



Postoje ke stravovacím poukázkám

Kvantitativní telefonický výzkum mezi zaměstnavateli, zaměstnanci a poskytovateli služeb

Únor 2008 / Závěrečná zpráva z exkluzivního výzkumu pro Mmd Corporate - Czech Republic s.r.o./ Client Service Manager: Petr Zvára / STEM/MARK, a.s.



OBSAH

Hlavní zjištění	strana 3
Realizátor projektu	strana 4
Východiska projektu	strana 5
Zaměstnavatelé	strana 6
Zaměstnanci	strana 11
Poskytovatelé služeb	strana 16

Hlavní zjištění

Zaměstnavatelé

- Většina zaměstnavatelů (87 %) nepovažuje za potřebné měnit stávající podobu stravenkového systému.
- Stravenky představují významný benefit a motivační nástroj pro více než dvě třetiny (70 %) dotázaných společností.
- Pokud dojde ke zrušení daňového zvýhodnění stravenek, přibližně čtvrtina zaměstnavatelů (27 %) je pravděpodobně zruší, čtvrtina by je zachovala, 16 % nahradí jinou formou závodního stravování. Významná část společností - třetina - zatím není rozhodnutá.

Poskytovatelé služeb

- Dvě třetiny poskytovatelů služeb (63 %) si nemyslí, že je třeba měnit stávající podobu stravenkového systému.
- Téměř polovina má dojem, že případné zrušení daňového zvýhodnění stravenek by mělo negativní dopad na jejich společnost a že by došlo k poklesu příjmů v době obědů. Čtvrtina poskytovatelů služeb se domnívá, že by jim tržby v době obědů by poklesly o 20 nebo více procent.

Zaměstnanci

- Většina zaměstnanců, kteří využívají stravenky (82 %) by neměnila stávající podobu systému.
- Tři čtvrtiny zaměstnanců by zrušení stravenek chápalo jako zrušení svého příjmu, přičemž v tomto případě by polovina dotázaných očekávala zhoršení kvality svého stravování v době oběda.

Realizátor projektu

Společnost STEM/MARK

- Jsme společností zkušených odborníků v marketingovém výzkumu a řídíme se přesvědčením, že kvalitní výzkum musí být dialog. Dialog mezi námi a klientem a dialog s našimi respondenty otevírají cestu k dobrému výzkumu. Dobrý výzkum je předpokladem úspěšného dialogu našeho klienta s jeho zákazníky. Nejlepší služby se rodí z otevřeného dialogu lidí. **Marketingový výzkum je dialog.**
- Během této doby jsme se stali jednou z předních společností v oblasti marketingového výzkumu na českém trhu.
- Poskytujeme služby na vysoké profesionální úrovni, prověřené na několika úrovních společností nezávislými orgány české asociace agentur pro výzkum trhu SIMAR a odpovídající standardům světové profesní organizace ESOMAR.
- Výzkumné série, rozsáhlý archiv dat pořízených ve vlastní režii a znalost prostředí nám umožňují znát odpovědi na některé otázky ještě dříve, než nám je klienti položí.
- Pomáháme zákazníkům správně porozumět výsledkům výzkumu a zvolit optimální marketingovou strategii vedoucí k úspěchu a k dosažení jejich cílů. Tím podporujeme jejich růst a zlepšování pozice na trhu.
- Je pro nás radost spolupracovat s těmi, kteří své práci rozumí.

Client Service Manager

Petr Zvara

- **Telefon:** 225 986 815
- **Mobil:** 605 404 202
- **E-mail:** zvara@stemmark.cz



Senior Analyst

Simona Havlová

- **E-mail:** havlova@stemmark.cz

STEM/MARK, a.s.

Na Hrázi 17/176, 180 00 Praha 8

Telefon: 225 986 811

Fax: 225 986 860

E-mail: Info@stemmark.cz

Web: <http://www.stemmark.cz>

IČO: 6185 9591, DIČ: CZ6185 9591

Bankovní spojení: UniCredit Bank ČR, Praha 1

Číslo účtu: 819 010 004 / 2700

Východiska projektu

Zadání projektu

Společnost Mmd Corporate, Public Affairs & Public Relations Consultants - Czech Republic s.r.o objednala provedení průzkumu trhu na téma „Postoje ke stravovacím poukázkám v ČR“. Průzkum proběhl na vzorku 500 respondentů složeném ze tří cílových skupin následujícím způsobem:

- Telefonické dotazování 100 zaměstnavatelů (cílovou osobou byla osoba spoluzodpovědná za provoz stravenek ve firmě, spolurozhoduje o jejich provozu, apod.)
- Telefonické dotazování 300 zaměstnanců ve věku 18 let a starších – uživatelů stravenek
- Osobní dotazování 100 poskytovatelů služeb – 80 majitelů (provozních) restaurací, 20 majitelů obchodů s potravinami

Metoda projektu

- Kvantitativní telefonický výzkum

Detaily terénního šetření

Celkový počet uskutečněných rozhovorů:

- Zaměstnavatelé: 100
- Poskytovatelé služeb: 100
- Zaměstnanci: 300

Termín dotazování:

