

# DIPLOMOVÁ PRÁCE

2005

Josef Fiala

**Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích**  
**Zemědělská fakulta**  
**Katedra obchodu**

---

Studijní program: 6208 T Ekonomika a management

Studijní obor: obchodně podnikatelský

Katedra: obchodu

**VÝVOJ STRAVOVÁNÍ MIMO DOMOV**  
**V ČESKÉ REPUBLICE**

Vedoucí diplomové práce:  
doc. Ing. Antónia Štensová, Ph.D.

Autor diplomové práce:  
Josef Fiala

---

2005

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „**Vývoj stravování mimo domov v České republice**“ vypracoval samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v přehledu použité literatury.

.....

V Českých Budějovicích dne 19. dubna 2006

Děkuji vedoucí diplomové práce doc. Ing. Antónii Štensové, Ph.D. za odbornou pomoc při zpracování diplomové práce a za její cenné připomínky. Dále mé poděkování patří paní Stanislavě Čerňancové, vedoucí oddělení statistiky obchodu ČSÚ, za poskytnuté odborné informace.

# OBSAH

1. ÚVOD .....	7
2. CÍL A METODIKA .....	8
3. 1. Aspekty trhu .....	10
3. 1. 1. Demografický vývoj .....	10
3. 1. 2. Ekonomická situace .....	11
3. 1. 3. Životní styl .....	11
3. 1. 4. Stravovací zvyklosti .....	12
3. 2. Trh stravování mimo domov .....	13
3. 2. 1. Jednotlivé formy stravování mimo domov .....	13
3. 2. 1. 1. Restaurace .....	14
3. 2. 1. 2. Stravování zaměstnanců .....	14
3. 2. 1. 3. Školní stravování .....	17
3. 2. 1. 4. Stravování v nemocnicích .....	18
3. 2. 1. 5. Rychlé formy stravování .....	19
3. 2. 1. 6. Stravování v dopravě .....	20
4. MARKETINGOVÝ VÝZKUM .....	24
4. 1. Definování problému a cílů výzkumu .....	24
4. 2. Příprava plánu výzkumu, návrh metodiky .....	25
4. 3. Realizace výzkumu – shromažďování a analýza dat .....	26
4. 3. 1. Analýza sekundárních dat .....	26
4. 3. 1. 1. Analýza trhu .....	27
4. 3. 1. 2. Stravovací návyky .....	32
4. 3. 1. 3. Oblíbenost jednotlivých druhů stravování mimo domov .....	35
4. 3. 1. 4. Důvody výběru stravování mimo domov .....	38
4. 3. 2. Analýza primárních dat .....	40
4. 3. 2. 1. Sběr a setřídění dat .....	41

4. 3. 2. 2. Analýza a zhodnocení výsledků .....	42
4. 4. Vypracování zprávy a prezentace výsledků .....	59
5. ZÁVĚR .....	62
6. ABSTRAKT .....	64
7. SEZNAM LITERATURY .....	66
8. PŘÍLOHA .....	68

# 1. ÚVOD

Rok 1989 znamenal pro české stravování mimo domov velkou změnu po padesátých až osmdesátých letech. Bylo to především otevření nových soukromých provozoven a privatizace státních provozů. Velmi se také změnilo chování zákazníků, protože došlo k otevření hranic a uvolnění přílivu všech druhů stravování mimo domov do tehdejšího Československa. Na druhé straně to byla také nová kuchyňská zařízení, a tím vznik nových technologií ve výrobě jídel. Byly to velké a rychlé změny, které zastihly sektor stravování zcela nepřípravený.

České stravování mimo domov zaznamenalo velký vývoj, který můžeme vidět ve všech oblastech. Hlavními důvody rozvoje tohoto sektoru je vstup zahraničních provozovatelů s vyspělým know-how, postupné zlepšování ekonomické situace domácí populace a celková kultivace gastronomického trhu. Se vstupem zahraničních provozovatelů stravovacích zařízení přišly i cateringové společnosti, které přinesly do veřejného stravování především vlastní know-how. V závodních, školních jídelnách tak došlo především k zefektivnění stravovacího procesu.

Kromě nabídky má velký vliv na tento obor i poptávka. Zákazníci za poslední roky změnili své chování, změnil se i jejich životní styl, příjmy, názory na stravování, začali poznávat národní kuchyně z celého světa. Především rychlý styl života má velký vliv na rozvoj fast foodů, cestování na rozšiřování pizzerií, orientálních restaurací apod.

V současné době však má obor stravování také velké problémy. Kromě těch které ohrožují podnikání i v ostatních oblastech, to jsou především, uvalení základní sazby DPH na stravovací služby a přísné hygienické předpisy převyšující obdobné normy v ostatních zemích EU.

## 2. CÍL A METODIKA

### Cíl

Hlavním cílem mé diplomové práce je analyzovat vývoj stravování mimo domov v České republice. Na základě údajů Českého statistického úřadu a výzkumů výzkumných agentur provedu zhodnocení stravování mimo domov v České republice. Ve své práci se zaměřím na nabídku i poptávku po stravování mimo domov. Oba tyto faktory se navzájem ovlivňují a vyvíjí. Jejich vývoj a vlivy na ně jsou podstatou mé práce.

Pro ucelenou představu o vývoji porovnáám jednotlivé provozovny stravování mimo domov za roky 2000 - 2003. Získané informace představují především číselné vyjádření počtu jednotlivých subjektů na území České republiky, eventuelně jejich srovnání s minulostí. Výsledky jsou ovlivněny dostupností informací, neboť nejnovější statistické údaje a marketingové výzkumy týkající se provozoven stravování mimo domov jsou k dispozici až z roku 2003. Přesto lze vypožorovat ve výsledcích určitý trend.

### Metodika

V první části analýzy bude provedeno šetření nabídky stravování mimo domov v České republice ze sekundárních dat. Dle dostupných informací z výzkumných agentur a Českého statistického úřadu vyplývají charakteristiky struktury odvětví stravování mimo domov.

Ve druhé části se zaměřím na průzkum potřeb a názorů zákazníků dotazníkovou metodou. Dotazníkové šetření provedu způsobem osobního dotazování. Jako skupinu respondentů zvolím vysokoškolské studenty. Tuto skupinu vyberu proto, že je mi nejbližší a také proto, že se jedná o významnou skupinu zákazníků stravování mimo domov. Tito respondenti také



mohou za pár let založit vlastní stravovací provozovnu nebo se stát jejím zaměstnancem. Jejich nápady a doporučení jsou tedy velmi důležité a inspirativní.

Ve svém dotazníku se zaměřím především na zmapování tohoto segmentu (nejčastější formy stravování mimo domov, frekvence stravování mimo domov, velikost útraty), důvody nespokojenosti, vlivy při vybírání stravování, otázku nových provozoven a jak spotřebitele ovlivňuje při výběru stravování mimo domov kouření nebo studentské slevy.

Dle názorů zákazníků budou vytvořené závěry. Na základě těchto výsledků navrhnu opatření pro zvýšení aktivity v tomto sektoru.

## **3. LITERÁRNÍ PŘEHLED**

### **3. 1. Aspekty trhu**

#### **3. 1. 1. Demografický vývoj**

V demografické struktuře obyvatelstva ČR se stejně jako v zemích západní Evropy projevuje negativní tendence stárnutí populace, tj. snižování podílu nejmladších věkových skupin vlivem klesající míry porodnosti a rostoucí počet seniorů v důsledku prodlužování střední délky života. Důsledkem výrazného poklesu porodnosti v 90. letech je i změna přirozeného přírůstku populace na přirozený úbytek.

Velmi významné je také měnící se počet členů domácnosti a postavení rodiny ve společnosti. Zvyšuje se počet jednočlenných až tříčlenných domácností, naopak počet čtyřčlenných a více členných domácností klesá. Při sčítání lidu v roce 2001 bylo 1 276 176 jednočlenných domácností, což činí nárůst o 2,9 % oproti roku 1991. Počet dvoučlenných a tříčlenných domácností také rostl, a to o 1,5 %, resp. o 0,7 %. Naopak počet čtyřčlenných domácností klesl o 2,8 %.

U počtu dětí v rodinách se objevují podobné trendy. Počet rodin bez dětí rostl o 5,3 %, naopak rodin s dětmi ubývá. S jedním dítětem je to o 0,9 %, se dvěma o 4 %. S těmito údaji souvisí i klesající počet manželství. V roce 2001 uvedlo stav manželství pouze 57,4 % mužů starších 15 let a 53,4 % žen.

Se zvyšující se životní úrovní se pojí i zvyšující se podíl vysokoškolských studentů. V roce 2001 uvedlo vysokoškolské vzdělání 445 380 lidí, což představuje nárůst o 80 218 oproti roku 1991 (14).

### **3. 1. 2. Ekonomická situace**

V současné době se české hospodářství nachází v růstové fázi ekonomického cyklu. Nasvědčují tomu nejdůležitější ekonomické ukazatele. V roce 2005 vzrostl HDP průměrně o 6 % a dosáhl 73 % průměru Evropské unie. Míra registrované nezaměstnanosti byla v roce 2005 8,97 %. Průměrná hrubá měsíční mzda se v České republice za rok 2005 zvýšila na 19 030 korun (7).

Pokud jde o rozdíly mzdové úrovně a temp jejího růstu mezi jednotlivými odvětvími (sekce OKEČ) v roce 2005, odvětví ubytování a stravování patřilo mezi odvětví s nejnižší mzdovou úrovní (16).

### **3. 1. 3. Životní styl**

Životní styl představuje způsob našeho života. A způsob, jakým žijeme, je vlastně funkcí našeho přístupu k životu, zájmům a názorům (5).

Současný životní styl obyvatel České republiky je charakteristický zvyšováním životní úrovně. Zvětšuje nejenom disponibilní část příjmů, ale zároveň nároky na kvalitnější služby nejen ve stravování. Z pohledu stravování mimo domov jsou významné ty provozovny, které jsou budované v těsné blízkosti míst, kde lidé tráví podstatnou část svého volného času, nebo jsou jejich součástí.

Podle Collina (1) je volný čas „časem, kdy můžete dělat, co chcete“. Tentýž autor definuje odvětví služeb pro využití volného času jako „firmy poskytující zboží a služby využívané lidmi během jejich volného času (dovolené, kina, divadla, zábavní parky atd.)“.

Velký vliv na výběr stravování mimo domov mají také média. V poslední době jsou to především televize a internet, které působí na spotřebitele prostřednictvím reklamy. Kromě toho provozovatelé tvoří vlastní webové stránky, kde se snaží zákazníky nejen přilákat, ale i blíže seznámit s danou firmou.

### **3. 1. 4. Stravovací zvyklosti**

Přes značné pozitivní změny ve spotřebě, zejména z hlediska jejího kvalitativního vyjádření a stravovacích zvyklostí, vykazuje úroveň výživy obyvatelstva České republiky řadu nedostatků. V první řadě jde o nadměrný příjem tuků, a to jak živočišných tak i rostlinných, zatímco na druhé straně není dostatečně zabezpečen příjem některých minerálních látek, především vápníku, což zejména souvisí s poměrně nízkou spotřebou mléka a mléčných výrobků. Vlivem stále relativně nízké spotřeby ovoce a zeleniny se nám dostává malé množství vitamínů. K negativním stránkám výživy patří i nevhodné rozložení konzumace potravy v průběhu dne. Zdravotním rizikem je i vysoká spotřeba alkoholu a životní styl nesoucí s sebou malou fyzickou zátěž.

## **3. 2. Trh stravování mimo domov**

Sektor stravování je významnou součástí národní ekonomiky. Jedná se o službu, která je zařazena společně se službami ubytovacími v OKEČ 55. Toto zařazení poněkud zkresluje hodnocení statistických údajů Českého statistického úřadu. Je to však rozdělení celkem logické, protože stravovací služby bývají poskytovány společně se službami ubytovacími.

Stravování přispívá ke zvyšování fondu volného času, který je jedním z kritérií hodnocení životní úrovně. Ve sféře ekonomické se stravování podílí na tvorbě hrubého domácího produktu, svojí činností dává podnět k činnosti dalších odvětví např. cestovního ruchu, potravinářství, strojírenství, výrobě textilu apod. Vytváří samozřejmě také nové pracovní příležitosti.

Hlavní činností je příprava jídel, která se konzumují v zařízeních provozovatele stravovacích služeb. Produkt se skládá z hmotných prvků, jimiž jsou jídla a nápoje, a z nehmotných služeb (3).

### **3. 2. 1. Jednotlivé formy stravování mimo domov**

Stravovací službou je výroba, příprava nebo rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání v rámci provozované hostinské živnosti, ve školní jídelně, menze, při stravování osob vykonávajících vojenskou činnou službu, fyzických osob ve vazbě a výkonu trestu, v rámci zdravotních a sociálních služeb včetně lázeňské péče, při stravování zaměstnanců, podávání občerstvení a při podávání pokrmů jako součásti ubytovacích služeb a služeb cestovního ruchu (18).

### 3. 2. 1. 1. Restaurace

Od roku 1990 v souvislosti s politickými a ekonomickými změnami, došlo ke zpětnému procesu privatizace a provozování restauračních zařízení se opět vrátilo do soukromých rukou. Ačkoliv oblast technologií a možnosti organizace také prošly rychlým rozvojem, obor stravování zůstává z velké většiny v provozování jednotlivců.

Restaurační zařízení slouží jak domácím rezidentům, tak i účastníkům cestovního ruchu. Restaurace poskytují služby základního stravování, doplňkové občerstvení i služby společensko-zábavní, v různých modifikacích v závislosti na lokalitě, klientele, sezóně, módních trendech a dalších faktorech.

### 3. 2. 1. 2. Stravování zaměstnanců

Potřeba zajistit stravování na pracovištích vznikla s rozvojem průmyslové velkovýroby, kdy bylo třeba docílit vysoké produktivity práce s minimem časových ztrát. Jedním z prvních organizátorů závodního stravování byl v Československu Tomáš Baťa ve svých obuvnických závodech ve Zlíně. Po 2. světové válce prošel tento sektor rozvojem. Počátkem 60. let bylo závodní stravování organizačně předáno podnikům veřejného stravování (podniky Restaurací a jídelen). Tento systém se neosvědčil a závodní stravování bylo opět vráceno do vlastnictví podniků. Počátkem 70. let byla rozšířena možnost závodního stravování o novou formu. Byly vydávány poukázky na stravování v restauracích, na které zaměstnavatel finančně přispíval, což byly předchůdci dnešních stravenek.

