáka“ bank a dalších institucí, které poskytují produkty a služby právě v oblasti nezajištěných investic. I v dnešní době, kdy výnosy ze zajištěných produktů jako termínované vklady, penzijní připojištění, stavební spoření anebo spořicí účty jsou na takové úrovni, že kvůli inflaci a dani z příjmu na tom často domácnosti prodělávají, je to určitě otázka důležitá. Jak ukazuje graf z našeho průzkumu, jsou i tak stále tyto „zajištěné“ investiční produkty nejoblíbenější.

ARBES se o to zajímá proto, že chce jako profesionální dodavatel softwarových nástrojů a řešení nabízet klientům něco, s čím mohou uspět na trhu. A to v kombinaci s uvedeným průzkumem znamená, že právě softwarová řešení pro nabídku a obsluhu různých investičních produktů pro domácnosti mohou být zajímavou variantou pro naše stávající i potenciální klienty.

Češi si na sofistikovanější investiční produkty stále zvykají, což vyplývá z minulosti, kdy kromě spořitelni knížky nic jiného neměli. Potvrdila se v průzkumu očekávání, nebo vás výsledky překvapily?

Průzkum potvrdil, že Češi (a myslím, že to platí i pro občany jiných zemí) chtějí jednoduché produkty, kterým porozumí, a také produkty a služby s jednoduchou obsluhou. Na to musí poskytovatelé investičních produktů myslet především. Nemůžeme předpokládat, že každý občan bude rozumět investování na kapitálových trzích a že bude mít čas sledovat důležité zprávy a události, které rozhodování investorů umožňují. Zde většinou zastupují občany představitelé investičních společností, bank a brokerů a zjednodušují občanům jejich rozhodování.

Průzkum také prokázal, že technologie – zejména internet – mohou výrazně k jednoduchosti obsluhy napomoci. Začít obchodovat a sledovat v reálném čase stav mého majetku, který jsem investoval například k nákupu cenných papírů, to je standard, který již dnes internet umožňuje. Průzkum poukázal také na to, že občané jsou ochotni ze své volné finanč-

ní rezervy část prostředků i za cenu rizika zpravidla pravidelně investovat.

Přicházíte s úplnou novinkou, která by měla vyjít vstříc i opatrnějším domácnostem ve snaze zhodnotit své peníze. Jak vznikl a funguje obchodní online nástroj Arbes myTrader?

Pozor – tento nástroj není v první řadě určen opatrnějším domácnostem. Je obchodní platformou pro investory, pro které by měla být radost obchodovat měnové a akciové nákupy a prodeje přes tuto platformu. Pro opatrnější domácnosti integrujeme jednodušší části myTrader do internetového bankovníctví některých finančních institucí tak, aby mohli nabízet domácnostem jednoduché a srozumitelné investiční produkty.

Necháváte možné zájemce si hrát podle Komenského principu Škola hrou. Jsou Češi hodně hraví na internetu a mohou se dostat tímto způsobem ke skutečnému obchodování na burze s opravdovými penězi?

Ano máte pravdu, že se nám osvědčilo využít myTrader také jako hru, kdy si může vybraná skupinka uživatelů vyzkoušet obchodování s fiktivními penězi, ale s reálnými daty a v reálném čase. To znamená, že prostřednictvím myTrader dostávám v daný okamžik shodné informace jako jiný profesionální investor, a mohu se tedy rozhodovat na základě stejných informací. Tady někde může mnoho občanů/uživatelů zjistit, že to je zajímavá možnost investování a může začít investovat „naživno“.

Průzkum potvrdil, že Češi (a myslím, že to platí i pro občany jiných zemí) chtějí jednoduché produkty, kterým porozumí, a také produkty a služby s jednoduchou obsluhou. Na to musí poskytovatelé investičních produktů myslet především. Nemůžeme předpokládat, že každý občan bude rozumět investování na kapitálových trzích a že bude mít čas sledovat důležité zprávy a události, které rozhodování investorů umožňují.



Když bych se zde vrátil k průzkumu, tak ten také ukázal, že pro vyšší zájem domácností o nezajištěné investiční produkty by kromě „simulací a her pomohla nabídka investic v menších částkách a samozřejmě větší osvěta“. A není to jen přání těch, co nabízejí investiční produkty. Obecně v statistic-

kém porovnání je procento českých domácností, které využívá dlouhodobé formy investování do měn nebo cenných papírů a komodit několikrát nižší, než je evropský průměr. Možná by z pohledu státu stálo za úvahu podpořit

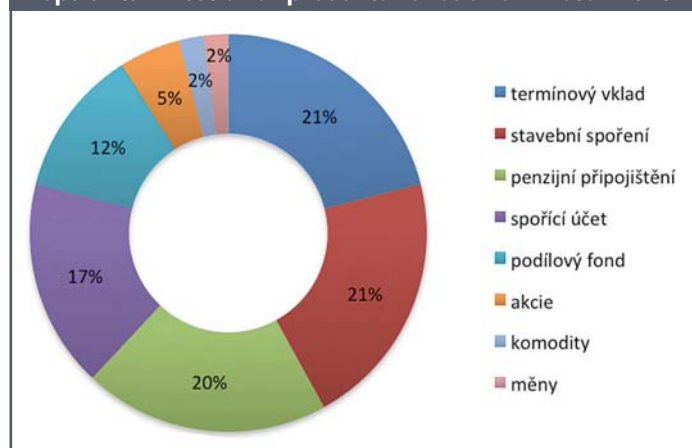
osvětové a vzdělávací programy, protože jak vidno, státní aktivity v oblasti důchodů zatím moc nevycházejí. A dlouhodobé investování domácností často v rozvinutějších ekonomikách přispívá k vyšší ekonomické soběstačnosti důchodců.

Kam chce ARBES dále cílit své aktivity? Půjde dál cestou, kterou naznačil myTrader?

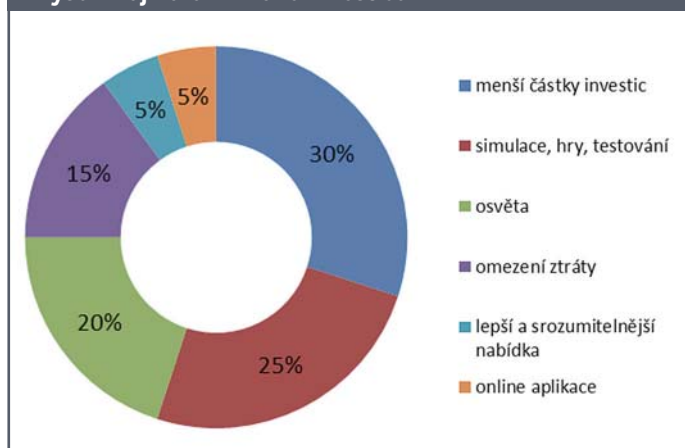
myTrader zapadá do strategie ARBESu rozšiřovat a upevňovat svou pozici dodavatele řešení pro finanční sektor. A to nejen v České republice, ale i v zahraničí. Navíc je myTrader dnes na špičce technologických trendů pro oblast front-end a portálových řešení, a to je také směr, kterým se ARBES začal ubírat zhruba před dvěma lety. Trend nabídky přitažlivých řešení, kde uživatelé jsou zákazníci našich klientů. Nabídka moderních uživatelsky intuitivních aplikací, které napomohou k naplnění obchodních cílů našich klientů. Dnes se tomu často říká user experience, která pozitivně umocní uživatelský zážitek. Shrnu-li vaši otázku, chce ARBES dále rozšiřovat své aktivity pro finanční sektor, a to nejenom v České a Slovenské republice, ale také a více v zahraničí.

ptal se Pavel Kačer ■■■

Popularita investičních produktů za leden až květen 2015



Zvýšení zájmu o rizikové investice



Průzkum veřejného diskurzu na webu a sociálních sítích za leden až květen 2015 na téma Investice do rizikových a nezajištěných produktů ARBES Technologies a Yeseter.

Nové firmy u nás přibývají nebývalým tempem

Určitě je to dobrá zpráva. V České republice přibývá dalších firem, a to značným tempem. Zájem o podnikání je tedy u nás na vzestupu. Dokládají to fakta společnosti Bisnode. Co lze z takových údajů vyčíst? Třeba i to, že se mění nálady lidí, stoupá odvaha nakročit do světa businessu. Jen v prvním pololetí bylo nových firem registrováno 13 486, což je o 7,4 % více než ve stejném období loňského roku. Jak se na to dívá analytička zmíněné společnosti Petra Štěpánová? Více v následujících řádcích:

Opravdu tomu tak je? Láká podnikání stále více lidí?

