

Češi nakupují nejrychleji a vánoční nákupy si užívají

Češi jsou přeborníci v rychlosti a efektivitě nakupování. Do obchodu za běžnými nákupy chodí v průměru desetkrát do měsíce, zatímco Rusové, Rumuni a Poláci skoro dvakrát častěji. V obchodech strávíme v průměru o třetinu méně času než další středo- a východoevropské národy, ale na útratách se to nijak neodráží. Vyplyvá to z průzkumu GE Money Multiservis, který se letos v říjnu uskutečnil v ČR, Rusku, Lotyšsku, Polsku, Maďarsku a Rumunsku.

Běžným nákupům Češi věnují šest hodin měsíčně, všechny ostatní sledované národy pak výrazně více. „Z velké části je to dáno oblibou a dostupností hypermarketů a supermarketů v ČR. Zatímco lidé v ostatních zemích mnohem častěji navštěvují rozličné malé obchody v okolí svého bydliště, kde tráví i hodně času, Češi preferují větší prodejny, kde nakupují běžné zboží na několik dní dopředu,“ uvádí Charlie Coode, předseda představenstva a generální ředitel GE Money Multiservis.

V supermarketech a hypermarketech pravidelně nakupuje sedm z deseti Čechů, malé obchůdky s domácí atmosférou pak mají nejraději Poláci. I když Češi nákupy nijak neprotahují, přesto stráví běžným nakupováním celkem půl roku svého života. Svou oblíbenou prodejnu vybírají Češi v první řadě podle cen. Mezi další důležité faktory patří dostupnost z práce nebo domova, otevírací doba a také dřívější zkušenost s prodejnou nebo s konkrétní značkou obchodního řetězce.

Za běžné nákupy utratí Češi ročně v průměru 56 736 Kč. Nejčastěji platíme hotovostí, stále častěji ale používáme i platební karty. Kartami již platí v obchodech více než polovina Čechů. „V jejich používání jsme neaktivnější ze všech sledovaných zemí,“ říká Charlie Coode. „Češi v posledních letech objevují zejména výhody kreditních karet, a rychle tak dohánějí západní Evropu,“ dodává. K té se blížíme i ve výdajích za zboží dlouhodobé spotřeby. Elektroniku nebo nábytek pořizují lidé v ČR ve srovnání s jinými středoevropskými národy nejčastěji.

Výsledky průzkumu také ukazují, že jsou to ženy, kdo většinou spravuje rodinný rozpočet a rozhoduje o tom, co se v rámci běžných nákupů pořídí. Společně rozhodování obou partnerů přichází na řadu až u větších položek, například u vybavení domácnosti. Ženy a muži se také liší pohledem na samotné nakupování. Pro čtyři z deseti mužů je to stresující činnost a ztráta času, ženy ho častěji považují za relaxaci nebo dokonce svůj koníček.

Čeští muži i ženy chtějí letos shodně utratit za vánoční dárky v průměru 7850 Kč, což je v porovnání s ostatními sledovanými národy výrazně nejvyšší částka. Za dalších zhruba 3410 Kč hodlají Češi nakoupit potraviny, nápoje, vánoční stromky a další vánoční zboží. Průměrná čtyřčlenná rodina (rodiče a dvě malé děti) tak celkem na Vánoce utratí přibližně 22 520 Kč. To je minimálně dvakrát více, než jsou výdaje například Lotyšů, Rumunů nebo Rusů.

Češi si také na rozdíl od ostatních sledovaných národů vánoční nakupování doslova užívají. Zatímco například Rumuni stráví honbou za dárky v průměru pět hodin, Češi nakupují téměř třikrát déle, a to přes 14 hodin. Více času přitom v obchodech tráví ženy. Zatímco každý druhý Čech stihne nakoupit kompletní vánoční nadílku do devíti hodin, téměř čtvrtina žen k tomu potřebuje více než 20, tedy téměř celý den i noc.