Stravování v průběhu pracovní doby je velmi významné z hlediska udržení pracovního výkonu a zajištění plynulého přísunu energetických a nutričních látek potřebných pro lidský organismus. Přispívá k vytváření spokojenosti zaměstnanců, jejich dobrého vztahu

k zaměstnavateli. Zaměstnavatel má povinnost dle § 140 zákoníku práce umožnit zaměstnancům ve všech směnách stravování. Možností jak zajistit stravovací služby je několik:

#### 1. Vlastní kuchyně s jídelnou provozovaná vlastními zaměstnanci

Dříve to byla nejrozšířenější forma. Výhodou je, že zaměstnanci mohou relativně jednoduše ovlivňovat kvalitu stravování a podávaný sortiment. Nevýhodou je, že podnik musí věnovat dost velký objem mzdových prostředků na platy pracovníků v závodní kuchyni, kteří se přímo nepodílejí na jeho hlavní činnosti. Rovněž řízení samotného provozu, nesouvisejícího s hlavní činností podniku, je zatěžující. V současné době dochází k uzavírání těchto provozů také z důvodu stále zvyšujících se hygienických požadavků provozů, zvláště systému HACCP.

#### 2. Vlastní kuchyně s jídelnou provozovanou externí firmou (catering)

V současné době se jedná o velmi častý způsob provozu vlastní kuchyně. Podnik, který má zájem o kontrakt s cateringovou firmou na dodávku služeb zaměstnaneckého stravování, musí mít prostory a vybavení odpovídající moderním gastronomickým technologiím a hygienickým předpisům. Zůstává majitelem vybavení a určuje si cenu jídla. Cateringová firma zajišťuje pouze provoz kuchyně a jídelny s využitím svého propracovaného know-how, s vyškolenými zaměstnanci, s aplikací racionálních a efektivních technologických postupů. Výhodou je rovněž bezobjednávkový výdej pokrmů, možnost kombinace různých pokrmů z pestré nabídky a elektronický systém úhrady.

Výnosem cateringové firmy je manažerský poplatek, stanovený procentem k hodnotě nákladů a množstevní rabat při nákupu surovin. Firma zajistí stravovací služby komplexně na profesionální úrovni, včetně např. společenských akcí. Většina takto provozovaných závodních jídelen prodává obědy za plnou cenu i pro veřejnost.

### 3. Dovoz jídel

Je to vhodná varianta pro organizace bez vlastního výrobního zázemí, nebo v případě vícesměnných provozů. I zde je možné využít pro dodávky jídel cateringovou firmu. Dnešní technologie zmrazených a zchlazených pokrmů včetně možnosti jejich rychlé regenerace v konvektomatech, nebo v mikrovlnných troubách, odstranila problémy se znehodnocením vzhledu jídla převáženého a problémy s jeho přehříváním, které znamenalo i snížení nutriční hodnoty.

### 4. Smlouva s jinou organizací poskytující závodní stravování

Zaměstnanci docházejí na stravování většinou mimo objekt zaměstnavatele, což není z hlediska časových ztrát příliš výhodné. Čerpají při tom stejné finanční výhody, příspěvek zaměstnavatele, jako při stravování ve vlastním zařízení.

### 5. Stravenky

Stravenky dnes představují velmi široce využívanou formu náhrady přímého stravování zaměstnanců. Zaměstnanci i v malých firmách tak mohou čerpat sociální výhody závodního stravování. V současné době naše právní předpisy přesně nedefinují, které potraviny lze za stravenky nakoupit a používají pouze poměrně široké vymezení účelu jejich používání na „jedno hlavní jídlo v průběhu jedné pracovní směny“. Je tedy nutno vyloučit používání stravenek k nákupu jiného než potravinářského zboží. Asociace provozovatelů stravenkových systémů zavedla ještě jedno pravidlo, a to že zákazník může platit maximálně pěti stravenkami. Důvodem je především zamezení hromadným nákupům restaurátérů v obchodech, kteří se tímto způsobem stravenek zbavovali.



### 3. 2. 1. 3. Školní stravování

Tento typ stravování zajišťuje základní, případně doplňkové stravování vymezenému okruhu spotřebitelů (děti, žáci, studenti a další osoby). U nás bylo započato s budováním školních jídelen již v 50. letech. Původně zajišťovali základní stravování, postupně i doplňkové stravování nejen žáků a později i zaměstnanců škol a školských zařízení.

Školní stravování zabezpečuje (17):

- Zařízení školního stravování
- Jiná osoba poskytující stravovací služby (jinou osobou poskytující stravovací služby je školní stravování zajišťováno pouze výjimečně, a to tehdy, kdy nelze stravovací služby poskytnout v zařízeních školního stravování)

Školní jídelny se v současné době rozlišují podle toho, jakou činnost vykonávají, a to na následující typy jídelen:

- Školní jídelna – jde o stravovací zařízení, ve kterém dochází k výrobě jídel, k přímé konzumaci vyrobených pokrmů, případně k další distribuci hotových pokrmů do jiných školních jídelen.
- Školní jídelna – vývařovna – jde o vlastní výrobu pokrmů určených k další distribuci do jiných školních jídelen.
- Školní jídelna – výdejna – stravovací zařízení, ve kterém dochází ke konzumaci dovezených pokrmů z jiné školní jídelny, popřípadě jiného stravovacího zařízení.

#### 3. 2. 1. 4. Stravování v nemocnicích

Součástí každého pobytu člověka v nemocnici je i zajištění stravování. Kompletní celodenní přiměřená výživa patří k léčebnému režimu stejně, jako léčebná opatření. Složení stravy výrazně ovlivňuje procesy hojení a uzdravování, napomáhá vytvořit správné stravovací návyky i pro další období mimo nemocnici, má také význam emotivní a zlepšuje psychiku pacienta.

Jako v předcházejících formách stravování je možné i stravování v nemocnicích zajišťovat různými způsoby:

- Samostatný stravovací úsek v rámci organizace nemocnice.
- Dovoz hotových pokrmů, rozvoz na jednotlivá oddělení.
- Pronájem stravovacího zařízení cateringové firmě.

Nemocniční stravování má oproti ostatním způsobům stravování určitá specifika:

- Zajišťuje celodenní stravování včetně svačin a tzv. druhých večeří pro určité skupiny pacientů.
- Vysoké nároky na skladbu a jakost používaných surovin.
- Nutnost striktního dodržování hygienických předpisů.
- Složitý systém evidence aktuálních požadavků až na jednotlivé pacienty.
- Specifická expedice hotových pokrmů.
- Kromě stravování pacientů, je organizačně samostatně řešeno i stravování zaměstnanců.

### 3. 2. 1. 5. Rychlé formy stravování

Podle (6) jsou země zrodu rychlých forem stravování Spojené státy americké; později se tyto formy začaly rozvíjet nejenom v zemích západní Evropy, kromě jiného v důsledku pronikání filiálek jednotlivých amerických firem, ale i v zemích střední a východní Evropy.

Jednotky rychlého stravování („fast food“) je možno rozlišovat z různých hledisek, nejčastěji podle nabízeného sortimentu:

- Fast food restaurace nabízejí úzký speciální sortiment jídel připravovaných před zraky hostů (hamburgery, cheeseburgery, hot-dogy, vafle plněné masem), doplněný nabídkou nealkoholických nápojů.
- Restaurace typu mauredo a churaso (tzv. steak house) nabízejí steaky v různých velikostech připravované minimálně pěti různými způsoby se studenými nebo teplými omáčkami, vždy doplněné talířem salátu (malým nebo velkým), alkoholickými nebo nealkoholickými nápoji a také pivem. Doba provozu bývá zpravidla od 11:00 do 24:00 hodin.
- Minigril nebo pipigril jsou známy už delší dobu, ale jsou stále oblíbené; nabízejí grilovaná kuřata, v poslední době i řízky, případně sladké teplé moučníky.
- Kebaby a girosy (tzv. grillroom) nabízejí maso jehněčí a vepřové pečené na rotačním grilu, vkusně ořezávané na řízky nebo plátky, podávané ve speciální žemli z chlebového těsta se zeleninou a cibulí. Konzumuje se buď ve stoje nebo přes ulici.
- Patisserie, patisserie jsou speciální cukrárny se širokým nebo úzkým speciálním sortimentem teplých moučníků a zákusků tvaru pizzy, doplněným teplými a osvěžujícími alkoholickými nebo nealkoholickými nápoji.
- Lunch restaurace (oblíbené zejména ve Skandinávii) umožňují za jednotný poplatek výběr ze studeného nebo teplého bufetového stolu podle vlastního výběru hosta. Jde

o nabídku studených pokrmů, salátů a čerstvé zeleniny s dresinky, teplých polévek, teplých jídel a příloh, teplých moučníků a zákusků. Nápoje se platí zvlášť. Jídla i nápoje si zákazník odnáší ke stolu sám.

- Barbecue jsou zařízení, v nichž se jídla připravují na roštu nebo na rožni před zraky hostů. Pojem „barbecue“ znamená rošt na opékání masa pod širým nebem, obřad opékání na otevřeném ohni, kamenech nebo kovových mřížkách. Jde obvykle o opékání v zahradách nebo u vodních ploch na místech k tomu určených (např. opékání celých selat, jehňat, kusů masa).
- Pizzerie je speciální malá restaurace pro prodej pizzy k okamžité konzumaci nebo i přes ulici ve speciálních obalech.
- Z ostatních specializovaných zařízení je ještě možno uvést např. čajovny (tea room), případně další.

### 3. 2. 1. 6. Stravování v dopravě

Stravování v dopravě je podmínkou rozvoje cestovního ruchu, neboť umožňuje uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu. Jedná se především o stravování v letadlech, železničních jídelních vozech a určeném prostoru plavidel veřejné lodní dopravy. V dopravních prostředcích je poskytováno základní i doplňkové stravování.

Během přepravy jsou stravovací služby poskytovány přímo v dopravních prostředcích, případně v zařízeních umístěných v bezprostřední blízkosti silničních a dálničních komunikací, zejména dálkových tras. Stravování v dopravních prostředcích předpokládá existenci zvláštních prostorů. Sortiment jídel je většinou omezen.

## Letecká doprava

Během letu nabízejí letecké společnosti různé možnosti stravování v závislosti na délce letu a letové třídě. Jednotlivé společnosti si sami upravují jídelní lístky, popřípadě podávané menu. Společnost British Airways poskytuje svým klientům toto stravování na palubě letadla podle letové třídy (15):

- První třída - společnost nabízí předodletové jídlo s obsluhou ve speciálním salonku na letišti. Tuto službu nabízí ke všem letům po osmé hodině ranní z letiště Londýn Heathrow a u vybraných nočních letů z New Yorku, Philadelphie, Washingtonu, Toronta, Chicaga a Bostonu. Na palubě nabízí výběr z vlastního menu včetně vín a šampaňského z celého světa.
- Obchodní třída (mezinárodní lety) - hned po usazení klienta nabízí British Airways sklenici šampaňského a osobní servis.
- Obchodní třída (lety po Evropě) - zákazníkům je nabídnuta anglická nebo kontinentální snídaně, teplé nebo studené jídlo k obědu, pozdní svačině či večeři. Všechna jídla jsou podávána s kávou, čajem nebo dalšími nápoji z baru plus velký výběr teplého pečiva.
- Turistická třída - tři chody jídel připravovaná šéfkuchaři jsou k dispozici během letu.
- BA Connect - na palubě je k zakoupení široký výběr, kvalitního občerstvení: teplé snídaně, čerstvé sendviče, pikantní a sladká svačina, velký výběr nealkoholických a alkoholických nápojů.
- Ekonomická třída - ve všech letech po Evropě je podávána snídaně s kávou nebo čajem. Po zbytek dne jsou podávány zdvořilostní občerstvení a nápoje podle délky letu a denní doby.
- British Airways jsou schopné splnit i přání klientů, kteří mají speciální dietní požadavky. Cestující mohou specifikovat své požadavky při bukování letu.

V poslední době se však objevují letecké společnosti tzv. nízkonákladové aerolinie, které z důvodu snahy o co nejnižší cenu letenky stravování během letu nenabízejí. Služby nízkonákladových přepravců zatím nejsou komplexní, a proto zatím nejsou zcela plnohodnotnou konkurencí pro tradiční dopravce. Přesto tradičním aeroliniím přebírají část zákazníků, ale zároveň také výrazně přispívají k růstu celého trhu.

### Silniční doprava

Stravování během dopravy v autokarech je na o něco nižší úrovni než v letecké dopravě. Důvod je ale především ten, že silniční doprava se využívá především na kratší tratě než doprava letecká. Nabídka stravování v silniční dopravě se liší u každého dopravce. Cestující mají většinou k dispozici teplé (káva, čaj, kapučíno, čokoláda), studené nápoje (limonády, ledový čaj, pivo) a drobné občerstvení v podobě sušenek, baget.

K silniční dopravě také patří stravování v zařízeních umístěných v bezprostřední blízkosti komunikací. Jedná se především o motoresty, dříve byly tyto provozovny označovány jako zájezdní hostince. Tyto provozovny se budují s dostatečnou kapacitou pro parkování motorových vozidel při silnicích nebo dálnicích. Často se také staví u čerpacích stanic pohonných hmot, jejichž síť je už dnes v České republice na velmi vysoké úrovni. Nabídka stravování je velice široká, od fast foodů až po klasické restaurace. Některé čerpací stanice lákají své zákazníky na čerstvé pečivo z vlastních pekáren 24 hodin denně.

