



ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA
K DOTAZNÍKOVÉMU
ŠETŘENÍ



ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA K DOTAZNÍKOVÉMU ŠETŘENÍ

Z A D A V A T E L

PASSERINVEST
G R O U P

PASSERINVEST GROUP, a.s.
Nad Petruskou 3, 120 00 Praha 2
tel.: 02/21 58 21 11
www.paserinvest.cz

R E A L I Z A C E

C.R.S.
N E T W O R K

CRS Network, spol. s r.o.
V Háji 1214/13, 170 00 Praha 7
tel.: 02/83 87 23 01
www.crs-net.cz

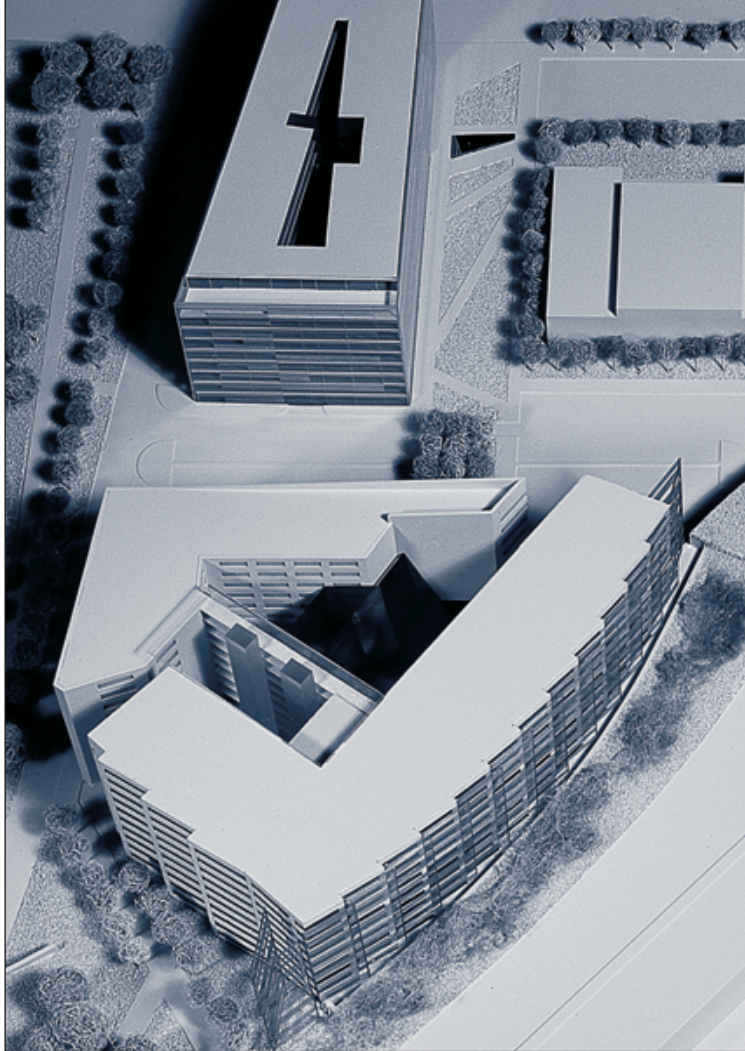
O B S A H

ZKRATKY A NÁZVOSLOVÍ	5
ÚVOD	7
STRATEGIE	9
ANALYTIKA	9
SOUHRNNÉ HODNOCENÍ	
KOMENTÁŘE A DOPORUČENÍ	
ZÁVĚR	43
TISKOVÉ ZPRÁVY	47
POZNÁMKY	49



ZKRATKY A NÁZVOSLOVÍ

BB-C	BB Centrum
PST	PASSERINVEST Group, a.s.
SNZ 01	současní nájemci – zaměstnanci – 1. dotazníkové šetření
SNM 01	současní nájemci – management – 1. dotazníkové šetření
BNZ 01	budoucí/potenciální nájemci – zaměstnanci – 1. dotazníkové šetření
MSZ 01	možní spotřebitelé služeb (Nová Brumlovka + obchody + služby) – zaměstnanci – 1. dotazníkové šetření
MSM 01	možní spotřebitelé služeb (Nová Brumlovka + obchody + služby) – management – 1. dotazníkové šetření
C, B, A, a, b, g	názvy budov BB Centra
NB	Nová Brumlovka
WTP	(willingness to pay) – ochota platit za nabízené služby, zjišťuje se v absolutní úrovni a její citlivost vůči změnám kvality služeb a výši cen
VA	volnočasové aktivity
SB	Shuttle Bus - alternativní způsob dopravy zaměstnanců a klientů do BB-C z blízkých uzlových bodů MHD
Jan	typický zaměstnanec s pracovištěm v BB Centru, odpovídající nejvyšším četnostem odpovědí v daném dotazníku
SN	Statisticky nevýznamné .. nízká četnost odpovědí na daný dotaz .. nedostatečná vypovídací schopnost
ET	Eurotel Praha, s.r.o.



ÚVOD

Passerinvest Group ve spolupráci se společnostmi CRS Network a CRS Management, současnými i budoucími nájemci BB Centra, realizoval v dubnu a květnu 2001 rozsáhlé dotazníkové šetření ROZVOJ LOKALITY BB CENTRUM.

Průzkumu s pracovním kódem SNZ 01 se zúčastnilo 294 osob, tedy téměř 20 % zaměstnanců firem, dislokováných v BB-C. Cílem průzkumu bylo primárně:

- ▶ podchytit potřeby a přání současných uživatelů ploch BB Centra,
- ▶ zjistit nedostatky ve službách a vybavení budov
- ▶ zjistit překrytí požadovaných a nabízených služeb
- ▶ ověřit míru negativního/pozitivního vnímání projektu BB-C mezi lidmi, kteří BB-C „spotřebovávají“ jako uživatelé

Průzkumu s pracovním kódem SNM 01 se zúčastnilo 11 osob, exekutivních manažerů firem sídlících v BB-C. Cílem průzkumu bylo primárně:

- ▶ ověřit zájem současných nájemců
- ▶ o zřízení Shuttle Bus linky,
- ▶ zřízení nových podzemních parkovacích stání
- ▶ zjistit názor na spotřebu sportovních a relaxačních aktivit NB zaměstnanců jednotlivých firem v denní době tak, aby byla zajištěna ekonomika provozu NB.

Průzkumu s pracovním kódem BNZ 01 se zúčastnilo 180 zaměstnanců společnosti Eurotel. Cílem průzkumu bylo primárně:

- ▶ podchytit potřeby a přání budoucích uživatelů ploch BB Centra
- ▶ zjistit překrytí požadovaných a nabízených služeb

Dotazníky typu MSZ a MSM se nebudou týkat administrativní části areálu. Jsou zaměřeny na NB, nabízené služby a optimalizaci skladby obchodních ploch s cílem maximalizovat dosažené nájemy za plochy.

Průzkumu s pracovním kódem MSZ 01 se zúčastní zaměstnanci společností:

- ▶ s více, než 50 zaměstnanci (v sídle)
- ▶ s převažující administrativní a obchodní činností
- ▶ se sídlem ve spádové oblasti NB

Cílem průzkumu bude primárně:

- ▶ ověřit zájem respondentů spotřebovat služby NB a navazující
- ▶ zjistit míru a progresivitu WTP
- ▶ zjistit překrytí požadovaných a nabízených služeb

Průzkumu s pracovním kódem MSZ 01 se zúčastní exekutivní management společností:

- ▶ s více, než 50 zaměstnanci (v sídle)
- ▶ s převažující administrativní a obchodní činností
- ▶ se sídlem ve spádové oblasti NB

Cílem průzkumu bude primárně:

- ▶ zjistit názor na spotřebu sportovních a relaxačních aktivit NB zaměstnanců jednotlivých firem v denní době tak, aby byla zajištěna ekonomika provozu NB
- ▶ zjistit míru a progresivitu WTP



STRATEGIE

Iniciace

- potřeba PST
 - ▶ ověřit si správnost projektového záměru NB,
 - ▶ ověřit si poptávku po službách a obchodních plochách ze strany budoucích spotřebitelů
 - ▶ zjistit spokojenost současných uživatelů BB-C s parametry, vybavením a poskytovanými službami

Postup

- Stanovení tématických okruhů (PST, nájemci)
 - ▶ osobní data respondentů
 - ▶ spokojenost/nespokojenost s vybavením/službami BB-C
 - ▶ způsob dopravy, Časy a vzdálenosti dopravy, přístupnost MHD, parkování
 - ▶ poptávka po službách/obchodech/sportovních a relaxačních aktivitách, lékařských službách předpokládaná frekvence jejich spotřeby a očekávané výdaje (sport)
 - ▶ vlastní hodnocení BB-C, nespécifikované okruhy problémů
- formulace dotazů vzhledem ke
 - ▶ způsobu dotazování
 - ▶ způsobu vyhodnocování

• volba způsobu

- ▶ dotazování (kombinace tištěných a HTML dotazníků)
- ▶ distribuce (papírové – předání a sběr v centrálním místě a určené době, HTML – dohoda se správcem intranetových sítí)
- ▶ vyhodnocování
 - kombinace kvantitativních a kvalitativních ukazatelů
 - databázové zpracování dat
 - manuální odstranění nežádoucích vlivů – extrémů, chyb, „vtipných“ odpovědí atd.
 - souhrnné textové hodnocení
 - poznámky k jednotlivým dotazům
 - soubor doporučení
- ▶ distribuce výsledků
 - PST – plné znění
 - Nájemci – obdrží podrobné výsledky za svou společnost a souhrnná čísla za celý areál
 - Potenciální nájemci – obdrží souhrnná data o spotřebitelských preferencích
 - K dispozici je tištěná a www podoba výsledků, možnost uspořádání Focus groups (viz vstupní nabídka)

ANALYTIKA

Analytická část je dělena dle okruhů (SNZ, SNM, BNZ ad.) a obsahuje:

- ▶ Osobní a definiční data cílové skupiny
- ▶ Otázky a odpovědi
- ▶ Grafické a tabulkové výstupy z jednotlivých dotazů
- ▶ Komentáře, dodatky a specifika k jednotlivým dotazům



SNZ 01 - SOUHRN

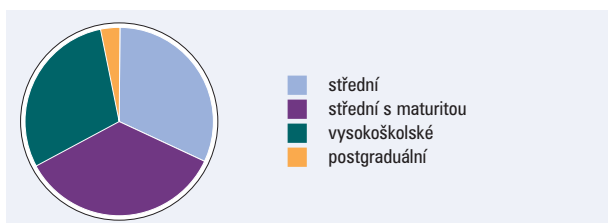
Respondentů celkem: 294 tedy 100 %

Věk:

- 19 - 59, průměr = 29.469
- 1/4 respondentů je mladších 24 let
- 3/4 respondentů je mladších 33 let

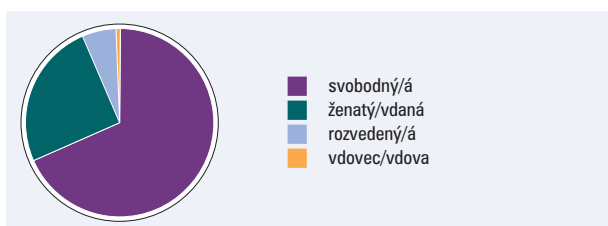
Nejvyšší dosažené vzdělání: (294, tedy 100 %)

- a) střední = 95, tedy 32,31 %
- b) střední s maturitou = 102, tedy 34,69 %
- c) vysokoškolské = 88, tedy 29,93 %
- d) Postgraduální = 9, tedy 3,06 %



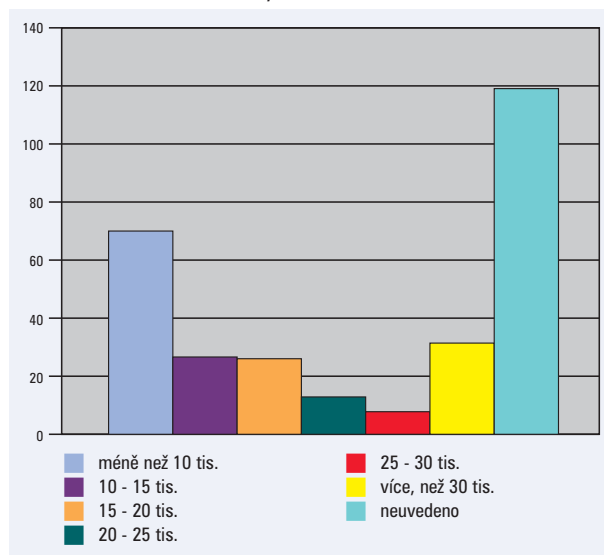
Rodinný stav: (294, tedy 100 %)

- a) svobodný/á = 201, tedy 68,36 %
- b) ženatý/vdaná = 74, tedy 25,17 %
- c) rozvedený/á = 17, tedy 5,78 %
- d) vdovec/vdova = 2, tedy 0,68 %



Čistý měsíční příjem v Kč: (294, tedy 100 %)

- a) méně než 10 tis. = 70, tedy 23,8 %
- b) 10 - 15 tis. = 27, tedy 9,18 %
- c) 15 - 20 tis. = 26, tedy 8,84 %
- d) 20 - 25 tis. = 13, tedy 4,42 %
- e) 25 - 30 tis. = 8, tedy 2,72 %
- f) více než 30 tis. = 31, tedy 10,54 %
- neuveдено = 119, tedy 40,47 %

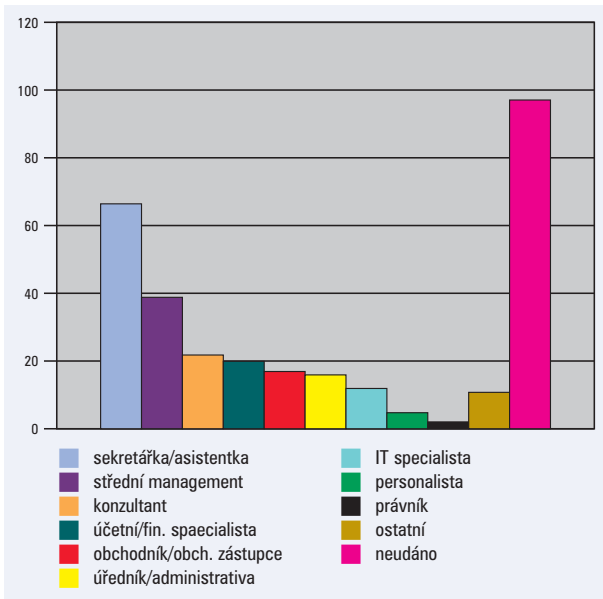


Jan je zakrátko třicetiletý svobodný člověk se středním vzděláním a čistým měsíčním příjmem 15 tisíc Kč. Pracuje ve velké společnosti a jeho sociální status je nadprůměrný. Výše uvedené parametry:

- jsou velmi dobré z hlediska předpokládaných nákupů zboží a služeb, zejména VA
- budou níže potvrzeny zájemem o specifické obchody, služby a VA, četnost jejich spotřeby a WTP

1 Jakou pozici ve společnosti zastáváte? (197, tedy 67 %)

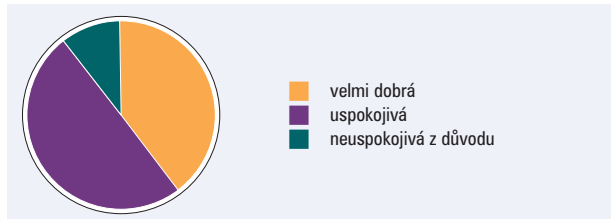
sekretářka/asistentka	53, tedy 26 %
střední management	39, tedy 20 %
konzultant	22, tedy 11 %
účetní/fin. specialista	20, tedy 10 %
obchodník/obch. zástupce	17, tedy 9 %
úředník/administrativa	16, tedy 8 %
IT specialista	12, tedy 6 %
personalista	5, tedy 3 %
právník	2, tedy 1 %
ostatní	11, tedy 6 %
neudáno	97



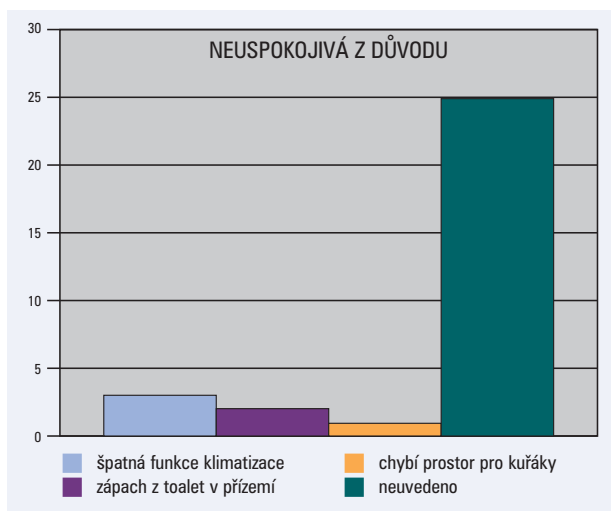
Struktura zaměstnanosti je složena výhradně z nevýrobních povolání. Převládají administrativní, manažerské a odborné pozice. Struktura odpovídá výše uvedené struktuře vzdělání a příjmů dle referenčních vzorků české populace. Struktura zaměstnanosti je výhodná z hlediska spotřeby zboží, služeb i VA, neboť administrativní pracovníci utrácejí více za stravování, zboží a služby spojené se vzhledem a ošacením a zejména za VA (sport a relax).

2 Kvalita nájemních prostor v BB Centru, ve kterých naše společnost sídlí je (294, tedy 100 %)

- a) velmi dobrá = 116, tedy 39,45 %
 b) uspokojivá = 147, tedy 50 %
 c) neuspokojivá z důvodu = 31, tedy 10,54 %



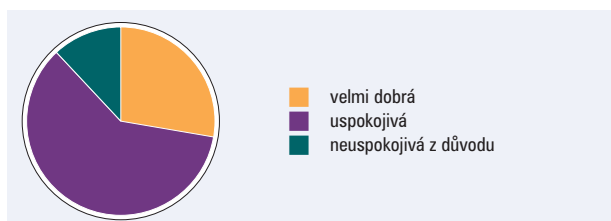
- 1) špatná/nedostatečná funkce klimatizace 3
 2) zápach z toalet v přízemí 2
 3) chybí prostor pro kuřáky 1
 4) neuváděno 25

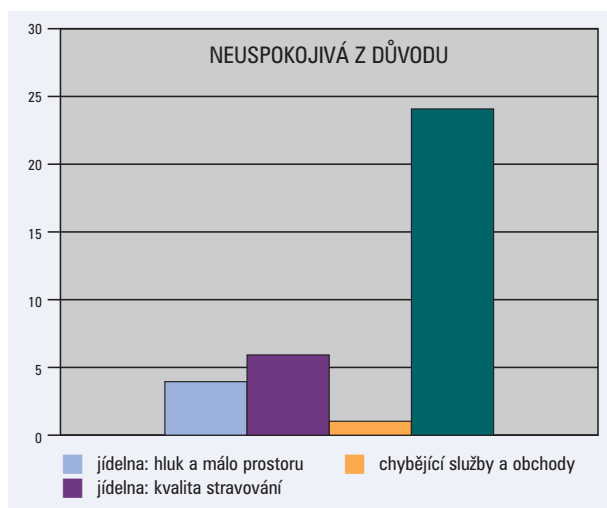


90 % respondentů je spokojeno s kvalitou a vybavením budovy, z toho 40 % bez výhrad !! Míra spokojenosti nájemců s BB Centrem je velmi vysoká. Výtky vůči klimatizaci (resp. možnostem jejího nastavení) se objevují v mnoha níže následujících tématech a do určité míry kazí jinak velmi dobrý dojem z budov BB-C.

3 Kvalita služeb poskytovaných v námi obývaném objektu je (138, tedy 100 %)

- a) velmi dobrá = 45, tedy 32.6 %
 b) uspokojivá = 80, tedy 57.97 %
 c) neuspokojivá z důvodu = 13, tedy 9.42 %
- 1 jídelna: hlučnost a málo prostoru 7
 2 jídelna: kvalita stravování 5
 3 chybějící služby a obchody 1

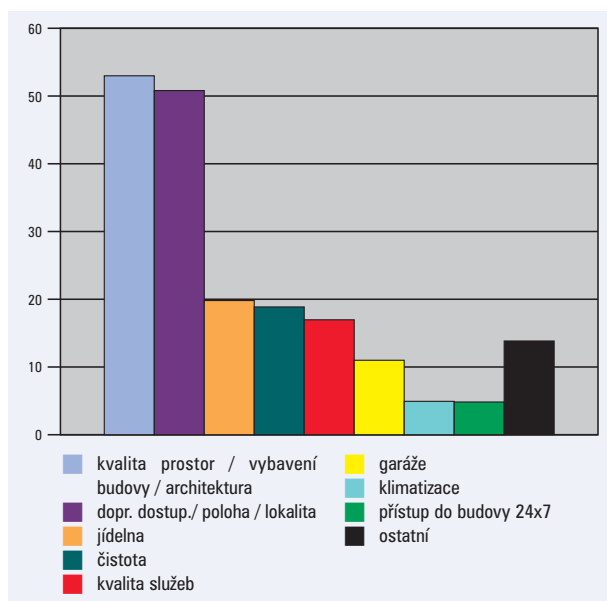




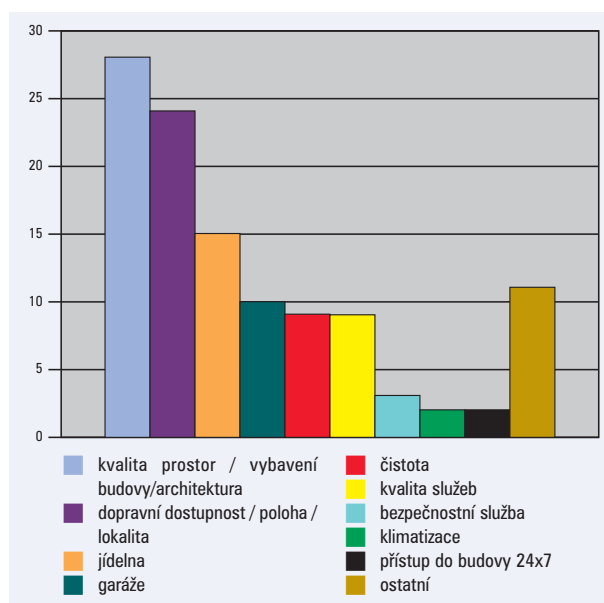
Spokojenost s poskytovanými službami (stávající budovy B a C již nejsou ve vlastnictví PST) lze považovat za velmi vysokou (90 %). Klíčovým faktorem nespokojenosti se službami je stravování v objektech B a C. Ze všech okruhů problémů (dopravní dostupnost, okolí budov, architektura a vybavení, lokalita, vybavenost obchody a službami, VA aj.) jsou právě stravování a klimatizace klíčovými problémy BB Centra.