Zdá se, že ano. Pokud tento trend vydrží, bude v roce 2015 založeno nejvíce firem od předkrizového roku 2007. A to je velmi zajímavé. Do základního kapitálu letos podnikatelé investovali 7,3 miliardy korun. Celkový počet společností v ČR přesáhl 421 500. Informace vyplývají z databází a výpočtů naší poradenské společnosti a zakládají se na přísné analýze trhu.

Co tato čísla naznačují?

Za prvních šest měsíců letošního roku bylo v České republice zaregistrováno 13 486 nových firem, což je o 929 více než ve stejném období roku 2014. Pokud tento trend vydrží i v druhé polovině roku, tak letos vznikne nejvíce firem za posledních osm let a jejich počet přesáhne rekordní předkrizový rok 2007.



Petra Štěpánová

Počet nově založených firem* v období 2007 až 1. pol. 2015

	1. pol. 2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
společnosti s ručením omezeným	13 114	24 266	22 227	21 592	21 174	22 460	21 756	22 638	21 063
akciové společnosti	372	604	618	862	1159	1174	1095	1336	3967
celkem	13 486	24 870	22 845	22 454	22 333	23 634	22 851	23 974	25 030

Celkový počet firem* v ČR v období 2007 až 1. pol. 2015

	1. pol. 2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
společnosti s ručením omezeným	396 135	385 979	366 432	348 334	332 987	316 429	296 787	280 736	261 946
akciové společnosti	25 433	25 372	25 120	24 937	24 714	24 042	23 221	22 888	21 932
celkem	421 568	411 351	391 552	373 271	357 701	340 471	320 008	303 624	283 878
r/r změna		5,06 %	6,86 %	4,35 %	5,06 %	6,39 %	5,40 %	6,96 %	

*statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti, tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod.

Zdroj: Bisnode

Není to přece jen náhoda?

Domníváme se, že nikoli. Výrazný zájem o nové podnikání souvisí s pokračujícím růstem tu- zemské ekonomiky. Také prognózy budoucího vývoje jsou příznivé, a podnikatelé se tak vezou na vlně optimismu a investují do nových projektů. A to je to nejlepší, co může naši ekonomika popohnat. Řadu souvislostí plynoucích z uvedených faktů si čtenáři jistě sestaví sami.

Napovězte však alespoň něco...

Do základního kapitálu nových firem v prvním pololetí 2015 podnikatelé investovali 7,3 miliardy korun, o 1,8 miliardy více než ve srovnatelném období loňského roku.

O čem vypovídají vaše další informace?

K 30. červnu 2015 poradenská společnost Bismode ve svých databázích evidovala 421 568 firem, z toho 25 433 (6 %) akciových společností a 396 135 (94 %) společností s ručením omezeným. Podíl akciových společností na podnikatelské základně od konce roku 2014 opět klesl. Tento trend nastartoval zákaz anonymních akcí a postupné zpřísňování podnikání pro akciové společnosti.

Jak si vede ve vašich přehledech Praha? V čem je hlavní město republiky jiné než ostatní regiony?

Téměř polovina firem, které byly zaregistrovány za prvních šest měsíců letošního roku, vznikla právě Praze (6170, resp. 45,75 %). Je to jistě zajímavé zjištění, nikoli však překvapující. Pražská aglomerace má v mnohých ohledech jiný potenciál než ostatní místa. Tak už to prostě je. Silnou pozici má však také Jihomoravský (1524, resp. 11,30 %), Moravskoslezský (1108, resp. 8,22 %) a Středočeský kraj (913, resp. 6,77 %). Nejméně firem v roce 2014 bylo založeno v Karlovarském (188), Libereckém kraji (244) a na Vysočině (273).

Dá se z toho vysledovat určitý směr?

Jde o trendy, které sledujeme dlouhodobě. Nejvíce firem vzniká v okolí nejvýznamnějších metropolí, jako je Praha, Brno a Ostrava, kde existuje největší prostor pro nové business příležitosti, naopak nejméně nových podnikatelských subjektů je dlouhodobě registrováno v Karlovarském kraji.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi

Nově vzniklé firmy* v 1. pol. 2015 podle krajů

Kraj	Počet společností	Podíl (%)
Jihočeský kraj	409	3,03
Jihomoravský kraj	1524	11,30
Karlovarský kraj	188	1,39
Královéhradecký kraj	300	2,22
Liberecký kraj	244	1,81
Moravskoslezský kraj	1108	8,22
Olomoucký kraj	435	3,23
Pardubický kraj	321	2,38
Plzeňský kraj	395	2,93
Praha	6170	45,75
Středočeský kraj	913	6,77
Ústecký kraj	424	3,14
Vysočina	273	2,02
Zlínský kraj	342	2,54
neurčeno	440	3,26
Celkem	13 486	100,00

*statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti, tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod. Zdroj: Bismode

Podle Allianz si ze staveb zloději nejčastěji odnášejí kotle, kabely a okapy, mizí však i zabudovaná okna nebo vozík s maltou

Na stavbu domu číhají nejen přírodní živly, ale hlavně zloději. Nejčastěji ze staveb kradou kotle, sanitární techniku, ale třeba i osazená okna, zabudované topení, nebo dokonce elektroinstalaci. Jen za první pololetí tohoto roku řešila Allianz pojišťovna skoro 300 případů krádeží z rozestavěných nebo rekonstruovaných staveb. Je to o pětinu více než za srovnatelné období loni.

Kdo se rozhodne stavět dům, musí mít na paměti mnoho věcí – vyjasněná práva k pozemku, vklad do katastru, stavební povolení, plány, projekty, zajištění financování stavby... A právě s ohledem na finance by budoucí majitelé domu neměli zapomínat na jeho pojištění. Stavbu je zapotřebí pojišť v různých etapách výstavby, už například v době hrubé stavby „hladových zdí“, či kdykoliv jindy, nebo až při kolaudaci. „Pojištěním rozestavěné budovy chrání majitel samotnou stavbu, stavební materiál a také stavební mechanismy nebo nářadí. Je třeba dbát na dodržování stanovených smluvních podmínek zabezpečení stavby proti krádeži. Na stavbách zloděje láká nejvíce sanita, kotle, ale

kradou i obklady, tělesa topení, elektrické kabely, a dokonce i zabudovaná okna a prakticky cokoli, co je z mědi. Tedy svody, okapy, oplechování střech, oplocení a podobně,“ vypočítala Hana Jurová, metodička podpory likvidace pojistných událostí Allianz. V letošním roce nepohrdli zloději ani postaveným lešením, elektrickým pohonem vrat, vrtačkami, bruskami, ale i běžným nářadím, jako jsou sekery, lopaty, nebo kleště. Z rozestavěné stavby se ztratily i balíky izolace, rozvaděče, čerpadla, a dokonce přívěsný vozík plný cementu a suché malty, nebo naštípané dřevo. Pachatelé obvykle nerozlišují, zda je věc již nainstalovaná, či

nikoliv, a při neodborné demontáži tak mohou způsobit i další, často ještě větší škody – například při krádeži těles topení vodovodní škodu nebo při vytržení kotvení svodů poškodí fasádu domu.

Pojištění staveb není povinné. Pouze v případě, kdy si klient na stavbu bere hypotéku nebo úvěr ze stavebního spoření, je pojištění stavby a vinkulace pojistného plnění jednou z podmínek banky. Suma, na kterou se stavba pojišťuje, představuje její budoucí hodnotu, kterou bude mít po dokončení. „Měla by tedy odpovídat nákladům v daném čase a místu potřebným na výstavbu budovy stejných parametrů a kvality, včetně nezbytných nákladů na projektovou a inženýrskou činnost a ostatních souvisejících poplatků. Po nastěhování si pak majitel domu může pojišť i movité věci v domácnosti. Mnohdy si často lidé neuvědomí, že pojištění budovy chrání pouze stavbu, k ochraně vnitřního zařízení je pak třeba sjednat pojištění domácnosti,“ doplnila specialista pojištění majetku Allianz Monika Hotová.