### Železniční doprava

Stravování v železniční dopravě probíhá v jídelních restauračních vozech nebo prostřednictvím pojízdných minibarů se základním sortimentem občerstvovacích služeb. Tyto

minibary se dnes již vyskytují i ve vozech 2. třídy. Avšak ve vlacích EuroCity nebo InterCity ve vozech 1. třídy, se stačí obrátit na vlakový personál, který zajistí vše potřebné. Ve vlacích Supercity Pendolino cestující 1. třídy mají v ceně jízdenky zajištěno jednoduché občerstvení v podobě teplého nápoje, studeného nápoje, bagety nebo snacku. V ostatních případech, je pak možnost navštívit přímo jídelní vůz. Nabídka služeb v jídelních vozech dnes zahrnuje kompletní menu teplých a studených nápojů, alkoholických i nealkoholických nápojů, teplých i studených pokrmů včetně lahůdek.

## 4. MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Podstatou marketingového výzkumu je poskytovat relevantní, objektivní, kvalitní a aktuální informace, které napomáhají minimalizovat rizika při uskutečňování rozhodnutí. Výzkum také rozšiřuje znalosti o trhu, v oblasti reklamy, při vývoji produktu, stanovení ceny, výzkumu spotřebitele nebo konkurence.

V éře takzvaného marketingu orientovaného na zákazníka by marketingový výzkum samozřejmě měl být nejaktuálnější otázkou. Marketingový výzkum je v současnosti obzvláště důležitý pro sektory cestovního ruchu, služeb pro využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb, protože v těchto třech oblastech je relativně méně rozvinutý. Dosud víme málo o tom, proč se jejich zákazníci chovají tak, jak se chovají (3).

Fáze marketingového výzkumu podle Kotlera (4):

- Definování problému a cílů výzkumu
- Příprava plánu výzkumu, návrh metodiky
- Realizace výzkumu – shromažďování a analýza dat
- Vypracování zprávy a prezentace výsledků

### 4. 1. Definování problému a cílů výzkumu

Jedná se o nejtěžší úkol výzkumného procesu, protože při jeho stanovení musí úzce spolupracovat marketingoví manažeři i analytici. Jsou zde v rozporu rozhodnutí, pro které jsou informace shromažďovány a vlastní způsob získávání informací marketingovým výzkumem.



Marketingový výzkumný projekt může mít jeden ze tří základních cílů (4):

- Explorativní výzkum – cílem je shromáždit předběžné informace, které mají napomoci definovat problém a odhadnout hypotézy.
- Deskriptivní výzkum – cílem je kvalifikovaně popsat marketingové problémy, situaci na trhu apod. – jde např. o popis tržního potenciálu pro určitý výrobek, o demografické faktory nebo o postoje spotřebitelů.
- Kauzální výzkum – cílem je otestování hypotéz o příčinných a následných vztazích.

Cílem tohoto marketingového výzkumu je analyzovat vývoj stravování mimo domov v České republice. Zaměřím se především na vlivy a vývoj nabídky i poptávky tohoto oboru. Podle výše řečeného se jedná o deskriptivní výzkum.

## **4. 2. Příprava plánu výzkumu, návrh metodiky**

Plán výzkumu podává přehled o tom jaké informace budu požadovat, plán jejich získávání a postupy získávání. Cíle výzkumu je třeba převést do vyjádření specifických informačních potřeb. Např. bližší charakteristika zákazníků, stanoviska zákazníků nebo předpovědi prodeje.

Marketingový výzkum bude vycházet ze sekundárních i primárních dat. U sekundárních dat se zaměřím na zmapování nabídky na trhu stravování mimo domov v České republice a charakteristiku zákazníků. Sekundární data budou získávána prostřednictvím statistik Českého statistického úřadu a marketingových výzkumů výzkumných agentur.

Primární výzkum se bude zabývat charakteristikou vysokoškolských studentů, jako významného segmentu zákazníků stravování mimo domov v České republice. Cílem analýzy

primárních dat je zjistit, jak se vysokoškolští studenti stravují mimo domov, jaká je nejčastější příčina jejich stravování mimo domov či jaké stravovací provozovny jim v jejich okolí chybí.

Základní hypotézou je předpoklad, že studenti mají stále hluboko do kapsy. Využívají tedy pro své stravování mimo domov především cenově výhodnou menzu, ale pokud by i ostatní provozovatelé stravování mimo domov poskytovali slevy pro studenty, navštěvovali by více i tyto zařízení. Následující výzkum tuto hypotézu potvrdí nebo vyvrátí.

### **4. 3. Realizace výzkumu – shromažďování a analýza dat**

Tento proces zahrnuje shromažďování, zpracování a analýzu informací. K dosažení informací může výzkumný plán požadovat shromáždění sekundárních dat, primárních dat nebo obojího. Shromážděná data se musí zpracovat, aby se vyčlenily důležité informace, zkontrolovat správnost a přesnost získaných údajů a zakódovat je pro následnou analýzu. Poté se zadají údaje do tabulek, vypočítají výsledky, průměry a jiné statistické ukazatele.

#### **4. 3. 1. Analýza sekundárních dat**

V marketingovém výzkumu se obvykle začíná se sběrem sekundárních dat. Sekundární data představují již existující informace, které byly shromážděny za jiným účelem. Mezi tyto externí informační zdroje patří např. vládní zdroje a statistiky, obchodně-informační služby nebo zveřejněné výzkumy. Někdy se může vyskytnout problém, že sekundární data, týkající se dané problematiky, neexistují.

#### 4. 3. 1. 1. Analýza trhu

Trh stravování mimo domov je velmi rozsáhlý. Rozrůstají se všechny druhy stravování mimo domov. Největší růst za poslední roky zaznamenávají rychlá občerstvení všeho druhu. Právě tyto provozovny nejvíce odpovídají zrychlujícímu se životnímu stylu hlavně ve městech. Na našem trhu působí většina světových fast-foodových řetězců. Stále zde však nejsou zastoupeny provozovny amerických značek Burger King, Wendy's, Taco Bell nebo Starbucks. Další směr vývoje ukazuje výskyt provozoven tam, kde spotřebitelé tráví nejvíce svého času. Jedná se především o nová nákupní centra, která jsou mezi Čechy velmi oblíbená nejenom jako nákupní místo, ale i jako místo trávení víkendu s celou rodinou.

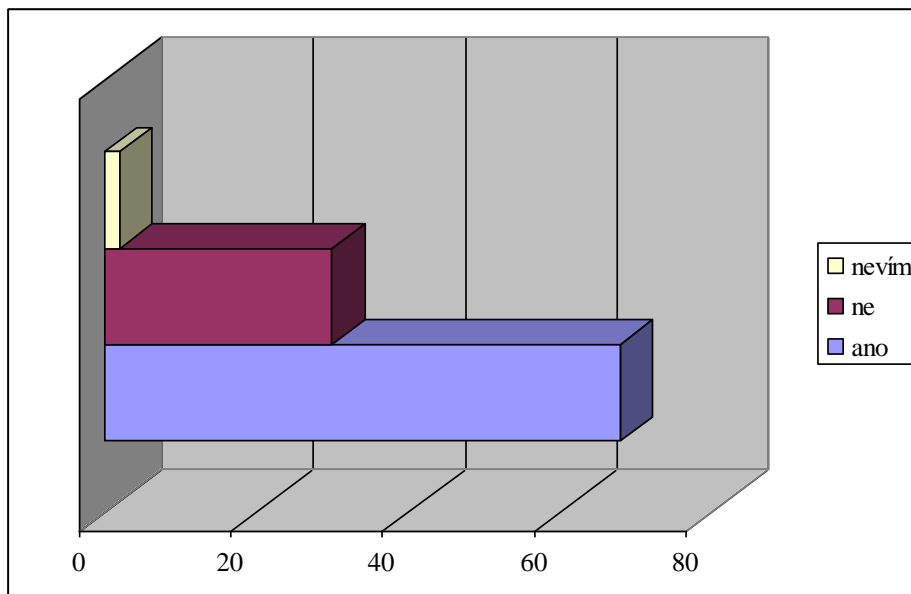
Obor stravování mimo domov se však také potýká s určitými problémy. Je to především uvalení základní sazby DPH 19 % na stravovací služby. Jedná se o velký problém tohoto oboru, protože vstupy jsou zařazené do snížené sazby DPH, ale výstupy jsou v sazbě základní. Výjimkou je pouze prodej občerstvení přes ulici, které podle zákona č. 235/2004 Sb. o dani z přidané hodnoty spadá do snížené sazby 5 %. K těmto změnám v DPH došlo 1. května 2004 spolu se vstupem České republiky do Evropské unie. Zvýšení DPH vedlo k omezování investic, snižování kvality a rozsahu služeb, snížení počtu zaměstnanců a v konečném důsledku zavírání menších provozoven.

Dalším ožehavým problémem je kouření ve stravovacích provozovnách. Zákon č. 379/2005 Sb. o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami a o změně souvisejících zákonů platný od 1. ledna 2006 upravuje tuto problematiku kouření ve stravovacích zařízeních. Tento zákon, častěji uváděný jako „protikuřácký“, zakazuje kouřit v zařízeních poskytujících stravovací služby provozovaných na základě hostinské činnosti, pokud tato zařízení nemají:

- zvláštní stavebně oddělené prostory vyhrazené pro kuřáky a označené zjevně viditelným nápisem "Prostor vyhrazený pro kouření" nebo jiným obdobným způsobem,
- zajištěné dostatečné větrání podle požadavků stanovených zvláštním právním předpisem (nařízení vlády č. 178/2001 Sb., kterým se stanoví podmínky ochrany zdraví zaměstnanců při práci, ve znění pozdějších předpisů).

Pro některé provozovatele stravovacích zařízení tento zákon představuje problém, ale česká společnost se razantně staví proti kouření. Tento názor dokládá výzkum časopisu Týden (graf 1), kde většina respondentů (68 %) je pro zákaz kouření v restauracích.

Graf 1 – Kouření v hospodách a restauracích  
(zaokrouhлено v %, stav k 20. lednu 2006)



Zdroj: týdeník Týden, číslo 4/2006, strana 5

Nekalou konkurencí pro stravovací zařízení představují školní a závodní jídelny. Ty často na komerční bázi nabízejí stravování i jiným hostům, než pro které jsou primárně určeny. Rozdíl je v tom, že k takovému podnikání nemají živnostenská oprávnění a nejsou tak svázány stejnými podmínkami jako živnostníci. Jejich režijní náklady v plné míře hradí stát, což jim umožňuje nabízet služby za nesrovnatelně nižší ceny. Krom toho mají úlevy z hlediska hygienických předpisů při vybavování kuchyňských prostor předepsanými technologiemi a zařízeními. Tato zařízení pak snadno mohou nabízet své služby v cenových relacích, kterým nemohou podnikatelé konkurovat.

Tyto výše zmíněné charakteristiky tohoto odvětví dokládá tabulka 1. Počet restaurací celkem má spíše mírně klesající tendenci z důvodu neustále se měnících legislativních a hygienických podmínek provozování restaurací. Důsledky těchto opatření odráží průměrná mzda v tomto odvětví. Výše průměrné mzdy je také důsledek velkého zatížení provozovatelů odvody z mezd svých zaměstnanců. Tato situace zároveň snižuje motivaci k vyšší zaměstnanosti v oboru a dává prostor šedé ekonomice. Alespoň tržby dokládají zvýšený zájem zákazníků o stravování mimo domov.

Tabulka 1 – Restaurace OKEČ 55.3

Ukazatel	Měřicí jednotka	Rok			
		2000	2001	2002	2003
<b>Podniky (firmy) celkem</b>	jednotky	39 207	39 671	37 128	38 720
<b>Průměrná hrubá měsíční mzda (na 1 fyzickou osobu)</b>	Kč	5 388	6 019	6 782	7 617
<b>Tržby celkem</b>	mil. Kč	46 124	47 435	57 849	68 920

Zdroj: Ekonomické výsledky v obchodě, ubytování a stravování v letech 2000 – 2003, ČSÚ

Zajímavé je srovnání tabulek 1 a 2, protože účelové stravování v nemocnicích, armádě apod. zaznamenává odlišný vývoj. Především je vidět drastické rušení těchto provozoven. Je to především kvůli vysoké náročnosti hygienických předpisů a mzdovým nákladům. Stravování také často nesouvisí s hlavní činností organizace a je tedy náročné řídit tyto provozy. Řešením často bývá provozování těchto provozů prostřednictvím cateringových společností, které především vlastním vyspělým know-how, dokáží zefektivnit tento proces stravování. Tuto efektivnost dokládá vysoký růst tržeb. Průměrné mzdy jsou vyšší ve srovnání s klasickými restauracemi, protože si provozovatelé účelového stravování nedovolí platit své zaměstnance tak, jako restauratěři.

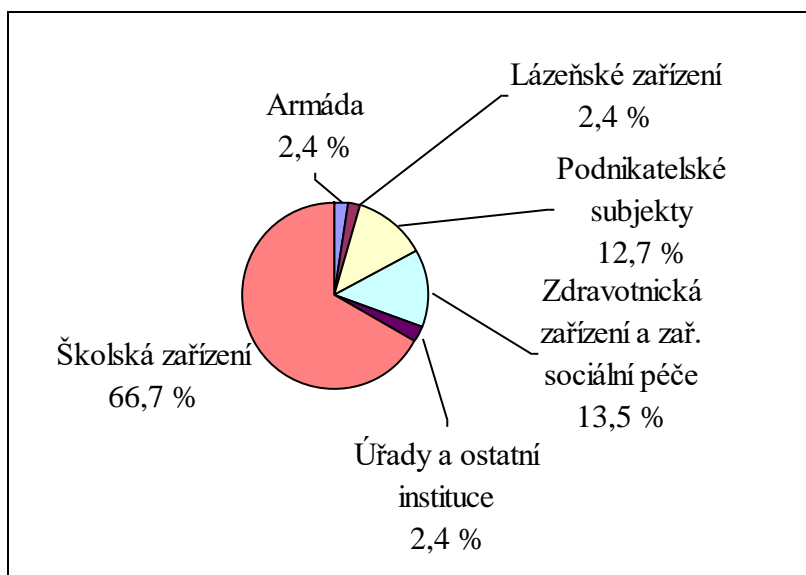
Tabulka 2 – Stravování účelové a dodávky hotových jídel OKEČ 55.5

Ukazatel	Měřicí jednotka	Rok			
		2000	2001	2002	2003
<b>Podniky (firmy) celkem</b>	jednotky	774	574	614	389
<b>Průměrná hrubá měsíční mzda (na 1 fyzickou osobu)</b>	Kč	8 478	9 036	10 111	10 533
<b>Tržby celkem</b>	mil. Kč	6 979	8 375	8 537	8 628

Zdroj: Ekonomické výsledky v obchodě, ubytování a stravování v letech 2000 – 2003, ČSÚ

Graf 2 ukazuje poměrové zastoupení jednotlivých zařízení v účelovém stravování. Dvě třetiny zařízení tvoří školská zařízení a převažují tak nad zdravotnickými (13,5 %) i ostatními zařízeními. Státem dotované zařízení zaujímají většinu trhu veřejného stravování. Jak už jsem uvedl, je to především z důvodu rušení závodních jídelen v soukromém sektoru a také zavedením stravenek. Ročně se v České republice projí a propije ve stravenkách přes 10 miliard korun. Do systému stravenek je zapojeno 28,3 % zaměstnanců. Stravenky vydávají především francouzské společnosti jako: Sodexo Pass, Accor Services, Le Chéque Déjeuner, Exit Group a Sorbi (11).

