

PRŮZKUM LOKALITY BB CENTRA 2004

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ

ZPRACOVALA VÝZKUMNÁ AGENTURA



PRO
PASSERINVEST GROUP A.S.

„vše pod jednou střechou - práce a život“

**„...je to moderní centrum pro velké firmy
s vynikajícím zázemím a službami“**

„český Manhattan“

**„...jedná se o moderní a účelné centrum administrativních
budov“**

**„moderní administrativní centrum,
výhoda pro zaměstnavatele i zaměstnance...“**

„zajímavě rozrůstající se lokalita s velkým potenciálem“

Autentické citace z odpovědí na otevřenou otázku:

„Jak byste jednou větou charakterizoval/a BB Centrum?“

OBSAH

PREAMBULE	4
ZHODNOCENÍ POSTUPU A POUŽITÉ METODOLOGIE	5
HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ – REPORT PRO MANAGEMENT	6
SOCIODEMOGRAFICKÁ DATA	6
SPOLEČENSKÝ STATUS A POSTAVENÍ VE FIRMĚ	6
IMAGE BB CENTRA	6
DOPRAVA A OKOLÍ BB CENTRA	6
PARKOVÁNÍ V BB CENTRU	7
POŽADAVKY NA SLUŽBY A GASTRONOMICKÉ PREFERENCE	7
SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ	7
ŽIVOTNÍ STYL A VOLNOČASOVÉ AKTIVITY (NOVÁ BRUMLOVKA)	8
SEZNAM ANALYZOVANÝCH OTÁZEK	9
DETAILNÍ ANALÝZA VÝSLEDKŮ, GRAFY A TABULKY	12
SOCIODEMOGRAFICKÁ DATA	12
SPOLEČENSKÝ STATUS A POSTAVENÍ VE FIRMĚ	18
IMAGE BB CENTRA	23
DOPRAVA A OKOLÍ BB CENTRA	30
PARKOVÁNÍ V BB CENTRU	41
POŽADAVKY NA SLUŽBY A GASTRONOMICKÉ PREFERENCE	52
SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ	80
ŽIVOTNÍ STYL A VOLNOČASOVÉ AKTIVITY NOVÁ BRUMLOVKA	85
ZÁVĚREČNÝ KOMENTÁŘ	104

PREAMBULE

Průzkum s názvem BB Centrum byl objednan firmou Passerinvest Group s cílem provést opakování průzkumu z roku 2001 zaměřeného na spokojenost nájemců v administrativním komplexu BB Centrum (Vyskočilova, Praha 4). Cílem průzkumu bylo kromě zjištění aktuální spokojenosti se stále se rozvíjícím komplexem budov, také získání materiálů a podkladů pro budoucí rozvoj lokality včetně vybavení budov, dopravní obslužnosti a nabídky služeb přímo v jednotlivých budovách BB Centra. Důležitou součástí dotazníku byla také část věnovaná projektu sportovně relaxačního centra Nová Brumlovka. Orientační seznámení s Novou Brumlovkou bylo respondentům nabídnuto v podobě Power Pointové prezentace převedené do html formátu, která byla připravena zadavatelem průzkumu a bylo na ni odkazováno z dotazníku.

Průzkum byl připraven pro dvě skupiny respondentů, z nichž jednou byli zaměstnanci firem sídlících v BB Centru a druhou manažeri těchto firem.

Pro obě skupiny byl sestaven dotazník v elektronické (html) formě dostupný po zadání respondentského jména a hesla na adrese <http://pst.nms.cz>. Pro každou firmu bylo k dispozici jedno jméno a heslo kromě Eurotelu, který na dotazník odkazoval z vlastního informačního systému a neměl zřízen autorizovaný přístup.

Společnost GE přepracovala původní dotazník podle připravených podkladů od NMS tak, aby ho mohla distribuovat prostřednictvím svého vlastního systému, který využívá pro provádění interních průzkumů a do NMS byl zaslán pouze datový soubor v Excelu.

Přáním zadavatele bylo do průzkumu zapojit maximální počet potenciálních respondentů, což vyžadovalo konzultace s manažery firem, jejichž zaměstnanci měli v pracovní době věnovat rozsáhlému dotazníku (95 otázek) podle původních odhadů minimálně 45 minut.

V několika případech bylo nutné na přání participujících firem dotazník zkrátit a vytvořit další méně obsáhlé verze.

Pro splnění cíle bylo třeba zapojit maximální počet zaměstnanců firem sídlících v BB Centru. Zadavatelem průzkumu, firmou Passerinvest Group, byla vytvořena prezentace rozeslaná kontaktním osobám firem sídlících v BB Centru a připravena kampaň běžící na plazmových obrazovkách ve vstupních prostorách budov BB Centra.

Datový soubor, který vznikl spojením krácených a plných verzí datového souboru Eurotelu a GE, neobsahuje odpovědi respondentů na krácené části a počet platných odpovědí (N) se u jednotlivých otázek značně liší. Jako doplněk bylo pro sběr dat využito tištěných dotazníků, které byly distribuovány ve spolupráci se zadavatelem respondentům, zaměstnancům i manažerům, kteří se nemohli zapojit do elektronické verze. V celkovém objemu dat se však jednalo o zanedbatelné množství přibližně 0.5 % velikosti datového souboru.

Dotazování managementu probíhalo v zásadě shodným způsobem s tím rozdílem, že pro každého manažera bylo připraveno samostatné přístupové jméno a heslo.

Datový soubor managementu obsahuje nízký počet odpovědí, a proto jeho zpracování není provedeno shodně s částí zaměstnaneckou. Výsledky průzkumu mezi manažery můžeme považovat pouze za orientační bez možnosti zobecňování na celou cílovou skupinu managementu.

Pro zvýšení motivace a atraktivity průzkumu bylo nabídnuto respondentům, kteří odpoví na dotazník a současně co nejpřesněji odpoví na soutěžní otázku, několik hodnotných cen.

Výstupem průzkumu je tato závěrečná zpráva pro zaměstnance a management a jí předcházející prezentace výsledků ve formátu PowerPoint. Prezentace části průzkumu byla věnována Nové Brumlovce a vybraným výsledkům celého šetření ve skupině zaměstnanců a manažerů ze dne 28.6. 2004.

ZHODNOCENÍ POSTUPU A POUŽITÉ METODOLOGIE

Zvolený způsob elektronického sběru dat umožnil s minimálními dalšími náklady sběr více než 1000 dotazníků a můžeme ho doporučit pro další šetření s podobným cílem a parametry.

Krácení a vytváření nových verzí naopak proces komplikovalo, a proto doporučujeme v budoucnu sestavit dotazník, který bude přijatelný pro všechny subjekty a to jak délkou, tak obsahem.

Vzhledem k velkému počtu nedokončených dotazníků (303 z 1146) doporučujeme dotazník zkrátit, popřípadě rozdělit na několik samostatných okruhů a také snížit časovou náročnost vyplňování zmenšením počtu nabídek odpovědí na uzavřené otázky.

Připravené anglické verze dotazníků nebyly využity, a proto je doporučujeme příště nevypracovávat.

Stejně tak nedoporučujeme pracovat s tištěnými verzemi dotazníků, protože vzhledem k jejich počtu v celkovém datovém souboru je jejich hodnota zanedbatelná.

Malá velikost cílové skupiny manažerů a nízký počet odpovědí, který neumožňuje statistické zpracování vzorku, ukazuje na vhodnost změny metody průzkumu v této skupině. Optimální je kvalitativní metoda skupinových rozhovorů tzv. focus group s vybranou skupinou cca 12 manažerů nebo samostatné hloubkové rozhovory.

ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY PRŮZKUMU

Metoda sběru dat: elektronická, on-line

Dotazník: v html na adrese <http://pst.nm.cz>

Počet otázek v úplné verzi: zaměstnanci 117 otázek, manažeři 95 otázek

Počet proměnných v úplné verzi: zaměstnanci 276 proměnných, manažeři 244 proměnných

Výběr respondentů: všichni zaměstnanci a manažeři firem sídlících v BB Centru

Termín sběru dat: 17.5. do 31.5. 2004

Datové soubory: zaměstnanci 843 dotazníků, manažeři 45 dotazníků

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ – REPORT PRO MANAGEMENT

SOCIODEMOGRAFICKÁ DATA

- Typickým pracovníkem BB Centra je muž mezi 26–30 lety, je svobodný, bezdětný, vysokoškolsky vzdělaný, bez vyznání s čistým příjmem 20–25 tis. Svůj zdravotní stav považuje za dobrý, řadí se do střední třídy a ve svém životě je spíše spokojen.

SPOLEČENSKÝ STATUS POSTAVENÍ VE FIRMĚ

- Většina zaměstnanců tráví v kanceláři převážnou většinu své pracovní doby. 38 % dotazovaných je v kanceláři v BB Centru celý den a 45 % převážnou část pracovní doby. Tato informace zvyšuje relevanci zjištěných údajů o kvalitě poskytovaných služeb a kvalitě BB Centra jako celku, neboť pochází od zaměstnanců, kteří tráví v prostorách BB Centra dostatek času na to, aby jejich zkušenosti byly opakované a ne náhodné.
- Naprostá většina zaměstnanců BB Centra je zaměstnána na hlavní pracovní úvazek. Pouze zanedbatelná část je zaměstnána na částečný (více než 1/2) úvazek. I tento údaj společně s dobou strávenou v kanceláři, zvyšuje relevanci výpovědi respondentů o kvalitě BB Centra.
- Respondenti jsou nejčastěji zaměstnáni u společnosti v rozmezí poměrně krátké doby 1–2 roky (24 %). 70 % zaměstnanců má více než roční zkušenost s BB Centrem.
- Setrvání respondenta na současné pozici zhruba odpovídá době jeho práce pro společnost. Do čtyř let včetně pracuje na současné pozici 79 % zaměstnanců. 85 % zaměstnanců předpokládá do 5 let kariérní postup.
- V BB Centru jednoznačně neprevládá žádná specifická pracovní pozice. Nejvyšší je počet IT specialistů, kterých v BB Centru pracuje 27 %.
- Mezi zaměstnanci převažují bezdětní, kterých je většina (63 %). Nejčastěji mají zaměstnanci 1 (19 %) nebo 2 (16 %) děti. Rodinný stav kopíruje zjištění o počtu dětí, kde převažovali zaměstnanci bez potomků. 51 % zaměstnanců BB Centra je svobodných a pouze minimální část 5 % rozvedených.
- Při zařazení respondentů do jedné z vybraných společenských tříd se nejvíce přiřadilo do střední (63 %) a vyšší střední třídy (23 %). Pro zaměstnance BB Centra je typické vysokoškolské vzdělání, jehož dosáhlo 46 %. Následuje středoškolské vzdělání, kterým se může prokázat 40 % zaměstnanců.
- Přestože se většina zaměstnanců zařadila do střední třídy, nejčastější příjmovou kategorií je 20–25 tis. čistého, což je vzhledem k průměrnému příjmu v ČR nadstandardní, stejně tak je nadprůměrný i příjem domácnosti zaměstnance pracujícího v BB Centru (41–50 tis. Kč čistého).
- Maximální počet zaměstnanců dojíždějících do BB Centra odhadujeme z počtu aut v domácnosti. Kdyby do zaměstnání dojížděli všichni, kteří mají k dispozici auto, bude to maximálně 75 %.
- Zdravotní stav zaměstnanců je převážně dobrý 61 %, většina zaměstnanců BB Centra je bez vyznání (79 %). Celkovou životní spokojenost deklarovalo 96 % zaměstnanců.

IMAGE BB CENTRA

- Index spokojenosti prokazuje vysokou míru spokojenosti se všemi zkoumanými aspekty. Nejvyšší dosahuje dopravní dostupnost lokality: 68 (škála 10 až 100), následovaná hodnocením lokality (66), úrovní kanceláří (65) a architektonickým řešením (64). Velmi blízké hodnoty indexů prokazují vysokou a spolehlivou míru spokojenosti zaměstnanců pracujících v BB Centru.
- Podrobnější zkoumání image BB Centra odhaluje velmi pozitivní vnímání BB Centra v dimenzích dynamiky a síly značky. Nejčastěji zmiňované atributy byly: BB Centrum je moderní, veliké, čisté.

DOPRAVA A OKOLÍ BB CENTRA

- Téměř čtvrtina respondentů (23 %) bydlí na Praze 4. V dalších 57 % tvořených pražskými obvody jsou nejvíce zastoupeni obyvatelé oblastí Prahy 5, 6 a 10 (každá městská část 8 %) a městských částí Praha 8 a 9 (7 %). 19 % respondentů pak bydlí mimo oblast hlavního města.
- Vzdálenost mezi místem bydliště respondentů a BB Centrem v naprosté většině (72 %) nepřesahuje 20 km. Celkem 11 % udalo jako vzdálenost mezi pracovištěm a bydlištěm 20–30 km, 7 % pak uvedlo 30–40 km. Celkem 10 % překonává cestou do práce ještě větší vzdálenost.
- Většina z dotazovaných (86 %) v posledním roce práce v areálu BB Centra nezměnila způsob dopravy do zaměstnání. Desetina respondentů v tomto období změnila prostředky MHD za automobil, naopak místo původního automobilu začalo MHD používat jen 4 % dotazovaných.
- Více než čtvrtina (28 %) zaměstnanců firem sídlících v BB Centru cestuje do práce průměrně 15–30 minut, stejné množství respondentů stráví každodenní cestou do zaměstnání 30–45 minut. Menší skupině respondentů (20 %) zabere cesta méně než 15 minut, 17 % dotazovaných jezdí do BB Centra 45–60 minut. 8 % zabere každodenní cestování do práce hodinu a více.
- Více než třetina respondentů (38 %) používá při cestě do práce výhradně prostředky MHD. Kombinovaně (tj. autem i MHD) dojíždí do BB Centra 34 % zaměstnanců. Pouze autem pak jezdí do zaměstnání 28 % respondentů.
- Možnost používání prostředků MHD při cestě do zaměstnání vůbec nepřipouští 35 % respondentů. V případě efektivnějšího (= rychlejšího) spojení z místa bydliště je této variantě dopravy nakloněno 27 % dotazovaných. V případě zvýšení úrovně a kultury cestování MHD by tento způsob dopravy použilo 18 % zaměstnanců, v případě zmenšení počtu přestupů by takto cestovalo dalších 12 %.
- Nadpoloviční většina (57 %) dotazovaných dojíždí do BB Centra vlastním automobilem, více než třetina dalších zaměstnanců používá při dopravě firemní vozidlo. Oba způsoby kombinuje 6 % dotazovaných.

PARKOVÁNÍ V BB CENTRU

- Při parkování v blízkosti BB Centra má téměř polovina (46 %) respondentů - řidičů velké problémy s hledáním volného parkovacího místa. Dalších 13 % dotazovaných po delším hledání nachází místo nedaleko areálu, kratší dobu zabere pátrání po volném místě k zaparkování 16 % respondentů. Pouze 9 % zaparkuje zpravidla hned a v těsné blízkosti BB Centra, naopak 17 % je nuceno po dlouhém hledání zaparkovat ve větší vzdálenosti.
- Více než polovina respondentů je informována o možnosti placeného parkování v okolí BB Centra. Drtivá většina (80 %) zná parkoviště u Brumlovky, více než polovina (61 %) ví o parkování naproti firmě Hewlett - Packard. Nejméně respondentů (40 %) vědělo o možnosti placeného parkování u Michelské školy.
- Navzdory poměrně dobré informovanosti o existenci placených parkovišť v okolí BB Centra tuto službu ještě nevyužilo 76 % dotazovaných.

POŽADAVKY NA SLUŽBY A GASTRONOMICKÉ PREFERENCE

- Mezi provozovny s nejzajímavějším potenciálem využití zaměstnanci pracujícími v BB Centru patří: samoobsluha, malá prodejna potravin (71 % by navštívilo provozovnu minimálně týdně), trafika (51 %), bankomat (40 %), mateřská školka (14 %), pošta (14 %), videopůjčovna (13 %).
- Neatraktivnější začátek otevírací doby spadá do rozmezí od 8.00 do 8.30 (28 %). Pokud bude otevírací doba provozoven nejpozději v rozmezí od 8.00 do 8.30, bude s ní spokojeno již téměř 50 % všech potenciálních zákazníků - zaměstnanců BB Centra. Naopak ukončení otevírací doby provozoven by podle průzkumu mělo být nejčastěji v rozmezí 18.30 až 19.00. (26 %). Pokud bude zavírací doba nejdříve v uvedeném intervalu, bude s ní spokojeno více než 50 % zaměstnanců BB Centra.
- Nejvyšších preferencí typů kuchyní, které mohou nabízet restaurace v BB Centru, dosahuje řecká a italská kuchyně (má ji v oblíbě 89 % respondentů), následují další kuchyně a typy provozů s jídelm, případně s občerstvením: čínská (85 %), česká (84 %), mexická (78 %), francouzská (70 %), rybí (66 %), zdravá výživa (64 %), steak house (63 %) a cukrárna (55 %). Pokud areál BB Centra nabídne restauraci s oblíbenou kuchyní, je možné podle výsledků průzkumu očekávat, že ji alespoň 1 x týdně bude navštěvovat více než polovina těch respondentů, kteří ji považují za svou oblíbenou.

Odpovídající cena poledního menu v restauraci je podle respondentů nejčastěji částka v rozmezí 91–100 Kč. Částka do 90 Kč za polední menu znamená téměř 60 % spokojených zákazníků. Využití jídelny k polednímu stravování zaměstnanců BB Centra je 91 %. Pouze malá část zaměstnanců v jídelně neobědvá.

- V sledovaných kritériích jídelny, mezi které byly zahrnuty hygiena a čistota prostředí, celková úroveň personálu, kvalita jídel i pestrost nabízených jídel, panuje převážně spokojenost. Strávníci jsou více nespokojeni s kvalitou a pestrostí nabízených jídel. S kvalitou jídel je nespokojeno 35 % respondentů a větší pestrost jídel by uvítalo 42 % obědvajících. Stejně jako je vysoké využití jídelny během obědů, je jídelna často využívána i mimo něj. Do jídelny i kromě oběda chodí 79 % zaměstnanců BB Centra. Z těchto zaměstnanců, kteří využívají jídelnu kromě oběda, zajde na snídani (nemusí to být pravidelné snídání) 74 % a nejčastěji utratí 20–41 Kč, svačinu si zakoupí 72 % za cenu nejčastěji 20–41 Kč. Nejmenší je využití jídelny k večeřím, kdy ze zaměstnanců využívajících jídelnu kromě obědů, povečeří v jídelně pouze 28 % také nejčastěji za částku 20–41 Kč.
- Přibližně čtvrtina respondentů nakupuje oběd v celkové hodnotě do 45 Kč, polovina v hodnotě do 60 Kč, tři čtvrtiny do 75 Kč. Více než 75 Kč nechá v jídelně za oběd zbývající čtvrtina.
- Pouze 5 % strávníků na obědy zaměstnavatel nepřispívá a naopak nejtýpější příspěvek zaměstnavatele na oběd v jídelně je v rozmezí od 21 do 40 Kč (71 %).
- Jídelna je také poměrně často využívána k doplňkovému prodeji potravin; tomuto účelu využívá 86 % zaměstnanců BB Centra. Stejně jako v případě nákupu svačin i večeří se nejčastější částka za nákup pochutin v jídelně pohybuje v intervalu 20–41 Kč (44 %). Poměrně značná část respondentů nakupuje v jídelně pochutiny v hodnotě do 20 Kč.
- Mezi zaměstnanci BB Centra najdeme 17 % kuřáků. Z kuřáků by 42 % uvítalo zřízení kuřárny na pracovišti a 47 % kuřáků by stačilo jedno vyhrazené místo v budově, kde by bylo povoleno kouření.
- Nejvyšší návštěvnost z provozoven má lékárna 93 % a trafika 91 %. Pobočku GE Capital Banku navštěvuje alespoň 1 x za rok 61 % respondentů, prodejnu Eurotel 53 % a soukromou zdravotní ordinaci 44 %.
- Kavárnu Eurotel navštěvuje denně 3 % a týdně 8 % respondentů. Návštěva kavárny je spjata spíše s příležitostí posezení s kolegy než obchodní schůzkou.
- V komplexu BB Centra existuje potenciál pro zřízení další kavárny či baru, z nichž je kavárna více preferovaným zařízením. Další kavárnu by využilo alespoň 1 x za týden 13 %.
- Obchod s delikatesami by měl, podle odpovědí respondentů, rozhodně nabízet pečivo, čaj, sýr, kávu, víno a naopak by v jeho nabídce mohly chybět uzeniny, doutníky a kuřivo.

SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ

- Více než polovina dotazovaných (52 %) přichází do práce mezi 8.00 a 9.00. Téměř čtvrtina (24 %) respondentů uvedla, že do práce dochází mezi 7.30 a 8.00. Od 7.00 do 7.30 přijde do BB Centra 11 % respondentů.
- Mezi 17.00 a 18.00 hodinou odchází z pracoviště 42 % respondentů, 17 % zdejších zaměstnanců opouští BB Centrum, mezi 18.00 a 18.30. Od 18.30 do 19.30 odejde z práce 15 % dotazovaných, mezi 16.30 a 17.00 14 % dotazovaných.
- O nákup potravin se v rámci jedné domácnosti dělí s dalším jejím členem 65 % respondentů. Téměř čtvrtina dotazovaných (22 %) uvedla, že nakupuje výhradně sama. O nákup potravin se vůbec nestará 14 % zaměstnanců firem sídlících v BB Centru.

- Více než polovina dotazovaných (57 %) alespoň jednou týdně nakupuje cestou z práce. 18 % respondentů nakupuje denně, 13 % pak nakoupí cestou ze zaměstnání pouze 2–3× za měsíc. (průměrná cena nákupu je zhruba 250 Kč).
- Většina respondentů by uvítala v okolí BB Centra zřízení supermarketu. Více než třetina (38 %) dotazovaných supermarket rozhodně chybí, dalším 31 % respondentů supermarket spíše chybí.
- Pokud by byl součástí areálu BB Centra supermarket, navštěvovala by jej více než polovina respondentů (52 %) alespoň 1× za týden. 20 % dotazovaných dokonce uvedlo, že by v supermarketu nakupovali denně. Dvakrát až třikrát za měsíc by zde nakoupilo 14 % respondentů.

ŽIVOTNÍ STYL A VOLNOČASOVÉ AKTIVITY (NOVÁ BRUMLOVKA)

- Chut' sportovat častěji než nyní, za předpokladu více volného času, vyjádřila téměř polovina (46 %) dotazovaných. Sportovat tak často, jako nyní by chtělo 22 % respondentů. Jako nepříliš aktivní v této oblasti se označilo 28 % dotázaných. Minimum respondentů nesportuje a ani je tato možnost nezajímá.
- Třetina dotazovaných sportuje minimálně 3× týdně. Téměř polovina respondentů chodí sportovat jednou nebo dvakrát týdně. Pouze 20 % uvádí, že sportuje méně často.
- Respondenti nejčastěji sportují 60–90 minut nebo 45–60 minut (celkem 69 %).
- Dvě třetiny zaměstnavatelů organizují pravidelné kolektivní sportování. Dvě třetiny firem též zajišťují svým zaměstnancům nepravidelné sportovní aktivity.
- Téměř třem čtvrtinám dotázaných zaměstnavatelů neumožňuje sportovat v pracovní době. V omezené míře může sportovat během pracovní doby téměř čtvrtina (23 %) respondentů. Minimum dotazovaných pak sportuje při pracovní době bez jakéhokoliv omezení.
- Nadpoloviční většina respondentů nemá předplacené členství v žádném ze sportovních center nebo klubů. Naopak čtvrtina respondentů se k takovému členství hlásí. Pouze 14 % procent dotázaných má členství ve sportovním klubu předplacené od zaměstnavatele.
- Za členství zaplatí měsíčně:
 - 27 % do 250 Kč
 - 31 % 251–500 Kč
 - 17 % 501–750 Kč
 - 14 % 751–1000 Kč
 - 10 % více než 1000 Kč
- Více než polovina (55 %) respondentů uvedla, že od svého zaměstnavatele nedostává žádný příspěvek na sportovní aktivity. Příspěvek ve výši do 250 Kč a 251–500 Kč pak dostává vždy 10 % dotázaných sportovců. Větší finanční podíl na sportovních aktivitách zaměstnanců uvádí v případě svých firem čtvrtina respondentů.
- Nadpoloviční většina (66 %) respondentů, navzdory těsné blízkosti, vůbec nenavštěvuje sportovní centrum Brumlovka. Výjimečně sem dochází 12 % respondentů. Pravidelně ji (alespoň 1× týdně) navštíví jen 8 % dotázaných.
- Do sportovních aktivit obecně investuje 40 % dotazovaných méně než 500 Kč za měsíc. 501–750 Kč vydá za své sportování 20 % respondentů, 751–1000 Kč vynaloží 16 % sportujících zaměstnanců. 17 % dotázaných utratí 1000–2000 Kč měsíčně.
- Jako optimální dobu pro své sportovní aktivity v pracovních dnech si více než polovina respondentů vybrala podvečer (18–20 hod.). 19 % respondentů by rádo trávil na sportovištích dobu mezi 16.00 a 18.00 hodinou, naopak ranní hodiny preferuje 15 %.
- O víkendech a svátcích by nejvíce respondentů sportovalo v dopoledních (34 %), odpoledních (25 %) nebo opět podvečerních (23 %) hodinách. Nejmenší zájem projeví dotázaní o sportování v časných ranních a pozdních večerních hodinách.
- Prezentace prostoru a nabídky Nové Brumlovky v různé míře zaujala více než tři čtvrtiny oslovených.
- Prezentované prostory Nové Brumlovky by přilákaly 43 % respondentů k návštěvě uskutečňované s týdenní pravidelností. Více než čtvrtina dotazovaných by nové centrum navštěvovala alespoň 1× měsíčně. 21 % dotázaných by Novou Brumlovku navštívilo méně často, naopak denně bychom v Nové Brumlovce potkali 5 % respondentů.
- Téměř polovina dotázaných by preferovala celodenní vstupné do sportovního centra ve výši 250 Kč. Třetina respondentů by raději zaplatila měsíční zvýhodněné vstupné, 22 % by upřednostnilo běžné měsíční předplatné.
- Téměř polovina potenciálních návštěvníků Nové Brumlovky by přicházela za sportovním vyžitím o víkendu a nikoli ve všedních dnech.
- 30 % dotázaných očekává, že by se v případě otevření nového sportovního centra od svého zaměstnavatele nedočkala žádné finanční podpory. S příspěvkem do výše 250 Kč měsíčně počítá více než čtvrtina potenciálních návštěvníků. Vyšší spoluúčast na zaměstnaneckých sportovních aktivitách pak očekává zbylá část aktivních sportovců.
- Z nabídky sportovišť Nové Brumlovky by respondenti nejvíce využili posilovnu (zde pak nejvíce posilovací stroje) a tělocvičny.
- Při relaxačních aktivitách v prostorách Nové Brumlovky by respondenti nejvíce využili bazén (92 %) a ostatní „mokré“ způsoby relaxace (whirpools, parní lázeň). Téměř tři čtvrtiny sportovců se vyslovily i pro saunu a nadpoloviční většina by přivítala přítomnost odpočinkových místností s lehkými.
- Z dalších služeb by dotazovaní upřednostnili zejména masáže (téměř tři čtvrtiny dotázaných), skoro polovina respondentů by přivítala i možnost návštěvy solária či kadeřníka. Menší zájem pak projeví respondenti (pravděpodobně muži) o další kosmetické služby.

SEZNAM ANALYZOVANÝCH OTÁZEK

1. Kolik máte dětí?	12
2. Jste v životě celkově spokojen / a?	12
3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?	13
4. Do jaké společenské třídy byste se zařadil / a?	13
5. Jaký je Váš rodinný stav?	14
6. Jaký je Váš čistý měsíční příjem?	14
7. Jaký je Váš věk?	15
8. Jste muž nebo žena?	15
9. Kolik máte v domácnosti osobních aut (bez služebních)?	16
10. Jaký je čistý měsíční příjem celé Vaší domácnosti?	16
11. Jaký je Váš zdravotní stav?	17
12. Vyznání / církev?	17
13. Jak často navštěvujete bohoslužby / náboženské obřady?	18
14. Jakou povahu má Vaše zaměstnání?	18
15. Jaký je charakter Vaší práce pro společnost sídlící v BB Centru?	19
16. Kolik let jste zaměstnán / a nebo pracujete u současné společnosti?	19
17. Kolik let pracujete v BB Centru?	20
18. Jak dlouho pracujete na současné pozici?	20
19. Jaká je Vaše pracovní pozice v zaměstnání?	21
20. Představte si, že na tento průzkum odpovídáte za 5 let. Jaké pozice v zaměstnání byste chtěl / a dosáhnout? Index spokojenosti zaměstnanců společností sídlících v BB Centru. Schémantický diferenciál.	22 23 24
21. Jak byste jednou větou charakterizoval / a BB Centrum?	26
22. Který z administrativních areálů v Praze podle Vás konkuruje BB Centru a čím konkrétně?	27
23. Považujete některé z administrativních center v Praze za vhodnější pro Vaši společnost? Které a proč?	28
24. Co by si mělo BB Centrum vzít jako příklad z jiných českých nebo i zahraničních administrativních center? Uveďte konkrétně.	29
25. Odkud dojíždíte do zaměstnání?	30
26. Kolik kilometrů měří jedna cesta do zaměstnání?	32
27. Změnil / a jste v posledním roce způsob dopravy do zaměstnání?	32
28. Popište důvod změny způsobu dopravy.	33
29. Kolik času strávíte průměrně cestou do zaměstnání? Uveďte počet minut jedné cesty do zaměstnání.	34
30. Jakým způsobem dojíždíte do zaměstnání?	35
31. Co by se muselo změnit, abyste pro cestu do zaměstnání použil / a výhradně MHD?	35
32. V případě, že se podmínky MHD změni podle Vašich požadavků, využíval / a byste při cestě do zaměstnání MHD?	36
33. Dojíždíte do BB Centra firemním nebo vlastním autem?	36
34. Považujete dostupnost BB Centra autem za uspokojivou?	37
35. Vypište maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s dostupností BB Centra autem seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité:	38
36. Předpokládáte, že budete do práce autem dojíždět častěji?	40
37. Pokud do zaměstnání dojíždíte MHD, vyhovují Vám intervaly autobusů na zastávkách BB Centra?	40
38. Považujete dostupnost BB Centra MHD za uspokojivou?	41
39. V případě, že parkujete poblíž BB Centra, který výrok odpovídá nejlépe situaci při hledání parkování?	41
40. Víte o tom, že poblíž BB Centra jsou tři placená parkoviště?	42
41. Jak jste spokojen / a s parkováním na některém z placených parkovišť?	42

42. Vypište maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s parkováním na placených parkovištích seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý:	43
43. Máte zájem o zvýhodněné měsíční předplatné parkovného na placených parkovištích BB Centra?	45
44. Kolik jste ochotni měsíčně zaplatit za parkování na placených parkovištích?	45
45. Jak jste spokojen / a s parkováním v okolí BB Centra?	46
46. Vypište maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s parkováním v okolí BB Centra seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý:	46
47. Využíváte podzemní parkoviště v BB Centru?	48
48. Jak jste spokojen / a s parkováním v podzemních garážích?	48
49. Vypište maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s parkováním v podzemních garážích seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý:	49
50. Jak jsou s parkováním spokojeni Vaši návštěvníci? (na placených parkovištích)	50
51. Vypište tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s dostupností BB Centra MHD seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý:	51
52. Jak často byste využíval / a následující služby v případě, že se stanou součástí areálu budov BB Centra?	53
53. Uveďte, jaká by měla být otvírací doba provozoven:	55
54. Který typ restaurací a kuchyní patří mezi Vaše oblíbené?	56
55. V případě, že budou v areálu Vámi oblíbené restaurace, jak často je budete navštěvovat?	58
56. Jaká je podle Vás odpovídající cena poledního menu (polévka, hlavní jídlo, dezert, nápoj) v restauraci s obsluhou?	58
57. Chodíte na obědy do jídelny?	59
58. Jak jste spokojen / a s jídelnou z uvedených hledisek?	59
59. Kolik obvykle celkem platíte za oběd v jídelně?	62
60. Kolik Vám na jeden oběd přispívá zaměstnavatel?	62
61. Chodíte do jídelny kromě oběda?	63
62. Jakou částku průměrně utratíte za snídani z jídelny?	63
63. Jakou částku průměrně utratíte za svačinu z jídelny?	64
64. Jakou částku průměrně utratíte za večeři z jídelny?	64
65. Využíváte doplňkového prodeje v jídelně (například pochutiny, nápoje apod.)?	65
66. Jakou částku průměrně utratíte za pochutiny z doplňkového prodeje v jídelně?	65
67. Jste kuřák?	66
68. Chybí Vám na pracovišti kuřárna / vyhrazený prostor pro kuřáky?	67
69. Navštěvujete v BB Centru již fungující provozovny?	67
70. Navštěvujete kavárnu v budově Eurotelu?	68
71. Jaká je podle Vás úroveň kavárny v budově Eurotelu?	68
72. Uveďte maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s úrovní kavárny Eurotel seřazené podle priorit od nejdůležitějších po nejméně důležitý:	69
73. Jak často navštěvujete kavárnu Eurotel v následujících případech - posezení s kolegy aj.?	71
74. Jak často navštěvujete kavárnu Eurotel v následujících případech - obchodní schůzky aj.?	71
75. Navštěvoval / a byste další kavárnu v areálu BB Centra / další bar?	72
76. Kterou komoditu by měl nabízet obchod s delikatesami v BB Centru?	73
77. V kolik hodin obvykle přicházíte do práce?	80
78. V kolik hodin obvykle odcházíte z práce?	81
79. Jste ve Vaší domácnosti tím, kdo nakupuje potraviny?	81
80. Jak často nakupujete potraviny běžné denní potřeby cestou z práce?	82
81. Jakou částku utratíte týdně za nákup potravin cestou ze zaměstnání?	82
82. Chybí Vám supermarket v okolí areálu BB Centra?	83
83. V případě, že by byl součástí areálu BB Centra supermarket, jak často byste jej navštěvoval/a?	83

84. Jak často navštěvujete následující obchody? (obchody poblíž BB Centra, nebo na Budějovické)	84
85. Jaký je Váš vztah k rekreačnímu, volnočasovému sportování?	85
86. Kolikrát týdně chodíte sportovat?	86
87. Kolik času průměrně zabere Váš běžný sportovní výkon?	86
88. Podporuje Váš zaměstnavatel sportovní aktivity některým z uvedených způsobů?	87
89. Umožňuje Vám zaměstnavatel provozovat sportovní a rekreační aktivity v pracovní době?	87
90. Máte předplacené členství v některém ze sportovních center nebo klubů?	88
91. Jaká je měsíční cena členství?	89
92. Jak vysoký je měsíční příspěvek zaměstnavatele na členství?	90
93. Jak často se věnujete následujícím aktivitám?	90
94. Jakou částku měsíčně investujete do sportovních aktivit?	91
95. Kolik byste byl/a ochoten /a zaplatit za hodinový pronájem sportovišť pro následující aktivity v okolí BB Centra?	91
96. Jaká doba pro sportování by Vám nejvíce vyhovovala v pracovních dnech?	92
97. Jaká doba pro sportování by Vám nejvíce vyhovovala o víkendech a svátcích?	92
98. Navštěvujete sportovní centrum Brumlovka?	93
99. Vypište maximálně tři důvody seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité, proč nenavštěvujete sportovní centrum Brumlovka.	94
100. Vypište maximálně tři důvody seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité, proč navštěvujete sportovní centrum Brumlovka.	95
101. Jak hodnotíte služby Brumlovky?	96
102. Zaujala Vás prezentace prostor a nabídky Nové Brumlovky?	96
103. Uveďte maximálně tři důvody seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité, proč Vás prezentace nezaujala.	97
104. Uveďte maximálně tři důvody seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité, čím Vás prezentace zaujala.	98
105. Jak často budete podle Vašeho odhadu Novou Brumlovku navštěvovat?	99
106. Do jaké míry jsou pro Vás parametry Nové Brumlovky atraktivní?	100
107. Jaký způsob placení za uvedené služby byste preferoval /a?	101
108. Jak vysoký příspěvek zaměstnavatele očekáváte?	101
109. V případě, že bude poblíž Nové Brumlovky k dispozici venkovní hřiště, pro které sporty a jak často byste jej využíval /a?	102
110. Které sportovní aktivity z nabídky Nové Brumlovky budete využívat?	102
111. Které relaxační aktivity z nabídky Nové Brumlovky budete využívat?	103
112. Které další samostatně zpoplatněné služby Nové Brumlovky budete využívat?	103

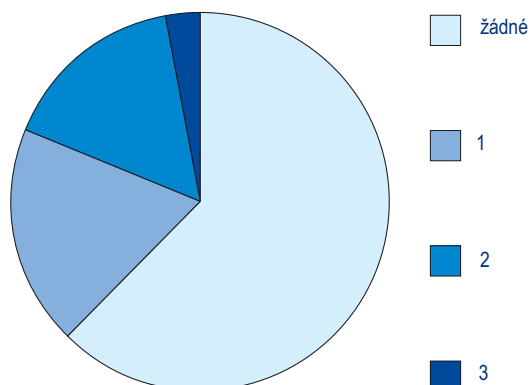
DETAILNÍ ANALÝZA VÝSLEDKŮ, GRAFY A TABULKY

SOCIODEMOGRAFICKÁ DATA

Úvod: Sociodemografická data jsou důležitá z hlediska třídících mechanismů, používaných pro otázky u nichž třídění druhého řádu rozkryje hromadnou odpověď. Třídění tak může probíhat dle jednotlivých znaků (pohlaví, budova, společnost, stupeň vzdělanosti atd.)

1. Kolik máte dětí?

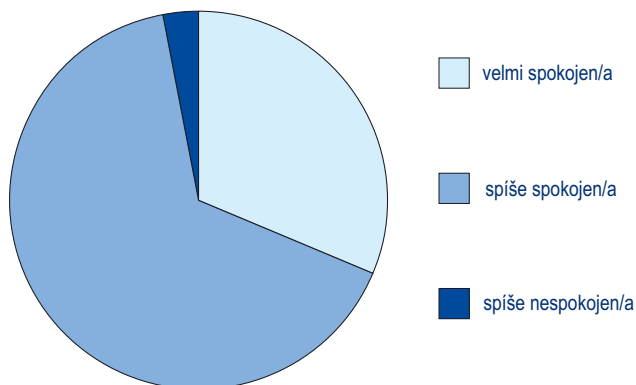
Mezi zaměstnanci převažují bezdětní, kterých je většina (63 %). Nejčastěji mají zaměstnanci jedno (19 %) nebo dvě děti (16 %).



Počet dětí	Počet odpovědí	Procento odpovědí
žádné	263	63%
1	78	19%
2	65	16%
3	11	3%
4 a více	1	0%
nepřejí si uvést	0	0%

2 Jste v životě celkově spokojen/a?

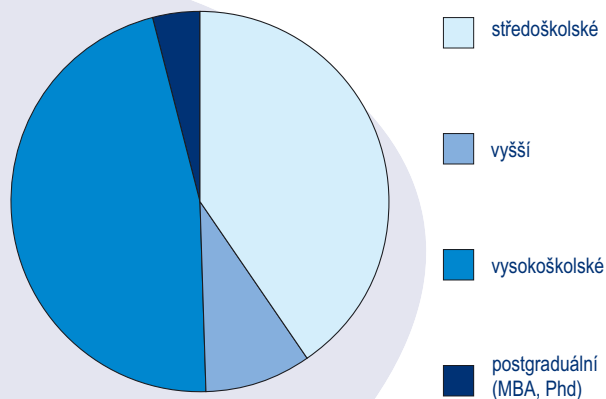
Zaměstnanci přistupují k životu optimisticky. Celkovou životní spokojenost deklarovalo 96 % zaměstnanců.



Spokojenost v životě	Počet odpovědí	Procento odpovědí
velmi spokojen/a	130	31%
spíše spokojen/a	267	65%
spíše nespokojen/a	13	3%
velmi nespokojen/a	2	0%
nepřejí si uvést	1	0%

3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

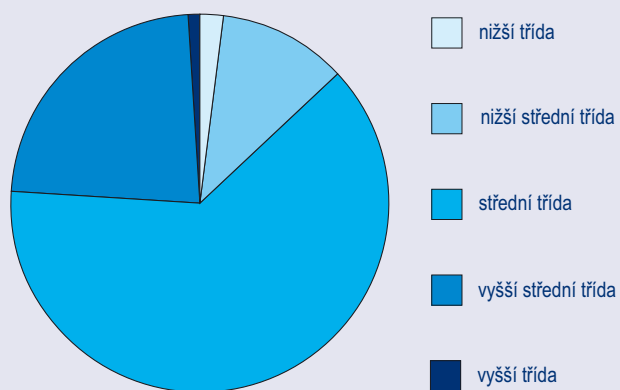
Pro zaměstnance BB Centra je typické vysokoškolské vzdělání, jehož dosáhl 46 %. Následuje středoškolské vzdělání, kterým se může prokázat 40 % zaměstnanců. V porovnání s průzkumem 2001 je nápadné zvýšení u počtu vysokoškoláků cca. o 7 %.



Nejvyšší dosažené vzdělání	Počet odpovědí	Procento odpovědí
základní	1	0%
středoškolské	318	40%
vyšší	70	9%
vysokoškolské	366	46%
postgraduální (MBA, Phd)	34	4%
nepřeji si uvést	0	0%

4. Do jaké společenské třídy byste se zařadil / a?

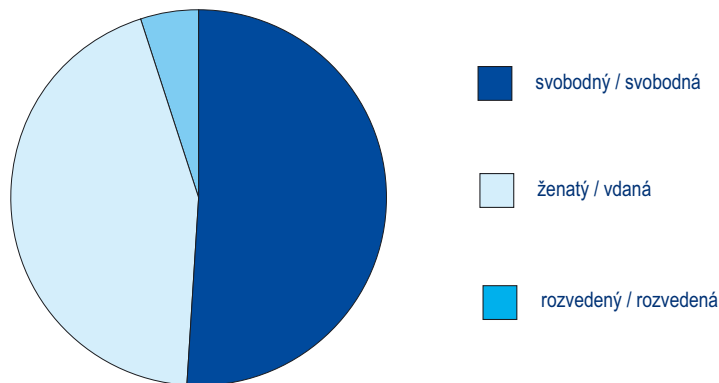
Při zařazení respondentů do jedné z vybraných společenských tříd se nejvíce z dotazovaných přiřadilo do střední (63 %) a vyšší střední třídy (23 %).



Společenská třída	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nižší třída	9	2%
nižší střední třída	41	11%
střední třída	233	63%
vyšší střední třída	85	23%
vyšší třída	4	1%
nepřeji si uvést	0	0%

5. Jaký je Váš rodinný stav?

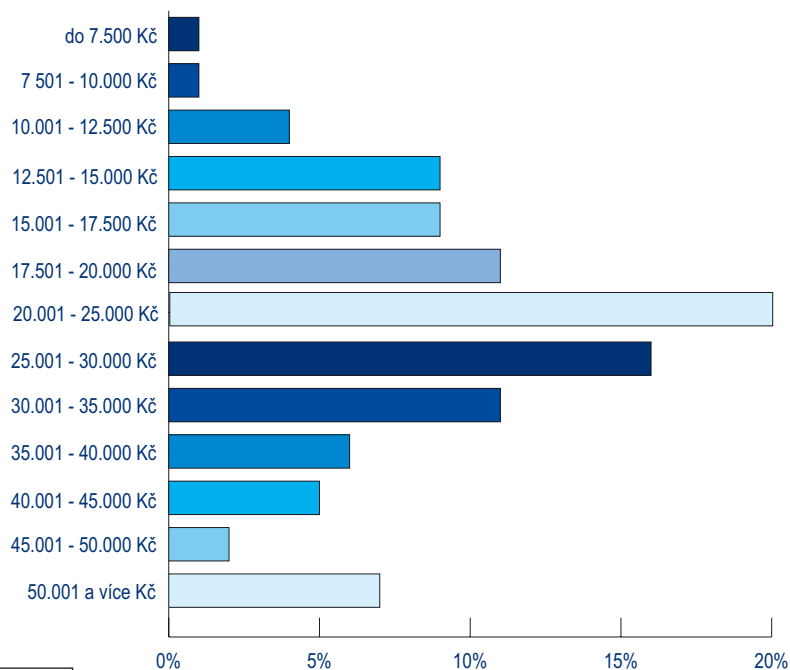
Rodinný stav kopíruje zjištění počtu dětí, kde převažovali zaměstnanci bez potomků. 51 % zaměstnanců BB Centra je svobodných a pouze minimální část (5 %) rozvedených. Pokud tato data srovnáme se stavem v roce 2001 zjistíme, že stav rozvedených doznal mírných změn cca. 6 %, zatímco počet svobodných byl nepoměrně vyšší a dosahoval 68 %.



Rodinný stav	Počet odpovědí	Procento odpovědí
svobodný/svobodná	206	51%
ženatý/vdaná	178	44%
rozvedený/rozvedená	22	5%

6. Jaký je Váš čistý měsíční příjem?

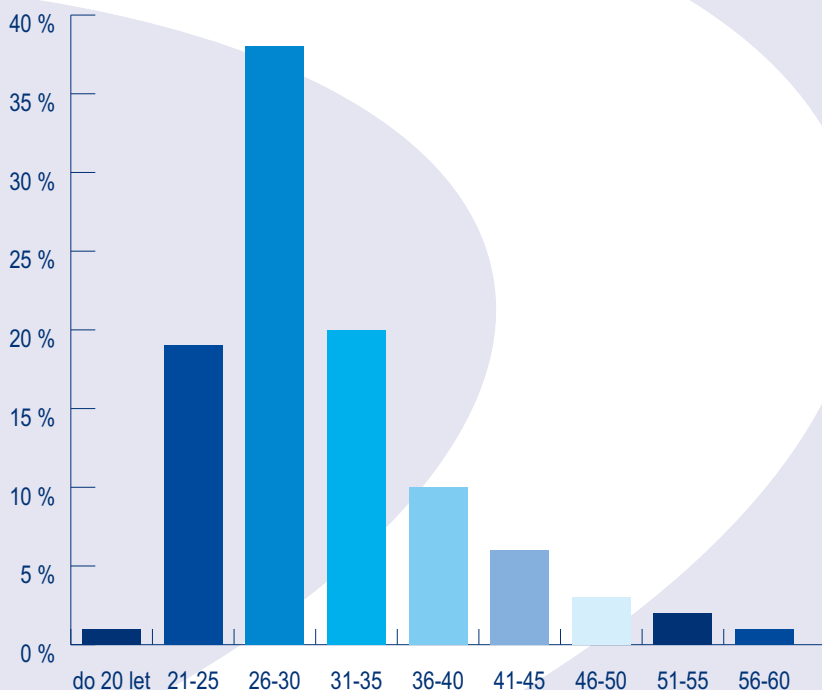
Přestože se většina zaměstnanců zařadila do střední třídy, nejčastější příjmovou kategorií je 20 až 25 tis. čistého, což je vzhledem k průměrnému čistému příjmu v ČR (cca. 13tis) i v Praze (cca. 18tis) nadstandardní.