Stavíte rodinný dům, chatu, garáž či altán? Proces výstavby trvá většinou několik let a za tu dobu se může přihodit cokoli. Allianz to ví, proto nabízí pojištění na rozestavěný dům s 50% slevou po dobu výstavby až pěti let. (tz)



Opěrná zed' vyřeší pozemek do svahu, plotová zed' zaručí soukromí i ticho



Úkolem plotu je vytyčovat území, chránit soukromí i majetek, vymezovat prostor našeho „doma“. Často toho ale dokáže mnohem víc. Například vnést zeleň i na jinak malý pozemek nebo omezit hluk pronikající z ulice. To nabízí plotové a opěrné zdi BEST. Tvarovky jsou vyrobeny z vibrolisovaného betonu disponují vysokou pevností i přesnými rozměry. Současně s tím jsou nenasákové, mrazuvzdorné a zaujmou i porézní strukturou materiálu. Kromě toho umožňují vybírat z několika barevných odstínů a různých provedení, takže záleží jen na individuálním vkusu a představivosti.

A jestli právě zvažujete, co provést se zahradou, která stále není to pravé ořeškové, můžete se nechat inspirovat. Léto zdaleka nekončí, a k práci venku je ideální počasí.

Plotová stěna oble, nebo v hranách?

Plotové zdi jsou vítaným architektonickým prvkem nejen tam, kde požadujeme absolutní soukromí, ale zastávají významnou roli i v oblasti akustiky, neboť dokáží podstatně omezit hluk pronikající zvenčí. Navíc umožňují prostor elegantně předělit a při vhodném výběru prvků zde vytvořit i atraktivní zelenou zónu. Plotové tvarovky BEST jsou přitom k dispozici jak v tradičních oblých tvarech, ale příznivci přímých linií a kubistických tvarů si vyberou rovněž. Pro osázení zelení stačí spodní část těchto tvarovek pouze doplnit plastovým dnem.

BEST Kaskada představuje rovné a strohé, a přitom designově čisté řešení. Tvarovky jsou k dispozici o výšce 25 cm v podobě dvou obdélníkových formátů, 40 x 60 cm, případně 40 x 30 cm, takže je lze mezi sebou kombino-

vat, a nechat tak vzniknout opravdu zajímavě pojaté plotové zdi. Fantazii se meze nijak nekladou, takže se může zrodit nepřehledné množství skladebných variant. BEST Kaskada je standardně k dispozici v přírodním, karamelovém a hnědém provedení.

BEST Vario je zástupcem oblého řešení, vynikne zejména při realizaci různých oblouků. K dispozici je v přírodním a karamelovém odstínu, tvarovky mají výšku 30 cm, šířku 39 cm a délku 57 centimetrů. Pro realizaci metru čtverečního plotu je třeba devíti tvarovek.

Pro pevný a krásný svah

Pozemek situovaný „do kopce“? Při využití tvarovek BEST Largo se právě svažité část zahrady může stát prostorem s jedinečnou atmosférou. BEST Largo svah zpevní a zajistí mu potřebnou stabilitu. Tvarovky, jež vytvoří opěrnou zed', přitom můžete osázet květinami a dalšími rostlinami, a dát tak této části pozemku vyniknout. Standardně jsou k dispozici v přírodní a karamelové barvě. (tz)

www.best.info

Na průšvihy se rychle zapomíná

Řekla bych, že podnikatelé se dělí na dva tábory: jedním jsou lidé se smyslem vrhat se střemhlav a riskantně do projektu, aniž by mysleli na zadní kolečka a dlouho přemýšleli, jestli to má cenu, nebo ne, zkrátka intuice je vede a věří jí i sobě. Druhou skupinu představují ti, kteří bedlivě zvažují pro a proti, vnímají rizika, zkrátka jsou hodně opatrní, anebo lépe, poučení z vlastních chyb. Těch je podle odborníků ekonomů stále málo. Česká povaha navíc spíše odkazuje na obecný názor, že ono to přeci nějak dopadne, anebo na rčení, že kdo se bojí, nesmí do lesa. Zkušenosti se však již s riziky naučili pracovat. Otázku znovu otevřeli představitelé Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR na nedávné tiskové konferenci na téma pojišťování pohledávek, a to v souvislosti s exportem. Doc. Ing. Karla Havlíčka, MBA, Ph.D., předsedy představenstva této asociace, jsem se zeptala:



Doc. Ing. Karel Havlíček, MBA, Ph.D.

Obecně je u nás controlling a důsledné řízení rizik dost podceňováno. Hrajeme hlavně útočný fotbal a riskujeme, že dáme více gólů, než dostaneme. Podstatné je ale vyhrát, ne dávat hodně branek.

Na setkání s novináři jste uvedl příklad toho, jak malé a střední firmy podceňují rizika pojištění pohledávek. Proč právě tyto firmy, které často zápasí s nedostatkem financí, ohrožují vlastní seberealizaci?

Na průšvihy se rychle zapomíná, firmy jsou opět v zajetí růstu a operativních problémů a neuvědomují si, že může přijít nějaká rána. Navíc je fakt, že zajištění něco stojí a pro mnohé je lákavé risknout, že to dopadne, a ušetřit. Je to jako když jedete autem po dálnici 170 km/hod a uvidíte smrtelnou bouračku. Zpomalíte a dva dny budete jezdit pomalu, za týden ale zase jedete na plný plyn...

Není situace způsobena nedostatkem zkušeností a přílišnou důvěřivostí typu: já jednám čestně a svému partnerovi věřím? Případně se menší společnosti bojí administrativy či právě zvýšených nákladů?

Určitě i to je důvodem. Mnozí vycházejí z toho, že mají se zákazníky dlouhodobé vztahy, takřka rodinné. Diví se potom, že když se odběratel dostane do problémů, jdou rodinné vztahy stranou a on se snaží přejít za každou cenu. Přitom to není nic neobvyklého. Krutá pravda říká, že to, že mi někdo nezaplatí, je ví-

ce chyba moje, menší toho, kdo mi dluží. Musím počítat, že tak jednou nastane, a pokud možno se dopředu zajistit.

Anebo podceňují zbytečně určité hrozby v okamžiku, kdy se jim daří, a naopak nedoceňují problémy, které mohou nastat? Jde o malou předvídatost a typicky český přístup typu „ono to nějak dopadne“?

Spíše bych řekl, že se menší firmy zabezpečují více proto, že to po nich chce úvěřující ban-

ka, méně z důvodu, že to snižuje jejich riziko. Obecně je u nás controlling a důsledné řízení rizik dost podceňováno. Hrajeme hlavně útočný fotbal a riskujeme, že dáme více gólů, než dostaneme. Podstatné je ale vyhrát, ne dávat hodně branek. Jako malá firma se nemusím hnát za obratem, důležitější je být v zisku, čehož lze dosáhnout nejen tržbami, ale i eliminací ztrát.

S Pavlou Břečkovou jste vydal užitečnou publikaci nazvanou Řízení exportních rizik malé a střední firmy, což je unikátní kniha, která menším společnostem může hodně pomoci. Kde ji seženou?

Není to úplně kniha, spíše jakýsi manuál. Vyšel v nakladatelství VŠFS Eupress a dal nám hodně práce, věnovali jsme se tomuto tématu skoro rok. Je to vůbec první publikace, kde popisujeme obchodní, měnová a úvěrová rizika, hlavně ale ukazujeme, jak se s nimi vypořádat. Je tam mnoho schémat, obrázků a snad se nám ji podařilo udělat pro malé firmy i čtivě. Díky Komerční bance ji poskytujeme všem zájemcům zdarma, a to jak v tiskové, tak elektronické podobě. Ke stažení je na stránkách naší asociace www.amspc.cz.

ptala se Eva Brixí



Odpočíváte v létě s foťákem v ruce a zkoušíte zachytit maraton?

Jste v práci od rána do večera a víkendy si necháváte jen na odpočinek v roli aktivních sportovců? Snažíte se dělat pro svou kondici více než kolegové? Jestliže k tomu ještě fotografujete a chtěli byste se pustit do snímků zachycujících třeba běžecké události, určitě nepohrdnete několika radami. Dokumenty budou posléze jako od profíka a vám to znásobí radost.