Graf 2 – Poměrové zastoupení jednotlivých zařízení  
v účelovém stravování (v %)



Zdroj: Spotřeba mimo domov, Marketing&Media 11/2003

#### 4. 3. 1. 2. Stravovací návyky

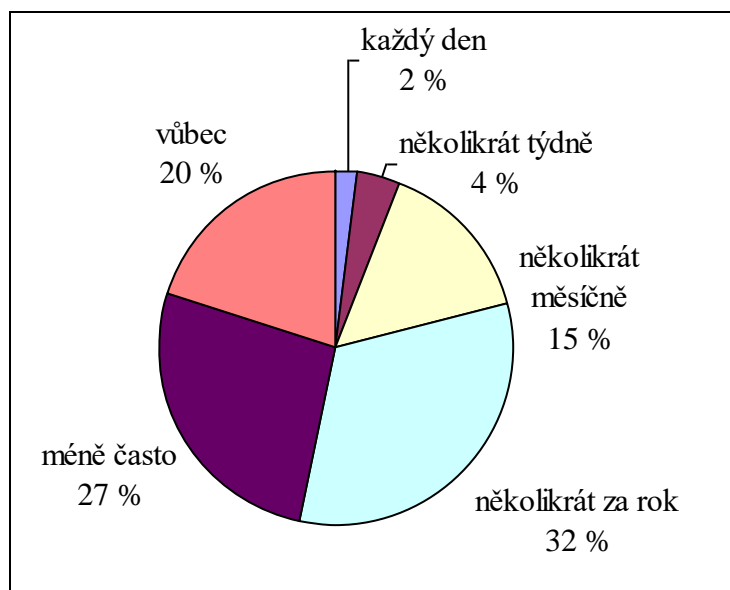
V současné době se objevuje trend zvyšujícího se podílu počtu lidí stravujících se mimo domov. Je to zapříčiněno především zvyšující se životní úrovní a také změnami v životním stylu. Tyto změny jsou však nejvíce patrné ve velkých městech, protože na venkově panují odlišné podmínky pro život. Lidé na venkově mají totiž více volného času, jsou více konzervativní, fast-foody jsou daleko a jsou zde také menší mzdy. Naopak ve městech lidé pracují déle, mají více peněz, jejich životní styl je daleko „rychlejší“ a také na ně zde působí kosmopolitnější atmosféra. V poslední době se objevuje trend posouvání začátku pracovní doby, který tak dává prostor pro snídání ve stravování mimo domov.



Podobný vývoj zaznamenává životní styl dětí a studentů. Ubývá studentů, kteří si nosí z domova svačinu. Dnes si raději nakoupí něco cestou do školy nebo ve školním bufetu. Důvody pro to jsou jasné. Rodiče nemají po ránu čas, jejich děti se navíc nespokojí jen tak s něčím a fast foody na ně působí svými promyšlenými kampaněmi téměř na každém kroku.

Graf 3 znázorňuje četnost stravování v restauraci u obyvatel ČR ve věku od 15 let. Alespoň několikrát do měsíce se v restauracích stravuje 21 % obyvatel, přitom každý pátý udává, že jejich rodina v restauracích nejí vůbec. V restauracích jedí častěji lidé s vyšší životní úrovní, lidé žijící bez partnera, spíše muži a častěji mladí lidé.

Graf 3 - Četnost stravování v restauraci

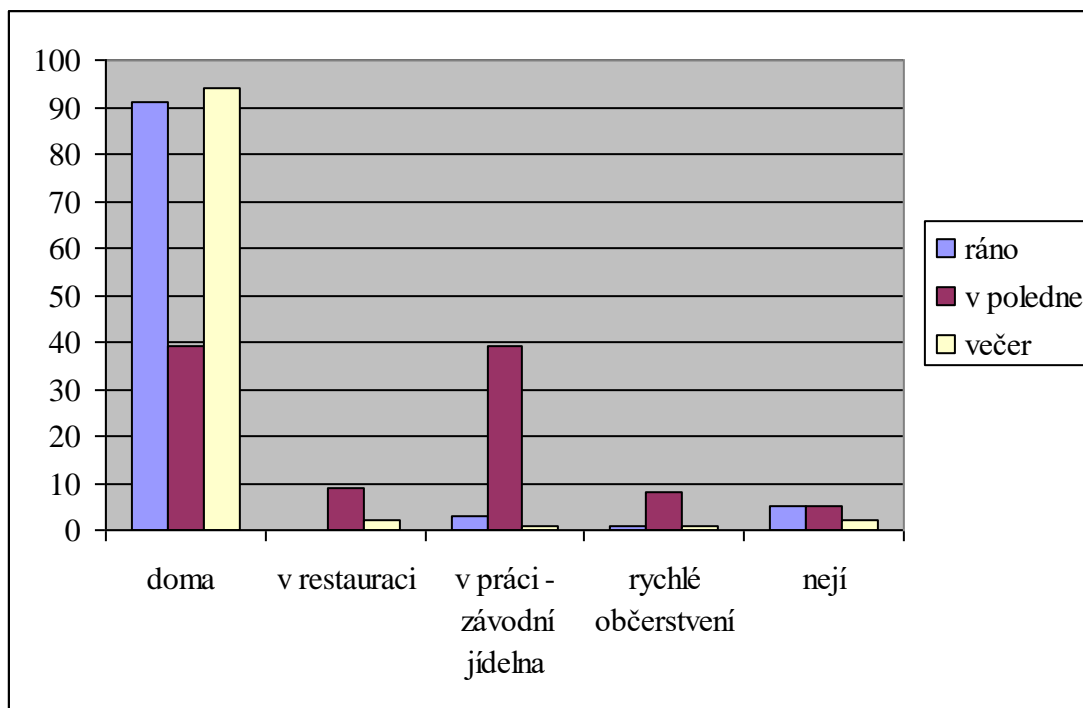


Zdroj: Stravovací zvyky Čechů, CVVM 2003

Graf 4 ukazuje místa, kde se Češi nejvíce stravují v jednotlivých částech dne. Ráno a večer jí převážná většina lidí doma, 4 z 10 Čechů obědvá doma, stejná část z nich v zaměstnání. 5%

Čechů nesnídá a stejný počet neobědvá. Nesnídají poněkud častěji muži než ženy, neobědvá však stejný podíl mužů i žen. U snídani se ukázal pouze jediný významnější rozdíl, který je také jednoduše vysvětlitelný – v práci či závodní jídelně jedí častěji lidé v produktivním věku oproti studentům a důchodcům. U obědů a večeří se již ukazuje významný rozdíl v závislosti na výši životní úrovně. Lidé s vyšší životní úrovní často obědvají či večeří v restauracích.

Graf 4 - Kde se lidé nejčastěji stravují?



Zdroj: Stravovací zvyky Čechů, CVVM 2003

Návštěvnost restaurací (12) v jednotlivých dnech značně kolísá. Nejvyšší návštěvnost má v pátek 68 % a sobotu 32 % provozoven. Naopak nejmenší návštěvnost vykazuje v pondělí 38 % a v neděli 32 % restaurací. Většina restaurací se snaží maximálně vyjít vstříc svým zákazníkům a mají otevřeno celý týden. Pouze 18 % zařízení má zavřeno v neděli, 6 %

v sobotu a 1 % v pondělí. Podobné je to i při placení. V ČR přijímá 14,8 % provozoven platební karty a 57,5 % stravenky, přestože musí provozovatelé část svých tržeb odvést provozovatelům těchto platebních systémů.

S rostoucí oblibou stravování mimo domov rostou i výdaje za stravování mimo domov. Podle časopisu Týden (9) utratí průměrných Čech za jídlo mimo domov asi pětinu „gastrorozpočtu“, například Američané polovinu. Někdy v roce 2008 bychom mohli být na průměru EU, který činí 30 %.

Podle výzkumu stravování mimo domov týdeníku Marketing&Media (10) do 300 korun utratí měsíčně za obědy mimo domov 33 % lidí. Za částku nepřevyšující 500 korun se měsíčně naobědvá dalších 30,1 % lidí a od 500 do 1 000 korun za své obědy zaplatí 23,3 % lidí. Okolo 1 000 Kč vydává měsíčně za obědy přes 13 % lidí.

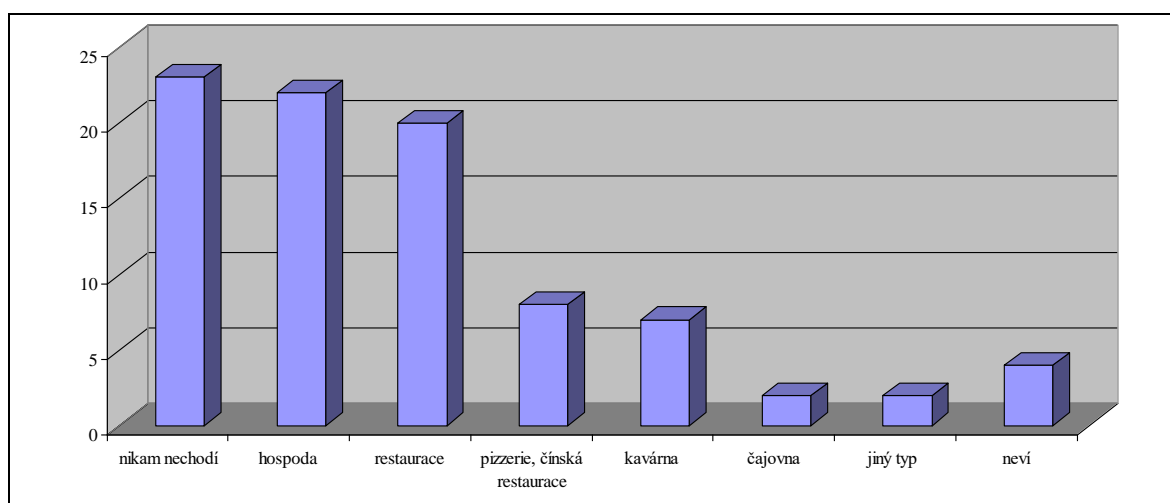
#### 4. 3. 1. 3. Oblíbenost jednotlivých druhů stravování mimo domov

Oblíbenost jednotlivých druhů stravování mimo domov závisí na několika faktorech. Jedním z nejdůležitějších je faktor věku, který s sebou nese i odlišný životní styl, zájmy i jiné nároky na stravování. Nejmladší generace má proto v oblibě fast foody se svými hamburgery a hranolky, mladí lidé zase pizzerie s těstovinami. Naopak starší lidé dávají přednost klasickým českým restauracím.

Podle výzkumu společnosti CVVM (8), prezentovaného v grafu 5, téměř čtvrtina dotázaných uvedla, že žádné pohostinské zařízení nenavštěvuje. Jsou to především ženy, starší lidé, nepracující důchodci či lidé se základním vzděláním. Přibližně čtvrtina respondentů však uvedla, že nejraději si zajde do hospody, hostince či pivnice. Poměrně oblíbené jsou mezi českými občany také restaurace, které za svůj nejoblíbenější druh podniku označila pětina

oslovených. Restaurace jsou oblíbené především mezi lidmi středního věku s maturitou a převážně muži. Necelá desetina českých občanů si nejraději zajde do pizzerie, čínské restaurace či jiné restaurace se zahraniční kuchyní (8 %) či do kavárny (7 %). Přibližně dvacetina respondentů pak nejraději navštíví cukrárnu (5 %) či vinárnu (4 %).

Graf 5 – Oblíbený druh pohostinského zařízení (v %)



Zdroj: Kam si chodíte posedět? CVVM 2004

Panují také poměrně výrazné rozdíly v oblíbě jednotlivých typů stravovacích zařízení mezi muži a ženami. Někteří muži při výběru stravovacího zařízení dávají přednost těm, kde čepují jejich oblíbenou značku piva. Hostince a hospody jsou tak oblíbené hlavně mezi muži se středním vzděláním bez maturity, vyučenými a pracujícími v dělnických profesích. Ženy zase ovlivňuje nabídka vína a kávy.

Tuto oblíbenost jednotlivých zařízení dokládá tabulka 3. U mužů se jednoznačně největší oblíbě těší hospody, hostince a pivnice (jako svůj oblíbený druh podniku jej uvedlo 40 % mužů), na druhém místě se u mužů umístily restaurace. Pouze 16 % mužů odpovědělo, že

žádné pohostinské zařízení nenavštěvuje. U žen je situace poněkud jiná. Tři z deseti žen podle svých slov nechodí nikam. Nejoblíbenějším podnikem pro ženy jsou restaurace, více než desetina žen si pak ráda zajde také do kavárny či co pizzerie, čínské restaurace nebo jiné restaurace se zahraniční kuchyní.