4 Na objektu/areálu BB-Centra nejvíce oceňují – sestupně dle priority (294, tedy 100 %)

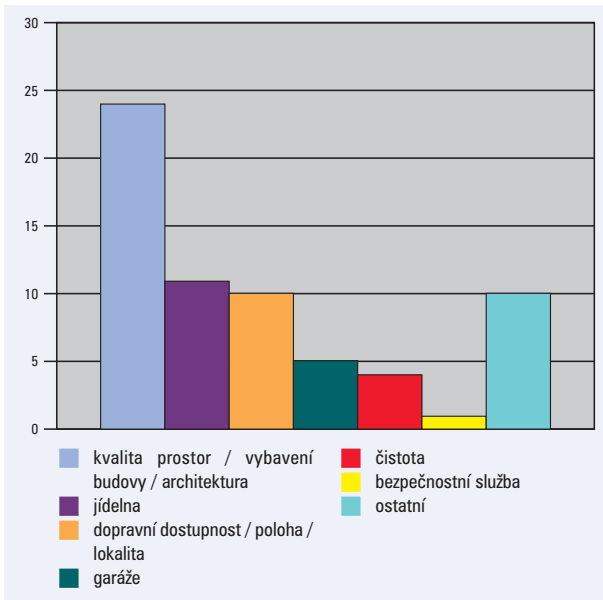
1)	195, tedy 66,32 %
kvalita prostor/vybavení budovy/architektura	53
dopravní dostupnost/poloha/lokalita	21
jídelna	20
čistota	19
kvalita služeb	17
garáže	11
klimatizace	5
přístup do budovy 24x7	5
ostatní	14



2)	113, tedy 38,43 %
kvalita prostor/vybavení budovy/architektura	28
dopravní dostupnost/poloha/lokalita	24
jídelna	15
garáže	10
čistota	9
kvalita služeb	9
bezpečnostní služba	3
klimatizace	2
přístup do budovy 24x7	2
ostatní	11



3)	65, tedy 22,1 %.
kvalita prostor/vybavení budovy/architektura	24
jídlna	11
dopravní dostupnost/poloha/lokalita	10
garáže	5
čistota	4
bezpečnostní služba	1
ostatní	10

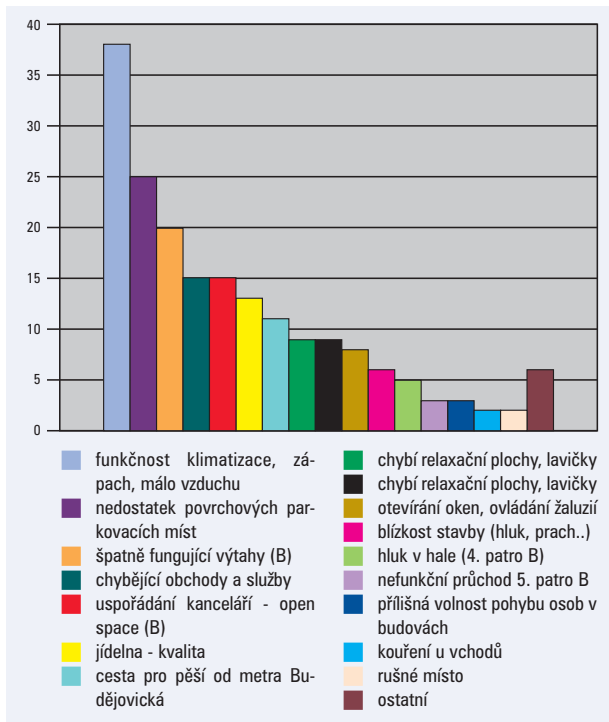


Respondenti měli uvést tři hlavní klady BB-C. 66 % z nich si je vědomo alespoň jednoho výrazného kladu, 38 % vidí dva hlavní klady a 22 % dokonce tři faktory spokojenosti s BB-C.

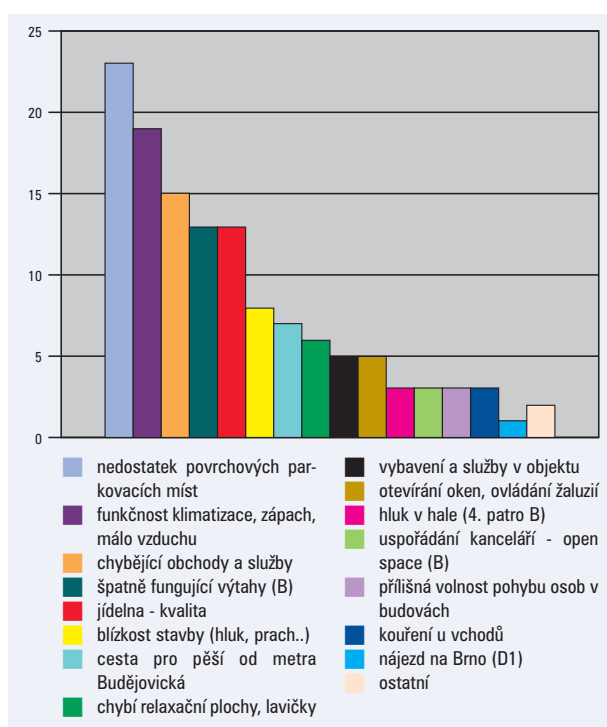
Nejvýraznějším rysem BB-C je spokojenost se vzhledem, vybavením a poskytovanými službami. V těsném závěsu následuje jeho bezkonkurenční poloha z hlediska reprezentativního umístění a excelentní dopravní obslužnosti. Už jen tyto dva hlavní rysy definují BB-C jako dobrou volbu pro sídlo společnosti.

5 K objektu/areálu BB-Centra mám tyto výhody: –sestupně dle priority (294, tedy 100 %)

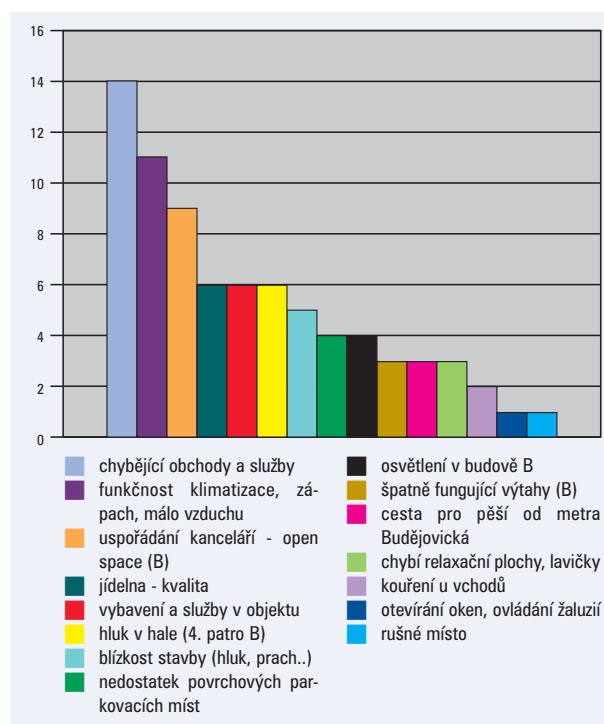
1)	175, tedy 59,52 %.
funkčnost klimatizace, zápach, málo vzduchu	38
nedostatek povrchových parkovacích míst	25
špatně fungující výtahy (B)	20
chybějící obchody a služby	15
uspořádání kanceláří-open space (B)	15
jídlna - kvalita	13
cesta pro pěší od metra Budějovická	11
chybí relaxační plochy, lavičky	9
vybavení a služby v objektu	9
otevírání oken, ovládání žaluzií	8
blízkost stavby (hluk, prach..)	6
hluk v hale (4. patro B)	5
nefunkční průchod 5. patro B	3
přílišná volnost pohybu osob v budovách	3
kouření u vchodů	2
rušné místo	2
ostatní	6



2)	127, tedy 43,19 %.
nedostatek povrchových parkovacích míst	23
funkčnost klimatizace, zápach, málo vzduchu	19
chybějící obchody a služby	15
špatně fungující výtahy (B)	13
jídelsna - kvalita	13
blízkost stavby (hluk, prach..)	8
cesta pro pěší od metra Budějovická	7
chybí relaxační plochy, lavičky	6
vybavení a služby v objektu	5
otevírání oken, ovládání žaluzií	5
hluk v hale (4. patro B)	3
uspořádání kanceláří-open space (B) 3	
přílišná volnost pohybu osob v budovách 3	
kouření u vchodů	3
nájezd na Brno (D1)	1
ostatní	2



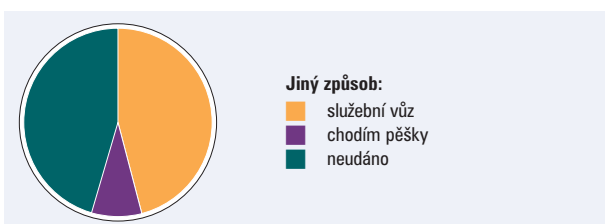
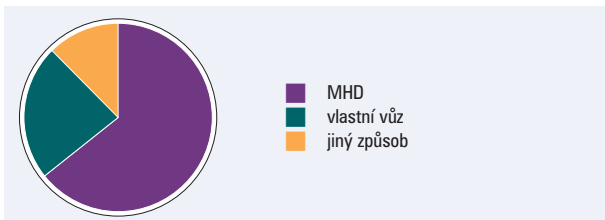
3)	77, tedy 26,19 %
chybějící obchody a služby	14
funkčnost klimatizace, zápach, málo vzduchu	11
uspořádání kanceláří-open space (B)	9
jídelsna - kvalita	6
vybavení a služby v objektu	6
hluk v hale (4. patro B)	6
blízkost stavby (hluk, prach..)	5
nedostatek povrchových parkovacích míst	4
osvětlení v budově B	4
špatně fungující výtahy (B)	3
cesta pro pěší od metra Budějovická	3
chybí relaxační plochy, lavičky	3
kouření u vchodů	2
otevírání oken, ovládání žaluzií	1
rušné místo	1



Dominantního záporu BB-C si je vědomo méně respondentů (59 %), než dominantního kladu (63 %)! Mimo problémů s klimatizací a stravováním je často zmiňováno povrchové parkování (nedostatečná kapacita) a okolí BB-C (neudržovaná cesta k Metru Budějovická, málo relaxačních a zelených ploch, prach a hluk ze stavby). Zajímavá je značná averze zaměstnanců vůči prostorám typu Open Space. Též naprogramování automatizovaných systémů (klimatizace, ovládání výtahů a garážových systémů) by měla být věnována vyšší pozornost)

6 K dopravě do BB Centra používám (294, tedy 100 %)

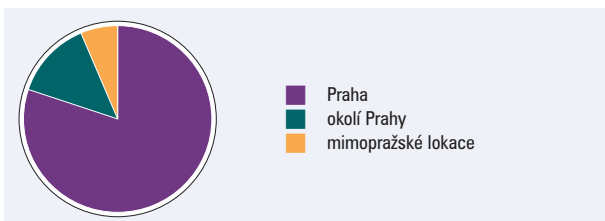
- a) MHD = 188, tedy 63,54 %
 b) vlastní vůz = 69, tedy 23,46 %
 c) jiný způsob = 37, tedy 12,58 %
 služební vůz = 17, tedy 5,78 %
 chodím pěšky = 3, tedy 1,02 %
 neudáno = 17, tedy 5,78 %



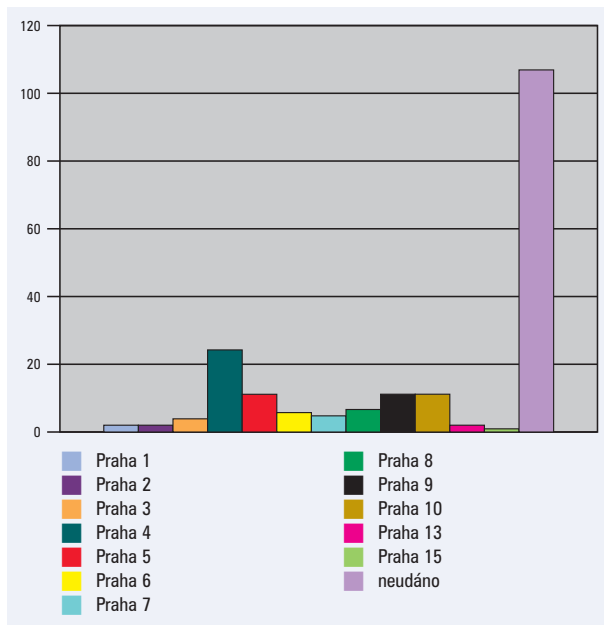
V dopravě do BB-C dominuje MHD, klíčovým uzlem je stanice metra trasy C Budějovická a čtyři návazné autobusové spoje. K vyššímu podílu MHD i výrazně vyšší spokojenosti s překonáním vzdálenosti BB-C - Budějovická by přispělo zbudování aut. zastávek u NB a mezi budovami A a B. Od užívání osobních vozů k dopravě do BB-C ve větší míře odrazují problémy s povrchovým parkováním (podzemní stání jsou též značně limitována).

7 Do BB Centra dojíždím z (294, tedy 100 %)

- a) z Prahy = 236, tedy 80,27 %
 1 = 2, tedy 0,68 % (z 294)
 2 = 2, tedy 0,68 %
 3 = 4, tedy 1,36 %
 4 = 24, tedy 8,16 %
 5 = 11, tedy 3,74 %
 6 = 6, tedy 2,04 %
 7 = 5, tedy 1,70 %
 8 = 7, tedy 2,38 %
 9 = 11, tedy 3,74 %
 10 = 11, tedy 3,74 %
 13 = 2, tedy 0,68 %
 15 = 1, tedy 0,34 %
 neudáno = 107, tedy 45,34 % (z 236)



- vzdálenost 10,5 km, délka jízdy 28,5 minut
- 1/4 zaměstnanců, bydlících v Praze, dojíždí z méně než 5 km za méně než 15 minut
- 3/4 zaměstnanců, bydlících v Praze, dojíždí z méně než 15 km za méně než 40 minut
- nejvyšší udané hodnoty: 30 km a 60 minut



Dopravní dostupnost v rámci Prahy je excelentní a mezi konkurenčními business centry nemá obdoby. Dosáhnout BB Centra lze v průměru za necelou půlhodinu při vzdálenosti 10 km (mix 2/3 MHD a 1/3 osobní vůz). Klíčovými faktory jsou:

- blízkost trasy metra C a stanic Budějovická a Kačerov
- počet návazných linek a spojů
- lokalizace plánovaných zastávek MHD v BB-C
- poloha přímo u D1, se sjezdem přímo do BB-C
- blízkost klíčové křižovatky Průmyslového okruhu a D1
- propustnost Vyskočilovy třídy a navazující komunikace k Vltavě

b) z okolí Prahy = 39, tedy 13,26 %

- vzdálenost 32 km, délka jízdy 35 minut
- 1/4 zaměstnanců, bydlících v okolí Prahy, dojíždí z méně než 24 km za méně než 22,5 minut
- 3/4 zaměstnanců, bydlících v okolí Prahy, dojíždí z méně než 37,5 km za méně než 47,5 minut
- nejvyšší udané hodnoty: 60 km a 65 minut

Dopravní dostupnost BB-C z okolí Prahy je ještě lepší než v rámci Prahy, což je dáno polohou na křižovatce klíčových komunikací. Dosáhnout BB Centra lze v průměru za 35 minut při vzdálenosti 32; km (mix 2/3 MHD a 1/3 osobní vůz). Klíčovými faktory jsou:

- blízkost trasy metra C a stanic Budějovická a Kačerov
- počet návazných linek a spojů
- lokalizace plánovaných zastávek MHD v BB-C
- poloha přímo u D1, se sjezdem přímo do BB-C
- blízkost klíčové křižovatky Průmyslového okruhu a D1
- propustnost Vyskočilovy třídy a navazující komunikace k Vltavě

c) z mimopražských lokací = 19, tedy 6,46 %

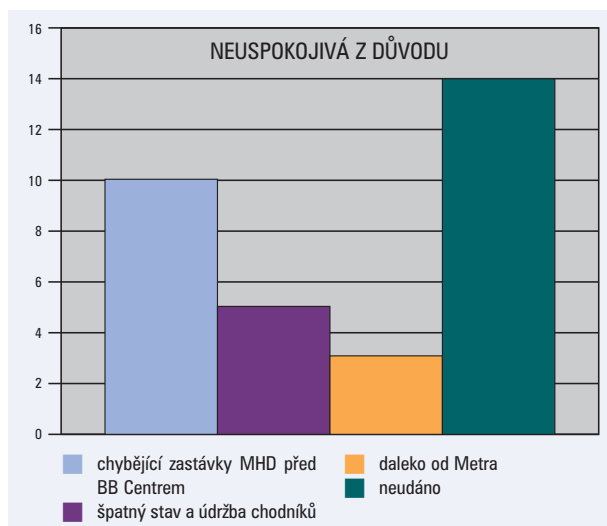
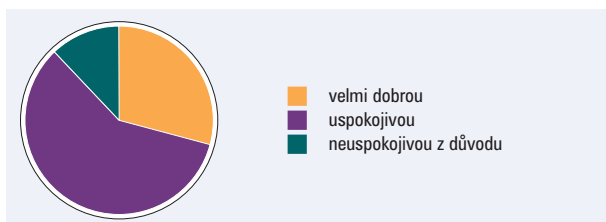
- vzdálenost 83,5 km, délka jízdy 89 minut
- 1/4 mimopražských zaměstnanců dojíždí z méně než 45 km za méně než 45 minut
- 3/4 mimopražských zaměstnanců dojíždí z méně než 120 km za méně než 150 minut
- nejvyšší udané hodnoty: 200 km a 200 minut

Dopravní dostupnost BB-C ze vzdálenějších lokací je predikována polohou BB-C na křižovatce klíčových komunikací. Dosáhnout BB Centra ze vzdálených lokací lze v průměru za 89 minut při vzdálenosti 83 km. Klíčovými faktory jsou:

- blízkost klíčové křižovatky Průmyslového okruhu a D1
- poloha přímo u D1, se sjezdem přímo do BB-C

8 Dopravní dostupnost BB Centra prostřednictvím MHD považují za 294, tedy 100 %

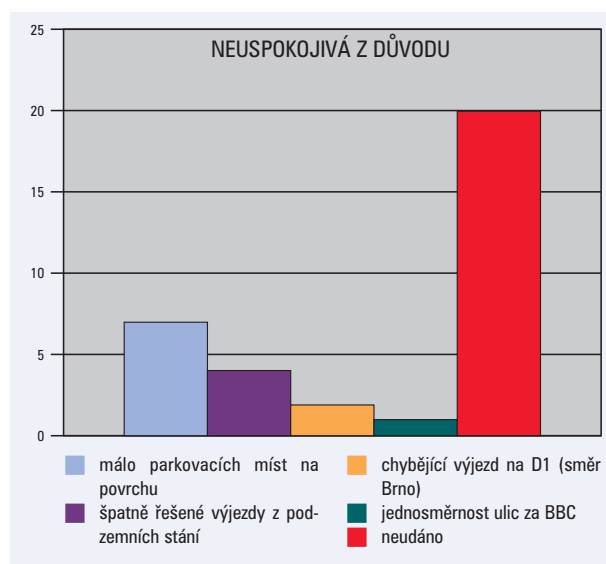
- a) velmi dobrou = 86, tedy 29,25 %
 b) uspokojivou = 173, tedy 58,84 %
 c) neuspokojivou z důvodu = 35, tedy 11,9 %
- chybějící zastávky MHD před BB Centrem = 10, tedy 3,4 %
 - špatný stav a údržba chodníků = 3, tedy 1,02 %
 - daleko od Metra = 5, tedy 1,7 %
 - neudáno = 14, tedy 4,76 %



Významnou změnu vah odpovědí z uspokojivých na velmi dobrou přinese zřízení nových zastávek MHD uvnitř BB-C (všechny neuspokojivé odpovědi souvisejí s tímto problémem). Pak lze očekávat vzrůst váhy MHD na celkové dopravě do BB-C, a tím i pokles zatížení povrchového parkování.

9 Dopravní dostupnost BB Centra vlastním vozem považují za (294, tedy 100 %)

- a) velmi dobrou = 191, tedy 64,96 %
 b) uspokojivou = 69, tedy 23,46 %
 c) neuspokojivou z důvodu = 34, tedy 11,56 %
- málo parkovacích míst na povrchu = 7, tedy 2,4 %
 - špatně řešené výjezdy z podzemních stání = 4, tedy 1,36 %
 - chybějící výjezd na D1 (směr Brno) = 2, tedy 0,68 %
 - jednosměrnost ulic za BB Centrem = 1, tedy 0,34 %
 - neudáno = 20, tedy 6,8 %



Dostupnost BB-C vozem je excelentní, lze ji však ještě zlepšit zejména vybudováním nájezdu na D1 (směr Brno). Za úvahu stojí též řešení (regulace, zvýšení kapacity) pozemního parkování v okolí BB-C (např. zavedením placeného stání lze uvolnit část kapacit a zároveň získat finanční prostředky).