„K fotografování běhu se mohu vyjádřit nejen jako fotograf, ale taky jako aktivní běžec. Hned na začátek bych se vzdal ambice fotit a běžet zároveň – myslím, že je třeba nechat běh běžcům a fotografování svěřit vlastnímu „fanklubu“ – tedy fotoaparát předat příteli, přítelkyni, kamarádům, kteří si na vás na trati počkají a vyfotografují váš výkon,“ doporučil Michael Jurák, školitel značky Nikon. Přípravy na fotografování závodu je tedy dobré spojit rovnou s přípravami na závod samotný. Ideální je domluvit se přímo nad mapou závodu, která místa budou pro focení

ka. Teleobjektivem pak zachycujeme portréty, tedy detail – napětí posledních vteřin před startem ve tvářích závodníků.

Tak jako každý příběh má začátek a konec, tak i závod má start a cíl, nezmeškejte tedy rozhodující momenty, které se neopakují! U celků a polocelků není s expozicí problém, vše závisí na okolním přirozeném osvětlení. U nočních závodů je třeba náležitě zvýšit citlivost ISO. U detailů je třeba volit kratší čas, zejména z důvodu vysoké úhlové rychlosti kmitajících končetin a také pro potlačení pohybové neostrosti vzniklé držením přístroje s teleobjektivem. U portrétu pracujeme s malou hloubkou ostrosti, tedy používáme malé zaclonění.

Dynamika pohybu

Samostatnou kapitolou, už trochu náročnější, je zachycení dynamiky pohybu pomocí delších časů závěrky. V zásadě používáme dvě varianty:

a) Fotoaparát stojí a pohybuje se běžec, skupina běžců. To je velmi efektivní hlavně při nočních závodech, kdy čelovky běžců doslova mablují. Je vhodné použít širší ohnisko a hlavně stativ, při přesné práci vznikne krásný kontrast ostrého prostředí (města, přírody) a neostrých ba-

níků. Vhodným technickým vybavením je zrcadlovka s příslušnými objektivy – například nový model Nikon D5500 – blesky a přístroje řady Nikon 1. Pokud fotografujeme kompaktním fotoaparátem, vybereme si model s možností manuálně nastavit clonu, čas a ISO. Zajímavým modelem je například také Nikon COOLPIX P900, který disponuje až 83násobným optickým zoomem.

Tipy a triky

Snažte se fotografovat se zoomem nastaveným na širší ohnisko (s menším přiblížením) než při normálním fotografování lidí. U rychle se pohybujících objektů se scéna mění poměrně rychle a není smutnější zjištění, než při prohlížení snímků objevit správně exponovaný záběr s perfektní ostroty a úžasným výrazem sportovce, kterému chybí v obraze část ruky, nohy či dokonce obličej. Vždy je lépe provést dodatečný výřez v počítači a tím závodníka zvětšit, než smazat jinak dobrý snímek. „Snažte se běžce fotoaparátem sledovat v určitém úseku

a pomocí sériového snímání pořídit více záběrů pro následný výběr toho nejlepšího. V případě fotografování přes hledáček doporučuji nezavírat druhé oko a bedlivě sledovat scénu v okolí vašeho borce,“ dodal Michael

Jurák. Změna úhlu záběru je výrazný tvůrčí prvek. Střídejte fotky z podhledu, to prodlužuje nohy závodníků a závodnic a např. přeskoky při

krosovém běhu působí mnohem dramatictější. Nadhled je zase vhodný třeba pro zachycení celého startovního pole, průběhu historickým centrem kolem známých budov apod. Využijte k tomu vhodná místa jako lávky, schodiště a mosty. Je dobré též zařadit záběry exponované tzv. „na výšku“ zejména pro portréty jednotlivců, ale taky například v přírodě, v místech se strmými výběhy nebo v lesních úsecích mezi vysokými stromy. Klidně nechte v takovém případě běžce v záběru menšího – podpořte tím kompozici a zvýrazníte velikost kopce či velkolepost okolní přírodní scenerie. (tz, red)



nejpříhodnější. Své místo s foťákem je pak dobré obsadit co nejdřív, hlavně u akcí masového typu. Při městských maratonech, půlmaratonech a podobně bývají okraje trasy doslova obalené diváky. Takže kdo dřív přijde, ten...

Celek a polocelk i detail

Zkuste k celé akci přistoupit jako k reportáži. Nejlepší metodou jak „podat zprávu“ o určitém závodě, je řídit se známou mantrou fotografů „celek – polocelk – detail“. Celek znamená, že širokoúhlým objektivem zachycujeme zahuštěný prostor startu, čímž ukážeme množství závodníků i diváků. Polocelk je o tom, že středním ohniskem objektivu zobrazíme postavy favoritů závodu, což je první startovní skupin-

revných pásů (běžci). Je možné ještě doplnit bleskem synchronizovaným tzv. na druhou lamelu. Efekt vynikne zvláště při velkých, semknutých skupinách běžců.

b) Fotoaparát se s nastaveným delším časem závěrky (např. 1/5 vteřiny) pohybuje současně s běžcem, tzv. panning. Fotografujeme z ruky, sledujeme závodníka skrz hledáček i otevřeným druhým okem a snímáme během tohoto pohybu. Výsledkem je relativně ostrý běžec a rozmazané pozadí, dojem rychlosti je opravdu velmi výrazný. Technika se používá během dne, při nočních podnicích doplníme opět bleskem synchronizovaným na druhou lamelu. Ideální pro zachycení jednotlivých závod-



Podle majitelů tuzemských sexshopů Češi rádi v posteli experimentují

Češi se již nebojí v sexuálním životě experimentovat. Potvrzují to majitelé tuzemských sexshopů, kteří v posledních letech evidují rapidní nárůst zájmu o erotické pomůcky i netradiční sexuální techniky. Podle nejnovějších statistik sexshopu Růžový slon český národ nejvíce investuje do vibrátorů, které tvoří téměř 40 % z veškerého prodaného zboží. Zatímco druhým nejprodávanějším zbožím jsou lubrikanty, třetím umělé vagíny.

Podle aktuálních statistik mají Češi sexuální styk v průměru až devětatřicetkrát za rok. Ačkoliv obecně stále ještě česká populace nepatří ve světě k nejnáruživějším národům, doba se mění. Podle majitelů tuzemských sexshopů se totiž v posledních letech změnil postoj zákazníků k erotickým pomůckám i k samotnému sexu. „Evergreenem v českých ložnicích zůstávají vibrátory, které tvoří více než třetinu z prodaného zboží. Zákazníci si tradičně pořizují ve velkém množství lubri-

kanty, v posledních měsících rovněž vzrostl zájem o umělé vagíny,“ řekl Adam Durčák ze sexshopu Růžový slon s tím, že v českých ložnicích se navíc v posledních letech začíná více experimentovat, což dokládá zvýšený nákup pomůcek, jako jsou roubíky, pouta a jiné vybavení ke svazování.

Podle odborníků lidé převzali zodpovědnost za kvalitu svého sexu a otevřeně řeší vlastní masturbaci, experimentování i sexuální problémy. „Díky internetu jsou lépe informovaní, přistupují k nákupu bez zbytečných předsudků a ostychu. Jsou přirození a berou erotické pomůcky jako součást svého sexuálního života,“ vysvětlil Adam Durčák. Právě díky přesouvání nákupů na internet lidé ztrácejí stud. „Zatímco v internetových obchodech se nakupují spíše netradiční a levné věci, v kamenných prodejnách si naopak pořizují spíše dražší pomůcky a nechávají si poradit. Kvalitní sex a orgasmus by si tak měli dopřát nejen muži, ale především ženy, které bývají často přehlíženy,“ uzavřel Adam Durčák. Sexshop Růžový slon vznikl v roce 2008, o dva roky později se z něj vyvinula firma Růžový

slon s.r.o. Již 13 let v prodejně i eshopu odborníci testují a vybírají nejzajímavější erotické pomůcky a doplňky z celého světa, které dokáží oživit stereotypní sex. Součástí odborného poradenství je také tvorba instruktážních videí a testování erotických pomůcek.

Obecně je podle statistik český národ schopen za sexuální pomůcky utratit na internetu za rok až 300 milionů korun. Spolu s kamennými obchody překračují tyto částky miliardu. Tržby navíc neustále stoupají. (tz)



Foto Shutterstock

Pracovní úraz není jen pád z lešení

Dělník, který uklouzne na lešení. Úředník, co omylem narazí hlavou do dveří. Představu pracovního úrazu mají většinou zaměstnanci jasnou. S novými trendy ve způsobu trávení pracovní doby ale nastupují i nová místa úrazů, za které mají lidé nárok na odškodnění. „Home office? Firemní stmelovací akce někde v horách? Schůzka za chůze v parku? I na ně zákon pamatuje,“ komentoval problematiku Martin Holoubek ze společnosti Activa.