Tabulka 3 – Oblíbený druh pohostinského zařízení  
podle pohlaví (v %)

	muži	ženy	muži+ženy
bar	4	2	3
restaurace	24	17	20
kavárna	2	12	7
hospoda	40	6	22
čajovna	0	4	2
vinárna	3	4	4
cukrárna	1	8	5
pizzerie, čínská rest.	5	11	8
jiný typ	1	2	2
nikam nechodí	16	30	23
neví	4	4	4

Zdroj: Kam si chodíte posedět? CVVM 2004

Podle výzkumu Vědeckého výboru pro potraviny (13) se dělí česká populace pokud jde o konzumaci jídel tzv. rychlého stravování na zhruba dva stejně velké tábory. 48,3 % dotázaných se touto formou nestravuje, zatímco více než polovina populace rychlé stravování alespoň občas využívá. Lidi přitahuje do těchto provozoven především rychlost a chuť nabízených jídel. Naopak odpůrci uvádí to, že jídlo z fast foodů považují za nezdravé. Fast

foody jsou oblíbené především u mladší populace. S přibývajícím věkem tato popularita klesá. Ve skupině lidí do 20 let se za konzumenta rychlého stravování považuje 86,3 % dotázaných, ve skupině osob mezi 26 až 30 lety to bylo 70,2 % osob, v kategorii ve věku 56 až 60 let se již jednalo pouze o 20,2 %. Konzumenti volí tuto formu stravování mimo domov méně než jednou za týden, vyšší frekvence byla zjištěna především u mladší generace. Preference tohoto typu stravování se projevuje u svobodných, studentů nebo osob žijících ve více než tříčlenných domácnostech. Naopak odmítavě se k tomuto způsobu stravování staví starší generace a lidé s nejnižšími příjmy. Z nabízeného sortimentu je nejoblíbenější párek v rohlíku, hamburger a pizza.

#### 4. 3. 1. 4. Důvody výběru stravování mimo domov

Důvod výběru stravování mimo domov závisí na momentální potřebě člověka. Může to být potřeba se najíst či setkat se s přáteli. Tato potřeba také ovlivňuje výběr samotného druhu stravování mimo domov. Když má člověk potřebu se rychle najíst jde do fast foodu, když si chce popovídat s přáteli, jde do restaurace a když se chce pobavit navštíví provozovnu s kulturním programem nebo s kulečnickem, šipkami či bowlingem.

Tabulka 4 uvádí, že návštěvníci hospod, hostinců a pivnic si nejčastěji zajdou popovídat s přáteli (97 %), pobavit se a zlepšit si náladu (90%) či jen tak popít (76 %). Návštěvníci restaurací si pak do svého oblíbeného druhu podniku chodí nejčastěji popovídat s kamarády (80 %), pobavit se, zlepšit si náladu (76 %) či se najíst (74 %). Pizzerie, čínské restaurace či jiné restaurace se zahraniční kuchyní vyhledávají jejich návštěvníci především proto, aby se tam najedli (91 %). Často uváděným důvodem návštěvy je však také chuť popovídat si s přáteli (78 %) či touha pobavit se a zlepšit si náladu (65 %). V porovnání s ostatními zde uvedenými druhy pohostinských zařízení jsou tyto podniky nejčastěji vyhledávány jako místo pro rande či soukromou schůzku (53 %). Do kaváren si chodí jejich návštěvníci především

popovídat s přáteli (97 %) či se pobavit a zlepšit si náladu (79 %). Také kavárny jsou poměrně oblíbeným místem pro rande či osobní schůzku (46 %).

Tabulka 4 – Důvody návštěvy oblíbeného druhu podniku (v %)

	Hospoda	Restaurace	Restaurace se zahraniční kuchyní	Kavárna
Popovídat si s kamarády	97	80	78	97
Najíst se	36	74	91	26
Jen tak strávit čas	48	27	20	43
Pobavit se, zlepšit si náladu	90	76	65	79
Na pracovní schůzku	12	27	21	22
Na rande, soukromou schůzku	23	39	53	46
Jen tak popít	76	42	22	30
Hrát karty, šipky, kulečnick apod.	39	18	9	4
Chodíte tam proto, že není kam jít	30	14	5	7

Zdroj: Kam si chodíte posedět? CVVM 2004

Při výběru stravovacího zařízení nehraje již cena největší roli. Jsou tu i další faktory jako; úroveň obsluhy, čistota prostředí, poloha nebo společenská prestiž provozovny. Tato změna v chování spotřebitelů je dána především vývojem společnosti, rostoucími příjmy a také zvyšující se oblibou gurmánství.

Podle tabulky 5 při výběru podniku, kam si lidé rádi zajdou posedět, hraje nejvýznamnější roli čistota prostředí (tento faktor hraje rozhodující roli pro více než třetinu respondentů), přibližně 3 z 10 oslovených pak za rozhodující označili ceny, obsluhu, ale také typ lidí, kteří se v daném

podniku scházejí. Více než pětina dotázaných pokládá za rozhodující polohu daného podniku a také kvalitu místní kuchyně. Nejmenšímu podílu respondentů, tedy asi jedné desetiny, se jako rozhodující jeví značka piva, které v daném podniku čepují.

Tabulka 5 – Důvody pro výběr určitého podniku (v %)

	Je to rozhodující	Je to důležité	Není to moc důležité	Není to vůbec důležité
Čistota prostředí	35	57	8	1
Obsluha	29	63	7	1
Ceny	30	55	14	1
Poloha	22	41	31	6
Typ lidí, kteří se tam scházejí	27	51	17	5
Značka piva, kterou tam čepují	12	23	27	30
Kvalita kuchyně	22	40	18	13

Zdroj: Kam si chodíte posedět? CVVM 2004

#### 4. 3. 2. Analýza primárních dat

Primární data jsou nové informace shromážděné účelově, pro řešení daného výzkumu. Je třeba dbát na shromažďování primárních dat tak, aby získaná data byla relevantní, přesná, současná a nezávislá.



Mezi metody výzkumu vedoucí k získávání primárních dat jsou:

- Pozorování – sledování určité skupiny lidí, akcí nebo situací. Získáme data, která lidé nejsou schopni nebo nechtějí poskytnout. Nejvíce se hodí pro explorativní výzkum.
- Dotazování – nejrozšířenější metoda, hodí se pro deskriptivní výzkum. Rozlišujeme osobní dotazování (individuální nebo skupinové), telefonické nebo prostřednictvím počítače a internetu. Tato metoda má svá úskalí jako: neochota odpovídat, neznalost problematiky, nebo si dotazovaní nemohou vzpomenout, co dělají apod. O to víc je dotazování náročnější na sestavování otázek a schopnosti respondenta.
- Experiment – nejvhodnější pro získávání informací pro kauzální výzkum.

#### 4. 3. 2. 1. Sběr a setřídění dat

Při sběru informací jsem zvolil výzkum dotazováním, které je určeno pro deskriptivní výzkum. Nástrojem sběru informací je dotazník, který bude obsahovat otázky, na něž mají respondenti odpovídat (viz příloha 1). Výběrovou jednotkou jsou vysokoškolští studenti. Velikost výběrového souboru byla stanovena na 216 respondentů, kteří se podrobili vyplnění výše zmíněného dotazníku. Tento vzorek nepovažuji za optimální, přesto jsem přesvědčen, že má určitou vypovídací schopnost a závěry plynoucí z následujících zjištění mohou napomoci při rozhodování o dalším případném rozvoji v oboru stravování mimo domov.

Otázky týkající se informací, které bylo nutno získat, byly sestaveny do dotazníku a vybraný počet respondentů byl požádán o jeho vyplnění. Šetření probíhalo v univerzitní kampusu Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Sběr dat proběhl následovně:

- Pilotní testování dotazníku na vzorku respondentů – období od 1. října do 6. října 2005.

- Korekce a úpravy dotazníků – období od 7. října do 14. října 2005.
- Sběr informací dotazníkovým šetření – období 15. října do 1. listopadu 2005.

Data z vyplněných dotazníků byla nejprve podrobena formální a věcné kontrole. Poté bylo u každé dotazníkové otázky přistoupeno k zakódování jednotlivých odpovědí. Tyto zakódované odpovědi byly dále zpracovány.

#### 4. 3. 2. 2. Analýza a zhodnocení výsledků

Následující část této diplomové práce se zabývá analýzou a zhodnocením jednotlivých dotazníkových otázek a významnými statistickými souvislostmi (pohlaví, měsíční příjmy rodiny), které lze ve výsledcích pozorovat. Poté bude přistoupeno ke shrnutí nejdůležitějších závěrů, které byly výzkumem a analýzou získány a k následnému návrhu možných doporučení a zlepšení, které by poskytovatelům stravování mimo domov mohly do budoucna dopomoci k efektivnějšímu identifikování a uspokojování potřeb svých stávajících i potenciálních zákazníků.

Respondenty jsem rozdělil do kategorií podle pohlaví, měsíčních příjmů rodiny, velikosti místa bydliště a podle místa ve kterém se respondenti nejčastěji stravují.

Rozvržení respondentů podle pohlaví je následující: bylo dotázáno celkově 128 žen a 88 mužů. Dotazovaní byli rozděleni podle velikosti celkových měsíčních příjmů do 5 kategorií podle tabulky 6. Dvanáct respondentů neuvedlo žádnou kategorii.

Tabulka 6 – Rozdělení dotazovaných podle velikosti měsíčních příjmů

Příjem rodiny	Do 15000 Kč	15001 – 25000	25001 – 30000	30001 – 45000	45000 a více
Počet dotázaných	28	96	36	24	20

Zdroj: Autor

Dále byli všichni respondenti rozdělení podle velikosti místa bydliště podle tabulky 7. Nejvíce bylo dotázáno lidí z menších měst s 5 001 až 20 000 obyvateli. Osm dotazovaných na tuto otázku neodpovědělo nebo si nebylo jisto vybranou variantou.

Tabulka 7 – Rozdělení dotazovaných podle velikosti místa bydliště

Velikost sídla	Do 1000	1001-5000	5001-20000	20001-50000	50001-100000	100001 a více
Počet dotázaných	52	52	56	20	12	16

Zdroj: Autor

Důležitá je také velikost místa, kde se respondenti nejčastěji stravují (viz tabulka 8). Šestnáct dotazovaných na tuto otázku opět neodpovědělo nebo si nebylo jisto svou odpovědí.

Tabulka 8 – Rozdělení dotazovaných podle místa, kde se nejčastěji stravují

Velikost sídla	Do 1000	1001-5000	5001-20000	20001-50000	50001-100000	100001 a více
Počet respondentů	16	4	16	8	124	32

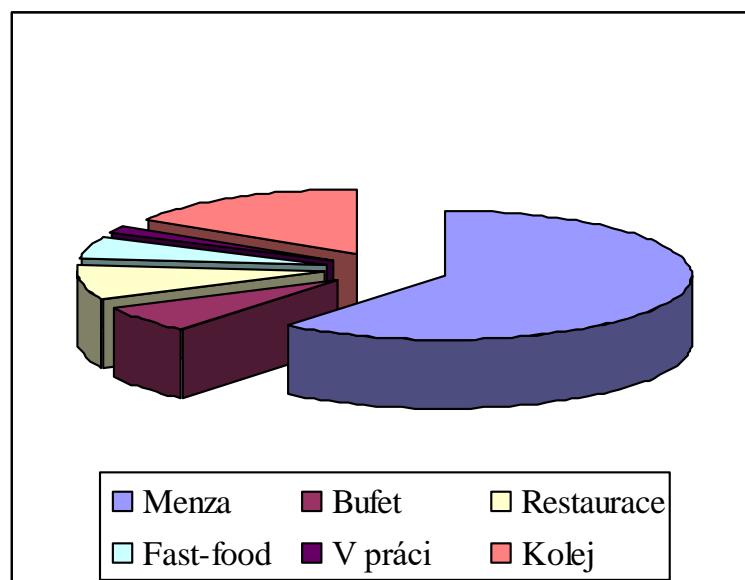
Zdroj: Autor

### Oblíbenost jednotlivých druhů stravování mimo domov

Znění otázky číslo 1: „Kde se nejčastěji stravujete mimo domov?“

Vyhodnocení otázky číslo 1:

Graf 6 – Oblíbenost jednotlivých druhů stravování mimo domov



Zdroj: Autor

První okruh otázek byl zaměřen na názor zákazníků týkající se výběru jednotlivých typů stravování. 8 studentů uvedlo více možností. Z důvodu obtížného stanovení, kterou variantu vyřadit, jsem do hodnocení zahrnul všechny zaškrtnuté varianty. Tento postup jsem použil i u některých dalších otázek.

Nejvíce studentů se pochopitelně stravuje v menze, a to 61 %, 16 % si vaří na koleji, 9 % se stravuje v restauracích, 7 % v bufetu a 5 % ve fast-foodu. 2 % respondentů se nejčastěji stravuje v práci.

V menze se převážně stravují ženy (65 %), s rodinným příjmem 15 001 až 25 000 Kč (44 %), s místem bydliště o velikosti 1 001 až 5 000 (29,5 %) a nejčastějším místem stravování o velikosti 50 001 až 100 000 (47 %).

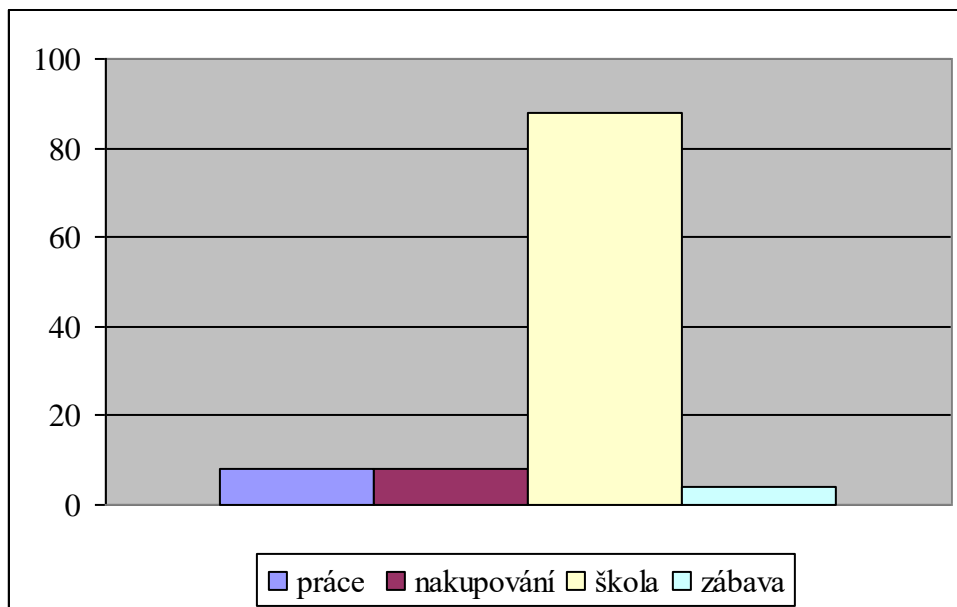
Studenti se podle předpokladu nejčastěji stravují v menze. Výsledek však nebyl tak výrazný, protože přes rozšířenou nabídku menz Jihočeské univerzity dávají někteří studenti stále přednost vaření na kolejích nebo dražšímu, ale rychlejšímu stravování v bufetech nebo fast-foodech.