Čistý měsíční příjem	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 7.500 Kč	1	1%
7 501 - 10.000 Kč	1	1%
10.001 - 12.500 Kč	7	4%
12.501 - 15.000 Kč	18	9%
15.001 - 17.500 Kč	17	9%
17.501 - 20.000 Kč	22	11%
20.001 - 25.000 Kč	39	20%
25.001 - 30.000 Kč	32	16%
30.001 - 35.000 Kč	21	11%
35.001 - 40.000 Kč	11	6%
40.001 - 45.000 Kč	9	5%
45.001 - 50.000 Kč	3	2%
50.001 a více Kč	13	7%

7. Jaký je Váš věk?

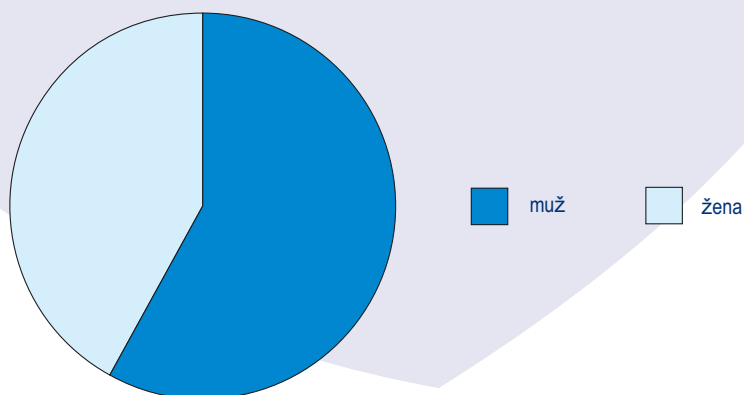
Věkový průměr zaměstnanců je velmi nízký, nejčetnější věková kategorie je 26–30 let (38 %).



Věk	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 20 let	4	1%
21-25	149	19%
26-30	297	38%
31-35	155	20%
36-40	75	10%
41-45	49	6%
46-50	23	3%
51-55	17	2%
56-60	9	1%

8. Jste muž, nebo žena?

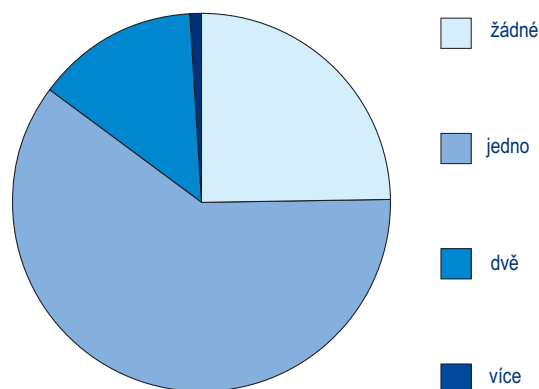
Podíl mužů a žen je mírně vychýlen ve prospěch mužů.



Pohlaví	Počet odpovědí	Procento odpovědí
muž	464	58%
žena	340	42%

9. Kolik máte v domácnosti osobních aut (bez služebních)?

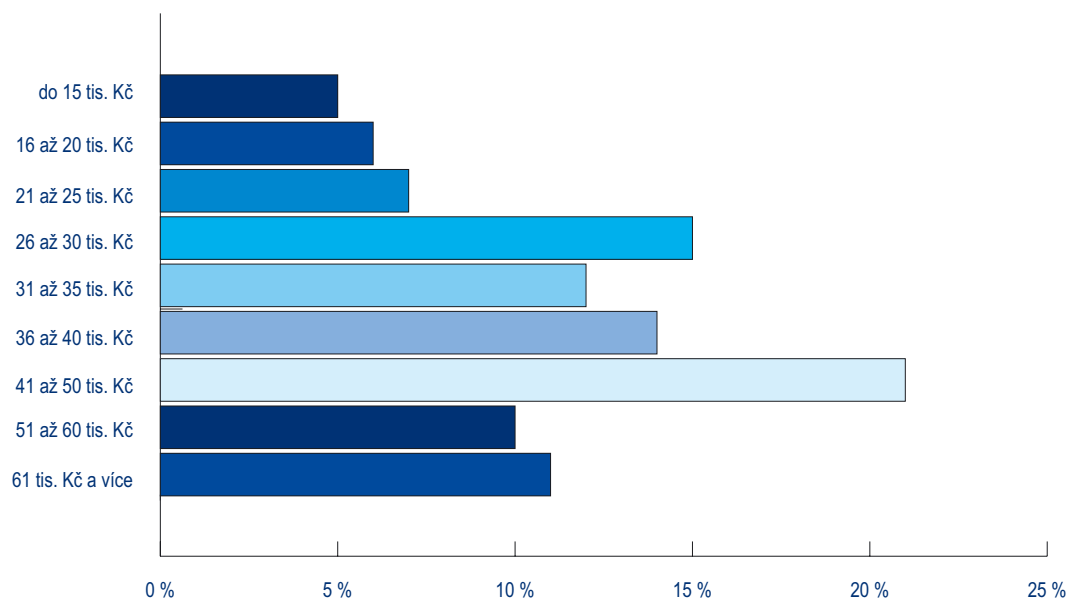
Pokud vyloučíme služební vozy, je možné odhadnout maximální počet zaměstnanců dojíždějících do BB Centra autem. Budou to všichni, kteří mají k dispozici v domácnosti osobní automobil, tedy 75 %.



Počet aut v domácnosti	Počet odpovědí	Procento odpovědí
žádné	96	25%
jedno	238	61%
dvě	53	14%
více	4	1%

10. Jaký je čistý měsíční příjem celé Vaší domácnosti?

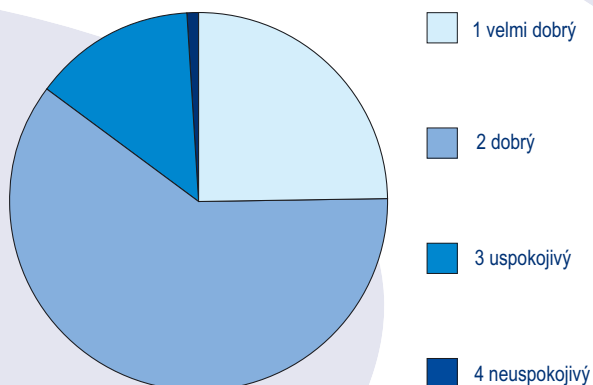
Nejčastější příjem domácnosti zaměstnance pracujícího v BB Centru je od 41–50 000 Kč čistého.



Čistý měsíční příjem celé domácnosti	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 15 tis. Kč	9	5%
16 až 20 tis. Kč	10	6%
21 až 25 tis. Kč	12	7%
26 až 30 tis. Kč	27	15%
31 až 35 tis. Kč	21	12%
36 až 40 tis. Kč	26	14%
41 až 50 tis. Kč	37	21%
51 až 60 tis. Kč	18	10%
61 tis. Kč a více	20	11%

11. Jaký je Váš zdravotní stav?

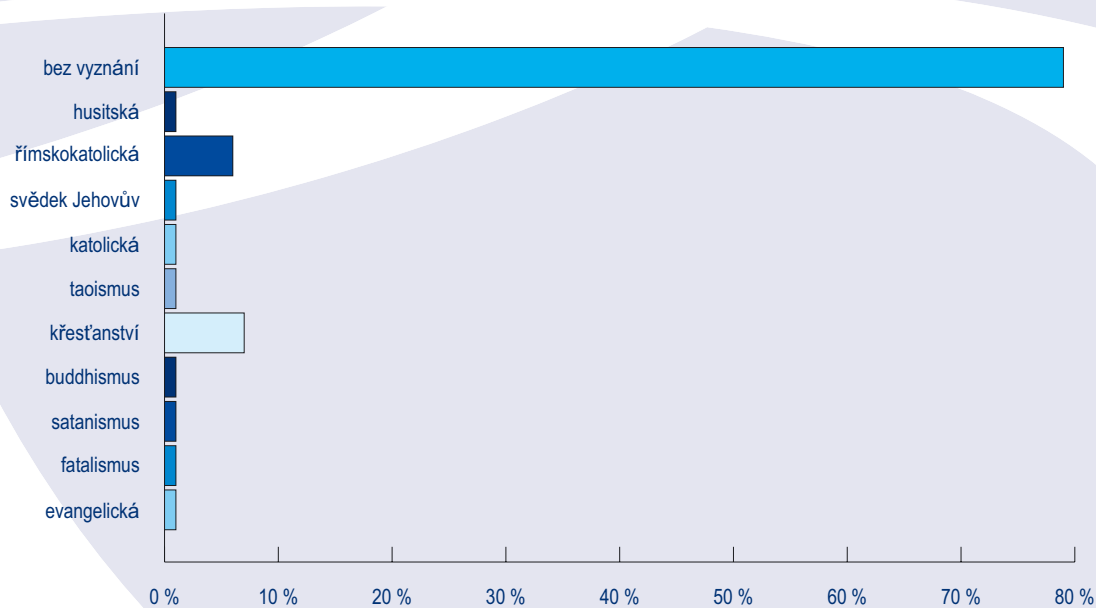
Zdravotní stav zaměstnanců je převážně dobrý v 61 % případů.



Zdravotní stav	Počet odpovědí	Procento odpovědí
1 velmi dobrý	96	25%
2 dobrý	238	61%
3 uspokojivý	53	14%
4 neuspokojivý	4	1%

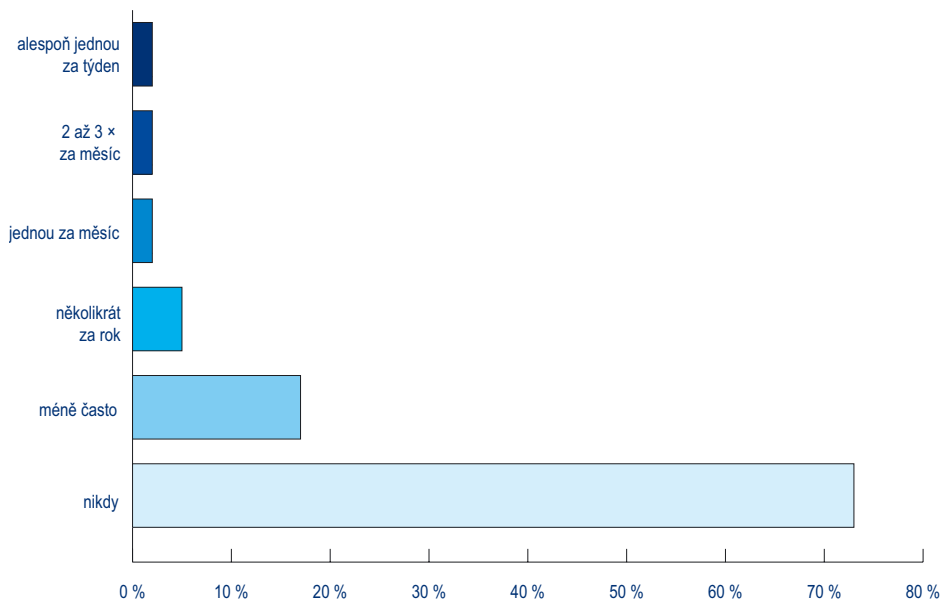
12. Vyznání / církev

Většina zaměstnanců BB Centra je bez vyznání (79 %).



Vyznání	Počet odpovědí	Procento odpovědí
bez vyznání	109	79%
husitská	2	1%
římskokatolická	8	6%
svědek Jehovův	1	1%
katolická	2	1%
taoismus	2	1%
křesťanství	9	7%
buddhismus	2	1%
satanismus	1	1%
fatalismus	1	1%
evangelická	1	1%

13. Jak často navštěvujete bohoslužby / náboženské obřady?



Frekvence návštěv	Počet odpovědí	Procento odpovědí
alespoň jednou za týden	7	2%
2 až 3x za měsíc	5	2%
jednou za měsíc	5	2%
několikrát za rok	15	5%
méně často	57	17%
nikdy	239	73%

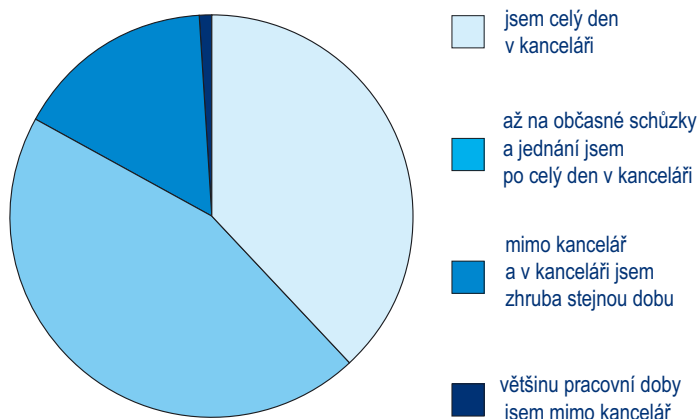
SPOLEČENSKÝ STATUS POSTAVENÍ VE FIRMĚ

Úvod: Závěrečná část dotazníku byla věnována doplňujícím charakteristikám zaměstnanců pracujících v BB Centru. Část G se týká informací o pozici zaměstnance ve firmě a část H obsahuje sociodemografický profil

Výsledky dle otázek:

14. Jakou povahu má Vaše zaměstnání?

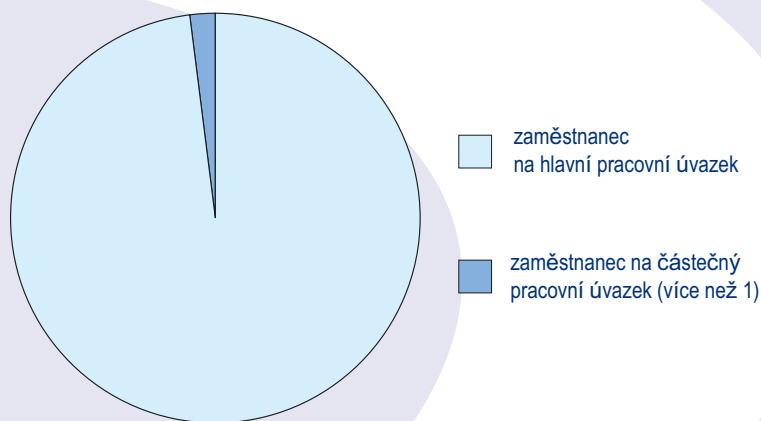
Většina zaměstnanců tráví v kanceláři převážnou většinu své pracovní doby. 38 % dotazovaných je v kanceláři v BB Centru celý den a 45% převážnou část pracovní doby. Tato informace zvyšuje relevanci zjištěných údajů o kvalitě poskytovaných služeb a kvalitě BB Centra jako celku, neboť pochází od zaměstnanců, kteří tráví v prostorách BB Centra dostatek času na to, aby jejich zkušenosti byly opakované a ne náhodné.



Povaha zaměstnání	Počet odpovědí	Procento odpovědí
jsem celý den v kanceláři	166	38%
až na občasné schůzky a jednání jsem po celý den v kanceláři	196	45%
mimo kancelář a v kanceláři jsem zhruba stejnou dobu	72	16%
většinu pracovní doby jsem mimo kancelář	4	1%
nepřeji si uvést		0%

15. Jaký je charakter Vaší práce pro společnost sídlící v BB Centru?

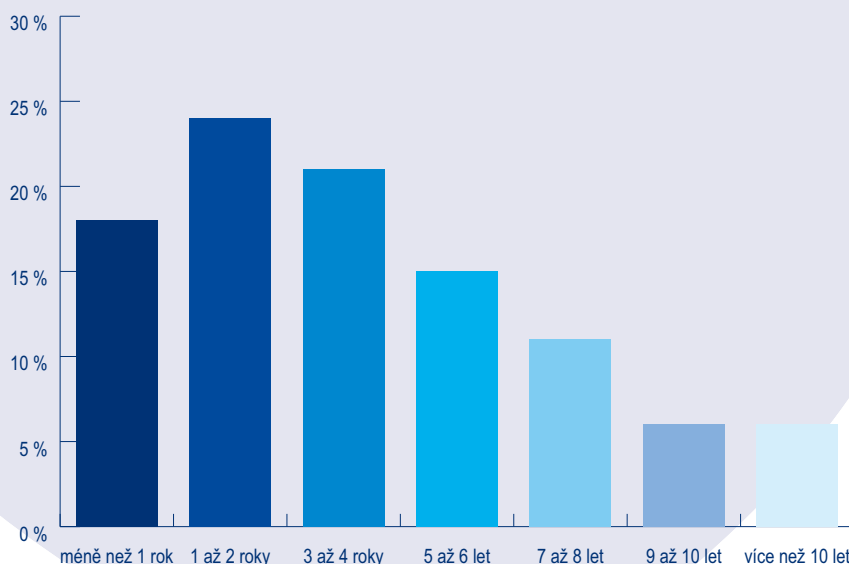
Naprostá většina zaměstnanců BB Centra je zaměstnána na hlavní pracovní úvazek. Pouze zanedbatelná část je zaměstnána na částečný (více než 1/2) úvazek. I tento údaj společně s dobou strávenou v kanceláři zvyšuje relevanci výpovědi respondentů o kvalitě BB Centra.



Charakter práce	Počet odpovědí	Procento odpovědí
zaměstnanec na hlavní pracovní úvazek	424	98%
zaměstnanec na částečný pracovní úvazek (více než 1/2)	7	2%
zaměstnanec na částečný pracovní úvazek (méně než 1/2)	2	0%
brigáda nebo jiný krátkodobý pracovní poměr	1	0%

16. Kolik let jste zaměstnán/a nebo pracujete u současné společnosti?

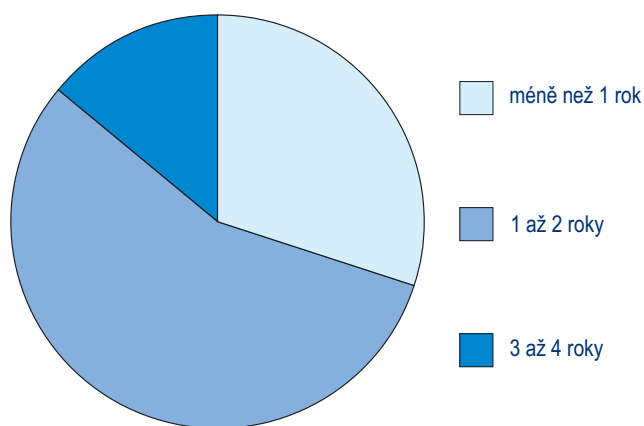
Respondenti jsou nejčastěji zaměstnáni u společnosti v rozmezí poměrně krátké doby 1–2 roky (24 %). 70 % zaměstnanců má více než roční zkušenost s BB Centrem.



Počet let	Počet odpovědí	Procento odpovědí
méně než 1 rok	77	18%
1 až 2 roky	103	24%
3 až 4 roky	91	21%
5 až 6 let	64	15%
7 až 8 let	48	11%
9 až 10 let	28	6%
více než 10 let	27	6%

17. Kolik let pracujete v BB Centru?

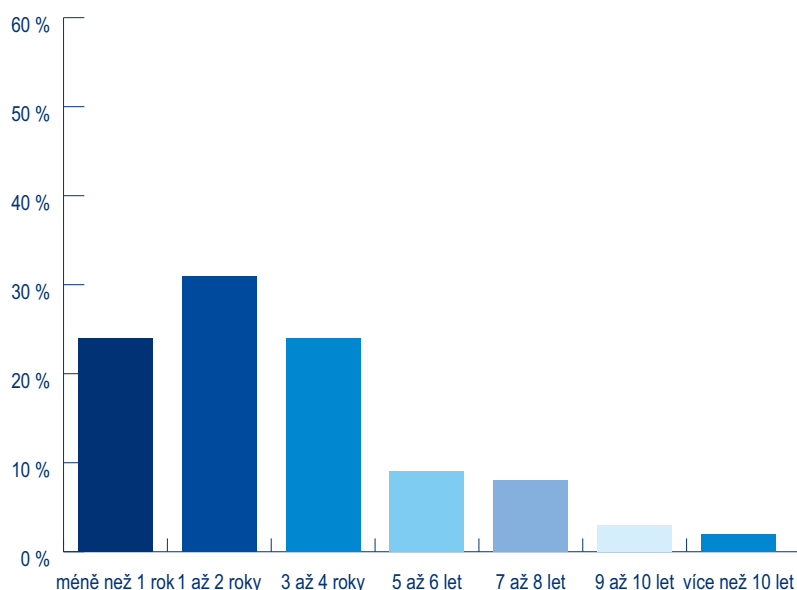
Setrvání respondenta na současné pozici zhruba odpovídá době jeho práce pro společnost. Do čtyř let včetně pracuje na současné pozici 79 % zaměstnanců. 85 % zaměstnanců předpokládá do 5 let kariérní postup.



Počet roků	Počet odpovědí	Procento odpovědí
méně než 1 rok	127	30%
1 až 2 roky	242	56%
3 až 4 roky	60	14%
nepřeji si uvést		0%

18. Jak dlouho pracujete na současné pozici?

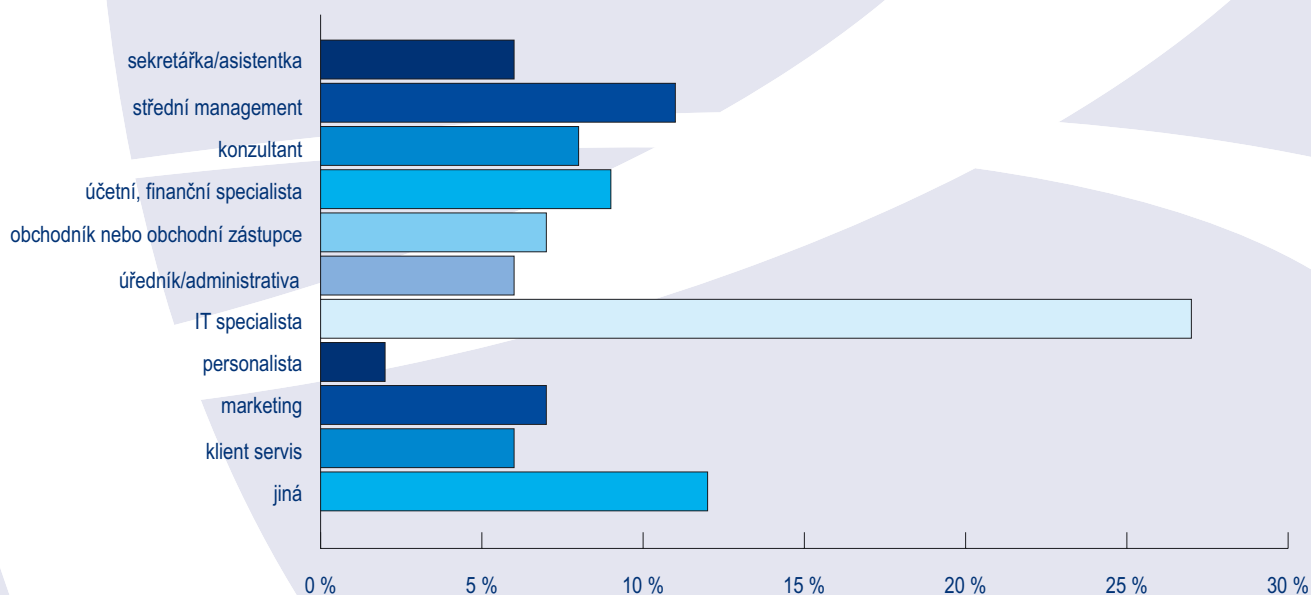
Délka práce na současné pozici částečně koresponduje s délkou práce pro společnost. Do čtyř let včetně pracuje na současné pozici 79 % zaměstnanců. Toto číslo potvrzuje velkou dynamiku v rámci kariérních postupů ve firmách a také může znamenat značnou obměnu pracovníků v krátké době 1–4 let.



Počet roků	Počet odpovědí	Procento odpovědí
méně než 1 rok	102	24%
1 až 2 roky	134	31%
3 až 4 roky	104	24%
5 až 6 let	37	9%
7 až 8 let	33	8%
9 až 10 let	13	3%
více než 10 let	8	2%

19. Jaká je Vaše pracovní pozice v zaměstnání?

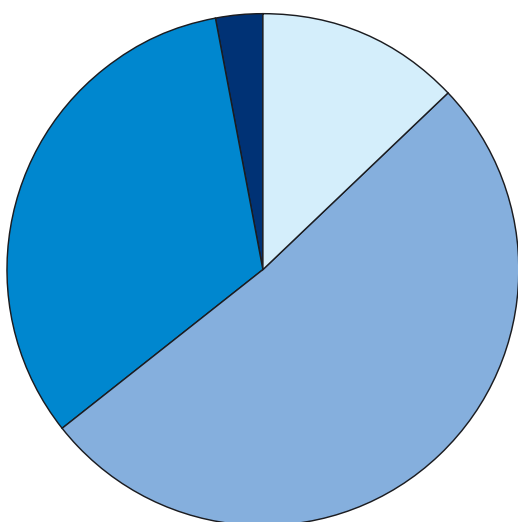
V BB Centru jednoznačně nepřevažuje žádná specifická pracovní pozice. Nejvyšší je počet IT specialistů, kterých v BB Centru pracuje 27 %.



Pracovní pozice	Počet odpovědí	Procento odpovědí
sekretářka/asistentka	22	6%
střední management	44	11%
konzultant	33	8%
účetní, finanční specialista	35	9%
obchodník nebo obchodní zástupce	26	7%
úředník /administrativa	22	6%
IT specialista	107	27%
personalista	7	2%
marketing	29	7%
klient servis	23	6%
jiná	48	12%

20. Představte si, že na tento průzkum odpovídáte za 5 let. Jaké pozice v zaměstnání byste chtěl/a dosáhnout?

Značnou dynamiku změny pracovních pozic zaznamenanou v otázce délky práce pro společnost i délky práce na stávající pozici potvrzují i ambice samotných zaměstnanců. 85 % zaměstnanců předpokládá do pěti let kariérní postup.



- Je mi to jedno. Asi na stejné jako nyní.
- Rád bych postoupil/a na vyšší pozici. Zhruba v horizontu pěti let. Nijak nespěchám.
- Rád bych postoupil/a co nejdříve na vyšší pozici. Za pět let budu úplně jinde
- Jiné: uveďte prosím

Pozice dosažená v 5ti letech	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Je mi to jedno. Asi na stejné jako nyní	41	13%
Rád bych postoupil/a na vyšší pozici. Zhruba v horizontu pěti let. Nijak nespěchám	163	52%
Rád bych postoupil/a co nejdříve na vyšší pozici. Za pět let budu úplně jinde	103	33%
Jiné: uveďte prosím	9	3%
Nepřeji si uvést		0%

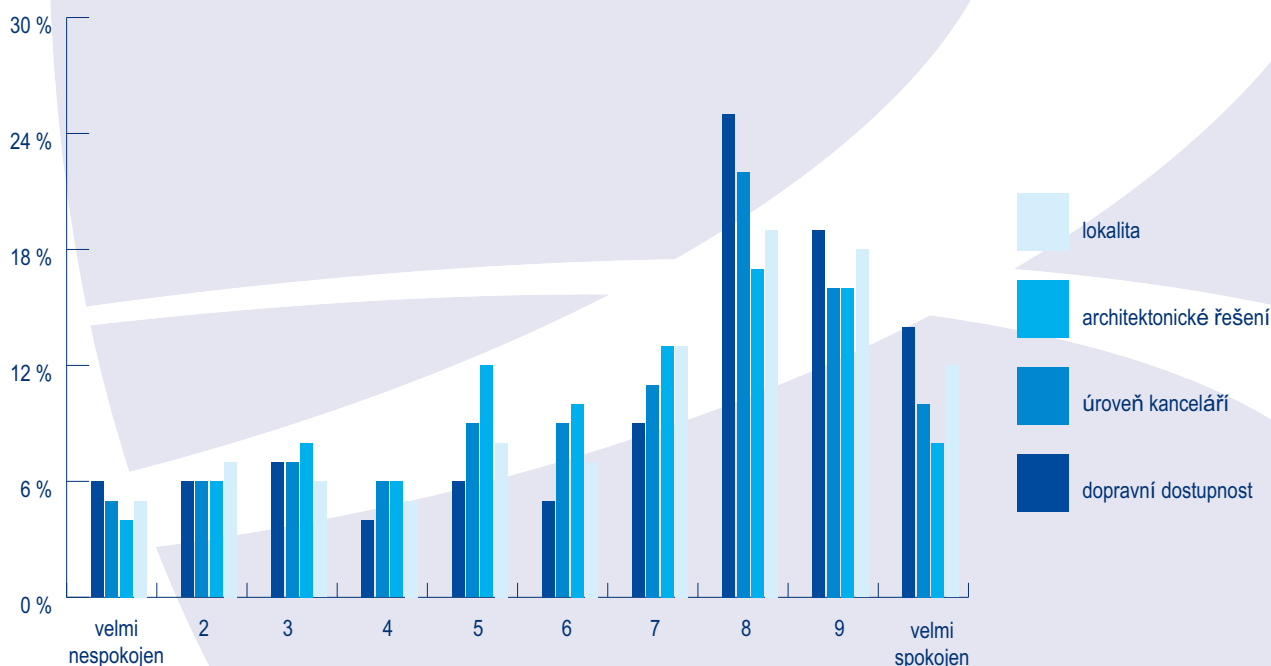
IMAGE BB Centra

Úvod: Index spokojenosti zaměstnanců společností sídlících v BB Centru.

Pro jednotlivé parametry spokojenosti (dopravní dostupnost, úroveň kanceláří, architektonické řešení a lokality) byly kalkulovány indexy na škálu 10–100 (indexu 100 by bylo dosaženo v případě maximální spokojenosti všech respondentů).

Uvedené indexy slouží nejenom jako shrnující hodnocení BB Centra, ale zároveň i jako podklad pro srovnání v dalších šetřeních. Od sebe nepřilíživě vzdálené hodnoty indexů vypovídají o stabilní a pevné pozici BB Centra.

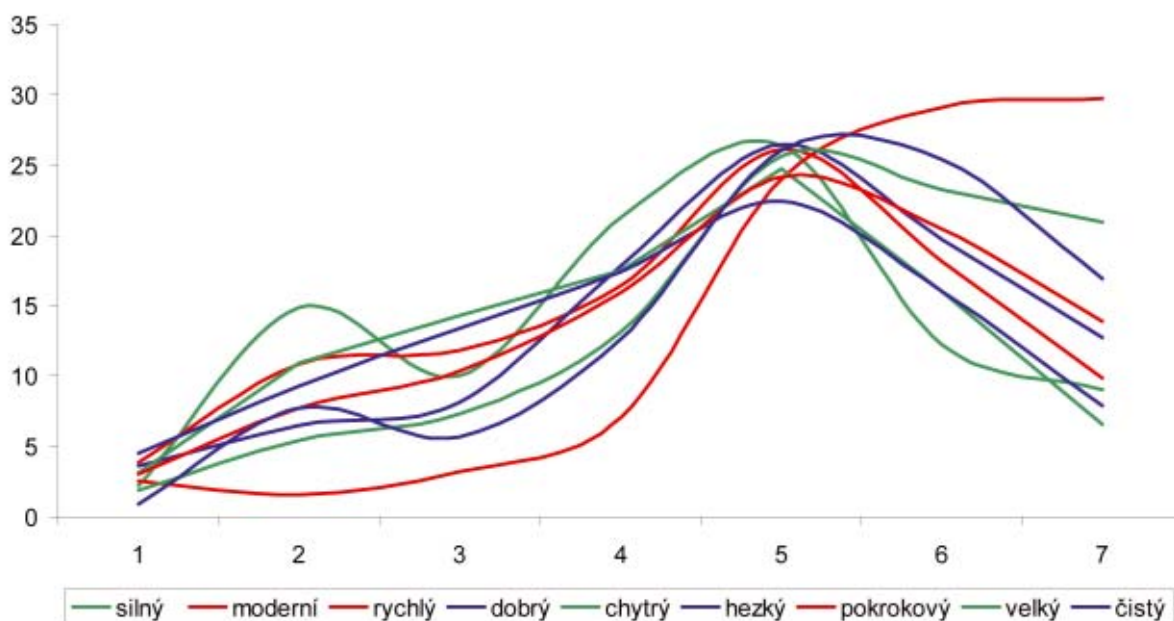
Přestože by se hodnota indexu na úrovni 65 mohla zdát nepřilíživě vysoká, fakt, že dopravní dostupnost a úroveň kanceláří je v celkovém souhrnu hodnocena ještě pozitivněji, znamená, že BB Centrum je pohledem nájemníků hodnoceno veskrze pozitivně.



Hodnocení BB Centra	dopravní dostupnost	úroveň kanceláří	architektonické řešení	lokality
velmi nespokojen	6%	5%	4%	5%
2	6%	6%	6%	7%
3	7%	7%	8%	6%
4	4%	6%	6%	5%
5	6%	9%	12%	8%
6	5%	9%	10%	7%
7	9%	11%	13%	13%
8	25%	22%	17%	19%
9	19%	16%	16%	18%
velmi spokojen	14%	10%	8%	12%

Sémantický diferenciál

Image BB Centra byla zkoumána prostřednictvím mnohorozměrného škálování. Respondenti měli za úkol vyjádřit míru souhlasu s aspekty symbolizujícími tři dimenze hodnocení: dynamiku (červená), sílu (zelená) a hodnocení (modrá). Tyto tři dimenze jsou v následující tabulce a grafu rozlišeny barvami.



konzervativní	3,0	8,0	10,0	16,0	24,0	20,0	14,0	pokrokový
pomalý	4,0	11,0	12,0	16,0	26,0	18,0	10,0	rychlý
zastaralý	3,0	2,0	3,0	7,0	24,0	29,0	30,0	moderní
malý	2,0	5,0	7,0	13,0	26,0	23,0	21,0	velký
slabý	2,0	15,0	10,0	21,0	26,0	12,0	9,0	silný
hloupý	3,0	11,0	14,0	17,0	25,0	16,0	7,0	chytřý
špatný	4,0	6,0	8,0	18,0	26,0	20,0	13,0	dobrý
ošklivý	5,0	9,0	13,0	17,0	22,0	16,0	8,0	hezký

Asociace BB Centra je ve všech aspektech výrazně na pozitivní straně spektra s tím, že nejpozitivnější asociací je modernost BB Centra. Toto hodnocení vyplývá i z otevřených otázek. Navazujícími atributy jsou: velký, čistý.

Při pohledu na průměrné hodnocení na opačném pólu spektra nalezneme atribut hodnocení: kategorii hezký, představující vizuální dojem skrývající se za značkou BB Centra. Toto zjištění koreluje i s indexy spokojenosti, kde architektonické řešení je hodnoceno rezervovaněji, než ostatními aspekty. Vzhledem k objektivní kvalitě tohoto aspektu však image značky BB Centra opět prokazuje vysokou míru spokojenosti a velmi pozitivní působení BB Centra na své nájemníky.

atribut	průměr
moderní	5.5
rychlý	4.4
pokrokový	4.5
chytrý	4.0
silný	4.2
velký	5.0
dobrý	4.5
čistý	4.8
hezký	4.0

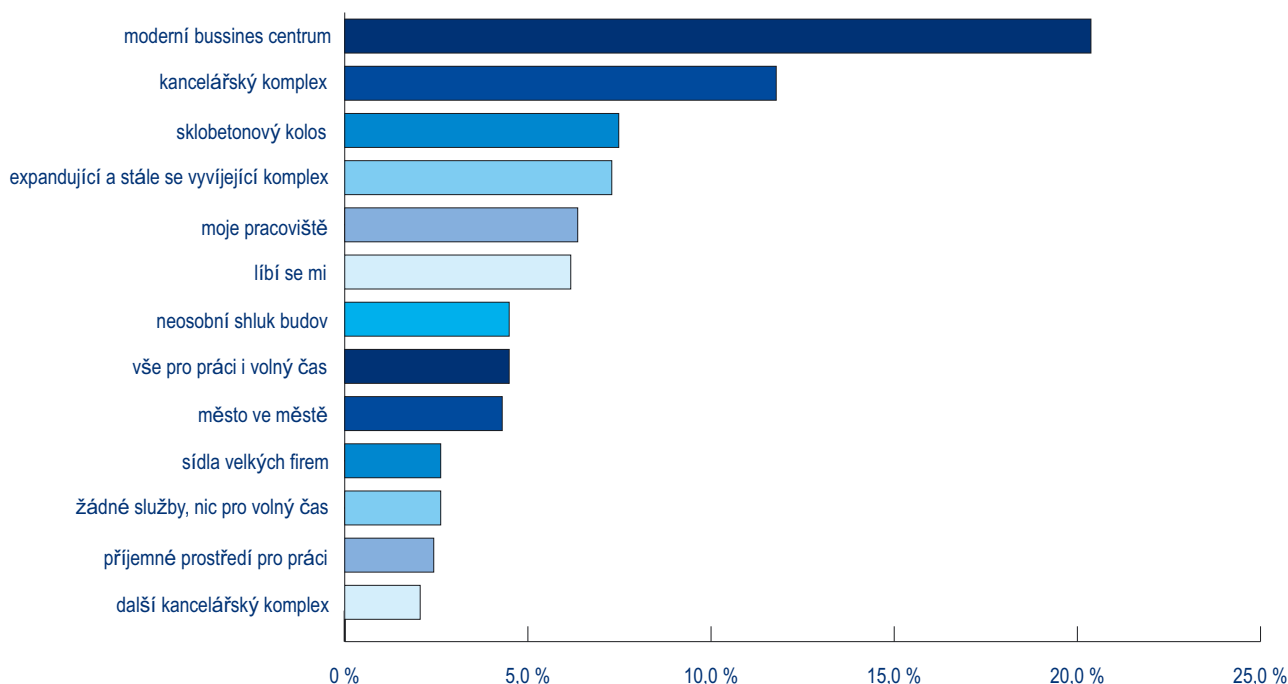


21. Jak byste jednou větou charakterizoval/a BB Centrum?

Nejčastější charakteristiky BB Centra vycházejí z prvotních asociací centra jako pracoviště („moderní business centrum“; „kancelářský komplex“). V menší míře si je respondenti vybavují vizuálně („sklobetonový kolos“, „neosobní shluk budov“..). Méně se v charakteristikách objevují hodnotící atributy („příjemné prostředí pro práci“, „líbí se mi“, „pěkná lokalita“...).

Analýza charakteristických výroků o BB Centru

Zjištěný počet odpovědí = 535



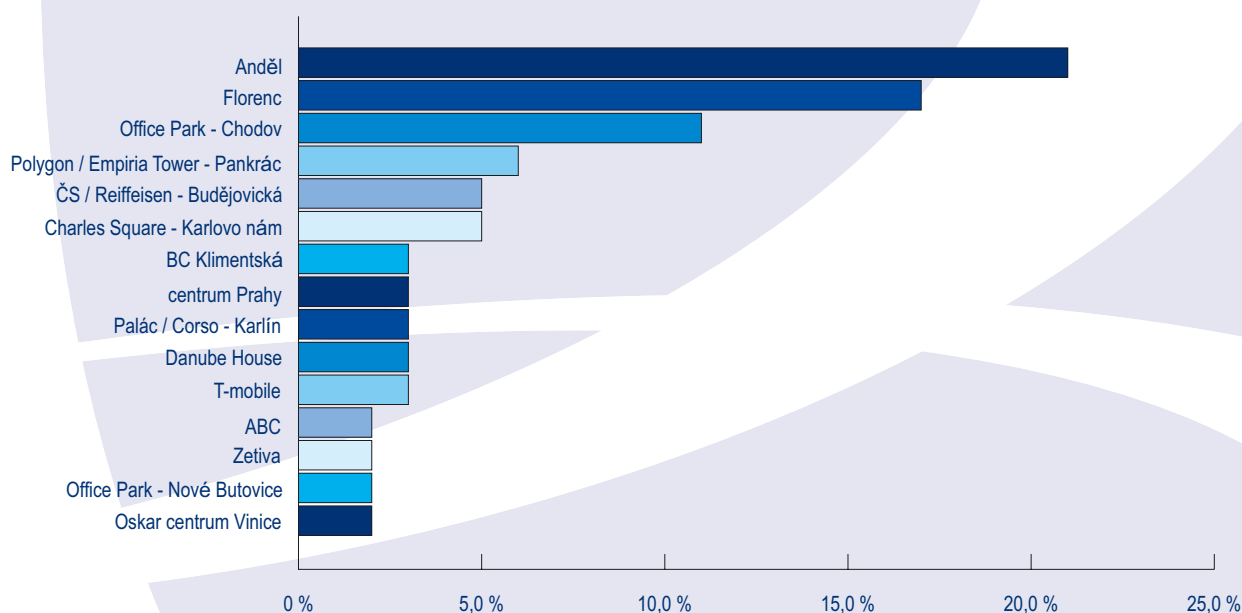
Charakteristika BB Centra	Počet odpovědí	Procento odpovědí
moderní bussines centrum	109	20.37
kancelářský komplex	63	11.78
sklobetonový kolos	40	7.48
expandující a stále se vyvíjející komplex	39	7.29
moje pracoviště	34	6.36
líbí se mi	33	6.17
neosobní shluk budov	24	4.49
vše pro práci i volný čas	24	4.49
město ve městě	23	4.30
sídla velkých firem	14	2.62
žádné služby, nic pro volný čas	14	2.62
příjemné prostředí pro práci	13	2.43
další kancelářský komplex	11	2.06

22. Který z administrativních areálů v Praze podle Vás konkuruje BB Centru a čím konkrétně?

Za největší konkurenty BB Centra označili respondenti zejména komplexy situované v centru města (Anděl–21 %, Florenc - 17 %), jež jsou všeobecně dobře známé a komplexy ze sousedství BB Centra (Chodov – 11 %, Pankrác – 6 % a Budějovickou – 5 %), jež mají nejvíce „na očích“.

Analýza vnímaných konkurentů BB Centra

Počet platných odpovědí = 87



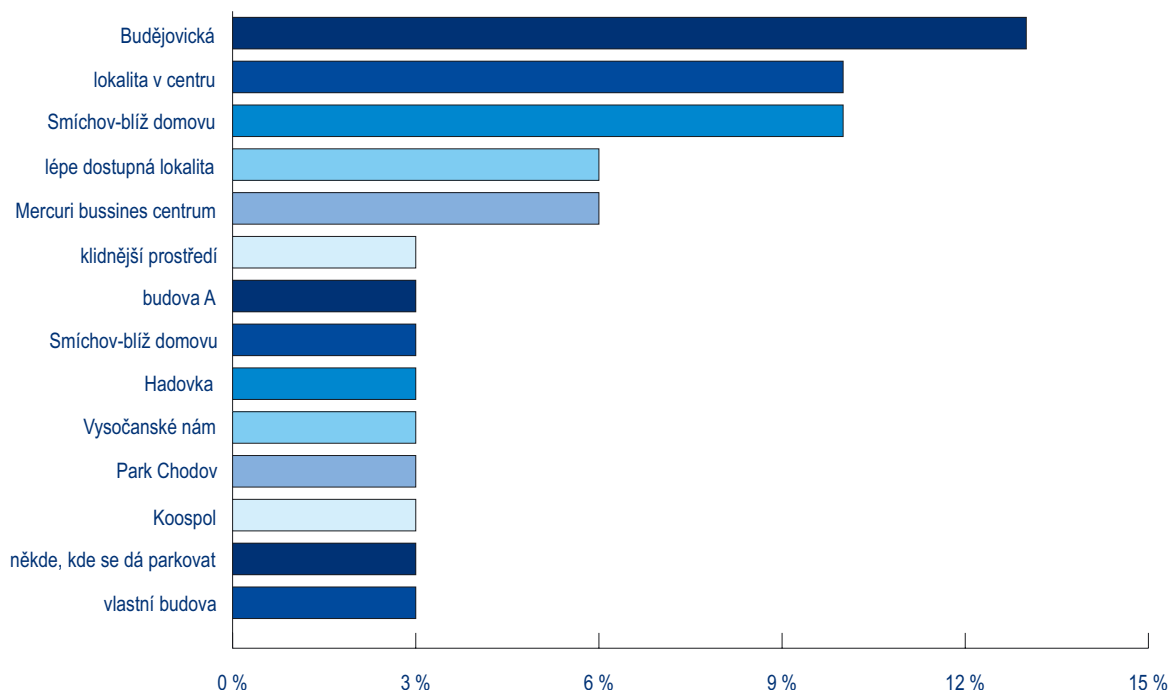
Konkurenční administrativní areál	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Anděl	18	21%
Florenc	15	17%
Chodov	10	11%
Pankrác	5	6%
Budějovická	4	5%
Karlovo nám.	4	5%
BC Klimentská	3	3%
centrum Prahy	3	3%
Karlín	3	3%
Danube House	3	3%
T-mobile	3	3%
ABC	2	2%
Zetiva	2	2%
Nové Butovice	2	2%
Oskar centrum Vinice	2	2%

23. Považujete některé z administrativních center v Praze za vhodnější pro Vaši společnost? Které a proč?

Svou firmu by respondenti nejraději viděli, pokud by si mohli vybrat v komplexu, který je dostupnější než BB Centrum. Ve svých odpovědích uvádí především administrativní centra sídlící u stanic metra. Klidnější prostředí, případně dostatek zeleně nehrají pro respondenty příliš velkou roli.