„Jen v roce 2014 se v Česku podle Státního úřadu inspekce práce stalo 45 000 pracovních úrazů s následnou pracovní neschopností. Přes sto lidí při práci dokonce zemřelo. Lidé strávili na neschopence 2,4 milionu kalendářních dnů, což je téměř o 60 000 dní více než v předloňském roce. Číslo mluví jasně. Ne všechny úrazy jsou ale z hlediska zákona pracovní. Dobrou zprávou pro zraněné však je, že zákon tolik nerozlišuje, kde k nehodám dojde. Důležité pro posuzování toho, zda přijde odškodné, je, že se úraz stal při pracovní činnosti. Jsou tu ale výjimky,“ uvedl Martin Holoubek.

Karambol při home office či firemním výjezdu – jde o pracovní úraz

Popularita práce z domova roste. Pokud zaměstnavatel home office svému člověku povolil, nebo dokonce nařídil, nese zodpovědnost i za úrazy, které se mu při práci doma přihodí. Byť by to bylo v obýváku. Obdobně jde přistupovat i k nehodě třeba na firemním teambuildingu.

I když skupinová stmelující hra může mít jen pramálo společného s normální pracovní náplní zaměstnance, pokud se při ní přihodí zranění, pracovní úraz to vskutku je. V případě, že zaměstnanec požádá firmu o ergonomické pomůcky (židli či například speciální podložku pod nohy či myš), a ta ho odmítne, může nastat zdravotní komplikace. Pakliže zaměstnanec získá ze psaní na počítači zánět karpálního tunelu, může to uplatnit také jako pracovní úraz. Pokud si však v polední pauze zaměstnanec odskočí na meničko do místní restaurace a během přestávky se mu něco přihodí, náhradu škody na zaměstnavateli nárokovat nemůže. V tomto případě by měli výhodu takzvaní „krabičkáři“. Lidé, kteří se například oparí při ohřívání doma vlastnoručně uvařeného pokrmu ve firemní kuchyňce nebo se tamtéž říznou, už pracovní úraz z pohledu zákona mají. Zranili se totiž v místě sídla zaměstnavatele, byť to nebylo přímo v souvislosti s jejich pracovní činností.

Pracovní není úraz, který se člověku přihodil na cestě do práce či z práce, a zapomenout na „reparace“ mohou i ti, co se zranili po cestě k lékaři, byť je k němu vyslal zaměstnavatel třeba na pravidelnou prohlídku. Pokud by je ale nešikovný lékař zranil přímo při vyšetření, už o pracovní úraz půjde. Zaměstnavatel nenese odpovědnost za každý pracovní úraz. Zejména ne tehdy, když prokáže, že se jeho zaměstnanec zranil pod vlivem drog nebo alkoholu, poruší firemní předpisy či pokyny bezpečnosti práce.

Proč by vše mělo zaměstnance zajímat

„Podle zákoníku práce je zaměstnanci, který utrpěl pracovní úraz, nebo u něhož byla zjištěna nemoc z povolání, zaměstnavatel povinen v rozsahu, v němž za škodu odpovídá, poskytnout náhradu za ztrátu na výdělku po dobu pracovní neschopnosti,“ sdělil Martin Holoubek. „Ta přísluší zaměstnanci ve výši rozdílu mezi průměrným výdělkem před vznikem škody a plnou výší platu. Zraněný může navíc požadovat i odškodnění za bolest a ztížení společenského uplatnění, náklady spojené s léčením a věcné škody. Nový občanský zákoník přinesl jednu změnu, taková náhrada už se nevypočítává pomocí bodů udělených lékařem. Soud může přiřknout s přihlédnutím k situaci libovolnou náhradu. Vždy je ale třeba pamatovat na jedno: pracovní úraz je nutné zaměstnavateli okamžitě nahlásit.“ (tz)

Nejen **labužníci** sýrům fandí



Ing. Jan Tykvart

Potravináři na otázku, jak se vhodně stravovat, odpovídají shodně: Jezte všechno, tedy pestře, od každého něco, ale méně, a nepřejídejte se. Nebývají nakloněni pouze zdravé výživě, ani nadměrnému mlsání sladkých či přesolených mňamek, nehoví pro veganský jídelníček ani pro diety z bílkovin. Jak to všechno v našem těle funguje, je svým způsobem stále záhadou nejen pro laika, ale i pro lékaře, výzkumníky či farmaceuty.

Čím se má řídit člověk, který jde z jednání na jednání, který podává nadlidský výkon, času nemá nazbyt, přesto by byl rád celý den svěží, plný energie a dostatečně pečoval o své zdraví? Odpověď je prostá, ale zároveň plná nevyřešených záhad. A co v naší výživě znamenají sýry? Svůj názor vyjádřil Ing. Jan Tykvart, ředitel a místopředseda představenstva společnosti KROMILK, a.s., mlékárna Kroměříž. Ta totiž českému trhu nabídla zdravé pochoutky, o které je zájem nebývalý...

Vaše výrobky kopírují zdravý životní styl, nebo lépe – vycházejí mu vstříc. Na který sýr jste v tomto pojetí opravdu pyšní?

Ve věci zdravého životního stylu sázíme na naše čerstvé výrobky z řady Čerstvých sýrů klasických a Čerstvých sýrů obalovaných a také sem

přisluší řada Krémových sýrů. Z uvedených výrobků jsme hrdí na ručně klasicky vyráběné Čerstvé sýry, které spotřebiteli přinášejí potřebné výživové složky v dobře stravitelné formě. Nejvíce oblíbený je Čerstvý sýr přírodní a z obalované řady Čerstvý sýr rajče-bazalka.

Co z vaší nabídky lidem nejvíce chutná?

Z naší nabídky nejvíce spotřebitele oslovují právě výše uvedené řady výrobků a také naše termizované smetanové sýry řady Zálesák, zde především Zálesák Klasik pikantní se zeleninou. Tomu jsme samozřejmě rádi a těší nás to.

Jakou novinku pro labužníky ještě letos chystáte?

V letošním roce již žádné další překvapení nepřipravujeme a chceme se hlavně zaměřit na dobré pokrytí trhu v rámci ČR našimi stávajícími výrobky. V příštím roce ale opět přinese na trh nějaké novinky z řady čerstvých sýrů a termizovaných smetanových sýrů. Více si však nechám pro sebe, prozradil bych příliš.

Vracíte se k některým starým, osvědčeným recepturám?

Také máme ve svých výrobních postupech staré, osvědčené receptury, a to na Krémový sýr Žervé a Krémový sýr kapiový, které zná i starší generace. Dále tradiční výrobní postup uplatňujeme v řadě Čerstvých sýrů a sýrů typu Gouda pod obchodní značkou Krásná Haná, Hanácká koule a Kromík minigouda.

A je obtížné v dnešní velké konkurenci připravit sýr, který se stane jedničkou na trhu?

Samozřejmě je v současnosti velká konkurence v nabídce všech typů sýrů. A pro to, aby se



výrobek stal jedničkou na trhu, je nutné realizovat velkou míru marketingové podpory s vysokými finančními náklady. To je pro nás, jako malé výrobce, velmi složité, a tedy můžeme spotřebiteli nabídnout právě jen tradici, vysokou kvalitu a dobrou řemeslnou zručnost výroby našich výrobků. Myslím však, že to není málo.

Do prodejen se vrací čerstvé potraviny, spotřebitelé mají těch s dlouhou trvanlivostí někdy, jak se říká, plné zuby. Proč na jednu takový obrát?

Řekl bych, že si lidé uvědomují dobrý zdravotní a výživový přínos čerstvých potravin, které jim mohou nabídnout i širší paletu chuťových variací. Také zde má jistě vliv i současný trend propagace přípravy pokrmů z celé řady různých televizních pořadů se známými osobnostmi kuchařů, i časopisových článků, nebo doporučení na webových portálech. Čerstvá potravina je prostě benefit, který se nedá ničím nahradit.