10 Váš názor na budování dalších podzemních stání pro automobily v areálu BB-C: (294, tedy 100 %)

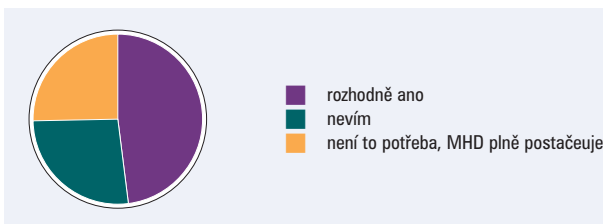
- je to nezbytné, není dostatek míst pro parkování osobních automobilů = 222, tedy 75,51 %
- je mi to jedno = 69, tedy 23,46 %
- jsem proti, neboť = 3, tedy 1,02 %
- neudáno = 3, tedy 1,02 %



Vysoký počet kladných odpovědí neodráží ochotu managementu nově zřízená podzemní stání zaplatit. Vycházíme tedy z předpokladu nespokojenosti s povrchovým parkováním vozidel v okolí BB-C.

11 Bylo by účelné zřídit kyvadlovou dopravu pro zaměstnance a klienty (Trasa: Metro Budějovická - BB-C, interval 6-12 min., městský typ busu)?

- rozhodně ano = 141, tedy 47,95 %
- nevím = 78, tedy 26,53 %
- není to potřeba, MHD plně postačuje = 75, tedy 25,51 %

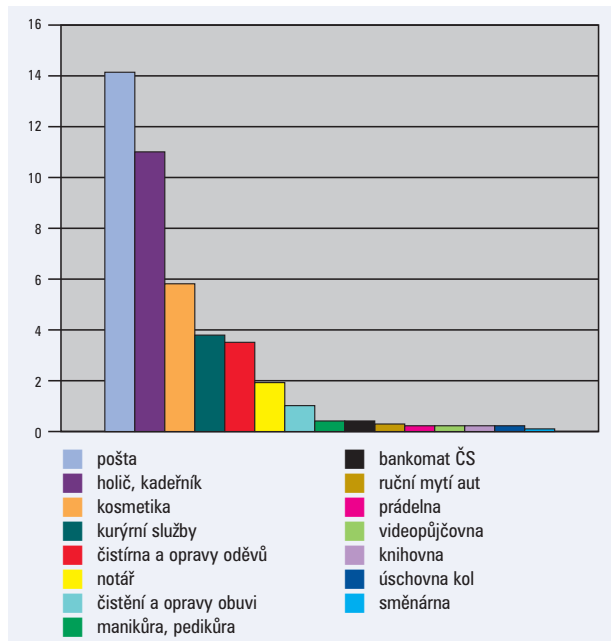


Z kontextu výše uvedených témat vyplývá, že problém dopravní obslužnosti MHD lze efektivněji vyřešit zřízením zastávek MHD v areálu BB-C.

Níže uvedené dotazy testují optimální skladbu a WTP uvažovaných obchodů, služeb a VA

12 Které služby v areálu BB Centra nejvíce postrádáte a jakou četnost využívání těchto služeb předpokládáte?

- pošta = 141, tedy 47,95 %, ř 6 měsíčně
- holič, kadeřník = 110, tedy 37,42 %, ř 1,5 měsíčně
- kosmetika = 58, tedy 19,82 %, ř 1,25 měsíčně
- kurýrní služby = 19, tedy 6,46 %, ř 9 měsíčně
- čistírna a opravy oděvů = 38, tedy 12,93 %, ř 2,25 měsíčně
- notář = 35, tedy 11,9 %, ř 4 měsíčně
- čistění a opravy obuvi = 10, tedy 3,4 %, ř 5 měsíčně
- manikúra, pedikúra = 4, tedy 1,36 %, ř 1,5 měsíčně
- bankomat ČS = 4, tedy 1,36 %, ř 5,75 měsíčně
- ruční mytí aut = 3, tedy 1,02 %, ř 5,5 měsíčně
- prádelna = 2, tedy 0,68 %, ř 2,25 měsíčně
- videopůjčovna = 2, tedy 0,68 %, ř 5 měsíčně (SN)
- knihovna = 2, tedy 0,68 %, ř 8 měsíčně (SN)
- úschovna kol = 1, tedy 0,34 %, ř 20 měsíčně (SN)
- směnárna = 1, tedy 0,34 %

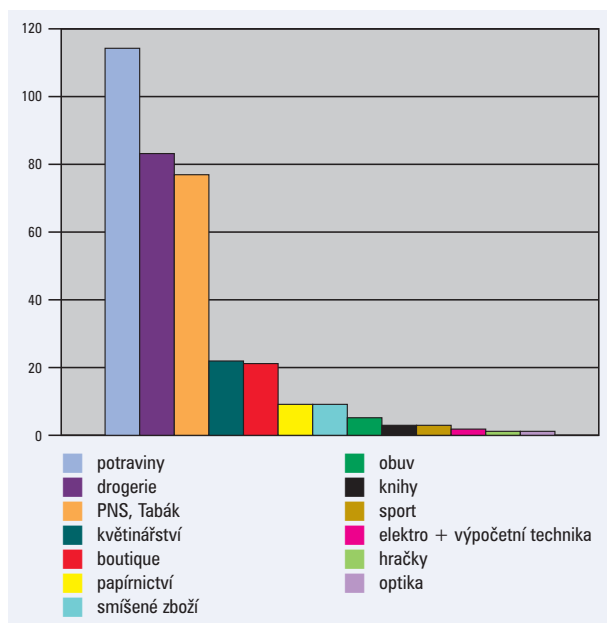


Tento okruh potvrdil předpoklad o nedostatku služeb v BB-C, který je jedním z faktorů, snižujícím jinak vysokou spokojenost nájemců s areálem. Vysoce žádané jsou služby, související s upraveností a vzhledem a služby listovních zásilek.

13 Jaké obchody v areálu BB Centra nejvíce postrádáte a jakou četnost návštěv těchto obchodů předpokládáte?

- potravinářství (+OZ+MU+lahůdky+pekárna) = 114, tedy 38,78 %, Ø 3,85 týdně, 25th percentile - 3.0, 75th percentile - 5.0
- drogerie (+parfumerie+kosmetika) = 83, tedy 28,23 %, Ø 1,67 týdně, 25th percentile - 1.0, 75th percentile - 2.0
- PNS, Tabák (+sběrna fotolab) = 77, tedy 26,19 %, Ø 4,07 týdně, 25th percentile - 3.0, 75th percentile - 5.0
- květinářství (+dárkové předměty) = 22, tedy 7,48 %, Ø 1,59 týdně, 25th percentile - 1.0, 75th percentile - 2.0

- 5) boutique (+punčochy) = 21, tedy 7,14 %, Ø 1,17 týdně, 25th percentile - 0.6, 75th percentile - 1.0
 6) papírnictví + kancelářské potřeby = 9, tedy 3,06 %, Ø 0,83 týdně, 25th percentile - 0.5, 75th percentile - 1.0
 7) smíšené zboží = 9, tedy 3,06 %, Ø 2,33 týdně (SN)
 8) obuv = 5, tedy 1,7 %, Ø 1,25 týdně
 9) knihy = 3, tedy 1,02 %, Ø 0,7 týdně (SN)
 10) sport = 3, tedy 1,02 %, Ø 0,88 týdně (SN)
 11) elektro + výpočetní technika = 2, tedy 0,68 %, Ø 1 týdně, (SN)
 12) hračky = 1, tedy 0,34 %, Ø neudáno
 13) optika = 1, tedy 0,34 %, Ø 1 týdně (SN)



Obdobně jako u služeb jsou chybějící obchody faktorem nespokojenosti s BB-C, což se projevilo zejména v závěrečném „vlastním“ hodnocení. Dominují potraviny a předměty denní potřeby.

14 Jakou otevírací dobu by podle Vás měly mít obchody a služby v areálu BB Centra?

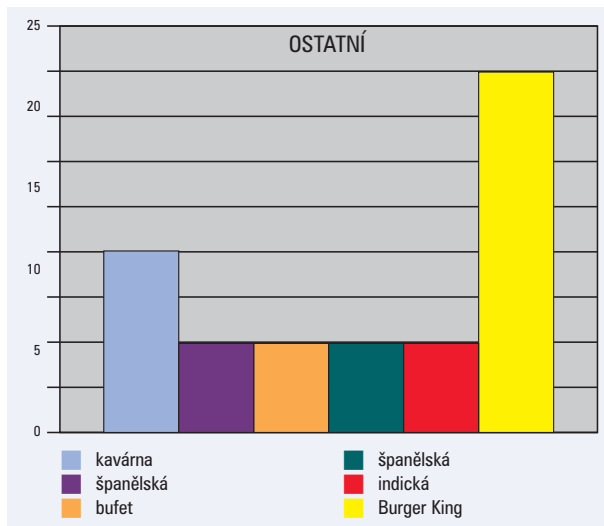
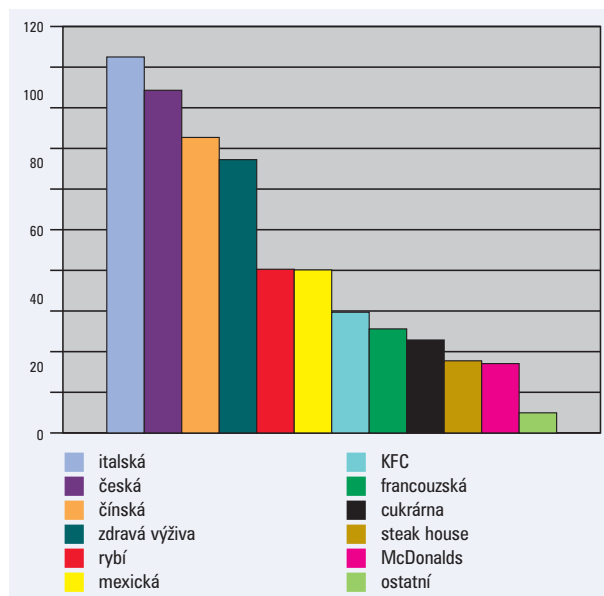
Od 08:10 ... low value - 6:00 ... 75th percentile - 8:00 ... high value - 15:00
 Do 19:04 ... low value - 16:30 ... 75th percentile - 20:00 ... high value - 24:00

Přání 75 % respondentů je otevírací doba 8:00 – 20:00, dle charakteristik respondentů lze předpokládat špičky 8-9, 11-14 a 17-19.

15 Které typy restaurací preferujete? (označte nejvýše 5 typů)

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1) italská | 184, tedy 62.58 % |
| 2) česká | 169, tedy 57.48 % |
| 4) čínská | 145, tedy 49.31 % |
| 5) zdravá výživa | 134, tedy 45.57 % |
| 6) rybí | 80, tedy 27.21 % |
| 7) mexická | 79, tedy 26.87 % |
| 8) KFC | 59, tedy 20.06 % |
| 9) francouzská | 51, tedy 17.34 % |
| 10) cukrárna | 45, tedy 15.3 % |
| 11) steak house | 35, tedy 11.9 % |

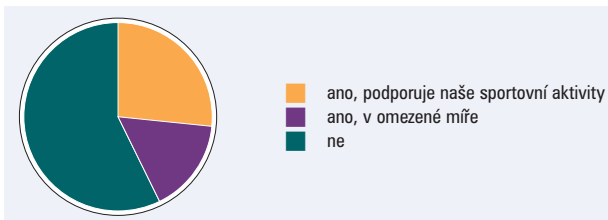
- | | |
|---------------|------------------|
| 12) McDonalds | 34, tedy 11.56 % |
| 13) ostatní | 10, tedy 3.4 % |
| • kavárna | 2, tedy 0.68 % |
| • španělská | 1, tedy 0.34 % |
| • bufet | 1, tedy 0.34 % |
| • španělská | 1, tedy 0.34 % |
| • indická | 1, tedy 0.34 % |
| • Burger King | 1, tedy 0.34 % |
| • neudáno | 3, tedy 1.02 % |



Zájem respondentů o stravování mimo stávající gastroprovozy bude s ohledem na další charakteristiky (zejména STRUKTURA PRACOVNÍCH POZIC, STRUKTURA PŘÍJMŮ ad.) velmi vysoký. Tyto doplňkové gastroprovozy by též měly nabídnout výhodné „balíky“ pro zaměstnance a zabezpečit si tak vytížení části kapacit obdobně, jako NB.

16 Umožňuje Vám zaměstnavatel provozovat sportovní aktivity v pracovní době? (294, tedy 100 %)

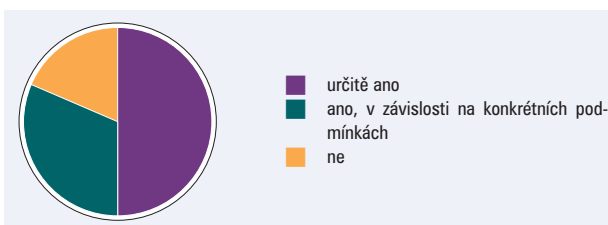
- a) ano, podporuje naše sportovní aktivity. = 79, tedy 26,78 %
 b) ano, v omezené míře. = 46, tedy 15,64 %
 c) ne = 169, tedy 57,48 %
 • neudáno = 0, tedy 0 %



Zde je značná disproporce mezi údaji zaměstnanců a managementu. Jen 18 % manažerů se domnívá, že jejich společnost neumožňuje provozovat svým zaměstnancům sportovní aktivity v pracovní době, zatímco 57 % zaměstnanců uvádí, že tuto možnost nemají. Lze předpokládat, že 1/4 – 1/2 zaměstnanců, dislokovaných v BB-C bude nakupovat služby NB mezi 10 – 17 hod. Reálné propočty by měly kalkulovat s 1/3 počtu zaměstnanců.

17 Byli byste ochotni provozovat za zvýhodněných podmínek (časové pásmo 10:00 - 16:00 hod) své obvyklé sportovní aktivity v plánovaném sportovním centru Nová Brumlovka?

- a) určitě ano = 147, tedy 50,0 %
 b) ano, v závislosti na konkrétních podmínkách = 92, tedy 31,29 %
 c) ne = 55, tedy 18,7 %
 • neudáno = 0, tedy 0 %

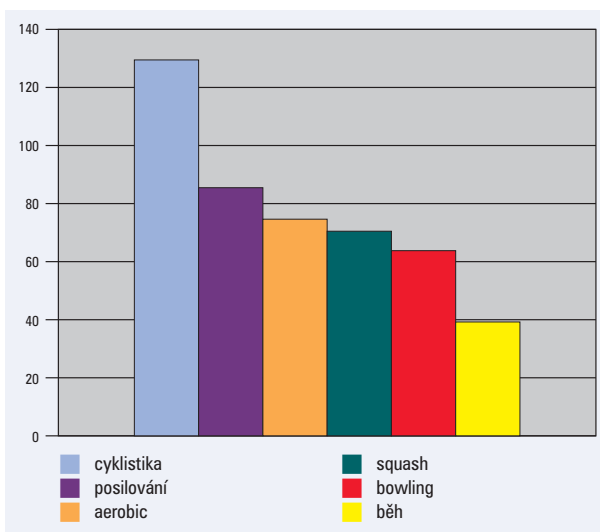


81 % zaměstnanců je ochotno nakupovat služby NB a stejné % managementu je ochotno je v tom podporovat formou finanční spoluúčasti. Specifikace podmínek by měla spočívat ve zvýhodněných cenách služeb, „balíčcích“ pro firmy. Podmínkou je daňová odečitatelnost. Zaměstnanci mohou služby NB čerpat jako součást zaměstnaneckých benefitů, nájemci by měli mít možnost se v NB prezentovat, management by měl mít široké pole přímých výhod při používání služeb NB, motivující je k nákupu služeb NB pro své zaměstnance. Tímto způsobem lze minimalizovat hluché časy 10 – 17 hod.

18 + 19 Které sporty aktivně provozujete? Které sporty provozujete alespoň jednou týdně?

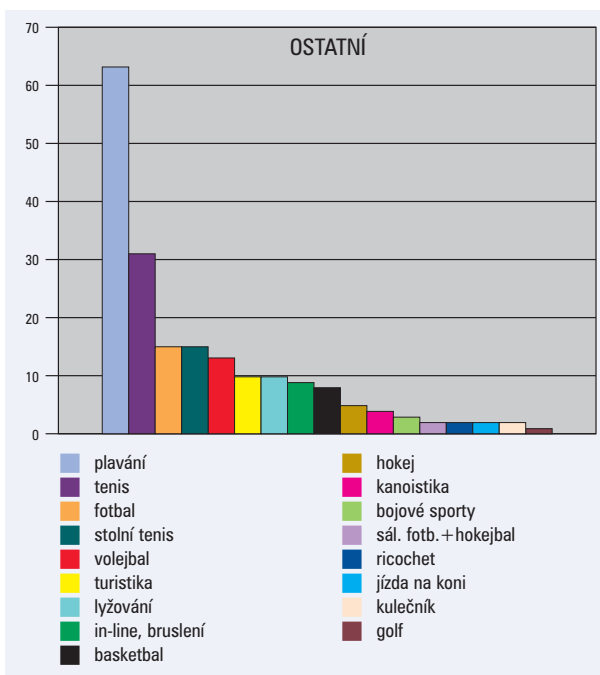
PŘEDDEFINOVANÉ

- 1) cyklistika = 130, tedy 44.21 %, 2x týdně
- 2) posilování = 86, tedy 29.25 %, 2x týdně
- 3) aerobic = 75, tedy 25.51 %, 1,75x týdně
- 4) squash = 71, tedy 24.14 %, 1,25x týdně
- 5) bowling = 64, tedy 21.76 %, 1,12x týdně
- 6) běh = 39, tedy 13.26 %, 2x týdně



OSTATNÍ

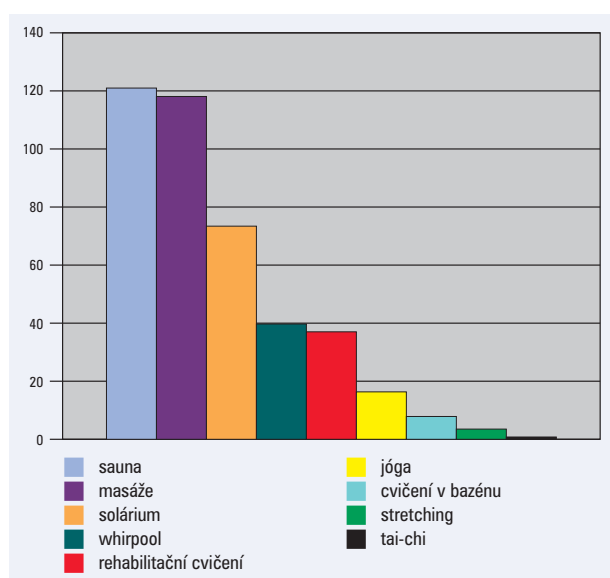
- 1) plavání = 63, tedy 21.42 %, 1,5 x týdně
- 2) tenis = 31, tedy 10.54 %, 1,5 x týdně
- 3) fotbal = 15, tedy 5.10 %, 1,5 x týdně
- 4) stol. tenis = 15, tedy 5.10 %, ? x týdně (SN)
- 5) volejbal = 13, tedy 4.42 %, 1,25 x týdně
- 6) turistika = 10, tedy 3.40 %, ? x týdně (SN)
- 7) lyžování = 10, tedy 3.40 %, ? x týdně (SN)
- 8) in-line, bruslení = 9, tedy 3.06 %, 1 x týdně
- 9) basketbal = 8, tedy 2.72 %, 2,5 x týdně
- 10) hokej = 5, tedy 1.70 %, ? x týdně (SN)
- 11) kanoistika = 4, tedy 1.36 %, ? x týdně (SN)
- 12) bojové sporty = 3, tedy 1.02 %, 1,75 x týdně
- 13) sál. fotb.+hokejbal = 2, tedy 0.68 %, (SN)
- 14) ricochet = 2, tedy 0.68 %, ? x týdně (SN)
- 15) jízda na koni = 2, tedy 0.68 %, ? x týdně (SN)
- 16) kulečnick = 2, tedy 0.68 %, ? x týdně (SN)
- 17) golf = 1, tedy 0.34 %, ? x týdně (SN)



Předdefinované sporty tvoří páteř nabídky sportovních služeb NB. Zájem o ně je vysoký. Předpokládaná frekvence jejich provozování je vyšší, než 1x týdně. Z ostatních sportů (mimo zákl. nabídku NB je velký zájem o plavání (též rehabilitační cvičení v bazénu), tenis, fotbal a stolní tenis.

20 Které relaxační aktivity provozujete?

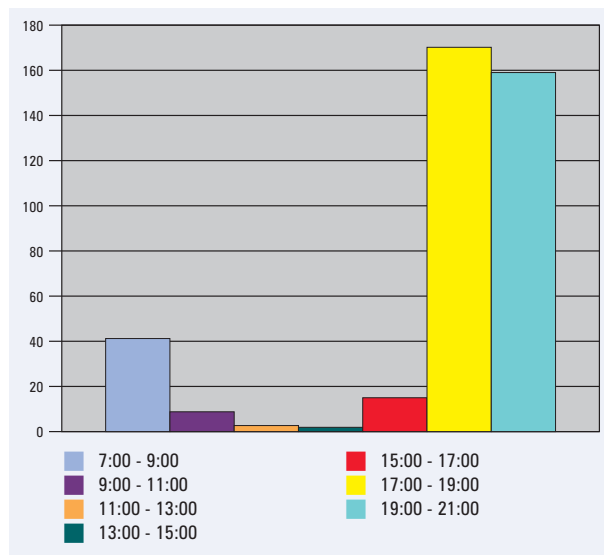
- 1) sauna = 121, tedy 41.15 %
- 2) masáže = 118, tedy 40.13 %
- 3) solárium = 74, tedy 25.17 %
- 4) whirlpool = 37, tedy 12.58 %
- 5) rehabilitační cvičení = 40, tedy 13.60 %
- 6) jóga = 17, tedy 5.78 %
- 7) cvičení v bazénu = 8, tedy 2.72 %
- 8) stretching = 4, tedy 1.36 %
- 9) tai-chi = 1, tedy 0.34 %



V zájmu o relaxační aktivity jednoznačně dominuje sauna a masáže, za významné lze ještě považovat solárium, vířivou lázeň a rehabilitační cvičení. Těchto pět relaxačních aktivit by v nabídce NB nemělo chybět.