- 12.únor – 15. únor 2008

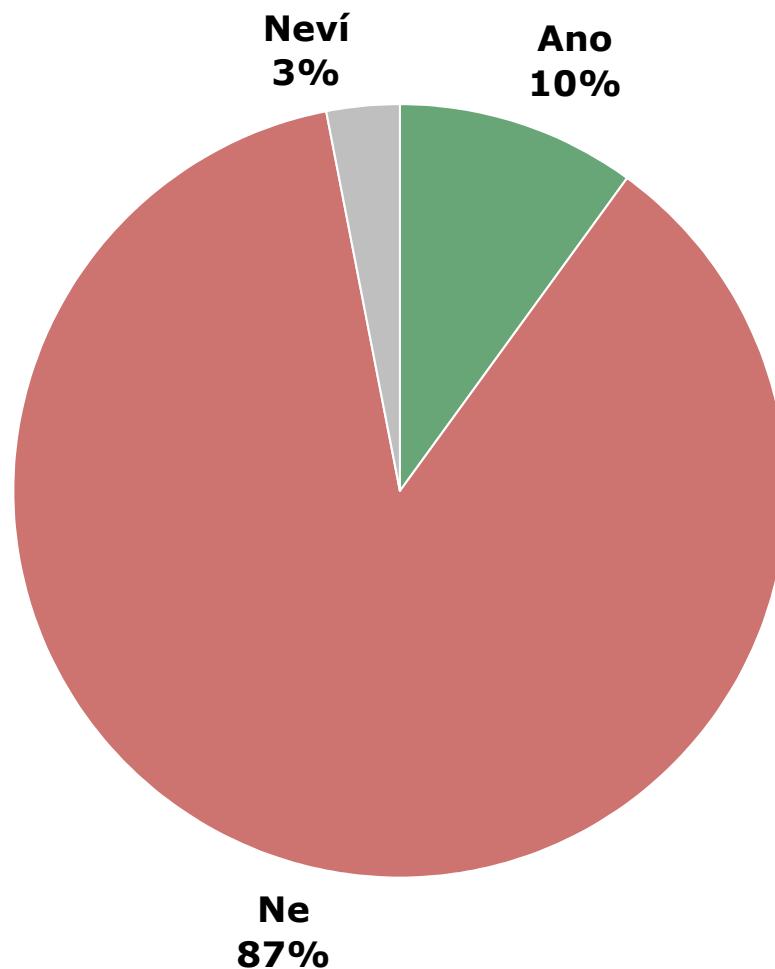


ZAMĚSTNAVATELÉ

ZAMĚSTNAVATELÉ

"Myslíte si, že je potřebné měnit stávající podobu stravenkového systému? "

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnavatelé, n=100

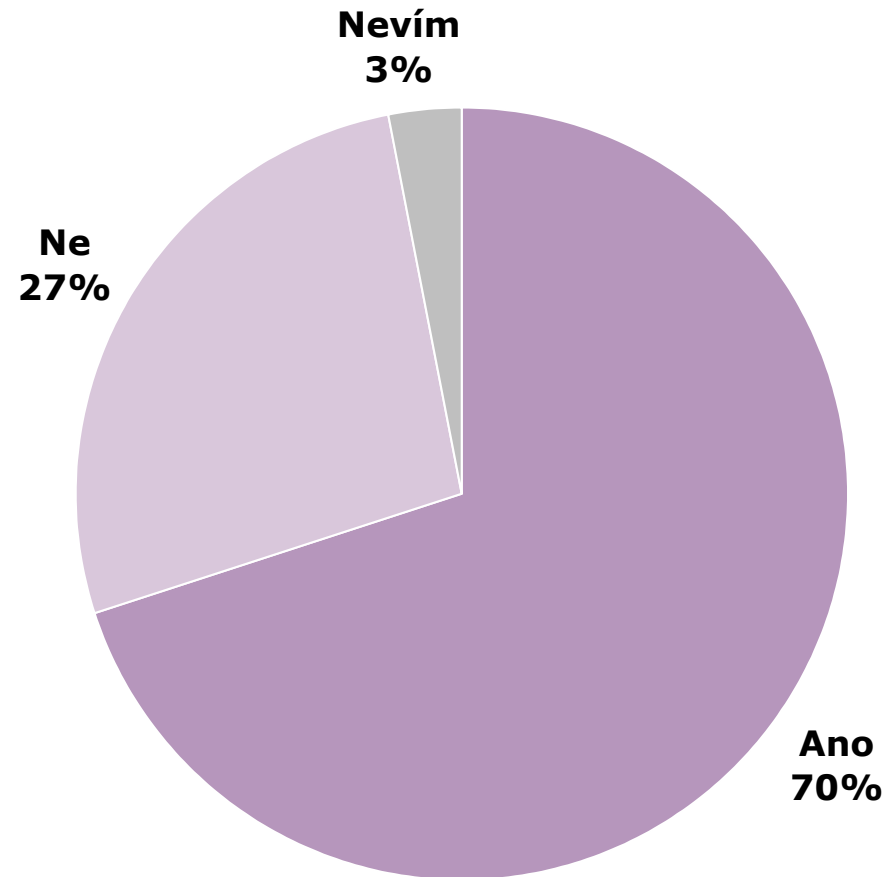


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

ZAMĚSTNAVATELÉ

"Představují pro Vaši společnost stravenky významný firemní benefit a motivační nástroj pro zaměstnance?"