Z jakých sýrů si bere lidský organismus nejvíce potřebných živin? Z těch tučnějších, nebo naopak?

Lidský organismus získává živiny ze všech typů sýrů, samozřejmě z těch více tučných, i důležitých složky mléčného tuku. Sýr je vždy pro organismus kvalitním zdrojem bílkovin, mi-



nerálních látek, včetně vápníku a také zmíněného mléčného tuku. Velmi důležité je, že všechny tyto látky jsou dodány v dobře stravitelné formě.

Zdravotníci doporučují jíst především tvrdé sýry. Proč?

Doporučení zdravotníků týkající se tvrdých sýrů může mít na zřeteli zvýšený obsah mine-

rálních látek, především vápníku, ale nelze tím opomíjet i ostatní druhy sýrů, které mají obsah vápníku také poměrně značný. Zde bych doporučil vždy vyhledávat kvalitní odborné informace, např. na webových stránkách Společnosti pro výživu. Tato společnost nyní realizuje projekt „S odborníky proti mýtům“ a úzkou spoluprací v této oblasti poskytuje i Českomoravský svaz mlékárenský.

otázky připravila Eva Brixí

Pánská jízda v lázních: muži, odbourejte stres!

Naši milí čtenáři, už jste někdy absolvovali pánskou jízdu na horách? Určitě ano. Ale zkombinovali jste takovou akci s lázeňským relaxem? Zkuste to. Janské Lázně připravily speciální program pro silnější polovinu lidstva na doplnění energie a vyladění mužných těl.

Janské Lázně leží v Krkonošském národním parku, který doslova vybízí k horským túrám a adrenalinovým zážitkům. Akční vyžití si až do konce roku můžete „upgradovat“ týdenním lázeňským pobytem, sestaveným přímo pro pány tak, abyste odplavili stres a užili si relaxace a odpočinku. Zregenerujete svoje těla a mysl příjemným způsobem – lázeňskými a wellness procedurami přesně pro vás.

Program zahrnuje

- 7x ubytování
- stravování formou plné penze
- procedury: dvě klasické částečné masáže, podvodní masáž, vazivová masáž, dvě perličkové koupele, suchá uhlíčitá koupel, dva volné vstupy do fitcentra s posilovací věží, dva parafinové zábaly
- parkování
- volný vstup do moderního Aquacentra na dvě hodiny denně
- připojení Wi-Fi, TV-SAT
- lázeňský poplatek 15 Kč/osoba/den, místní poplatek 5 Kč/osoba/den

Týdenní pobyt pro muže stojí od 7820 korun.

(tz)

www.janskelazne.com



Každý osmý muž žije sám

Podle průzkumu Trendy v bydlení finanční skupiny Wüstenrot žije samo 8 % obyvatel v produktivním věku. Tento způsob života volí 12 % mužů a 4 % žen. Sami ale nebydlí jen singles, začíná přibývat i takzvaných mingles, kteří na rozdíl od singles stálého partnera mají, ale nechtějí s ním sdílet bydlení. Podle interních dat finanční skupiny Wüstenrot se trend odráží ve zvýšené poptávce po hypotékách na menší byty.

Zatímco pojem single už u nás zdomácněl, mingles je poměrně nový výraz. Mingles na rozdíl od singles partnera mají, jen s ním zkrátka z různých důvodů nechtějí žít. Společnou domácnost, kterou sdílí 67 % respondentů průzkumu, pokládají za nudný stereotyp, který může být překážkou vztahu. A není už ani výjimkou, že páry jsou sezené a děti vychovávají odděleně.

Odděleně bydlí nejčastěji vysokoškoláci

Podle průzkumu žijí sami nejčastěji lidé s vysokoškolským vzděláním ve věku od 25 do 34 let. Nejvíce singles a mingles je mezi lidmi s vysokoškolským vzděláním, nejčastěji volí bydlení v podnájmu, řada z nich ale bydlí ve vlastním bytě. „V poslední době pozorujeme nárůst počtu hypoték, které si pořizují jednotlivci. Většinou jde o jednopokojové či dvoupokojové byty. Hypotéka Wüstenrot je výhodná pro všechny, kteří uvažují o koupi nemovitosti, ať už jde o byt, nebo rodinný domek. Hypoteční úvěr na vlastní bydlení do 85 % hodnoty zastavované nemovitosti poskytuje naše banka za úrokovou sazbu od 1,84 % ročně. A úvěr na refinancování původní hypotéky je možné získat s úrokem od 1,74 % ročně,“ uvedla Dagmar Náhlíková, vedoucí úseku vývoje bankovních produktů finanční skupiny Wüstenrot.

V Praze žije sám každý desátý člověk

Největší poměr lidí, kteří preferují bydlení bez partnera, je v Pardubickém kraji, a to 21 %. Vysoký podíl singles či mingles najdeme také v Jihočeském kraji, kde tvoří 17 %. V Praze žije tímto způsobem každý desátý člověk.

Mingles se chtějí vyhnout stereotypu

Klasickým příkladem mingles jsou Ivana s Petrem z Prahy, kteří jsou spolu už čtyři roky. Oddělený život jim vyhovuje. „Po třech letech společného života jsme se rozhodli, že budeme bydlet spolu, a tak jsem se k Petrovi nastěhovala. Po půl roce nám ale došlo, že

takhle to fungovat nebude. Každý z nás potřeboval svůj prostor a čas sám pro sebe. Ve společném bytě to byl najednou problém. Proto jsme se domluvili, že si najdu byt a na nějaký čas zkusíme žít odděleně a začneme zase randit. Změna náš vztah oživila a podařilo se nám přebít stereotyp, který nás předtím trápil. V dohledné době se určitě neplánuji nastěhovat zpět k Petrovi, spíše přemýšlím o hypotéce, abych si mohla koupit vlastní byt. Petr ten svůj také vlastní. Vidíme v tomto kroku dobrou investici a hlavně jistotu do budoucna,“ vysvětlila třicetiletá Ivana, která zatím bydlí v pronajaté garsonce v Pardubickém kraji. (tz)



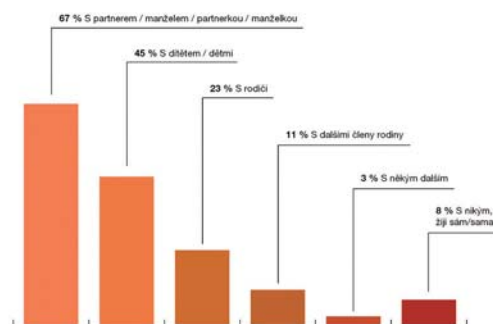
Singles

Single je osoba, která z různých důvodů žije sama o samotě, bez partnera. Jedná o lidi produktivního věku, kteří se tak buď sami rozhodli, nebo zkrátka nemají s kým žít.

Mingles

Výraz mingle vznikl spojením anglických slov "married, but single". Jsou to dvojice, které spolu sice chodí, ale nechtějí spolu bydlet. Mají rády své soukromí a nehodlají s nikým sdílet domácnost. Naopak si užívají svobody a toho, že mohou s partnerem „randit“.

Otázka: S kým žijete ve společné domácnosti?



wüstenrot

INZERCE

vitaPR

Komunikací rostete!

PR plné vitality.

www.vitapr.cz



Sazka už hlásí víc milionářů než za celý loňský rok

Sazka vygenerovala v letošním roce rekordní počet milionářů v historii svého působení na českém trhu. Noví čeští milionáři přibývají díky loňské úpravě Sportky a zavedení jackpotu v prvním pořadí, ale také díky hře Eurojackpot. Počet nových korunových milionářů je v roce 2015 už v červenci nejvyšší v celé dosavadní historii společnosti Sazka.

Zatímco v průběhu celého roku 2014 vyhrálo u Sazky částku vyšší než milion korun celkem 106 sázejících (rozdělili si celkem 911 444 888 korun), v roce 2015 už se z výhry převyšující milion korun radovalo celkem 109 milionářů a jeden miliardář. Sazka tak letos jen na výhrách přesahujících milion korun vyplátila už téměř tři miliardy. Výrazný podíl na této částce má především výhra v Eurojackpotu, díky které si šťastný sázející z Pardubicka přišel na 2,466 miliardy korun. „Jsme rádi, že díky úpravě Sportky vyhrávají v průměru dva lidé týdně víc než milion korun, a tak se rozšiřuje možnost plnit si své sny pro více lidí,“ řekla Veronika Marková, tisková mluvčí Sazky.