21 Ve kterou denní dobu provozujete sportovní, či relaxační aktivity?

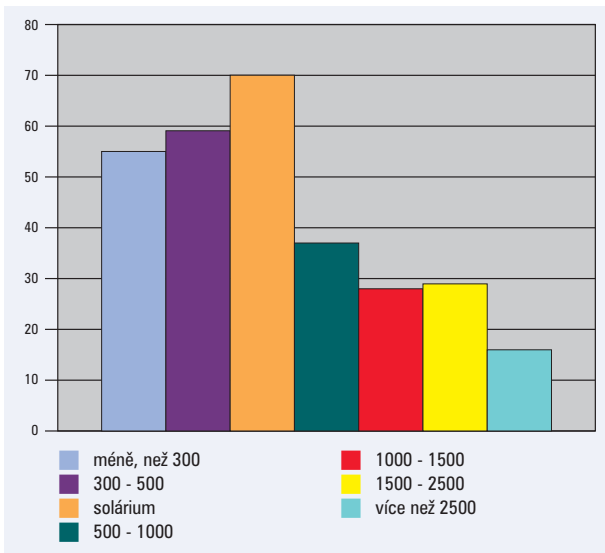
- 1) 7:00 - 9:00 = 41, tedy 13.94 %
- 2) 9:00 - 11:00 = 9, tedy 3.06 %
- 3) 11:00 - 13:00 = 3, tedy 1.02 %
- 4) 13:00 - 15:00 = 2, tedy 0.68 %
- 5) 15:00 - 17:00 = 15, tedy 5.10 %
- 6) 17:00 - 19:00 = 170, tedy 57.82 %
- 7) 19:00 - 21:00 = 159, tedy 54.08 %



Jednoznačně dominují večerní a pozdní večerní hodiny. Disproporce mezi zcela neobsazenou denní dobou a večerními špičkami, kdy nebude možné uspokojit všechny zájemce, vede k potřebě začlenit relaxační aktivity do „zvýhodněných“ programů a firemních „balíků“, které však lze spotřebovat pouze v denní době 10 – 17 hod.

22 Jakou část Vašich měsíčních výdajů tvoří sportovní a relaxační aktivity? (v průměru během roku, v Kč)

- a) méně než 300 = 55, tedy 18.7 %
- b) 300 - 500 = 59, tedy 20.06 %
- c) 500 - 1000 = 70, tedy 23.80 %
- d) 1000 - 1500 = 37, tedy 12.58 %
- e) 1500 - 2500 = 28, tedy 9.52 %
- f) více než 2500 = 29, tedy 9.86 %
- g) neuvedeno = 16, tedy 5.44 %



Otázka průměrných výdajů za sportovní a relaxační aktivity je pro ekonomiku NB klíčová. Jedná se však o složitější problém s více důsledky, nejdůležitější lze shrnout do několika bodů:

- Výdaje na VA
 - vykazují vysokou citlivost na změny disponibilního příjmu (změny cen potravin, nájmu, služeb) a lze je tedy považovat za nestabilní v čase
 - je nutné rozdělit na ty, které může zachytit svou nabídkou NB a na ostatní výdaje na VA
- V celkových výdajích na VA se shoduje nejvyšší udávaná četnost (500 – 1000 Kč) s průměrem
- Vzhledem k výše uvedenému lze reálně počítat s 200 – 500 Kč ve prospěch NB na jednoho sportujícího zaměstnance, dislokovaného v BB-C. Se stávajícími vstupními daty nelze tento údaj dále zpřesnit, a je nutné brát jej jako orientační. Specifikované údaje a zpřesnění odhadů ekonomiky provozu NB může přinést připravovaný průzkum MSZ a MSM, zaměřený specificky na NB.

23 Kouříte v zaměstnání?

- a) ano, jsem silný kuřák = 119, tedy 40.47 %
- b) zřídka kdy = 29, tedy 9.86 %
- c) ne, jsem nekuřák = 146, tedy 49.65 %
- neuvedeno = 0, tedy 0 %



Množství kuřáků a nekuřáků v BB-C je cca 50/50. Tento údaj indikuje potřebu problém kuřáků koncepčně řešit již při návrzích nových budov tak, aby pro ně byly zajištěny minimální nutné podmínky a zároveň nebyli obtěžováni nekuřáci a návštěvníci BB-C – tak, jak je tomu nyní, zejména před budovou B.

24 Měly by být v budovách BB Centra vyhrazeny speciální prostory pro kuřáky?

- a) ano, bylo by to vhodné = 196, tedy 66.66 %
- b) kuřáci by měli mít možnost kouřit ve většině prostor BB Centra = 0, tedy 0 %
- c) ne, nemělo by se kouřit nikde v budově = 98, tedy 33.33 %
- Neuvedeno = 0, tedy 0 %

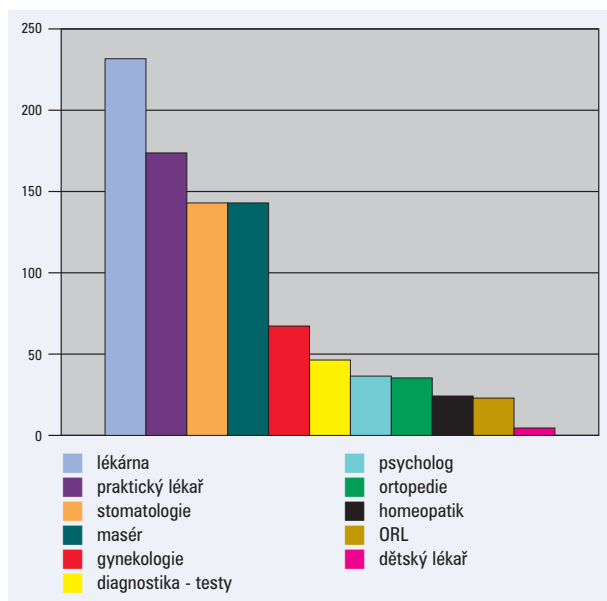


Tento údaj pouze potvrzuje výše uvedené – tj. nutnost zřídit oddělený a dobře větraný vyhrazený prostor pro kuřáky.

25 Které lékařské a diagnostické služby by měly být k dispozici v Nové Brumlovce?

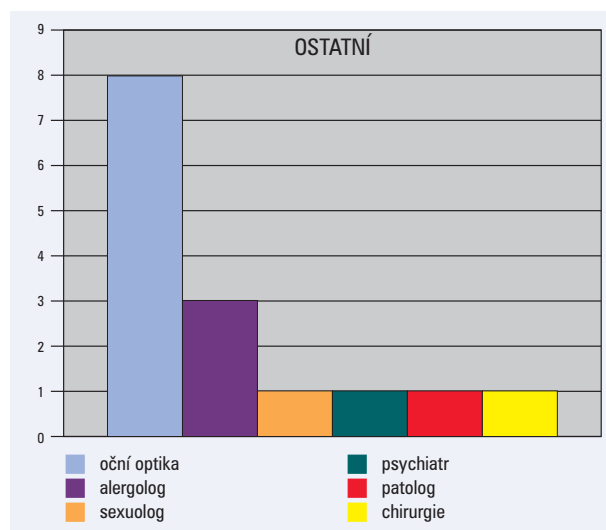
(označte nejvýše 8 typů služeb)

- 1) lékárna = 232, tedy 78.91 %
- 2) praktický lékař = 174, tedy 59.18 %
- 3) stomatologie = 143, tedy 48.63 %
- 4) masér = 143, tedy 48.63 %
- 5) gynekologie = 67, tedy 22.78 %
- 6) diagnostika - testy = 47, tedy 15.98 %
- 7) psycholog = 37, tedy 12.58 %
- 8) ortopedie = 35, tedy 11.90 %
- 9) homeopatik = 24, tedy 8.16 %
- 10) ORL = 23, tedy 7.82 %
- 11) dětský lékař = 5, tedy 1.70 %



OSTATNÍ - NEPŘEDDEFINOVANÉ

- 12) oční optika = 8, tedy 2.72 %
- 13) alergolog = 3, tedy 1.02 %
- 14) sexuolog = 1, tedy 0.34 %
- 15) psychiatr = 1, tedy 0.34 %
- 16) patolog = 1, tedy 0.34 %
- 17) chirurgie = 1, tedy 0.34 %



Zájem o lékařské, diagnostické a terapeutické služby plánované v NB je velmi vysoký a jejich skladba odpovídá poptávce respondentů. Pod hranicí 10 % zájmu leží homeopatik, ORL a dětský lékař. Zájem o dětského lékaře by se rapidně změnil, pokud by došlo k výstavbě zařízení pro předškolní děti.

26 Jak byste jednou větou charakterizoval(a) BB Centrum?

Zodpovědělo 173, tedy 58.84 % respondentů. Zcela či téměř identické odpovědi byly z přehledu vypuštěny.

Vlastní hodnocení BB-C jednou větou či několika slovy přineslo velmi potřebný pohled „zevnitř“. Na jedné straně se potvrdily odpovědi ze začátku dotazníku, kde respondenti vysoce hodnotí architekturu, čistotu, polohu, standard provedení a vybavení budov, na straně druhé velmi často se lze setkat se slovy „nedodělanost, nedokončenost, chybějící služby, obchody a relaxační plochy, zeleň...“, což opět potvrzuje výsledky z jiných částí dotazníku.

POZITIVNÍ HODNOCENÍ

Moderní administrativní centrum, poloha, vybavení...

- Komplex moderních budov, špičkové kancelářské prostory
- Moderní obchodní komplex v centru Prahy
- Moderní zařízení na úrovni, srovnatelné se západními standardy
- Velice dobré místo v Praze
- Relativně příjemné pracovní prostředí
- Standardní administrativní centrum
- Pracoviště s vysokým standardem na české poměry
- Velmi moderní budova v blízkosti centra
- Moderně zařízený objekt
- Moderní centrum - kancelářské prostory
- Atraktivní centrum v dobré lokalitě
- Moderní obří centrum pro práci a mimopracovní aktivity
- Dominanta
- Příjemné
- Moderní na úrovni vybavená budova
- Dobře lokalizované a obsazené
- Dobrá adresa
- Příjemné prostředí blízko centra
- Slušná úroveň kancelářských prostor - moderní budova
- Celkem pěkné místo pro zaměstnání
- Moderní pracoviště
- Centrum obchodu a moderního životního stylu
- Skleněné město
- Moderní a účelné
- Dobré sídlo pro velké zavedené firmy
- Moderní, kvalitní, dostupné centrum
- Město ve městě
- Celkem nadprůměrné, příjemné pracoviště
- Moderní a žijící budova
- Moderní business centrum, kde si člověk musí zvyknout na moderní prostředí a nové prac.podmínky
- Business areál u dálnice, dobře viditelný, dobře dostupný
- Kvalitní pracovní prostředí
- Bezvadný, barevný a téměř bílý prosklený
- Skleněná krabice u dálnice s celkem slušnou atmosférou pracovního prostředí - uvnitř jedna velká rodina
- VYSOKÁ KONCENTRACE HOSPODÁŘSKÝCH A ADMINISTRATIVNÍCH PRACOVNÍKŮ NA MALÉ PLOŠE umožňující získat z pracovníků maximum bez ztrát času
- Čisté, kulturní, klidné pracoviště na okraji města
- Je příjemné do BB Centra denně vstupovat
- Centrum řízení obchodních aktivit v Čechách a na Slovensku
- Netradiční pracovní prostředí v tradičních českých podmínkách
- Jsem s ním spokojený
- Hezké pracovní prostředí
- Svět pod jednou střechou

Rozvíjející se komplex...

- Moderní administrativní centrum, které se rozvíjí
- Moderní stavba s budoucností
- Nápaditě se rozvíjející společnost, zaměřující se na spokojenost svých klientů a návštěvníků
- Moderní centrum v první fázi rozvoje
- Nová budova - součást budoucího komplexu
- V budoucnu to bude velice slušné centrum
- Moderní administrativní centrum s velkým potenciálním rozvojem
- Moderně a důfam, že čoskoro kompletné
- Dobré a může být lepší.
- Dobré, neúplně vybavení v oblasti služeb (sport, nákupy)
- Moderní kancelářský komplex s nedobudovanou infrastrukturou služeb
- První výstřel, který chce dotáhnout
- Dobré pracovní podmínky s ovšem nedostatečným zajištěním mimopracovních potřeb
- V současné době komplex průměrně neuspokojující potřeby lidí v něm pracujících
- Moderní, ale zatím daleko od civilizace pro ty, kteří jezdí MHD
- Budova PLNÁ lidí OK, ale je prostor ke zlepšení
- Moderní budova umístěná mimo centrum, kde by bylo účelné vytvořit podmínky i pro mimopracovní aktivity zaměstnanců
- Velmi moderní prostor s nutností si zvyknout na jiný režim práce
- Místo, které při složení svých „obyvatel“ nevyužívá svých možností
- Po změnách : „Vše v jednom“
- Zatím v začátcích, ale mohlo by z toho jednou něco být
- Postupně se rozvíjející komplex nových moderních budov
- Postupně se rodící Business Centrum s prozatím velmi omezenými mimopracovními možnostmi
- Největší a nejmodernější kancelářské centrum (bude)

NEGATIVNÍ HODNOCENÍ

Nízká kvalita, služby...

- Standardní budovy postavené později (Thámovka, Millennium Plaza...), již vybaveny lépe
- Moderní, šité horkou jehlou
- Dobré, ale služby chybí
- Dobrá poloha, ale na nájemnících se škudlí, kde se dá
- V pohodě dobrý nápad, ale špatně vyřešený - příliš vnitřního i venkovního hluku (ORL bude mít dost pacientů)
- Je to takové malé skleněné peklo... moderní, nové, zajímavé a fajn
- Jako nájemník se zde cítím dobře, v okolí budovy však vůbec nic není. Moderní „business centrum“
- Moderní budova, kde se na všem šetří
- Levné pracovní prostory bez komfortu pro práci, bez možnosti rozptýlení koncentrace zaměstnanců na práci

Architektura a prostředí...

- Moderní centrum poněkud odtržené od každodenního života
- Čisté pracovní prostředí
- Moderní budovy postavené v ústraní
- Hezké, ale studené
- Neosobní vnitřní prostředí i vnější
- Moderní, pohodlné, neútluné, nevzhledné
- Moderní budova špatně zasazená do okolní infrastruktury
- Je to dobrá adresa, ale ještě ji chce vylepšit
- Skleník
- Skleněné peklo
- Velmi funkční, moderní leč poněkud neosobní
- Skleněný paříž
- Kanceláře na zelené louce uprostřed ničeho
- Skleněné peklo

- Moderní budova bez kontaktu s okolím
- Umíte si představit jak funguje termiště?
- Moc lidí na jednom místě
- Americké, moderní, typ pracoviště- fabrika
- Faradayova klec
- Továrna na peníze
- Silně hektické a stresující prostředí - továrna
- Finanční fabrika
- Úsporné pracovní prostory v americkém stylu
- Futuristické mraveniště
- Továrna na práci
- Velké studené skleněné budovy plné úředníků
- Místo 2/3 mého života.
- Administrativní budova na okraji Prahy osypaná logy
- „Šedivé mraveniště.“
- HRŮZA!
- Čistá králikárna made in USA
- Velká ošklivá budova
- Velká krabice v americkém stylu
- Spousty chladného betonu, skla a málo zeleně
- Americké prostředí odříznuté od okolního světa
- Je to moderní panelák-mraveniště
- Nepřátelské vůči všem osobním potřebám
- Velká prosklená vydýchaná věc !
- Je v něm nedýchatelno (zejména v létě, když se prohřeje vzduch mezi okny do ulice a není ani kudy větrat - klimatizace je neustále nedostatečná !!!!!)

27. Okruhy problémů, neobsažené v dotazníku:

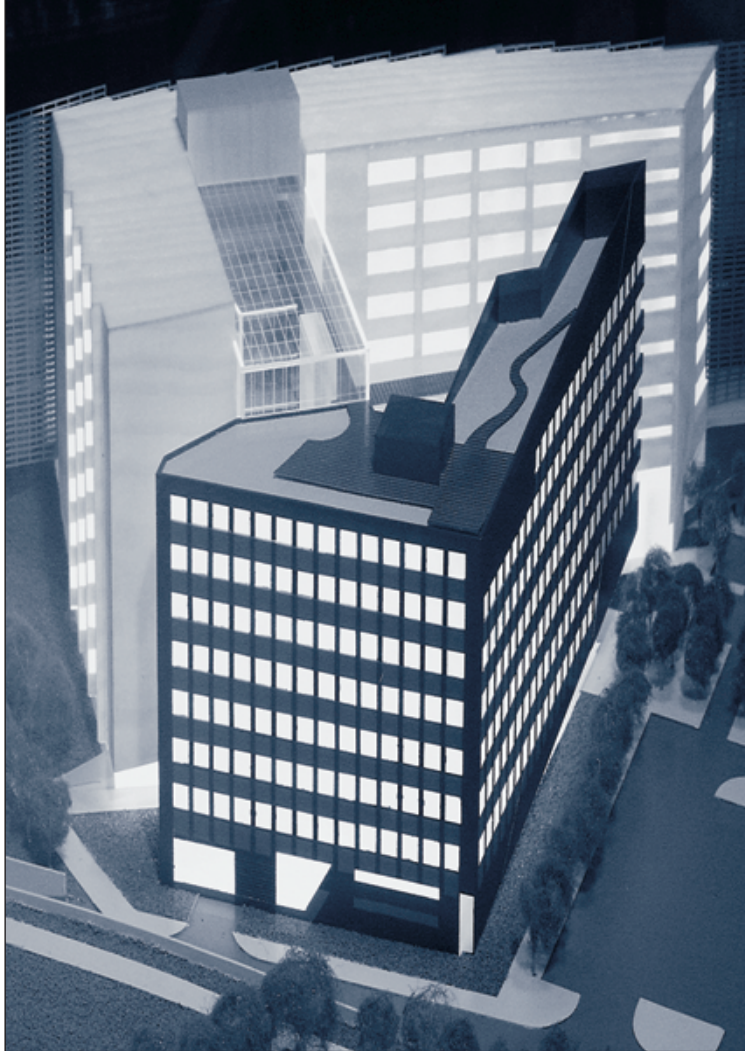
Zodpovědělo 30, tedy 10.2 % respondentů. Odpovědi, které se týkají okruhů, v dotazníku zmíněných, byly z přehledu vypuštěny.

- Uvítala bych park se stromy a lavičkami, odstíněný od ulice
- Možnost pronajmout si školící místnost (konferenční salonek), plně vybavený školící technikou tzn. video, televize, zpětný projektor atd..... Malý park s lavičkami, případně spojený s restaurací v areálu
- Otevření nové autobusové zastávky před budovou GE Bank směrem k Budějovické
- Stolky, židle a slunečníky na střešní terase by byly příjemnou alternativou zasedáček, pro některé schůzky

- Uvedené sporty jsem uvedla tak, jak jsem je provozovala před příchodem do BB-C. V současné době toto neplatí vůbec. Jelikož budova BB-C a její okolí mi nenabízí tak kvalitní služby. Na Brumlovce jsou tyto služby opravdu „ubohé“
- Na letní a jarní dny bych preferovala přestávku trávit třeba na lavičkách na terase v 7 patře
- Pokud bude lepší doprava z Metra Budějovická, ubudou nároky na parkovací místa
- Jsem velmi nespokojena s úrovní stravování. Na bufetu se neustále objevuje pouze sojové maso (robi maso). Společnost má patrně výhodnou smlouvu se zpracovatelem celeru, který snad není pouze v dortech. Celkově jsem velmi nespokojena se společností GTH
- Využití bývalé velkoprodeje na rohu Michelské a Vyskočilovy pro zřízení nákupního střediska a střediska služeb
- Velmi mě mrzí, že díky zdejší vzduchotechnice během se chřipkových období chřipka šíří velmi rychle
- V okolí tak velké budovy opravdu chybí potraviny, lékárna, sportovní vyžití a hlavně bazén na naše bolavá záda ...
- Myslím, že nejdůležitější věci byly uvedeny
- Po prohlédnutí web stránky přeji p. Passerovi mnoho úspěchů v práci i osobním životě - takové motto a životní filozofie se často nevidí.
- Vliv na psychiku lidí pracujících v uzavřeném prostředí, kde kromě spánku mohou pracovníci strávit celý pracovní týden
- Výstavbou okolních výškových budov bude komplex mravenišťem. Dnešní výhled bude ztracen a poklesne přitažlivost celého pracoviště
- Dotazník je OK.
- Využití střešních prostor - více zeleně, vody, stínu - příjemné relaxační prostředí
- V BB Centru jsem jeden rok a můj zdravotní stav se za tu dobu zhoršil (nebyla jsem 5 let nemocná a nyní jsem každou chvíli)

Příloha:

- 1) grafické výstupy
- 2) celkový přehled
- 3) závěrečná zpráva
- 4) komparace pohledů SN a BN

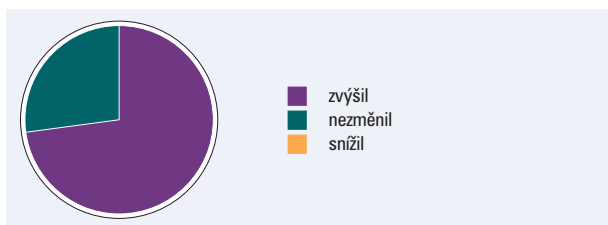


SNM 01 - SOUHRN

Respondentů celkem: 11 tedy 100 %

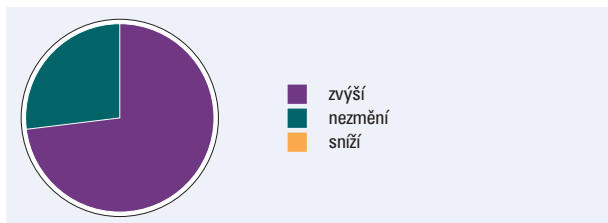
1 Počet zaměstnanců Vaší společnosti majících pracoviště v areálu BB Centra se v posledních šesti měsících:

- a) zvýšil = 8, tedy 72,72 %
- b) snížil = 0, tedy 0 %
- c) nezměnil = 3, tedy 27,27 %



2 Tento počet se v příštích dvanácti měsících pravděpodobně:

- a) zvýší = 8, tedy 72,72 %
- b) sníží = 0, tedy 0 %
- c) nezmění = 3, tedy 27,27 %



Téměř 3/4 společností udávají nárůst počtu zaměstnanců, a to v uplynulém i následujícím období. Lze tedy předpokládat, že v závislosti na současné intenzitě využití ploch dříve či později narazí na nutnost zvětšení nájemních ploch. Zároveň to přináší i zvýšení celkové kupní síly v souvislosti s plánovanými obchody a službami.