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnavatelé, n=100

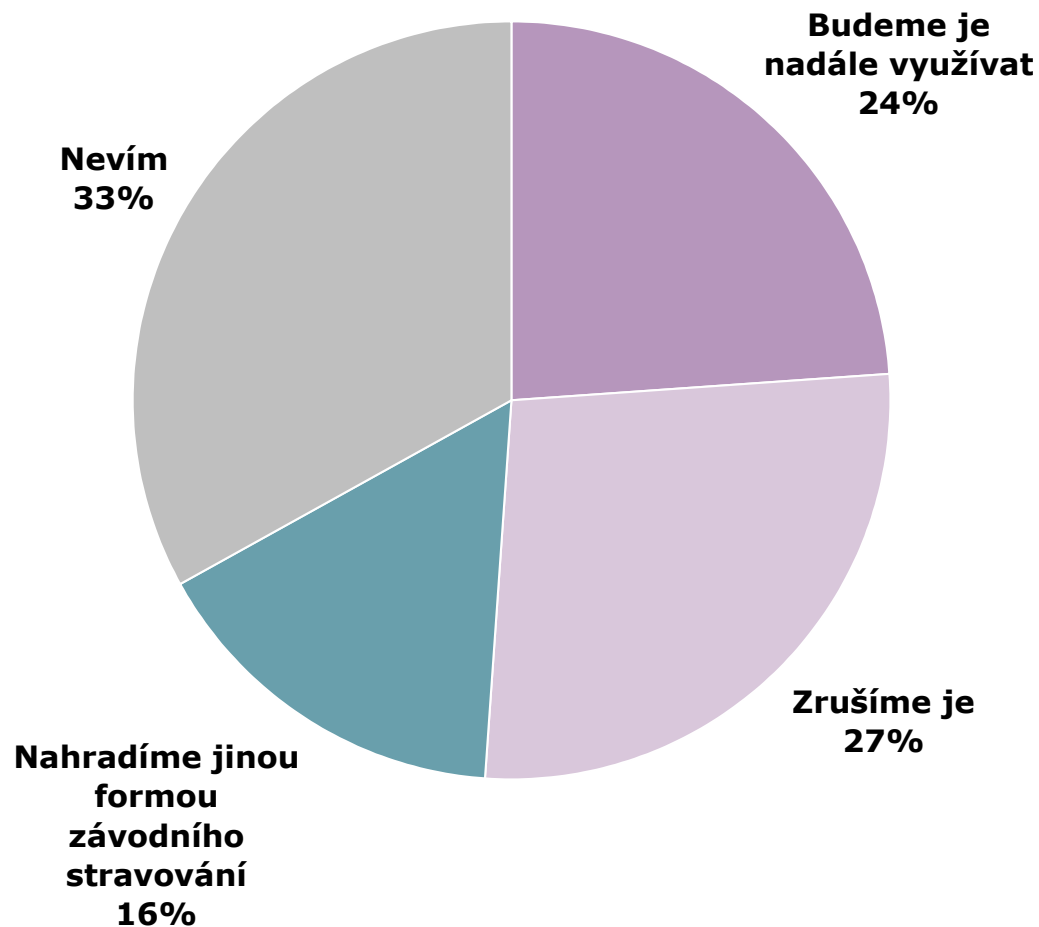


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

ZAMĚSTNAVATELÉ

Pokud dojde ke zrušení daňového zvýhodnění stravenek:

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnavatelé, n=100

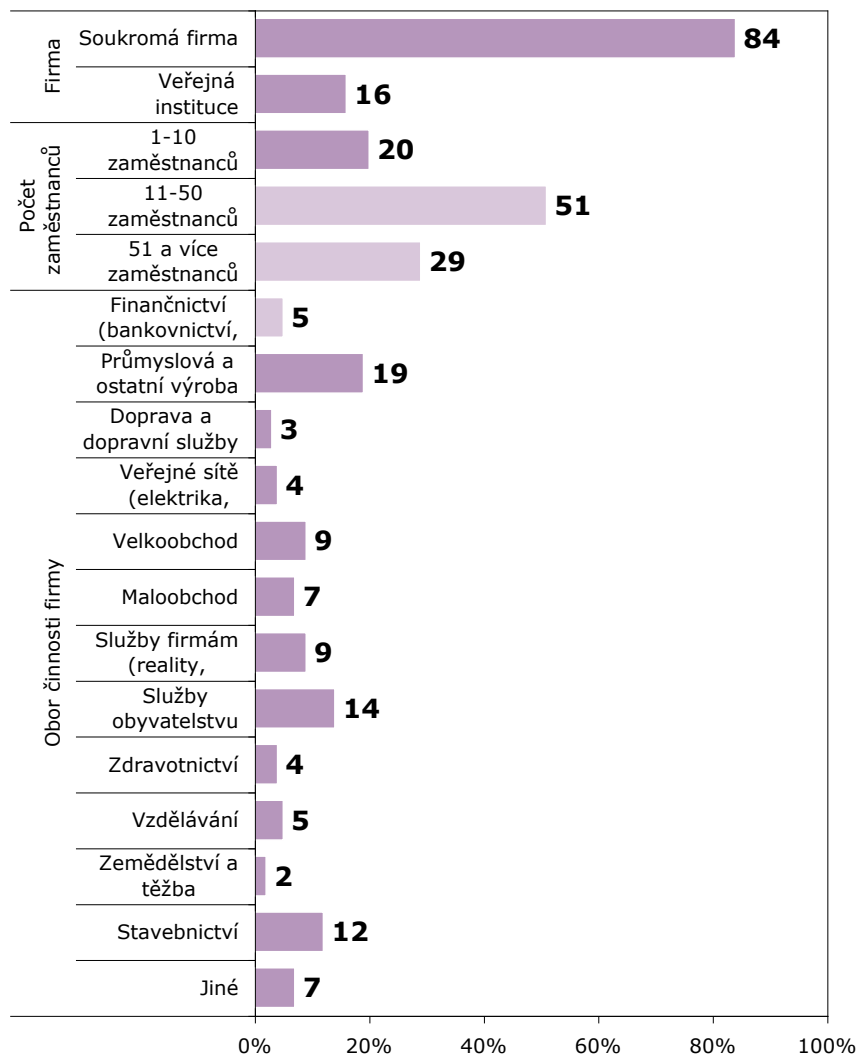


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

ZAMĚSTNAVATELÉ

Struktura vzorku - ZAMĚSTNAVATELÉ

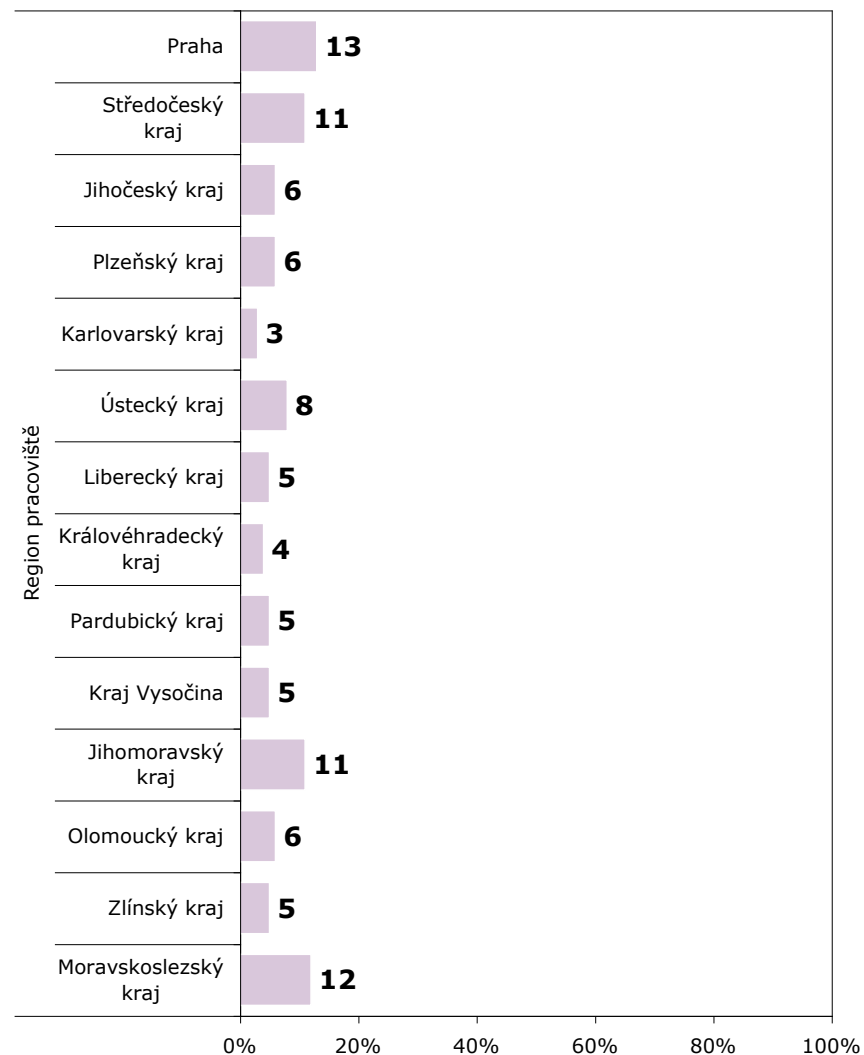
ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnavatelé, n=100



ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

Struktura vzorku - ZAMĚSTNAVATELÉ

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnavatelé, n=100



ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

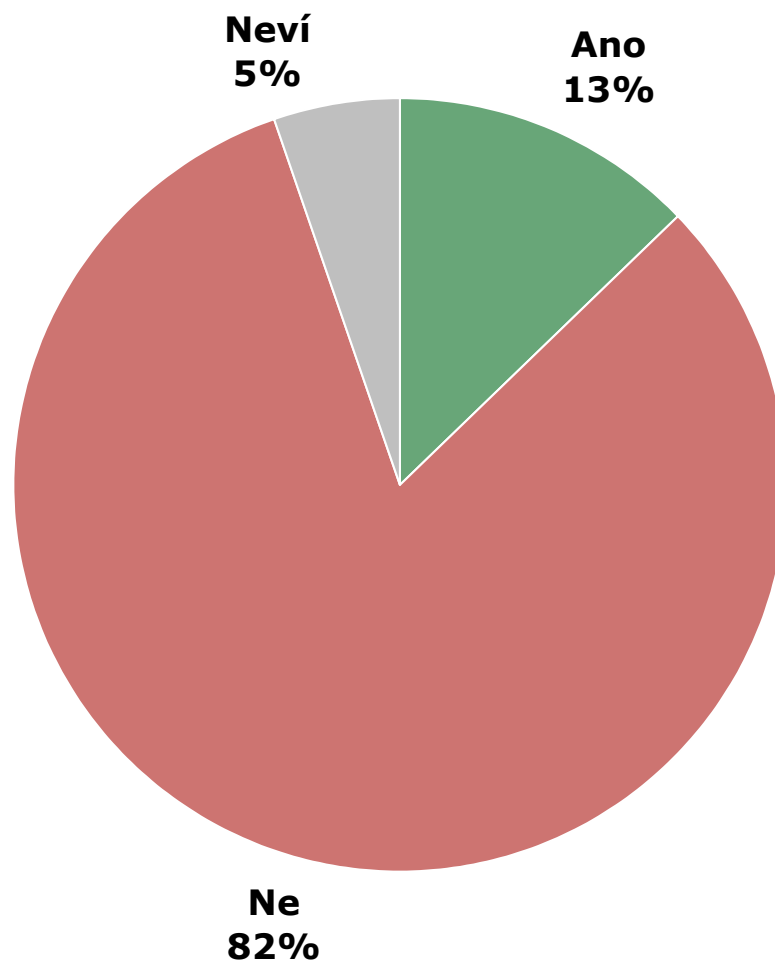


ZAMĚSTNANCI

ZAMĚSTNANCI

"Myslíte si, že je potřebné měnit stávající podobu stravenkového systému? "

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnanci, n=300

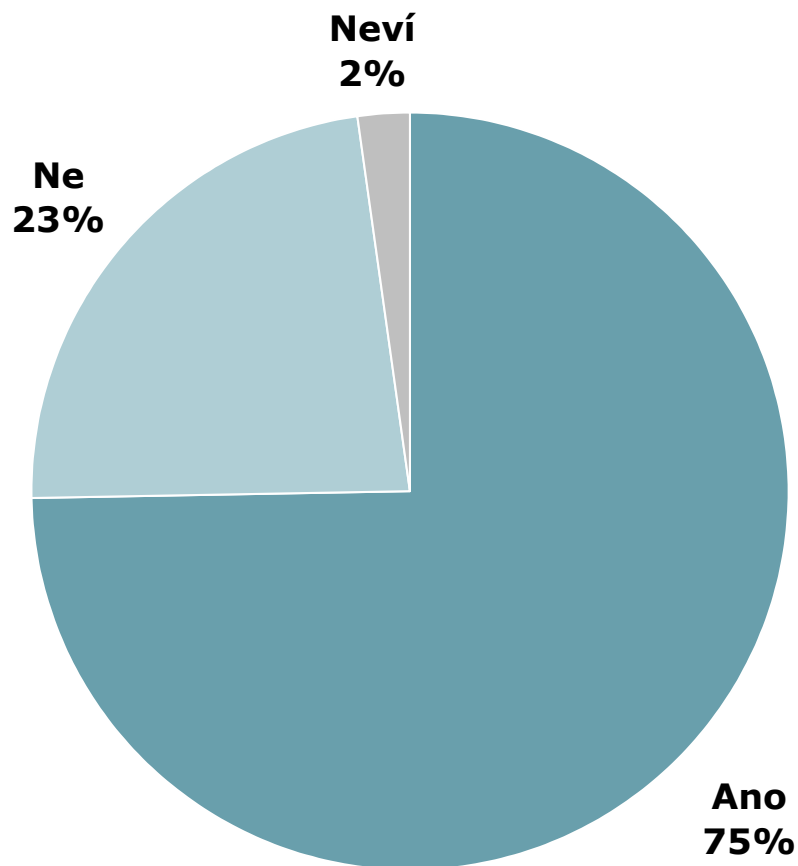


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

ZAMĚSTNANCI

"V případě ukončení poskytování stravenek Vaším zaměstnavatelem z důvodu zrušení daňového zvýhodnění stravenek, budete chápat tento krok jako snížení příjmu?"