Loterie v Čechách od středověku, nikdy nebyly štedřejší

Počátky organizovaných loterií v Česku se datují do šestnáctého století. Napříč minulostí loterie přechaly jak změny režimů, tak také

řadu politických překážek. Nikdy dříve nevzniklo na českém území díky loterním hrám během jediného roku tolik milionářů, jako právě letos.

Počty milionářů produkované loterií začaly růst především po roce 1989. Poslední tři roky byly pro legendární hru Sportka klíčové: v roce 2011 obštátnila 75 milionářů, v roce 2013 87 milionářů, o rok později už více než sto. A nyní, tj. pět měsíců před koncem roku, překonala loňské maximum čítající 106 výherců nad milion korun.



Miliony se vyhrávají hlavně ve Sportce a v Eurojackpotu

Na milionových výhrách v roce 2015 se podílela především Sportka s doplňkovou hrou Šance, která letos zatím vygenerovala 60 milionářů. „Významným důvodem rekordního počtu milionářů je samozřejmě také loňské zavedení Eurojackpotu a Plus Mega. Od 8. května do 12. června 2015 se každý sázející Eurojackpotu v Česku automaticky zapojil do hry Plus Mega, kdy bylo každý pátek na základě sedmimístných kódů sázenek vylosováno pět výherců. Ti si odnesli výhru jeden milion korun,“ vysvětlila nárůsty milionových výher Veronika Marková a dodala: „Do konce letošního rekordního roku očekáváme, že hry Sazky potěší celkem víc než 160 nových milionářů.“ Nejvíce dosavadních milionových výher v roce 2015 putovalo na účty sázejících z Prahy (20) a Středočeského kraje (15), nejméně milionářů Sazka zatím letos „vytvořila“ na Plzeňsku (4) a v jižních Čechách (2). (tz)



Statistika milionářských výher podle her Sazky (2015)

Název hry	Počet milionářů
Šťastných 10	4
Sportka + Šance	60
Eurojackpot + Extra 6	42
Kasička	1
TOTO Sazka	1
Euromiliony	1



Jak dokážeme být fajn...

Navykli jsme si uvažovat v negacích. Závídet těm, co mají dobrou náladu. Dělat naschvály kolegům. Nadávat na úředníky. Proklínat městskou hromadnou dopravu. A bůhví co ještě. Dnes ale nechci vzpomínat, kdo mne včera tak zvané vytočil, do koho jsem se navezla a na koho jsem se ráno naježila. Jednak si to moc nepřipouštím, jednak na to nemám čas. Raději si vychutnávám pohodu z posledního jednání s technikem

od jisté energetické společnosti, který nejenže přijel ve smluvený termín, ale byl uctivý a příjemný, vstřícný a pohotový, zkrátka žádný problém. Stejně tak si považuji jiného odborníka, který mi měl doma posoudit přemístění jedné „technologické“ skříňky z bodu A do bodu B. Nebylo mu jedno, s jakými náklady to udělá, kolik budeme muset rozsekát zdi a kam se kabel nakonec protáhne. Naopak přemýšlel, hledal úsporné a co nejjednodušší řešení. A rozloučil se s úsměvem. A já o tom znova a znova přemýšlím. Jací my, lidičky, jsme a jací bychom mohli být. Možná, že již procitáme, a víme, že nemá smysl někoho naštvat a pak teprve po něm něco chtít. Možná, že jsme přišli na princip bumerangu. Možná chceme mít dny veselejší, prostě v pohodě. No a oceňujeme, že na to nejsme sami.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Přímému prodeji se v ČR věnuje téměř 280 000 lidí

Prodej mimo kamenné obchody či e-shopy zaznamenal v roce 2014 opět růst. Vyplývá to z průzkumu evropské Asociace přímého prodeje SELDIA. Společnosti, které se při prodeji spoléhají na své distributory, prodaly v Evropě v roce 2014 zboží za více než 25 miliard eur. Z průzkumu také vyplývá, že přímému prodeji se v České republice věnuje 276 000 lidí, z nichž většina jsou ženy. V České republice dosáhly obraty společností přímého prodeje celkem 6,4 miliardy korun, což představuje nárůst proti roku 2013 o 0,3 %. Do průzkumu se zapojily společnosti sdružené v evropské Asociaci přímého prodeje. Jde například o společnost Amway, Vorwerk, Just či Partylite. Hlavní podmínkou členství v organizaci je dodržování přísného etického kodexu osobních prodejců.

Celoevropsky je největšími odbětišti přímého prodeje Německo, dále stojí Francie a Rusko. Celosvětově je první USA, následují Čína, Japonsko a Jižní Korea. Evropa z celkového obratu přímého prodeje tvoří asi 17 %. Ze společností v přímém prodeji celosvětově vede společnost Amway s tržbami 10,8 miliardy USD před Avonem (8,9 miliardy USD) a Herbalife (5 miliard USD). Dohromady společnosti přímého prodeje v roce 2014 tvořily celosvětové tržby v hodnotě 182 miliard dolarů, což je nárůst o 6,4 % proti roku 2013. V rámci přímého prodeje se nejlépe prodávají kosmetické výrobky (36 %), doplňky stravy (20 %) a potřeby a čistící prostředky pro domácnost (11 %).

(tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, srpen 2015

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

Šéfredaktorka: Eva Brixí, e-mail: brixii@prosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@prosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: H.R.G., spol. s r. o., Distribuce: S P Agency

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Nejvyhledávanějšími službám na internetu vévodí masáže, instalatéri a hodinoví manželé

Češi na internetu nejčastěji poptávají služby v masážních salonech, instalátérské práce a výpomoc v domácnosti od tzv. hodinových manželů. Vyplývá to ze statistik internetového portálu pro hledání služeb online Službomat, který zdarma sdružuje na 25 000 tuzemských firem z celé ČR. Lidé na portálu během dvou let fungování vyhledali už milion služeb. Firmám Službomat ročně zprostředkuje zakázky v hodnotě kolem 10 milionů korun.

Ve více než milionu vyhledaných služeb na Službomat.cz je v desíctech těch nejčastějších také servis počítačů, nabídky kosmetických a kadeřnických salonů, firmy nabízející zpracování webových stránek. Velký zájem je také o elektroinstalační práce a o služby elektrikářů či malířů pokojů. Vliv na vyhledávání však má i roční období. Zimním měsícům pravidelně vévodí poptávka služeb spojených s relaxací a odpočinkem, na jaře a na podzim jsou hitem autoservisy nabízející výměnu pneumatik. Během jara, kdy se lidé věnují údržbě svých domácností, pak na řadu přichází tzv. hodinoví manželé, kteří jsou hitem posledních let. Jejich služby využívají nejen samoživitelky, ale i kompletní domácnosti a muži. Poptávka po službách hodinových manželů pak vrcholí na konci léta. „Zpracováváme různé trendy hledanosti a díky nim můžeme poměrně úspěšně předvídat vývoj trhu. Například nejčastěji na internetu služby již nevyhledávají mladé ženy, ale muži v produktivním věku. Zajímavé také je, že podle našich statistik je nejvíce služeb vyhledáváno v pondělí, úterý a ve čtvrtek. Naopak středa či pátek poptávce nijak zvlášť nepřeje,“ sdělil ředitel portálu Službomat Vojtěch Lambert.

Zakázky pro firmy v hodnotě 10 milionů ročně

Za poslední dva roky Službomat eviduje přes milion vyhledaných služeb u 25 000 registrovaných firem. Zdarma sdružuje firmy všech velikostí či živnostníky. Uživatelé portálu jejich služby a práci průběžně hodnotí, což je pro nově přichozí užitečným vodítkem při výběru. Ročně portál firmám zprostředkuje zakázky za zhruba deset milionů korun a nabízí i další výhody, jako je například bezplatné vytvoření profilu, který nahrazuje webové stránky, dále placené marketingové programy a reklamní formáty. Výhodou pro ty podnikatele, kteří nemají optimalizované webové stránky pro mobilní zařízení je to, že při zaregistrování na portálu Službomatu se jejich služby zobrazí i na přenosných zařízeních na předních pozicích. „Aktuálně u uživatelů výrazně dominují přístupy z klasického počítače, a to z 85 %. Počet přístupů z chytrých telefonů a tabletů se ale začne do budoucna jistě zvyšovat,“ dodal Vojtěch Lambert.