Pravidelné nákupy domácností	ČR	Maďarsko	Lotyšsko	Polsko	Rumunsko	Rusko
Nakupujeme nejméně jednou denně	12 %	33 %	35 %	39 %	32 %	39 %
Počet nákupů za měsíc	10x	17x	17x	17x	17x	18x
Průměrná částka utracená měsíčně (EUR)	197	184	191	220	139	236
Odhad kolik času měsíčně strávíme cestou do obchodu	3h 10 min	4h 29 min	3h 52 min	3h 36 min	4h 44 min	4h 12 min
Odhad kolik času strávíme měsíčně pravidelnými nákupy	6h 6 min	10h 14 min	7h 27 min	8h 7 min	10h 23 min	9h 49 min
Nejčastěji navštěvovaný obchod	Supermarket (43 %)	Krámeč (34 %)	Supermarket (52 %)	Krámeč (58 %)	Krámeč (52 %)	Supermarket (44 %)
Využití jakékoliv karty v uplynulém roce	52 %	28 %	49 %	27 %	11 %	11 %
Využití jakékoliv úvěru v uplynulém roce	17 %	8 %	21 %	5 %	5 %	6 %
Kdo rozhoduje o čase, místě a obsahu nákupu	Žena (49 %)	Žena (40 %)	Žena (38 %)	Žena (47 %)	Žena (40 %)	Žena (46 %)
	Společně (29 %)	Společně (36 %)	Společně (38 %)	Společně (28 %)	Společně (35 %)	Společně (30 %)

McDonald's otevřel 78. restauraci v ČR

Společnost McDonald's otevřela svou již 78. restauraci v České republice v novém obchodně-společenském centru Arkády Pankrác v Praze. Restaurace je součástí tzv. food court, tedy místa, kde je k dispozici více rozmanitých občerstvovacích stánků a jeden společný prostor k posezení. McDonald's provozuje v České republice v rámci food courtů devět svých restaurací. První taková byla otevřena 15. ledna 1999 jako součást food courtu Shopping Park Brno IKEA.



V 11. ČÍSLE NAJDETE:

- Nebezpečné chyby v bezpečnosti potravin
- Ideální vánoční balení
- Baby produkty

Regal 11/2008 vyšel 20. listopadu
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Další expanze v Číně

Britská maloobchodní společnost Tesco plánuje další expanzi v Číně. V příštím roce se podle ČTK chystá otevřít nové obchody ve východních provinciích Šan-tung a Fu-tien, a rozšířit tak svoji působnost po celém východním pobřeží země. Kromě toho bude firma i nadále pokračovat v otevírání nových obchodů v severovýchodní provincii Liao-ning, kde již nyní působí a je zde jedničkou. V plánu má vstoupit do všech 14 měst provincie.

V současnosti provozuje v provincii se 42 miliony obyvatel 11 obchodů, včetně pěti hypermarketů v hlavním městě Šen-jang, desátém největším městě Číny. Tesco od roku 2004 zdvojnásobilo svoji velikost na čínském trhu. Na celkových tržbách skupiny má však oblast stále velmi malý podíl. Za rok do 23. února celkové tržby skupiny činily 51,8 mld. liber (1,6 bil. Kč). Tržby na čínském trhu však činily pouze 702 mil. liber.

Maloobchodní tržby klesly o 2,8 %

Maloobchodní tržby ve Spojených státech amerických klesly v říjnu nejvíce v historii, a to o 2,8 %. Ekonomové přitom odhadovali pokles o 2,1 %. Maloobchodní tržby bez zahrnutí prodeje automobilů klesly o 2,1 %, zatímco ekonomové předpokládali pokles o 1,2 %.

Pokles se dá očekávat i v dalším období, když spotřebitelé omezují své výdaje, na kterých se negativně promítá současná krize, jež vede k rostoucí nezaměstnanosti, poklesu akcí a dalšímu znehodnocování cen domů. Maloobchodní společnosti na to reagují snížením svých projekcí pro následující sváteční sezonu, která může být nejhorší za posledních šest let.