3 Počet podzemních parkovacích stání vyhrazených pro naši společnost je:

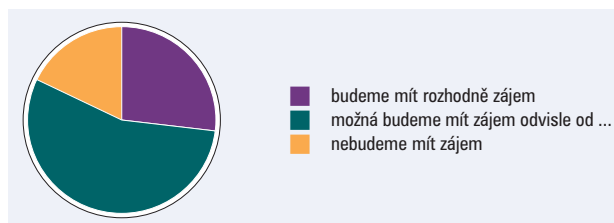
- a) více, než dostatečný = 0, tedy 0 %
- b) zatím dostatečný = 7, tedy 63,63 %
- c) nedostatečný, chybí nám cca (7, 10) podzemních parkovacích stání = 4, tedy 36,36 %



2/3 nájemců považují počet podzemních stání za vyhovující potřebám.

4 Budou-li k dispozici dodatečně vybudovaná podzemní parkovací stání (do 200 m. od objektu, cca 100 Euro/stání/měsíc), naše společnost o jejich pronájem:

- a) bude mít rozhodně zájem = 3, tedy 27,27 %
- b) možná bude mít zájem, odvisle od ... = 6, tedy 54,54 %
 - jednání o ceně nájmu
 - počtu firemních vozů
 - finanční situace společnosti
- c) nebude mít zájem = 2, tedy 18,18 %



Nečekaně vysoký (přes 50 %) předběžný zájem o nová podzemní stání je nutné vidět v kontextu předcházejících dotazů (expanze počtu zaměstnanců i automobilů). Lze tedy říci, že tento zájem má reálný základ.

5 Kvalita nájemních prostor v BB Centru, ve kterých naše společnost sídlí je:

- a) velmi dobrá = 6, tedy 54,54 %
- b) uspokojivá = 3, tedy 27,27 %
- c) neuspokojivá z důvodu = 2, tedy 18,18 %
špatná funkce klimatizace
úroveň stravování



Velmi podobné výsledky, jako SNZ, včetně primárních negativních rysů (funkčnost klimatizace, kvalita stravování)

6 Kvalita služeb poskytovaných v námi obývaném objektu je:

- a) velmi dobrá = 1, tedy 9,09 %
- b) uspokojivá = 6, tedy 54,54 %
- c) neuspokojivá z důvodu = 4, tedy 36,36 %
úroveň stravování
neprofesionální management budovy
nemožnost správného nastavení klimatizace



Nespokojenost managementu s poskytovanými službami v BB-C je více než 2x vyšší než nespokojenost zaměstnanců (viz SNZ). Při tak malém počtu respondentů, jako v případě SNM, je však nutné brát výsledky se značnou rezervou, neboť jediný hlas může mít značnou váhu a riziko statistické chyby je velmi vysoké.

7 Na objektu/areálu BB-Centra nejvíce oceňují: (sestupně dle priority)

- 1) lokalita
dostupnost
prostor
architektura
čistota
- 2) technické provedení stavby
architektura
standard vybavení
čistota
garáže
klimatizace
- 3) standard vybavení
dopravní dostupnost
prostředí

Pořadí a specifická ocenění BB-C se shodují s názory zaměstnanců.

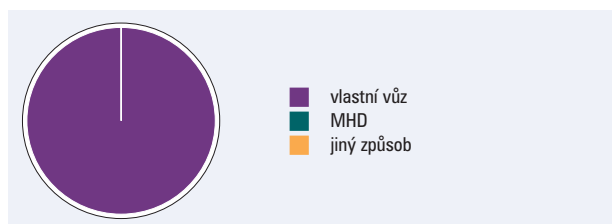
8 K objektu/areálu BB-Centra mám tyto výhrady: (sestupně dle priority)

- 1) Funkčnost klimatizace, zápach, málo vzduchu
Nedostatek povrchových parkovacích míst
Chybějící obchody a služby
Jídelna - kvalita
Blízkost stavby (hluk, prach..)
Přílišná volnost pohybu osob v budovách
Rušné místo
- 4) Funkčnost klimatizace, zápach, málo vzduchu
Jídelna - kvalita
Cesta pro pěší od metra Budějovická, zejména v zimě
Chybí relaxační plochy, zeleň, lavičky
Nedostatek slušnosti a profesionality u dolní recepce (Budova C)
Málo slunečních clon na jižní straně (Budova C)
- 5) Chybějící obchody a služby
Blízkost stavby (hluk, prach..)
Neosobní prostředí

Seznam negativ zhruba odpovídá výtkám zaměstnanců vůči BB-C. Pořadí priorit nemá velkou vypovídající schopnost z důvodu nízkého počtu respondentů SNM.

9 K dopravě do BB Centra používám:

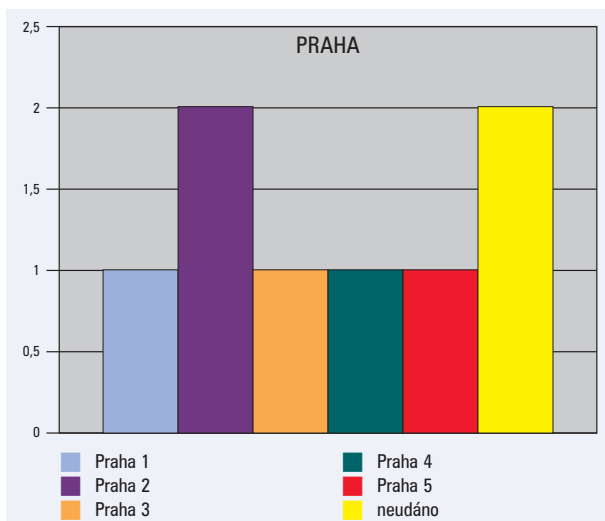
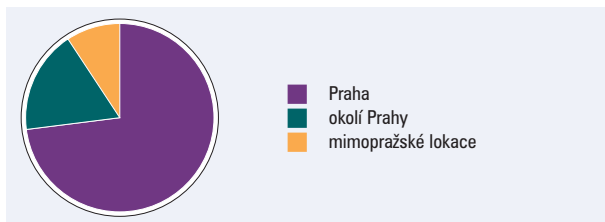
- a) MHD = 0, tedy 0 %
- b) vlastní vůz = 11, tedy 100 %
- c) jiný způsob: = 0, tedy 0 %



Předpokládaná odpověď vzhledem k faktu, že podzemní stání jsou vyhrazena pro služební vozy a vyšší management. To zároveň snižuje váhu odpovědí na okruhy pozemní parkování, Shuttle bus a MHD.

10 Do BB Centra dojíždím z:

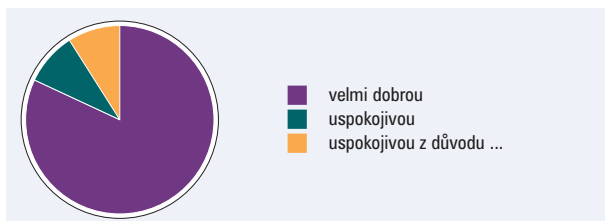
- a) z Prahy = 8, tedy 72,72 %
 1 = 1
 5 = 2
 7 = 1
 9 = 1
 10 = 1
 neudáno = 2
 • vzdálenost 11,28 km, délka jízdy 22,5 minuty
- b) z okolí Prahy = 2
 • vzdálenost 37,5 km, délka jízdy 37,5 minut
- c) z mimopražských lokací = 1
 • vzdálenost 60 km, délka jízdy 45 minut



Dosahované časy jsou ještě lepší, než u SNZ, což je dáno výhradním používáním automobilů. Znovu velmi důležitý argument pro podporu excelentní dopravní dostupnosti BB Centra.

11 Dopravní dostupnost BB Centra prostřednictvím MHD považují za:

- a) velmi dobrou = 9, tedy 81,81 %
 b) uspokojivou = 1, tedy 9,09 %
 c) neuspokojivou z důvodu... = 1, tedy 9,09 %
 špatný stav a údržba chodníků



Nutno vidět v kontextu výhradního používání automobilů managementem – tj. údaj není plně relevantní.

12 Dopravní dostupnost BB Centra vlastním vozem považují za:

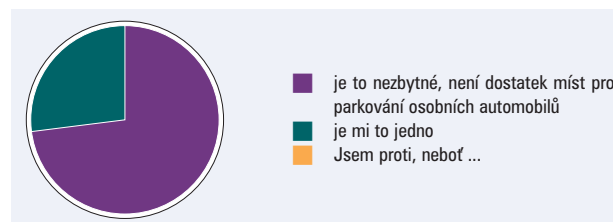
- a) velmi dobrou = 9, tedy 81,81 %
 b) uspokojivou = 2, tedy 18,18 %
 c) neuspokojivou z důvodu... = 0, tedy 0 %



Znovu velmi důležitý argument pro podporu excelentní dopravní dostupnosti BB Centra. K vyšší spokojenosti by přispěla regulace chaotického parkování vozidel na přetížené zadní obslužné komunikaci za budovami.

13 Váš názor na budování dalších podzemních stání pro automobily v areálu BB-C:

- a) je to nezbytné, není dostatek míst pro parkování osobních automobilů = 8, tedy 72,72 %
 b) je mi to jedno = 3, tedy 27,27 %
 c) jsem proti, neboť... = 0, tedy 0 %

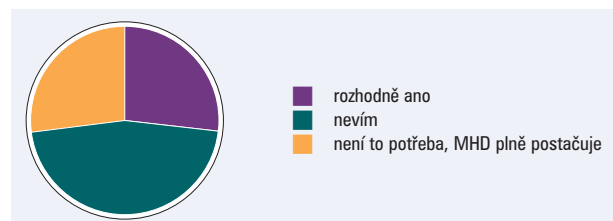


Tento dotaz je kontrolní s ohledem na dotazy 3 a 4, které řeší ochotu nájemců podílet se na budování nových podzemních stání. Výsledky okruhu 13 korelují s výsledky č. 5. Lze tedy předpokládat, že bude reálný zájem o nově budovaná podzemní stání.

14 Bylo by účelné zřídit kyvadlovou dopravu pro zaměstnance a klienty:

(Trasa: Metro Budějovická - BB-C, Interval 6-12 min., městský typ busu) ?

- a) rozhodně ano = 3, tedy 27,27 %
 b) nevím = 5, tedy 45,45 %
 c) není to potřeba, MHD plně postačuje = 3, tedy 27,27 %



Nutno vidět v kontextu výhradního používání automobilů managementem – tj. údaj není plně relevantní. To potvrzuje i velké procento nerozhodnutých. Po vybudování nových autobusových zastávek v areálu BB-C počet kladných odpovědí nejspíše ještě poklesne.

15 Byla by Vaše společnost ochotna podílet se na financování této kyvadlové dopravy formou rozpočítání služeb (navýšení o cca 0,21 DEM / m2 / měsíc)?

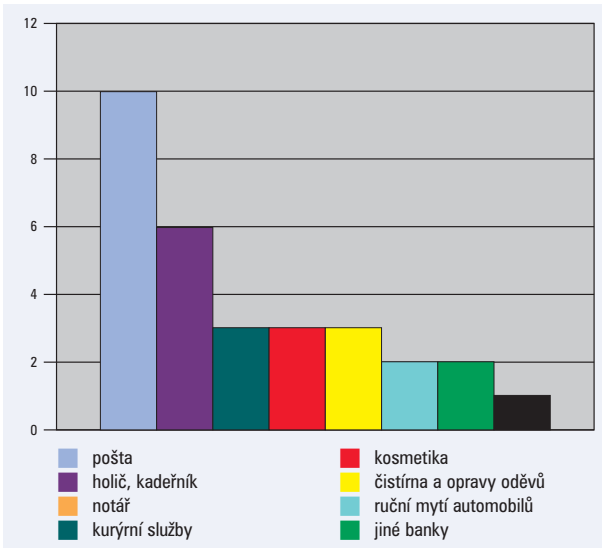
- a) pravděpodobně ano = 3, tedy 27,27 %
 b) spíše ne = 5, tedy 45,45 %
 c) rozhodně ne = 3, tedy 27,27 %



Nezájem o spolufinancování kyvadlové dopravy dopravu pro zaměstnance a klienty (Trasa: Metro Budějovická - BB-C) jen potvrzuje výsledek předcházejícího dotazu. Celou lze řešit pouze konsensuálně, kdy alespoň velká většina nájemců bude ochotna podílet se na financování SB. V opačném případě bude část nájemců doplácet na ostatní, kteří budou SB využívat bez přispívání na jeho provoz. Zlepšení dopravní obslužnosti je snadněji řešitelné již zmíněnými plánovanými zastávkami busů MHD.

16 Které služby v areálu BB Centra nejvíce postrádáte?

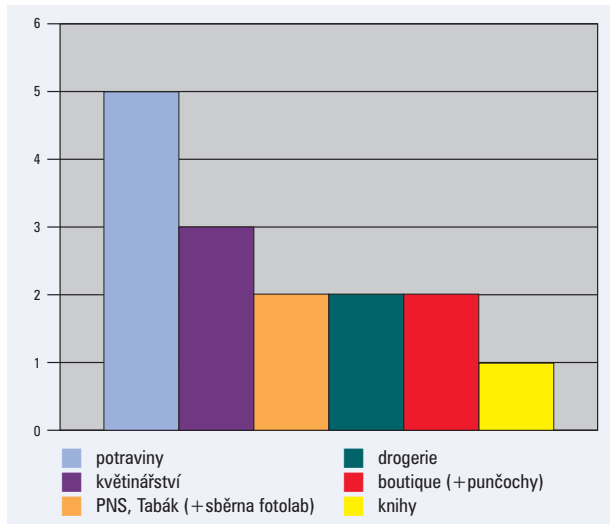
- 1) pošta, = 10, tedy 90,90 %
 2) holič, kadeřník = 6, tedy 54,54 %
 3) notář = 3, tedy 27,27 %
 4) kurýrní služby = 3, tedy 27,27 %
 5) kosmetika = 2, tedy 18,18 %
 6) čistírna a opravy oděvů = 3, tedy 27,27 %
 7) ruční mytí aut = 2, tedy 18,18 %
 8) jiné banky = 1, tedy 9,09 %



Výčet chybějících služeb a předpokládaná intenzita jejich využití odpovídá stejnému dotazu u zaměstnanců. Zajímavý požadavek je na ruční mytí aut v prostorách podzemních garáží BB-C.

17 Jaké obchody v areálu BB Centra nejvíce postrádáte a jakou četnost návštěv těchto obchodů předpokládáte?

- 1) potraviny (+OZ+MU+lahůdky+pekárna) = 5, tedy 45,45 %
 2) květinářství (+dárkové předměty) = 3, tedy 27,27 %
 3) PNS, Tabák (+sběrna fotolab) = 2, tedy 18,18 %
 4) drogerie (+parmumerie+kosmetika) = 2, tedy 18,18 %
 5) boutique (+punčochy) = 2, tedy 18,18 %
 6) knihy = 1, tedy 9,09 %



Výčet chybějících obchodů a předpokládaná intenzita jejich využití přibližně odpovídá stejnému dotazu u zaměstnanců. Velký zájem lze předpokládat o Potraviny (+ smíšené zboží) a Tisk/tabák.

18 Umožňuje Vaše společnost svým zaměstnancům provozovat sportovní aktivity v pracovní době?

- a) ano, příliš je v tom neomezujeme = 5, tedy 45,45 %
 b) ano, v omezené míře je tolerujeme = 4, tedy 36,36 %
 c) ne = 2, tedy 18,18 %



Zde doporučujeme porovnat odpovědi na tuto a následující otázku se obdobnými okruhy v SNZ (15 a 16). Odpovědi managementu nelze brát jako relevantní, jen cca 1/3 zaměstnanců je schopna spotřebovávat služby NB mezi 10 a 17 hodinou.

19 Byli byste ochotni hradit svým zaměstnancům formou nákupu přenosných permanentek za zvýhodněných podmínek (časové pásmo 10:00 - 16:00 hod) část nákladů na sportovní aktivity, provozované v plánovaném sportovním centru Nová Brumlovka?

- a) ano, v závislosti na konkrétních podmínkách = 9, tedy 81,81 %
 b) nevylučujeme to = 0, tedy 0 %
 c) ne = 2, tedy 18,18 %

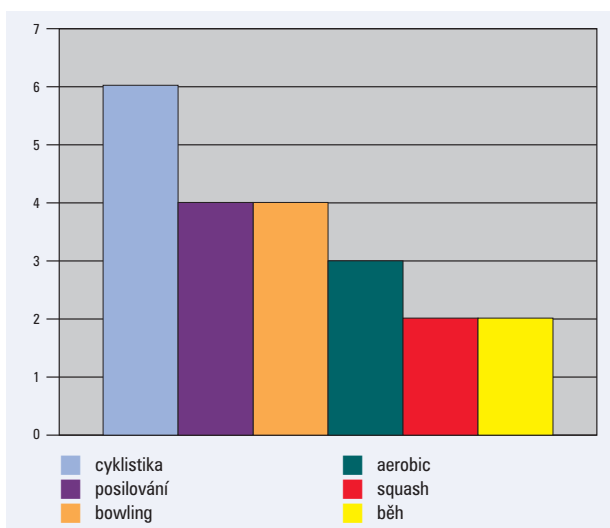


Velké společnosti jsou zvyklé nakupovat zboží a služby, zahrnutelné do souboru zaměstnaneckých výhod a vykazovat je jako daňově odpočitatelné položky. Z toho lze vycházet při hodnocení váhy kladných odpovědí. Záleží na výhodnosti takového nákupu pro zaměstnavatele, zejména na přidané hodnotě (čas, služby, reklamní prostor..atd.). S některými nájemci připadají do úvahy i barterové výměny.

20 Které sporty aktivně provozujete?

PŘEDDEFINOVANÉ

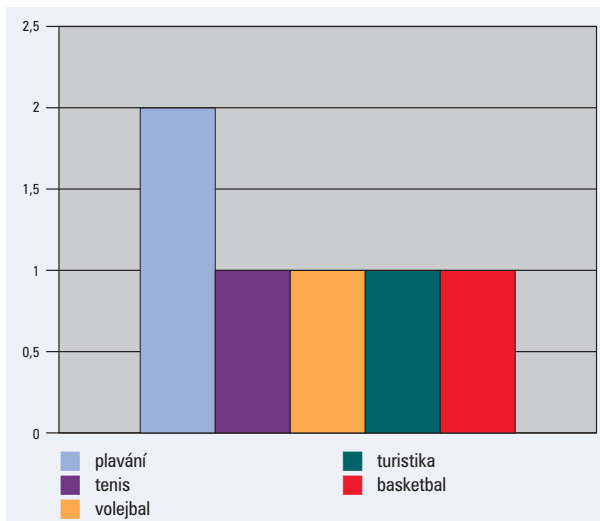
- 1) cyklistika = 6, tedy 54,54 %
 2) posilování = 4, tedy 36,36 %
 3) bowling = 4, tedy 36,36 %
 4) aerobic = 3, tedy 27,27 %
 5) squash = 2, tedy 18,18 %
 6) běh = 2, tedy 18,18 %



Tento údaj slouží pouze k porovnání s údaji SNZ. Vzhledem k počtu respondentů nemá sám o sobě vypovídací schopnost.

OSTATNÍ

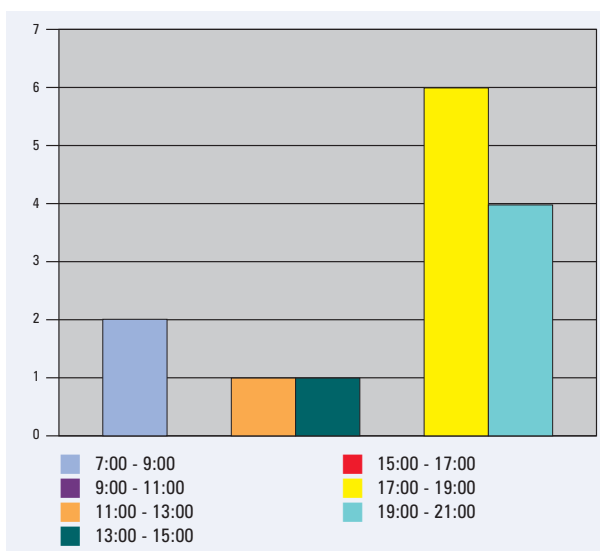
- 1) plavání = 2, tedy 18,18 %
 2) tenis = 1, tedy 9,09 %
 3) volejbal = 1, tedy 9,09 %
 4) turistika = 1, tedy 9,09 %
 5) basketbal = 1, tedy 9,09 %



Tento údaj slouží pouze k porovnání s údaji SNZ. Vzhledem k počtu respondentů nemá sám o sobě vypovídací schopnost.