Statistiky z průzkumu jednoho milionu vyhledávání na Službomat.cz

Poměr muži vs. ženy:	60/40 %
Hlavní cílová skupina:	25–34 let
Nejvíce přístupů ve dnech:	pondělí, úterý, čtvrtek
Poměr přístupů počítač / mobilní zařízení:	85/15 %
Uživatelé nejčastěji využívaný vyhledávač:	Chrome
Počet firem v databázi:	25 000

Portál Službomat.cz nabízí na jednom místě možnost vyhledání a porovnání všech druhů služeb a firem na území celé České republiky. Od svého spuštění v květnu 2013 registruje 25 000 firem a Čechům pomohl již doslova milionkrát najít potřebnou službu. Uživatelům umožňuje hledání podle kategorie služeb, přesné lokace či dle hodnocení předchozích uživatelů. Firmám nabízí zdarma možnost registrace a vytvoření vlastního profilu, který nahrazuje vlastní webové stránky. Zpoplatněny jsou jen doplňkové služby, například sponzorované odkazy a bannerová reklama. Službomat.cz funguje jako webová stránka, ale také ve verzi pro chytré telefony.

(tz)

Chalupy letos čekají velké rekonstrukce

Na 70 % českých chatařů a chalupářů chystá na letošní rok velké investice. Přibližně 70 % utratí za rekonstrukce více než 25 000 Kč. Nejčastěji budou investice směřovat na úpravy interiéru a novou výmalbu. Pětina chalupářů si na rekonstrukce půjčí. Ukázal to aktuální průzkum GE Money Bank.



Interiér, nová střecha nebo zateplení. To všechno plánují čeští chalupáři v letošním roce koupit nebo zrekonstruovat. Přes 90 % majitelů objektů pro rodinnou rekreaci plánuje investovat více než 10 000 Kč. Nejvíce z nich, přes 40 %, se zaměří na náročnou přestavbu interiéru, jako jsou příčky, krovy nebo schody. Další téměř 30 % se chystá na opravu střechy a přibližně 25 % bude zateplovat nebo izolovat celou chalupu. Tyto rekonstrukce spolknou méně než 25 000 Kč v 30 % případů. V téměř 50 % zainvestují částku od 25 000 Kč do 100 000 Kč a ve více než 20 % případů se investice vyšplhají dokonce na více než 100 000 korun.

„Češi tráví na chalupách hodně času a logicky chtějí, aby to bylo co nejpříjemnější místo,“ řekla Milada Franek, tisková mluvčí GE Money Bank. „Letos se do oprav a zvelebování pustí opravdu ve velkém. Náš průzkum ukázal, že se téměř polovina českých chalupářů vrhne hned do několika velkých oprav najednou,“ doplnila Milada Franek.

Ani menší úpravy nebudou chybět. Vedle velkých rekonstrukcí se čeští chataři a chalupáři chystají i na drobnější opravy. Nejvíce z nich bude letos natírat a malovat (69 %). Přes 37 % z dotazovaných odpovědělo, že má v plánu opravu nebo stavbu nového plotu.

Další nejčastěji plánovanou rekonstrukcí je úprava osvětlení, na kterou se chystá téměř 30 % chalupářů. Přibližně 20 % se rozhodla k opravě nebo výměně oken, podlah či okapů.

Nový gril i nábytek

Tím však podle průzkumu GE Money Bank investice českých chalupářů letos nekončí. Necelých 75 % z nich plánuje nákup nového vybavení do domku nebo na zahradu. Ze zahradního vybavení si více než 25 % dotázaných v letošním roce vybere ke koupi nový gril a dalších 22 % obohatí zahradu u chalupy o nový nábytek. K chatě nebo rodinnému domu v tuzemsku patří často i bazén, který si letos pořídí dalších 15 % respondentů. Necelých 25 % dotazovaných se také rozhodlo pro nákup nových spotřebičů do chalupy a v neposlední řadě si 21 % pořídí nábytek do interiéru.

Investice pokryje půjčka

Pokud jde o celkovou výši investic, tak téměř 53 % z chalupářů bude v letošním roce investovat do rekreačních objektů méně než 50 000 Kč. Druhá polovina chalupářů však

sáhne do kapsy mnohem hlouběji. Na 25 % vlastníků rekreačních objektů uskuteční investice ve výši od 50 000 Kč do 100 000 Kč. Další 14 % pak vloží do rekonstrukce mezi 100 000 Kč a 250 000 Kč. Posledních 8 % z dotázaných plánuje, že nové investice budou dokonce vyšší než čtvrt milionu korun.

„Pro financování letošních investic se pětina chalupářů chystá si peníze půjčit. Z průzkumu vyplynulo, že téměř 70 % z nich by nejraději využilo běžný spotřebitelský úvěr,“ uvedla Milada Franek. „V případě náročnějších rekonstrukcí se nicméně může stát, že náklady na renovaci budou vyšší, než se původně očekávalo. Pro podobné situace je proto potřeba počítat s finanční rezervou, kterou nabízí například revolvingová půjčka Expres Plus od GE Money Bank,“ dodala Milada Franek.

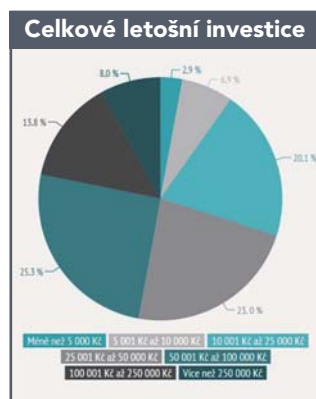
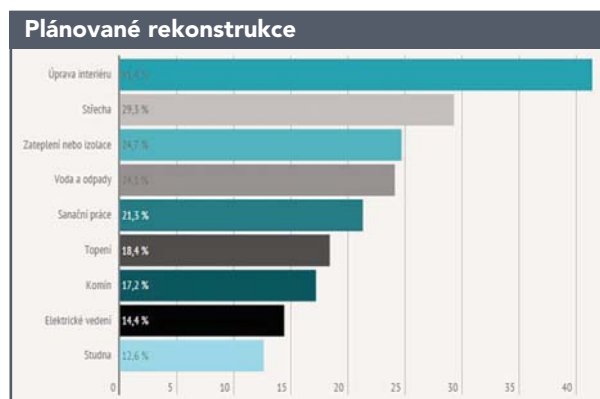
Expres Plus

Půjčka Expres Plus nabízí klientům finanční rezervu a možnost půjčovat si opakovaně bez nutnosti opětovného schvalování. Hlavní výhodou této nezajištěné spotřebitelské půjčky až ve výši 300 000 Kč je možnost si kdykoliv bez dalšího schvalování znovu půjčit již splacenou část.

Možnou součástí půjčky je také rezerva ve výši až 25 %, kterou mohou klienti kdykoliv využít. Například k půjčce 80 000 Kč je tak možné získat rezervu až 20 000 Kč.

Expres Plus jako vůbec první bankovní spotřebitelská splátková půjčka v Česku umožňuje zákazníkům také výběr peněz z bankomatů a přímé platby u obchodníků a na internetu. To vše díky Kartě k Expres Plus. Na rozdíl od debetní karty klient čerpá peníze přímo z úvěru. Platí v ČR i v zahraničí a na rozdíl od kreditní karty je určená zejména k větším nákupům.

(tz)





TOS VARNSDORF a.s.
Říční 1774, 407 47 Varnsdorf,
Česká republika
Tel: +420 412 351 203,
Fax: +420 412 351 269
E-mail: info@tosvarnsdorf.com
www.tosvarnsdorf.com
www.tosvarnsdorf.eu

VODOROVNÉ FRÉZOVACÍ A VYVRTÁVACÍ STROJE VODOROVNÁ OBRÁBĚCÍ CENTRA

Největší český výrobce obráběcích strojů si letos připomíná sto let od vzniku první vodorovné vyvrtávačky. Nejen tradice, ale především dovednost a nápaditost svých lidí, to je základ, na kterém společnost staví.

Vodorovné vyvrtávačky stolové a deskové, obráběcí centra, speciální stroje - to vše umocněno pestrou nabídkou služeb.

Více na

www.tosvarnsdorf.cz

WHtec 130



WRD 130/150 (Q)



WHR 13 (Q)