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnanci, n=300

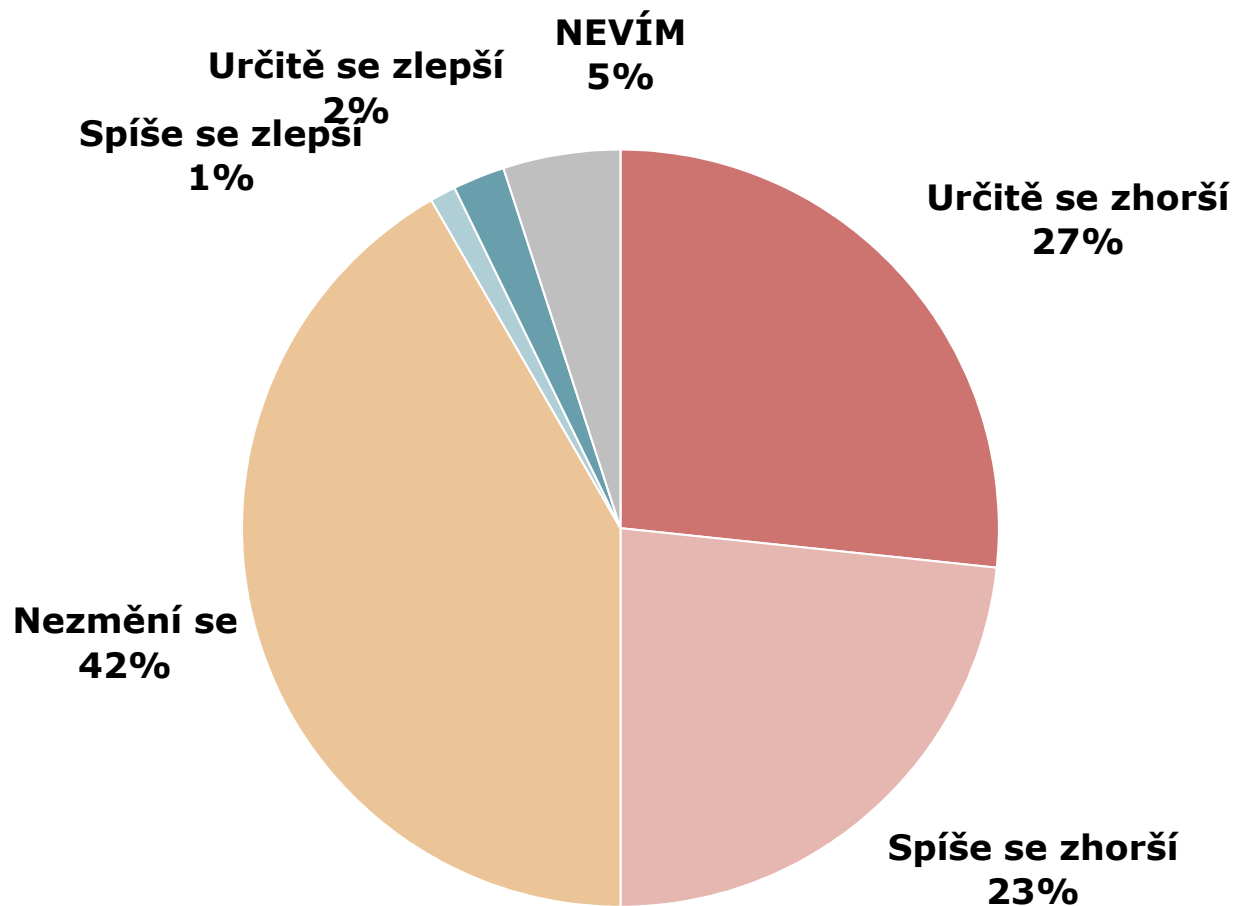


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

ZAMĚSTNANCI

"Jaké změny v kvalitě Vašeho stravování očekáváte, bude-li zrušeno daňové zvýhodnění stravenek pro zaměstnavatele?"