#### Příčiny stravování mimo domov

Znění otázky číslo 2: „Jaké je nejčastější příčina Vašeho stravování mimo domov?“

Vyhodnocení otázky číslo 2:

Graf 7 – Příčiny stravování mimo domov



Zdroj: Autor

Nejčastější příčina stravování mimo domov je pochopitelně škola (81,5 %). Pouze 12 mužů a 4 ženy se nejčastěji stravuje mimo domov z pracovních důvodů, 8 žen a 8 mužů se stravuje nejčastěji při nákupu a pouze pro 8 mužů je nejčastější příčinou stravování mimo domov zábava. Žádný ze studentů neuvedl možnost cestování a 8 studentů označilo více než jednu variantu.

Ve škole se převážně stravují ženy (84,1 %), s měsíčním rodinnými příjmem 15 001 až 25 000 Kč (21,6 %), s místem bydliště o velikosti 5 001 až 20 000 obyvatel (14,8 %) a nejčastějším místem stravování 50 001 až 100 000 obyvatel (26,1 %).

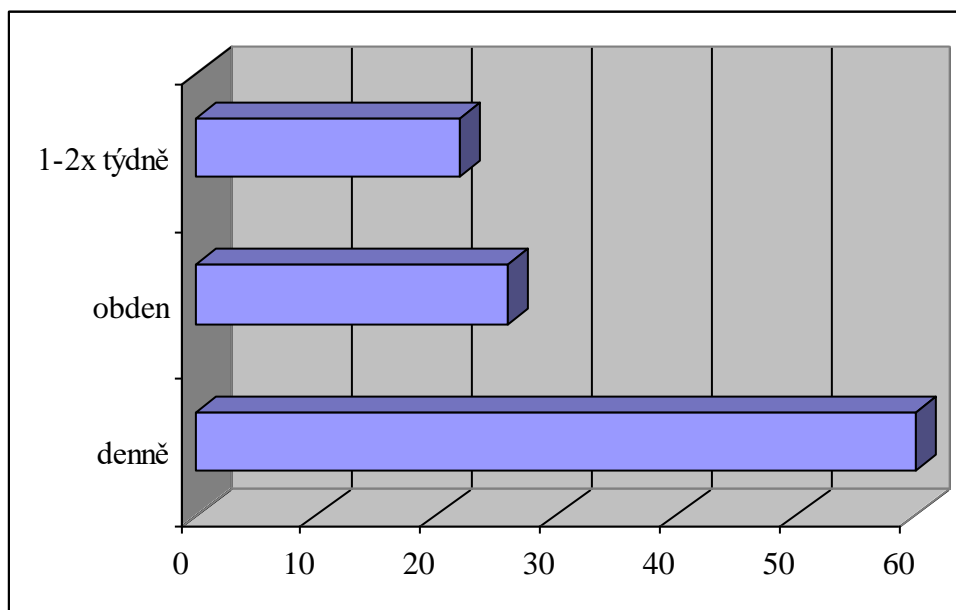
Nejčastější příčinou stravování mimo domov studentů je pochopitelně škola a studium. Pouze 40 studentů se přiklonilo k jiné možnosti. Je to z toho důvodu, že někteří studenti při studiu pracují nebo se nejvíce stravují mimo domov v době nakupování či při zábavě.

#### Frekvence stravování mimo domov

Znění otázky číslo 3: „Jak často se zde stravujete?“

Vyhodnocení otázky číslo 3:

Graf 8 – Frekvence stravování mimo domov



Zdroj: Autor

Nejvíce dotazovaných studentů se daným způsobem stravuje mimo domov denně (55,6 %), obden 24 % a jedenkrát až dvakrát týdně 20,4 %.

Denně se mimo domov stravují převážně ženy (67 %), s rodinným příjmem 15 001 až 25 000 Kč (37 %), s místem bydliště o velikosti 5 001 až 20 000 (37 %) a nejčastějším místem stravování o velikosti 50 001 až 100 000 (60 %).

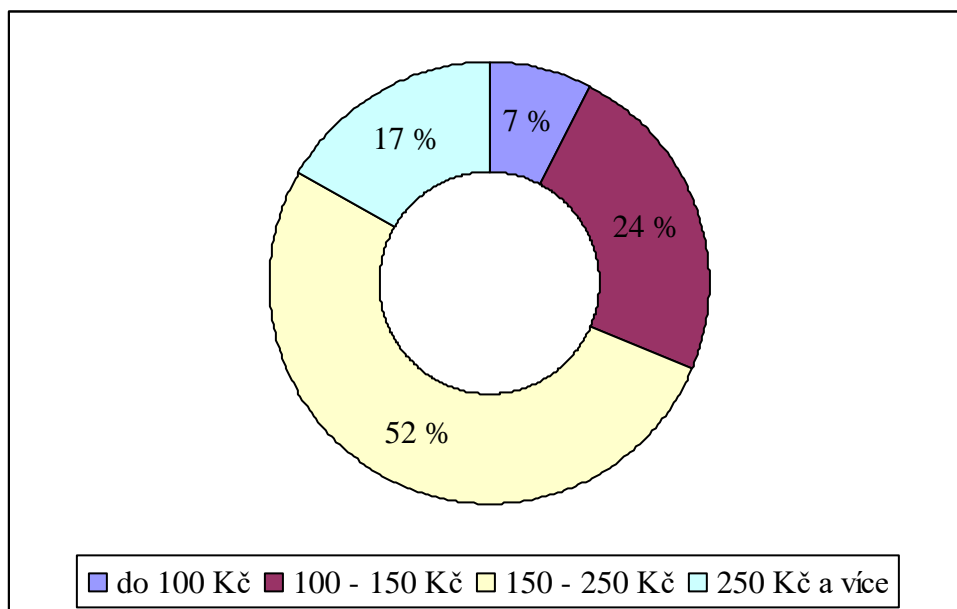
Zde se projevil vliv místních studentů z Českých Budějovic, kteří v některých dnech v týdnu dávají přednost stravování doma. Vede je k tomu především chutnější domácí strava, větší pohodlí nebo i to, že za oběd doma neplatí.

#### Průměrné výdaje za stravování mimo domov za týden

Znění otázky číslo 4: „Kolik v průměru utratíte za stravování mimo domov za týden?“

Vyhodnocení otázky číslo 4:

Graf 9 – Průměrné výdaje za stravování mimo domov za týden



Zdroj: Autor



Nejčastěji studenti utratí za stravování mimo domov za týden 150 až 250 Kč (52 %). 24 % utratí 100 až 150 Kč, 17 % více než 250 Kč a 7 % méně než 100 Kč za týden.

150 až 250 Kč týdně vydávají nejčastěji za stravování mimo domov ženy (61 %), s rodinným příjmem 15 001 až 25 000 Kč (46 %), s místem bydliště o velikosti 5 001 až 11 000 (36 %) a nejčastějším místem stravování o velikosti 50 001 až 100 000 (36 %).

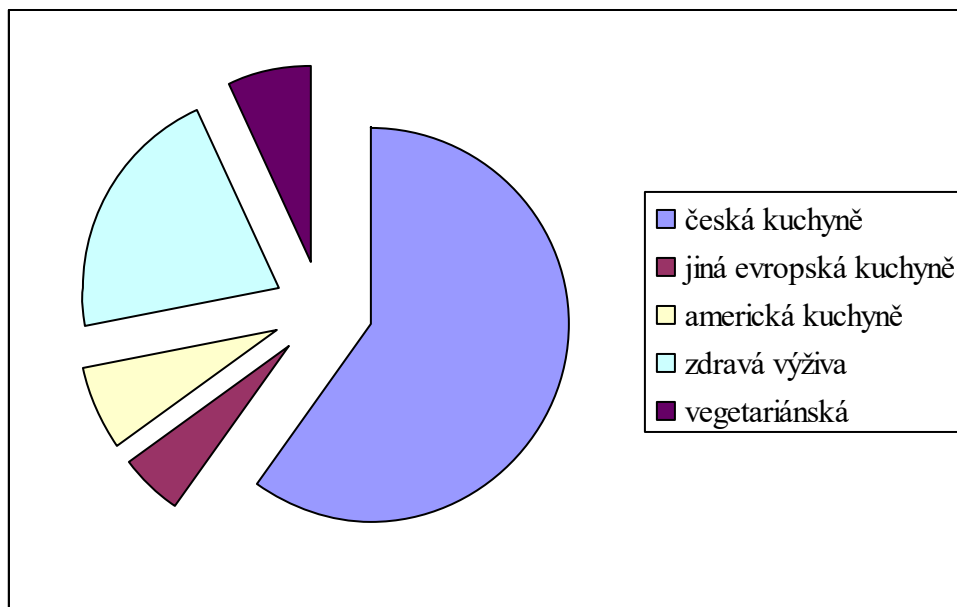
Při dnešních cenách 150 až 250 Kč týdně odpovídá čtyřem až pěti obědům v menze plus tři až čtyři večeře nebo bagety. Také to však může být jeden oběd v restauraci. Zde je vidět názorný rozdíl mezi dotovaným obědem v menze a v restauraci. Oběd v menze je dokonce cenově výhodnější než bagety kupované v běžné síti bufetů. Přesto v budově menzy funguje občerstvení s prodejem baget zhruba o deset korun dražšími než bagety o patro více. Tyto bagety jsou dokonce dražší než oběd nebo večeře v menze a přesto jsou každý den na konci provozní doby (ve 14:30) vyprodány.

#### Oblíbenost jídel

Znění otázky číslo 5: „Jakému jídlu dáváte přednost?“

Vyhodnocení otázky číslo 5:

Graf 10 – Oblíbenost jídel



Zdroj: Autor

Mezi studenty je nejvíce oblíbená česká kuchyně (59,7 %) a zdravá výživa (21,1 %). Jiné evropské kuchyně (5,3 %), americká kuchyně (7 %) a vegetariánská kuchyně (7 %) se těší téměř shodné ale menší oblíbenosti.

Čeští studenti dávají přednost české kuchyni, z toho pouze 51,5 % žen, protože 28 % žen dává přednost zdravé výživě a shodně po 1 % dává přednost jiné evropské kuchyni nebo vegetariánské výživě. U 72 % mužů vítězí česká kuchyně.

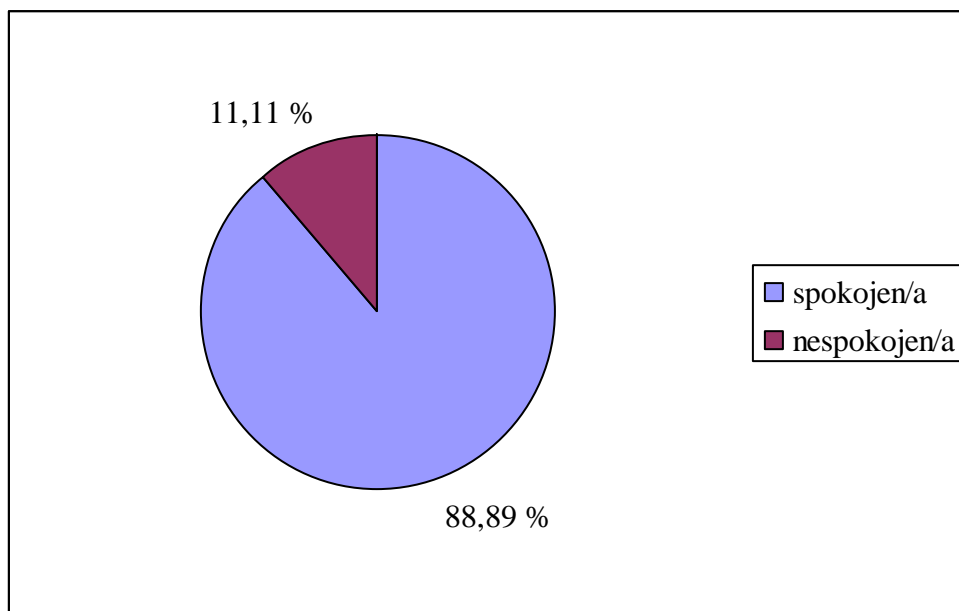
U studentů vítězí česká kuchyně, protože menza vaří převážně česká jídla. Jiné než české kuchyně jsou oblíbené především u žen, které dávají přednost zdravé výživě. Snaží se především vařit zdravá jídla na kolejích, protože nabídka „zdravých“ a vegetariánských restaurací v Českých Budějovicích je velmi omezená.

## Spokojenost se stravováním mimo domov

Znění otázky číslo 7: „Jste spokojeni s tímto stravováním?“

Vyhodnocení otázky číslo 7:

Graf 11 – Spokojenost se stravováním mimo domov



Zdroj: Autor

Pouze 24 respondentů (20 žen a 4 muži) odpovědělo, že nejsou spokojeni se svým stravováním mimo domov. Je to velmi malá část respondentů, protože většina je spokojena se svým stravováním především ve studentské menze.