27 Ve kterou denní dobu provozujete sportovní či relaxační aktivity?

- 1) 7:00 - 9:00 = 2, tedy 18,18 %
 2) 9:00 - 11:00 = 0, tedy 0 %
 3) 11:00 - 13:00 = 1, tedy 9,09 %
 4) 13:00 - 15:00 = 1, tedy 9,09 %
 5) 15:00 - 17:00 = 0, tedy 0 %
 6) 17:00 - 19:00 = 6, tedy 54,54 %
 7) 19:00 - 21:00 = 4, tedy 36,36 %

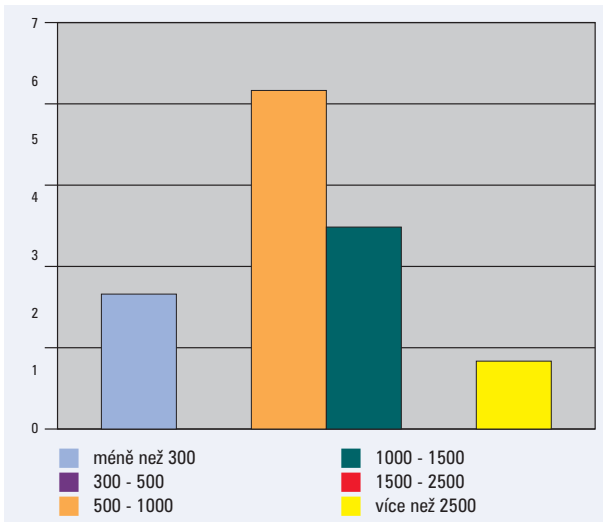


Tento údaj slouží pouze k porovnání s údaji SNZ. Vzhledem k počtu respondentů nemá sám o sobě vypovídací schopnost. U managementu lze předpokládat vyšší míru spotřeby služeb NB v čase 10 – 17 hod.

28 Jakou část Vašich měsíčních výdajů tvoří sportovní a relaxační aktivity?

(v průměru během roku, v Kč)

- a) méně než 300 = 2, tedy 18,18 %
- b) 300 - 500 = 0, tedy 0 %
- c) 500 - 1000 = 5, tedy 45,45 %
- d) 1000 - 1500 = 3, tedy 27,27 %
- e) 1500 - 2500 = 0, tedy 0 %
- f) více než 2500 = 1, tedy 9,09 %



Průměr výdajů na sport a relaxační aktivity leží nad 1000,- Kč/měs, je tedy cca dvojnásobný na rozdíl od údajů, vzešlých ze SNZ (okruh 22).

29 Kouříte v zaměstnání?

- a) ano, jsem silný kuřák = 8, tedy 72,72 %
- b) zřídka kdy = 0, tedy 0 %
- c) ne, jsem nekuřák = 3, tedy 27,27 %



Vzhledem k počtu respondentů nemá tento údaj potřebnou vypovídací schopnost.

30 Měly by být v budovách BB Centra vyhrazeny speciální prostory pro kuřáky?

- a) ano, bylo by to vhodné = 8, tedy 72,72 %
- b) kuřáci by měli mít možnost kouřit ve většině prostor BB Centra = 0, tedy 0 %
- c) ne, nemělo by se kouřit nikde v budově = 3, tedy 27,27 %



Odpovědi se zcela kryjí s předešlým okruhem (kuřáci/nekuřáci). Stejně, jako mezi zaměstnanci převládá názor, že kuřáci by měli mít v budovách BB-C vyhrazeny zvláštní prostory.

31 Jak byste jednou větou charakterizoval(a) BB Centrum?

- na dobré cestě
- neosobitě, studené prostředí
- kromě stravování výborné
- firemní moderní centrum
- netradiční, vzdušné
- kvalitní kancelářské prostory prozatím s nízkou úrovní doplňkových služeb
- dostupná dobrá adresa
- moderní

Viz stejný okruh v SNZ.

32 Neobsahuje-li tento dotazník určité téma či problém, který se vztahuje k BB Centru, jeho rozvoji a službám, uveďte jej, prosím, zde:

- Parkování pro klienty a návštěvníky BB Centra a firem zde sídlících
- Bylo by dobré zlepšit péči o okolí např. údržba chodníků, pravidelný úklid okolí - papírky apod
- Zviditelnit BB Centrum např. formou poutačů a billboardů na dálnicích, vždy s vyjmenováním prestižních nájemců



BNZ 01 - SOUHRN

Respondentů celkem: 180 tedy 100 %

Věk:

20 - 51, prům. = 27.66 , medián = 26
 1/4 respondentů je mladších 23 let
 3/4 respondentů je mladších 30 let

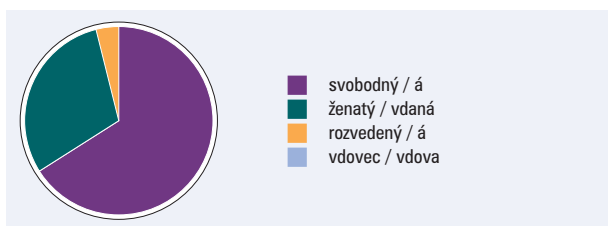
Nejvyšší dosažené vzdělání: (137, tedy 99,27 %)

- a) střední = 20, tedy 11,11 %
- b) střední s maturitou = 109, tedy 60,55 %
- c) vysokoškolské = 46, tedy 25,55 %
- d) postgraduální = 5, tedy 2,77 %



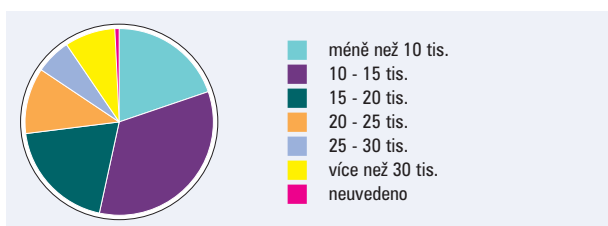
Rodinný stav: (180, tedy 100 %)

- a) svobodný/á = 119, tedy 66,11 %
- b) ženatý/vdaná = 54, tedy 30 %
- c) rozvedený/á = 7, tedy 3,88 %
- d) vdovec/vdova = 0, tedy 0 %



Čistý měsíční příjem v Kč: (19, tedy 13,77 %)

- a) méně než 10 tis. = 36, tedy 20 %
- b) 10 - 15 tis. = 60, tedy 33,33 %
- c) 15 - 20 tis. = 35, tedy 19,44 %
- d) 20 - 25 tis. = 21, tedy 11,66 %
- e) 25 - 30 tis. = 11, tedy 6,11 %

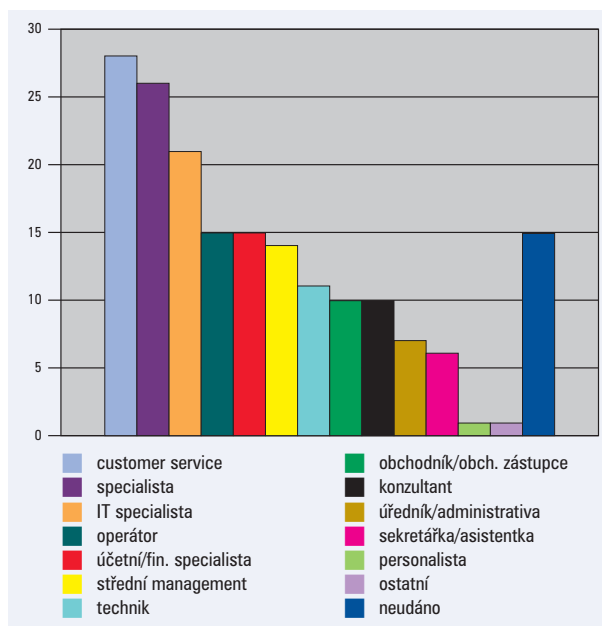


- f) více než 30 tis. = 16, tedy 8,88 %
- g) neudáno = 0, tedy 0 % (ze 180)

Věkový průměr zaměstnanců Eurotel Praha, kteří zodpověděli dotazník je o 2 roky nižší, než u stávajících zaměstnanců nájemců BB-C. O 4 % více jich má ukončené střední vzdělání a o 3 % méně vlastní vysokoškolský diplom. O 5 % více jich žije v manželství. Jejich průměrný čistý měsíční příjem těsně přesahuje 16,5 tis. Kč, což je velmi vysoká hodnota (cca o 1500 Kč/měs. Vyšší, než v SNZ). Z hlediska nákupů zboží, služeb a VA se příchodem Eurotelu jednotková kupní síla zaměstnance BB-C ještě zvyší.

1 Jakou pozici ve společnosti zastáváte? (165, tedy 91,66 %)

- customer service 28, tedy 18,18 %
- specialista 26, tedy 18,18 %
- IT specialista 21, tedy 18,18 %
- operátor 15, tedy 18,18 %
- účetní/fin. Specialista 15, tedy 9,09 %
- střední management 14, tedy 13,63 %
- technik 11, tedy 3,03 %
- obchodník/obch. zástupce 10, tedy 24,24 %
- konzultant 10, tedy 3,03 %
- úředník/administrativa 7, tedy 13,63 %
- sekretářka/asistentka 6, tedy 18,18 %
- personalista 1, tedy 7,57 %
- ostatní 1, tedy 3,03 %
- neudáno 15, tedy 8,33 %

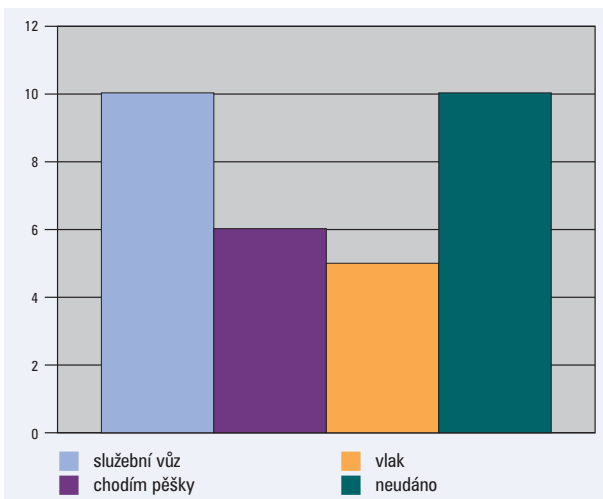
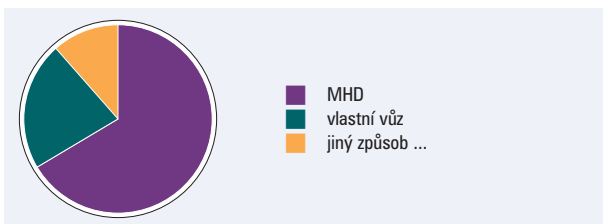


Struktura zaměstnanosti je velmi specifická s ohledem na předmět činnosti (mobilní operátor) a tvoří ji převážně nevýrobní profese.

Dominuje zákaznický servis a odborné IT a technické pozice, a odborné IT a technické pozice. Významné jsou též administrativní a manažerské pozice. Struktura zaměstnanosti je výhodná z hlediska spotřeby zboží, služeb i VA, neboť administrativní pracovníci utrácejí více za stravování, zboží a služby spojené se vzhledem a ošacením a zejména za VA (sport a relax).

2 K dopravě do BB Centra budu nejspíše používat: (180 , tedy 100 %)

- a) MHD = 117, tedy 64,64 %
- b) vlastní vůz = 40, tedy 22,22 %
- c) jiný způsob: = 23, tedy 12,71 %
 - služební vůz = 10, tedy 5,52 %
 - chodím pěšky = 6, tedy 3,32 %
 - vlak = 5, tedy 2,76 %
 - neudáno = 0, tedy 0 %

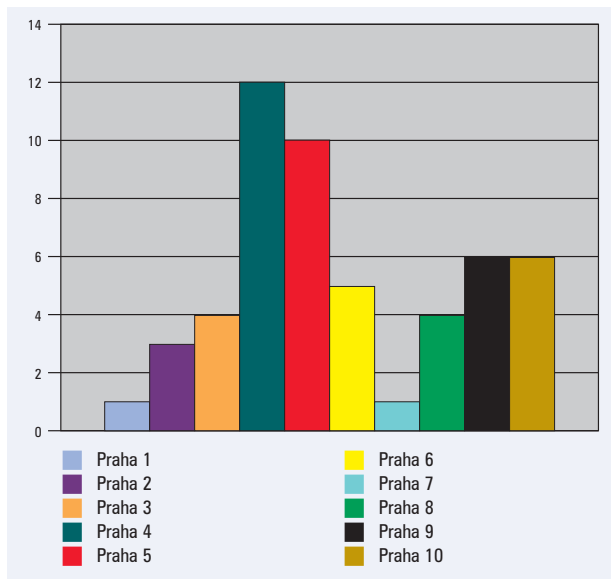
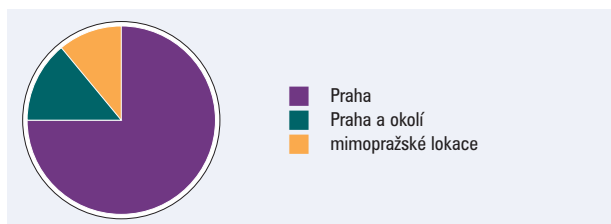


K dopravě do BB-C předpokládají 2/3 zam. ET používat MHD, klíčovým uzlem je stanice metra trasy C Budějovická a čtyři návazné autobusové spoje. K vyššímu podílu MHD i výrazně vyšší spokojenosti s překonáním vzdálenosti BB-C - Budějovická by přispělo zbudování aut. zastávek u NB a mezi budovami A a B. Od užívání osobních vozů k dopravě do BB-C ve větší míře odradí řadové zaměstnance ET problémy s povrchovým parkováním.

3 Do BB Centra budu dojíždět z: (180, tedy 100 %)

(bydliště konkretizovalo pouze 52 = 28,88 % resp.)

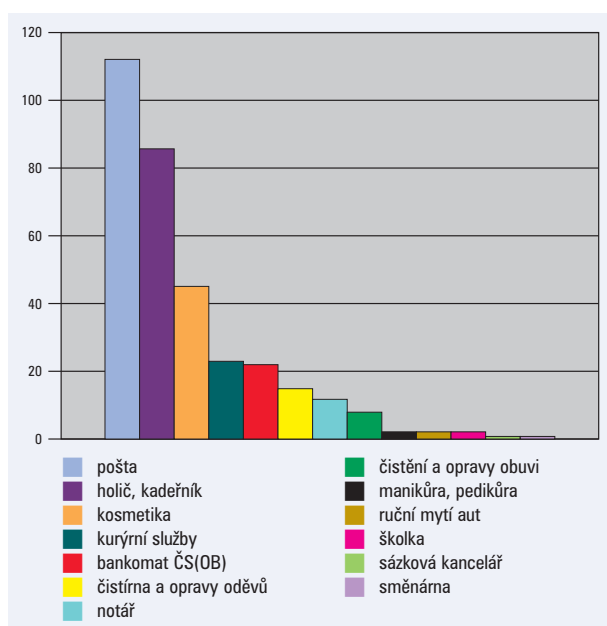
- a) z Prahy = 135, tedy 75 %
 - 1 = 1, tedy 1,92 % (z 52)
 - 2 = 3, tedy 5,77 %
 - 3 = 4, tedy 7,69 %
 - 4 = 12, tedy 23,07 %
 - 5 = 10, tedy 19,23 %
 - 6 = 5, tedy 9,62 %
 - 7 = 1, tedy 1,92 %
 - 8 = 4, tedy 7,69 %
 - 9 = 6, tedy 11,54 %
 - 10 = 6, tedy 11,54 %
- b) z okolí Prahy = 25, tedy 13,88 %
- c) z mimopražských lokací = 20, tedy 11,11 %
 - neudáno konkrétní bydliště = 128, tedy 71,11 % (ze 180)



Klíčové informace o dopravní dostupnosti BB-C lze získat z okruhu č. 7 v SNZ. Téměř 90 % zaměstnanců ET bude dojíždět do BB-C z Prahy a okolí. Předpokládané časy a průměrné vzdálenosti lze též odvodit z okruhu 7 v SNZ.

4 Které služby v areálu BB Centra byste uvítali a jakou četnost využívání těchto služeb předpokládáte?

- 1) pošta, = 112, tedy 62,22 %, Ř 3 měsíčně
- 2) holič, kadeřník = 86, tedy 47,77 %, Ř 1,33 měsíčně
- 3) kosmetika = 45, tedy 25,00 %, Ř 1,2 měsíčně
- 4) kurýrní služby = 23, tedy 12,77 %, Ř 5 měsíčně
- 5) bankomat ČS(OB) = 22, tedy 12,22 %, Ř 7,33 měsíčně
- 6) čistírna a opravy oděvů = 15, tedy 8,33 %, Ř 1,86 měsíčně
- 7) notář = 12, tedy 6,66 %, Ř 2,5 měsíčně
- 8) čištění a opravy obuvi = 8, tedy 4,44 %, Ř 1,125 měsíčně
- 9) manikúra, pedikúra = 2, tedy 1,11 %, Ř 1 měsíčně (SN)
- 10) ruční mytí aut = 2, tedy 1,11 %, Ř 2,5 měsíčně (SN)
- 11) školka = 2, tedy 1,11 %, Ř 20 měsíčně (SN)
- 12) sázková kancelář = 1, tedy 0,55 %, Ř 12 měsíčně (SN)
- 13) směnárna = 1, tedy 0,34 %

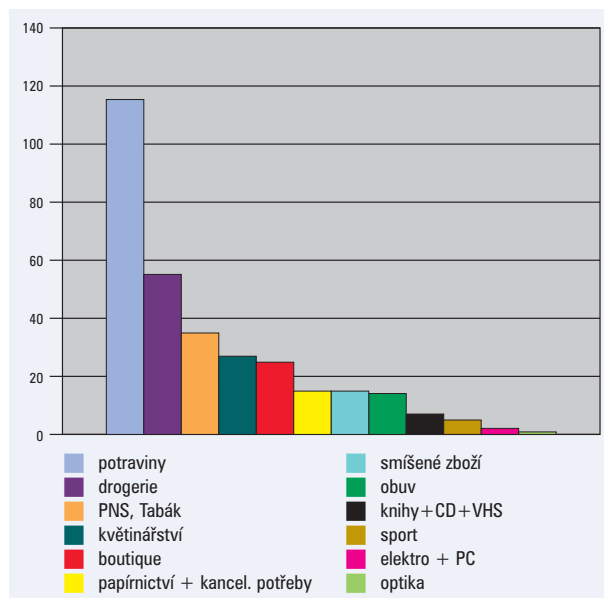


Tento okruh potvrdil zájem o služby pro nájemce i návštěvníky BB-C. Vysoce žádány jsou služby, související s upraveností a vzhledem (viz okruh STRUKTURA PRACOVNÍCH POZIC – převažující administrativní zaměření klade vysoké nároky na vzhled) a služby listovních zásilek. I zde se obdobně, jako v SNZ a SNM objevuje požadavek na služby ručního mytí vozidel v prostorách posazemních garáží.

5 Jaké obchody v areálu BB Centra nejvíce postrádáte a jakou četnost návštěv těchto obchodů předpokládáte? (146 , tedy 81,11 %)

- 1) potraviny (+OZ+MU+lahůdky+pekárna) = 115, tedy 63,88 %, Ř 15,68 měsíčně, 25th percentile - 10, 75th percentile - 20
- 2) drogerie (+parmumerie+kosmetika) = 55, tedy 30,55 %, Ř 5,5 měsíčně, 25th percentile - 2, 75th percentile - 5
- 3) PNS, Tabák (+sběrna fotolab) = 35, tedy 19,44 %, Ř 10,77 měsíčně, 25th percentile - 1, 75th percentile - 4
- 4) květinářství (+dárkové předměty) = 25, tedy 13,88 %, Ř 2,84 měsíčně, 25th percentile - 1, 75th percentile - 3
- 5) boutique (+punčochy) = 27, tedy 15 %, Ř 2,63 měsíčně, 25th percentile - 1, 75th percentile - 4

- 6) papírnictví + kancelářské potřeby = 5, tedy 2,77 %, Ř 0,83 měsíčně, 25th percentile - 1, 75th percentile - 5
- 7) smíšené zboží = 2, tedy 1,11 %, Ř 1,5 měsíčně (SN)
- 8) obuv = 15, tedy 8,33 %, Ř 1,66 měsíčně
- 9) knihy+CD+VHS = 15, tedy 8,33 %, Ř 2,8 měsíčně
- 10) sport = 14, tedy 7,77 %, Ř 2,5 měsíčně
- 11) elektro + PC = 7, tedy 3,88 %, Ř 5 měsíčně
- 12) optika = 1, tedy 0,55 %, Ř 1 měsíčně (SN)



Dominují potraviny a předměty denní potřeby, nejen absolutně, ale i předpokládanou četností návštěv.

