

TÉMA | www.denik.cz/podnikani



Vítězové pandemie? Banky a e-shopy

Velké firmy si za epidemie zpravidla polepšily. Trpěli hlavně živnostníci.

JIRÍ JANDA

Bohatí ještě více bohatnou a chudí zase ještě více chudnou. Tak by se dal jednoduše shrnout efekt některých změn a vládních opatření, které do ekonomiky loni vnesla koronavirová pandemie. Kupříkladu čtveřice největších bank v zemi si tak oproti předchozímu roku v čistém zisku letos za první pololetí polepšila asi o 45 procent. Dobře si stojí také e-shopy. Naproti tomu gastro a cestovní ruch jsou dál „na odpis“. Vyplývá to z průběžných výsledků o hospodaření za loňský a částečně i letošní rok, které firmy zveřejňují právě nyní, v období prázdnin.

OBCHODY NA SÍTI

Například tržby českých e-shopů ve druhém čtvrtletí letošního roku oproti loňsku, kdy již byly rekordní, ještě vzrostly o více než deset procent. Jen za druhý kvartál webové obchody utržily 50,45 miliardy korun. Raketově roste také počet nových

e-shopů, jen za tyto měsíce jich přibýlo více než tři tisíce, takže jich v Česku celkem působí již přes 41 tisíc.

Obchodování přes internet tak výrazně posiluje podíl na maloobchodu. „Majitelé kamenných obchodů byli nuceni přesunout svůj byznys na internet, stejně tak se změnilo i chování zákazníků,“ pochvaluje si Samuel Huba ze společnosti Shoptet, která internetovým obchodníkům poskytuje kompletní správu služeb. „Stále platí, že efekt covidu na českou e-commerce působí, a dá se očekávat, že vánoční sezona bude zcela jistě rekordní,“ uvedl.

PORAŽENÉ RESTAURACE

Vládní zakázky a omezení napak obrazně řečeno podtrhly nohy zejména oborům jako gastronomie a cestovní ruch, bez prostředků často zůstali také soukromí podnikatelé z oblasti kultury. Po jistou dobu je při životě držely vládní podpůrné programy. „Kritické bylo nesporné období, kdy již skončily, ale fakticky plný návrat k běžnému fungování podnikatelů nebyl možný,“ řekl Deníku Josef Jaroš z Asociace malých a středních podniků. Jako poražené tak z krize

vycházejí zejména oblíbené restaurace do nedávna hojně navštěvované zahraničními turisty. Zkrachovaly například známé podniky Bellevue v centru Prahy či plzeňská Beer Factory. „V historickém centru podnikatelé trpí, jejich tržby dosahují jen asi 30 až 40 procent,“ řekl Deníku Luboš Kastner ze skupiny Hospodská. „Restauratéri nanejdvůlejší pokrývají náklady, ale nejsou schopni vytvářet zisk, protože vzrostly náklady i cena práce. Takže je to pořád boj o přežití,“ uvedl.

Podle jeho odhadu již skončilo s podnikáním zhruba 15 procent hospod, do příštího jara jich bude plná čtvrtina. Podle analytičky Hospodské komory Kariny Kubelkové krize dále dopadla zejména na služby, jako jsou prádelny či fitness centra. „Důvodem byla mimořádná opatření vlády spojená s pandemií a změna chování spotřebitelů, kterou krize přinesla,“ řekla Kubelková Deníku. Z krize se tak budou

dlouho zotavovat zejména firmy podnikající v cestovním ruchu nebo pořadatelé konferencí. „Zřejmě se již nikdy nevrátí do stavu před koronavirovou krizí,“ řekla Deníku Kubelková.

To potvrzuje i František Peterka z vyhledávače Explorio.cz, který se zaměřuje na ubytování a rodinnou turistiku. Kdo z hoteliérů to očekával, má podle něj smůlu. „Češi se přestali bát experimentu a rádi si připlatí,“ uvedl Peterka. „Půjčci si karavan, provětrají koronavirové úspory ve SPA hotelu nebo jdou prostě do privátu v podobě chalupy, apartmánu nebo městského bytu půjčeného od majitele,“ konstatoval.

Za problémy firem ale podle odborníků nestojí jen koronavirus. Podle ředitelky společnosti Next Finance Markéty Šichtařové nyní sklízíme hořké plody politiky centrálních bank a jejich nízkých úrokových sazeb. „Jejich teorie měla vést ke zrychlení hospodářského růstu, ale vedla k pravému opaku,“ řekla Šichtařová Deníku. Nůžky mezi chudými a bohatými se ale podle ní budou rozevírat stále více.

„Restauratéri nanejdvůlejší pokrývají náklady, ale nejsou schopni vytvářet zisk, protože vzrostly náklady i cena práce.“

Luboš Kastner, Hospodská

Kdo vydělal, kdo tratil

deník

KOMU SE NAPŘÍKLAD DAŘÍ LÉPE

- » **Česká spořitelna** za 1. pololetí vykazovala zisk 6,6 miliardy korun (o 43 % víc než v předchozím roce)
- » **Komerční bance** vzrostl v 1. pololetí zisk oproti předchozímu roku o 91 procent na 6,6 miliardy korun
- » **ČSOB** vzrostl v 1. pololetí zisk oproti předchozímu roku o 33 procent na 3,2 miliardy korun
- » **UniCredit Bank** v ČR a na Slovensku za 1. čtvrtletí vzrostl zisk oproti loňsku o 33 procent na 3,2 miliardy korun
- » **Škoda Auto** – za první čtvrtletí zvýšila provozní zisk o 46 %, rekordní zisky po loňské ztrátě hlásí i mateřský Volkswagen
- » **ČEZ** – čistý zisk za 1. pololetí sice klesl na 1,6 miliardy korun, důvodem byla ale účetní operace (opravná položka)
- » **Sokolovská uhelná** – loni měla zisk 104,6 milionu korun (oproti ztrátě 330,5 milionu v roce 2019)
- » **Sazka** – za první čtvrtletí jí stoupl zisk o 44 procent na 887 milionů korun