Analýza center, uvedených jako vhodnější než BB Centrum

Počet platných odpovědí = 31



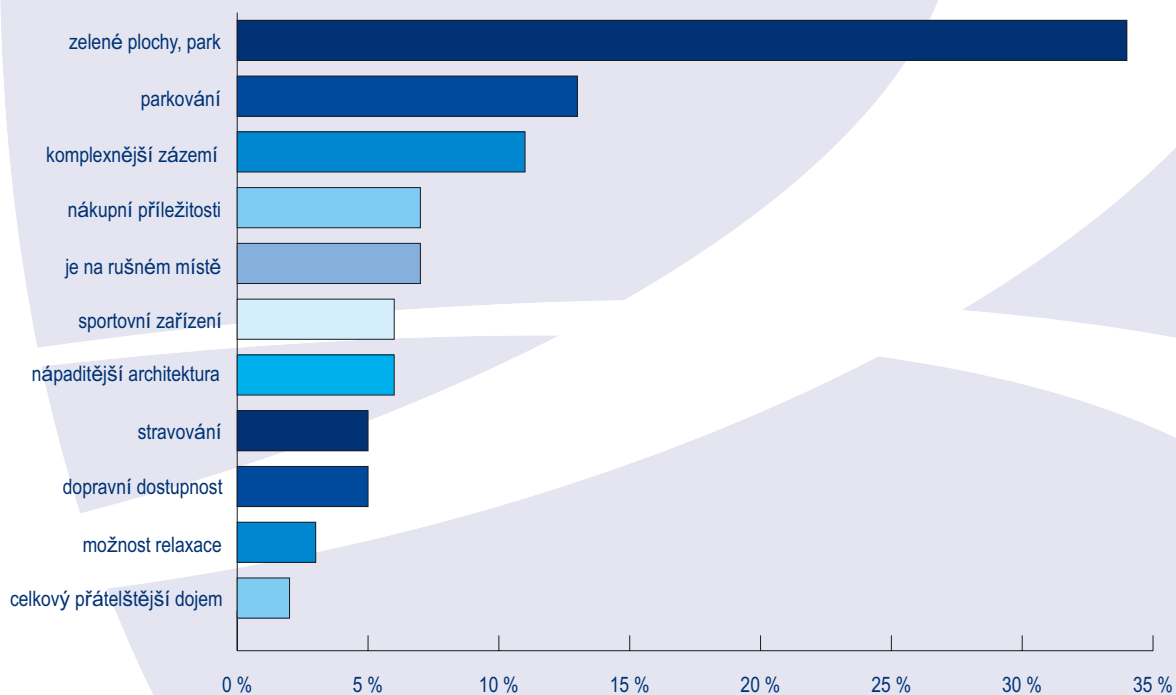
Vhodnější administrativní centrum	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Budějovická	4	13%
lokality v centru	3	10%
Smíchov-blíž domovu	3	10%
lépe dostupná lokalita	2	6%
Mercuri bussines centrum	2	6%
klidnější prostředí	1	3%
budova A	1	3%
Smíchov-blíž domovu	1	3%
Siemens centrum Evropská- lepší dostupnost	1	3%
Vysočanské nám.- lepší infrastruktura	1	3%
Chodov	1	3%
Koospol-zeleň	1	3%
někde, kde se dá parkovat	1	3%
vlastní budova	1	3%

24. Co by si mělo BB Centrum vzít jako příklad z jiných českých nebo i zahraničních administrativních center? Uveďte konkrétně.

Oblasti, v nichž by se BB Centrum mohlo inspirovat při zlepšování se týkají jak vzhledu a prostředí (zejména v oblasti zeleně), tak již výše uvedených nedostatků (parkování, komplexnější zázemí...).

Analýza odpovědí

Počet platných odpovědí = 174

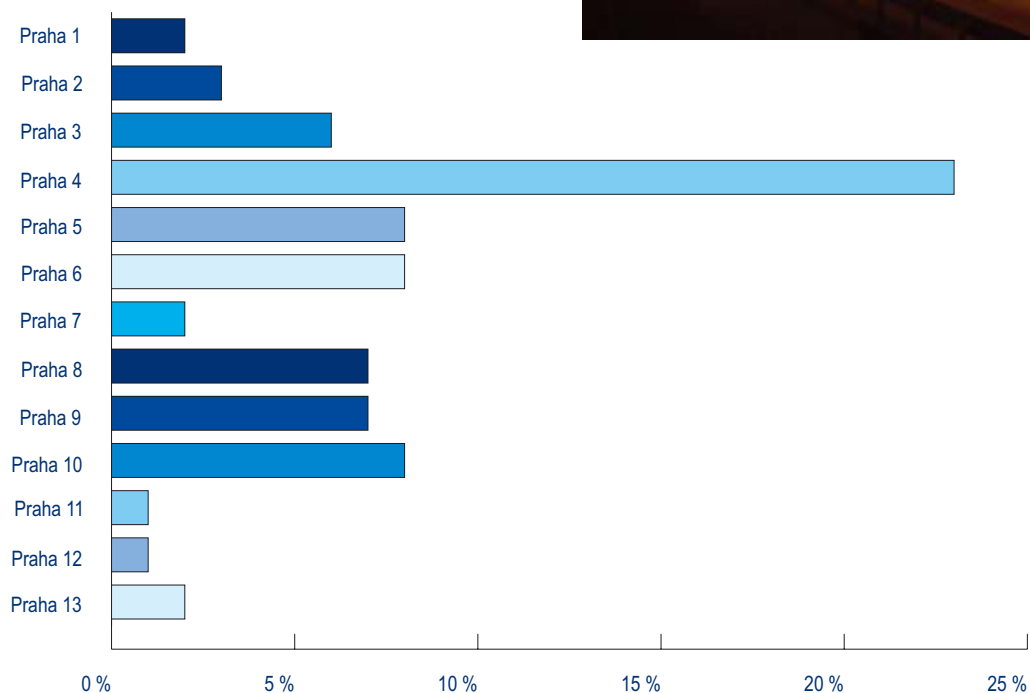


Oblast zlepšení	Počet odpovědí	Procento odpovědí
zelené plochy, park	59	34%
parkování	23	13%
komplexnější zázemí (taxi, kultura, půjčovna aut, úřady)	19	11%
nákupní příležitosti	13	7%
je na rušném místě	12	7%
sportovní zařízení	11	6%
nápaditější architektura	10	6%
stravování	9	5%
dopravní dostupnost	8	5%
možnost relaxace	6	3%
celkový přátelštější dojem	4	2%

DOPRAVA A OKOLÍ BB CENTRA

25. Odkud dojíždíte do zaměstnání?

Téměř čtvrtina respondentů (23) bydlí na Praze 4, v dalších (57) tvořených pražskými obvody jsou nejvíce zastoupeni obyvatelé oblastí Prahy 5, 6 a 10 (každá městská část 8) a městských částí Praha 8 a 9 (7), 19 respondentů pak bydlí mimo oblast hlavního města.



Bydliště	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Praha 1	8	2%
Praha 2	13	3%
Praha 3	25	6%
Praha 4	101	23%
Praha 5	35	8%
Praha 6	34	8%
Praha 7	8	2%
Praha 8	31	7%
Praha 9	30	7%
Praha 10	36	8%
Praha 11	3	1%
Praha 12	6	1%
Praha 13	10	2%

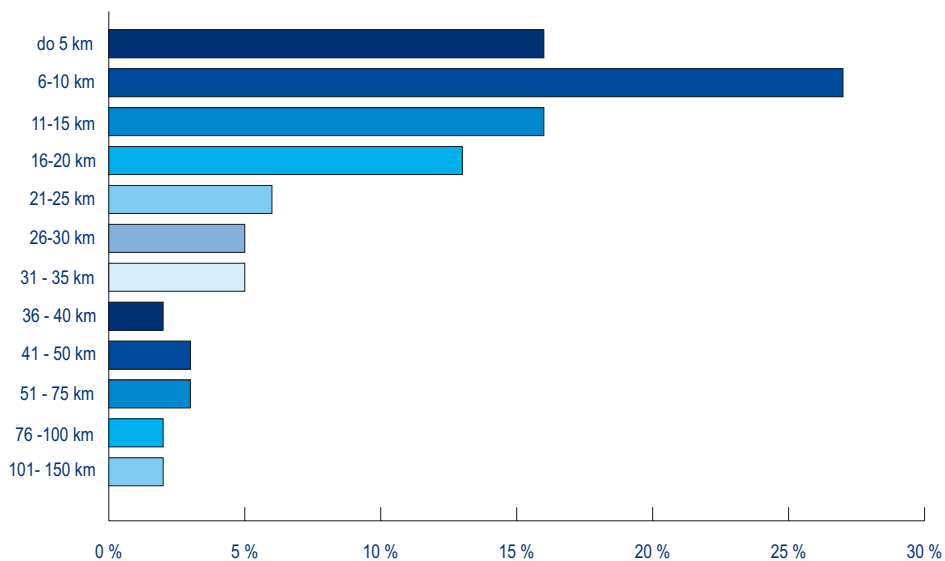
Mezi zaměstnanci dojíždějícími mimo Prahu jsou nejpočetnější ti, co dojíždí z okresu Praha-západ a Praha-východ.

Okres mimo Prahu	Počet odpovědí
Praha-západ	4
Praha-východ	3
Hodonín	1
Plzeň-město	1
Nymburk	1
Kolín	1
Kolín	1
Mělník	1
Kladno	1
Rakovník	1
Beroun	1
Příbram	1
Benešov	1



26. Kolik kilometrů měří jedna cesta do zaměstnání?

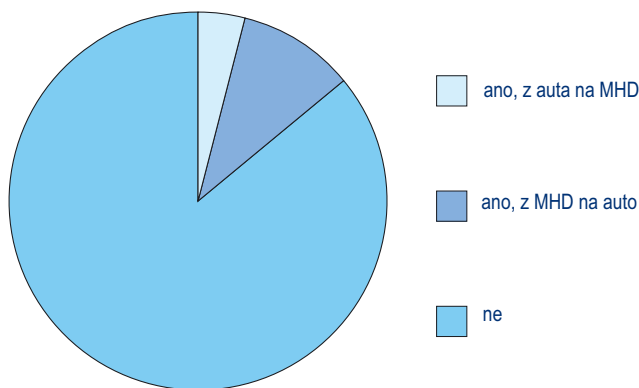
Vzdálenost mezi místem bydliště respondentů a BB Centrem v naprosté většině (72 %) nepřesahuje 20 km. Celkem 11 % udalo jako vzdálenost mezi pracovištěm a bydlištěm 20–30 km, 7 % pak uvedlo 30–40 km. Celkem 10 % překonává cestou do práce ještě větší vzdálenost.



Počet km	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 5 km	72	16%
6-10 km	118	27%
11-15 km	70	16%
16-20 km	59	13%
21-25 km	27	6%
26-30 km	24	5%
31 – 35 km	20	5%
36 – 40 km	9	2%
41 – 50 km	12	3%
51 – 75 km	13	3%
76 –100 km	7	2%
101- 150 km	9	2%

27. Změnil/a jste v posledním roce způsob dopravy do zaměstnání?

Většina z dotazovaných (86 %) v posledním roce práce v areálu BB Centra nezměnila způsob dopravy do zaměstnání. Desetina respondentů v tomto období změnila prostředky MHD za automobil, naopak místo původního automobilu začalo MHD používat jen 4 % dotazovaných.



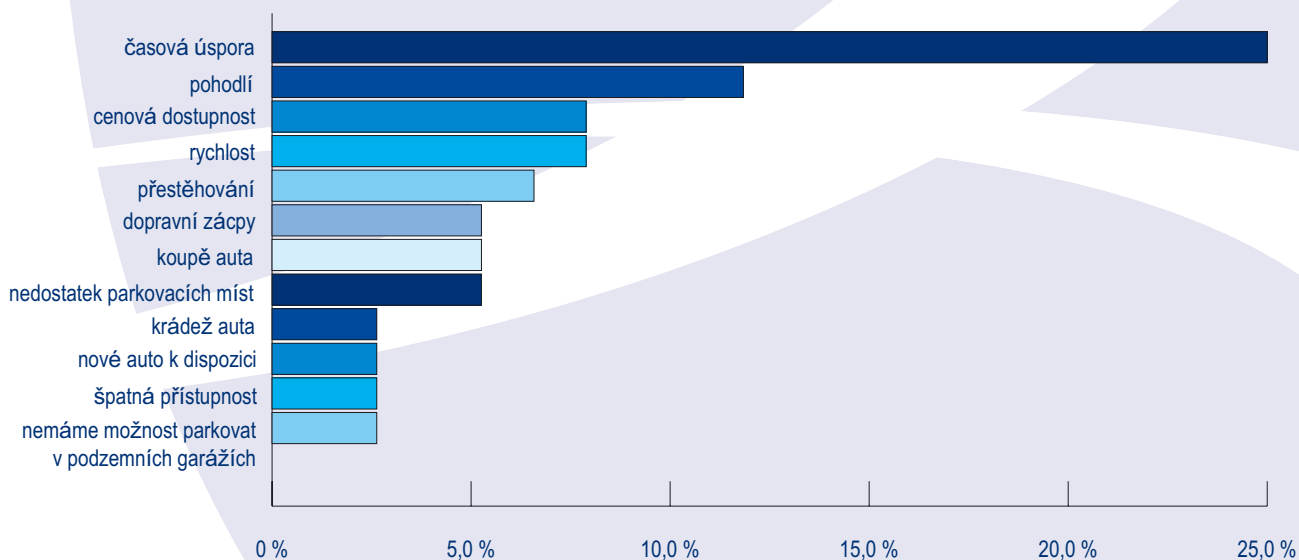
Změna způsobu dopravy	Počet odpovědí	Procento odpovědí
ano, z auta na MHD	34	4%
ano, z MHD na auto	85	10%
ne	717	86%

28. Popište důvod změny způsobu dopravy.

Čtvrtina dotazovaných změnila způsob dopravy kvůli časové úspoře, druhým nejfrekventovanějším důvodem je pak komfort při cestování.

Analýza odpovědí

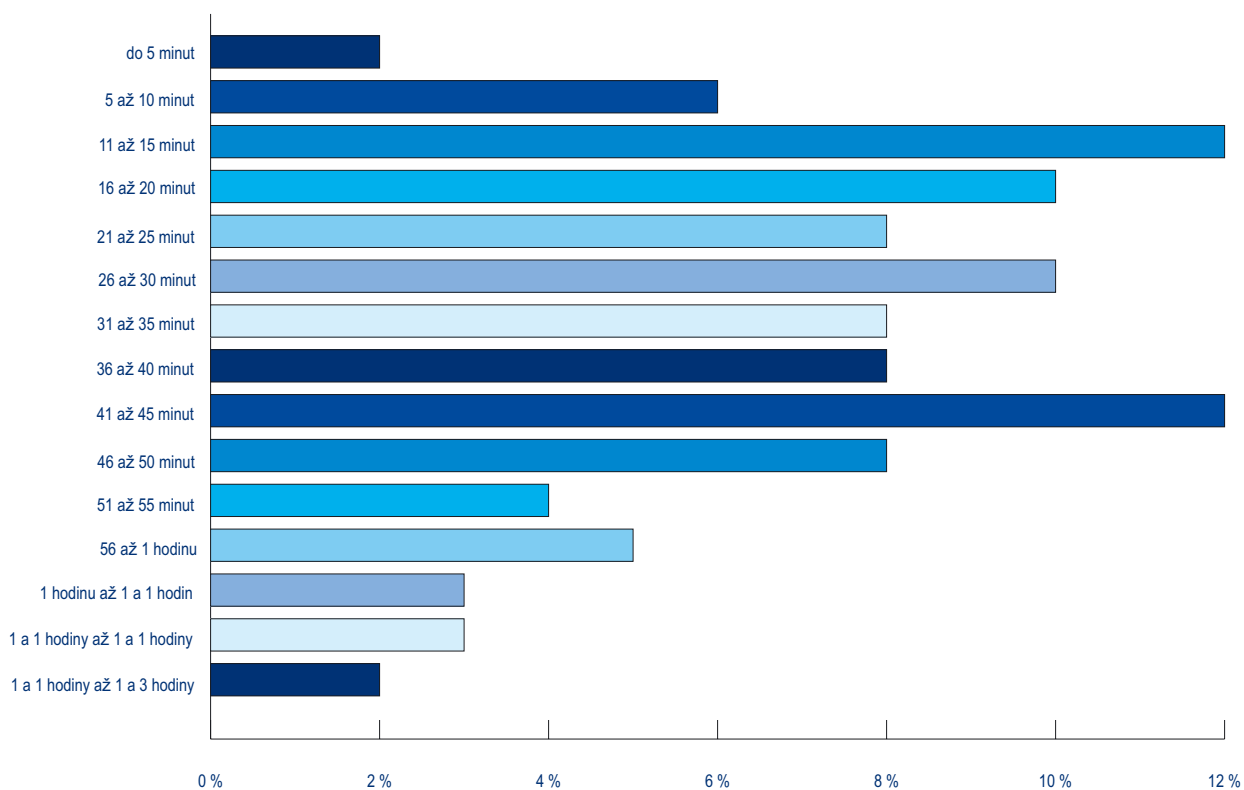
Počet platných odpovědí = 76



Důvod změny způsobu dopravy	Počet odpovědí	Procento odpovědí
časová úspora	19	25.00
pohodlí	9	11.84
cenová dostupnost	6	7.89
rychlost	6	7.89
přestěhování	5	6.58
dopravní zácpy	4	5.26
koupě auta	4	5.26
nedostatek parkovacích míst	4	5.26
krádež auta	2	2.63
nové auto k dispozici	2	2.63
špatná přístupnost	2	2.63
nemáme možnost parkovat v podzemních garážích	2	2.63

29. Kolik času strávíte průměrně cestou do zaměstnání?
Uveďte počet minut jedné cesty do zaměstnání.

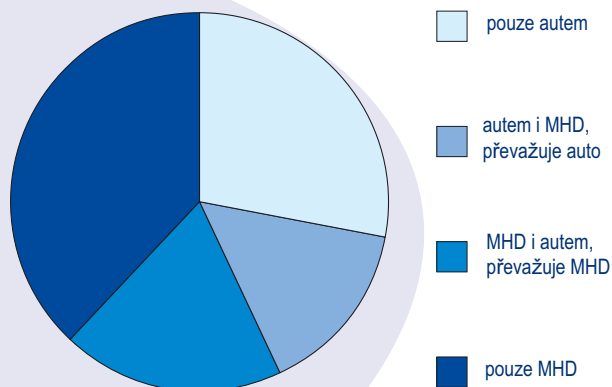
Více než čtvrtina (28 %) zaměstnanců firem sídlících v BB Centru cestuje do práce průměrně 15–30 minut, stejné množství respondentů stráví každodenní cestou do zaměstnání 30–45 minut. Menší skupině respondentů (20 %) zabere cesta méně než 15 minut, 17 % dotazovaných jezdí do BB Centra 45–60 minut. 8 % zabere každodenní cestování do práce hodinu a více.



Délka trvání cesty	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 5 minut	8	2%
5 až 10 minut	25	6%
11 až 15 minut	55	12%
16 až 20 minut	44	10%
21 až 25 minut	35	8%
26 až 30 minut	44	10%
31 až 35 minut	38	8%
36 až 40 minut	38	8%
41 až 45 minut	53	12%
46 až 50 minut	34	8%
51 až 55 minut	18	4%
56 až 1 hodinu	22	5%
1 hodinu až 1 a 1/4 hodin	12	3%
1 a 1/4 hodiny až 1 a 1/2 hodiny	15	3%
1 a 1/2 hodiny až 1 a 3/4 hodiny	7	2%

30. Jakým způsobem dojíždíte do zaměstnání?

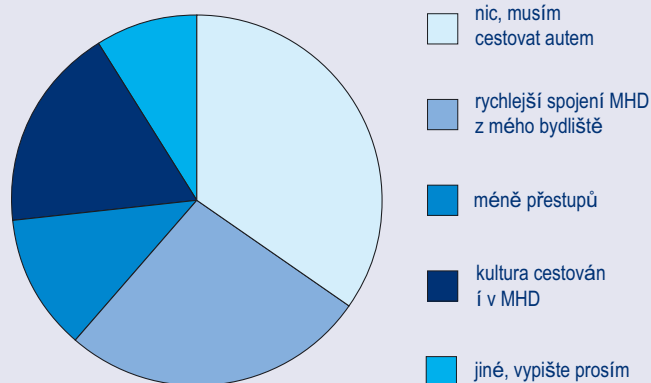
Více než třetina respondentů (38 %) používá při cestě do práce výhradně prostředky MHD. Kombinovaně (tj. autem i MHD) dojíždí do BB Centra 34 % zaměstnanců. Pouze autem pak jezdí do zaměstnání 28 % respondentů.



Způsob dojíždění	Počet odpovědí	Procento odpovědí
pouze autem	239	28%
autem i MHD, převažuje auto	123	15%
MHD i autem, převažuje MHD	162	19%
pouze MHD	316	38%

31. Co by se muselo změnit, abyste pro cestu do zaměstnání použil/a výhradně MHD?

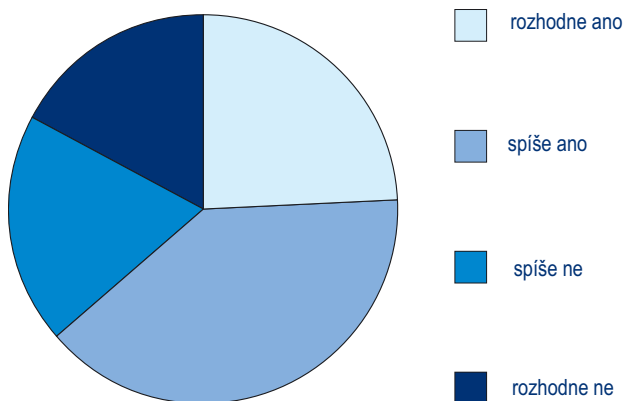
Možnost používání prostředků MHD při cestě do zaměstnání vůbec nepřipouští 35 % respondentů. V případě efektivnějšího (= rychlejšího) spojení z místa bydliště je této variantě dopravy nakloněno 27 % dotazovaných. V případě zvýšení úrovně a kultury cestování MHD by tento způsob dopravy použilo 18 % zaměstnanců, v případě zmenšení počtu přestupů by takto cestovalo dalších 12 %.



Nabídka odpovědí	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nic, musím cestovat autem	95	35%
rychlejší spojení MHD z mého bydliště	74	27%
méně přestupů	32	12%
kultura cestování v MHD	49	18%
jiné, vypište prosím	24	9%

32. V případě, že se podmínky MHD změni podle Vašich požadavků, využíval/a byste při cestě do zaměstnání MHD?

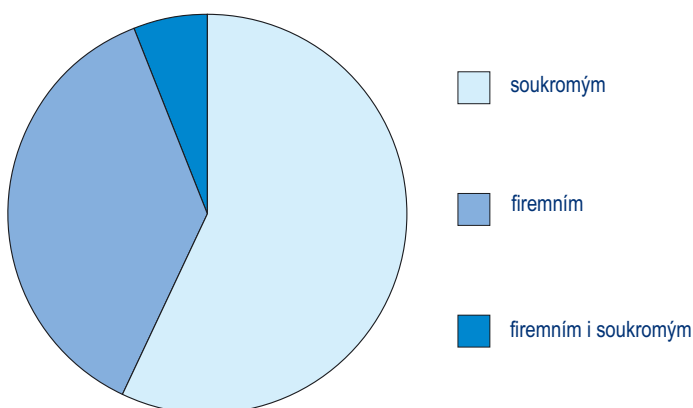
Dopravní dostupnost je pro skupinu zaměstnanců cestujících autem převážně dobrá.



Odpověď	Počet odpovědí	Procento odpovědí
rozhodně ano	62	24%
spíše ano	101	39%
spíše ne	49	19%
rozhodně ne	44	17%

33. Dojíždíte do BB Centra firemním, nebo vlastním autem?

Nadpoloviční většina (57 %) dotazovaných dojíždí do BB Centra vlastním automobilem, více než třetina dalších zaměstnanců používá MHD.

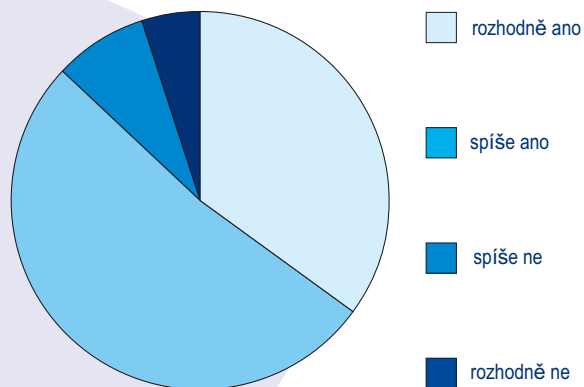


Odpověď	Počet odpovědí	Procento odpovědí
soukromým	155	57%
firemním	101	37%
firemním i soukromým	15	6%

34. Považujete dostupnost BB Centra autem za uspokojivou?

Téměř považuje dostupnost BB Centra za rozhodně či spíše uspokojivou.

Odpověď	Počet odpovědí	Procento odpovědí
rozhodně ano	99	35%
spíše ano	145	52%
spíše ne	23	8%
rozhodně ne	13	5%

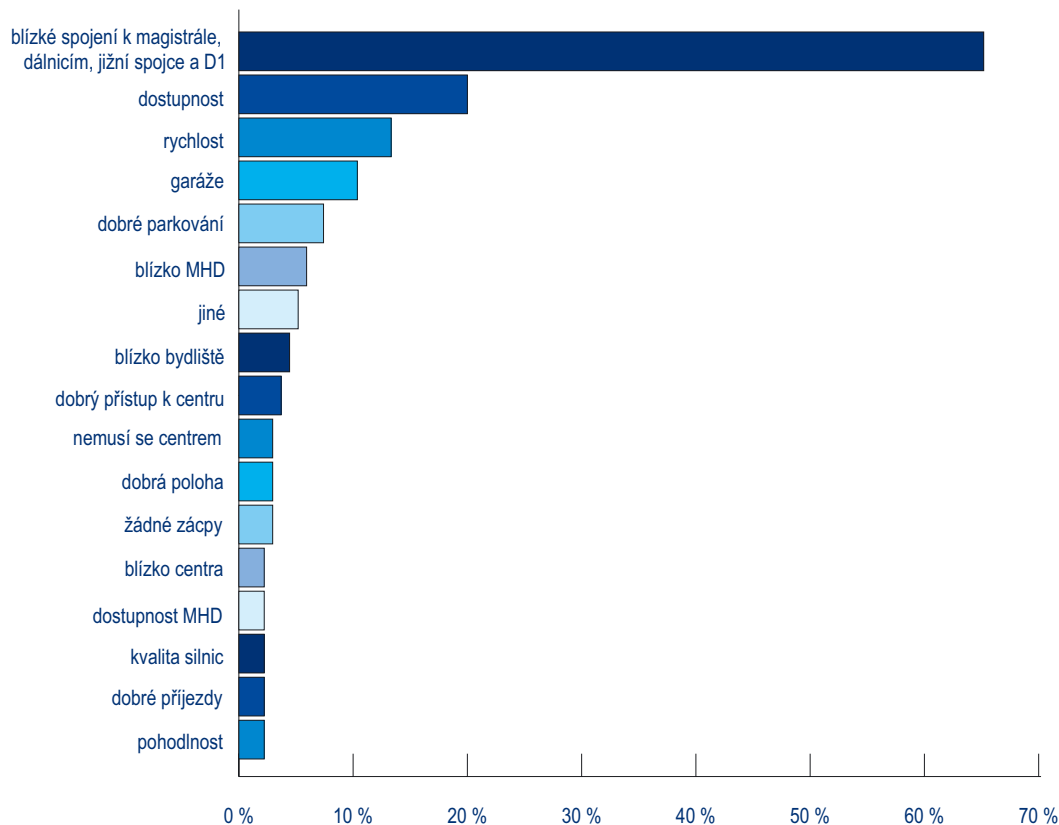


35. Vypište maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s dostupností BB Centra autem seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité:

Při cestě autem do BB Centra v naprosté většině případů respondenti oceňují dostupnost areálu (zejména díky blízkosti magistrály a dalších důležitých dopravních tepen). Pozitivně hodnotí i rychlost této dopravy.

Analýza důvodů pro spokojenost

Počet platných odpovědí = 135

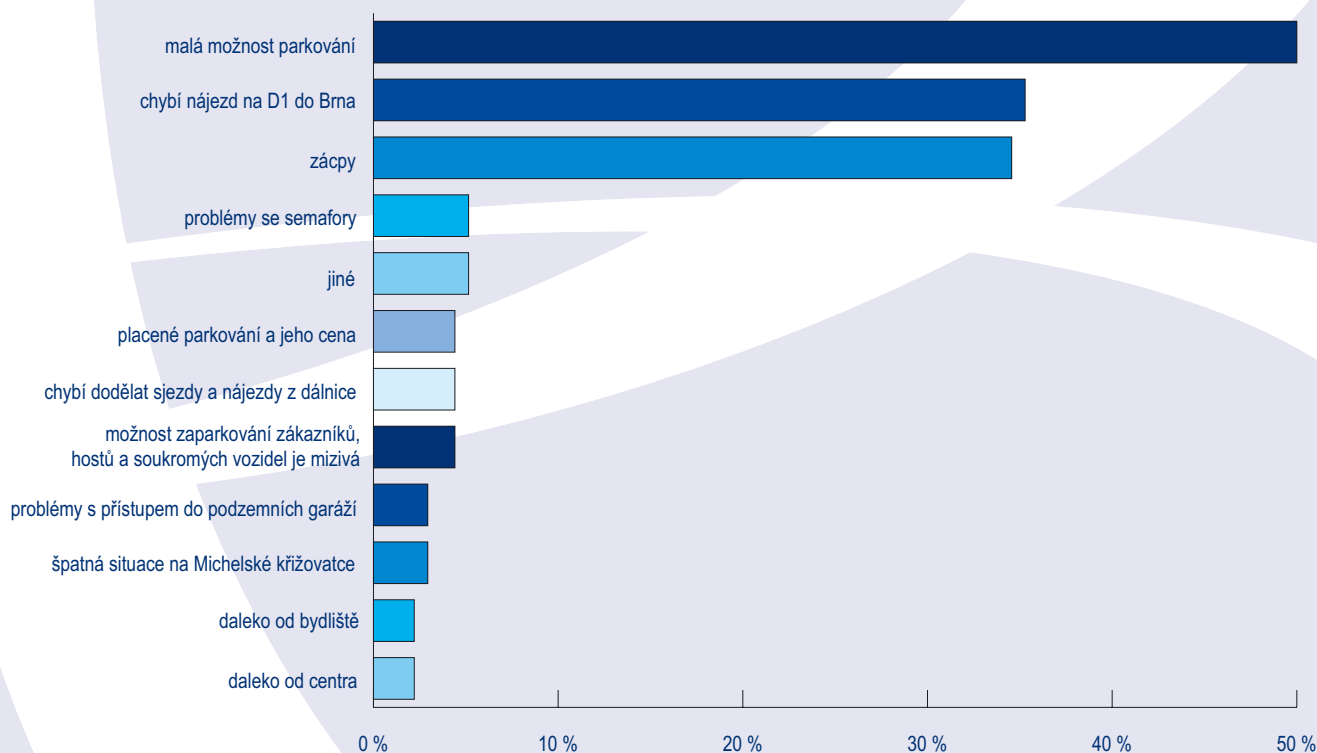


Důvody spokojenosti s dostupností BB Centra autem	Počet odpovědí	Procento odpovědí
blízké spojení k magistrále, dálnicím, jižní spoje a D1	88	65.19
dostupnost	27	20.00
rychlost	18	13.33
garáže	14	10.37
dobré parkování	10	7.41
blízko MHD	8	5.93
jiné	7	5.19
blízko bydliště	6	4.44
dobrý přístup k centru	5	3.70
nemusí se centrem	4	2.96
dobrá poloha	4	2.96
žádné zácpy	4	2.96
blízko centra	3	2.22
dostupnost MHD	3	2.22
kvalita silnic	3	2.22
dobré příjezdy	3	2.22
pohodlnost	3	2.22

Polovina dotazovaných je nespokojena s možností parkování u BB Centra. Řadě řidičů (25 %) také chybí nájezd na dálnici D1 ve směru na Brno, respondenti jsou také nespokojeni s dopravními zácpami.

Analýza důvodů pro nespokojenost

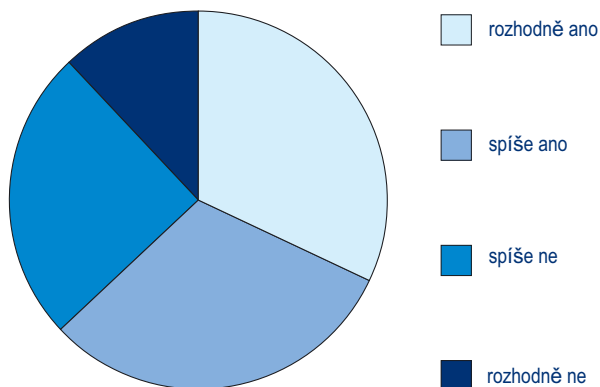
Počet platných odpovědí = 136



Důvody nespokojenosti s dostupností BB Centra autem	Počet odpovědí	Procento odpovědí
malá možnost parkování	68	50.00
chybí nájezd na D1 do Brna	48	35.29
zácpy	47	34.56
problémy se semaforů	7	5.15
jiné	7	5.15
placené parkování a jeho cena	6	4.41
chybí dodělat sjezdy a nájezdy z dálnice	6	4.41
možnost zaparkování zákazníků, hostů a soukromých vozidel je mizivá	6	4.41
problémy s přístupem do podzemních garáží	4	2.94
špatná situace na Michelské křižovatce	4	2.94
daleko od bydliště	3	2.21
daleko od centra	3	2.21

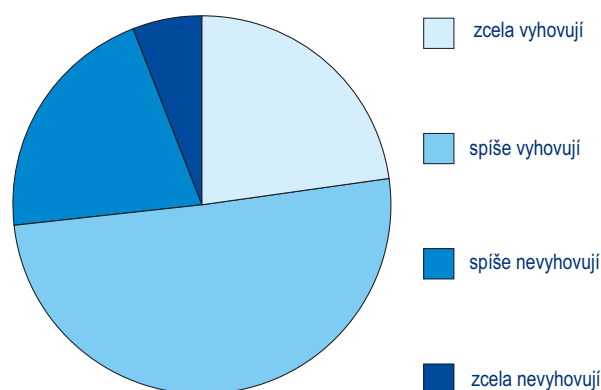
36. Předpokládáte, že budete do práce autem dojíždět častěji?

Stejně jako řidiči cestující do BB Centra považují jeho dostupnost za dobrou, tak také zaměstnanci cestující MHD hodnotí dostupnost velmi pozitivně. Za rozhodně nebo spíše vyhovující ji považuje 89 % respondentů. S dobrou dopravní dostupností souvisí i dobře hodnocené intervaly autobusů na zastávkách BB Centra, které považuje za zcela nebo spíše vyhovující 74 % zaměstnanců cestujících do BB Centra MHD.



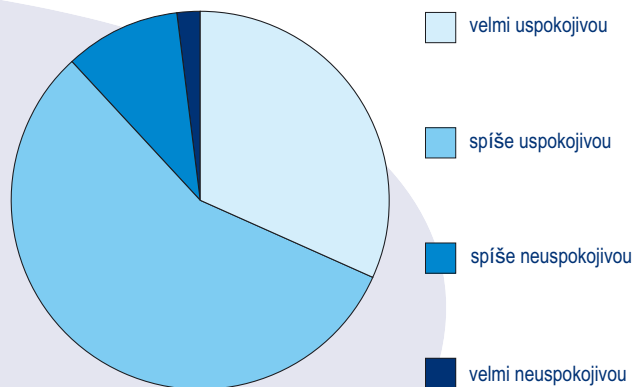
Častější dojíždění	Počet odpovědí	Procento odpovědí
rozhodně ano	159	32%
spíše ano	154	31%
spíše ne	123	25%
rozhodně ne	57	12%

37. Pokud do zaměstnání dojíždíte MHD, vyhovují Vám intervaly autobusů na zastávkách BB Centra?



Spokojenost s intervaly autobusů	Počet odpovědí	Procento odpovědí
zcela vyhovují	97	23%
spíše vyhovují	216	51%
spíše nevyhovují	87	21%
zcela nevyhovují	24	6%

38. Považujete dostupnost BB Centra MHD za uspokojivou?



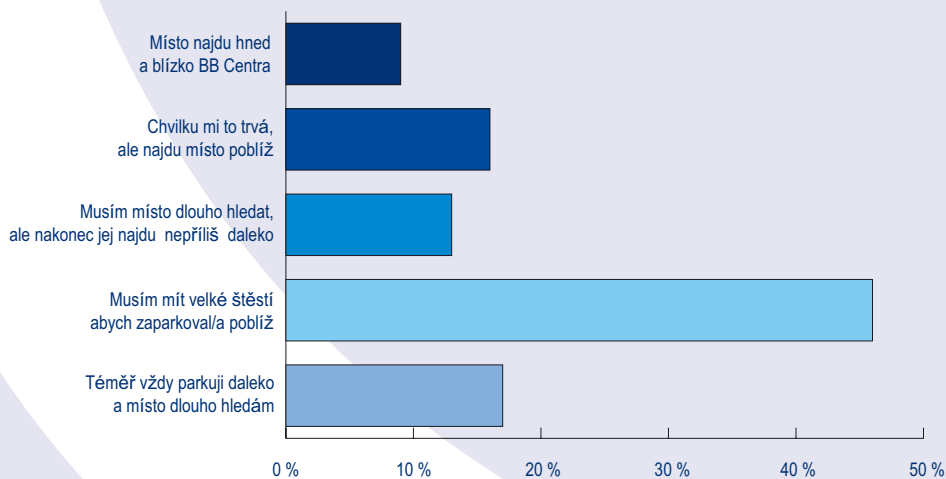
Dostupnost BB Centra	Počet odpovědí	Procento odpovědí
velmi uspokojivou	143	32%
spíše uspokojivou	258	57%
spíše neuspokojivou	44	10%
velmi neuspokojivou	9	2%

PARKOVÁNÍ V BB CENTRU

Úvod: Při parkování v blízkosti BB Centra má téměř polovina (46 %) respondentů – řidičů velké problémy s hledáním volného parkovacího místa. Dalších 13 % dotazovaných po delším hledání nachází místo nedaleko areálu, kratší dobu zabere pátrání po volném místě k zaparkování 16 % respondentů. Pouze 9 % zaparkuje zpravidla hned a v těsné blízkosti BB Centra, naopak 17 % je nuceno po dlouhém hledání zaparkovat ve větší vzdálenosti.

Výsledky dle otázek:

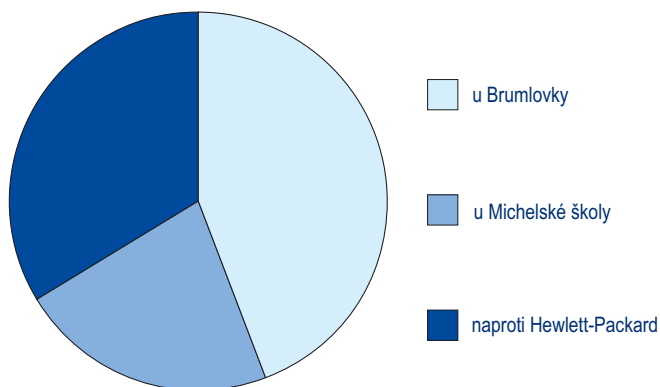
39. V případě, že parkujete poblíž BB Centra, který výrok odpovídá nejlépe situaci při hledání parkování?



Nabídka odpovědí	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Místo najdu hned a blízko BB Centra	31	9%
Chvilku mi to trvá, ale najdu místo poblíž	56	16%
Musím místo dlouho hledat, ale nakonec jej najdu nepříliš daleko	44	13%
Musím mít velké štěstí, abych zaparkoval/a poblíž	158	46%
Téměř vždy parkuji daleko a místo dlouho hledám	58	17%

40. Víte o tom, že poblíž BB Centra jsou tři placená parkoviště?

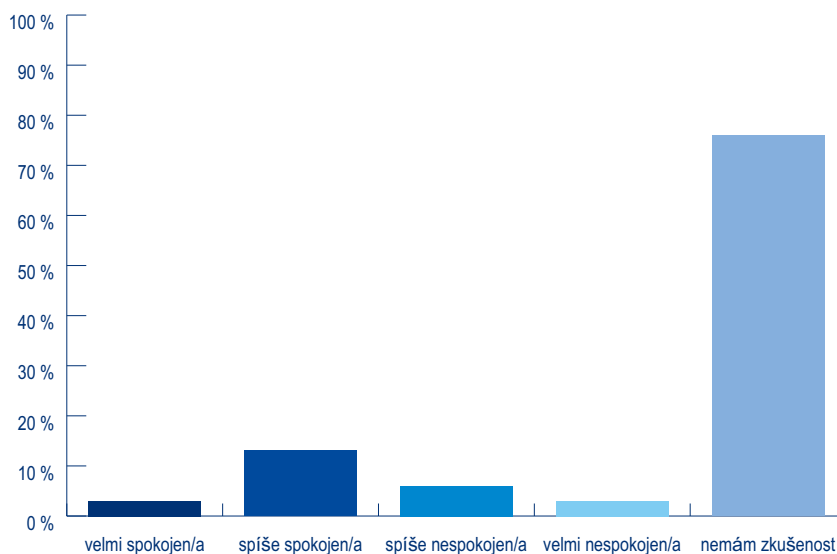
Více než polovina respondentů je informována o možnosti placeného parkování v okolí BB Centra. Drtivá většina (80 %) zná parkoviště u Brumlovky, více než polovina (61 %) ví o parkování naproti firmě Hewlett – Packard. Nejméně respondentů (40 %) vědělo o možnosti placeného parkování u Michelské školy.



Znalost placených parkovišť	u Brumlovky	u Michelské školy	naproti Hewlett-Packard
	80%	40%	61%

41. Jak jste spokojen / a s parkováním na některém z placených parkovišť?

Navzdory poměrně dobré informovanosti o existenci placených parkovišť v okolí BB Centra tuto službu ještě nevyužilo 76 % dotazovaných. Nízká znalost i zkušenost s placenými parkovišti v okolí BB Centra pravděpodobně způsobuje nízký zájem o zvýhodněné měsíční předplatné na parkovištích BB Centra. 81 % řidičů nemá o tuto službu zájem.



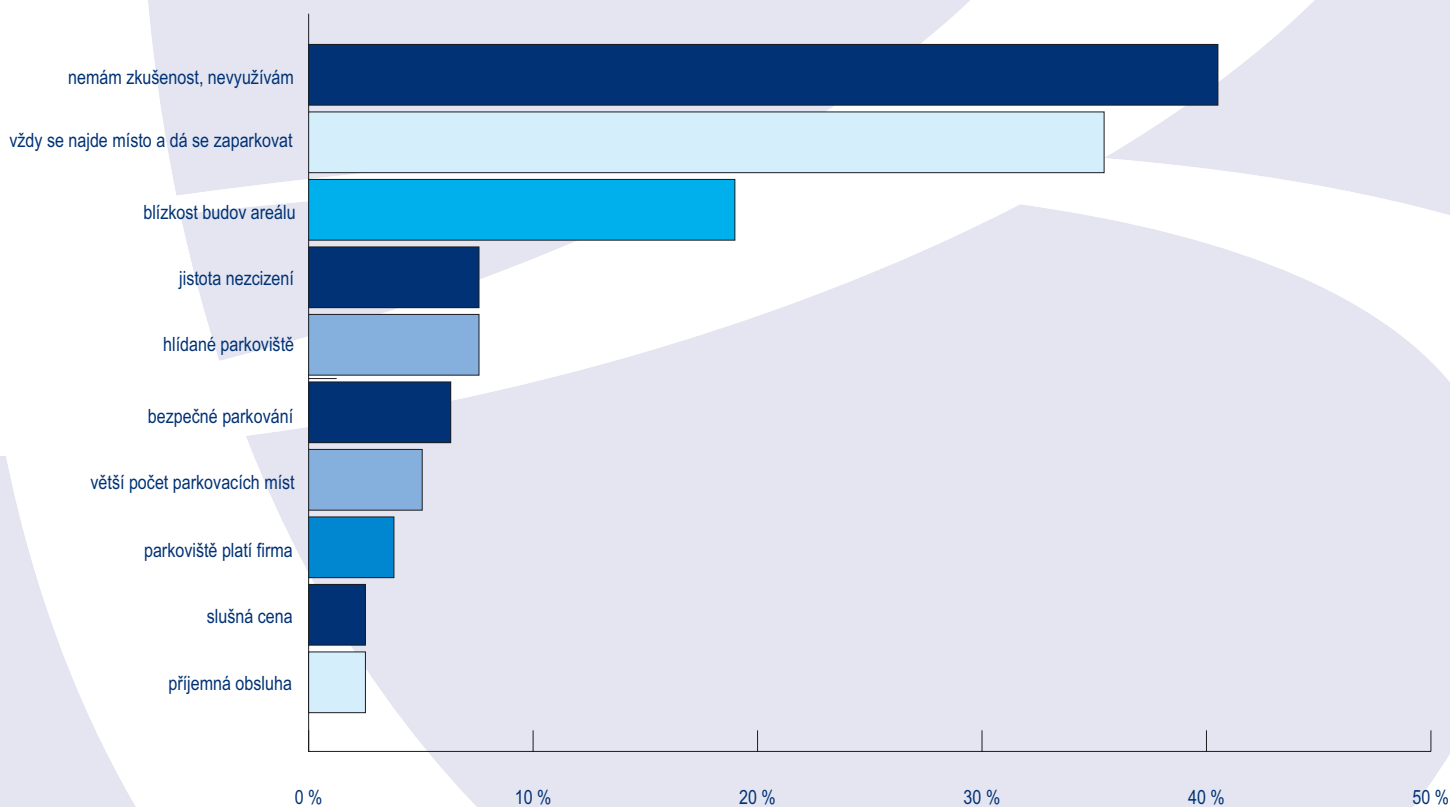
Míra spokojenosti s parkováním	Počet odpovědí	Procento odpovědí
velmi spokojen/a	12	3%
spíše spokojen/a	56	13%
spíše nespokojen/a	25	6%
velmi nespokojen/a	11	3%
nemám zkušenost	329	76%

42. Vypište maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s parkováním na placených parkovištích seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité:

Přes 40 % dotazovaných nemá zkušenost s parkováním na placených parkovištích u BB Centra. 35 % respondentů oceňuje permanentně volná místa k zaparkování, dále jsou pak vysoce ceněny blízkost areálu a bezpečnost parkování.