Národní ceny kvality ČR

Na slavnostním večeru byla 20. listopadu ve Španělském sále Pražského hradu předána ocenění udělená ve 14. ročníku Národní ceny kvality ČR. Vítězům je předal předseda Senátu Parlamentu ČR Přemysl Sobotka, ministr průmyslu obchodu Martin Říman, náměstkyně ministra životního prostředí Rut Bízková, náměstek ministra vnitra Zdeněk Zajíček a další významné osobnosti. Národní cena kvality je nejvýznamnější ocenění, jaké může firma či organizace získat. Uděluje se v 80 zemích světa a jejího předávání se ujímají prezidenti států (např. v USA, Francii), představitelé monarchií (Švédsko, V. Británie), předsedové vlád a další čelní představitelé. V Evropě se Národní ceny udělují podle jednotných pravidel Evropské nadace pro management kvality (EFQM) a vítězové se mohou zapojit do celoevropské soutěže EFQM Excellence Award.

Nový obchod Tchibo v Arkádách Pankrác

V obchodním centru Arkády Pankrác byl otevřen už 23. obchod Tchibo v ČR. Tchibo má své obchody v nákupních centrech v Praze, Brně, Ostravě, Plzni, Českých Budějovicích, Zlíně, Olomouci, Mladé Boleslavi, Mostě a Jihlavě. Před několika dny otevřelo také první obchod Tchibo na Slovensku. Firma chce i nadále investovat do expanze. „Rychle rosteme a porosteme i v dalších letech. Budeme posilovat svoje postavení kávové jedničky a budeme uvádět nové kolekce kvalitního spotřebního zboží za dostupné ceny. Budeme také stále rozšiřovat svoji distribuční síť, aby naše nabídka byla co nejdostupnější,“ říká Jana Budíková, generální ředitelka Tchibo Praha.



Opustí Rossmann a Ahold tuzemský trh?

Česká pobočka drogistické sítě Rossmann ve své výroční zprávě podle HN uvádí, že „nadále vykazuje významné provozní ztráty a není schopna uhradit všechny splátky půjček“. Rossmann je tak dalším z velkých hráčů na domácím trhu, o jejichž odchodu se pořád víc spekuluje. Dalšími adepty jsou obchodní řetězec Ahold, dvojka celého trhu, nebo lídr obchodu s elektronikou Electro World. Podle zdrojů HN je už vážným zájemcem o Rossmanna jiný německý řetězec Schlecker. Obchodní šéf Rossmanna Florian Knauer přitom ujišťuje, že společnost určitě na českém trhu zůstane. „Na podporu našeho podnikání máme teď v mateřské Rossmann Central Europe dalších 5 milionů eur,“ vyvrací silici podezření o odchodu z ČR. Podobně brání pozici Aholdu, dvojky celého maloobchodního trhu, šéf českého zastoupení Johannes Boeijenga. Ahold přitom už má kumulovanou ztrátu z uplynulých let téměř 4 mld. Kč. „Chceme tu být, vidíme tu další potenciál a máme ještě pár věcí, které tu chceme udělat,“ říká Johannes Boeijenga. „Pokud jde o Ahold, je prodej už jen otázkou času,“ tvrdí ovšem několik zdrojů HN. Podle expertů je teď spíš problém v tom, že řetězce sice na prodej jsou, ale ještě se nerozhoupali kupci.

Mio Rock-and-Roll promo

Dne 14. listopadu začala nová propagační kampaň Mio. Každý koncový zákazník, který zakoupí jeden z vybraných modelů z řady GPS navigací Mio Moov, dostane dárek pro zpestření cesty – tančící figurku. Akce se vztahuje na modely: Mio Moov 200u, 330e/u, 360u, 370u.