## Důvody nespokojenosti se stravováním mimo domov

Znění otázky číslo 8: „Pokud nejste spokojeni, uveďte důvody nespokojenosti.“

Vyhodnocení otázky číslo 8:

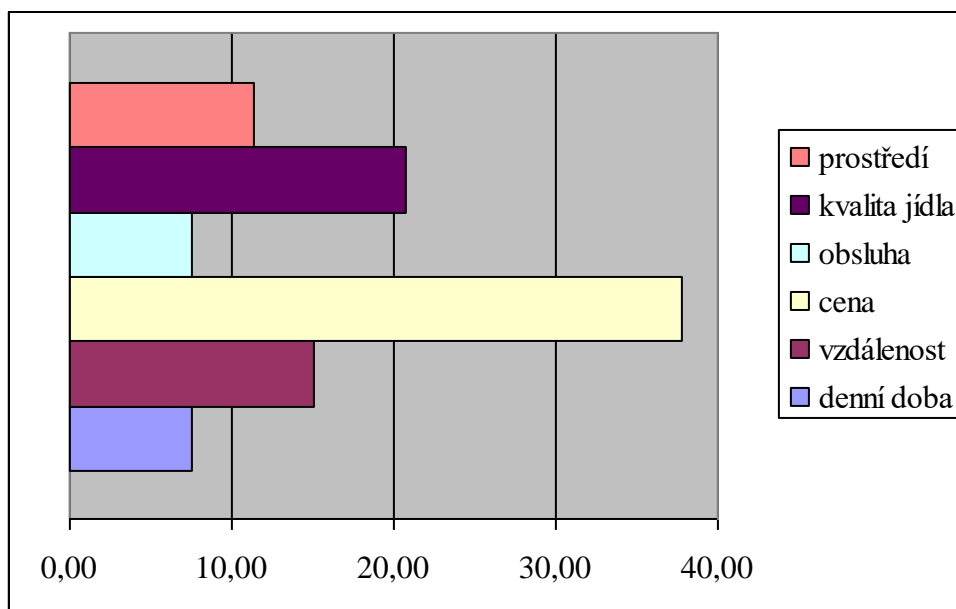
Jako nejčastější důvod nespokojenosti označovali dotazovaní vysoké ceny (12 dotazovaných), malý výběr (8 dotazovaných), nezdravé složení stravy a časovou náročnost. Kromě vysoké ceny se všechny tyto důvody nespokojenosti týkají studentské menzy. Výběr jídel se sice po modernizaci v létě 2005 zlepšil, ale pokud nemáte objednáno nebo přijdete ke konci výdejní doby obědů, tak je výběr menší. Menza vaří především českou kuchyni, která je všeobecně považována za nezdravou, obzvláště pokud ji konzumují studenti, kteří při svém „zaměstnání“ mají malý výdej energie. Na druhou stranu se menza snaží používat zdravé a čerstvé potraviny. Využívá nejmodernější technologie vaření a každý den je v nabídce jedno bezmasé jídlo. Časová náročnost stravování v menze platila pouze u studentů, kteří mají učebny v centru města a jedna volná hodina jim na oběd nestačila. Studentská menza tento problém eliminovala v roce 2005 otevřením výdejen v ulici Boreckého 27, která se nachází na sídlišti Vltava v blízkosti koleje K5 a v Kněžské ulici v prostorách teologické fakulty.

## Největší vlivy při výběru stravování mimo domov

Znění otázky číslo 9: „Co Vás nejvíce ovlivňuje při výběru stravování mimo domov?“

Vyhodnocení otázky číslo 9:

Graf 12 – Největší vlivy při výběru stravování mimo domov



Zdroj: Autor

Největším vlivem při výběru stravování je pro studenty cena (37,7 %), kvalita jídla (20,8 %), vzdálenost (16 %) a prostředí (12 %). Shodně 16 respondentů nejvíce ovlivňuje obsluha a denní doba. Dva muži uvedli momentální chuť. 48 žen nejvíce ovlivňuje cena, 32 kvalita jídla a 20 prostředí.

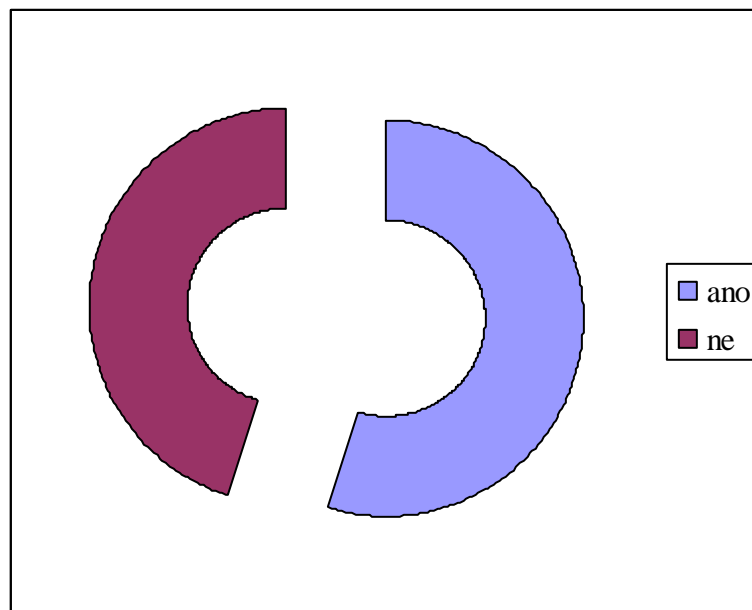
Vliv ceny na jakékoliv nákupní rozhodování je pro Čechy typický, až v poslední době se setkáváme se zákazníky, kteří se spíše nechají ovlivnit kvalitou. Tento fakt se potvrdil i u vysokoškolských studentů, které kromě ceny také významně ovlivňují další faktory, za které je nutno si někde připlatit.

## Nové provozovny stravování

Znění otázky číslo 10: „Uvítal/a byste ve svém okolí další provozovny stravování?“

Vyhodnocení otázky číslo 10:

Graf 13 – Nové provozovny stravování



Zdroj: Autor

54,7 % dotazovaných by uvítalo nové provozovny ve svém okolí. Nové stravovací provozovny by s sebou přinesly větší nabídku, větší konkurenci a možná i nižší ceny, proto se většina respondentů nebrání rozvoji nabídky v oblasti stravování mimo domov.

## Jaké nové provozovny stravování?

Znění otázky číslo 11: „Pokud byste uvítal/a nové provozovny stravování, tak proč a jaké?“

Vyhodnocení otázky číslo 11:

Nejvíce respondentům chybí větší výběr stravování (20 dotazovaných), a to především provozovny se zdravou výživou (8 dotazovaných), s nižšími cenami (8 dotazovaných), rychlého občerstvení (4 dotazování), s vegetariánskou výživou (2 dotazování), bufety (2 dotazování) a hospody (2 dotazování). Jedna studentka uvedla, že zde v Českých Budějovicích postrádá provozovny Country life a Góvinda. Jedná se o vegetariánské restaurace, které mají pobočky pouze v Praze, protože je tam větší poptávka po tomto stravování.

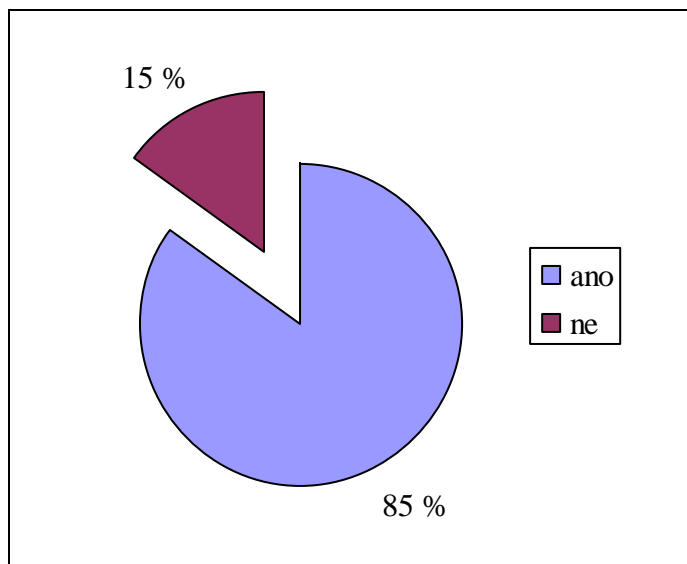
Nabídka provozoven stravování mimo domov v Českých Budějovicích je ovlivněna tím, že většina provozovatelů dává přednost klasické české kuchyni, která je pro Jihočeský kraj typická. Je samozřejmé, že ve větších krajských městech je nabídka ostatních kuchyní větší, protože tam jsou lidé méně konzervativní, mají méně času, vyšší příjmy a jiný životní styl.

#### Kouření

Znění otázky číslo 12: „Vadí Vám při stravování kouř z cigaret?“

Vyhodnocení otázky číslo 12:

Graf 14 – Vadí Vám při stravování kouř z cigaret?



Zdroj: Autor

85 % respondentům při stravování vadí, když někdo kouří. Pouze 15 % dotazovaným to nevadí. Je to zajímavý výsledek obzvláště, když většina mladých lidí kouří. Ale mladí lidé navštěvují stravovací provozovny i z jiných důvodů. Např. z důvodu popovídat si s přáteli nebo jen tak popít, pak by byly odpovědi určitě odlišné.

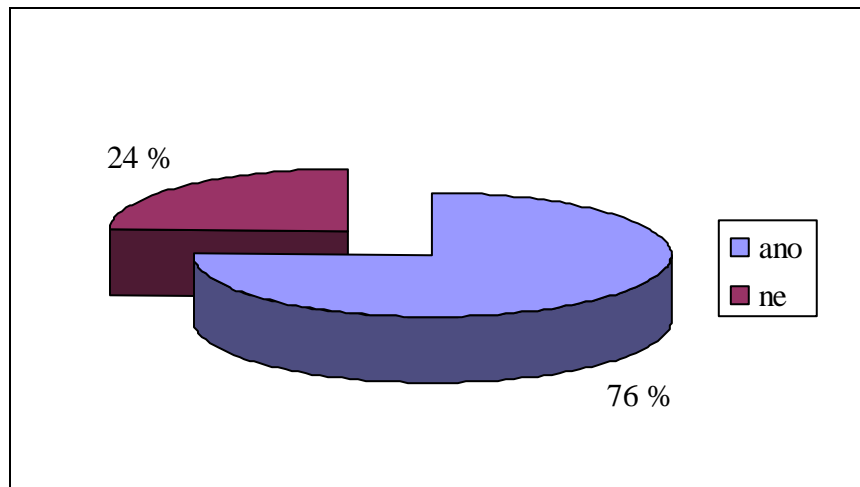
#### Vliv kouření na rozhodování o výběru stravování mimo domov

Znění otázky číslo 13: „Pokud Vám při stravování vadí kouř z cigaret, ovlivní to Vaše rozhodování o výběru stravování mimo domov?“

Vyhodnocení otázky číslo 13:



Graf 15 – Ovlivní kouření Vaše rozhodování o výběru stravování mimo domov?



Zdroj: Autor

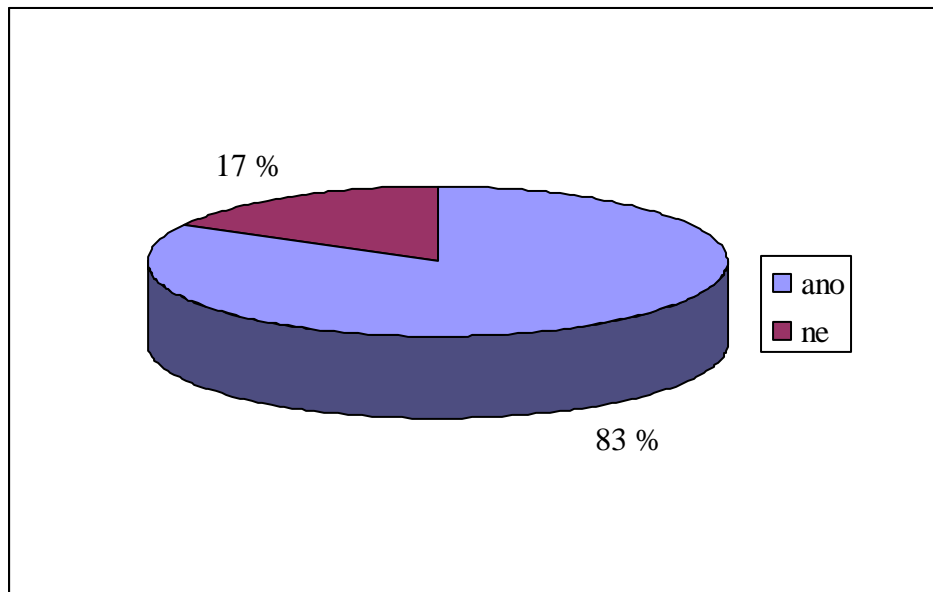
180 respondentům vadilo kouření při stravování, ale 44 z nich to přesto neovlivní při rozhodování o výběru stravování mimo domov. Je to 36 mužů a 8 žen. Těmto lidem kouření při stravování vadí, ale ne až tak významně, aby to ovlivnilo jejich rozhodování o výběru stravování mimo domov.

#### Studentské slevy

Znění otázky číslo 14: „Využíváte stravování mimo domov, kde máte jako studenti slevy?“

Vyhodnocení otázky číslo 14:

Graf 16 – Využíváte studentské slevy?



Zdroj: Autor

83 % dotazovaných využívají jako studenti slevy na stravování mimo domov. 17 % uvedlo, že slevy nevyužívají.

Většina studentů slevy využívá především ve studentské menze. Dále se jedná o ty provozovny, které se na segment mladých lidí zaměřují, protože je jejich hlavním zdrojem příjmů. Jsou to především mezi mladými velmi oblíbené provozovny rychlého občerstvení. Tyto provozovny poskytují slevy držitelům studentských karet ISIC (International Student Identity Card), EURO<26 nebo ALIVE (IYTC – International Youth Travel Card).

## Vliv studentských slev na rozhodování o stravování mimo domov

Znění otázky číslo 15: „Pokud nevyužíváte studentské slevy, navštěvovali byste takové provozovny, které by poskytovaly studentům slevy?“

Vyhodnocení otázky číslo 15:

Z 22 respondentů, kteří slevy nevyužívají, by studentské slevy v provozovnách stravování mimo domov využívali všichni. Což odpovídá tomu, že studenti mají stále hluboko do kapsy a pokud se někde objeví sleva rádi ji využijí.

### **4. 4. Vypracování zprávy a prezentace výsledků**

Ze získaných údajů se musí zformulovat závěry a prezentovat je. Zpráva by neměla obsahovat velké množství čísel a statistik, ale pouze důležité údaje, které budou mít zásadní význam pro další rozhodování.