Analýza důvodů pro spokojenost

Počet platných odpovědí = 79

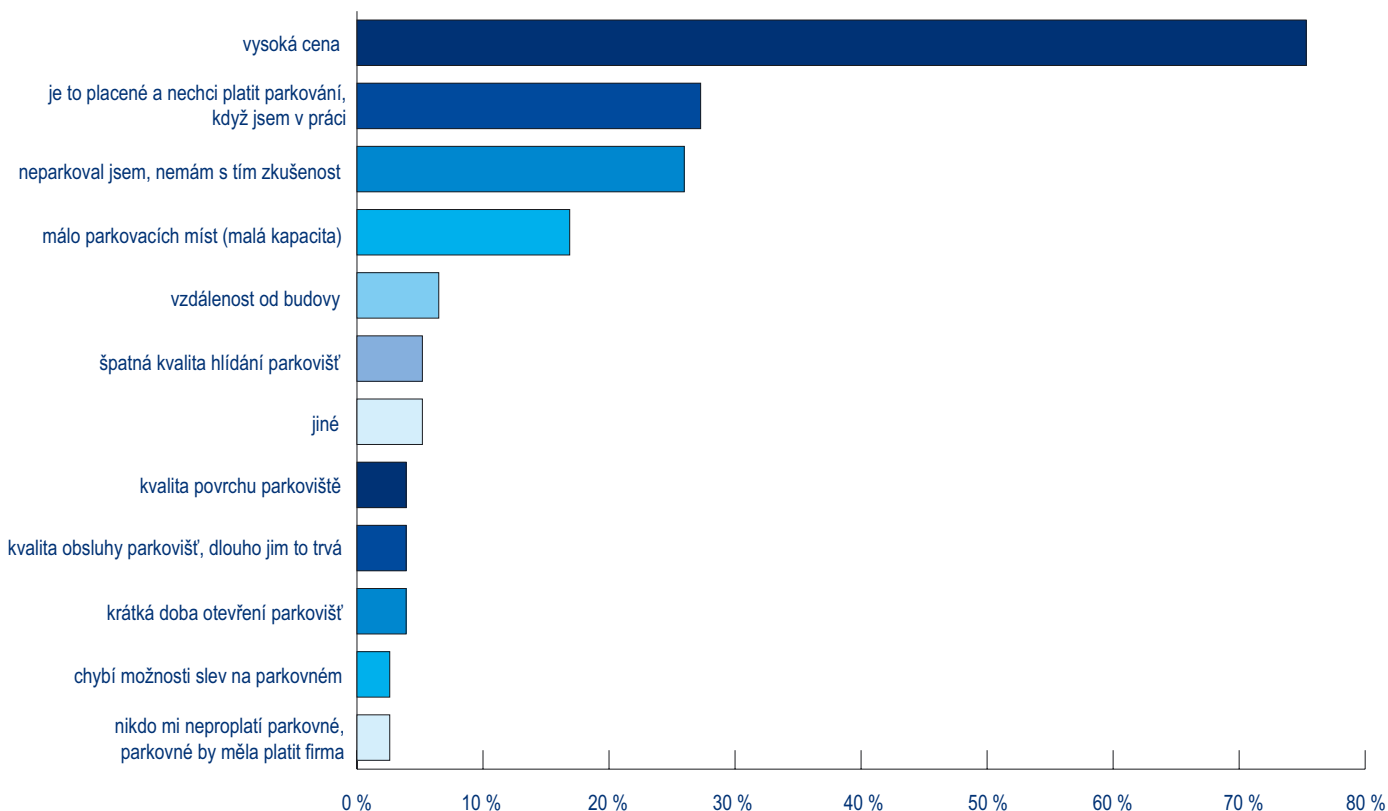


Důvody spokojenosti s parkováním na placených parkovištích	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nemám zkušenost, nevyužívám	32	40.51
vždy se najde místo a dá se zaparkovat	28	35.44
blízkost budov areálu	15	18.99
jistota nezcizení	6	7.59
hlídané parkoviště	6	7.59
bezpečné parkování	5	6.33
větší počet parkovacích míst	4	5.06
parkoviště platí firma	3	3.80
slušná cena	2	2.53
příjemná obsluha	2	2.53

Tři čtvrtiny dotázaných nesouhlasí s vysokou cenou parkovného. Více než čtvrtina řidičů se domnívá, že by tato služba neměla být zpoplatněna. Stejně množství respondentů - patrně kvůli výše uvedeným důvodům - s takovým parkováním opět nemá zkušenost.

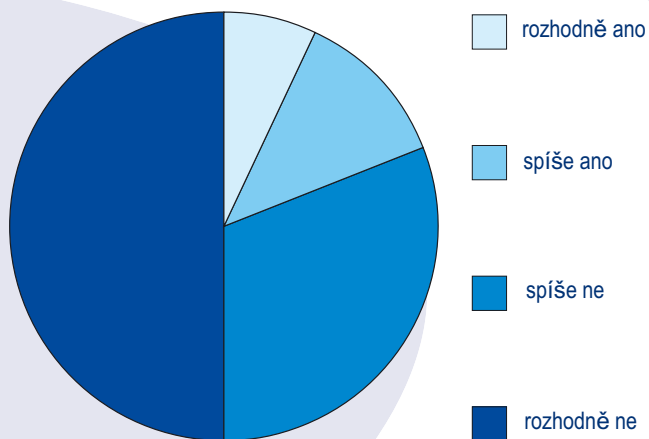
Analýza důvodů pro nespokojenost

Počet platných odpovědí = 77



Důvody nespokojenosti s parkováním na placených parkovištích	Počet odpovědí	Procento odpovědí
vysoká cena	58	75.32
je to placené a nechci platit parkování, když jsem v práci	21	27.27
neparkoval jsem, nemám s tím zkušenost	20	25.97
málo parkovacích míst (malá kapacita)	13	16.88
vzdálenost od budovy	5	6.49
špatná kvalita hlídání parkovišť	4	5.19
jiné	4	5.19
kvalita povrchu parkoviště	3	3.90
kvalita obsluhy parkovišť, dlouho jim to trvá	3	3.90
krátká doba otevření parkovišť	3	3.90
chybí možnosti slev na parkovném	2	2.60
nikdo mi neproplatí parkovné, parkovné by měla platit firma	2	2.60

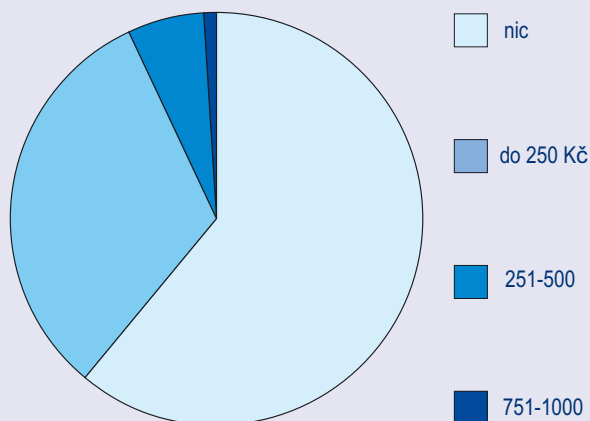
43. Máte zájem o zvýhodněné měsíční předplatné parkovného na placených parkovištích BB Centra?



Zájem o zvýhodněné předplatné	Počet odpovědí	Procento odpovědí
rozhodně ano	17	7%
spíše ano	28	12%
spíše ne	74	31%
rozhodně ne	118	50%

44. Kolik jste ochotni měsíčně zaplatit za parkování na placených parkovištích:

S nezájmem o parkování na placených parkovištích BB Centra souvisí i ochota zaplatit za měsíční parkovné ve většině případů částku maximálně do 250 Kč.

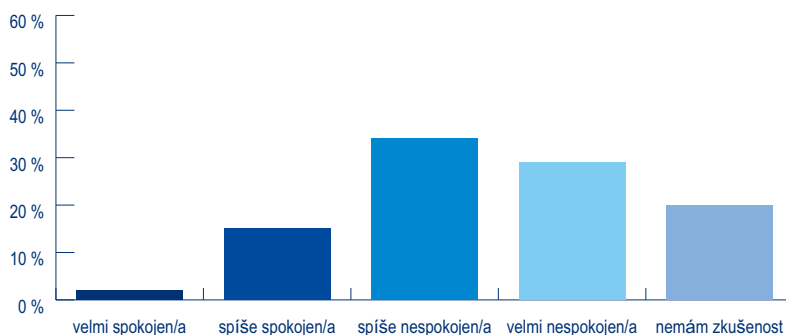


Cena	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nic	277	61%
do 250 Kč	144	32%
251-500	29	6%
501-750	1	0%
751-1000	3	1%
1000 a více Kč		0%

45. Jak jste spokojen/a s parkováním v okolí BB Centra?

V otázce parkování převažuje spíše nespokojenost. S parkováním v okolí BB Centra není spokojeno 63 % řidičů a 20 % řidičů s parkováním v okolí BB Centra nemá zkušenost.

Míra spokojenosti	Počet odpovědí	Procento odpovědí
velmi spokojen/a	10	2%
spíše spokojen/a	68	15%
spíše nespokojen/a	158	34%
velmi nespokojen/a	136	29%
nemám zkušenost	95	20%



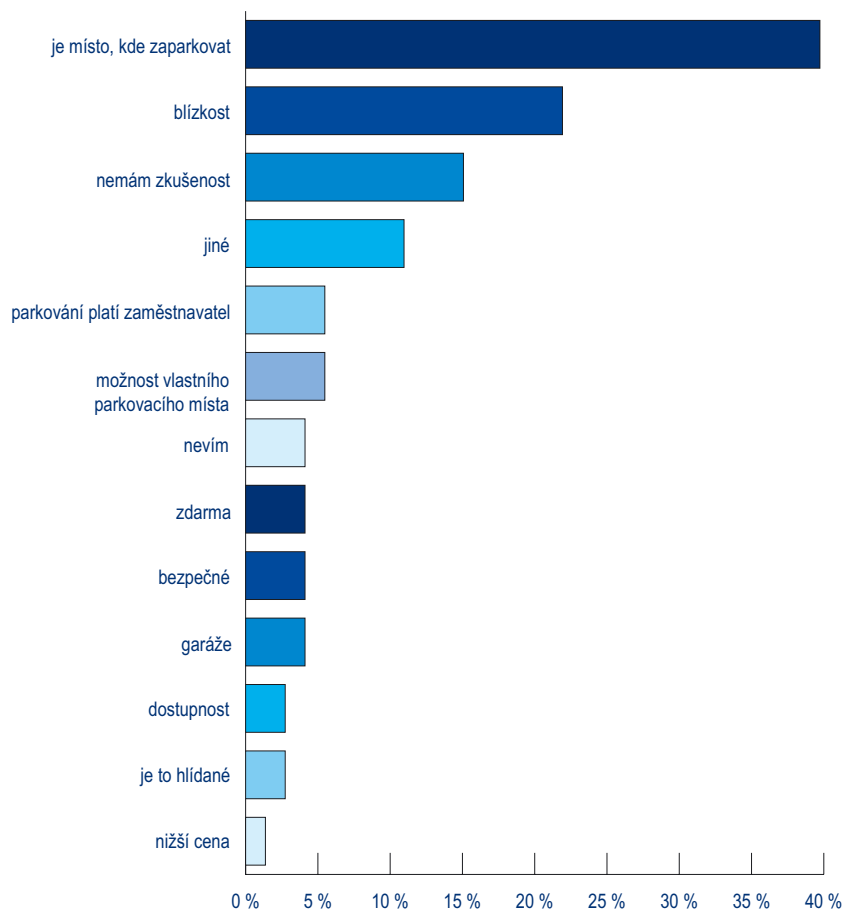
46. Vypište maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s parkováním v okolí BB Centra seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité:

V okolí BB Centra vyhovuje téměř 40 % parkujících řidičů dostatek míst k parkování. Téměř 22 % oceňuje blízkost BB Centra. Jen malé procento (5,5 %) má však parkování hrazené zaměstnavatelem.

Analýza důvodů pro spokojenost

Počet platných odpovědí = 73

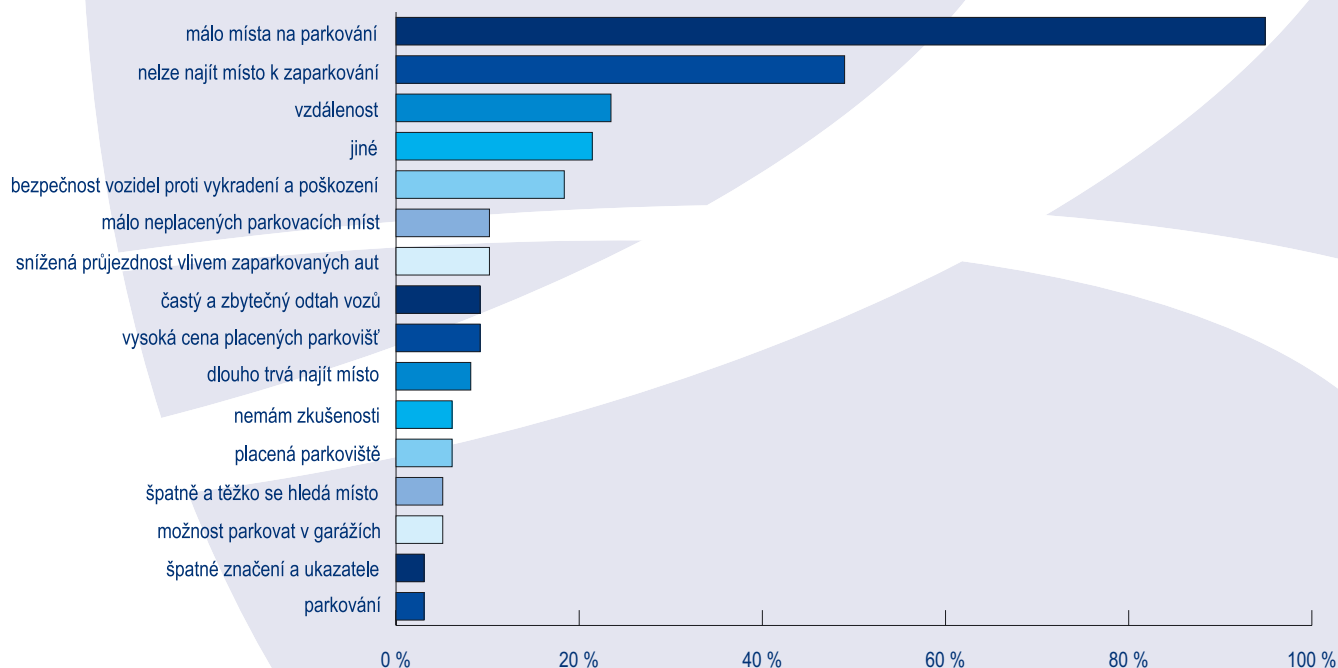
Drtivě většinu respondentů - řidičů vadí nedostatek místa k parkování. V případě zaparkování pak kritizují vzdálenost zaparkovaného vozu od BB Centra. Parkování v okolí areálu také nepovažují za příliš bezpečné.



Důvody spokojenosti s parkováním v okolí BB Centra	Počet odpovědí	Procento odpovědí
je místo, kde zaparkovat	29	39.73
blízkost	16	21.92
nemám zkušenost	11	15.07
jiné	8	10.96
parkování platí zaměstnavatel	4	5.48
možnost vlastního parkovacího místa	4	5.48
nevím	3	4.11
zdarma	3	4.11
bezpečné	3	4.11
garáže	3	4.11
dostupnost	2	2.74
je to hlídané	2	2.74
nižší cena	1	1.37

Analýza důvodů pro nespokojenost

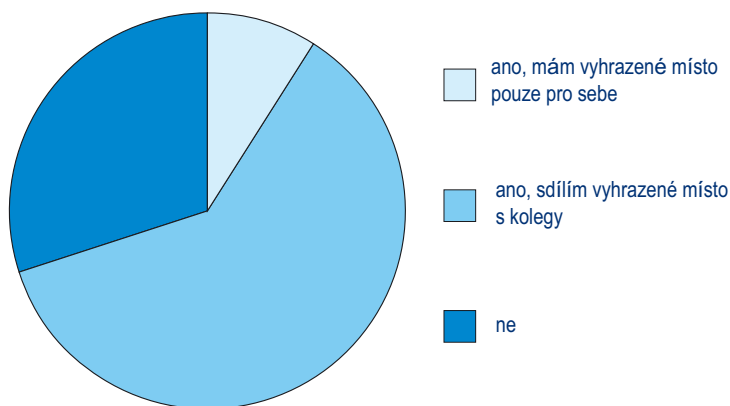
(Počet platných odpovědí = 98)



Důvody nespokojenosti s parkováním v okolí BB Centra	Počet odpovědí	Procento odpovědí
málo místa na parkování	93	94.90
nelze najít místo k zaparkování	48	48.98
vzdálenost	23	23.47
jiné	21	21.43
bezpečnost vozidel proti vykradení a poškození	18	18.37
málo neplacených parkovacích míst	10	10.20
snížená průjezdnost vlivem zaparkovaných aut	10	10.20
častý a zbytečný odtah vozů	9	9.18
vysoká cena placených parkovišť	9	9.18
dlouho trvá najít místo	8	8.16
nemám zkušenosti	6	6.12
placená parkoviště	6	6.12
špatně a těžko se hledá místo	5	5.10
možnost parkovat v garážích	5	5.10
špatné značení a ukazatele	3	3.06
parkování	3	3.06

47. Využíváte podzemní parkoviště v BB Centru?

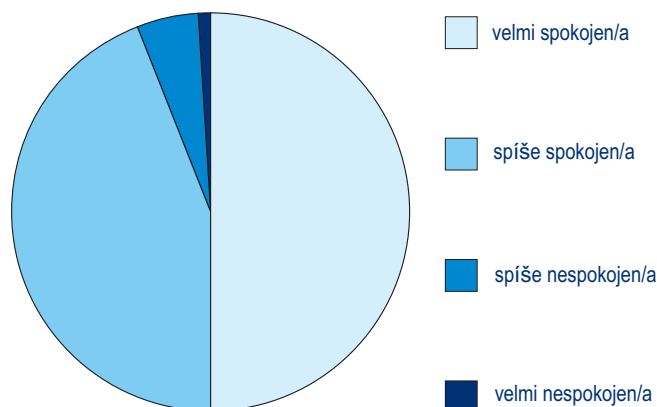
Podzemní parkoviště má k dispozici 70 % řidičů, avšak pouze 9 % má vyhrazená místo pouze pro sebe. 61 % sdílí vyhrazené místo s kolegy. S parkováním v podzemních garážích na rozdíl od parkování v okolí BB Centra panuje převážně spokojenost. Rozhodně, nebo spíše spokojeno je 94 % respondentů.



Využití podzemního parkoviště	Počet odpovědí	Procento odpovědí
ano, mám vyhrazené místo pouze pro sebe	25	9%
ano, sdílím vyhrazené místo s kolegy	173	61%
ne	84	30%

48. Jak jste spokojen/a s parkováním v podzemních garážích?

K parkování zákazníků má značná část respondentů málo informací. Můžeme však konstatovat, že z dostupných informací je parkování na placených parkovištích zákazníky firem sídlících v BB Centru hodnoceno výrazně pozitivněji než parkování v okolí BB Centra, kde převažuje negativní hodnocení nad pozitivním.



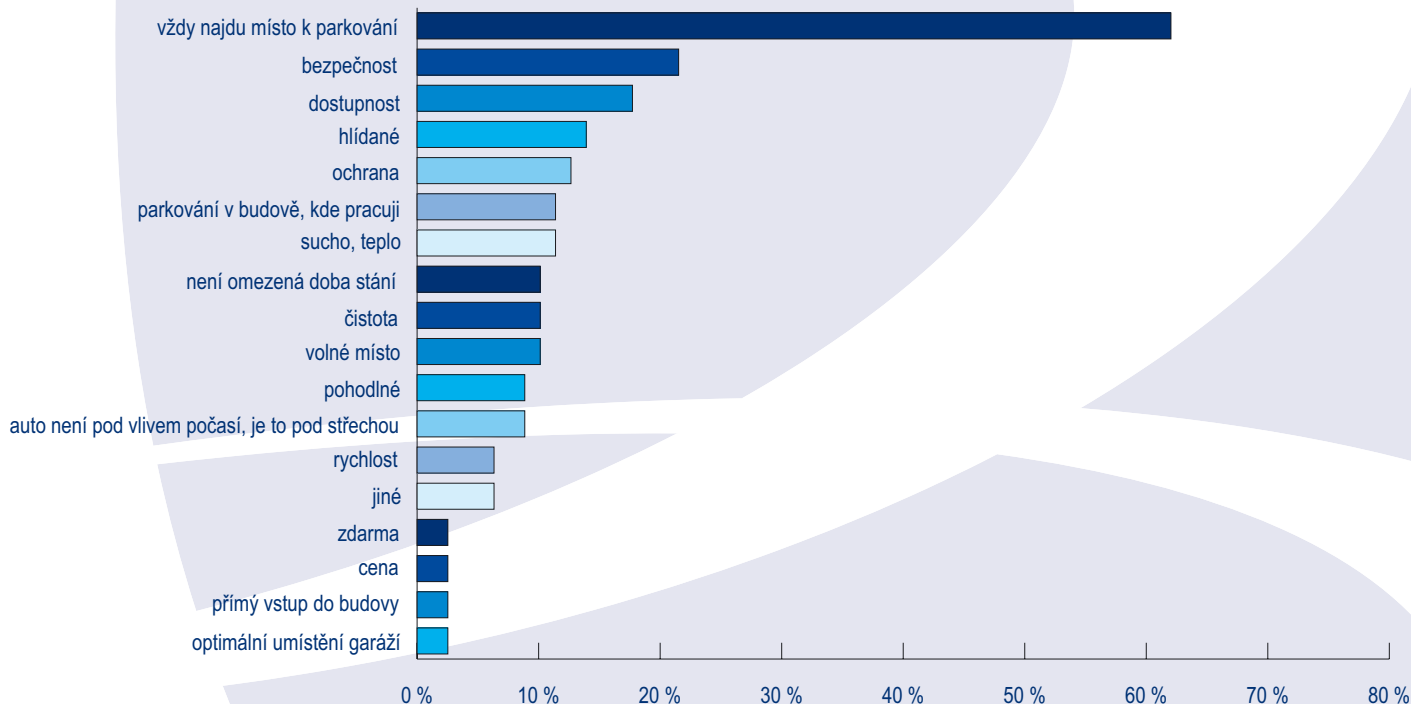
Míra spokojenosti	Počet odpovědí	Procento odpovědí
velmi spokojen/a	98	50%
spíše spokojen/a	86	44%
spíše nespokojen/a	9	5%
velmi nespokojen/a	2	1%

49. Vypište maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s parkováním v podzemních garážích seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý:

Spokojenost s parkováním v podzemních garážích nejčastěji (v 62 %) zaručuje jistota volného parkovacího místa. Dalšími prioritami jsou bezpečnost a snadná dostupnost.

Analýza důvodů pro spokojenost.

Počet platných odpovědí = 79

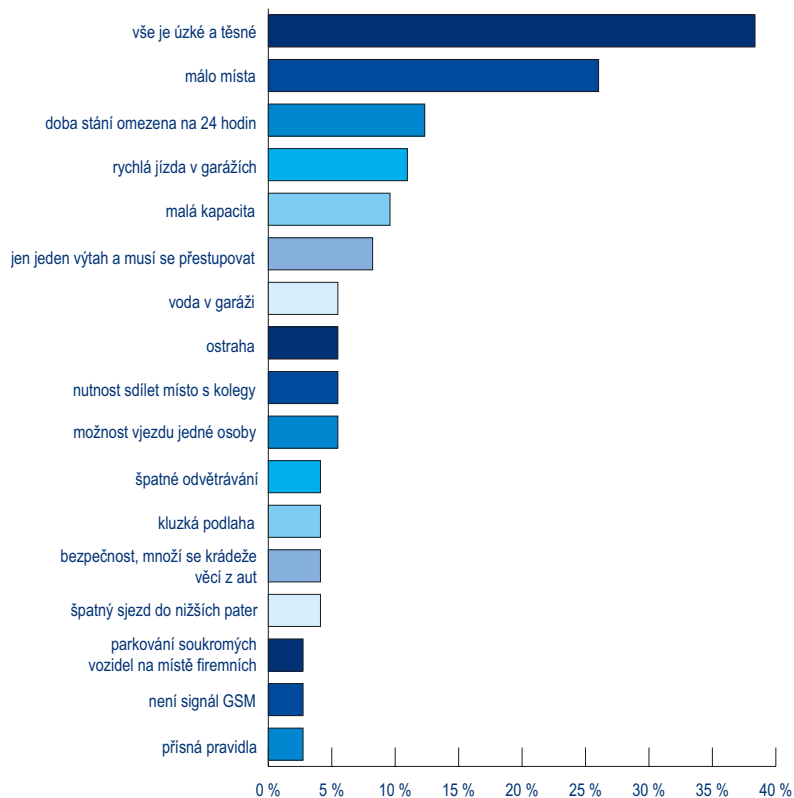


Důvody spokojenosti s parkováním v podzemních garážích	Počet odpovědí	Procento odpovědí
vždy najdu místo k parkování	49	62.03
bezpečnost	17	21.52
dostupnost	14	17.72
hlídané	11	13.92
ochrana	10	12.66
parkování v budově, kde pracuji	9	11.39
sucho, teplo	9	11.39
není omezená doba stání	8	10.13
čistota	8	10.13
volné místo	8	10.13
pohodlné	7	8.86
auto není pod vlivem počasí, je to pod střechou	7	8.86
rychlost	5	6.33
jiné	5	6.33
zdarma	2	2.53
cena	2	2.53
přímý vstup do budovy	2	2.53
optimální umístění garáží	2	2.53

Důvody k nespokojenosti s podzemním parkováním jsou především stísněné prostorové podmínky a nedostatek míst k parkování. Více než 10 % také nesouhlasí s časovým omezením parkovací doby a neohledupnou (rychlou) jízdou řidičů v prostoru garáží.

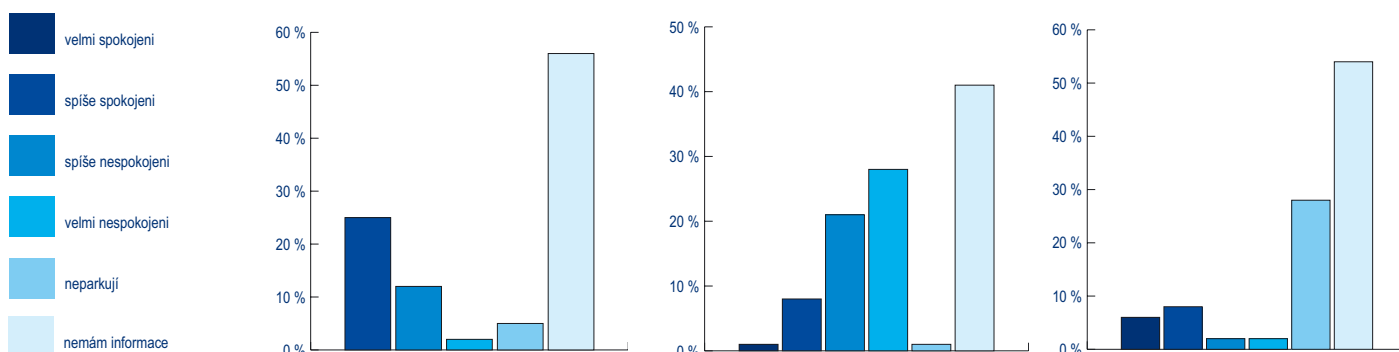
Analýza důvodů pro nespokojenost.

Počet platných odpovědí = 73



Důvody nespokojenosti s parkováním v podzemních garážích	Počet odpovědí	Procento odpovědí
vše je úzké a těsné	28	38.36
málo místa	19	26.03
doba stání omezena na 24 hodin	9	12.33
rychlá jízda v garážích	8	10.96
malá kapacita	7	9.59
jen jeden výtah a musí se přestupovat	6	8.22
voda v garáži	4	5.48
ostraha	4	5.48
nutnost sdílet místo s kolegy	4	5.48
možnost vjezdu jedné osoby	4	5.48
špatné odvětrávání	3	4.11
kluzká podlaha	3	4.11
bezpečnost, množí se krádeže věcí z aut	3	4.11
špatný sjezd do nižších pater	3	4.11
parkování soukromých vozidel na místě firemních	2	2.74
není signál GSM	2	2.74
přísná pravidla	2	2.74

50. Jak jsou s parkováním spokojeni Vaši návštěvníci? (na placených parkovištích)

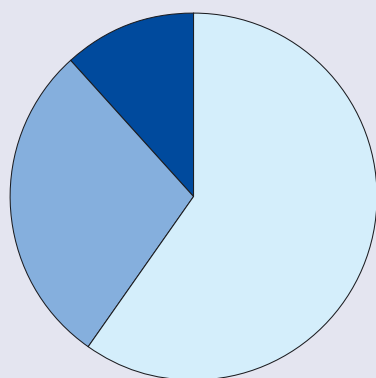


Míra spokojenosti s parkováním	(na placených parkovištích)		v okolí BB Centra		v podzemních garážích	
	Počet odpovědí	Procento odpovědí	Počet odpovědí	Procento odpovědí	Počet odpovědí	Procento odpovědí
velmi spokojeni	0	0%	2	1%	15	6%
spíše spokojeni	63	25%	20	8%	20	8%
spíše nespokojeni	29	12%	55	21%	6	2%
velmi nespokojeni	6	2%	72	28%	4	2%
neparkují	12	5%	3	1%	71	28%
nenám informace	142	56%	106	41%	136	54%

51. Vypište tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s dostupností BB Centra MHD seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležité:

Drtivá většina respondentů vyjadřujících se k dostupnosti areálu BB Centra prostředky MHD hodnotí nejlépe autobusové spojení. Téměř polovina je spokojena i s dopravou metrem. Jako obecně dobře dostupné však hodnotí BB Centrum pouze 18 % odpovídajících. (x076_plus) Počet platných odpovědí = 111. Nejvíce respondentům (89 %) vadí dlouhé intervaly MHD. Opět zde zaznívá kritika špatné dostupnosti, zejména pokud se jedná o pěší dosažení zastávek MHD.

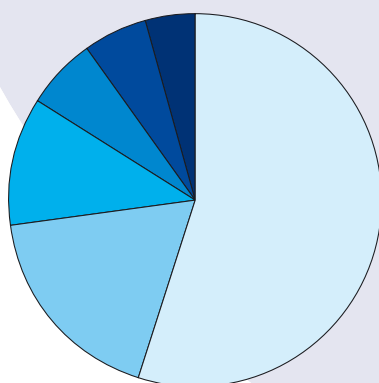
Spokojenost s MHD



- dobrá dostupnost a spojení BUS
- dobrá dostupnost a spojení Metro
- dobrá dostupnost obecně

Důvody spokojenosti s dostupností BB Centra MHD	Počet odpovědí	Procento odpovědí
dobrá dostupnost a spojení BUS	102	92%
dobrá dostupnost a spojení Metro	49	44%
dobrá dostupnost obecně	20	18%

Nespokojenost s MHD



- dlouhé intervaly
- špatná dostupnost MHD pěšky (přechody, semafony, cesta k metru)
- špatná dostupnost obecně
- výhrady k bus zastávkám (nekryté, odpadkové koše, odjezdy z více zastávek k BBC)
- nedodržování jízdních řádů
- velká vzdálenost od metra (pěšky)

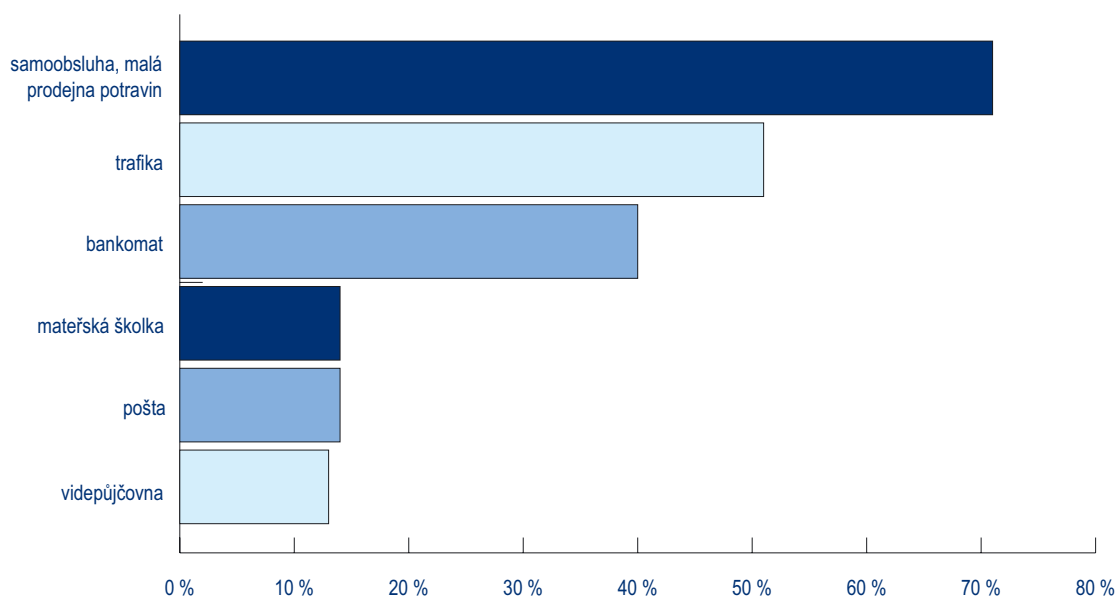
(x076_minus)

Počet platných odpovědí = 120

Důvody nespokojenosti s dostupností BB Centra MHD	Počet odpovědí	Procento odpovědí
dlouhé intervaly	107	89%
špatná dostupnost MHD pěšky (přechody, semafony, cesta k metru)	35	29%
špatná dostupnost obecně	22	18%
výhrady k bus zastávkám (nekryté, odpadkové koše, odjezdy z více zastávek k BB C)	12	10%
nedodržování jízdních řádů	11	9%
velká vzdálenost od metra (pěšky)	8	7%

POŽADAVKY NA SLUŽBY A GASTRONOMICKÉ PREFERENCE

Výsledky uvedené v této kapitole shrnují potenciál nových služeb v komplexu BB Centra. Z odpovědí je možné predikovat jejich využití a přibližný počet potenciálních zákazníků a preferované otevírací doby. Stejným způsobem je ohodnocena obliba různých kuchyní, cena za menu v restauraci a potenciál zákazníků restaurace v BB Centru. Mezi služby s vyšším potenciálem využití počítaného podle toho, kolik respondentů uvedlo, že budou službu využívat alespoň 1x týdně, patří:



Největšímu zájmu se těší u respondentů tato skupina služeb:

samoobsluha, malá prodejna potravin	71 %
trafika	51 %
bankomat	40 %
mateřská školka	14 %
pošta	14 %
videopůjčovna	13 %

Nejmenšímu zájmu potenciálních zákazníků se těší skupina služeb:

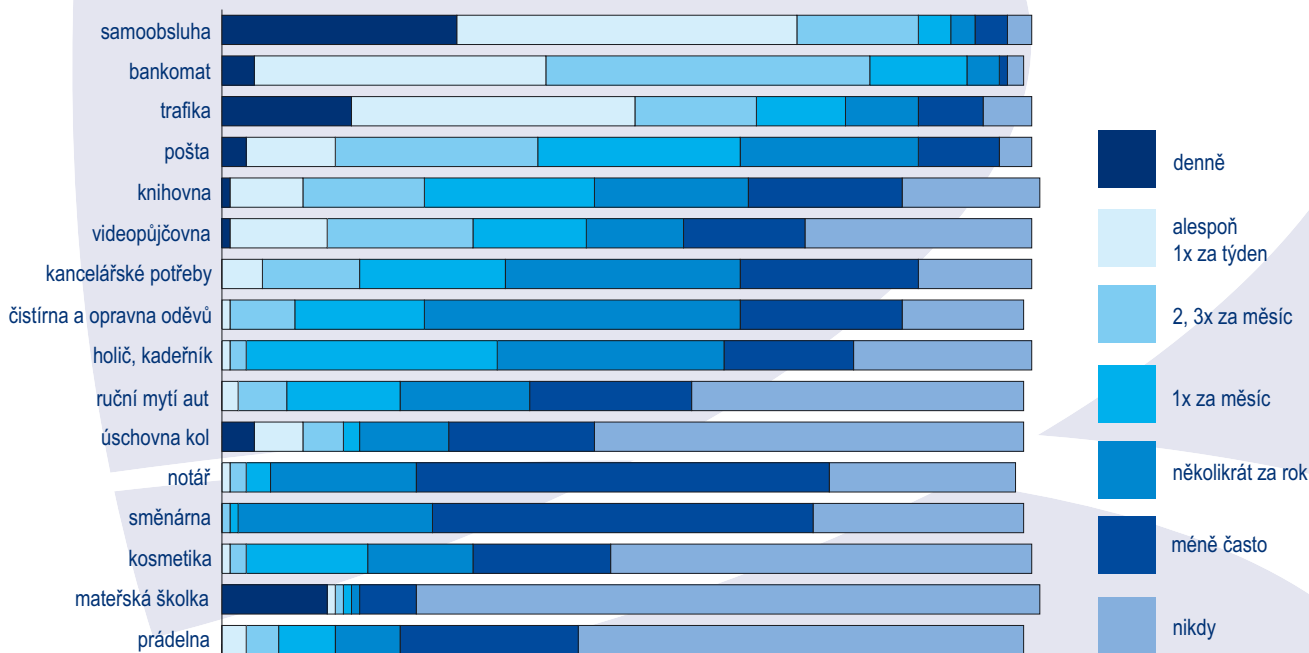
prádelna	3 %
ruční mytí aut	2 %
čistírna a opravná oděvů	2 %
notář	1 %
holič, kadeřník	1 %
kosmetika	1 %
směnárna	1 %

Ve středu zájmu zákazníků stojí skupina služeb:

úschovna kol	10 %
knihovna	10 %
prodej kancelářských potřeb	5 %

52. Jak často byste využíval/a následující služby v případě, že se stanou součástí areálu budov BB Centra?

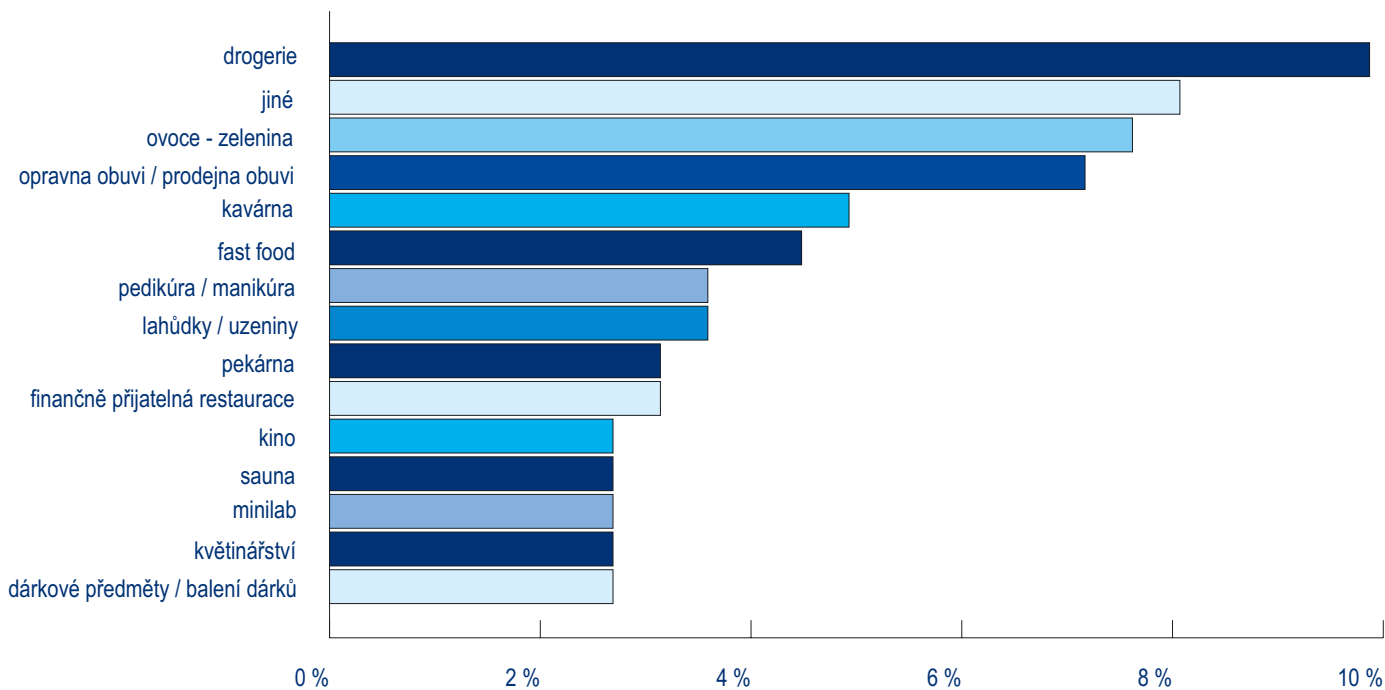
Mezi provozovny s nejzajímavějším potenciálem využití zaměstnanci pracujícími v BB Centru patří: samoobsluha, malá prodejna potravin (71 %). Provozovnu by navštívilo minimálně 1x týdně, trafika (51 %), bankomat (40 %), mateřská školka (14 %), pošta (14 %), videopůjčovna (13 %). Zaměstnanci firem sídlících v BB Centru by uvítali přítomnost fitness centra a masáží, z dalších služeb pak restauraci a drogerii.



Služby	denně	alespoň 1x za týden	2, 3x za měsíc	1x za měsíc	několikrát za rok	méně často	nikdy
samoobsluha, malá prodejna potravin	29%	42%	15%	4%	3%	4%	3%
bankomat	4%	36%	40%	12%	4%	1%	2%
trafika	16%	35%	15%	11%	9%	8%	6%
pošta	3%	11%	25%	25%	22%	10%	4%
knihovna	1%	9%	15%	21%	19%	19%	17%
videopůjčovna	1%	12%	18%	14%	12%	15%	28%
prodej kancelářských potřeb a papírnictví	0%	5%	12%	18%	29%	22%	14%
čistírna a opravná oděvů	0%	1%	8%	16%	39%	20%	15%
holič, kadeřník	0%	1%	2%	31%	28%	16%	22%
ruční mytí aut	0%	2%	6%	14%	16%	20%	41%
úschovna kol	4%	6%	5%	2%	11%	18%	53%
notář	0%	1%	2%	3%	18%	51%	23%
směnárna	0%	0%	1%	1%	24%	47%	26%
kosmetika	0%	1%	2%	15%	13%	17%	52%
mateřská školka	13%	1%	1%	1%	1%	7%	77%
prádelna	0%	3%	4%	7%	8%	22%	55%

Analýza odpovědí z kategorie jiné.

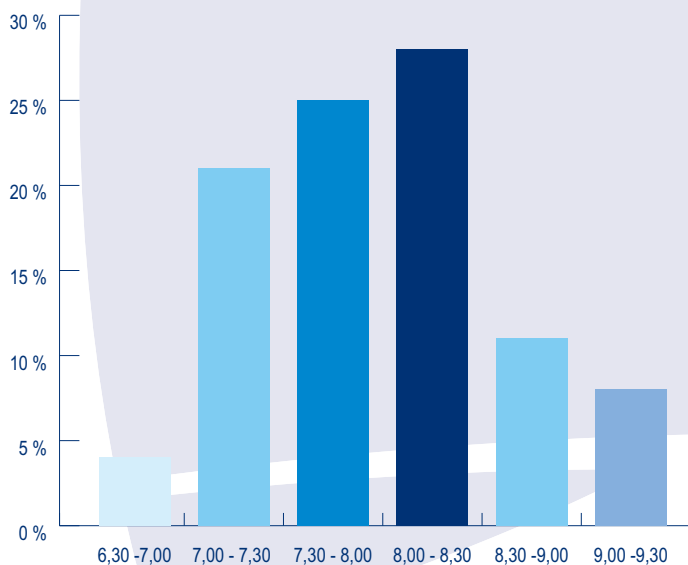
(Počet platných odpovědí = 223)



Služby/obchody	Počet odpovědí	Procento odpovědí
drogerie	22	9.87
jiné	18	8.07
ovoce - zelenina	17	7.62
opravna / prodejna obuvi	16	7.17
kavárna	11	4.93
fast food	10	4.48
pedikúra / manikúra	8	3.59
lahůdky / uzeniny	8	3.59
pekárna	7	3.14
finančně přijatelná restaurace	7	3.14
kino	6	2.69
sauna	6	2.69
minilab	6	2.69
květinářství	6	2.69
dárkové předměty / balení dárků	6	2.69

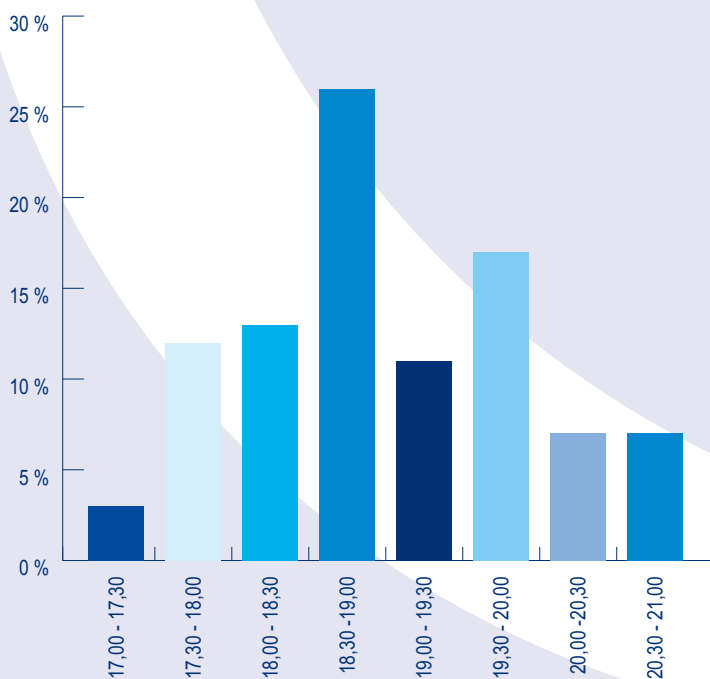
53. Uveďte, jaká by měla být otevírací doba provozoven.

Nejatraktivnější začátek otevírací doby spadá do rozmezí od 8.00 do 8.30 (28 %). Pokud bude otevírací doba provozoven nejpozději v rozmezí od 8.00 do 8.30, bude s ní spokojeno již téměř 50 % všech potenciálních zákazníků - zaměstnanců BB Centra. Naopak ukončení otevírací doby provozoven by podle průzkumu mělo být nejčastěji v rozmezí 18.30 až 19.00 (26 %). Pokud bude zavírací doba nejdříve v uvedeném intervalu, bude s ní spokojeno více než 50 % zaměstnanců BB Centra.



Otevírací doba	Počet odpovědí	Procento odpovědí
6,30 – 7,00	36	4%
7,00 – 7,30	174	21%
7,30 – 8,00	210	25%
8,00 – 8,30	234	28%
8,30 – 9,00	95	11%
9,00 – 9,30	64	8%

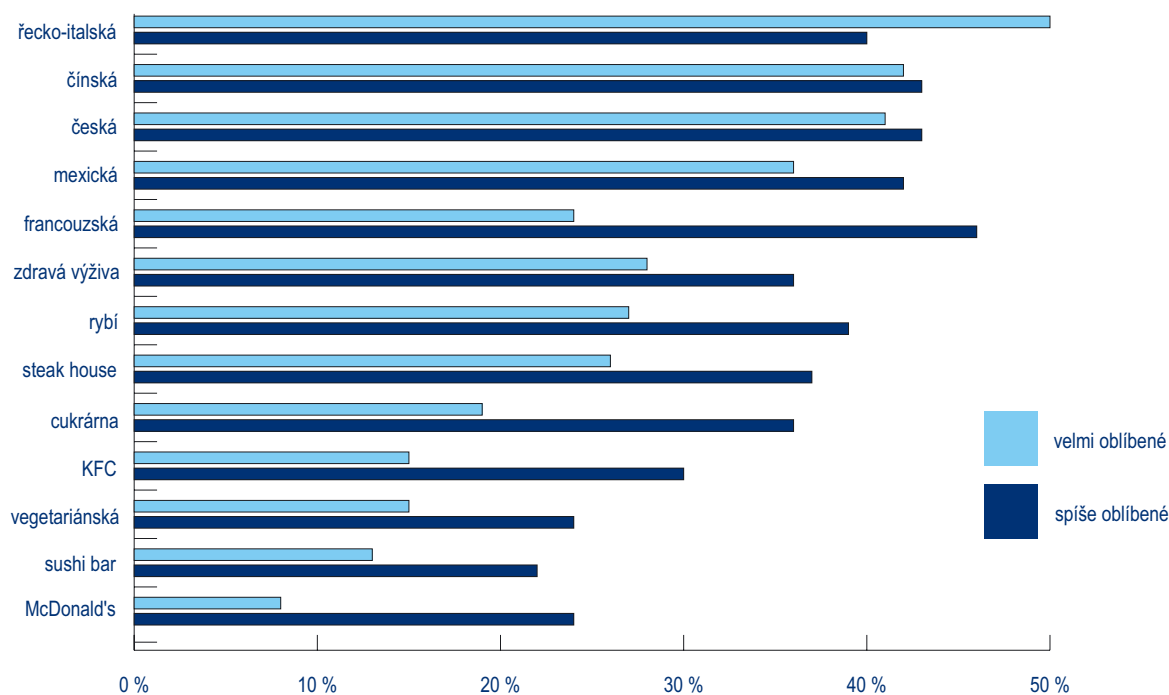
Zavírací doba provozoven by podle průzkumu měla být nejčastěji v rozmezí 18.30 až 19.00 (26 %). Pokud bude zavírací doba nejdříve v uvedeném intervalu, bude s ní spokojeno více než 50 % zaměstnanců BB Centra.