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnanci, n=300

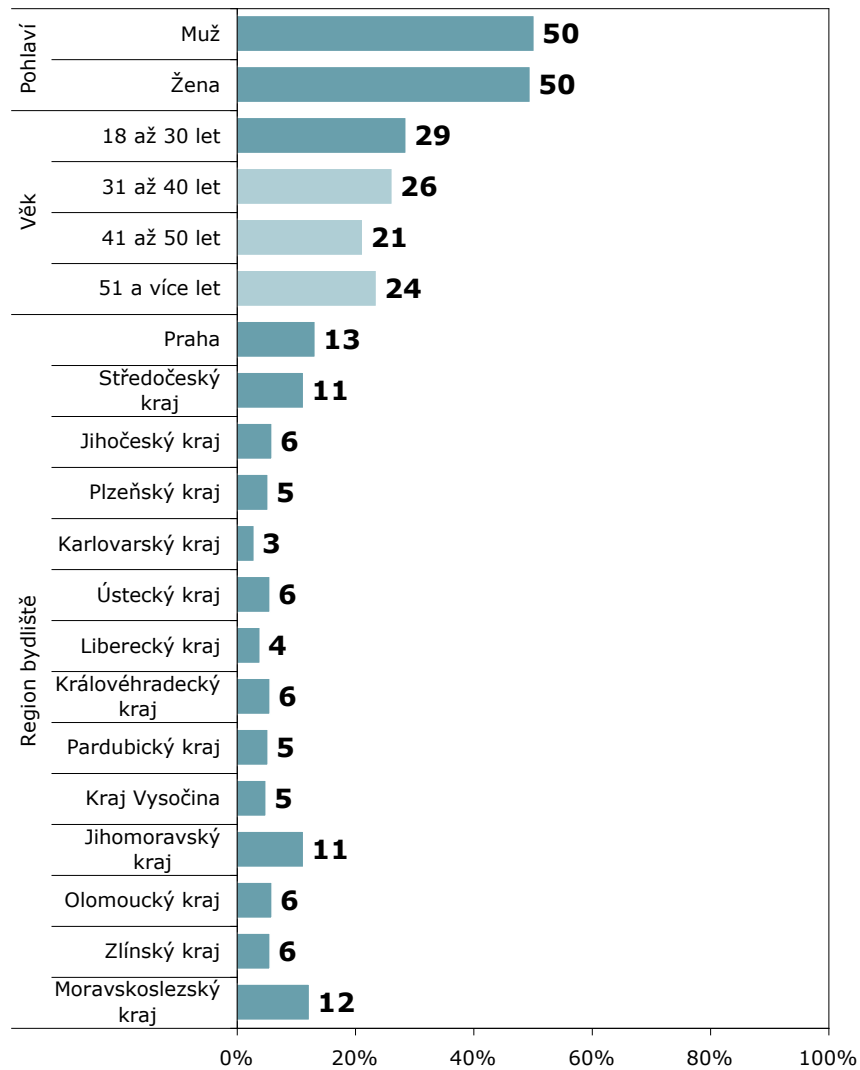


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

ZAMĚSTNANCI

Struktura vzorku - ZAMĚSTNANCI

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Zaměstnanci, n=300



ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

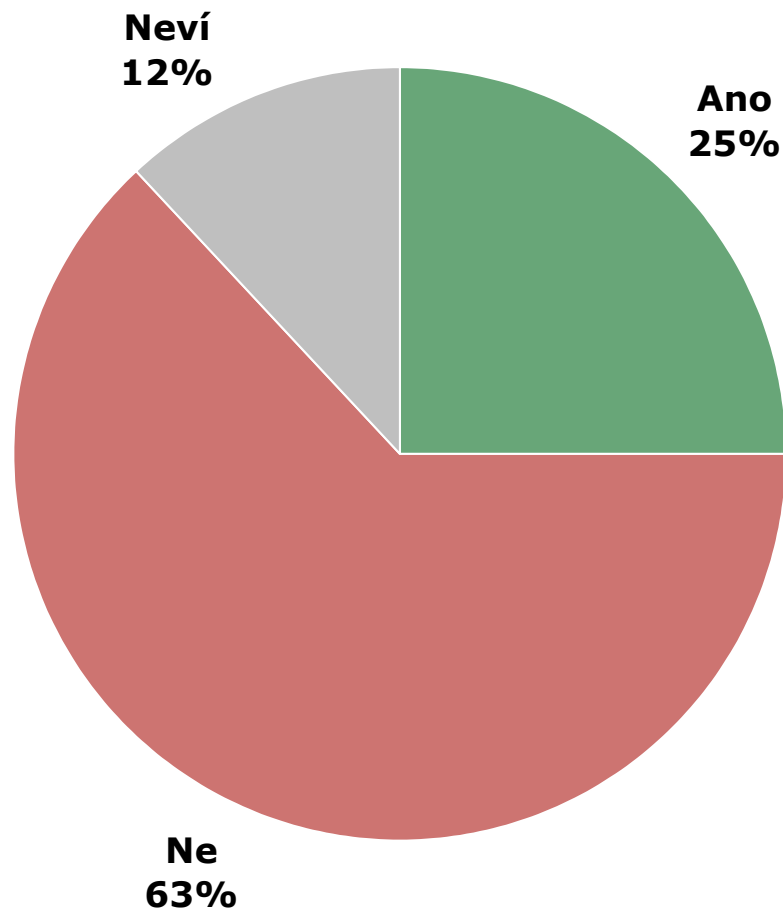


POSKYTOVATELÉ SLUŽEB

POSKYTOVATELÉ SLUŽEB

"Myslíte si, že je potřebné měnit stávající podobu stravenkového systému? "

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Poskytovatelé služeb, n=100

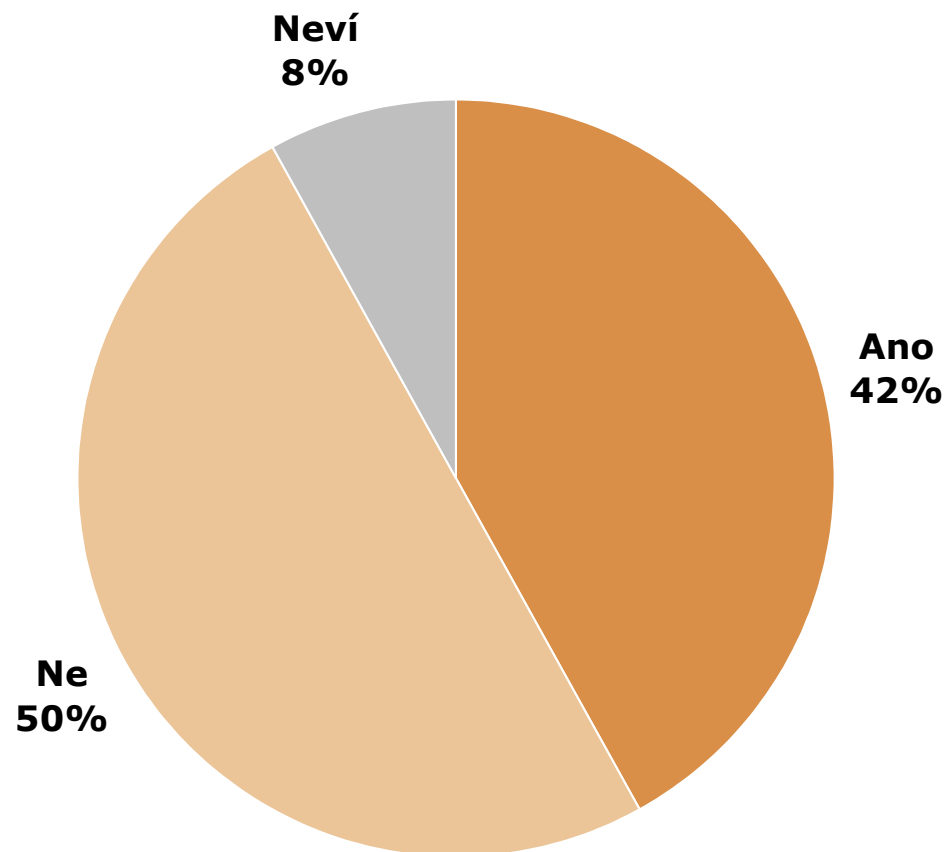


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

POSKYTOVATELÉ SLUŽEB

"Domníváte se, že případné zrušení daňového zvýhodnění bude mít negativní dopad na Vaši společnost?"