6 Jakou otevírací dobu by podle Vás měly mít obchody a služby v areálu BB Centra? (157, tedy 87,22 %)

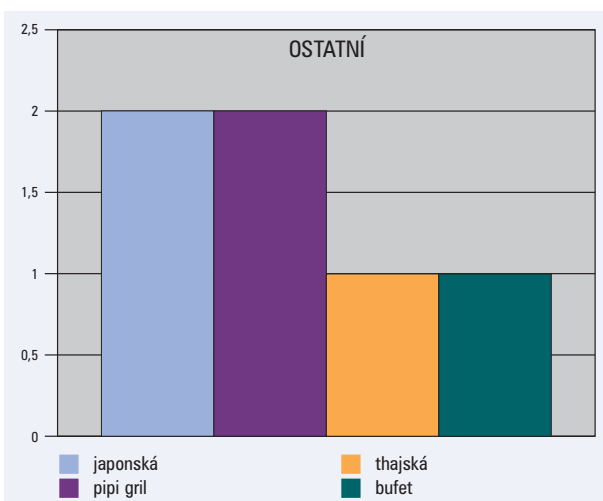
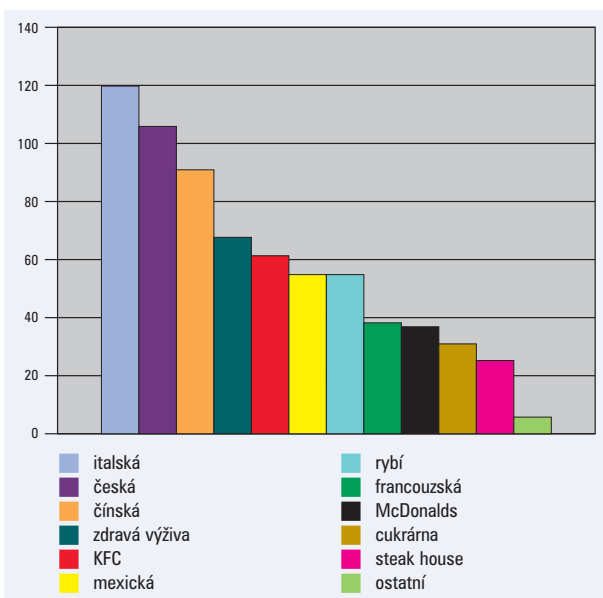
Od 08 : 06 ... low value - 6 : 00 ... 75th percentile - 9 : 00 ... high value - 16 : 00

Do 19 : 01 ... low value - 13 : 00 ... 75th percentile - 20 : 00 ... high value - 22 : 00

Přání 75 % respondentů je otevírací doba 9:00 – 20:00, dle charakteristik respondentů lze předpokládat špičky 9:00-9:30, 11:30-13:00 a 17:30-18:30.

7 Které typy restaurací preferujete? (označte nejvýše 5 typů)

- 1) italská 120, tedy 66.66 %
 - 2) česká 106, tedy 58.88 %
 - 3) čínská 91, tedy 50.55 %
 - 4) zdravá výživa 68, tedy 37.66 %
 - 5) KFC 61, tedy 33.88 %
 - 6) mexická 55, tedy 30.55 %
 - 7) rybí 55, tedy 30.55 %
 - 8) francouzská 38, tedy 21.11 %
 - 9) McDonalds 37, tedy 20.55 %
 - 10) cukrárna 31, tedy 17.22 %
 - 11) steak house 25, tedy 13.88 %
 - 12) ostatní 6, tedy 3.33 %
- japonská 2, tedy 1.11 %
pipi gril 2, tedy 1.11 %
thajská 1, tedy 0.55 %
bufet 1, tedy 0.55 %

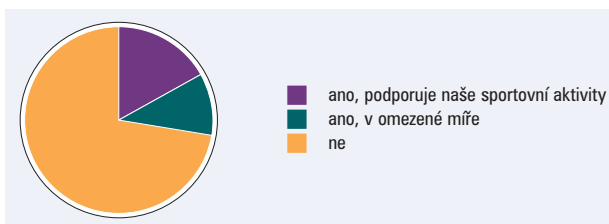


Zájem respondentů o stravování mimo stávající gastroprovozy bude s ohledem na další charakteristiky (zejména STRUKTURA PRACOVNÍCH POZIC, STRUKTURA PŘÍJMU ad.) velmi vysoký. Tyto

doplňkové gastroprovozy by též měly nabídnout výhodné „balíky“ pro zaměstnance a zabezpečit si tak vytížení části kapacit obdobně, jako NB.

8 Umožňuje Vám zaměstnavatel provozovat sportovní aktivity v pracovní době? (180, tedy 100 %)

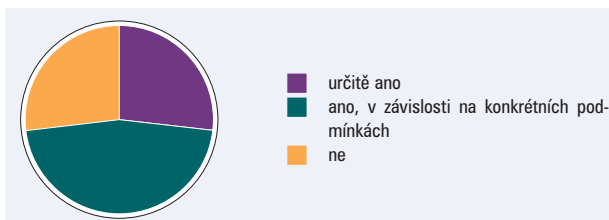
- a) ano, podporuje naše sportovní aktivity = 30, tedy 16,66 %
 - b) ano, v omezené míře = 19, tedy 10,55 %
 - c) ne = 131, tedy 72,77 %
- neudáno = 0, tedy 0 %



Možnost provozovat v omezené míře sportovní aktivity mezi 10 – 17 hod. je u zaměstnanců ET velmi omezená (cca 25 % oproti 42 % u SNZ – viz okruh 16 SNZ). Lze předpokládat, že 5 – 10 % zaměstnanců ET, dislokovaných v BB-C bude nakupovat služby NB mezi 10 – 17 hod. Reálné propočty by měly kalkulovat s 5 % zaměstnanců ET.

9 Byli byste ochotni provozovat za zvýhodněných podmínek (časové pásmo 10:00 - 16:00 hod) své obvyklé sportovní aktivity v plánovaném sportovním centru Nová Brumlovka? (180, tedy 100 %)

- a) určitě ano = 48, tedy 26,66 %
 - b) ano, v závislosti na konkrétních podmínkách = 84, tedy 46,66 %
 - c) ne = 48, tedy 26,66 %
- neudáno = 0, tedy 0 %

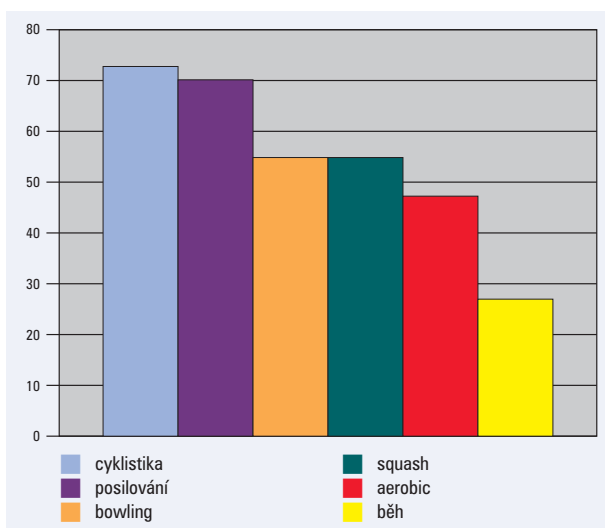


72 % (obdobně 81 % u SNZ – viz okruh 17) zaměstnanců ET je ochotno nakupovat VA v NB ve „hluchém“ období 10 – 16 hod.. Na rozdíl od SNZ je ale opačný poměr těch, kteří jsou bezvýhradně (1/4), resp. podmíněně (necelá zaměstnanců) ochotni tak činit. Což celkový výhled na pokrytí hluchých hodin NB zhoršuje.

10+11 Které sporty aktivně provozujete? Které sporty provozujete alespoň jednou týdně?

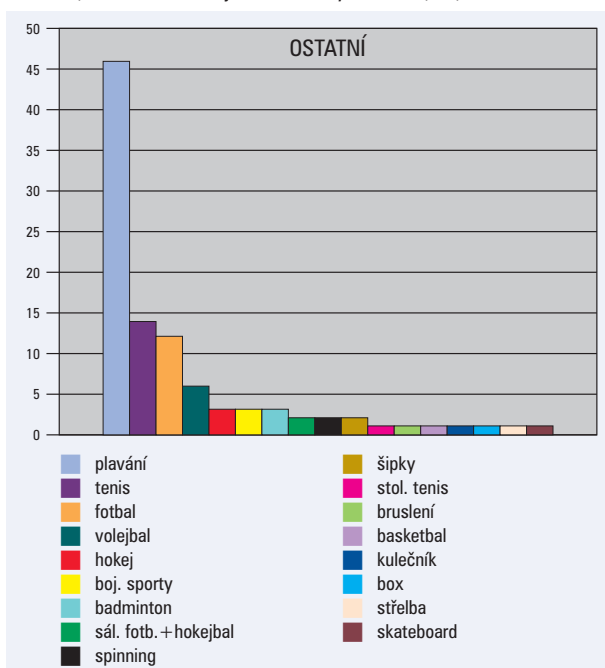
PŘEDDEFINOVANÉ

- 1) cyklistika = 73, tedy 40,55 %, 2x týdně
- 2) posilování = 70, tedy 38,88 %, 2x týdně
- 3) bowling = 55, tedy 30,55 %, 2 x týdně
- 4) squash = 55, tedy 30,55 %, 1,25x týdně
- 5) aerobic = 47, tedy 26,11 %, 2x týdně
- 6) běh = 27, tedy 15 %, 2,5 x týdně



OSTATNÍ

- 1) plavání = 46, tedy 25,55 %, 1,5 x týdně
- 2) tenis = 14, tedy 7,77 %, 1,25 x týdně
- 3) fotbal = 12, tedy 6,66 %, 1,5 x týdně
- 4) volejbal = 6, tedy 3,33 %, 2,5 x týdně
- 5) hokej = 3, tedy 1,66 %, (SN)
- 6) boj. sporty = 3, tedy 1,66 %, (SN)
- 7) badminton = 3, tedy 1,66 %, (SN)
- 8) sál. fotb. + hokejbal = 2, tedy 1,11 %, (SN)

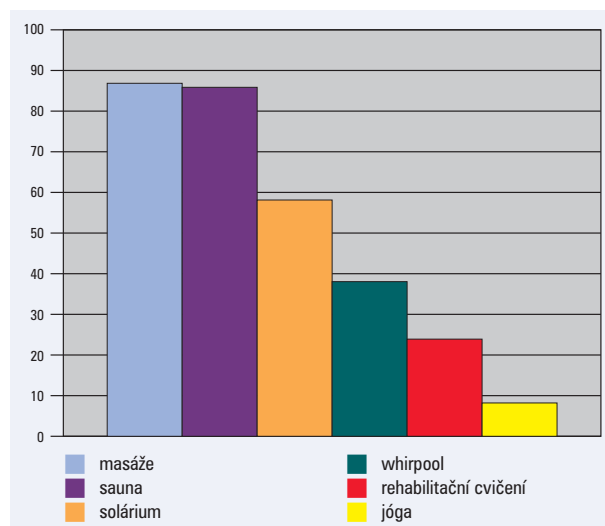


- 9) spinning = 2, tedy 1,11 %, (SN)
- 10) šipky = 2, tedy 1,11 %, (SN)
- 11) stol. tenis = 1, tedy 0,55 %, (SN)
- 12) bruslení = 1, tedy 0,55 %, (SN)
- 13) basketbal = 1, tedy 0,55 %, (SN)
- 14) kulečnick = 1, tedy 0,55 %, (SN)
- 15) box = 1, tedy 0,55 %, (SN)
- 16) střelba = 1, tedy 0,55 %, (SN)
- 17) skateboard = 1, tedy 0,55 %, (SN)

Předdefinované sporty tvoří páteř nabídky sportovních služeb NB. Zájem o ně je vysoký. Předpokládaná frekvence jejich provozování je vyšší, než 1x týdně. Z ostatních sportů (mimo zákl. nabídku NB je velký zájem o plavání (a rehabilitační cvičení v bazénu), tenis, fotbal a volejbal.

12 Které relaxační aktivity provozujete?

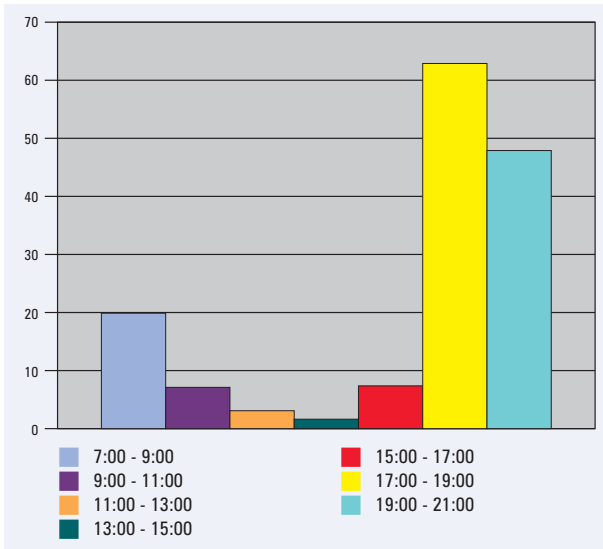
- 1) masáže = 87, tedy 48,33 %
- 2) sauna = 86, tedy 47,77 %
- 3) solárium = 58, tedy 32,22 %
- 4) whirlpool = 38, tedy 21,11 %
- 5) rehabilitační cvičení = 24, tedy 13,33 %
- 6) jóga = 8, tedy 4,44 %



V zájmu o relaxační aktivity jednoznačně dominuje sauna a masáže, za významné lze ještě považovat solárium, vířivou lázeň a rehabilitační cvičení. Těchto pět relaxačních aktivit by v nabídce NB nemělo chybět.

13 Ve kterou denní dobu provozujete sportovní či relaxační aktivity?

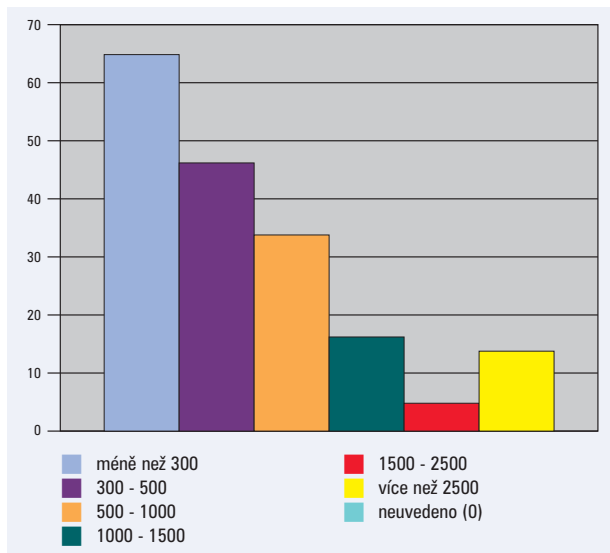
- 1) 7:00 - 9:00 = 40, tedy 22,22 %
- 2) 9:00 - 11:00 = 14, tedy 7,77 %
- 3) 11:00 - 13:00 = 6, tedy 3,33 %
- 4) 3:00 - 15:00 = 3, tedy 1,66 %
- 5) 15:00 - 17:00 = 15, tedy 8,33 %
- 6) 17:00 - 19:00 = 126, tedy 70 %
- 7) 19:00 - 21:00 = 96, tedy 53,33 %



Jednoznačně dominují večerní a pozdní večerní hodiny. Disproporce mezi neobsazenou denní dobou a večerními špičkami, kdy nebude možné uspokojit všechny zájemce vede k potřebě začlenit relaxační aktivity do „zvýhodněných“ programů a firemních „balíků“, které však lze spotřebovat pouze v denní době 10 – 17 hod. Zaměstnanci ET mají mírně vyšší spotřebu VA aktivit v pásmu 9-11 a 15-17 hod oproti SNZ (okruh 21), což je výhodné pro NB. Tento údaj je však disproporční vzhledem k okruhům 8 a 9 (viz výše), které poukazují na nízkou ochotu spotřebovat VA mezi 10 – 16 hod.

14 Jakou část Vašich měsíčních výdajů tvoří sportovní a relaxační aktivity?

- (v průměru během roku, v Kč)
- a) méně než 300 = 65, tedy 36,11 %
 - b) 300 - 500 = 46, tedy 25,55 %
 - c) 500 - 1000 = 34, tedy 18,88 %
 - d) 1000 - 1500 = 16, tedy 8,88 %
 - e) 1500 - 2500 = 5, tedy 2,77 %
 - f) více než 2500 = 14, tedy 7,77 %
 - g) neuvedeno = 0, tedy 0 %

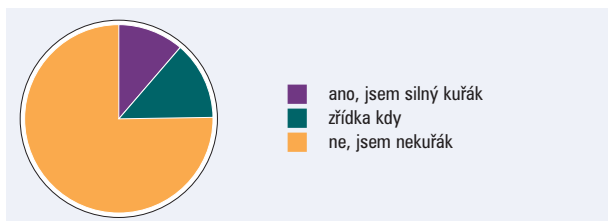


Otázka průměrných výdajů za sportovní a relaxační aktivity je pro ekonomiku NB klíčová. Jedná se však o složitější problém s více konsekvencemi, nejdůležitější lze shrnout do několika bodů:

- Výdaje na VA
- vykazují vysokou citlivost na změny disponibilního příjmu (změny cen potravin, nájmu, služeb) a lze je tedy považovat za nestabilní v čase
- je nutné rozdělit na ty, které může zachytit svou nabídkou NB a na ostatní výdaje na VA
- V celkových výdajích na VA je nejvyšší udávaná četnost (méně, než 300 Kč) značně disproporční s průměrem (přes 600 Kč/osobu/měsíc), což poukazuje na poměrně silnou podskupinu spotřebitelů VA, kteří utrácejí měsíčně 1000-1500 Kč (cca 9 %), resp. přes 2500 Kč (téměř 8 %)
- Vzhledem k výše uvedenému lze reálně počítat s 200 – 400 Kč/zaměstnanec ve prospěch NB. Se stávajícími vstupními daty nelze tento údaj dále zpřesnit a je nutné brát jej jako orientační. Specifikované údaje a zpřesnění odhadů ekonomiky provozu NB může přinést připravovaný průzkum MSZ a MSM, zaměřený specificky na NB.

15 Kouříte v zaměstnání?

- a) ano, jsem silný kuřák = 21, tedy 11,66 %
 b) zřídka kdy = 24, tedy 13,33 %
 c) ne, jsem nekuřák = 135, tedy 75 %
 • neuvedeno = 0, tedy 0 %



Množství kuřáků a nekuřáků z řad respondentů společnosti ET je 25/75 (značný rozdíl oproti 50/50 v SNZ). V případě ET tedy nebude nejspíše potřeba problém kuřáků koncepčně řešit.

16 Měly by být v budovách BB Centra vyhrazeny speciální prostory pro kuřáky?

- a) ano, bylo by to vhodné = 99, tedy 55 %
 b) kuřáci by měli mít možnost kouřit ve většině prostor BB Centra = 3, tedy 1,66 %
 c) ne, nemělo by se kouřit nikde v budově = 78, tedy 43,33 %
 • neuvedeno = 0, tedy 0 %

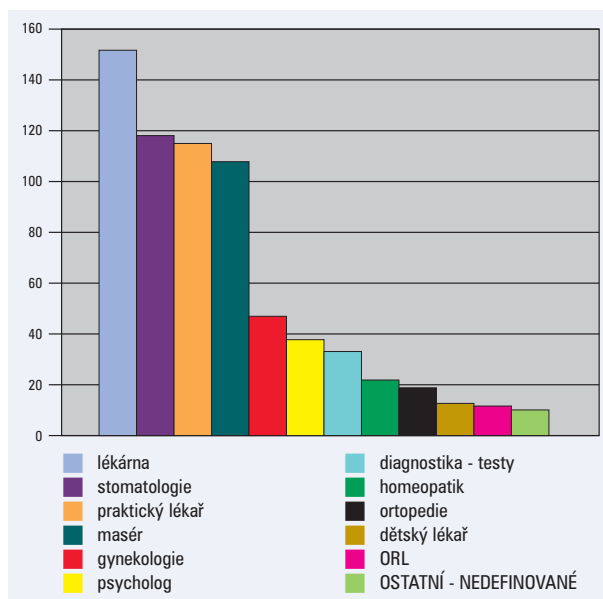


Přání 55 % respondentů (ze 3/4 nekuřáků) zřídít oddělený a dobře větraný vyhrazený prostor pro kuřáky lze chápat jako přání nebýt obtěžováni minoritou kuřáků. Problém však není tak vyhraněn, jako v budovách C a B.

17 Které lékařské a diagnostické služby by měly být k dispozici v Nové Brumlovce?

(označte nejvýše 8 typů služeb)

- 1) lékárna = 152, tedy 84,44 %
- 2) stomatologie = 118, tedy 65,55 %
- 3) praktický lékař = 115, tedy 63,88 %
- 4) masér = 108, tedy 60,0 %
- 5) gynekologie = 47, tedy 26,11 %
- 6) psycholog = 38, tedy 21,11 %
- 7) diagnostika - testy = 33, tedy 18,33 %
- 8) homeopatik = 22, tedy 12,22 %
- 9) ortopedie = 19, tedy 10,55 %
- 10) dětský lékař = 13, tedy 7,22 %
- 11) ORL = 12, tedy 6,66 %
- OSTATNÍ - NEDEFINOVANÉ = 10, tedy 5,55 %



Zájem o lékařské, diagnostické a terapeutické služby, plánované v NB je velmi vysoký a jejich skladba odpovídá poptávce respondentů. Pod hranicí 10 % zájmu leží ORL a dětský lékař. Zájem o dětského lékaře by se rapidně změnil, pokud by došlo k výstavbě zařízení pro předškolní děti.



ZÁVĚR

Dotazníkové šetření ...

...splnilo svůj účel v následujících bodech:

- ▶ správnost projektového záměru NB
- ▶ poptávka po službách a obchodních plochách ze strany budoucích spotřebitelů
- ▶ ne/spokojenost současných uživatelů BB C s parametry, vybavením a poskytovanými službami

...přineslo velmi cenné informace o současných i budoucích uživateli BB-C

- ▶ osobní data respondentů
- ▶ spokojenost/nespokojenost s vybavením/službami BB C
- ▶ způsob dopravy, časy a vzdálenosti dopravy, přístupnost MHD, parkování
- ▶ poptávka po službách/obchodech/sportovních a relaxačních aktivitách, lékařských službách, předpokládaná frekvence jejich spotřeby a očekávané výdaje (sport)
- ▶ vlastní hodnocení BB C, nespécifikované okruhy problémů

...není v této podobě schopné přinést uspokojivé argumenty pro podporu projektu NB, tj ověřit:

- ▶ správnost projektového záměru NB
- ▶ poptávku po službách NB ze strany uživatelů BB C
- ▶ poptávka v absolutních číslech (počet osob x průměrně předpokládané jednotkové měsíční výdaje na VA) není dostatečně silná pro zajištění ekonomiky provozu NB
- ▶ je nutné provést šetření MSZ a MSM pro ověření širšího zájmu o NB v její spádové oblasti

KOMPILOVANÝ ZÁVĚR JEDNOTLIVÝCH OKRUHŮ:

Průměrný uživatel BB-C je zakrátko třicetiletý, svobodný člověk s úplným středním vzděláním a čistým měsíčním příjmem 15 tisíc Kč. Pracuje ve velké společnosti a jeho sociální status je nadprůměrný. Výše uvedené parametry jsou velmi dobré z hlediska předpokládaných nákupů zboží a služeb, zejména VA.