Zavírací doby	Počet odpovědí	Procento odpovědí
17,00 – 17,30	24	3%
17,30 – 18,00	103	12%
18,00 – 18,30	105	13%
18,30 – 19,00	214	26%
19,00 – 19,30	95	11%
19,30 – 20,00	141	17%
20,00 – 20,30	59	7%
20,30 – 21,00	60	7%

54. Který typ restaurací a kuchyní patří mezi Vaše oblíbené?

Nejvyšších preferencí typů kuchyní, které mohou nabízet restaurace v BB Centru, dosahuje řecká a italská kuchyně (má ji v oblíbě 89 %), následují další kuchyně a typy provozů s jídlem případně s občerstvením: čínská (85 %), česká (84 %), mexická (78 %), francouzská (70 %), rybí (66 %), zdravá výživa (64 %), steak house (63 %) a cukrárna (55 %). Pokud areál BB Centra nabídne restauraci s oblíbenou kuchyní, je možné podle výsledků průzkumu očekávat, že ji alespoň 1x týdně bude navštěvovat více než polovina těch respondentů, kteří ji považují za svou oblíbenou.



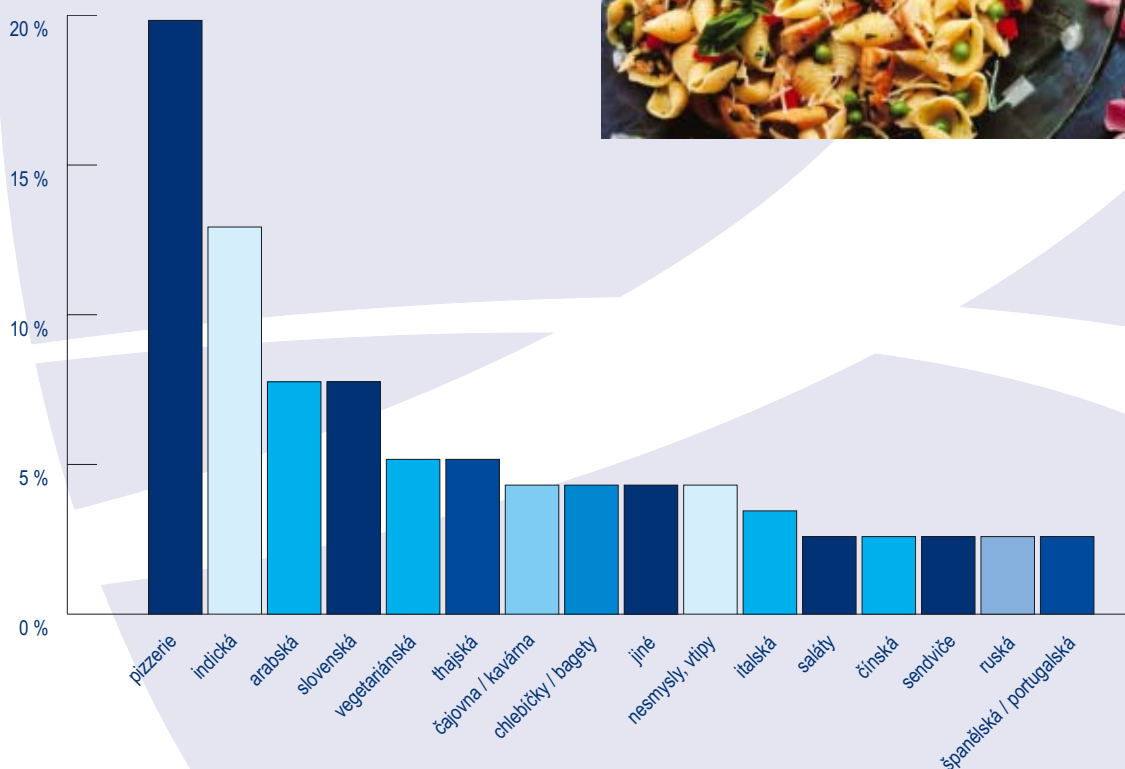
Restaurace/kuchyně	velmi oblíbené	spíše oblíbené
řecko-italská	50%	40%
čínská	42%	43%
česká	41%	43%
mexická	36%	42%
francouzská	24%	46%
zdravá výživa	28%	36%
rybí	27%	39%
steak house	26%	37%
cukrárna	19%	36%
KFC	15%	30%
vegetariánská	15%	24%
sushi bar	13%	22%
McDonald's	8%	24%

Pokud bude v areálu BB Centra oblíbená restaurace, je možné podle výsledků průzkumu očekávat, že ji alespoň 1x týdně bude navštěvovat více než polovina těch respondentů, kteří ji považují za svou oblíbenou.

Téměř 20 % respondentů by v rámci areálu BB Centra preferovalo zřízení pizzerie. Podobné množství dotazovaných by dalo přednost exotické (indické a arabské) kuchyni.

Analýza odpovědí z kategorie jiné.

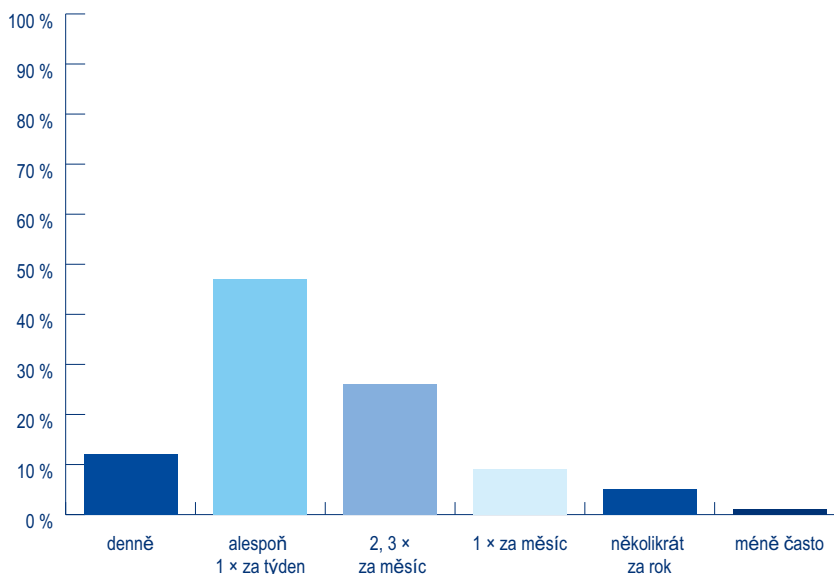
Počet platných odpovědí = 116



Restaurace/kuchyně	Počet odpovědí	Procento odpovědí
pizzerie	23	19.83
indická	15	12.93
arabská	9	7.76
slovenská	9	7.76
vegetariánská	6	5.17
thajská	6	5.17
čajovna / kavárna	5	4.31
chlebičky / bagety	5	4.31
jiné	5	4.31
nesmysly, vtipy	5	4.31
italská	4	3.45
saláty	3	2.59
čínská	3	2.59
sendviče	3	2.59
ruská	3	2.59
španělská / portugalská	3	2.59

55. V případě, že budou v areálu Vámi oblíbené restaurace, jak často je budete navštěvovat?

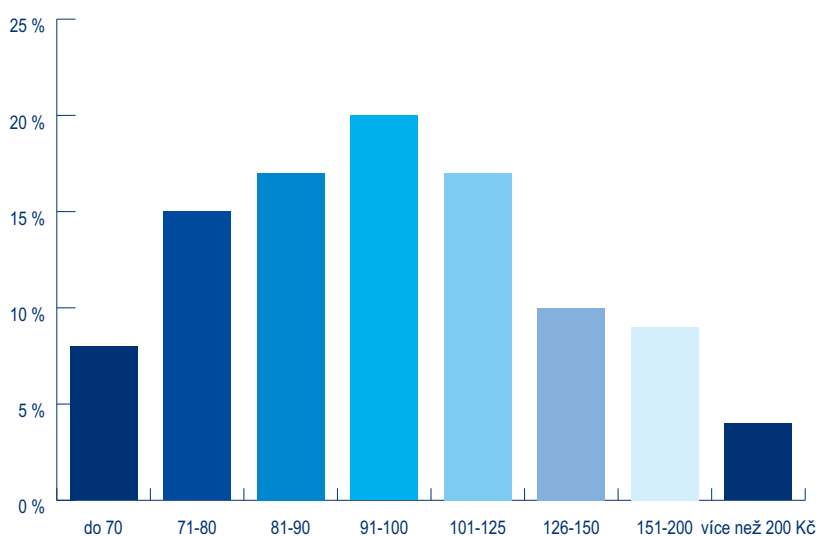
V případě přítomnosti své oblíbené restaurace by tyto podniky více než polovina dotázaných navštívila alespoň 1x týdně.



Frekvence návštěv	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	98	12%
alespoň 1 x za týden	388	47%
2, 3 x za měsíc	218	26%
1 x za měsíc	77	9%
několikrát za rok	45	5%
méně často	5	1%

56. Jaká je podle Vás odpovídající cena poledního menu (polévka, hlavní jídlo, dezert, nápoj) v restauraci s obsluhou?

Odpovídající cena poledního menu v restauraci je podle respondentů nejčastěji částka v rozmezí 91 až 100 Kč. Částka do 90 Kč za polední menu znamená téměř 60 % spokojených zákazníků. Využití jídelny k polednímu stravování zaměstnanců BB Centra je 91 %. Pouze malá část zaměstnanců v jídelně neobědvá.



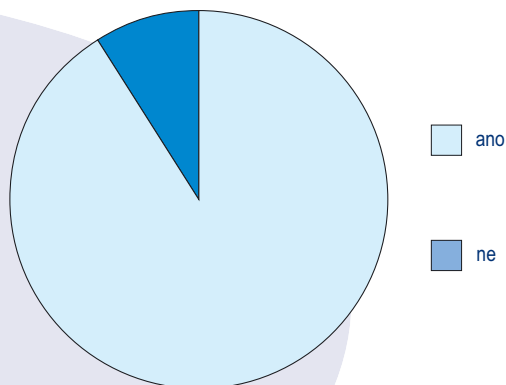
Cena	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 70	65	8%
71-80	121	15%
81-90	138	17%
91-100	159	20%
101-125	139	17%
126-150	81	10%
151-200	74	9%
více než 200 Kč	34	4%

JÍDELNA

Okruh otázek týkajících se jídelny zjišťuje frekvenci využití jídelny na snídani, obědy a večere, obvyklou cenu za jídlo a nejčastější hodnotu příspěvku zaměstnavatele na stravování zaměstnanců, včetně využití jídelny pro doplňkový prodej potravin. Součástí dotazníku byly také otázky posuzující kvalitu jídelny z různých hledisek, například úroveň prostředí, personálu a další.

57. Chodíte na obědy do jídelny?

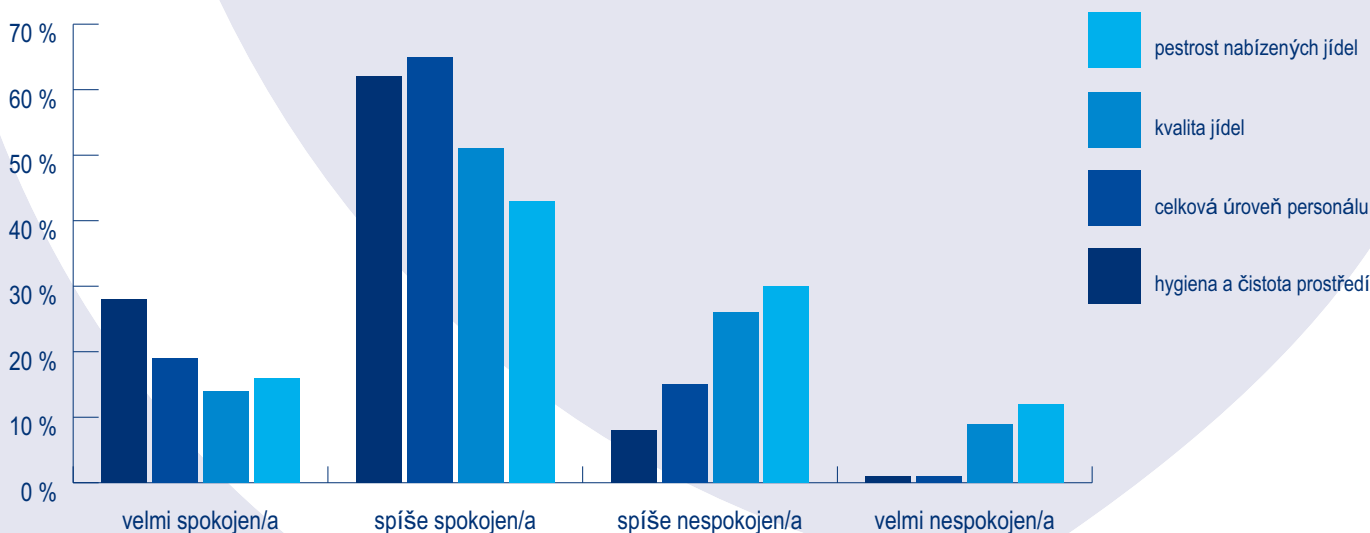
Využití jídelny k polednímu stravování zaměstnanců BB Centra je 91 %. Pouze malá část zaměstnanců v jídelně neobědvá.



Odpověď	Počet odpovědí	Procento odpovědí
ano	762	91%
ne	78	9%

58. Jak jste spokojen / a s jídelnou z uvedených hledisek?

V sledovaných kritériích jídelny, mezi které byly zahrnuty hygiena a čistota prostředí, celková úroveň personálu, kvalita jídel i pestrost nabízených jídel, panuje převážně spokojenost. Strávníci jsou více nespokojeni s kvalitou a pestrostí nabízených jídel. S kvalitou jídel je nespokojeno 35 % respondentů a větší pestrost jídel by uvítalo 42 % obědvajících. Stejně jako je vysoké využití jídelny během obědů, je jídelna často využívána i mimo něj. Do jídelny i kromě oběda chodí 79 % zaměstnanců BB Centra. Z těchto zaměstnanců, kteří využívají jídelnu kromě oběda, zajde na snídani (nemusí to být pravidelné snídani) 74 % a nejčastěji utratí 20–41 Kč, svačinu si zakoupí 72 % za cenu nejčastěji 20–41 Kč. Nejmenší je využití jídelny k večerím, kdy ze zaměstnanců využívajících jídelnu kromě obědů, povečeří pouze 28 % také nejčastěji za částku 20–41 Kč. Přibližně čtvrtina respondentů nakupuje oběd v celkové hodnotě do 45 Kč, polovina v hodnotě do 60 Kč, tři čtvrtiny do 75 Kč. Více než 75 Kč nechá v jídelně za oběd zbývající čtvrtina.

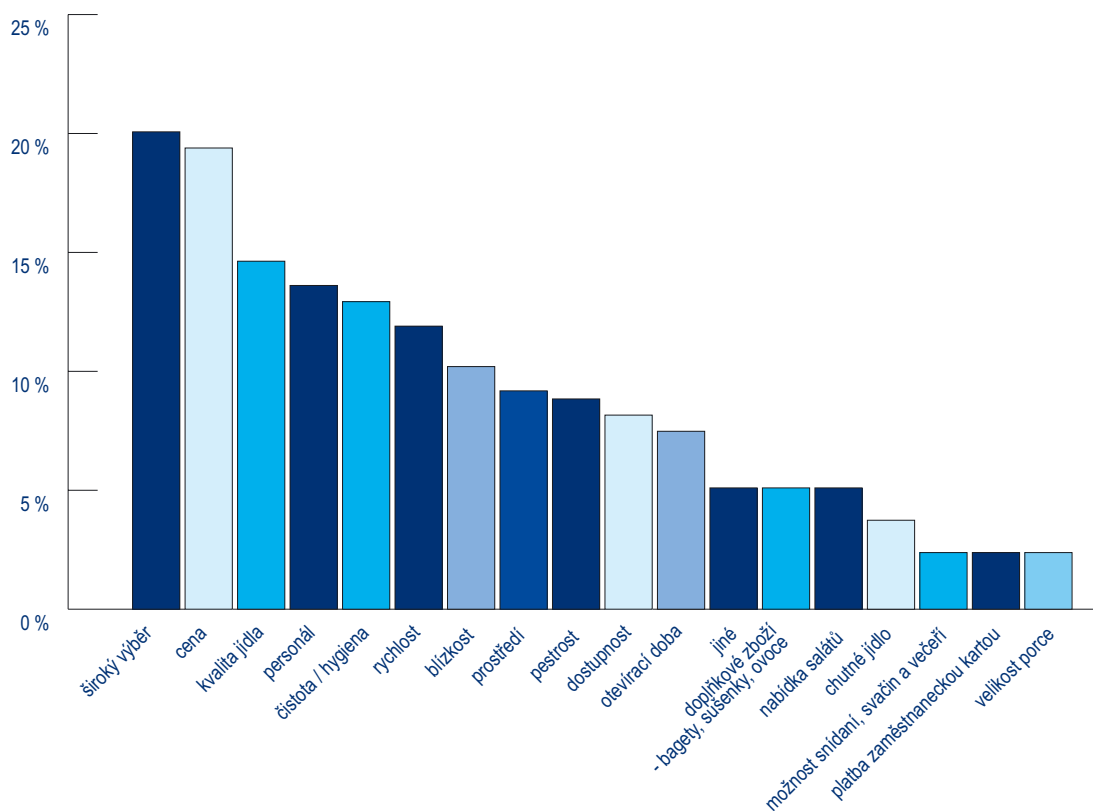


Míra spokojenosti	hygiena a čistota prostředí	celková úroveň personálu	kvalita jídel	pestrost nabízených jídel
velmi spokojen/a	28%	19%	14%	16%
spíše spokojen/a	62%	65%	51%	43%
spíše nespokojen/a	8%	15%	26%	30%
velmi nespokojen/a	1%	1%	9%	12%

Zaměstnancům stravujícím se v jídelně nejvíce vyhovuje velký výběr a příznivá cena, pozitivně také hodnotí úroveň podávaného jídla a hygienické podmínky.

Analýza důvodů pro spokojenost s jídelnou

Počet platných odpovědí = 294

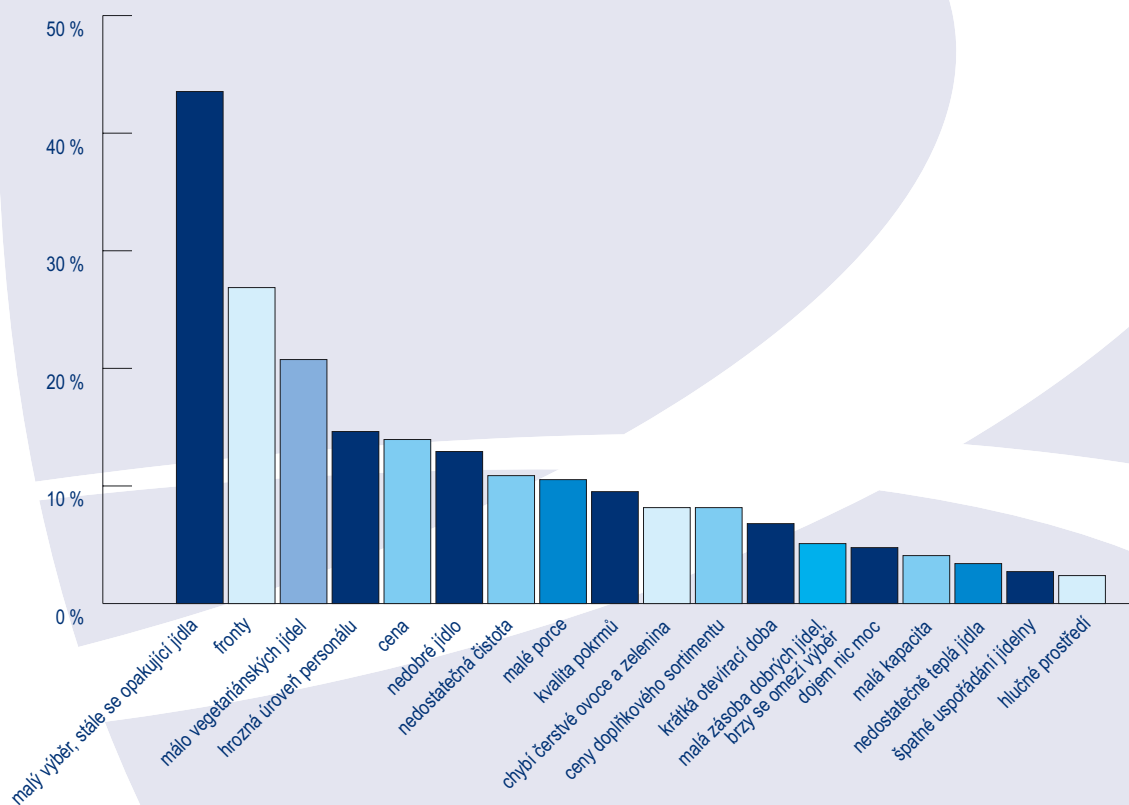


Jídelna pozitiva	Počet odpovědí	Procento odpovědí
široký výběr	79	20.07
cena	60	19.39
kvalita jídla	59	14.63
personál	57	13.61
čistota / hygiena	43	12.93
rychlost	40	11.90
blízkost	38	10.20
prostředí	35	9.18
pestrost	30	8.84
dostupnost	27	8.16
otevírací doba	26	7.48
jiné	24	5.10
doplňkové zboží - bagety, sušenky, ovoce	22	5.10
nabídka salátů	15	5.10
chutné jídlo	15	3.74
možnost snídání, svačin a večeří	15	2.38
platba zaměstnaneckou kartou	11	2.38
velikost porce	7	2.38

Téměř polovině strážníků vadí malý výběr jídel a jejich časté opakování v nabídce. Přivítali by také možnost vegetariánského stravování. Nespokojenost také vyvolávají dlouhé fronty a úroveň personálu.

Analýza důvodů pro nespokojenost s jídelnou.

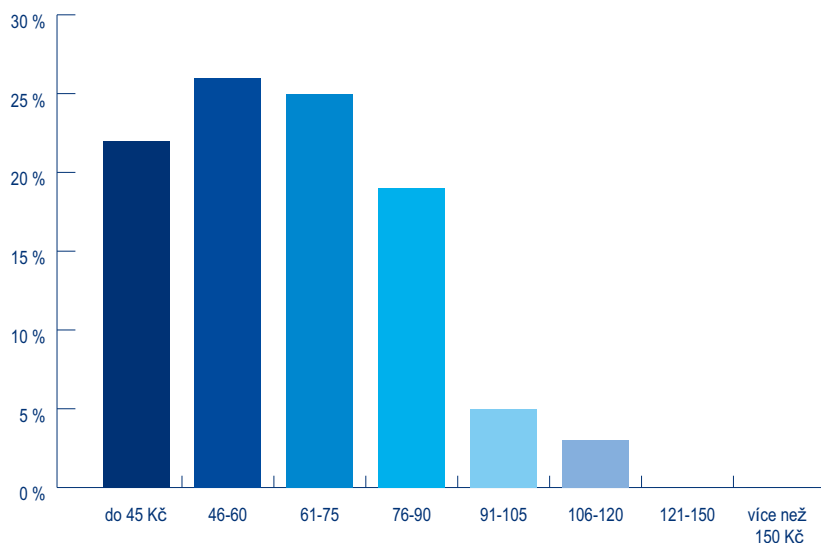
Počet platných odpovědí = 294



Jídelna negativa	Počet odpovědí	Procento odpovědí
malý výběr, stále se opakující jídla	128	43.54
fronty	79	26.87
málo vegetariánských jídel	61	20.75
hrozná úroveň personálu	43	14.63
cena	41	13.95
nedobré jídlo	38	12.93
nedostatečná čistota	32	10.88
malé porce	31	10.54
kvalita pokrmů	28	9.52
chybí čerstvé ovoce a zelenina	24	8.16
ceny doplňkového sortimentu	24	8.16
krátká otevírací doba	20	6.80
malá zásoba dobrých jídel, brzy se omezí výběr	15	5.10
dojem nic moc	14	4.76
malá kapacita	12	4.08
nedostatečně teplá jídla	10	3.40
špatné uspořádání jídelny	8	2.72
hlučné prostředí	7	2.38

59. Kolik obvykle celkem platíte za oběd v jídelně?

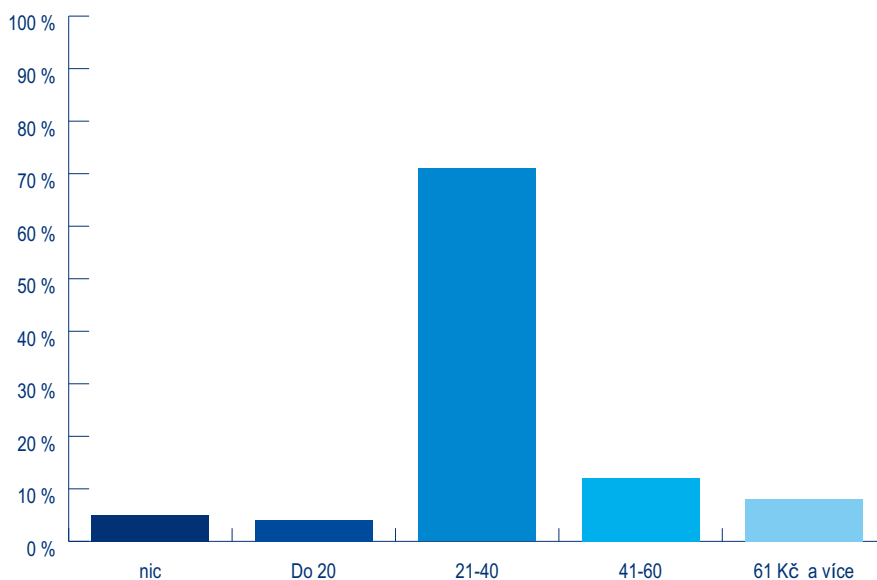
Přibližně čtvrtina respondentů nakupuje oběd v celkové hodnotě do 45 Kč, polovina v hodnotě do 60 Kč, tři čtvrtiny do 75 Kč. Více než 75 Kč nechá v jídelně za oběd zbývající čtvrtina.



Cena	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 45 Kč	90	22%
46-60	106	26%
61-75	102	25%
76-90	80	19%
91-105	19	5%
106-120	12	3%
121-150	2	0%
více než 150 Kč	1	0%

60. Kolik Vám na jeden oběd přispívá zaměstnavatel?

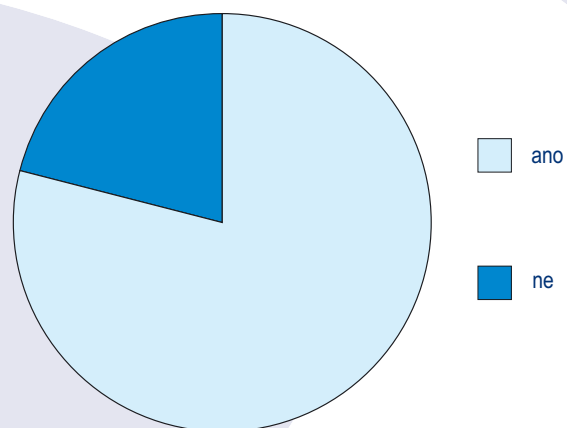
Pouze 5 % strážníků na obědy zaměstnavatel nepřispívá a naopak nejtypičtější příspěvek zaměstnavatele na oběd v jídelně je v rozmezí od 21 do 40 Kč (71 %).



Příspěvek na oběd	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nic	20	5%
Do 20	17	4%
21-40	288	71%
41-60	50	12%
61 Kč a více	31	8%

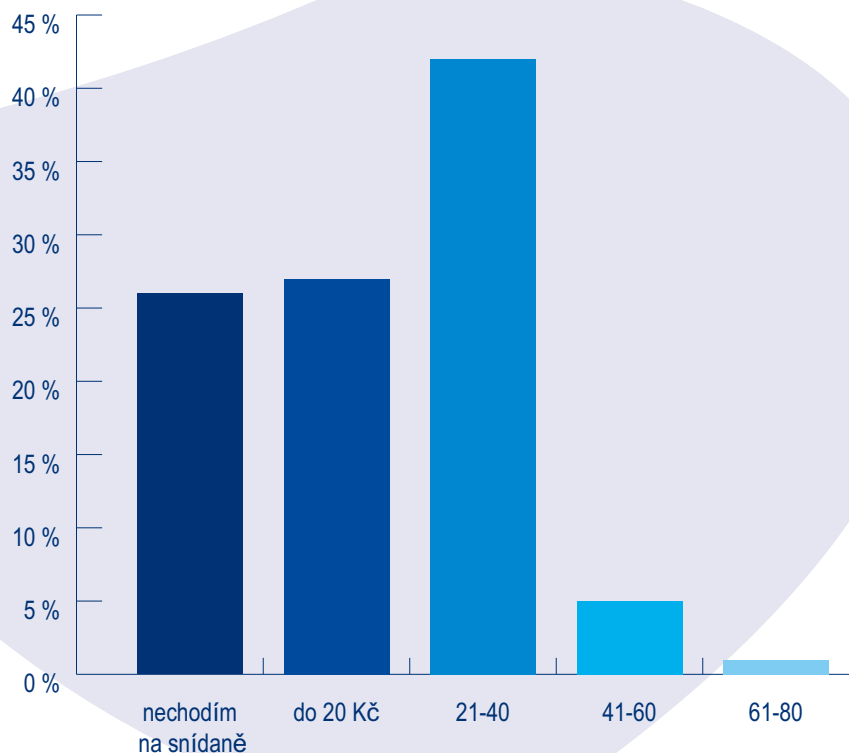
61. Chodíte do jídelny kromě oběda?

Stejně jako je vysoké využití jídelny během oběda, je jídelna často využívána i mimo něj. Do jídelny kromě oběda chodí 79 % zaměstnanců BB Centra. Z těchto zaměstnanců, kteří využívají jídelnu kromě oběda, zajde na snídani (nemusí to být pravidelné snídane) 74 % a nejčastěji utratí 20–41 Kč, svačinu si zakoupí 72 % za cenu nejčastěji 20–41 Kč. Nejmenší je využití jídelny k večeřím, kdy ze zaměstnanců využívajících jídelnu kromě obědů večeří v jídelně pouze 28 %, také nejčastěji za částku 20–41 Kč.



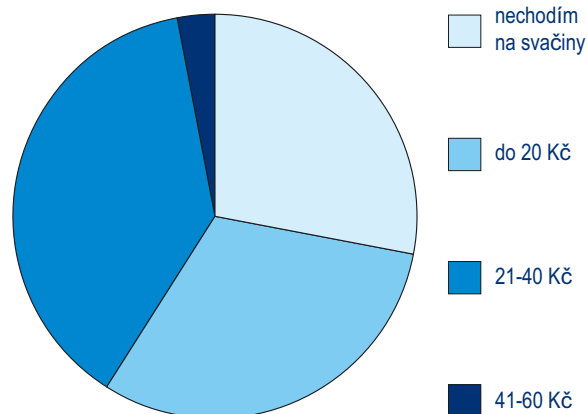
Odpověď	Počet odpovědí	Procento odpovědí
ano	663	79%
ne	180	21%

62. Jakou částku průměrně utratíte za snídani z jídelny?



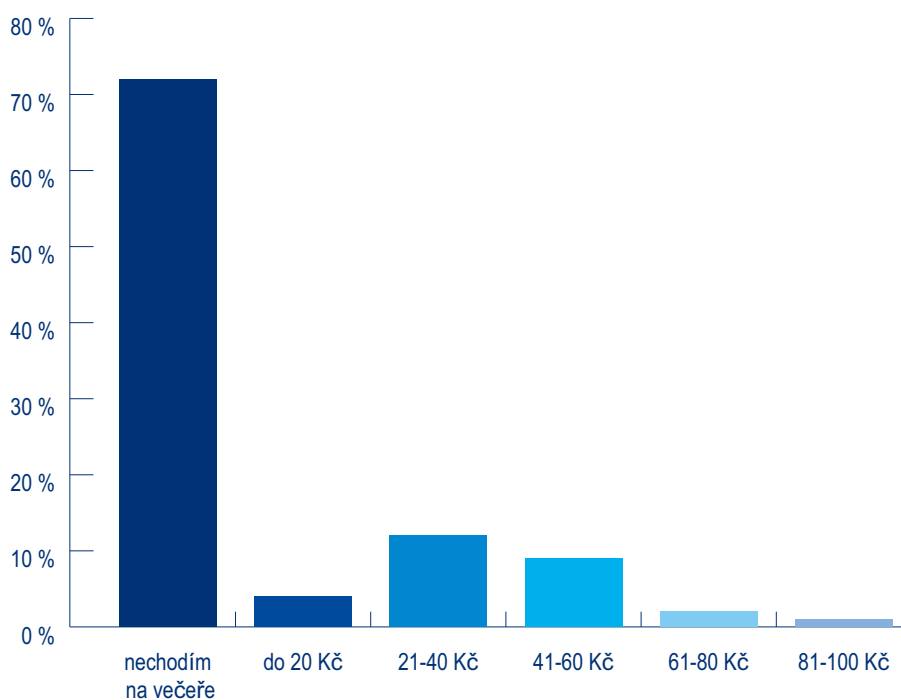
Cena snídaně	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nechodím na snídane	84	26%
do 20 Kč	87	27%
21-40	136	42%
41-60	17	5%
61-80	2	1%

63. Jakou částku průměrně utratíte za svačinu z jídelny?



Cena svačina	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nechodím na svačiny	92	28%
do 20 Kč	102	31%
21-40	123	38%
41-60	10	3%

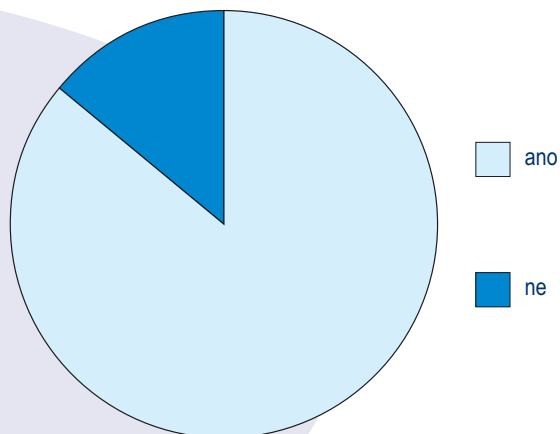
64. Jakou částku průměrně utratíte za večeři z jídelny?



	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nechodím na večeře	233	72%
do 20 Kč	12	4%
21-40	39	12%
41-60	28	9%
61-80	8	2%
81-100	2	1%

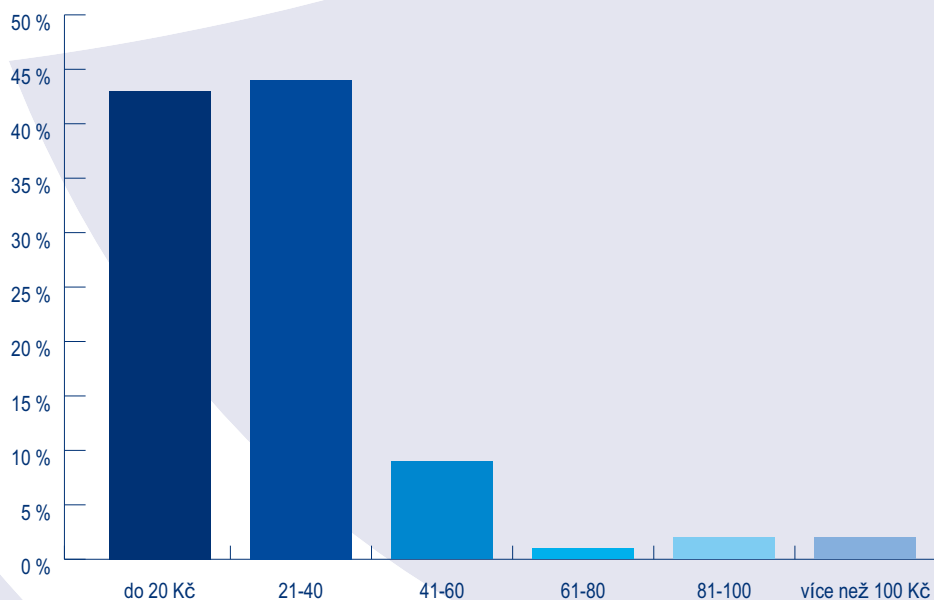
65. Využíváte doplňkového prodeje v jídelně (například pochutiny, nápoje apod.)?

Jídelna je také poměrně často využívána k doplňkovému prodeji potravin; k tomuto účelu ji využívá 86 % zaměstnanců BB Centra. Stejně jako v případě nákupu svačin i večeří se nejčastější částka za nákup pochutin v jídelně pohybuje v intervalu 20–41 Kč. (44 %). Poměrně značná část respondentů nakupuje v jídelně pochutiny v hodnotě do 20 Kč.



Využití doplňkového prodeje	Počet odpovědí	Procento odpovědí
ano	727	86%
ne	115	14%

66. Jakou částku průměrně utratíte za pochutiny z doplňkového prodeje v jídelně?

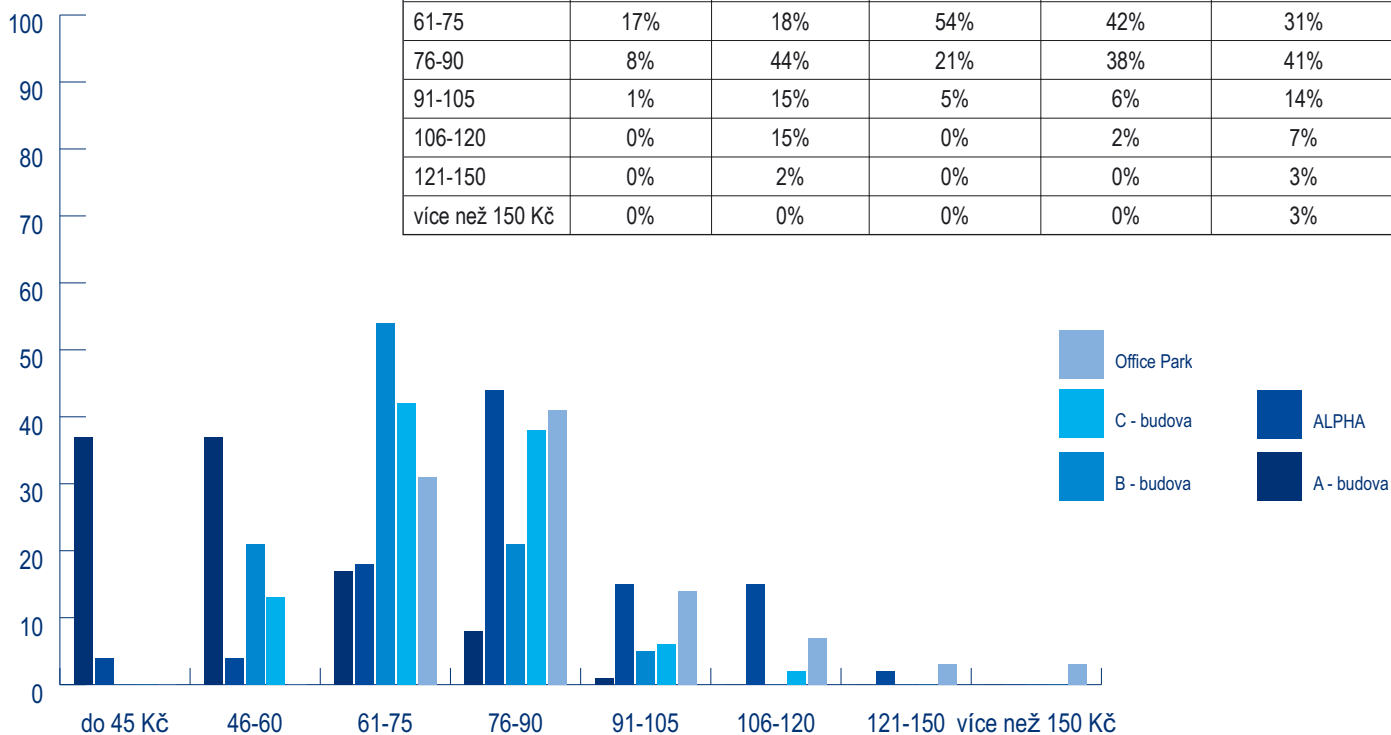


Cena	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 20 Kč	160	43%
21-40	163	44%
41-60	34	9%
61-80	4	1%
81-100	6	2%
více než 100 Kč	7	2%

Cena za oběd dle budov BB Centra

Nejvyšší útraty za obědy v jídelnách nalezneme mezi zaměstnanci z budovy Alpha (78 % platí více než 75 korun) a částečně i v Office Parku (68 %). Budova A stojí na opačném pólu spektra s nejnižšími útratami (26 %). Z budov B a C zaplatí více než 75 korun pouze 5, respektive 8 procent.

Cena oběda	Budova				
	A	ALPHA	B	C	Office Park
do 45 Kč	37%	4%	0%	0%	0%
46-60	37%	4%	21%	13%	0%
61-75	17%	18%	54%	42%	31%
76-90	8%	44%	21%	38%	41%
91-105	1%	15%	5%	6%	14%
106-120	0%	15%	0%	2%	7%
121-150	0%	2%	0%	0%	3%
více než 150 Kč	0%	0%	0%	0%	3%

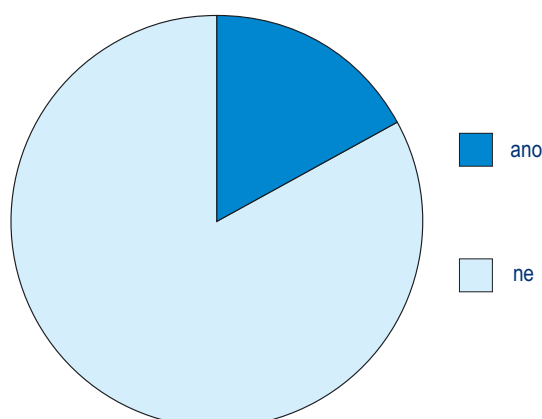


Kuřárna

Kapitola kuřárna zjišťuje počet kuřáků v budovách BB Centra a vhodnost zřízení prostorů vyhrazených ke kouření.

Mezi zaměstnanci BB Centra najdeme 17 % kuřáků. Z kuřáků by 42 % uvítalo zřízení kuřárny na pracovišti a 47 % kuřáků by stačilo jedno vyhrazené místo v budově, kde by bylo povoleno kouření.

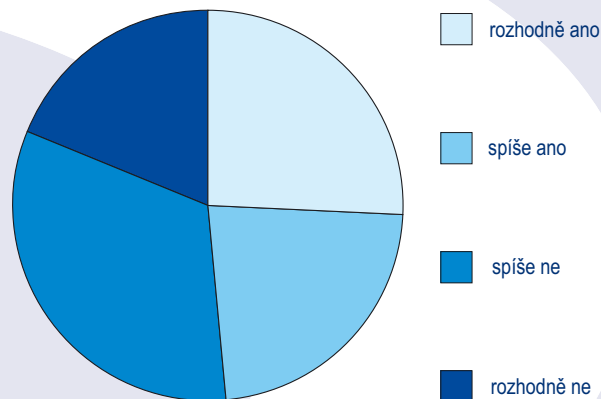
67. Jste kuřák?



Kuřák	Počet odpovědí	Procento odpovědí
ano	144	17%
ne	697	83%

68. Chybí Vám na pracovišti kuřárna / vyhrazený prostor pro kuřáky?

Chybí Vám na pracovišti ...	kuřárna		vyhrazený prostor pro kuřáky	
	Počet odpovědí	Procento odpovědí	Počet odpovědí	Procento odpovědí
rozhodně ano	18	26%	18	26%
spíše ano	11	16%	16	23%
spíše ne	23	33%	23	33%
rozhodně ne	18	26%	13	19%

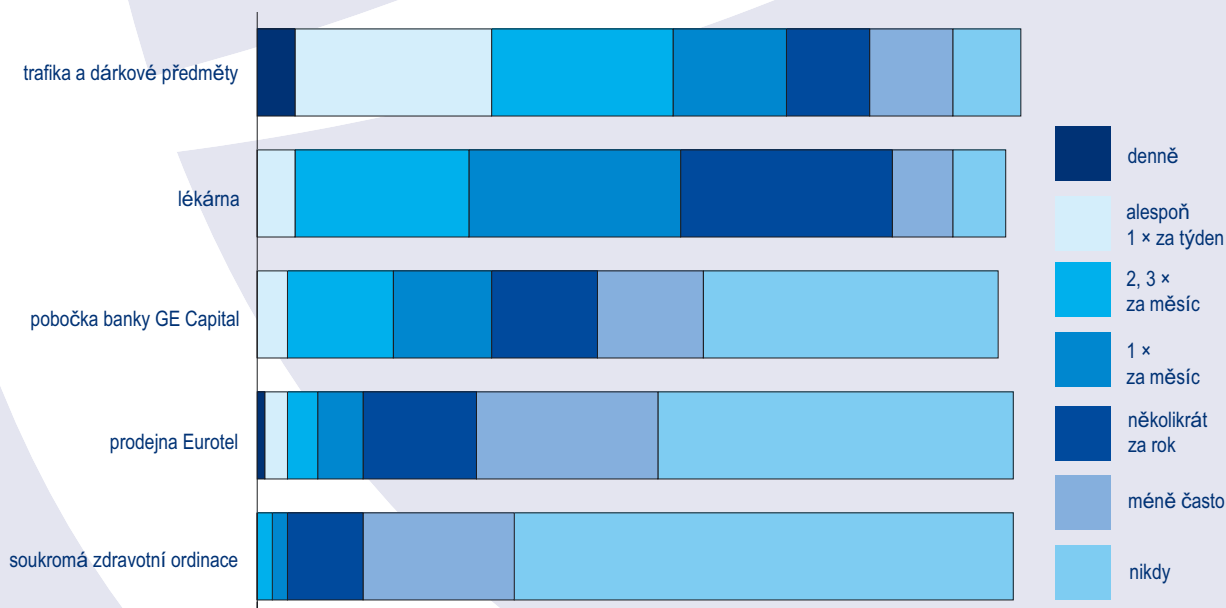


Stávající provozovny v BB Centru a kavárna Eurotel, využití stávajících provozoven podle budovy.