KOMU SE NAPŘÍKLAD DAŘÍ HŮŘE

- » **Kofola** – loni zisk poklesl o 3,7 procenta na 6,17 miliardy korun
- » **Coca-Cola** – loni jí zisk klesl o 89 procent na 40,3 milionu korun
- » **Agrofert** – loni mu zisk klesl o 16 procent na 3,76 miliardy korun
- » **T-Mobile** – loni mu zisk klesl o sedm procent na 5,09 miliardy korun
- » **Třinecké železářny** – loni jim zisk klesl o 23,1 procenta na 469 milionů korun
- » **Hyundai** – loni jim zisk klesl o 43 procent na 3,18 miliardy korun
- » **Praždroj** – loni mu zisk klesl o pětinu na 3,8 miliardy korun



ZDROJ: ČTK, ÚDAJE FIREM

Nahlédněte s denik.cz i za hranice regionu
www.denik.cz/nareci

více uvnitř

Deník Extra jsou regionální noviny s největším nákladem a nejvýhodnější cenou inzerce



Jeden z klíčových produktů vydavatelství Vltava Labe Media má od května nové webové stránky www.denikextra.cz, kde klienti najdou potřebné informace o tomto titulu včetně ceníku inzerce.

MARTIN NEVJEL

Důležité zprávy z vašeho okolí, témata, zábava i soutěže – to je ve zkratce Deník Extra. Každý měsíc vydáváme přes 2 miliony kusů tohoto titulu, který milí zdarma do schráněk v domech, do míst s větší frekvencí lidí a je také součástí sobotního Deníku jako jeho příloha.

„Díky největší síti regionálních redaktorů v ČR pokrýváme dění v každém okrese a čtenářům Deníku Extra tak přinášíme důležité zprávy z místa jejich bydliště. V každém vydání navíc otevíráme i nová regionální a celostátní témata, využíváme také vstupny od návštěvníků našich webů,“ říká k obsahu šéfredaktor Deníku Extra Martin Pleva.

Na stránkách tohoto měsíčníku podle něj čtenáři pravidelně nacházejí i speciální témata, rozhovor měsíce se známou osobností, stránky zábavy, oblíbenou výherní

křížovku, příspěvky čtenářů reportérů, tipy na výlety či zajímavosti z regionálního sportu. „Zdarma tak čtenář dostává noviny, které stojí zato prolistovat a pročit od začátku do konce,“ zdůrazňuje Martin Pleva. Deník Extra vychází stejně jako klasický Deník v 70 okresních mutacích a jedná se o plnohodnotný zpravodajský titul, protože redakční část výrazně převyšuje tu inzertní a dlouhodobě se pohybuje nad 60 % rozsahu titulu. Přesto je inzerce nedílnou a důležitou součástí Deníku Extra, který díky tomu čtenáři dostávají zdarma.

„Díky vysokému počtu výtisků má Deník Extra bezkonkurenčně nejnižší cenu za jeden otiskovaný inzerát. Inzerce má navíc díky 70 samostatným mutacím napříč ČR možnost okresního, krajského nebo celostátního cílení,“ vysvětluje ředitel regionálního obchodu František Olbert.

Každé vydání Deníku Extra je zaměřeno na cílovou skupinu ve věku 30 až 70 let s ukončeným středoškolským a vyšším vzděláním. „Kombinovaná distribuce dostává Deník Extra do více než 45 % schránek domácností v ČR, vkládá se i do sobotního vydání Deníku plus je k máni na stovkách samostatných distribučních míst. Inzertní zásah tohoto titulu je tak skutečně obrovský,“ dodává ještě František Olbert.

Více informací o Deníku Extra a možnostech inzerce v tomto titulu s nejvyšším nákladem v Česku najdete na nových webových stránkách www.denikextra.cz.



TERMÍNY VYDÁNÍ DENÍKU EXTRA V ROCE 2021

- sobota 16. ledna
- sobota 6. února
- sobota 13. března
- sobota 10. dubna
- pondělí 10. května
- sobota 5. června
- sobota 3. července
- sobota 14. srpna
- sobota 11. září
- sobota 2. října
- sobota 6. listopadu
- sobota 4. prosince

1. místo

3denní letecký zájezd na fotbalové utkání dle výběru ze španělské, anglické, italské nebo německé ligy. Zájezd obsahuje letenky, 2 x ubytování a vstupenku na vybraný zápas.

2. místo

4denní pobyt v jedinečném lázeňském resortu se všemi službami pod jednou střechou – ve Spa Resortu PAWLÍK – AQUAFORUM ****, Františkovy Lázně

3. místo

2denní pobyt v Plzni s návštěvou Plzeňského Prazdroje, luxusní večeří a ubytováním na 1 noc + dárek

deník
zaměstnanecká liga

2 GÓLY JEDNOU RANOU

Vážení zaměstnavatelé a zaměstnanci, VLTAVA LABE MEDIA, vydavatel regionálního Deníku, pořádá

2. ročník Deník – zaměstnanecké ligy ve fotbale

Pojďme se společně vrátit do života příjemnou sportovní akcí.

- » Zaměstnanecká liga je ideální akce pro posílení týmového ducha a zábava pro celou firmu a jejich rodinné příslušníky.
- » Navíc máme pro firmy mnoho benefitů v podobě prezentace v regionálním Deníku.

Přihlašte se již dnes na www.zamestnaneckaliga.cz

V některých okresech máme ještě volná místa pro dohrávku 1. ročníku!