Struktura zaměstnanosti - převládají administrativní, manažerské a odborné pozice - výhodné z hlediska spotřeby zboží, služeb i VA, neboť administrativní pracovníci utrácejí více za stravování, zboží a služby spojené se vzhledem a ošacením a zejména za VA.

90 % respondentů je spokojeno s kvalitou a vybavením budovy, z toho 40 % bez výhrad !! Výtky vůči klimatizaci se objevují v mnoha níže následujících tématech a do určité míry kazí jinak velmi dobrý dojem z budov BB-C.

Spokojenost s poskytovanými službami je velmi vysoká (90 %). Ze všech okruhů problémů (dopravní dostupnost, okolí budov, architektura a vybavení, lokalita, vybavenost obchody a službami, VA aj.) jsou právě stravování a klimatizace klíčovými problémy BB Centra.

Respondenti měli uvést tři hlavní klady BB-C. 66 % z nich si je vědomo alespoň jednoho výrazného kladu, 38 % vidí dva hlavní klady a 22 % dokonce tři faktory spokojenosti s BB-C.

Nejvýraznějším v BB-C je spokojenost se vzhledem, vybavením a poskytovanými službami. V těsném závěsu následuje bezkonkurenční poloha z hlediska umístění a excelentní dopravní obslužnosti.

Dominantní zápor BB-C vnímá méně respondentů (59 %), než dominantní klad (63 %). Mimo problémů s klimatizací a stravováním je často zmiňováno povrchové parkování (nedostatečná kapacita) a okolí BB-C (neudržovaná cesta k M Budějovická, málo relaxačních a zelených ploch, prach a hluk ze stavby).

V dopravě do BB-C dominuje MHD, klíčovými uzly je stanice metra trasy C Budějovická a čtyři návazné autobusové spoje. K vyššímu podílu MHD by přispělo zbudování aut. zastávek u NB a mezi budovami A a B. Od užívání osobních vozů k dopravě do BB-C ve větší míře odrazují problémy s povrchovým parkováním.

Dopravní dostupnost v rámci Prahy je excelentní a mezi konkurenčními business centry nemá obdoby. Dosáhnout BB Centra lze v průměru za necelou půlhodinu při vzdálenosti 10 km (mix 2/3 MHD a 1/3 osobní vůz). Klíčovými faktory jsou

- ▶ blízkost trasy metra C a stanic Budějovická a Kačerov
- ▶ počet návazných linek a spojů
- ▶ lokalizace plánovaných zastávek MHD v BB-C
- ▶ poloha přímo u D1, se sjezdem přímo do BB-C
- ▶ blízkost klíčové křižovatky Průmyslového okruhu a D1
- ▶ propustnost Vyskočilovy třídy a navazující komunikace k Vltavě

Dostupnost BB-C osobním vozem je velmi dobrá, lze ji však ještě zlepšit zejména vybudováním nájezdu na D1 (směr Brno).

Je pocíťován nedostatek služeb v BB-C. Vysoce žádány jsou služby, související s úpravou a vzhledem – převažující administrativní zaměření klade vysoké nároky na vzhled) a služby listovních zásilek.

Obdobně jako u služeb jsou chybějící obchody faktorem nespokojenosti s BB-C, což se projevilo zejména v závěrečném „vlastním“ hodnocení. Dominují potraviny a předměty denní potřeby.

Přání 75 % respondentů je otevírací doba obchodů a služeb 8:00 – 20:00, dle charakteristik respondentů lze předpokládat špičky 8-9, 11-14 a 17-19.

Zájem respondentů o stravování mimo stávající gastroprovozy je i s ohledem na další charakteristiky (zejména STRUKTURA PRACOVNÍCH POZIC, STRUKTURA PŘÍJMŮ ad.) velmi vysoký.

18 % manažerů se domnívá, že jejich společnost neumožňuje provozovat svým zaměstnancům sportovní aktivity v pracovní době, zatímco 57 % zaměstnanců uvádí, že tuto možnost nemají. Lze předpokládat, že 1/3 zaměstnanců, dislokovaných v BB-C bude nakupovat služby NB mezi 10 – 16 hod.

81 % zaměstnanců je ochotno nakupovat služby NB ve zvýhodněném pásmu mezi 10 – 16 hod a stejné % managementu je ochotno je v tom podporovat formou finanční spoluúčasti. Specifikace podmínek by měla spočívat ve zvýhodněných cenách služeb „balících“ pro firmy.

Zájem o nabídku sportovních služeb NB je vysoký. Předpokládaná frekvence jejich provozování je vyšší, než 1x týdně. Z ostatních sportů (mimo zákl. nabídku NB) je velký zájem o plavání, tenis, fotbal a stolní tenis.

V zájmu o relaxační aktivity jednoznačně dominuje sauna a masáže, za významné lze ještě považovat solárium, vířivou lázeň a rehabilitační cvičení.

V předpokládané době návštěv NB dominují večerní a pozdní večerní hodiny.

V celkových výdajích na VA se shoduje nejvyšší udávaná četnost (500 – 1000 Kč) s průměrem. Reálně lze počítat s 200 – 500 Kč ve prospěch NB na jednoho sportujícího zaměstnance, dislokovaného v BB-C.

Množství kuřáků a nekuřáků v BB-C je cca 50/50. Problém kuřáků je nutno koncepčně řešit tak, aby pro ně byly zajištěny podmínky a nebyli obtěžováni nekuřáci a návštěvníci BB-C.

Zájem o lékařské, diagnostické a terapeutické služby plánované v NB je velmi vysoký a jejich skladba odpovídá poptávce respondentů. Pod hranicí 10 % zájmu leží homeopatik, ORL a dětský lékař.

Vlastní hodnocení BB-C jednou větou či několika slovy přineslo velmi potřebný pohled „zevnitř“. Respondenti vysoce hodnotí architekturu, čistotu, polohu, standard provedení a vybavení budov, ale často se lze setkat se slovy „nedodělanost, nedokončenost, chybějící služby, obchody a relaxační plochy, zeleň...“.

MANAGEMENT

Téměř 3/4 společností udávají nárůst počtu zaměstnanců, a to v uplynulém i následujícím období. V závislosti na současné intenzitě využití ploch narazí na nutnost zvětšení nájemních ploch. Zároveň to přinese i zvýšení celkové kupní síly v souvislosti s plánovanými obchody a službami.

2/3 nájemců považují počet podzemních stání za vyhovující potřebám.

Nečekaně vysoký (přes 50 %) je předběžný zájem o nová podzemní stání.

Dosahované časy dopravy do BB-C jsou ještě lepší, než u zaměstnanců, což je dáno výhradním používáním automobilů.

Není zájem o spolufinancování kyvadlové dopravy dopravu pro zaměstnance a klienty (Trasa: Metro Budějovická - BB-C). Zlepšení dopravní obslužnosti je snadněji řešitelné již zmíněnými plánovanými zastávkami busů MHD.

Zajímavý je opakovaný požadavek na ruční mytí aut v prostorách podzemních garáží BB-C.

Průměr výdajů na sport a relaxační aktivity leží nad 1000,- Kč/měs, je tedy cca dvojnásobný na rozdíl od údajů zaměstnanců.

EUROTEL PRAHA

Věkový průměr zaměstnanců Eurotel Praha, kteří zodpověděli dotazník je o 2 roky nižší, než u stávajících zaměstnanců nájemců BB-C. O 4 % více jich má ukončené střední vzdělání a o 3 % méně vlastní vysokoškolský diplom. O 5 % více jich žije v manželství. Jejich průměrný čistý měsíční příjem těsně přesahuje 16,5 tis. Kč, což je velmi vysoká hodnota (cca o 1500 Kč/měs. Vyšší, než v SNZ). Z hlediska nákupů zboží, služeb a VA se příchodem Eurotelu jednotková kupní síla zaměstnance BB-C ještě zvýší.

Struktura zaměstnanosti je velmi specifická s ohledem na předmět činnosti a tvoří ji převážně nevýrobní profese a je výhodná z hlediska spotřeby zboží, služeb i VA.

K dopravě do BB-C předpokládají 2/3 zam. ET používat MHD, klíčovým uzlem je stanice metra trasy C Budějovická a čtyři návazné autobusové spoje. Od užívání osobních vozů k dopravě do BB-C ve větší míře odradí řadové zaměstnance ET problémy s povrchovým parkováním.

Tento okruh potvrdil zájem o služby pro nájemce i návštěvníky BB-C. Vysoce žádané jsou služby, související s upraveností a vzhledem, a služby listovních zásilek. I zde se objevuje požadavek na služby ručního mytí vozidel v prostorách podzemních garáží.

Možnost provozovat v omezené míře sportovní aktivity mezi 10 – 17 hod. je u zaměstnanců ET velmi omezená (cca 25 %). Lze předpokládat, že 5 zaměstnanců ET bude nakupovat služby NB mezi 10 – 16 hod.

72 % zaměstnanců ET je ochotno nakupovat VA v NB ve „hluchém“ období 10 – 16 hod.

Ve výdajích na VA koliduje nejvyšší četnost (pod 300 Kč) s průměrem (přes 600 Kč/osobu/měsíc), což poukazuje na silnou podskupinu spotřebitelů VA, kteří utrácí měsíčně 1000-1500 Kč (cca 9 %), resp. přes 2500 Kč (téměř 8 %). Vzhledem k výše uvedenému lze reálně počítat s 200 – 400 Kč/zaměstnanec ET ve prospěch NB.

Množství kuřáků a nekuřáků z řad respondentů společnosti ET je 25/75 (značný rozdíl oproti 50/50 v SNZ). V případě ET tedy nebude nejspíše potřeba problém kuřáků koncepčně řešit.

Přání 55 % respondentů (ze 3/4 nekuřáků) zřídít oddělený a dobře větraný vyhrazený prostor pro kuřáky lze chápat jako přání nebyť obtěžování minoritou kuřáků.



TISKOVÉ ZPRÁVY

LOSOVÁNÍ SOUTĚŽE PASSERINVEST GROUP

Dne 25. května 2001 v 10:00 proběhlo losování výherců soutěže společnosti PASSERINVEST Group. Losování se zúčastnil Radim Passer, výkonný ředitel společnosti, ing. Vladimír Klouda za projekt development a Romana Loumová, asistentka výkonného ředitele.

Passerinvest Group, ve spolupráci se společnostmi CRS Network a CRS Management, současnými i budoucími nájemci BB Centra, realizoval v dubnu a květnu 2001 rozsáhlé dotazníkové šetření ROZVOJ LOKALITY BB CENTRUM.

Průzkumu se zúčastnilo téměř 20 % osob, pracujících v BB Centru. Cílem průzkumu bylo podchytit potřeby a přání současných a budoucích nájemců BB Centra.

Výsledky průzkumu budou využity při dalším rozvoji lokality, zejména při plánovaném zřizování nových obchodů a služeb, ploch a zařízení pro sportovní a relaxační aktivity, restaurační zařízení atd.

Výsledky průzkumu přinesly řadu zajímavých informací o pohledu současných nájemců na jejich pracovní prostředí a BB Centrum jako takové. Mnoho podnětných návrhů bude využito při stavbě dalších plánovaných etap BB Centra.

Extrakt ze závěrečné hodnotící zprávy bude uveřejněn i na této webové adrese během června 2001.

Dne 25. 5. 2001 proběhlo v sídle společnosti Passerinvest group slosování řádně vyplněných dotazníků, které obsahovaly správnou odpověď na soutěžní otázku. Celkem jsme do dne slosování obdrželi 107 správných odpovědí, ze kterých byli za účasti vedení společnosti Passerinvest Group slavnostně vylosováni tři výherci hodnotných věcných cen.

Soutěžní otázka zněla:

PASSERINVEST Group je česká developerská společnost, zaměřená na výstavbu a rekonstrukci kancelářských a obytných budov. Firma byla založena v roce 1991. Do konce roku 2001 dokončí PASSERINVEST Group 14 projektů s celkovými investičními náklady 3,8 mld. Kč. Nejvýznamnějším projektem PASSERINVEST Group je přední pražský administrativní komplex BB Centrum. Projekt je rozdělen do ... 10 a více etap.

Správná odpověď na soutěžní otázku je tedy c) 10 a více etap.

1. cenu, minivěž JVC UVX 10, vyhrává Foldyna Ladislav ze společnosti Next Soft;
2. cenu, mobilní telefon NOKIA 3310, vyhrává Preiszler Luděk ze společnosti Eurotel s.r.o.;
3. cenu, sportovní hodinky CASIO EDEFICE, vyhrává Rotbauer Jaroslav ze společnosti Eurotel s.r.o.

Předání výher proběhne za účasti vedení společnosti PASSERINVEST Group dne 31. 5. 2001 ve 14:00 v sídle společnosti, Nad Petruskou 3, Praha 2.

Autor: Zet

VÝHERCE HLAVNÍ CENY: POPRVÉ V ŽIVOTĚ JSEM NĚCO VYHRÁL!

Dne 13. června 2001 v 9:00 proběhlo slavnostní předání věcných cen výhercům soutěže, pořádané společností PASSERINVEST Group.

Soutěž byla součástí dotazníkového šetření ROZVOJ LOKALITY BB CENTRUM. Vylosování výherci (viz článek LOSOVÁNÍ SOUTĚŽE ...) si z rukou předsedy představenstva PASSERINVEST Group pana Radima Passera převzali věcné ceny v hodnotě téměř patnácti tisíc korun.

Zde je přehled cen a jejich výherců:

1. cena, minivěž JVC UVX 10, výhercem je Ladislav Foldyna ze společnosti Next Soft;
2. cena, mobilní telefon NOKIA 3310, výhercem je Luděk Preiszler ze společnosti Eurotel s.r.o.;
3. cena, sportovní hodinky CASIO EDEFICE, výhercem je Jaroslav Rotbauer ze společnosti Eurotel s.r.o.

Při předávání cen vládla neformální atmosféra. Výherci hovořili o svých zkušenostech i očekáváních, spojených s BB Centrem. Mnoho dotazů směřovalo k plánované výstavbě nového sportovní - relaxačního centra Nová Brumlovka a skladbě obchodů a služeb. Nelíčené překvapení nad svým vítězstvím v soutěži projevil Ladislav Foldyna (Next Soft), který dle svých slov doposud nikdy nic nevyhrál.

Realizace obsáhlého dotazníkového šetření, koncepční opatření, vzešlá ze závěrů průzkumu i ocenění přínosu mnoha set respondentů znovu poukazují na význam, který společnost PASSERINVEST Group přikládá spokojenosti svých klientů i jejich zaměstnanců s areálem BB Centra. BB Centrum se tak bude rozvíjet s ohledem na maximální komfort nájemců a komplexnost nabízených služeb.

Autor: Zet

JAK SE ŽIJE ... V BB CENTRU?

Plné znění

Passerinvest Group, ve spolupráci se společnostmi CRS Network a CRS Management, současnými i budoucími nájemci BB Centra, realizoval v dubnu a květnu 2001 rozsáhlé dotazníkové šetření ROZVOJ LOKALITY BB CENTRUM.

Průzkumu se zúčastnilo téměř 20 % osob, pracujících v BB Centru. Cílem průzkumu bylo podchytit potřeby a přání současných a budoucích nájemců BB Centra.

Výzkum proběhl formou papírových i elektronických dotazníků. Ty byly následně analyzovány. Výsledkem jsou textové, grafické a tabulkové výstupy, souhrnné hodnocení a soubor doporučení pro další rozvoj lokality.

Výstupy jsou k dispozici stávajícím i potenciálním nájemcům BB Centra. Poskytují cenné vodítko pro obchodníky i poskytovatele služeb - k dispozici jsou údaje o preferencích spotřebitelských skupin, požadovaných službách, obchodech, frekvenci jejich návštěv i odhadovaných výdajích za nákupy služeb.

Výsledky průzkumu budou využity při dalším rozvoji lokality, zejména při plánovaném zřízení nových obchodů a služeb, ploch a zařízení pro sportovní a relaxační aktivity, restaurační zařízení atd.

Výsledky průzkumu přinesly řadu zajímavých informací o pohledu současných nájemců na jejich pracovní prostředí i BB Centrum jako takové.

Téměř 90 % respondentů je se svým pracovištěm v BB Centru spokojeno. Dílčí nespokojenost je s možností nastavení klimatizace, kvalitou stravování (externí dodavatel) a nedostatkem obchodů, služeb, zeleně a relaxačních a sportovních ploch.

Všemi nedostatky se PASSERINVEST Group zabývá. Technické řešení budov BB Centra je na velmi vysoké úrovni. Přesto neustává snaha o zlepšování servisu, poskytovaného novými i stávajícími nájemcům kancelářských i obchodních ploch (budovy B a C nyní spravuje společnost Golub Europe).

Rozsah poskytovaných služeb, obchodních i sportovních ploch se v příštích letech dramaticky zvýší v souvislosti s realizací budov Alpha, Beta, Gamma a Nové Brumlovky. Tím se rozroste BB Centrum na obě strany Vyskočilovy třídy a vzniknou velké a reprezentativní plochy pro obchod, služby, sport a zábavu.

Jejich lokalizace uprostřed areálu, kde nalezne práci téměř 10.000 převážně administrativních pracovníků, je pro zájemce o tyto plochy velmi zajímavá. K dobru lze přičíst i excelentní dopravní dostupnost areálu BB Centra. 10,5 km, délka jízdy 28,5 minuty pro pražany, 32 km, a 35 minut z přípražských obcí - to je velmi dobrá zpráva pro klienty i zaměstnance společností, které zvažují přesunutí svého sídla do BB Centra. Poloha BB Centra u křižení D1 a vnitřního pražského rychlostního okruhu je bezkonkurenční. Do centra města z BB Centra dojet běžně za 4 minuty. Průměrně udávaný čas mimopražských návštěvníků BB Centra je velmi dobrých 89 minut při 83,5 km.

Bezkonkurenční pozici v dopravní dostupnosti mezi pražskými administrativními centry podtrhuje i blízkost stanice metra Budějovická a nově plánované zastávky MHD, umístěné přímo uprostřed areálu.

Zaměstnanci i klienti společností, sídlících v BB Centru, vysoce hodnotí bezproblémovou dostupnost BB Centra, stejně jako jeho reprezentativní polohu přímo u hlavního příjezdového tahu do vnitřní Prahy.

Ve vlastním hodnocení BB centra byly převládaly definice „moderní administrativní centrum s excelentní polohou a vysokou úrovní

architektonického a technického řešení“. Charakterizace BB Centra se dělila celkem do 4 kategorií dle míry pozitivní hodnocení. Pozitivních definic bylo 84 %. Extrakt ze závěrečné hodnotící zprávy bude uveřejněn na adrese www.passerinvest.cz během července 2001.

Realizace průzkumu, i ocenění přínosu mnoha set respondentů formou soutěže o věcné ceny, znovu poukazuje na význam, který společnost PASSERINVEST Group přikládá spokojenosti svých klientů i jejich zaměstnanců a návštěvníků s areálem BB Centra.

BB Centrum se tak bude rozvíjet s ohledem na maximální komfort nájemců a komplexnost nabízených služeb a nabízet tak stále vynikající poměr ceny a užitných vlastností.

4.7.01

autor: Zet

Zkrácené znění

Passerinvest Group, ve spolupráci se společností CRS Network realizoval dotazníkové šetření ROZVOJ LOKALITY BB CENTRUM.

Průzkumu se zúčastnilo téměř 20 % osob, pracujících v BB Centru. Cílem průzkumu bylo podchytit potřeby a přání současných a budoucích nájemců BB Centra.

Výzkum proběhl formou distribuce papírových i elektronických dotazníků.

Výstupy poskytují cenné vodítko pro obchodníky i poskytovatele služeb (preferencie spotřebitelských skupin, požadované služby, obchody, frekvence jejich návštěv i odhadované výdaje za nákupy).

Téměř 90 % respondentů je se svým pracovištěm v BB Centru spokojeno. Dílčí nespokojenost je s klimatizací, stravováním a nedostatkem obchodů, služeb, zeleně a relaxačních a sportovních ploch.

Rozsah poskytovaných služeb i ploch se zvýší s realizací budov Alpha, Beta, Gamma a Nové Brumlovky. Tím vzniknou velké a reprezentativní plochy pro obchod, služby, sport a zábavu.

Jejich poloha v administrativním komplexu pro téměř 10.000 pracovníků je velmi zajímavá. Počítá se i excelentní dopravní dostupnost. Poloha BB Centra u křižení D1 a vnitřního pražského rychlostního okruhu je bezkonkurenční, což podtrhuje i blízkost stanice metra Budějovická a nově plánované zastávky MHD, umístěné přímo v areálu.

Zaměstnanci i klienti společností, sídlících v BB Centru vysoce hodnotí bezproblémovou dostupnost BB Centra i jeho reprezentativní polohu u D1.

Nejčastější definice BB Centra lze shrnout jako „moderní administrativní centrum s excelentní polohou a vysokou úrovní architektonického a technického řešení“. Pozitivních definic bylo 84 %. Extrakt ze závěrečné hodnotící zprávy bude uveřejněn na adrese www.passerinvest.cz během července 2001.

Realizace průzkumu i pozornost přikládaná jeho výsledkům, znovu poukazuje na význam, který PASSERINVEST Group přikládá spokojenosti svých klientů i jejich zaměstnanců a návštěvníků s areálem BB Centra.

BB Centrum se tak bude rozvíjet s ohledem na maximální komfort nájemců a komplexnost nabízených služeb a nabízet tak stále vynikající poměr ceny a užitných vlastností.

4.7.01

autor: Zet

WWW.BBCENTRUM.CZ

BB CENTRUM – NAD PETRUSKOU 3, 120 00 PRAHA 2
TEL.: 02/ 21 58 21 11, FAX: 02/ 22 51 55 21