Do průzkumu bylo zahrnuto také hodnocení již stávajících provozoven, mezi něž patří: trafika, lékárna, pobočka GE Capital Bank, prodejna Eurotel, soukromá zdravotní ordinace a kavárna Eurotel.

69. Navštěvujete v BB Centru již fungující provozovny?

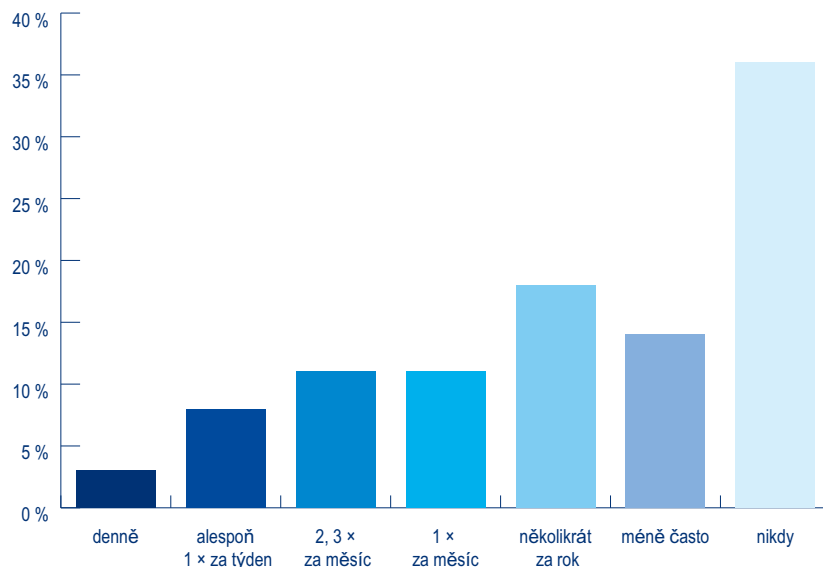
Nejvyšší návštěvnost z provozoven má lékárna 93 % a trafika 91 %. Pobočku GE Capital Banku navštěvuje alespoň 1x za rok 61 % respondentů, prodejnu Eurotel 53 % a soukromou zdravotní ordinaci 44 %.



Frekvence návštěv	trafika a dárkové předměty	lékárna	pobočka banky GE Capital	prodejna Eurotel	soukromá zdravotní ordinace
denně	5%	0%	0%	1%	0%
alespoň 1x za týden	26%	5%	4%	3%	0%
2, 3x za měsíc	24%	23%	14%	4%	2%
1x za měsíc	15%	28%	13%	6%	2%
několikrát za rok	11%	28%	14%	15%	10%
méně často	11%	8%	14%	24%	20%
nikdy	9%	7%	39%	47%	66%

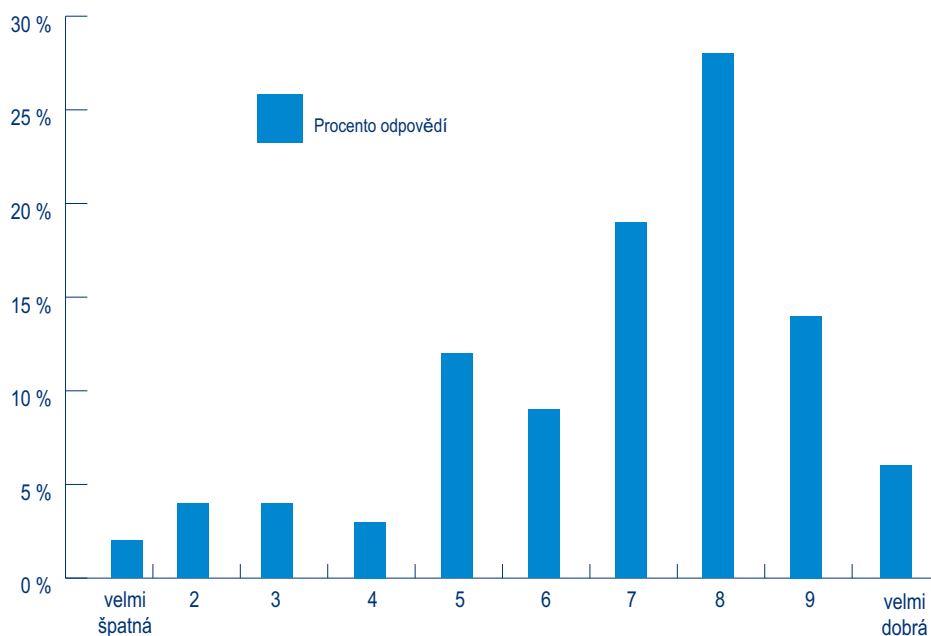
70. Navštěvujete kavárnu v budově Eurotelu?

Kavárnu Eurotel navštěvuje denně 3 % a týdně 8 % respondentů. Návštěva kavárny je spjata spíše s příležitostí posezení s kolegy než obchodní schůzkou.



Frekvence návštěv	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	22	3%
alespoň 1x za týden	66	8%
2, 3x za měsíc	92	11%
1x za měsíc	93	11%
několikrát za rok	151	18%
méně často	119	14%
nikdy	299	36%

71. Jaká je podle Vás úroveň kavárny v budově Eurotel?



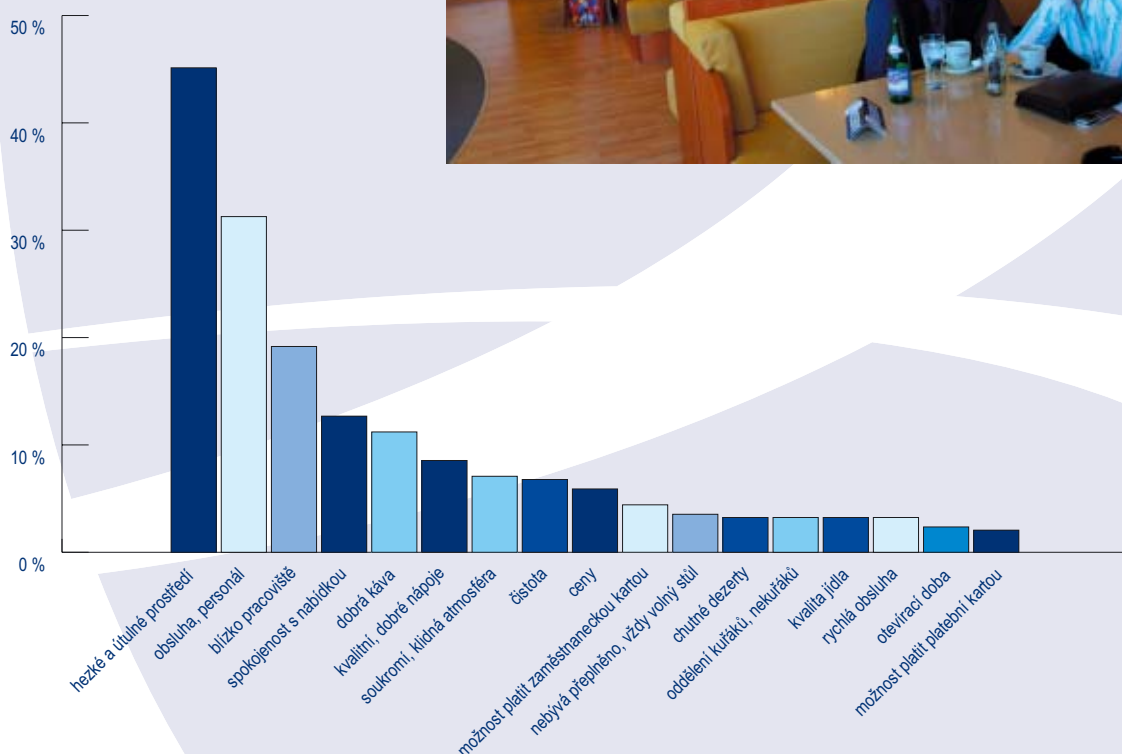
Úroveň	Počet odpovědí	Procento odpovědí
1 velmi špatná	10	2%
2	20	4%
3	22	4%
4	15	3%
5	65	12%
6	47	9%
7	103	19%
8	151	28%
9	76	14%
10 velmi dobrá	32	6%

72. Uveďte maximálně tři důvody spokojenosti a nespokojenosti s úrovní kavárny Eurotel seřazené podle priorit od nejdůležitějšího po nejméně důležitý.

V kavárně Eurotel respondenti nejvíce oceňují útulnost prostředí, kvalitu obsluhy a blízkost vzhledem k pracovišti.

Analýza důvodů pro spokojenost s jídelnou.

Počet platných odpovědí = 339

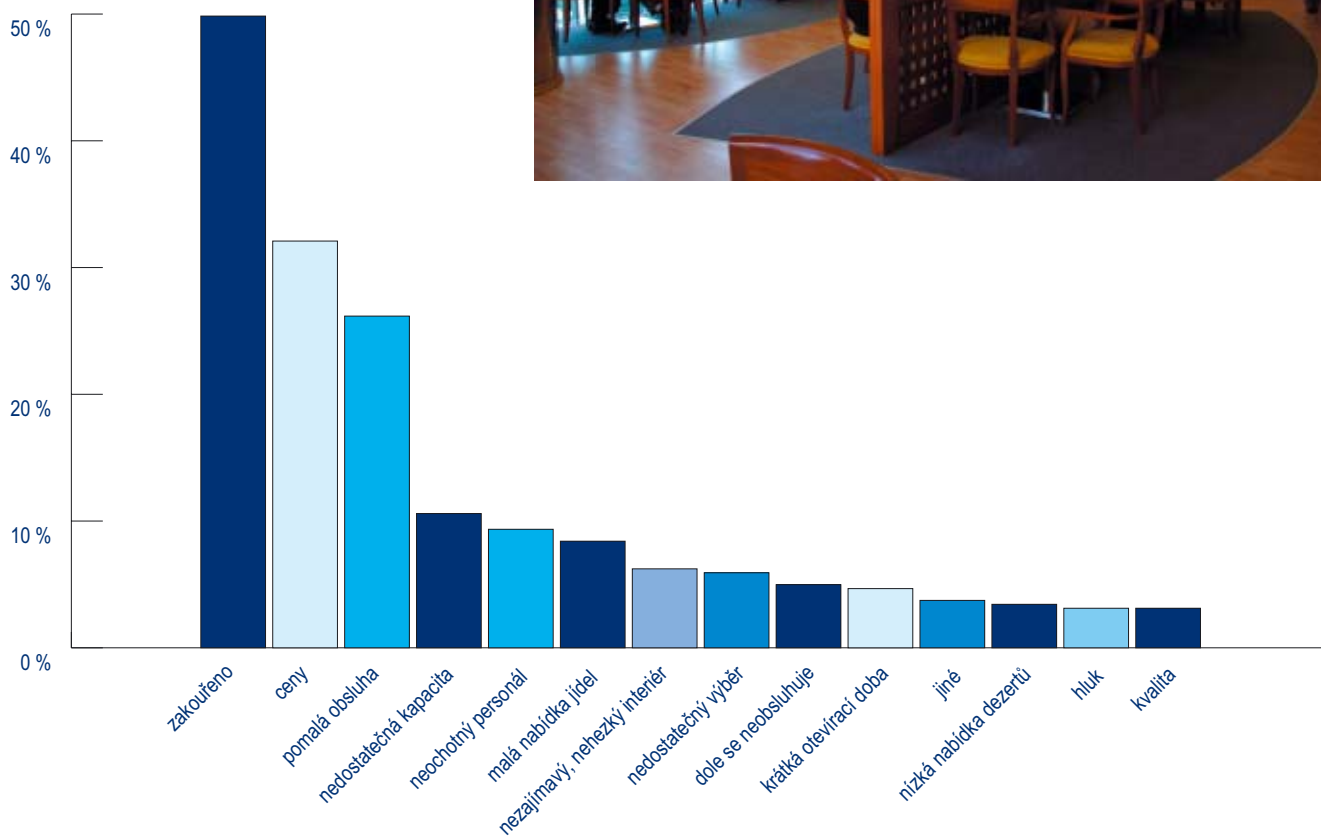


Důvody spokojenosti	Počet odpovědí	Procento odpovědí
hezké a útulné prostředí	153	45.13
obsluha, personál	106	31.27
blízko pracoviště	65	19.17
spokojenost s nabídkou	43	12.68
dobrá káva	38	11.21
kvalitní, dobré nápoje	29	8.55
soukromí,klidná atmosféra	24	7.08
čistota	23	6.78
ceny	20	5.90
možnost platit zaměstnaneckou kartou	15	4.42
nebývá přeplněno, vždy volný stůl	12	3.54
chutné dezerty	11	3.24
oddělení kuřáků, nekuřáků	11	3.24
kvalita jídla	11	3.24
rychlá obsluha	11	3.24
otevírací doba	8	2.36
možnost platit platební kartou	7	2.06

Nejvíce výtěk si vysloužilo zakouřené prostředí kavárny a vysoké ceny, více než čtvrtina respondentů si stěžuje i na pomalou obsluhu.

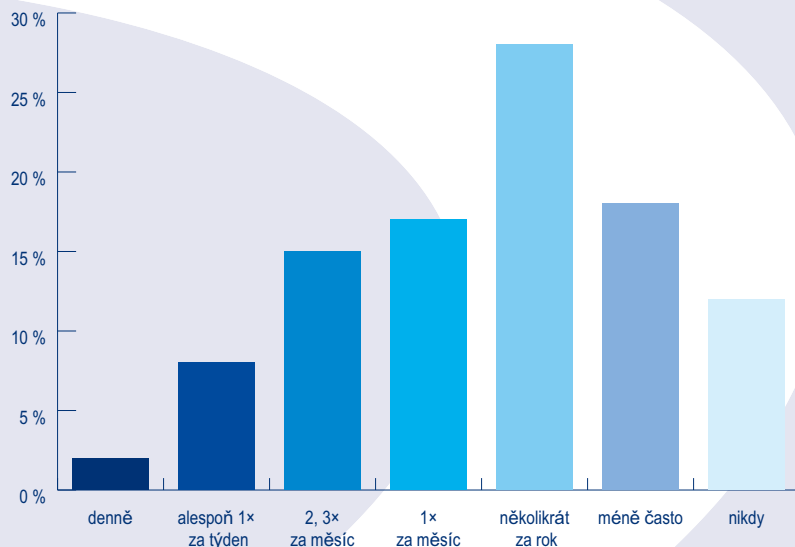
Analýza důvodů pro nespokojenost s jídelnou.

Počet platných odpovědí = 321



Důvody nespokojenosti	Počet odpovědí	Procento odpovědí
zakouřeno	160	49.84
ceny	103	32.09
pomalá obsluha	84	26.17
nedostatečná kapacita	34	10.59
neochotný personál	30	9.35
malá nabídka jídel	27	8.41
nezajímavý, nehezky interiér	20	6.23
nedostatečný výběr	19	5.92
dole se neobsluhuje	16	4.98
krátká otevírací doba	15	4.67
jiné	12	3.74
nízká nabídka dezertů	11	3.43
hluk	10	3.12
kvalita	10	3.12

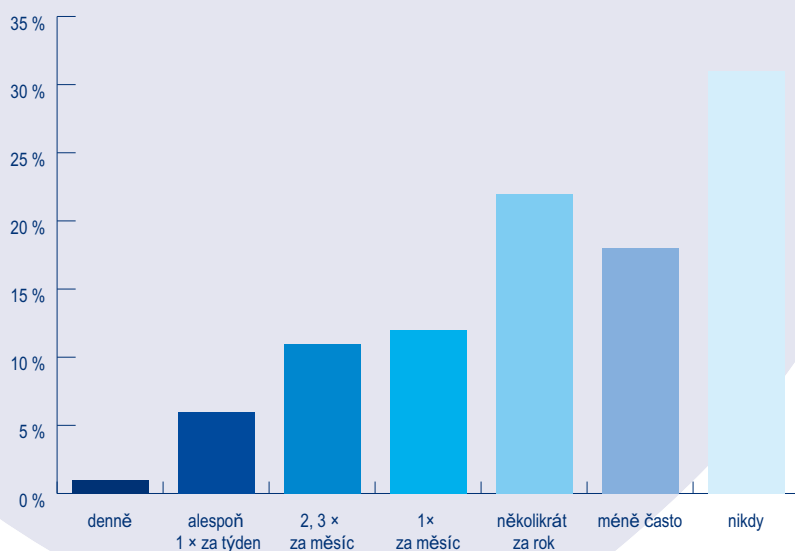
73. Jak často navštěvujete kavárnu Eurotel v následujících případech - posezení s kolegy?



Posezení s kolegy	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	9	2%
alespoň 1x za týden	43	8%
2, 3x za měsíc	75	15%
1x za měsíc	89	17%
několikrát za rok	145	28%
méně často	92	18%
nikdy	59	12%

74. Jak často navštěvujete kavárnu Eurotel v následujících případech - obchodní schůzky?

Do kavárny Eurotel chodí zaměstnanci areálu BB Centra nejčastěji se svými soukromými návštěvami. Někteří respondenti preferují pobyt v kavárně v případě řešení osobních záležitostí.

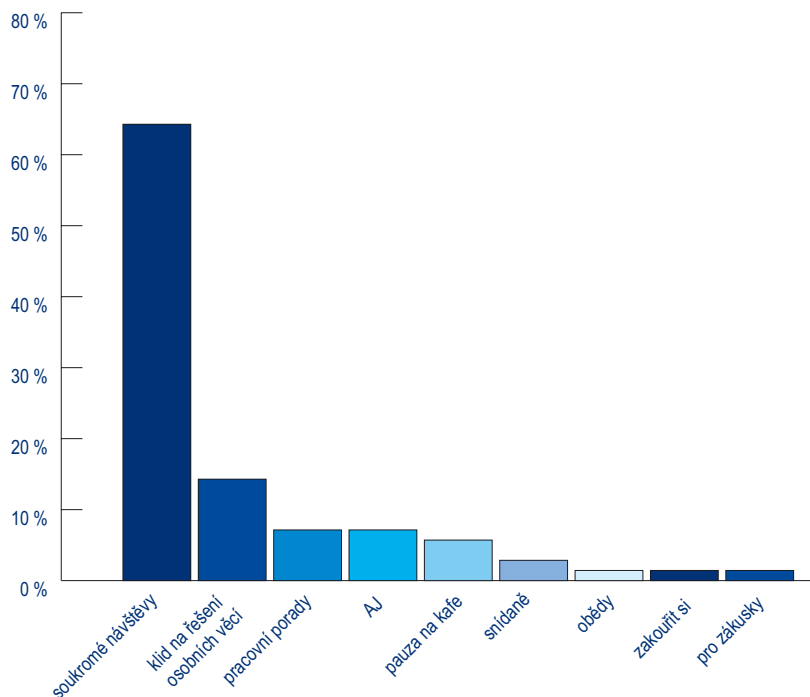


Obchodní schůzky	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	3	1%
alespoň 1x za týden	30	6%
2, 3x za měsíc	51	11%
1x za měsíc	55	12%
několikrát za rok	103	22%
méně často	85	18%
nikdy	146	31%

Analýza odpovědí z kategorie jiné důvody návštěvy.

Počet platných odpovědí = 70

Důvod návštěvy	Počet odpovědí	Procento odpovědí
soukromé návštěvy	45	64.29
klid na řešení osobních věcí	10	14.29
pracovní porady	5	7.14
AJ	5	7.14
pauza na kafe	4	5.71
snídaně	2	2.86
obědy	1	1.43
zakouřit si	1	1.43
pro zákusky	1	1.43



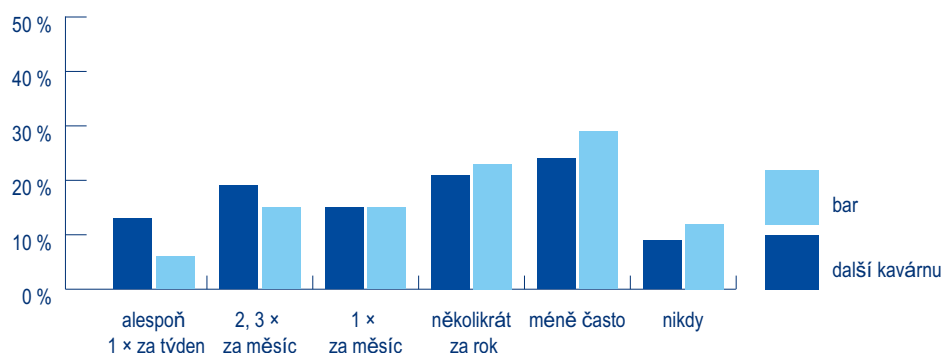
Kavárna, bar, obchod s delikatesami

V následující pasáži byl zjištěn potenciál dalších provozoven v BB Centru, kavárna, bar a obchod s delikatesami.

V komplexu BB Centra rozhodně existuje potenciál pro využití další kavárny a baru, z nichž je kavárna více preferovaným zařízením. Další kavárnu by využilo alespoň 1x za rok 93 % a bar 88 % zaměstnanců.

75. Navštěvoval/a byste další kavárnu v areálu BB Centra/ další bar?

V komplexu BB Centra existuje potenciál pro zřízení další kavárny či baru, z nichž je kavárna více preferovaným zařízením. Další kavárnu by využilo alespoň 1x za týden 13 %.

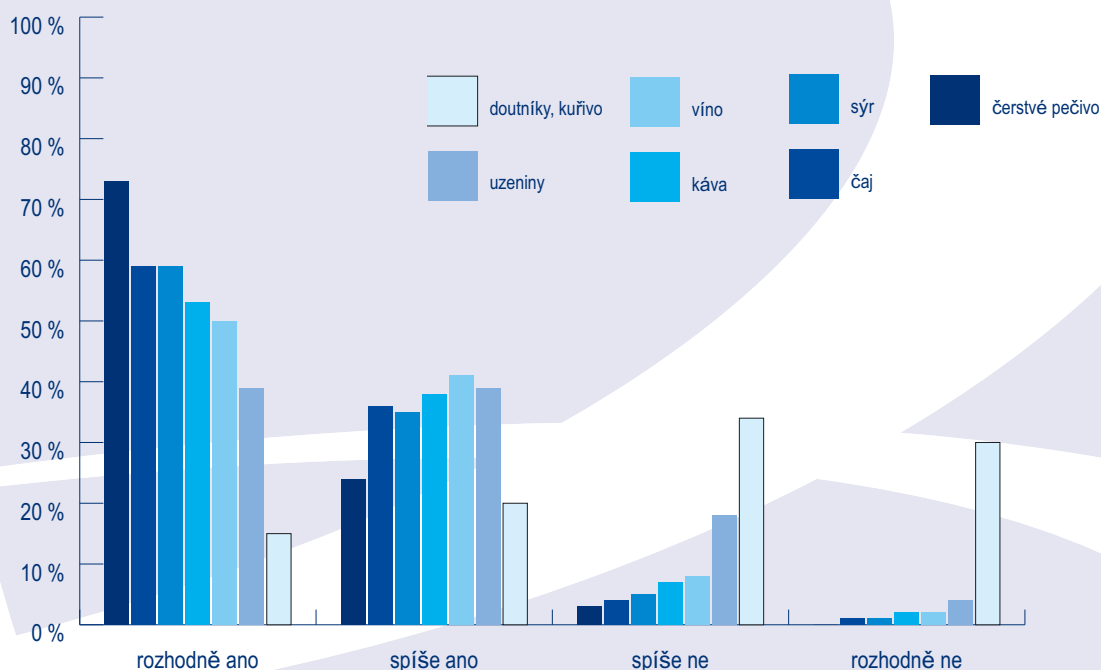


Frekvence návštěv	další kavárnu		bar	
	Počet odpovědí	Procento odpovědí	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	5	1%	3	0%
alespoň 1x za týden	109	13%	51	6%
2, 3x za měsíc	153	19%	122	15%
1x za měsíc	120	15%	121	15%
několikrát za rok	169	21%	191	23%
méně často	197	24%	238	29%
nikdy	71	9%	98	12%

76. Kterou komoditu by měl nabízet obchod s delikatesami v BB Centru?

Obchod s delikatesami by měl, podle odpovědí respondentů, rozhodně nabízet pečivo, čaj, sýr, kávu, víno a naopak by v jeho nabídce mohly chybět uzeniny, doutníky a kuřivo.

Odpověď	čerstvé pečivo	čaj	sýr	káva	víno	uzeniny	doutníky, kuřivo
rozhodně ano	73%	59%	59%	53%	50%	39%	15%
spíše ano	24%	36%	35%	38%	41%	39%	20%
spíše ne	3%	4%	5%	7%	8%	18%	34%
rozhodně ne	0%	1%	1%	2%	2%	4%	30%



Téměř polovina dotazovaných by v obchodu s delikatesami dále kupovala zejména sladkosti (čokoládu, zákusky...), zájem by byl i o sortiment ovoce a zeleniny.

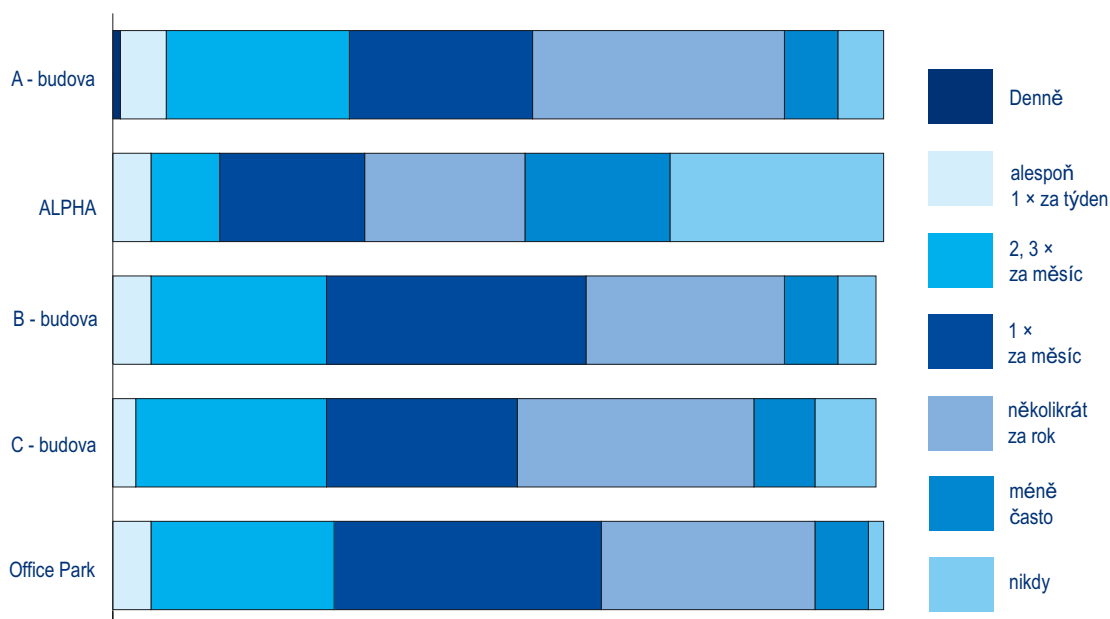
Analýza odpovědí z kategorie jiné.

Počet platných odpovědí = 154

Druh zboží	Počet odpovědí	Procento odpovědí
čokoláda a drobné sladkosti	41	28.28
dorty, zákusky	30	20.69
ovoce	24	16.55
zelenina	10	6.90
langoše, pizza, chlebičky	10	6.90
nealko	8	5.52
tvrdý alkohol	8	5.52
oříšky a sušené ovoce	6	4.14
zdravá výživa	5	3.45
pivo	4	2.76
mléčné výrobky	4	2.76
ryby	4	2.76
pochutiny na váhu (olivy, nakládaný sýr...)	4	2.76
luxusní zboží	3	2.07
květiny	2	1.38
drogerie	2	1.38
kaviár	1	0.69
ne delikatesy, ale levný bufet	1	0.69

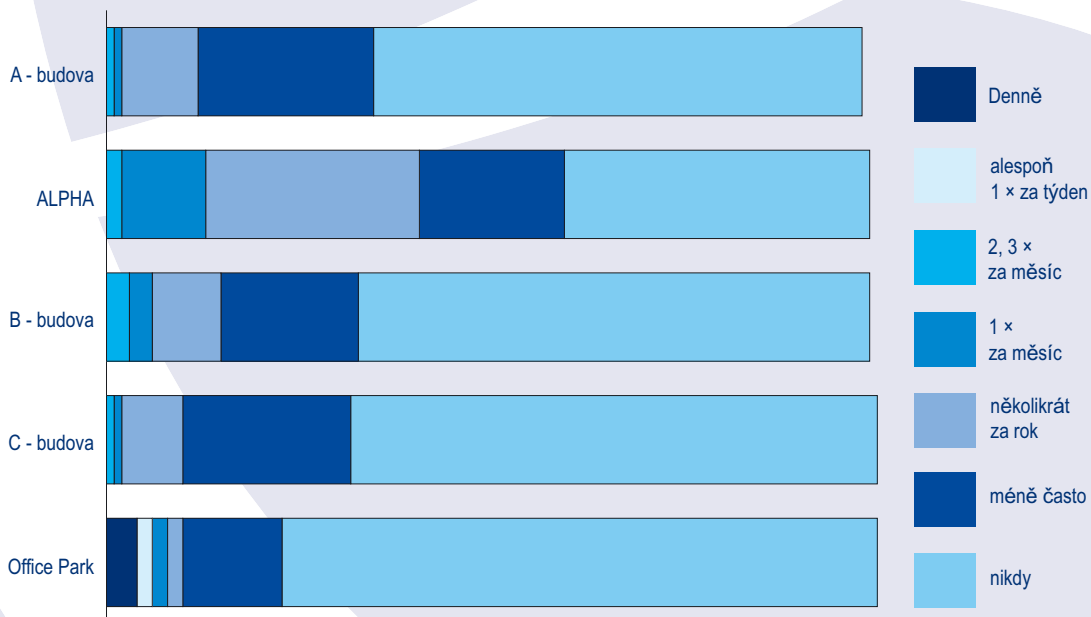
Návštěva prodejen podle budovy

Nejčastěji navštíví lékárnu zaměstnanci z budovy B a z Office Parku (62 %, respektive 64 % minimálně jednou měsíčně). Pouze 33 % respondentů z budovy Alpha zastihneme v lékárně jednou měsíčně.



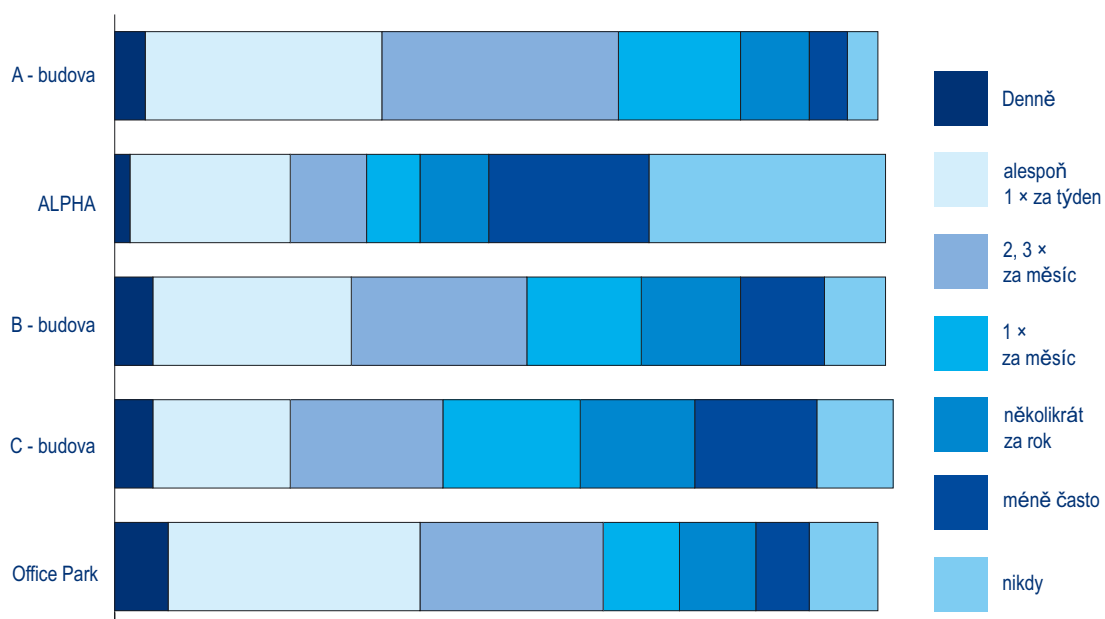
Lékárna	Budovy				
	A	ALPHA	B	C	Office Park
Frekvence návštěv					
denně	1%	0%	0%	0%	0%
alespoň 1x za týden	6%	5%	5%	3%	5%
2, 3x za měsíc	24%	9%	23%	25%	24%
1x za měsíc	24%	19%	34%	25%	35%
několikrát za rok	33%	21%	26%	31%	28%
méně často	7%	19%	7%	8%	7%
nikdy	6%	28%	5%	8%	2%

Do soukromé zdravotní ordinace dle svých výpovědí chodí častěji zaměstnanci budovy Alpha (41 % několikrát za rok). U ostatních budov je počet zaměstnanců, kteří ordinaci s takovou frekvencí navštíví minimální. Pohybuje se v intervalu 10 až 15 procent.



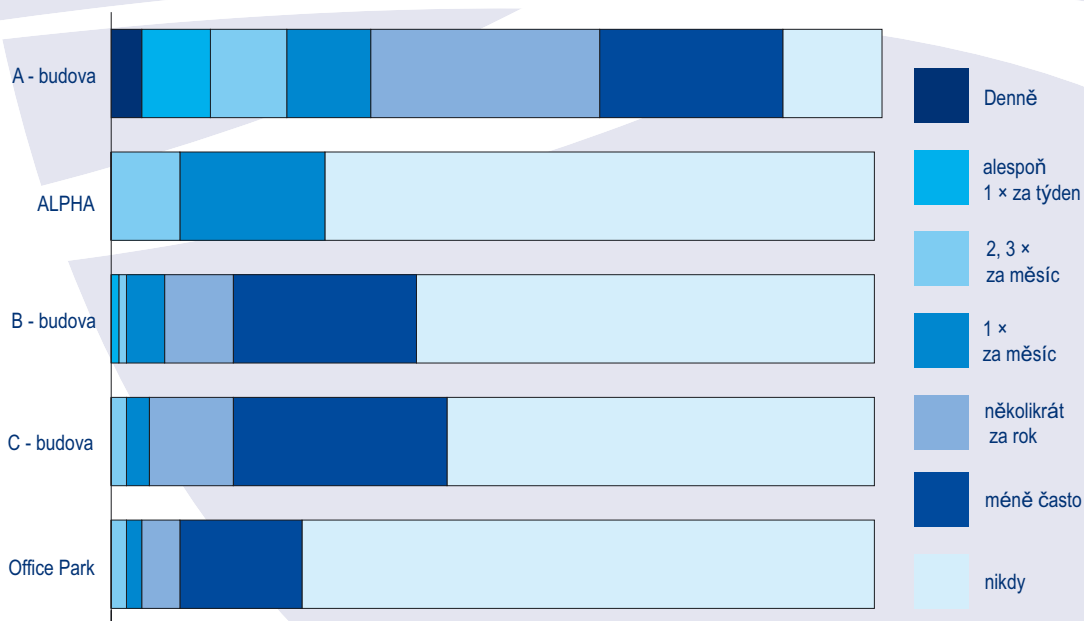
Zdravotní ordinace	Budovy				
	A	ALPHA	B	C	Office Park
Frekvence návštěv					
Denně	0%	0%	0%	0%	4%
alespoň 1x za týden	0%	0%	0%	0%	2%
2, 3x za měsíc	1%	2%	3%	1%	0%
1x za měsíc	1%	11%	3%	1%	2%
několikrát za rok	10%	28%	9%	8%	2%
méně často	23%	19%	18%	22%	13%
nikdy	64%	40%	67%	69%	78%

V prodejně dárkových předmětů a trafikce nejčastěji potkáme zaměstnance z budovy A. Několikrát za rok ji navštíví 91 %. S menším odstupem následují ostatní budovy s výjimkou budovy Alpha, kde procentní podíl těch, kteří v uvedené frekvenci navštíví trafikku, je 49 %.



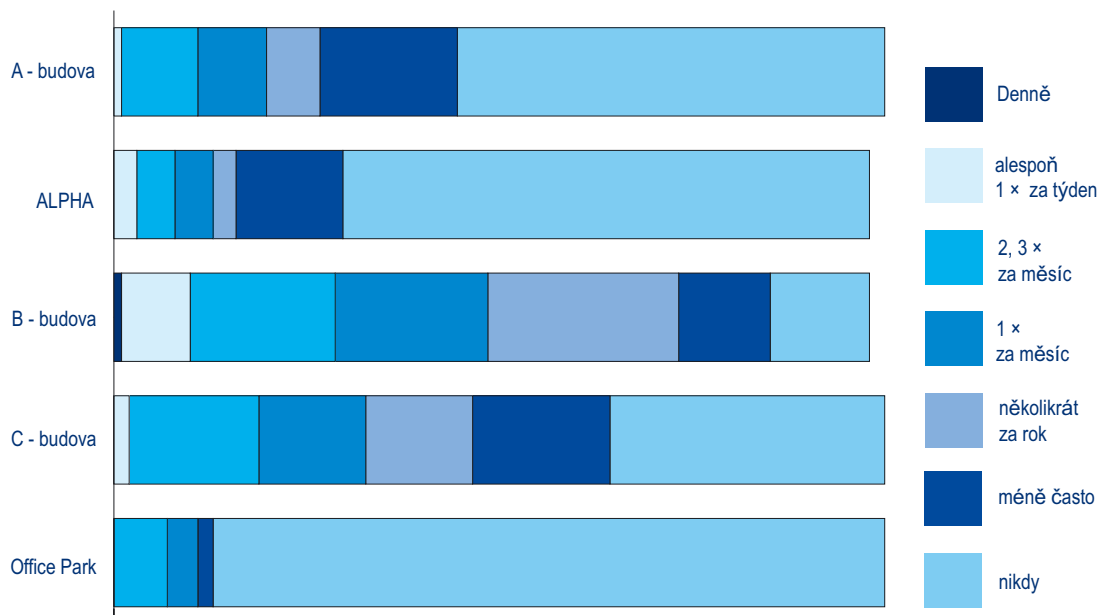
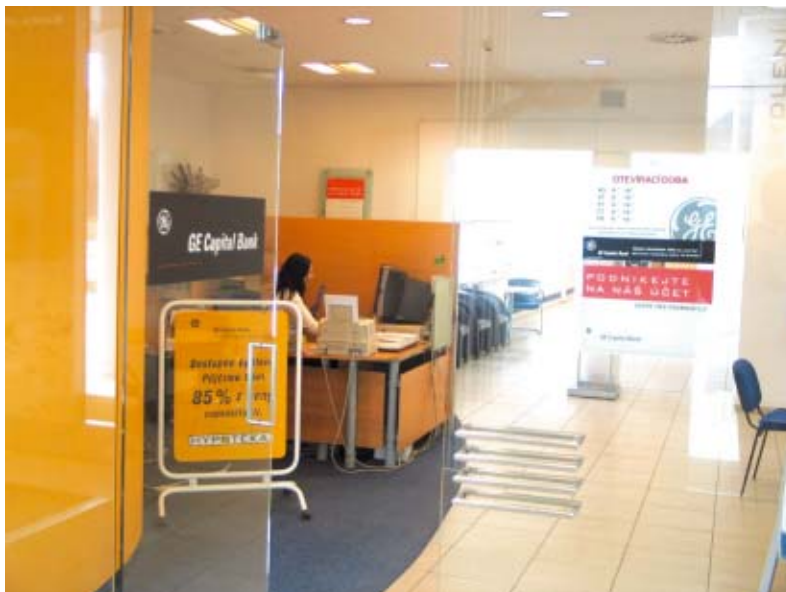
Trafika	Budovy				
	A	ALPHA	B	C	Office Park
Denně	4%	2%	5%	5%	7%
alespoň 1x za týden	31%	21%	26%	18%	33%
2, 3x za měsíc	31%	10%	23%	20%	24%
1x za měsíc	16%	7%	15%	18%	10%
několikrát za rok	9%	9%	13%	15%	10%
méně často	5%	21%	11%	16%	7%
nikdy	4%	31%	8%	10%	9%

Několikrát za rok navštíví nejčastěji prodejnu Eurotelu zaměstnanci z budovy A 64 %. Na opačném pólu spektra zaznamenáme zaměstnance z Alphy a Office Parku: shodně po 9 procentech.



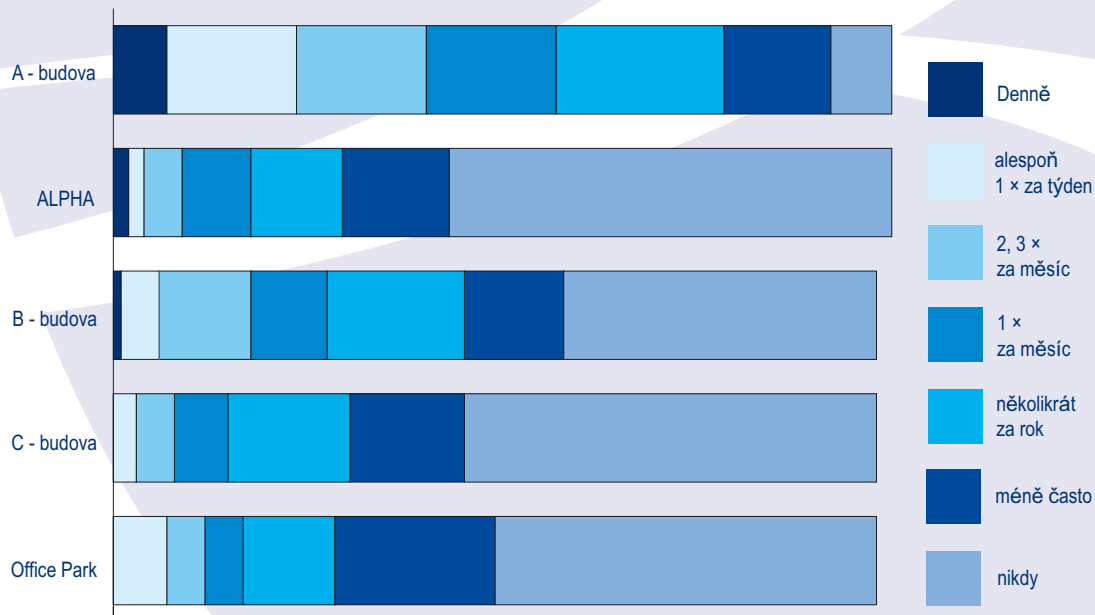
Prodejna Eurotel	Budovy				
	A	ALPHA	B	C	Office Park
Denně	4%	0%	0%	0%	0%
alespoň 1x za týden	9%	0%	1%	0%	0%
2, 3x za měsíc	10%	0%	1%	2%	2%
1x za měsíc	11%	0%	5%	3%	2%
několikrát za rok	30%	9%	9%	11%	5%
méně často	24%	19%	24%	28%	16%
nikdy	13%	72%	60%	56%	75%

Nejaktivnějšími návštěvníky pobočky GE Capital Bank jsou opět zaměstnanci z „Áčka“, celých 80 % zaměstnanců z budovy A navštíví pobočku alespoň jednou za rok. Budova C, Office Park a Alpha dodává pobočce nejméně zákazníků - u všech tří budov se podíl návštěvníků, kteří pobočku využijí alespoň jednou za rok, pohybuje na výši jedné třetiny zaměstnanců.



Pobočka GE	Budovy				
	A	ALPHA	B	C	Office Park
Frekvence návštěv					
Denně	0%	0%	1%	0%	0%
alespoň 1x za týden	1%	3%	9%	2%	0%
2, 3x za měsíc	10%	5%	19%	17%	7%
1x za měsíc	9%	5%	20%	14%	4%
několikrát za rok	7%	3%	25%	14%	0%
méně často	18%	14%	12%	18%	2%
nikdy	56%	69%	13%	36%	88%

Mezi časté návštěvníky kavárny Eurotelu asi patří spíše zaměstnanci z budovy A. Více než polovina zaměstnanců budovy Alpha zatím však kávu v kavárně Eurotelu neochutnala. Podobně málo intenzivně kavárnu navštěvují zaměstnanci z Office parku a budovy C.