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Poskytovatelé služeb, n=100

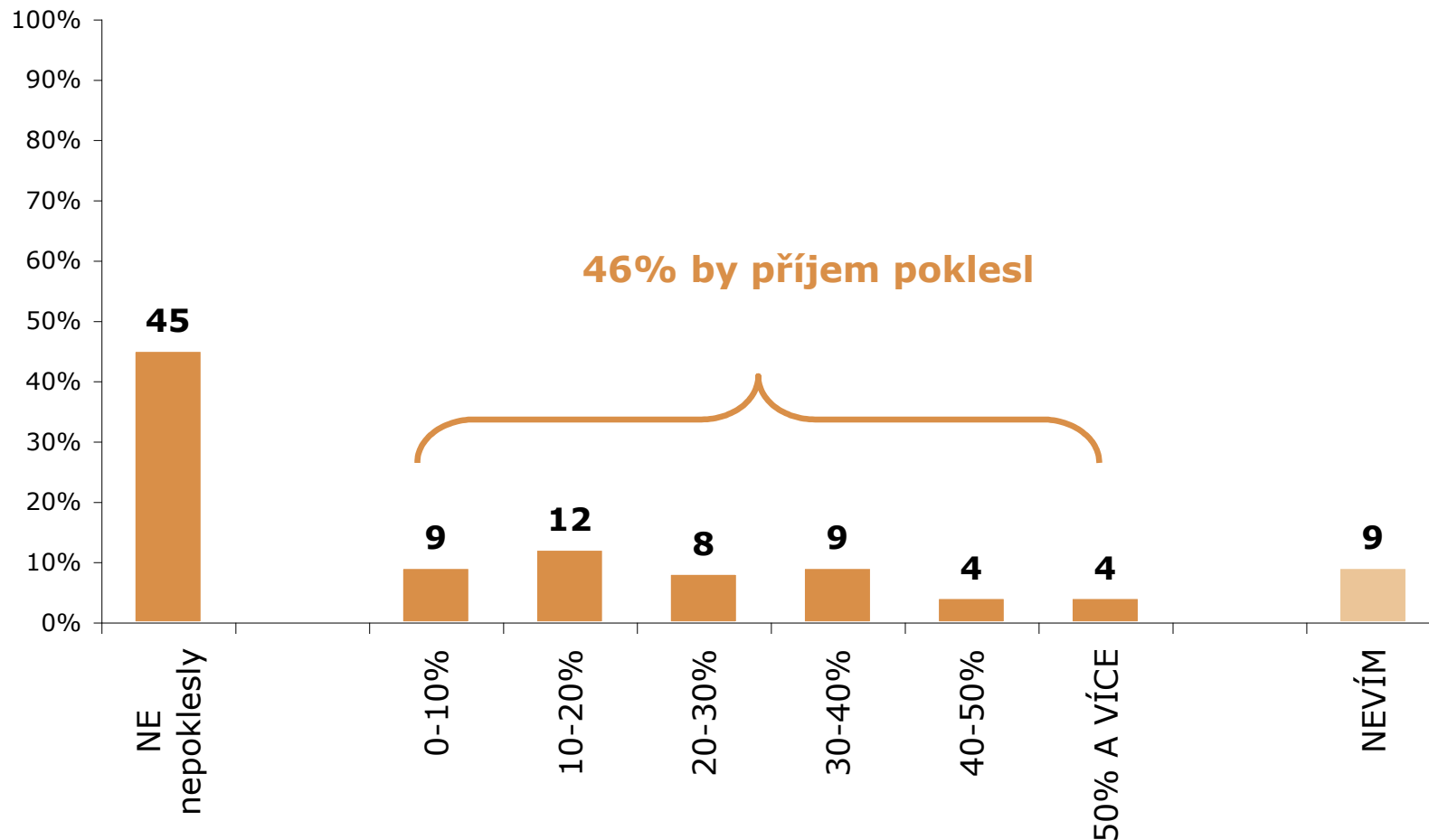


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

POSKYTOVATELÉ SLUŽEB

"Domníváte se, že by Vám v případě zrušení daňového zvýhodnění stravenek poklesly příjmy v době obědů?, pokud ano o kolik? "