Blíží informace a seznam prodejen nabízejících GPS navigace v propagačním balení jsou na webu www.mio.com/cz a u autorizovaných partnerů.

Freeport zaujal webovými stránkami

První místo v žebříčku Obchod a prodej se v rámci soutěže WebTop100 získaly webové stránky prvního outletového centra v ČR – Freeport International Outlet – www.freeport.cz. WebTop100 je projekt, který hodnotí webové stránky českých firem a umožňuje srovnání kvality webů v rámci hlavního a oborových žebříčků. Firmy podnikající na území ČR se mohou do soutěže přihlásit v 11 oblastech. Webové stránky outletového centra Freeport pocházejí z dílny grafického studia Pecka Design, které se umístilo se svým vlastním webem celkově na třetím místě a na prvním místě v oborovém žebříčku IT. Studio rovněž získalo ocenění Designová trefa.

Obalový kongres a Obalový galavečer

Dne 27. listopadu se uskuteční 2. český a slovenský Obalový kongres a galavečer. Kongres je zaměřený na trendy balení potravin, nové materiály a technologie pro exportní balení. Místem konání je kongresový komplex Olympik-Artemis, Praha - Karlín. Všichni jeho účastníci jsou po zakončení kongresu také zváni na Obalový galavečer, který se uskuteční tamtéž od 19.30. Jeho součástí je slavnostní předání trofejí a certifikátů za oceněné exponáty v české národní soutěži Obal roku, jejímž mediálním partnerem je také odborný časopis Regal. Více informací: www.syba.cz.

Úspěšná veřejná nabídka akcií

V návaznosti na veřejnou nabídku svého podílu ve společnosti Ecolab se sídlem v St. Paul, Minnesota, USA a zpětný odkup akcií společností Ecolab se společnost Henkel zavázala odprodat celkem zhruba 67,1 milionu kmenových akcií společnosti Ecolab. Firma Henkel tím získá výnos v celkové výši přibližně 2 mld. dolarů (cca 1,6 mld. eur) před zdaněním a odečtením výdajů.

Pomocí výnosu z prodeje společnost hodlá snížit svůj nesplacený dluh. „Odprodej podílu ve společnosti Ecolab umožní společnosti Henkel více se zaměřit na hlavní obor jejího podnikání,“ prohlásil Lothar Steinebach, finanční ředitel společnosti Henkel. „Navíc tato divestice výrazně přispěje k tomu, abychom si udrželi rating A,“ dodává.

Subway míří na Slovensko

Na Slovensko přijde mezinárodní řetězec rychlého občerstvení Subway. První obchod s plněnými sendviči a saláty by měl otevřít kolem Vánoc v centru Bratislavy, další by měly následovat v metropoli i jiných slovenských městech během příštího roku. Napsal to slovenský list Hospodárske noviny (HN).

„Licence pro Slovensko jsme začali prodávat v březnu letošního roku, první prodejna by mohla být otevřena už v prosinci,“ potvrdil HN oblastní manažer firmy pro střední Evropu Martin Princ. Provozy by měly vzniknout v Bratislavě, Trenčíně a Košicích.

V současnosti mohou Slováci kupovat rychlé občerstvení například v sítích obchodů McDonald's, Kentucky Fried Chicken anebo Pizza Hut.

Ahold zvýšil zisk

Jak uvedla ČTK, nizozemský maloobchodní řetězec Ahold hospodařil ve třetím čtvrtletí se ziskem před úroky a daní (EBIT) 262 mil. eur (asi 6,7 mld. Kč). To je meziroční nárůst o 11 % a lepší výsledek, než čekali analytici. Ti v anketě agentury Reuters počítali se ziskem 250,6 mil. eur. Ahold potvrdil, že provozní marže by v letošním roce měly být v rozsahu 4,8 až 5,3 %, což je v souladu s původními vyhládkami. Podnik však pozorně sleduje chování spotřebitelů a je připraven reagovat, pokud by lidé začali mít při nakupování jiné priority než dosud. Ahold generuje více než polovinu tržeb ve Spojených státech. Tam se nyní zaměřuje na snižování cen, což jemu i rivalům, jako je Wal-Mart Stores či Kroger, přináší užitek. V době hospodářského útlumu, jakým USA teď procházejí, lidé více šetří a více kupují levnější zboží.