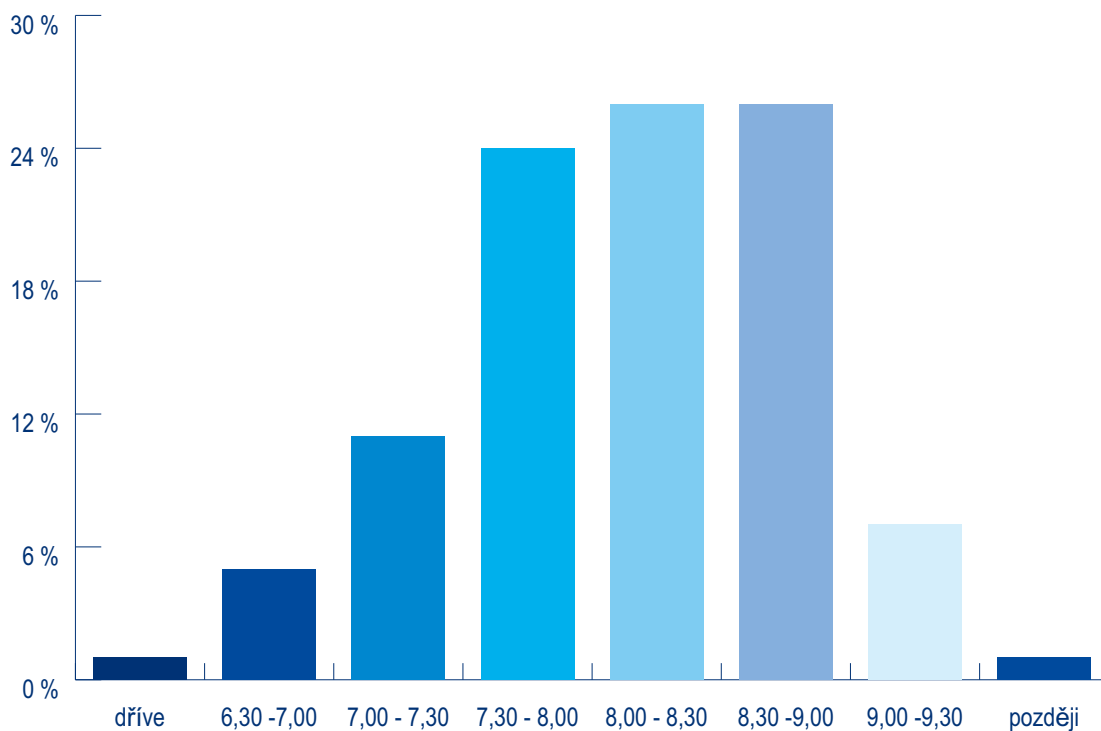


Kavárna ET	Budovy				
	A	ALPHA	B	C	Office Park
Frekvence návštěv					
Denně	7%	2%	1%	0%	0%
alespoň 1x za týden	17%	2%	5%	3%	7%
2, 3x za měsíc	17%	5%	12%	5%	5%
1x za měsíc	17%	9%	10%	7%	5%
několikrát za rok	22%	12%	18%	16%	12%
méně často	14%	14%	13%	15%	21%
nikdy	8%	58%	41%	54%	50%

SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ

77. V kolik hodin obvykle přicházíte do práce?

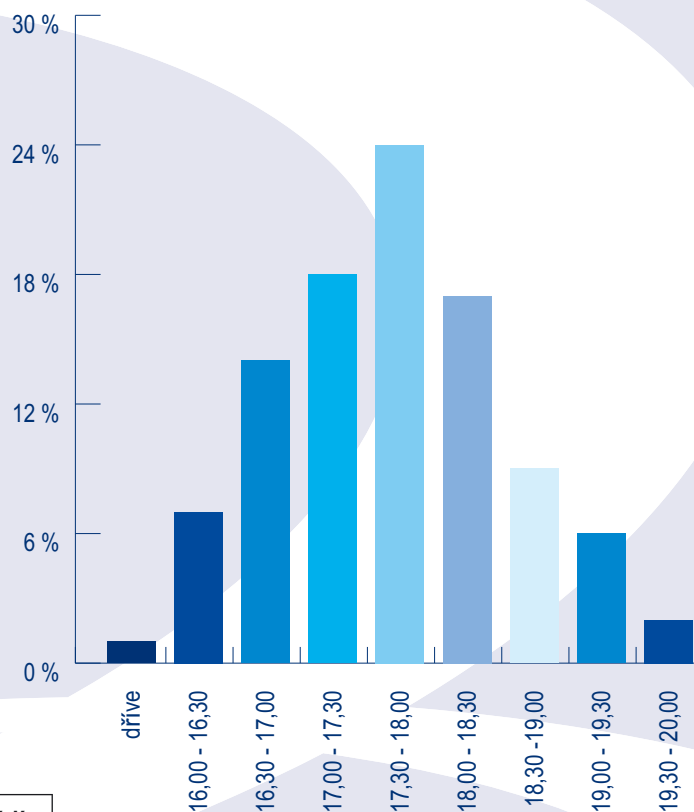
Více než polovina dotazovaných (52 %) přichází do práce mezi 8.00 a 9.00. Téměř čtvrtina (24 %) respondentů uvedla, že do práce dochází mezi 7.30 a 8.00. Od 7.00 do 7.30 přijde do BB Centra 11 %.



Příchod do práce	Počet odpovědí	Procento odpovědí
dříve	6	1%
6,30 - 7,00	42	5%
7,00 - 7,30	89	11%
7,30 - 8,00	205	24%
8,00 - 8,30	216	26%
8,30 - 9,00	214	26%
9,00 - 9,30	55	7%
později	11	1%

78. V kolik hodin obvykle odcházíte z práce?

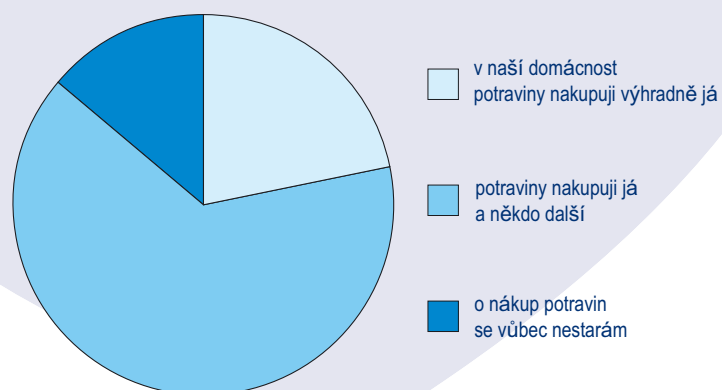
Mezi 17.00 a 18.00 hodinou odchází z pracoviště 42 % respondentů, 17 % zdejších zaměstnanců opouští BB Centrum mezi 18.00 a 18.30. Od 18.30 do 19.30 odejde z práce 15 % dotazovaných, mezi 16.30 a 17.00 14 % dotazovaných.



Odchod z práce	Počet odpovědí	Procento odpovědí
dříve	5	1%
16,00 – 16,30	57	7%
16,30 – 17,00	116	14%
17,00 – 17,30	148	18%
17,30 – 18,00	197	24%
18,00 – 18,30	145	17%
18,30 – 19,00	79	9%
19,00 – 19,30	46	6%
19,30 – 20,00	13	2%

79. Jste ve Vaší domácnosti tím, kdo nakupuje potraviny?

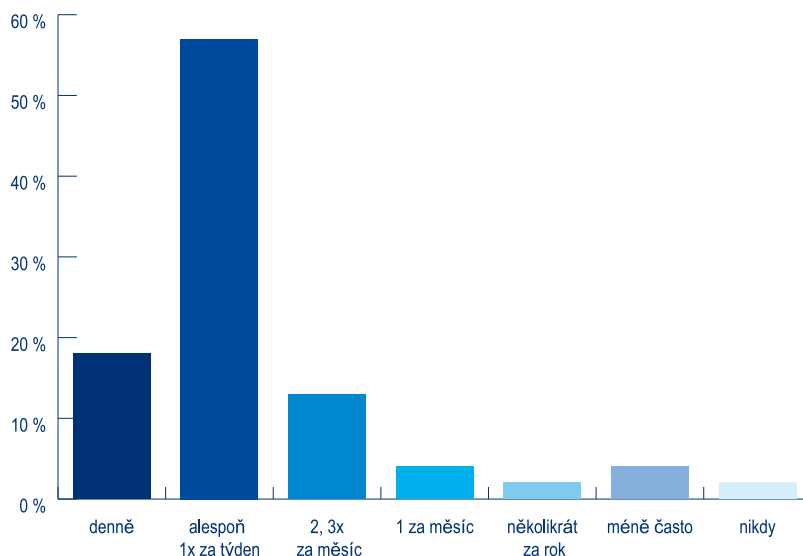
O nákup potravin se v rámci jedné domácnosti dělí s dalším jejím členem 65 % respondentů. Téměř čtvrtina dotazovaných (22 %) uvedla, že nakupuje výhradně sama. O nákup potravin se vůbec nestará 14 % zaměstnanců firem sídlících v BB Centru.



Odpověď	Počet odpovědí	Procento odpovědí
v naší domácnosti potraviny nakupuji výhradně já	122	22%
potraviny nakupuji já a někdo další	365	65%
o nákup potravin se vůbec nestarám	76	14%

80. Jak často nakupujete potraviny běžné denní potřeby cestou z práce?

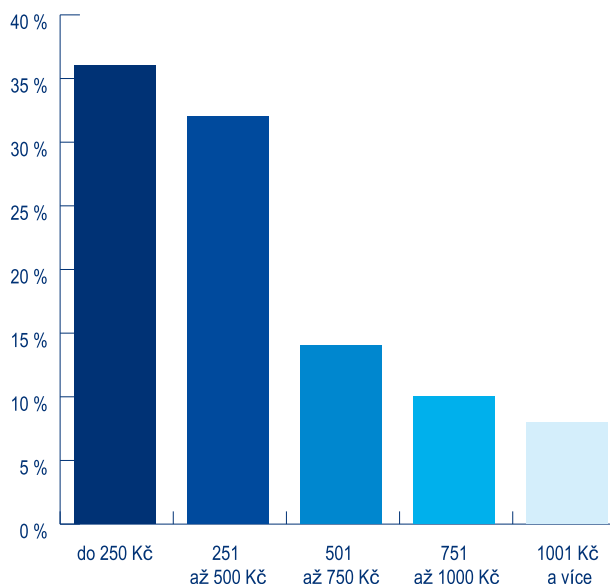
Více než polovina dotazovaných (57 %) alespoň jednou týdně nakupuje cestou z práce. 18 % respondentů nakupuje denně, 13 % pak nakoupí cestou ze zaměstnání pouze 2–3x za měsíc. (průměrná cena nákupu je zhruba 250 Kč).



Frekvence nákupu potravin	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	87	18%
alespoň 1x za týden	275	57%
2, 3x za měsíc	63	13%
1 za měsíc	17	4%
několikrát za rok	11	2%
méně často	20	4%
nikdy	9	2%

81. Jakou částku utratíte týdně za nákup potravin cestou ze zaměstnání?

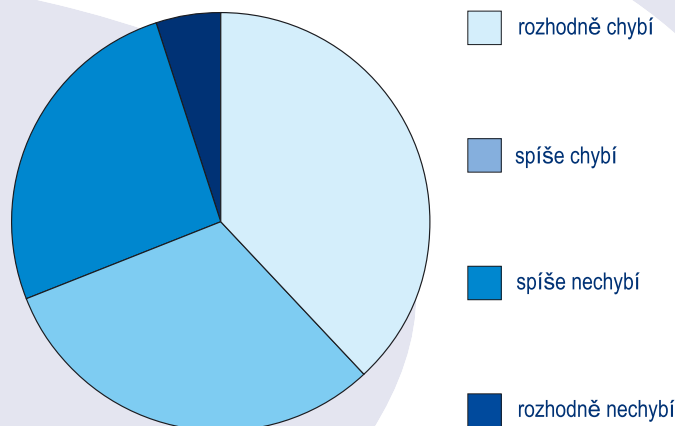
Nejpočetnější skupina respondentů (32 %), kteří nakupují cestou z práce, při svých nákupech utratí méně než 250 Kč za týden. Mezi 251 a 500 Kč utratí na nákupech pořízených cestou ze zaměstnání 32 % respondentů. 14 % dotazovaných za tyto nákupy týdně zaplatí 501–750 Kč a 10 % tázaných pak 751–1000 Kč. Přes 1000 Kč týdně utratí za nákupy 8 % respondentů.



Částka	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 250 Kč	136	36%
251 až 500 Kč	119	32%
501 až 750 Kč	53	14%
751 až 1000 Kč	38	10%
1001 Kč a více	29	8%

82. Chybí Vám supermarket v okolí areálu BB Centra ?

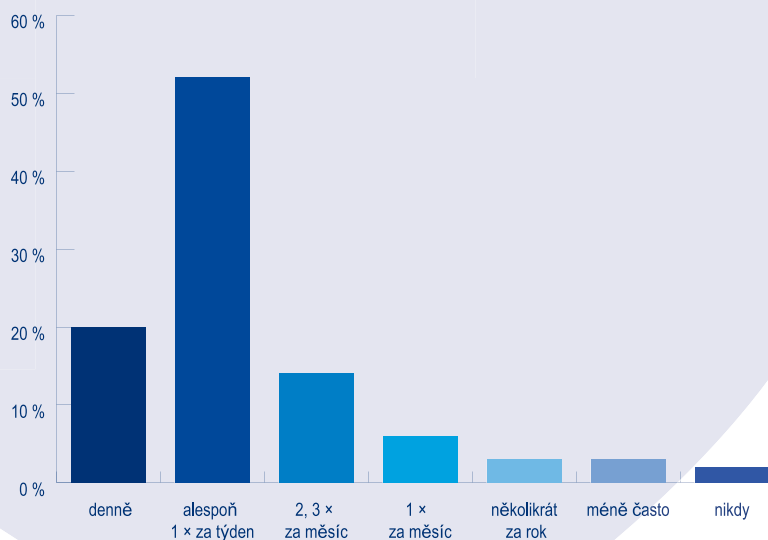
Většina respondentů by uvítala v okolí BB Centra zřízení supermarketu. Více než třetina (38 %) dotazovaných supermarket rozhodně chybí, dalším 31 % respondentů supermarket spíše chybí.



Odpověď	Počet odpovědí	Procento odpovědí
rozhodně chybí	288	38%
spíše chybí	236	31%
spíše nechybí	198	26%
rozhodně nechybí	38	5%

83. V případě, že by byl součástí areálu BB Centra supermarket, jak často byste jej navštěvoval/a?

Pokud by byl součástí areálu BB Centra supermarket, navštěvovala by jej více než polovina respondentů (52 %) alespoň 1 x za týden. 20 % dotazovaných dokonce uvedlo, že by v supermarketu nakupovali denně. Dvakrát až třikrát za měsíc by zde nakoupilo 14 % respondentů.



Frekvence návštěv	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	153	20%
alespoň 1x za týden	395	52%
2, 3x za měsíc	104	14%
1x za měsíc	47	6%
několikrát za rok	20	3%
méně často	19	3%
nikdy	18	2%

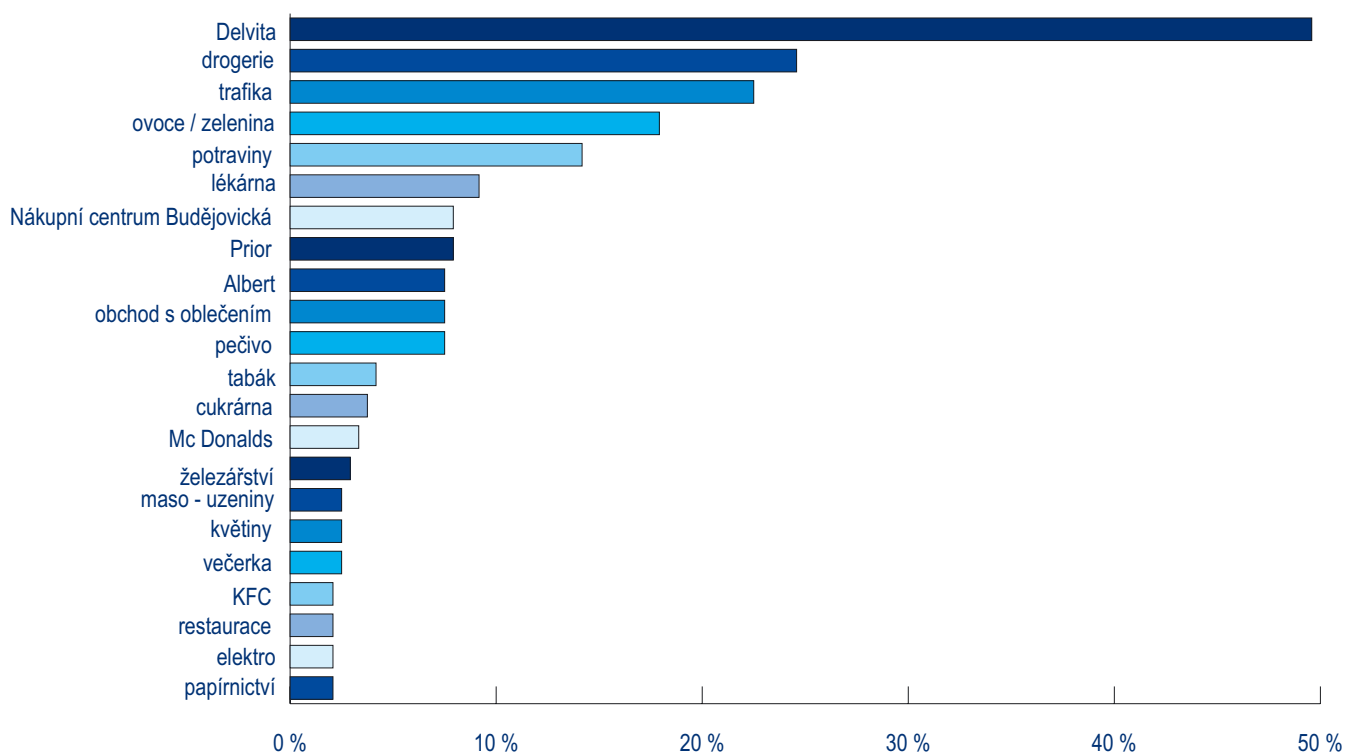
84. Jaké obchody navštěvujete nejčastěji?
(obchody poblíž BB Centra , nebo na Budějovické)

Dotázaní respondenti v okolí areálu nejvíce nakupují předměty každodenní potřeby. Prakticky polovina odpovídajících navštěvuje v okolí BB Centra nejčastěji supermarket Delvita. Čtvrtina respondentů nakupuje v okolí pracoviště v drogerii, o něco méně respondentů (necelých 18 %) preferuje nákupy ovoce a zeleniny. 22,5 % pravidelně nakupuje také v trafice

Analýza návštěvnosti okolních obchodů.

Počet platných odpovědí = 240

Obchody	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Delvita	119	49.58
drogerie	59	24.58
trafika	54	22.50
ovoce zelenina	43	17.92
potraviny	34	14.17
lékárna	22	9.17
Nákupní centrum Budějovická	19	7.92
Prior	19	7.92
Albert	18	7.50
obchod s oblečením	18	7.50
pečivo	18	7.50
tabák	10	4.17
cukrárna	9	3.75
Mc Donalds	8	3.33
železářství	7	2.92
maso uzeniny	6	2.50
květiny	6	2.50
večerka	6	2.50
KFC	5	2.08
restaurace	5	2.08
elektro	5	2.08
papírnictví	5	2.08



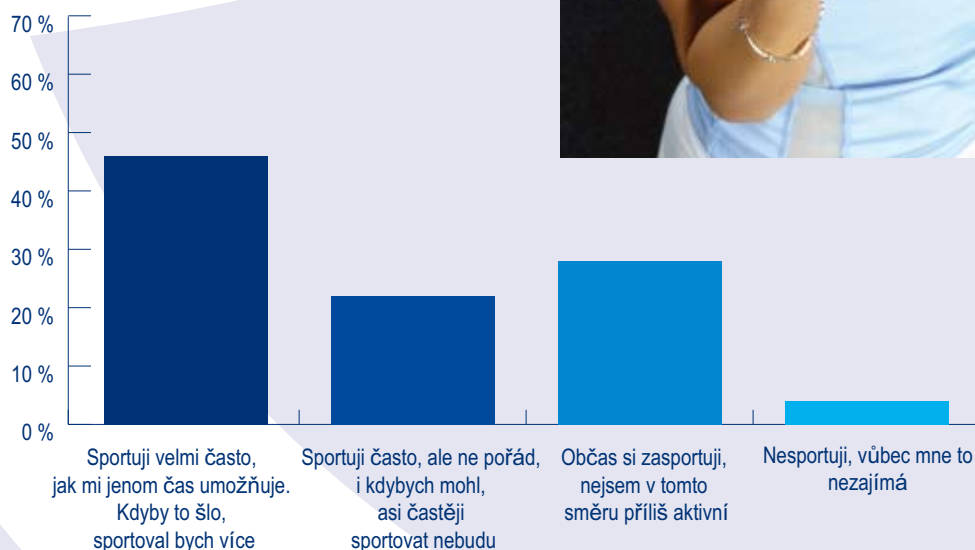
ŽIVOTNÍ STYL A VOLNOČASOVÉ AKTIVITY NOVÁ BRUMLOVKA

Úvod: Tento okruh se týká sportovních aktivit zaměstnanců, finanční náročnosti provozovaných sportů a finančního příspěvku zaměstnavatele na sportovní aktivity. Kromě obecně formulovaných otázek o frekvenci a délce sportovně relaxačních aktivit je zde také část věnována zjištění, jakým sportovním aktivitám se zaměstnanci věnují. Samostatnou část tvoří zhodnocení úrovně služeb a nabídky sportovního areálu „stará“ Brumlovka, který se nachází poblíž BB Centra. Podstatná část se zaměřuje na Novou Brumlovku, která se má stát podle záměru investora novým, moderním sportovně relaxačním centrem v bezprostředním sousedství BB Centra.

Výsledky dle otázek:

85. Jaký je Váš vztah k rekreačnímu, volnočasovému sportování?

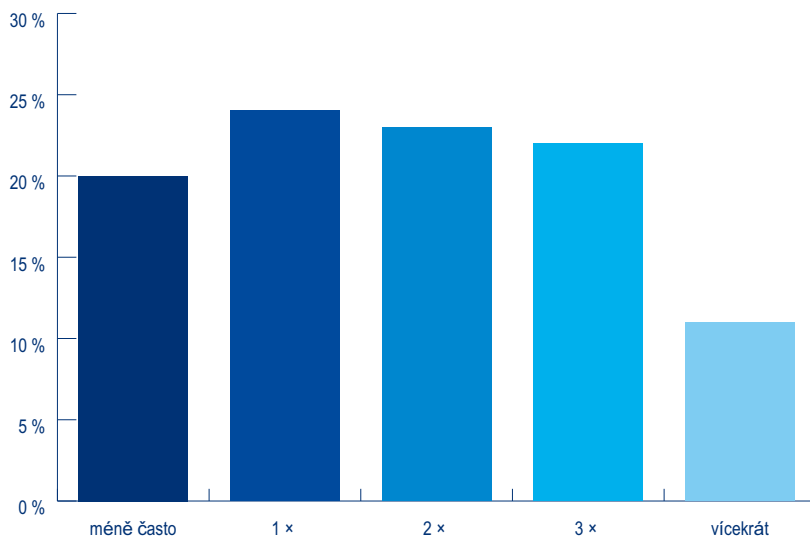
Chůť sportovat častěji než nyní, za předpokladu více volného času, vyjádřila téměř polovina (46 %) dotazovaných. Sportovat tak často, jako nyní by chtělo 22 % respondentů. Jako nepříliš aktivní v této oblasti se označilo 28 % dotázaných. Minimum respondentů nesportuje a ani je tato možnost nezajímá.



Nabídka odpovědí	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Sportuji velmi často, jak mi jenom čas umožňuje. Kdyby to šlo, sportoval bych více.	386	46%
Sportuji často, ale ne pořád, i kdybych mohl, asi častěji sportovat nebudu.	185	22%
Občas si zasportuji, nejsem v tomto směru příliš aktivní.	236	28%
Nesportuji, vůbec mne to nezajímá (pokračujte otázkou č. 94).	35	4%

86. Kolikrát týdně chodíte sportovat?

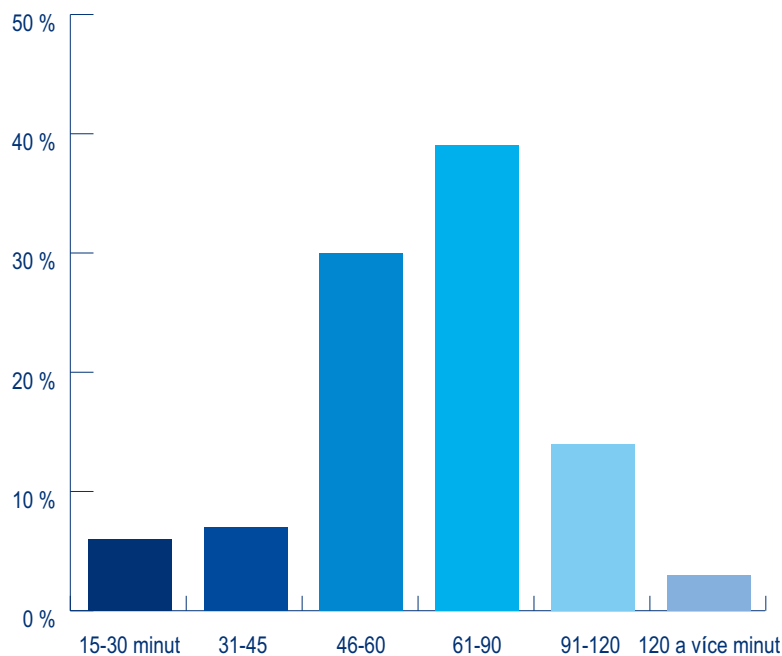
Třetina dotazovaných sportuje minimálně 3 × týdně. Téměř polovina respondentů chodí sportovat jednou nebo dvakrát týdně, pouze 20 % uvádí, že sportuje méně často.



Frekvence návštěv	Počet odpovědí	Procento odpovědí
méně často	154	20%
1x	190	24%
2x	184	23%
3x	174	22%
vícekrát	85	11%

87. Kolik času průměrně zabere Váš běžný sportovní výkon?

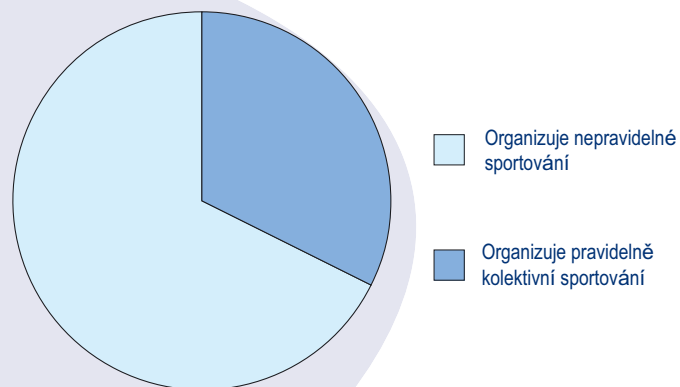
Respondenti nejčastěji sportují 60–90 minut nebo 45–60 minut (celkem 69 %).



Čas	Počet odpovědí	Procento odpovědí
15-30 minut	27	6%
31-45	30	7%
46-60	131	30%
61-90	167	39%
91-120	60	14%
120 a více minut	15	3%

88. Podporuje Váš zaměstnavatel sportovní aktivity některým z uvedených způsobů?

Dvě třetiny zaměstnavatelů organizují pravidelné kolektivní sportování. Dvě třetiny firem též zajišťují svým zaměstnancům nepravidelné sportovní aktivity.



Podpora zaměstnavatelem	Organizuje pravidelně kolektivní sportování	Organizuje nepravidelné sportování
ano	33%	69%

89. Umožňuje Vám zaměstnavatel provozovat sportovní a rekreační aktivity v pracovní době?

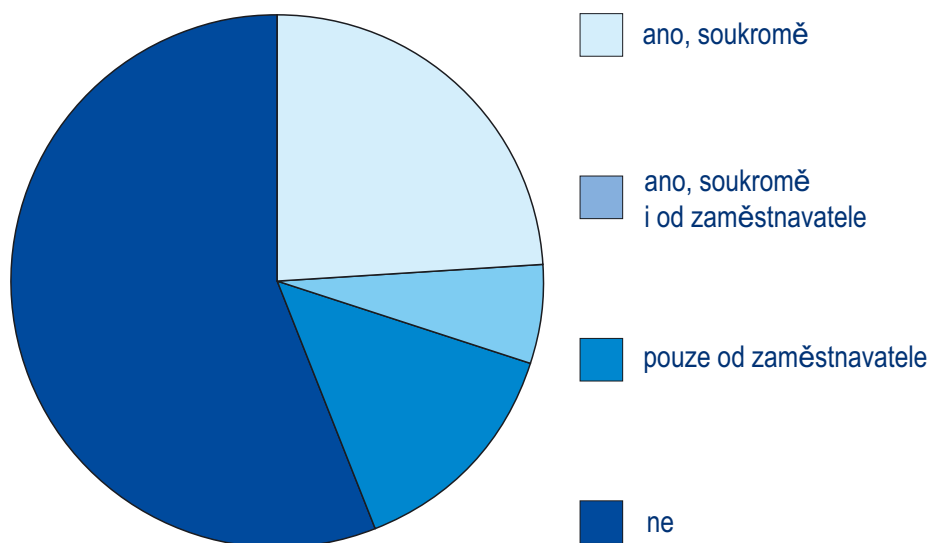
Téměř třem čtvrtinám dotázaných zaměstnavatel neumožňuje sportovat v pracovní době. V omezené míře může sportovat během pracovní doby téměř čtvrtina (23 %) respondentů. Minimum dotazovaných pak sportuje při pracovní době bez jakéhokoliv omezení.



Možnost sportovat	Počet odpovědí	Procento odpovědí
ano, bez omezení	17	4%
ano, v omezené míře	100	23%
ne	318	73%

90. Máte předplacené členství v některém ze sportovních center nebo klubů?

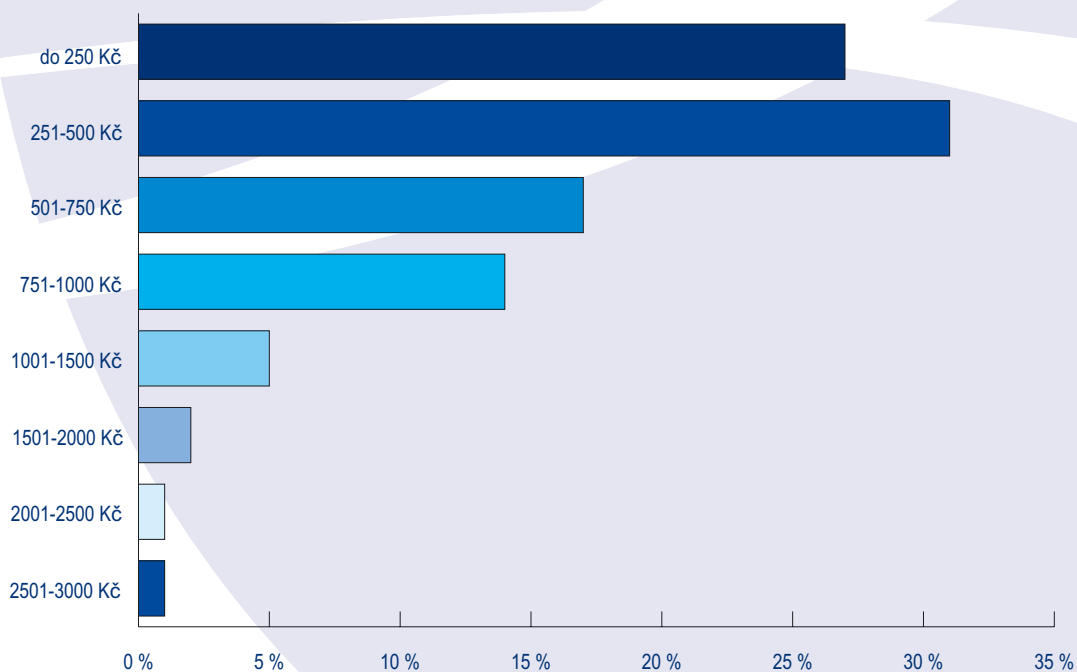
Nadpoloviční většina respondentů nemá předplacené členství v žádném ze sportovních center nebo klubů. Naopak čtvrtina respondentů se k takovému členství hlásí. Pouze 14 % dotázaných má členství ve sportovním klubu předplacené od zaměstnavatele.



Předplacené členství	Počet odpovědí	Procento odpovědí
ano, soukromě	196	24%
ano, soukromě i od zaměstnavatele	50	6%
pouze od zaměstnavatele	109	14%
ne	448	56%

91. Jaká je měsíční cena členství?

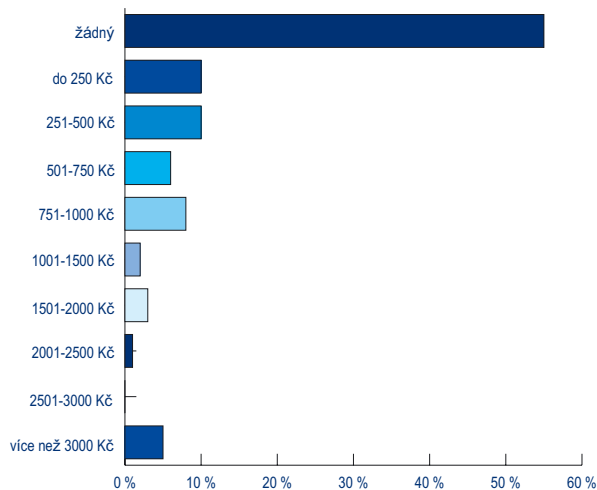
Nejčastěji se měsíční cena členství v některém ze sportovních klubů pohybuje od 251 do 500 Kč (31 %). Více než polovina respondentů (58 %) platí za členství v klubech do 500 Kč měsíčně.



Cena členství	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 250 Kč	80	27%
251-500 Kč	92	31%
501-750 Kč	51	17%
751-1000 Kč	43	14%
1001-1500 Kč	15	5%
1501-2000 Kč	6	2%
2001-2500 Kč	4	1%
2501-3000 Kč	4	1%

92. Jak vysoký je měsíční příspěvek zaměstnavatele na členství?

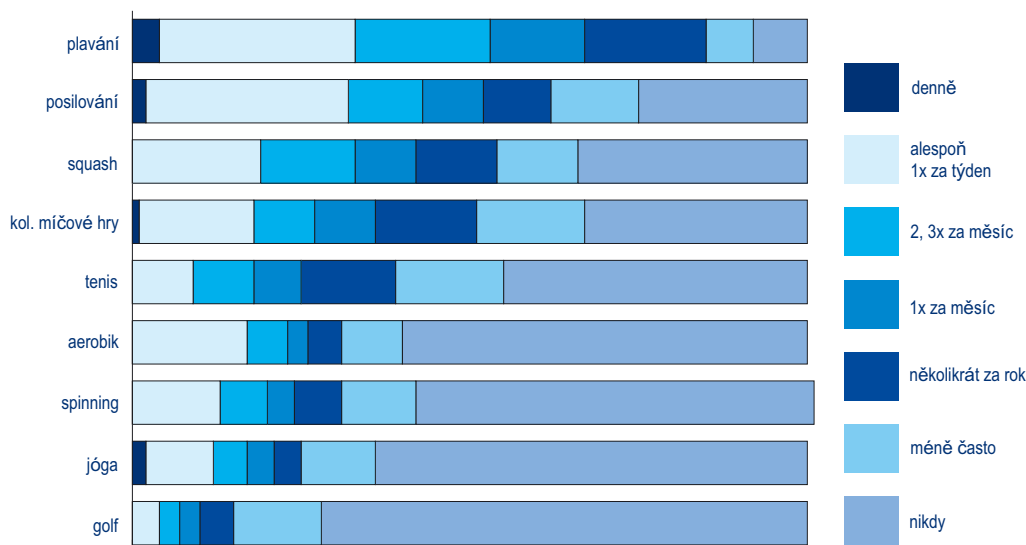
Více než polovina (55 %) respondentů uvedla, že od svého zaměstnavatele nedostává žádný příspěvek na sportovní aktivity. Příspěvek ve výši do 250 Kč a 251–500 Kč pak dostává vždy 10 % dotázaných sportovců. Větší finanční podíl na sportovních aktivitách zaměstnanců uvádí, v případě svých firem, čtvrtina respondentů.



Příspěvek na členství	Počet odpovědí	Procento odpovědí
žádný	68	55%
do 250 Kč	12	10%
251-500 Kč	13	10%
501-750 Kč	8	6%
751-1000 Kč	10	8%
1001-1500 Kč	2	2%
1501-2000 Kč	4	3%
2001-2500 Kč	1	1%
2501-3000 Kč		0%
více než 3000 Kč	6	5%

93. Jak často se věnujete následujícím aktivitám?

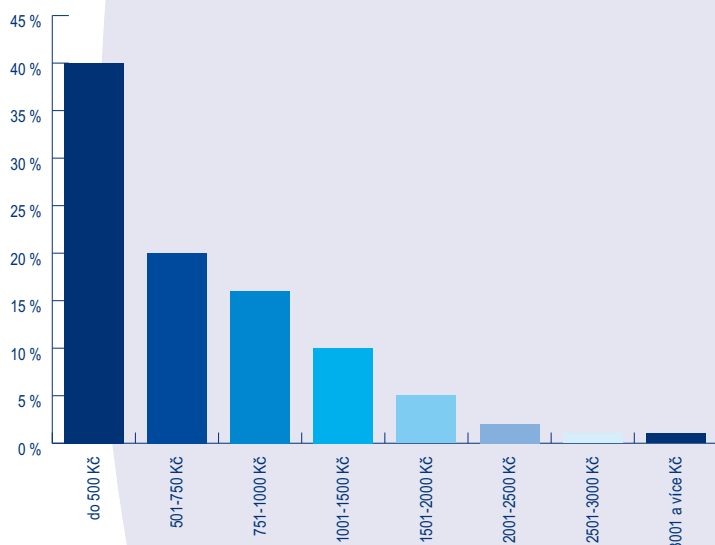
Mezi nejoblíbenější sportovní aktivity patří jednoznačně plavání, kterému se alespoň v minimální míře věnuje 92 % sportovně aktivních zaměstnanců. Na dalším místě jsou podobně atraktivní sportovní aktivity: posilování, squash a kolektivní míčové hry, kterým se věnuje minimálně 66 % – 75 %. Mezi méně oblíbené aktivity, kterým se věnuje alespoň občas méně než 65 % sportovně zaměřených zaměstnanců, patří tenis, aerobik, spinning a úplně okrajovou záležitostí je golf.



	denně	alespoň 1x za týden	2, 3x za měsíc	1x za měsíc	několikrát za rok	méně často	nikdy
plavání	4%	29%	20%	14%	18%	7%	8%
posilování	2%	30%	11%	9%	10%	13%	25%
squash	0%	19%	14%	9%	12%	12%	34%
kol. míčové hry	1%	17%	9%	9%	15%	16%	33%
tenis	0%	9%	9%	7%	14%	16%	45%
aerobik	0%	17%	6%	3%	5%	9%	60%
spinning	0%	13%	7%	4%	7%	11%	59%
jóga	2%	10%	5%	4%	4%	11%	64%
golf	0%	4%	3%	3%	5%	13%	72%

94. Jakou částku měsíčně investujete do sportovních aktivit?

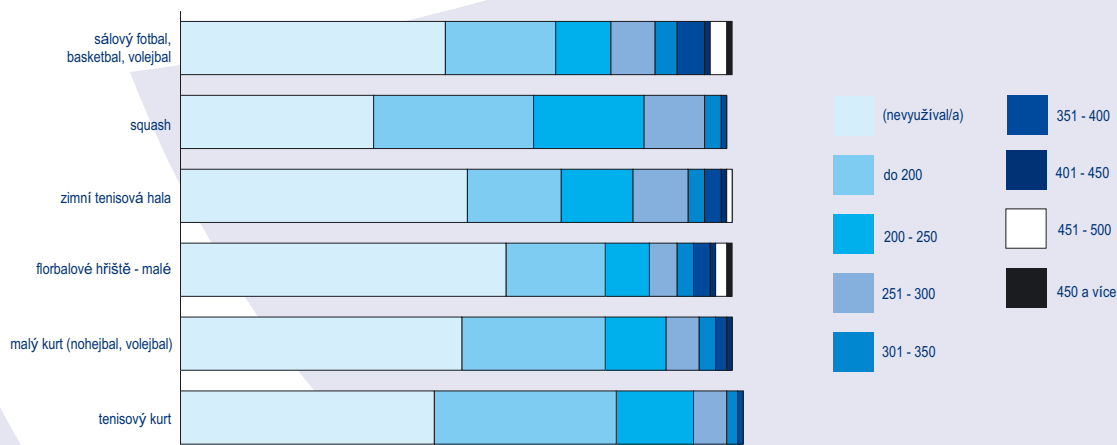
Do sportovních aktivit obecně investuje 40 % dotazovaných méně než 500 Kč za měsíc. 501–750 Kč vydá za své sportování 20 % respondentů, 751–1000 Kč vynaloží 16 % sportujících zaměstnanců. 17 % dotázaných utratí 1000–2000 Kč měsíčně.



Částka	Počet odpovědí	Procento odpovědí
do 500 Kč	310	40%
501-750 Kč	156	20%
751-1000 Kč	127	16%
1001-1500 Kč	80	10%
1501-2000 Kč	44	5%
2001-2500 Kč	16	2%
2501-3000 Kč	10	1%
3001 a více Kč	14	1%

95. Kolik byste byl/a ochoten/a zaplatit za hodinový pronájem sportovišť pro následující aktivity v okolí BB Centra ?

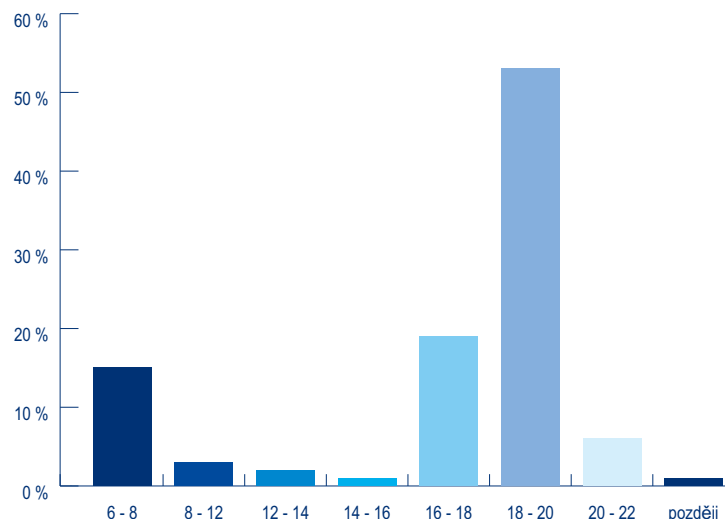
Nejvíce návštěvníků by ze sportovišť umístěných v okolí BB Centra mělo hřiště na squash s preferovanou částkou za pronájem do 200 Kč za hodinu.



Cena hodinového pronájmu	sálový fotbal, basketbal, volejbal	squash	zimní tenisová hala	florbalové hřiště – malé	malý kurt (nohejbal, volejbal)	tenisový kurt
(nevyužíval/a)	48%	35%	52%	59%	51%	46%
do 200	20%	29%	17%	18%	26%	33%
200 - 250	10%	20%	13%	8%	11%	14%
251 - 300	8%	11%	10%	5%	6%	6%
301 - 350	4%	3%	3%	3%	3%	2%
351 - 400	5%	1%	3%	3%	2%	1%
401 - 450	1%	0%	1%	1%	1%	0%
451 - 500	3%	0%	1%	2%	0%	0%
450 a více	1%	0%	0%	1%	0%	0%

96. Jaká doba pro sportování by Vám nejvíce vyhovovala v pracovních dnech?

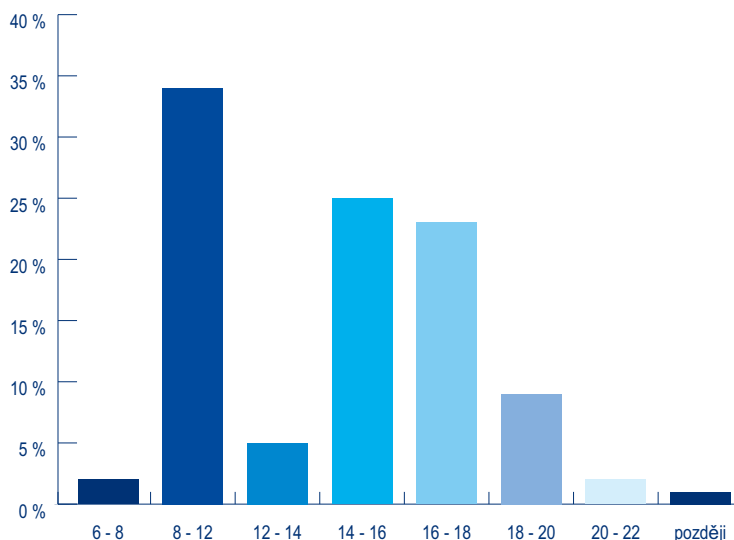
Jako optimální dobu pro své sportovní aktivity v pracovních dnech si více než polovina respondentů vybrala podvečer (18–20 hod.). 19 % respondentů by rádo trávilo na sportovištích dobu mezi 16.00 a 18.00 hodinou, naopak ranní hodiny preferuje 15 %.



Čas	Počet odpovědí	Procento odpovědí
dříve	3	0%
6 – 8	115	15%
8 – 12	21	3%
12 – 14	18	2%
14 - 16	5	1%
16 – 18	147	19%
18 – 20	411	53%
20 - 22	50	6%
později	4	1%

97. Jaká doba pro sportování by Vám nejvíce vyhovovala o víkendech a svátcích?

O víkendech a svátcích by nejvíce respondentů sportovalo v dopoledních (34 %), odpoledních (25 %) nebo opět podvečerních (23 %) hodinách. Nejmenší zájem projevili dotázaní o sportování v časných ranních a pozdních večerních hodinách.

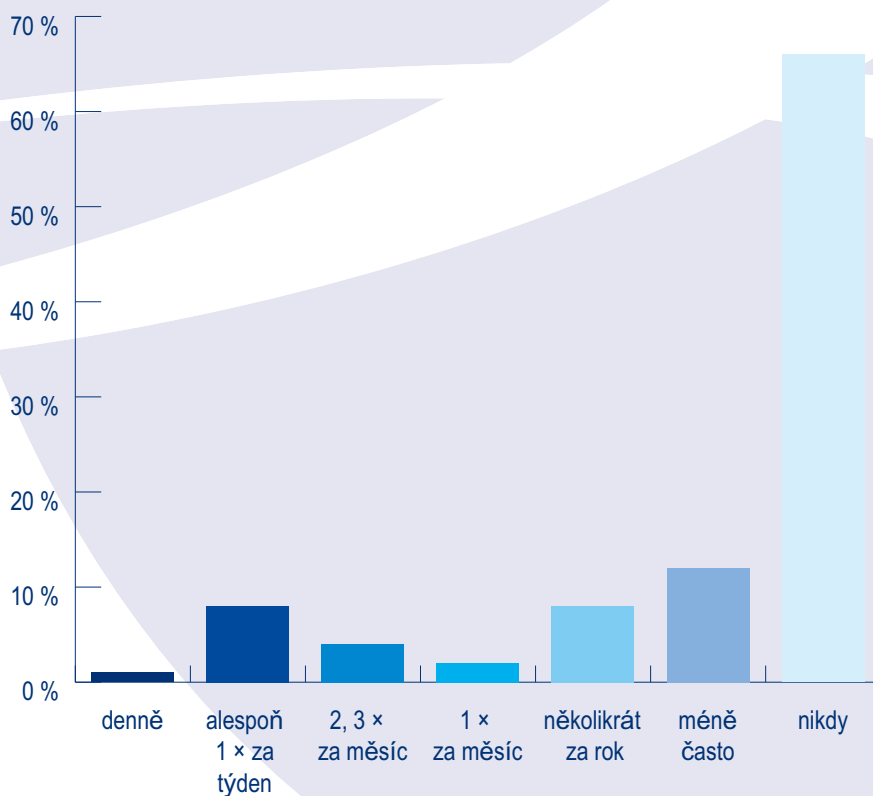


Čas	Počet odpovědí	Procento odpovědí
dříve	1	0%
6 – 8	11	2%
8 – 12	246	34%
12 – 14	33	5%
14 - 16	180	25%
16 – 18	163	23%
18 – 20	68	9%
20 - 22	18	2%
později	4	1%

STARÁ BRUMLOVKA

98. Navštívujete sportovní centrum Brumlovka?

Sportovní centrum „stará“ Brumlovka nepatří mezi oblíbené sportovní areály. Přestože je v BB Centru 68 % zaměstnanců se sportovním založením, služeb Brumlovky dosud nevyužilo plných 66 % zaměstnanců.