ZÁKLAD: Všichni respondenti - Poskytovatelé služeb, n=100

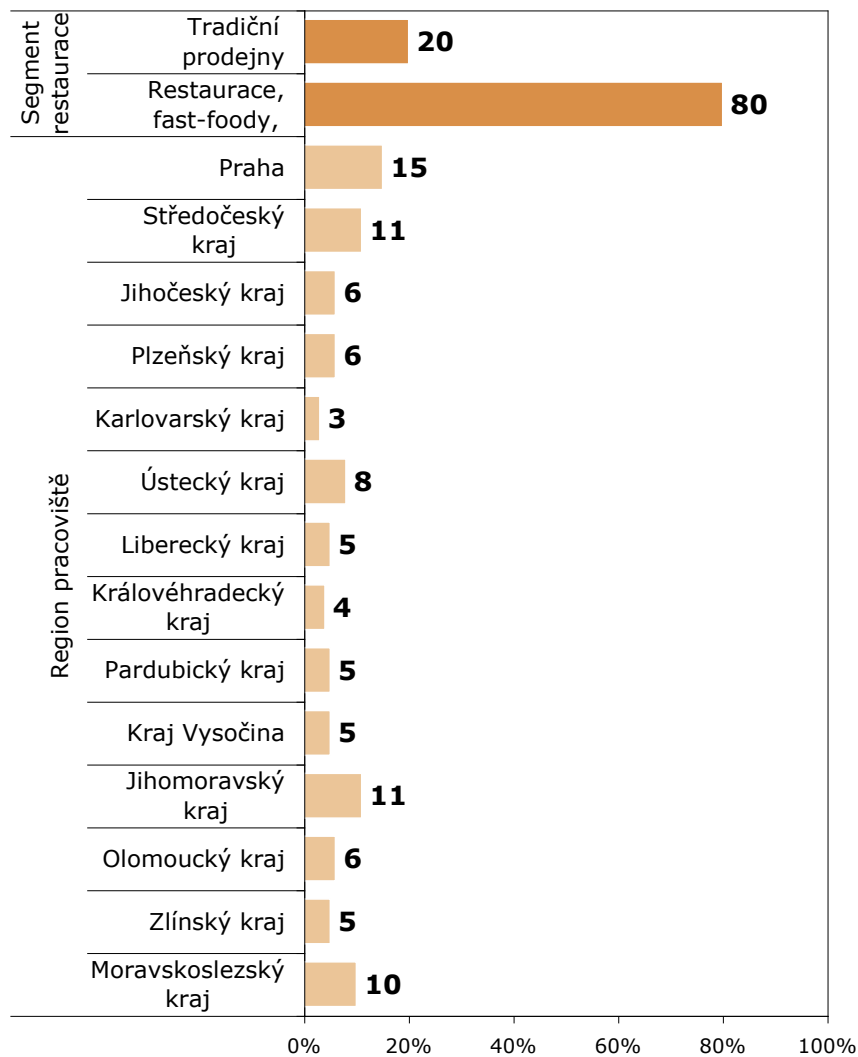


ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

POSKYTOVATELÉ SLUŽEB

Struktura vzorku - POSKYTOVATELÉ SLUŽEB

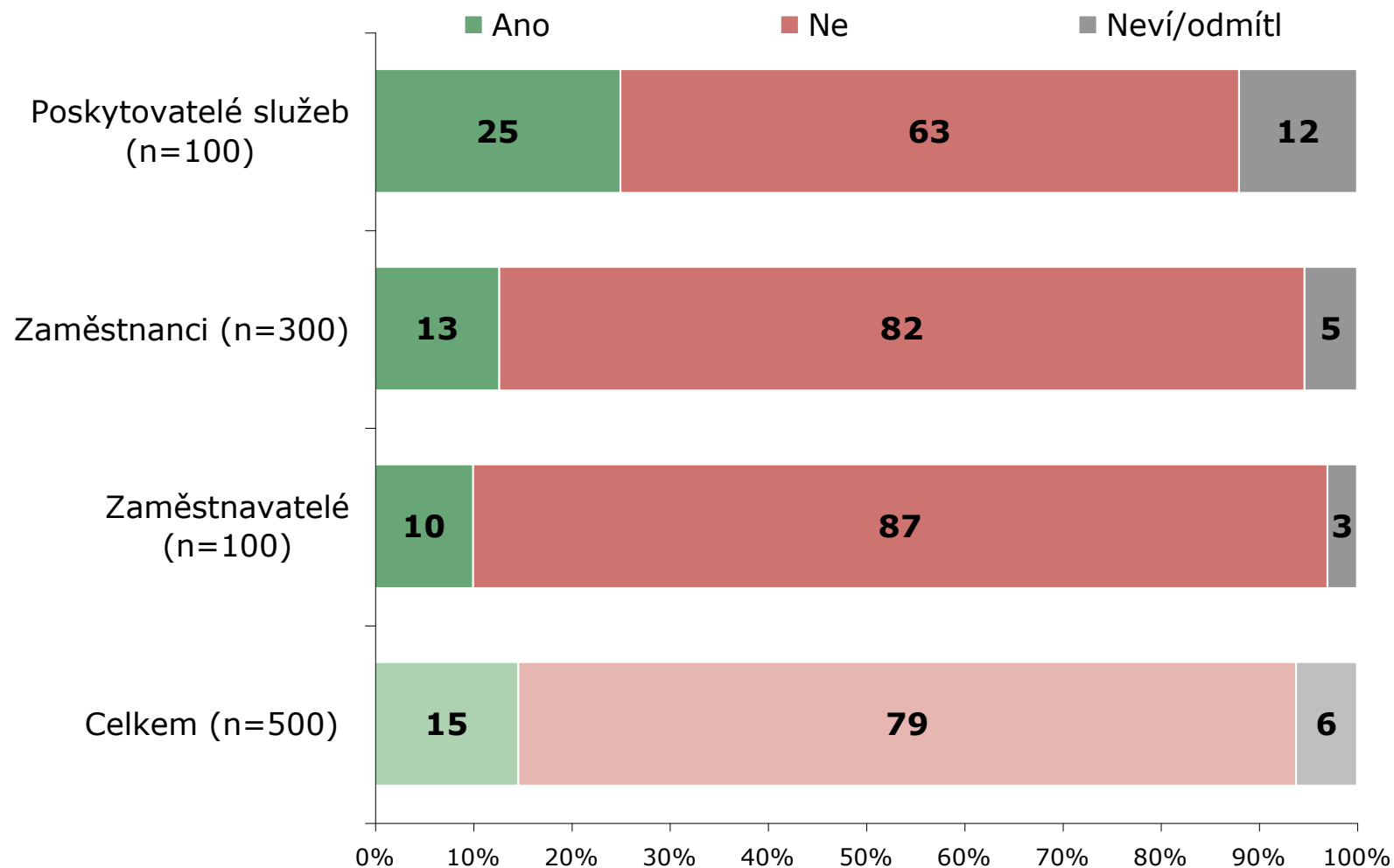
ZÁKLAD: Všichni respondent - Poskytovatelé služeb, n=100



ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008

Potřeba změny stravenkového systému - srovnání

"Myslíte si, že je potřebné měnit stávající podobu stravenkového systému? "



ZDROJ: STEM/MARK, Stravenky 02/2008