Efektivní plánování logistiky

Společnost Immo Industry Group (IIG), evropský developer průmyslových a logistických nemovitostí projektovaných na míru,

(Pokračování na stránce 3)

The Nielsen Company převzala AMAR Research

Společnost The Nielsen Company oznámila uzavření dohody o převzetí společnosti AMAR Research, která se zabývá průzkumem trhu ve farmaceutické maloobchodní síti ve střední Evropě. Podmínky převzetí oznámeny nebyly. Nielsen díky akvizici rozšíří své současné možnosti sledování a pokrytí trhu v této oblasti. Nabídne tak výrobcům i prodejcům farmaceutik rozšířenou možnost monitoringu tohoto důležitého a dynamicky se rozvíjejícího trhu.

Společnost AMAR Research sídlí v Brně působí v regionu střední Evropy již mnoho let, během kterých si vytvořila silnou klientskou síť v oblasti farmaceutických a FMCG výrobců. V současné době poskytuje své služby průzkumu trhu v České republice, na Slovensku, v Maďarsku, v Polsku a v Rumunsku.

Největší CPI Retail Park otevřen

Dne 12. listopadu otevřela investorská skupina CPI Group první část příbramského CPI Retail Parku, hobbymarket OBI. Zbývající část dosud největšího obchodního parku z portfolia skupiny CPI Group se otevře do konce listopadu. CPI Retail Park Příbram zahrnuje také objekt s devíti obchodními jednotkami o celkové ploše 7000 m², který byl otevřen 20. listopadu, a hypermarket Tesco. Obchodní areál leží v jihozápadní části města, kde navazuje na kruhový objezd a komunikaci Příbram – Březnice.

Kromě hypermarketu a hobbymarketu mohou návštěvníci nakoupit v prodejnách Hervis sport, Baťa, Pompo, Elektro Planeo, SuperPet, Lidovka, boutique Brašnicková a boutique Personality. Odpočinek mezi nákupy nabízejí kavárna a restaurace.

Slevy prostřednictvím Beneficio Clubu

Všechny druhy poukázek společnosti Accor Services se nově staly vstupenkou do internetového Beneficio Clubu a jeho prostřednictvím k řadě slev a výhod v desítkách obchodů, restaurací, divadel, sportovišť atd. (např. Marionnaud Parfumeries, Eiffel Optic, Pizza Go Home...).

Všichni držitelé poukázek Accor Services (může se jednat o stravenky Ticket Restaurant či nejrůznější volnočasové i jiné poukázky) se po jednoduché registraci na www.beneficioclub.cz dostanou od 1. prosince do databáze slev, které s jednotlivými partnery vyjednal Accor Services výhradně pro Beneficio Club. Vybírat lze ze čtyř tematických skupin – volný čas, nakupování, wellness a gastronomie, a vždy je zaručena minimální sleva 5 %.



Expert Elektro pokračuje v reklamní kampani

Společnost Expert Elektro pokračuje v reklamní kampani s názvem Změníme Váš život, určené k podpoře prodeje elektro výrobků a zvýšení povědomí o značce Expert. Druhou fází kampaně doplní série televizních spotů opět spojená s Richardem Genzerem a Michalem Suchánkem. Spoty běží od 15. listopadu exkluzivně na TV Nova. Podzimní a zimní reklamní aktivity navazují na celorepublikovou kampaň, kterou společnost zahájila v květnu letošního roku.