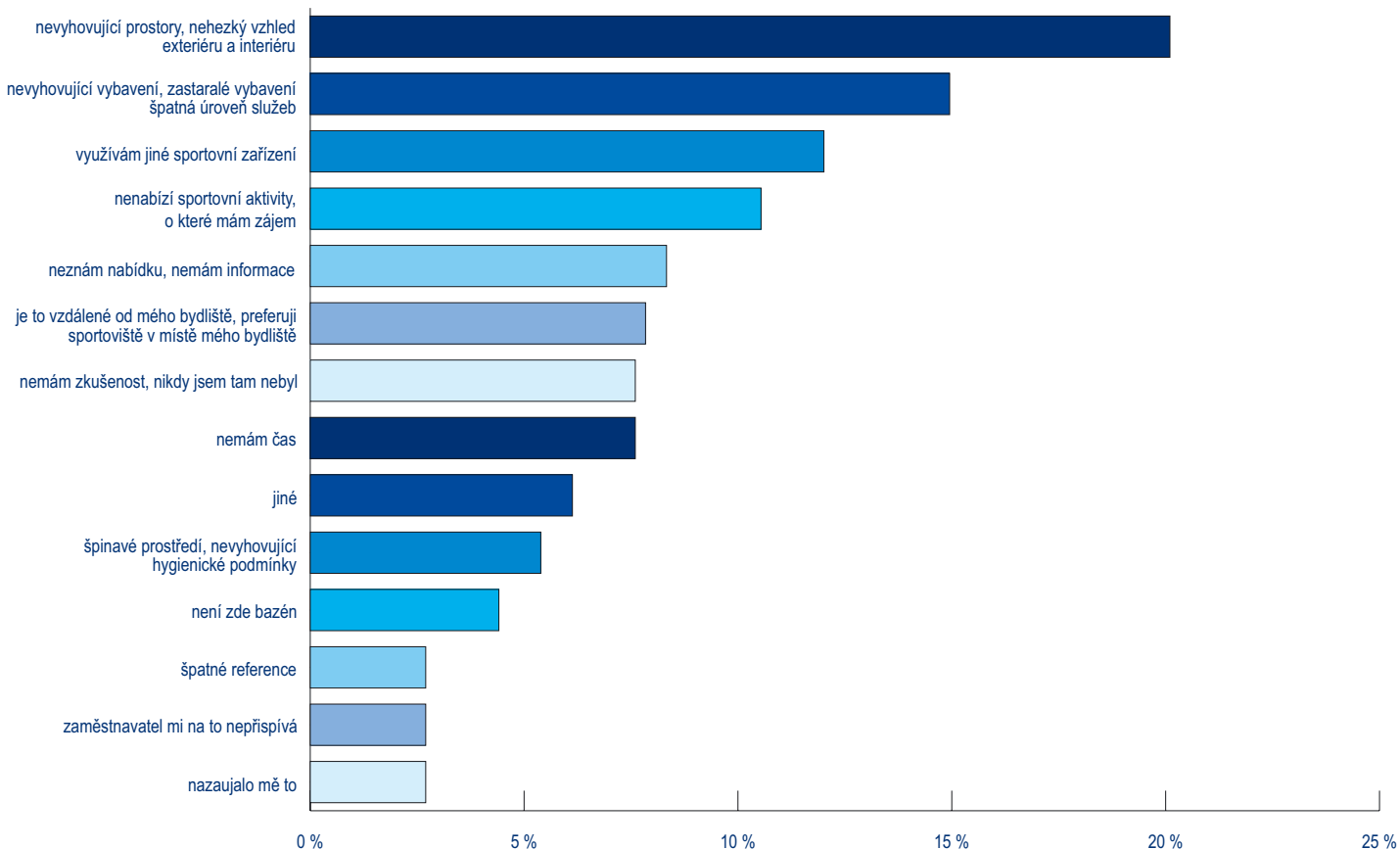
Návštěva centra	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	5	1%
alespoň 1x za týden	62	8%
2, 3x za měsíc	29	4%
1x za měsíc	16	2%
několikrát za rok	62	8%
méně často	96	12%
nikdy	534	66%

99. Vypište maximálně tři důvody seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý, proč nenavštěvujete sportovní centrum Brumlovka.

Od návštěvy sportovního centra Brumlovka odrazuje respondenty především neatraktivní vzhled a nekvalitní vybavení. Část dotázaných již dochází do jiného sportovního zařízení, případně postrádá širší nabídku sportovních aktivit, jež by uspokojily jejich zájem o aktivní vyžití.

Analýza důvodů nenavštěvování sportovního centrum Brumlovka.

Počet platných odpovědí = 408



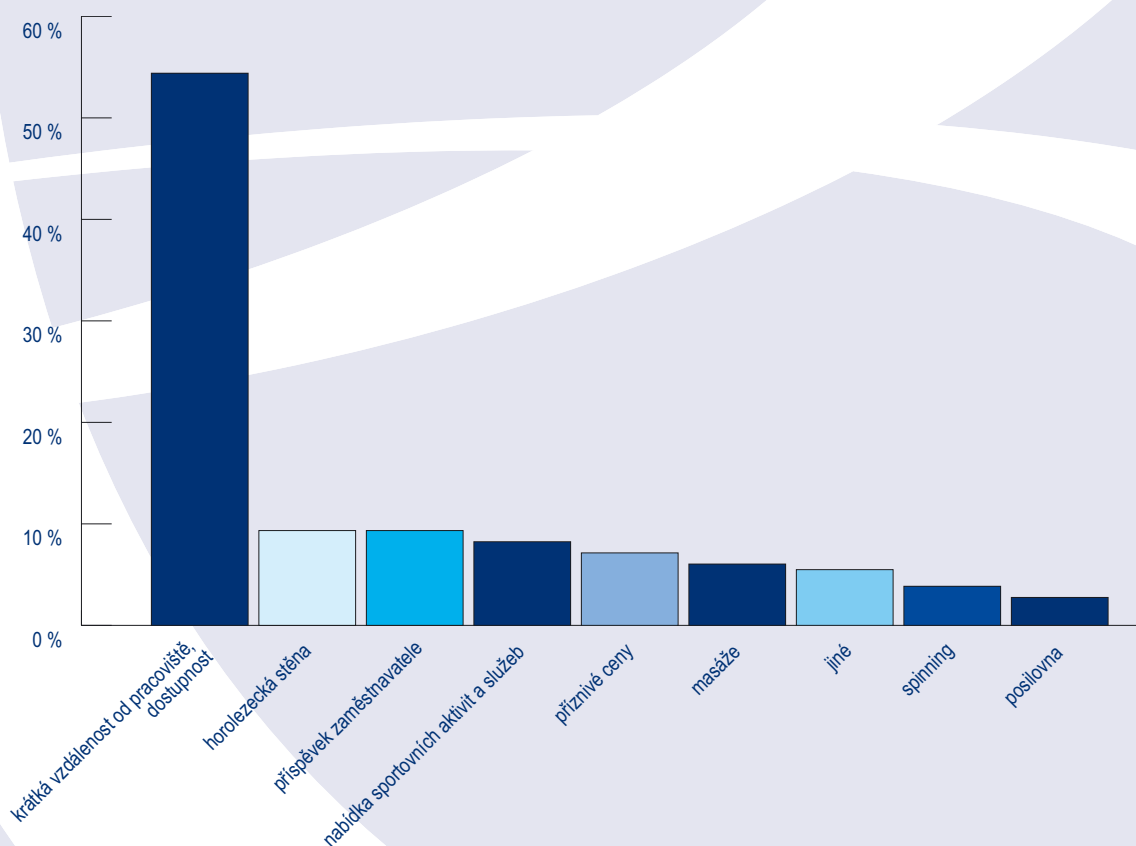
Důvod, proč respondenti nenavštěvují Brumlovku	Počet odpovědí	Procento odpovědí
nevyhovující prostory, nehezky vzhled exteriéru a interiéru	82	20.10
nevyhovující vybavení, zastaralé vybavení, špatná úroveň služeb	61	14.95
využívám jiné sportovní zařízení	49	12.01
nenabízí sportovní aktivity, o které mám zájem	43	10.54
neznám nabídku, nemám informace	34	8.33
je to vzdálené od mého bydliště, preferuji sportoviště v místě mého bydliště	32	7.84
nemám zkušenost, nikdy jsem tam nebyl	31	7.60
nemám čas	31	7.60
jiné	25	6.13
špinavé prostředí, nevyhovující hygienické podmínky	22	5.39
není zde bazén	18	4.41
špatné reference	11	2.70
zaměstnavatel mi na to nepřispívá	11	2.70
nezaujalo mě to	11	2.70

100. Vypište maximálně tři důvody seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý, proč navštěvujete sportovní centrum Brumlovka.

Více než polovina návštěvníků sportovního centra Brumlovka preferuje návštěvy tohoto sportovního centra zejména kvůli jeho blízkosti. Téměř 10 % sportovců sem přiláká horolezecká stěna, stejné množství využívá nabídek centra díky předplatnému zaměstnavatele.

Analýza důvodů navštěvování sportovního centra Brumlovka.

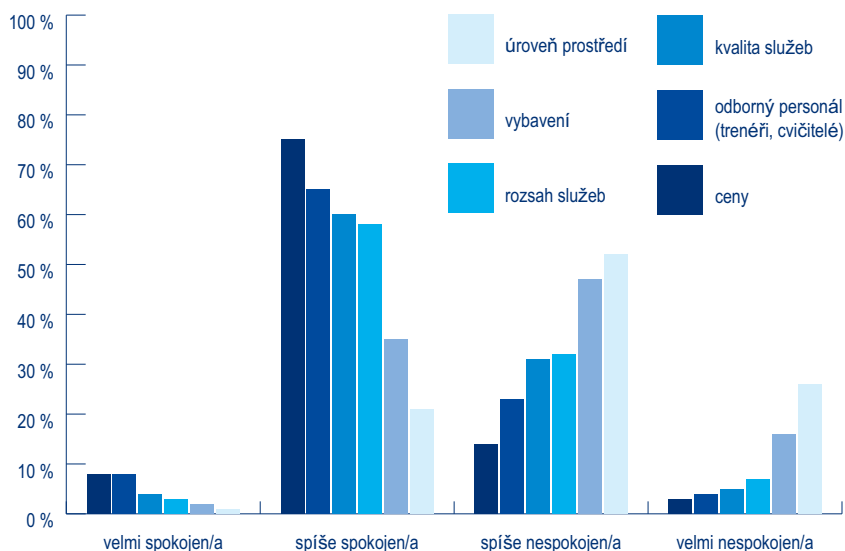
Počet platných odpovědí = 182



Důvod, proč respondenti navštěvují Brumlovku	Počet odpovědí	Procento odpovědí
krátká vzdálenost od pracoviště, dostupnost	99	54.40
horolezecká stěna	17	9.34
příspěvek zaměstnavatele	17	9.34
nabídka sportovních aktivit a služeb	15	8.24
příznivé ceny	13	7.14
masáže	11	6.04
jiné	10	5.49
spinning	7	3.85
posilovna	5	2.75

101. Jak hodnotíte služby Brumlovky?

Návštěvníci Brumlovky rozhodně pozitivně hodnotí ceny za služby nabízené v Brumlovce, ale těmto cenám zřejmě odpovídá i méně kvalitní vybavení a úroveň prostředí, které jsou hodnoceny spíše negativně.

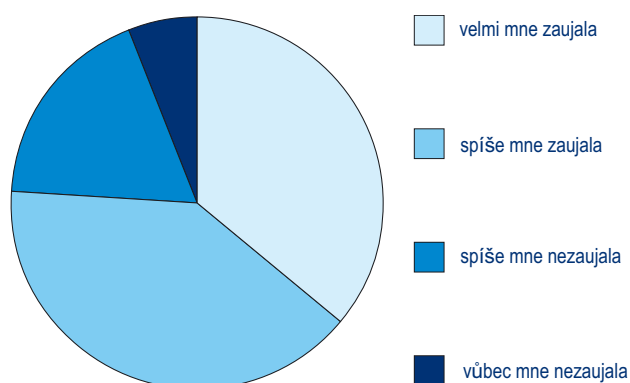


Hodnocení služeb Brumlovky	ceny	odborný personál (trenéři, cvičitelé)	kvalita služeb	rozsah služeb	vybavení	úroveň prostředí
velmi spokojen/a	8%	8%	4%	3%	2%	1%
spíše spokojen/a	75%	65%	60%	58%	35%	21%
spíše nespokojen/a	14%	23%	31%	32%	47%	52%
velmi nespokojen/a	3%	4%	5%	7%	16%	26%

NOVÁ BRUMLOVKA

102. Zaujala Vás prezentace prostor a nabídky Nové Brumlovky?

Prezentace prostoru a nabídky Nové Brumlovky v různé míře zaujala více než tři čtvrtiny oslovených.



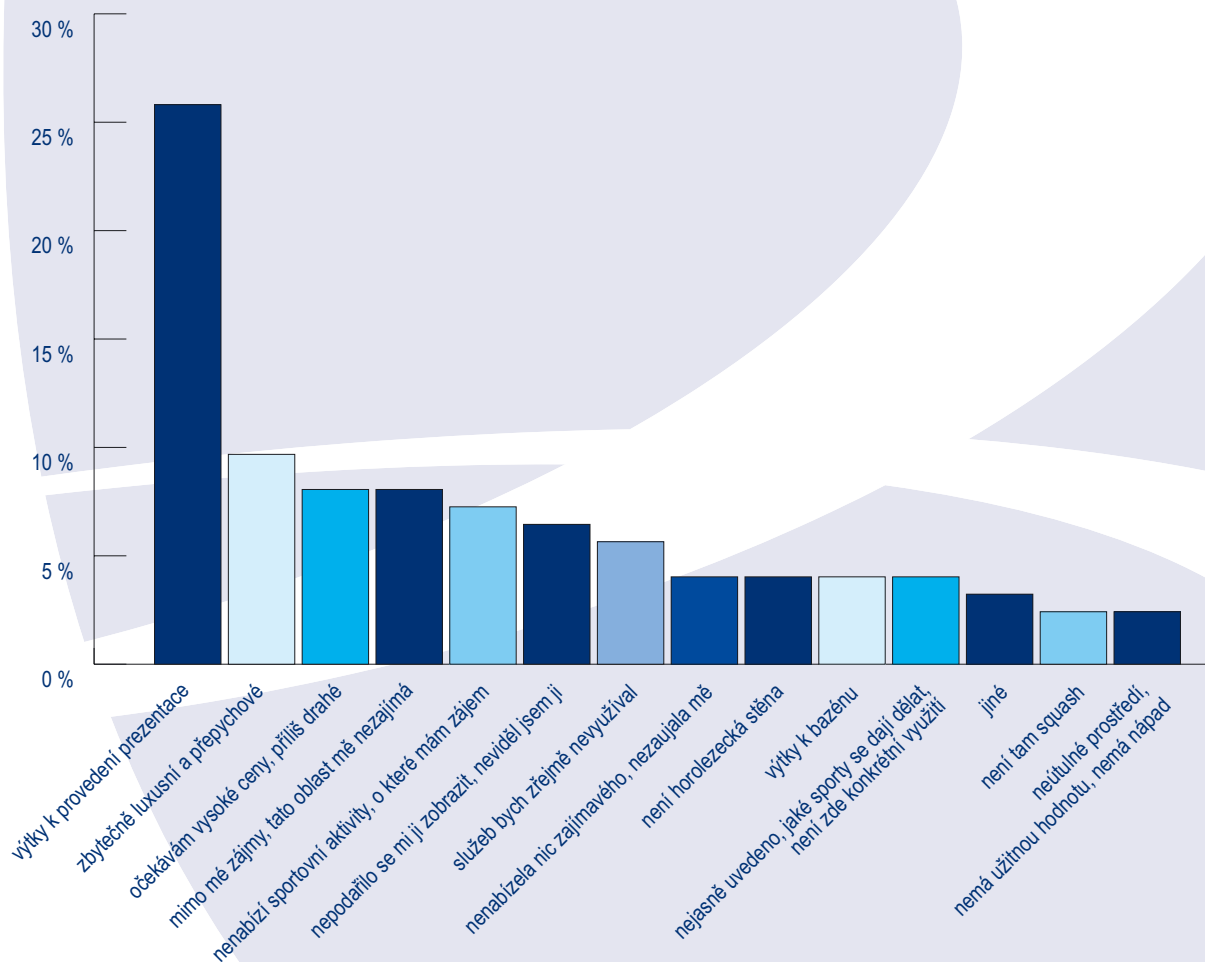
Odpověď	Počet odpovědí	Procento odpovědí
velmi mne zaujala	294	36%
spíše mne zaujala	326	40%
spíše mne nezaujala	143	18%
vůbec mne nezaujala	51	6%

103. Uvedte maximálně tři důvody seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý, proč Vás prezentace nezaujala.

Pomineme-li výtky k vlastnímu provedení prezentace, jež měla čtvrtina hodnotících, vytýkají respondenti novému návrhu především příliš luxusní pojetí, jež v nich vyvolává domněnku, že služby centra Nová Brumlovka budou příliš drahé.

Analýza důvodů nižší zajímavosti prezentace

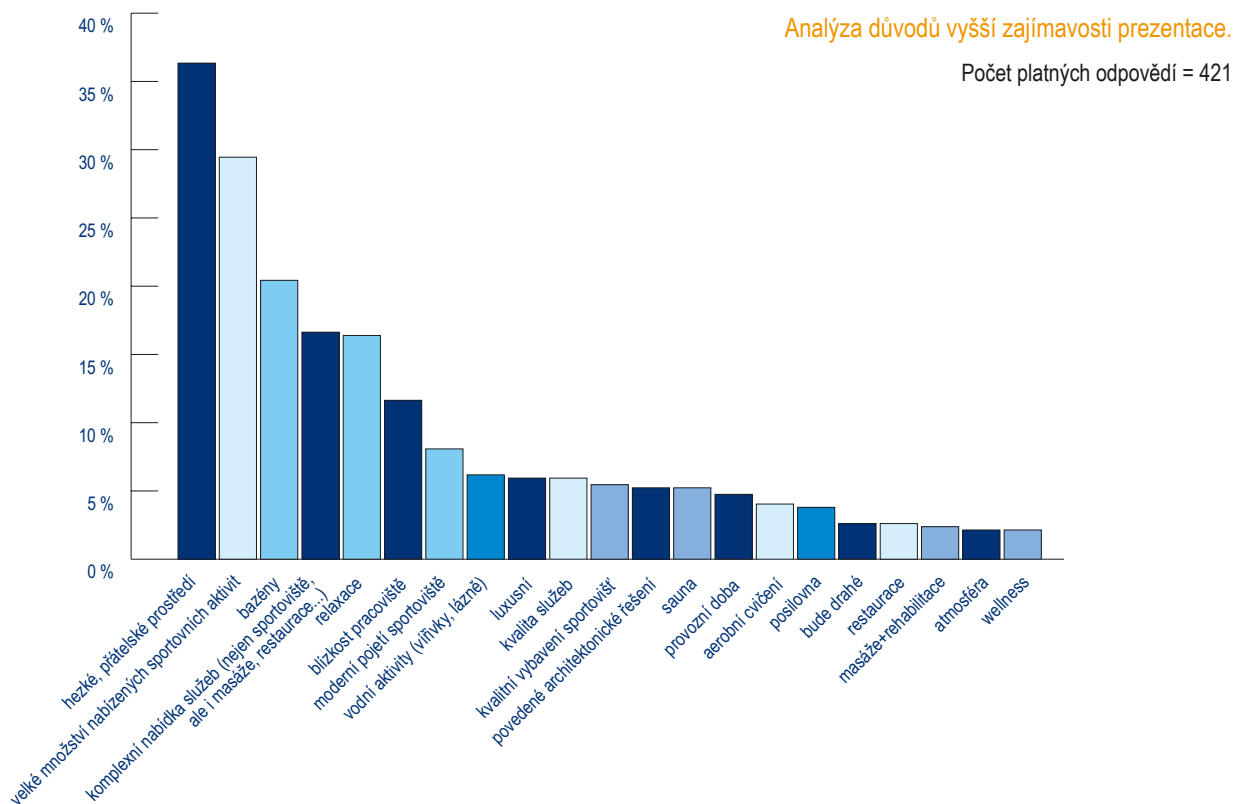
Počet platných odpovědí = 124



Důvod, proč respondenty prezentace nezaujala	Počet odpovědí	Procento odpovědí
výtky k provedení prezentace	32	25.81
zbytečně luxusní a přepychové	12	9.68
očekávám vysoké ceny, příliš drahé	10	8.06
mimo mé zájmy, tato oblast mě nezajímá	10	8.06
nenabízí sportovní aktivity, o které mám zájem	9	7.26
nepodařilo se mi ji zobrazit, neviděl jsem ji	8	6.45
služeb bych zřejmě nevyužíval	7	5.65
nenabízela nic zajímavého, nezaujala mě	5	4.03
není tam horolezecká stěna	5	4.03
výtky k bazénu	5	4.03
nejasně uvedeno, jaké sporty se dají dělat, není zde konkrétní využití	5	4.03
jiné	4	3.23
není tam squash	3	2.42
neútulné prostředí, nemá užitnou hodnotu, nemá nápad	3	2.42

104. Uveďte maximálně tři důvody seřazené podle priorit od nejdůležitější po nejméně důležitý, čím Vás prezentace zaujala.

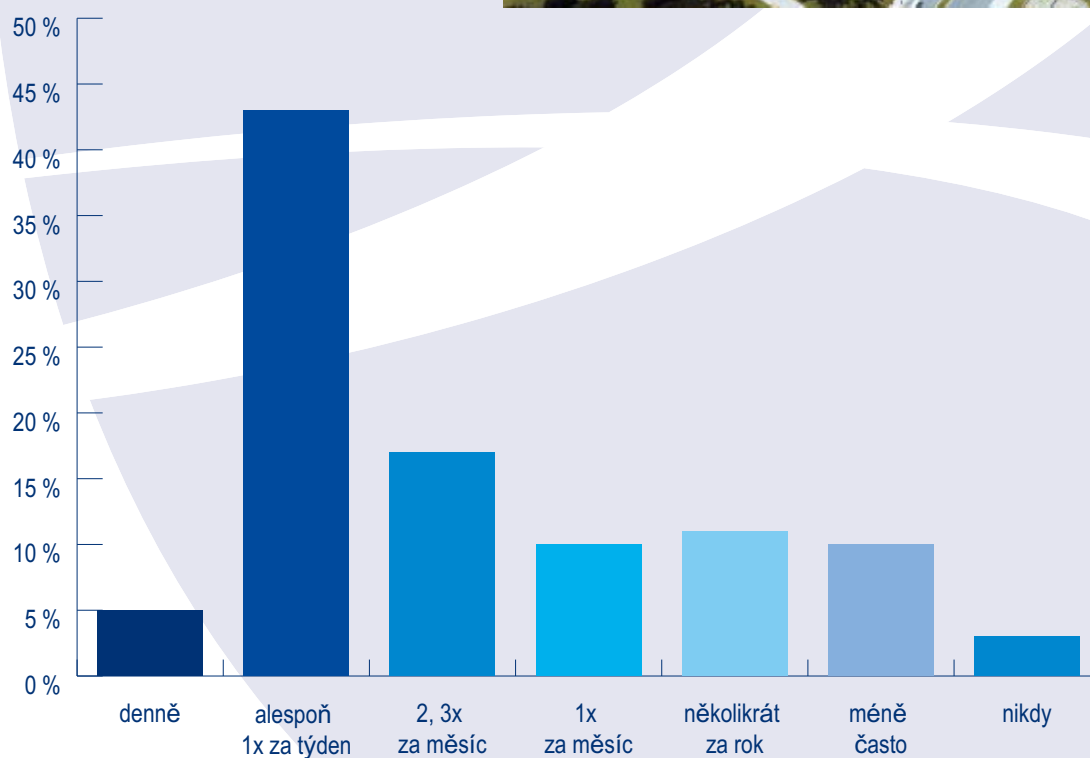
Při prezentaci projektu Nové Brumlovky na respondenty nejvíce zapůsobilo hezké prostředí (36 %). Pozitivně bylo vnímáno také nabízené množství sportovních aktivit (29 %), z nichž dotazovaní vyzdvihli zejména možnost plavání (ve 20 %).



Důvod, proč respondenty prezentace zaujala	Počet odpovědí	Procento odpovědí
hezké, přátelské prostředí	153	36.34
velké množství nabízených sportovních aktivit	124	29.45
bazény	86	20.43
komplexní nabídka služeb (nejen sportoviště, ale i masáže, restaurace...)	70	16.63
relaxace	69	16.39
blízkost pracoviště	49	11.64
moderní pojetí sportoviště	34	8.08
vodní aktivity (vířivky, lázně)	26	6.18
luxusní	25	5.94
kvalita služeb	25	5.94
kvalitní vybavení sportovišť	23	5.46
povedené architektonické řešení	22	5.23
sauna	22	5.23
provozní doba	20	4.75
aerobní cvičení	17	4.04
posilovna	16	3.80
bude drahé	11	2.61
restaurace	11	2.61
masáže+rehabilitace	10	2.38
atmosféra	9	2.14
wellness	9	2.14

105. Jak často budete podle Vašeho odhadu Novou Brumlovku navštěvovat?

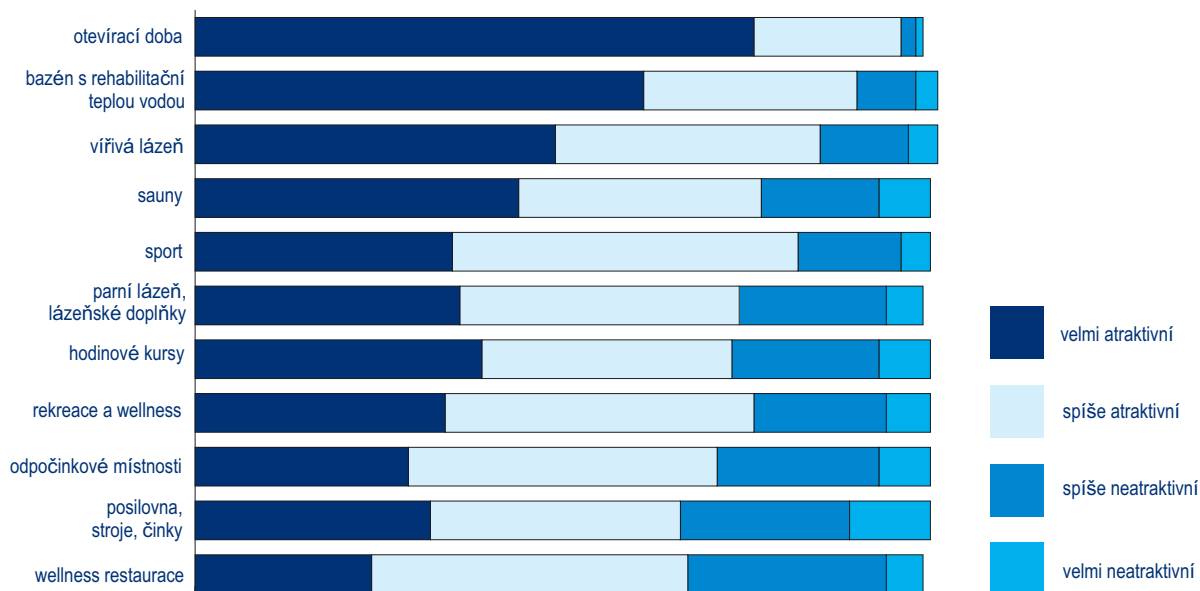
Prezentované prostory Nové Brumlovky by přilákaly 43 % respondentů k návštěvě uskutečňované s týdenní pravidelností. Více než čtvrtina dotazovaných by nové centrum navštěvovala alespoň 1x měsíčně. 21 % dotázaných by Novou Brumlovku navštívilo méně často, naopak denně bychom v Nové Brumlovce potkali 5 % respondentů.



Návštěvy Nové Brumlovky	Počet odpovědí	Procento odpovědí
denně	39	5%
alespoň 1x za týden	334	43%
2, 3x za měsíc	133	17%
1x za měsíc	79	10%
několikrát za rok	86	11%
méně často	76	10%
nikdy	23	3%

106. Do jaké míry jsou pro Vás parametry Nové Brumlovky atraktivní?

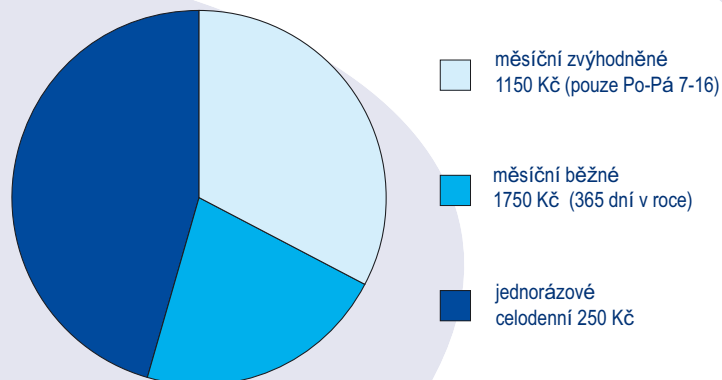
Všechny prezentované služby Nové Brumlovky jsou považovány za značně atraktivní. Nejlépe je respondenty hodnocena široká otvírací doba.



Atraktivita parametrů	velmi atraktivní	spíše atraktivní	spíše neatraktivní	velmi neatraktivní
otevírací doba	76%	20%	2%	1%
bazén s rehabilitační teplou vodou	61%	29%	8%	3%
vířivá lázeň	49%	36%	12%	4%
sauny	44%	33%	16%	7%
sport	35%	47%	14%	4%
parní lázeň, lázeňské doplňky	36%	38%	20%	5%
hodinové kursy	39%	34%	20%	7%
rekreace a wellness	34%	42%	18%	6%
odpočinkové místnosti	29%	42%	22%	7%
posilovna, stroje, činky	32%	34%	23%	11%
wellness restaurace	24%	43%	27%	5%

107. Jaký způsob placení za uvedené služby byste preferoval/a?

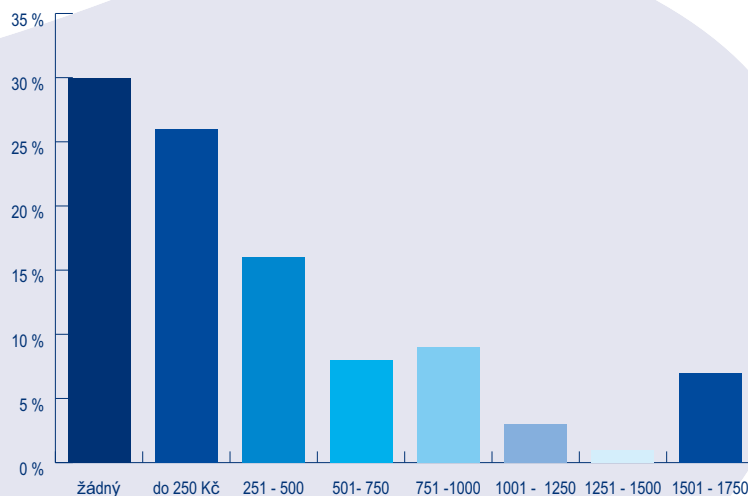
Téměř polovina dotázaných by preferovala celodenní vstupné do sportovního centra ve výši 250 Kč. Třetina respondentů by raději zaplatila měsíční zvýhodněné vstupné, 22 % by upřednostnilo běžné měsíční předplatné.



Způsob placení	Počet odpovědí	Procento odpovědí
měsíční zvýhodněné 1150 Kč (pouze Po-Pá 7-16)	249	33%
měsíční běžné 1750 Kč (365 dní v roce)	167	22%
jednorázové - celodenní 250 Kč	348	46%

108. Jak vysoký příspěvek zaměstnavatele očekáváte?

30 % dotázaných očekává, že by se v případě otevření nového sportovního centra od svého zaměstnavatele nedočkala žádné finanční podpory. S příspěvkem do výše 250 Kč měsíčně počítá více než čtvrtina potenciálních návštěvníků. Vyšší spoluúčast na zaměstnaneckých sportovních aktivitách pak očekává zbylá část aktivních sportovců.

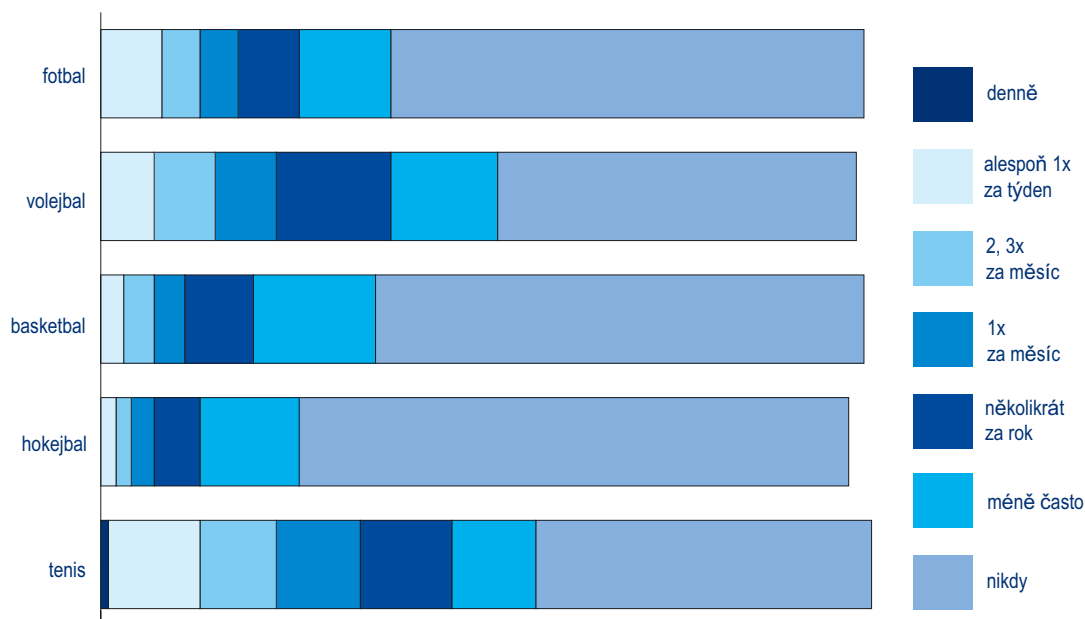


Výše příspěvku	Počet odpovědí	Procento odpovědí
žádný	128	30%
do 250 Kč	113	26%
251 - 500	67	16%
501 - 750	35	8%
751 -1000	37	9%
1001 - 1250	14	3%
1251 - 1500	6	1%
1501 - 1750	30	7%

109. V případě, že bude poblíž Nové Brumlovky k dispozici venkovní hřiště, pro které sporty a jak často byste jej využíval/a?

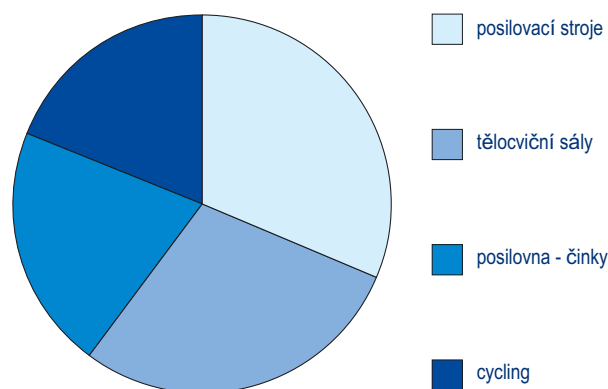
Součástí Nové Brumlovky mohou být také venkovní hřiště. Největší využití je možné očekávat u tenisového (56 % zaměstnanců) a volejbalového hřiště (53 % zaměstnanců).

Frekvence využití hřiště	fotbal	volejbal	basketbal	hokejbal	tenis
nikdy	62%	47%	64%	72%	44%
méně často	12%	14%	16%	13%	11%
několikrát za rok	8%	15%	9%	6%	12%
1x za měsíc	5%	8%	4%	3%	11%
2, 3x za měsíc	5%	8%	4%	2%	10%
alespoň 1x za týden	8%	7%	3%	2%	12%
denně	0%	0%	0%	0%	1%



110. Které sportovní aktivity z nabídky Nové Brumlovky budete využívat?

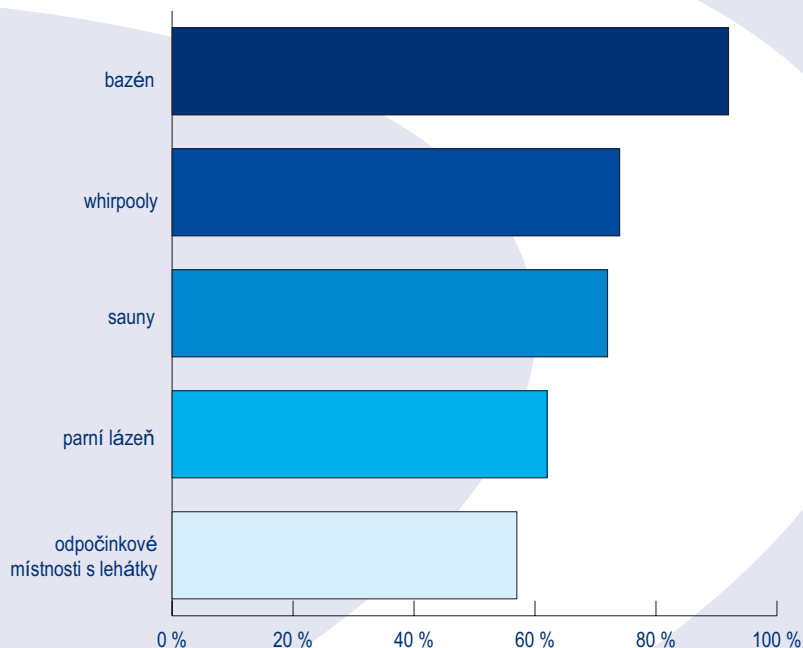
Z nabídky sportovišť Nové Brumlovky by respondenti nejvíce využili posilovnu (zde pak nejvíce posilovací stroje) a tělocvičny.



Sportovní aktivity	posilovací stroje	tělocviční sály	posilovna – činky	cycling
	63%	58%	42%	38%

111. Které relaxační aktivity z nabídky Nové Brumlovky budete využívat?

Při relaxačních aktivitách v prostorách nové Brumlovky by respondenti nejvíce využili bazén (92 %) a ostatní „mokrý“ způsoby relaxace (whirpools, parní lázeň). Téměř tři čtvrtiny sportovců se vyslovily i pro saunu a nadpoloviční většina by přivítala přítomnost odpočinkových místností s lehátky.



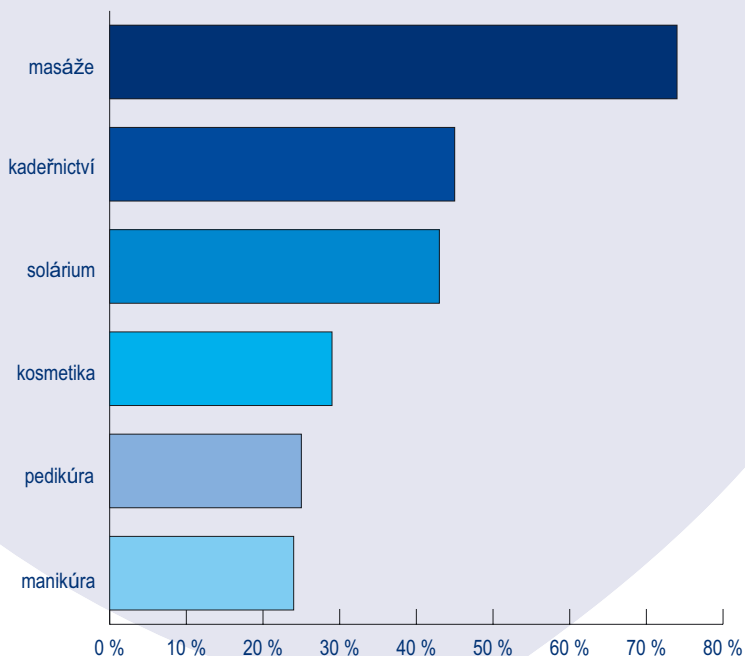
Relaxační aktivity	sauny	bazén	whirpools	parní lázeň	odpočinkové místnosti s lehátky
	72%	92%	74%	62%	57%

112. Které další samostatně zpoplatněné služby Nové Brumlovky budete využívat?

Z dalších služeb by dotazovaní upřednostnili zejména masáže (téměř tři čtvrtiny dotázaných), skoro polovina respondentů by přivítala i možnost návštěvy solária či kadeřníka. Menší zájem pak projevili respondenti (pravděpodobně muži) o další kosmetické služby.

VYUŽITÍ NOVÉ BRUMLOVKY – ŽENY VS MUŽI

Míra využití placených služeb Nové Brumlovky se výrazně liší při rozdělení zájmu podle pohlaví. Výrazně vyšší zájem o služby projevují ženy. Nejvíce podobný je zájem v oblasti služeb u masáží, kde rozdíl činí pouze 15 procent, naopak nejmarkantnější rozdíl je u kosmetických služeb, pedikúry a manikúry jak ilustruje následující graf.



Služby	masáže	solárium	kadeřnictví	kosmetika	manikúra	pedikúra
	74%	43%	45%	29%	24%	25%

ZÁVĚREČNÝ KOMENTÁŘ

Porovnáme-li data o čistém příjmu respondentů s průzkumem lokality BB Centra 2001 (dále jen PL 01), je jediným rozdílem výše čistého měsíčního příjmu, která se oproti roku 2001 v BB Centru zvýšila oproti 15 tis. Kč na cca 22,5 tis. Kč. Výši těchto příjmů lze pokládat z celorepublikového hlediska (prům. čistá mzda v ČR/2003 = cca. 13 tis. CZK.) za nadprůměrné a tento fakt spolu s příznivou demografickou strukturou zakládá dobrý potenciál a podmínky pro rozvoj dalších služeb v rámci BB Centra a také sportovně relaxačního areálu Nová Brumlovka (dále jen NB).

Vzdělanostní struktura zaměstnanců pracujících v BB Centru odpovídá skladbě nájemců a jejich předmětu podnikání. Tyto společnosti potřebují vysoce vzdělanou skupinu lidí, jak tomu již v segmentu informačních technologií, telekomunikací a finančních služeb bývá zvykem. Vzdělanostní struktura respondentů by měla být též přizpůsobena nabídce služeb BB Centra.

V rozporu s očekáváním z let 2001–2002 se zvýšil podíl individuální dopravy respondentů do BB Centra. Přestože v BB Centru byly zřízeny autobusové zastávky MHD a byla zavedena placená parkoviště, podíl respondentů používajících osobní vůz dále vzrostl. S tím souvisí i trvale neuspokojivý stav s parkováním vozidel zaměstnanců. Ukázalo se, že tento problém neřeší ani budovaná placená parkoviště, neboť respondenti nejsou ochotni za možnost zaparkovat v blízkosti pracoviště vůbec platit. Urbanismus lokality přitom ani do budoucna nepočítá s budováním vyššího počtu neplacených parkovacích stání.

Průměrná doba jízdy do BB Centra se oproti minulému průzkumu z roku 2001 mírně zvýšila. Jestliže v roce 2001 dosáhlo do 40 minut svého pracoviště 75 % respondentů, v roce 2004 je to 64 %. Uvedený rozdíl lze přičíst výraznému nárůstu individuální dopravy v Praze. BB Centrum tak stále těží z vynikající dopravní dostupnosti.

Preference samoobsluhy v procentu 87 odpovědí je jasnou ukázkou, že v gastroprovozech umístěných v přízemí budov BB Centra je stále prostor pro koupěschopnou poptávku zboží denní spotřeby a zároveň také důkazem, že připravovaný koncept menšího supermarketu v Nové Brumlovce je oprávněný a preferencemi odpovědí velmi žádaný.

U bankomatu a trafiky mohou tak vysoké preference těchto služeb znamenat buď nízkou informovanost o těchto službách (stánek PNS je v budovách A a B, bankomat GE Capital Bank pak v budově B), nebo by bylo přáním pracujících v BB Centru mít stánek PNS v každé z budov.

Pošta byla již v minulém průzkumu silně preferována. Předpokládáme její umístění v budově Nové Brumlovky.

Z preferencí respondentů ohledně kuchyní vychází chystaný koncept gastronomie v BB Centru. Provozovatelé jídelen mohou preference použít k obohacení své nabídky.

91 % využití jídelen je důkazem správnosti umístění dotovaných gastroprovozů do všech budov BB Centra.

79 % respondentů považuje celodenní funkci jídelen za užitečnou. Toto vysoké číslo ukazuje rostoucí poptávku po širší sortimentu a důležitost doplňkového prodeje v jídelnách.

Procento kuřáků je v poměru s běžnými sociodemografickými celostátními daty velmi nízké. Není proto důvod měnit koncepci nekuřáckých budov BB Centra ani přijímat zvláštní opatření pro kuřáky.

Docházková vzdálenost od metra je od respondentů hodnocena jako přijatelná.

Aktivní zapojení se do sportovních a volnočasových aktivit u téměř 70 % respondentů je logickým vyústěním sociodemografické struktury v BB Centru.

Komentář: silný zájem o plavecký bazén zatím nemá v konceptu rozvoje BB Centra místo. Plavecké areály Slavie a Podolí jsou v dojezdové vzdálenosti do 15 minut. Squashové centrum je umístěno poblíž metra Budějovická a není tak důvod budovat další v BB Centru. Posilování a aerobik by mělo být součástí projektu Nové Brumlovky.

Neuspokojivý stav a nabídka současné Nové Brumlovky v kontrastu s poptávkou po moderních sportovních aktivitách vede k potřebě vybudovat zcela nové moderní sportovní centrum.

Nadpoloviční většina respondentů preferuje hrazení služeb Nové Brumlovky prostřednictvím měsíčního členství. Moderní sportovní centra ve stále menší míře umožňují jednorázové návštěvy a jejich cenová politika tento druh plateb znevýhodňuje. Lze předpokládat, že i Nová Brumlovka bude preferovat systém členství s měsíčními, resp. ročními platbami.

Zájem o venkovní sporty není příliš vysoký, přesto developer počítá s multifunkčním sportovním hřištěm v severní části BB Centra, na konci ulice U pomníku. Záměrem je dát BB Centru co nejkompaktnější zázemí, co se týče občanské a volnočasové vybavenosti.

Zájem o relaxační aktivity je větší než o sportovní aktivity, což odpovídá typické skladbě wellness centra.

Zájem o doplňkové služby wellness centra dokládá opodstatněnost záměru je v Nové Brumlovce nabídnout.