Výzkumná zpráva detailně osvětluje pozadí (důvod vzniku) a požadavky výzkumného projektu. Někdy už sama příprava výzkumné zprávy stačí k vyřešení problému nebo přinejmenším naznačí pisateli jednodušší a rychlejší řešení (2).

Segment vysokoškolských studentů je pro provozovatele stravování mimo domov velmi atraktivní, protože mladí lidé jsou velmi ovlivnitelní reklamou, podléhají módním trendům a hodně cestují. Toto potvrzuje 55,6 % studentů, kteří uvedli, že se mimo domov stravují denně, další čtvrtina studentů se mimo domov stravuje obden.

Český student však stále disponuje malým příjmem, i když se mu během studia nabízí spousta pracovních příležitostí nejen v České republice, ale i v zahraničí. Potvrdila se tak základní

hypotéza, že se studenti nejčastěji stravují v menze (61 %) a slyší na slevy (83 %) u ostatních provozovatelů stravování mimo domov. 12 dotazovaných také uvedlo jako svůj největší důvod nespokojenosti se stravováním mimo domov vysoké ceny. 37,7 % respondentů nejvíce při výběru stravování ovlivňuje cena.

Pro výběr menzy jako stravování mimo domov hovoří především nízká cena, umístění v univerzitním kampusu a v dalších dvou provozovnách v Českých Budějovicích. Studenti utratí za týden stravování většinou 150 až 250 Kč (52 %), čtvrtina dokonce 100 až 150 Kč. Dalším plus pro menzu je to, že studenti tráví ve škole čtyři až pět dnů v týdnu. Proto je pro 81,5 % studentů nejčastější příčinou stravování mimo domov škola. Jako důvody nespokojenosti uváděli studenti především malý výběr (8 respondentů) a nezdravé složení stravy.

Menza však není jediným stravováním mimo domov dnešních studentů, jsou to také restaurace, bufety a především fast foody. Četnost stravování v těchto provozovnách je však výrazně nižší než u menzy. 9 % respondentů uvedlo, že se nejčastěji stravují v restauraci, 7 % v bufetu a 5 % ve fast foodu. Někteří studenti (7,4 %) při škole pracují a stravují se tedy nejčastěji v podnikových kantýnách. Dalšími důvody stravování mimo domov je nakupování (7,4 %) a zábava (3,7 %).

Přestože jsou mladí lidé velmi moderní a otevření novým věcem, 59,7 % respondentů uvedlo, že má nejraději českou kuchyni. Pouze 7 % se přiklonilo k americké kuchyni. Zastánkyněmi zdravé (21,1 %) a vegetariánské výživy (7 %) jsou především mladé ženy. To potvrzuje i nespokojenost 8 respondentů s malým výběrem stravování mimo domov.

Mezi největší vlivy při výběru stravování mimo domov patří kromě ceny kvalita jídla (20,8 %), kterou nachází především u vyzkoušených provozoven a u velkých stravovacích řetězců. Dalším velkým vlivem je vzdálenost (16 %), kdy studenti navštěvují ty provozovny,

které se nacházejí v místech, kde tráví většinu svého volného času. Jsou to především provozovny ve středu města, v zábavních a sportovních centrech nebo v blízkosti dopravních cest.

Malý výběr provozoven stravování mimo domov potvrdilo i 54,7 % dotázaných, kteří uvedli, že by uvítali nové provozovny ve svém okolí. Nejvíce studentům chybí zařízení se zdravou výživou (8 dotázaných) a rychlé občerstvení (4 dotázaní).

Dále jsem se zabýval ve svém výzkumu již zmíněnou problematikou kouření ve stravovacích provozovnách. Většině dotázaných (85 %) při stravování vadí kouř z cigaret, což je poměrně velké množství studentů, zvláště s přihlédnutím k tomu, že většina jich kouří. Tomu odpovídá fakt, že 44 dotazovaných, kterým vadí kouření při stravování, to přesto neovlivní při rozhodování o výběru stravování mimo domov.

## 5. ZÁVĚR

Obor stravování mimo domov prošel v posledních letech výraznými změnami. Zvyšující se tržby dokládají zvýšený zájem spotřebitelů o stravování mimo domov. Přibývá lidí, kteří se stravují mimo domov ráno a večer. Rozvoj stravování mimo domov však brzdí zvýšená DPH a přehnané hygienické požadavky. S vývojem tohoto sektoru se mění i spotřebitelé. Nejpodstatnější změny ve vztahu ke stravování mimo domov jsou především životní styl a zvyšující se příjmy obyvatel. Při rozhodování o výběru stravování mimo domov už nehraje cena nejvýznamnější roli, ale jsou to i další faktory jako čistota prostředí a obsluha.

V souladu s měnícími se požadavky trhu, se mění i podíly jednotlivých forem stravování mimo domov. Počet restaurací v letech 2000 až 2003 mírně klesl. Mezi spotřebiteli jsou nejoblíbenější hostince a klasické restaurace. Až na dalších místech se objevily pizzerie a čínské restaurace. Oblibu restaurací dokládá to, že každý pátý obyvatel České republiky navštíví restauraci několikrát do měsíce. Rozdílný vývoj zaznamenalo účelové stravování. Počet provozoven účelového stravování klesl na polovinu, což bylo způsobeno především náhradou přímého stravování stravenkami. Tento trend ovlivnil rozložení jednotlivých forem účelového stravování. Školská zařízení zaujímal v roce 2003 více než polovinu trhu účelového stravování, oproti tomu podnikatelské subjekty pouze 12,7 %.

Segment vysokoškolských studentů je velmi atraktivní, protože se studenti mimo domov stravují velmi často. Ovšem čeští studenti jsou stále chudí, nejčastěji se stravují v menze a rádi využívají slevy, které jim poskytují i ostatní provozovatelé stravovacích zařízení. Cena je i největším vlivem při výběru stravování mimo domov a je i nejčastější příčinou nespokojenosti studentů se svým stravováním mimo domov. Jako nedostatky uvádějí studenti především malý výběr stravování mimo domov. Studenti by uvítali zařízení se zdravou výživou a fast foody. Pro rozvoj stravování mimo domov v oblasti zdravé výživy jsou především ženy. Mezi další

vlivy při výběru stravování patří kromě ceny také kvalita jídla, vzdálenost a prostředí jednotlivých provozoven stravování mimo domov.

Potřeba rozvoje stravování mimo domov požaduje především nové provozovny se zdravou výživou a další rychlá občerstvení. Provozovatelé by se měli zaměřit na příjemné prostředí, čistotu, kvalitní obsluhu a v neposlední řadě i přiměřené ceny. Tyto faktory jsou pro spotřebitele velmi důležité, protože navštěvují provozovny stravování mimo domov nejen z důvodu se najíst, ale také z důvodu popovídat si s přáteli, zlepšit si náladu nebo jen tak popít. Studentská menza by se měla zaměřit na rozšíření nabídky bezobjednávkových jídel a take-away jídel, jako jsou bagety, obložené housky, sušenky a nápoje. Tyto doplňky by měly být k dispozici studentům během celého dne.

## **6. ABSTRAKT**

This diploma work deals with the results of research concerning catering out of home market in the Czech Republic. The aim of this marketing research is to analyse the development of catering out of home. I make the evaluation of the catering out of home in the Czech Republic on the basis of Czech Statistical Office statistics and specialized marketing research companies researches. In my work, I focus on offer and demand in the catering out of home. Both of these factors develop and interact each other. Their mutual development and influence on each other are the base of my work.

Catering out of home has changed since the year 2000. Increasing incomes illustrate the growing consumers' interest in this branch. Especially, the amount of people, who eat out of home in mornings and evenings, has recently increased. The development of this branch is retarded by advanced VAT and high sanitary standards. Consumers as well as this branch have changed. Among the biggest changes in this branch are new lifestyle and increasing household earnings. Price hasn't already had the biggest influence over making decision on catering out of home, but there are other factors such as cleanness and service.

The university student segment is very attractive, because students eat out of home very often. Czech students are still purseless, they mostly eat in students' halls and they like using reductions, that other entrepreneur catering establishments provide them. Price has the biggest influence over making decision on catering out of home and it is also the most frequent reason of discontent students, when eating out of home. It is the small selection of catering out of home, that's mostly mentioned among shortages by students. Students would welcome more health food and fast food establishments. Among other factors in the selection of catering out of home belong price as well as food quality, distance and the atmosphere of each catering out of home establishment.



Key words: catering, catering out of home, students, marketing research.

## 7. SEZNAM LITERATURY

### Monografie

- [1] COLLIN, P. H. Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management. London. Peter Collin Publishing Ltd. 1994. ISBN 1901659992
- [2] HAUGE, P. Průzkum trhu: příprava, výběr vhodných metod, provedení, interpretace získaných údajů. Praha. Computer Press. 2003. ISBN 80-7226-917-8
- [3] HORNER, S. SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Aplikovaný marketing služeb. Praha. Grada Publishing. 2005. ISBN 80-247-0202-9
- [4] KOTLER, P. ARMSTRONG, G. Marketing. Praha. Grada Publishing. 2004. ISBN 80-247-05/3-3
- [5] MORRISON, A. M. Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha. Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-90-2
- [6] ORIEŠKA, J. Technika služeb cestovního ruchu. Praha. Idea Servis. 1995. ISBN 80-85970-02-3
- [7] RŮŽKOVÁ, J. Demografická příručka. Praha. Český statistický úřad. 2004. ISBN 8025009556

### Články a jiné publikace

- [8] HORÁKOVÁ, N. Kam si chodíme posedět? 2004. CVVM.
- [9] KREČ, L. POSPĚCHOVÁ, P. Salátová města a knedlíkový venkov. 2005. Týden 48/2005. ISSN 1210-9940.
- [10] MACHÁČOVÁ, P. Stravování mimo domov: Jak a kde se nejčastěji stravujeme? 2003. Marketing & Media 39/2003. ISSN 1212-9496.
- [11] MAŠEK, J. Rájenky nad zlato. 2006. Týden 2/2006. ISSN 1210-9940.
- [12] ŠIMKOVÁ, M. Máme v Čechách jiné zvyklosti? 2003. Marketing&Media 15/2003. ISSN 1212-9496.

[13] Vědecký výbor pro potraviny. Výsledky reprezentativního průzkumu konzumace pokrmů formou rychlého občerstvení v ČR. 2004

#### Internetové zdroje

[14] <http://www.csu.cz>, datum čerpání: únor 2006.

[15] <http://www.britishairways.com>, datum čerpání: únor 2006.

[16] <http://www.novinky.cz>, datum čerpání: únor 2006

#### Zákony

[17] Vyhláška MŠMT ČR 107/2005 Sb. ze dne 25. února 2005 o školním stravování

[18] Zákon č. 258/2000 Sb. ze dne 14. července 2000 o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů

## 8. PŘÍLOHA

Příloha 1

### Dotazník

#### Stravování mimo domov (se zaměřením na studenty VŠ)

Dobrý den, jmenuji se Josef Fiala a jsem studentem Jihočeské univerzity, Zemědělské fakulty, studijního programu Ekonomika a management a studijního oboru Obchodně podnikatelského. V rámci své diplomové práce provádím výzkum stravování mimo domov se zaměřením na studenty VŠ. Tímto bych Vás chtěl poprosit o spolupráci s vyplněním tohoto dotazníku. Své odpovědi prosím zaškrtněte, případně doplňte.

Veškeré Vámi uvedené informace budou samozřejmě použity pouze při zpracování této diplomové práce a nebudou veřejně přístupny ani poskytnuty dalším osobám

1. Kde se nejčastěji stravujete mimo domov?

Menza (školní jídelna)  Bufet  Restaurace   
Fast food  V práci  ...

2. Jaká je nejčastější příčina Vašeho stravování mimo domov?

Práce  Cestování  Nakupování   
Škola  Zábava  Jiný důvod

3. Jak často se zde stravujete?

denně  obden  1 - 2x týdně  jen o víkendu

4. Kolik v průměru utratíte za stravování mimo domov za týden?

do 100 Kč  100 - 150 Kč  150 - 250 Kč  250 Kč a více

5. Jakému jídlu dáváte přednost?

česká kuchyně  jiná evropská kuchyně  americká kuchyně

zdravá výživa  vegetariánská  veganská

6. Jste spokojeni s tímto stravováním?

ano  ne

Pokud ano, přejděte na otázku číslo 8

7. Pokud nejste spokojeni, uveďte důvody nespokojenosti:

---

---

---

---

---

---

---

8. Co Vás nejvíce ovlivňuje při výběru stravování mimo domov?

denní doba  vzdálenost  cena  obsluha   
kvalita jídla  prostředí

Něco jiného:

9. Uvítal/a byste ve svém okolí další provozovny stravování?

ano  ne

Pokud ne, přejděte na otázku číslo 11

10. Pokud byste uvítal/a nové provozovny stravování, tak proč a jaké?

---

---

---

---

---

---

11. Vadí Vám při stravování kouř z cigaret?

ano  ne

Pokud ne přejděte na otázku číslo 14

12. Pokud Vám při stravování vadí kouř z cigaret, ovlivní to Vaše rozhodování o výběru stravování mimo domov?

ano  ne

13. Využíváte stravování mimo domov, kde máte jako studenti slevy?

ano  ne

Pokud ne přejděte na otázku číslo 16

14. Pokud nevyužíváte studentské slevy, navštěvovali byste takové provozovny, které by poskytovaly studentům slevy?

ano  ne

15. Jaká je velikost měsíčních příjmů Vaší rodiny?

< 15 000  15 001 - 25 000  25 001 - 30 000   
30 001 - 45 000  > 45 000

16. Jaká je velikost místa Vašeho bydliště?

< 1 000  1 001 - 5 000  5 001 - 20 000   
20 001 - 50 000  50 001 - 100 000  > 100 000

17. Jaká je velikost místa, ve kterém se nejčastěji stravujete?

< 1 000  1 001 - 5 000  5 001 - 20 000   
20 001 - 50 000  50 001 - 100 000  > 100 000

18. Jaké je vaše pohlaví?

muž  žena

Velice Vám děkuji za trpělivost, se kterou jste vyplnili tento dotazník. Přeji hezký den.

Zdroj: Autor