Multimediální kampaň vytvořili sami protagonisté a kromě mixu televizních spotů zahrnuje i více než 340 spotů v délce 20-25 sec. na rádiu Impuls. Duo Genzer a Suchánek se také během roku objeví na sedmi stech billboardech. Vizualizace obou umělců s vybranými produkty doprovodí všechny letákové akce.

S&T zvýšil prodej IT služeb

Nadnárodní systémový integrátor S&T zaznamenal ve třetím čtvrtletí růst prodeje IT služeb a konzultací. V oblasti outsourcingu IT služeb tržby vzrostly o 23,2 % na 655 mil. Kč. Prodejní čísla divize podnikových řešení, která zahrnuje softwarová řešení a SAP konzultace, vzrostla ve třetím čtvrtletí o 1,3 % na 1 mld. Kč. Příjmy této divize se během letošních prvních devíti měsíců zvýšily o 12,4 % na 2,9 mld. Kč. „Odhad tržeb celé skupiny S&T za letošní rok je kolem 13 mld. Kč, přičemž provozní hospodářský výsledek (EBIT) by mohl dosáhnout až 300 mil. Kč. Tím by se firma těsně přiblížila k rekordním hospodářským výsledkům z loňského roku,“ říká Jiří Košťál, ředitel tuzemské pobočky S&T CZ.

(Pokračování ze stránky 2)

vedla na trh software, který usnadňuje plánování logistiky. Nástroj pro optimalizaci sítě a vizualizaci na bázi internetu, vyvinutý pobočkou IIG – Immo Industry Logistics and Process Solutions (IILPS), umožňuje klientům průběžně vyhodnocovat distribuční a zásobovací logistickou síť.

Zatím posledním významným uživatelem tohoto softwaru se stal ukrajinský maloobchodní řetězec Evrotek.

InBev převzal Anheuser-Busch

Belgický pivovar InBev dokončil podle HN převzetí amerického konkurenta Anheuser-Busch za 52 mld. dolarů. Spojením podniků vznikl největší výrobce piva na světě. InBev dále uvedl, že již získal všechna potřebná povolení regulačních orgánů.

Transakci již schválili také akcionáři obou podniků. Sloučená skupina nese jméno Anheuser-Busch InBev, napsala agentura AP. Pivovar InBev již dříve slíbil, že transakce pomůže značce Budweiser společnosti Anheuser-Busch v expanzi na rozvíjejících se trzích, jako jsou například Rusko, Čína a Brazílie. Společnosti Anheuser-Busch a InBev loni vyrobily celkem 460 mil. hektolitrů piva a utržily 36,4 mld. dolarů.

Personálie

- Představenstvo francouzské obchodní skupiny Carrefour jmenovalo Larse Olofssona novým CEO. V této funkci nahradí José Luise Durana, který odchází po 18 letech ze společnosti.

- Společnost KPMG Česká republika oznámila personální změny ve vedení oddělení Forenzních služeb a jeho další rozšíření. Partnerem KPMG pro střední a východní Evropu odpovědným za oblast poradenství při řešení sporů byl nedávno jmenován Michael Peer. Do Forenzního oddělení společnosti KPMG ve střední a východní Evropě nedávno nastoupil Alexander Nagy na pozici ředitele odpovědného za forenzní audity, které se zaměřují na odhalení machinací a zkresení ve finančních výkazech.

- Na nově vzniklou pozici sales & marketing manažera společnosti TÜV SÜD Czech nastoupil Pavel Tomíček. Na této pozici povede oddělení, které se zabývá vývojem nových produktů, řízením vztahů s klíčovými zákazníky společnosti, marketingem a PR.

- Marketingovým manažerem KFC pro Českou republiku se stal Stanislav Pekárek, který bude zodpovědný za rozvoj značky. Na této pozici nahrazuje Marii Vackovou, která odešla do Polska vést tamní tým. V potravinářství se pohybuje již několik let. Naposledy pracoval jako brand manažer ve společnosti Opavia-LU a dříve v Kofole.