



Asociace prádeln
a čistíren ČR

Výzkum trhu prádeln a čistíren



listopad 2018 – leden 2019

A reliable
market research
partner for
the whole of
Europe

Na českém trhu
působí zhruba

402

prádeln/čistíren

České prádelny a
čistírny za rok přijmou
zakázky cca v hodnotě

5,9 mld. Kč

8 290

zaměstnanců
pracuje
v prádelnách a
čistírnách



BRAND BROTHERS
market research & strategic marketing

Obsah

1.	METODOLOGIE VÝZKUMU	3
1.1.	Sběr dat.....	3
1.2.	Vymezení trhu a databáze	4
2.	SLOŽENÍ DATABÁZE / TRHU	5
3.	POČTY PROVOZOVEN A SBĚREN ODĚVŮ.....	8
3.1.	Počet provozoven	8
3.2.	Počet sběrů oděvů	10
4.	POČET A PŮVOD ZAMĚSTNANCŮ.....	12
4.1.	Využití zahraničních pracovníků	14
4.2.	Využití agenturních pracovníků.....	17
5.	PRŮMĚRNÁ VÝŠE MEZD	20
6.	KAPACITA PROVOZU A SMĚNNÝ REŽIM	22
6.1.	Využití kapacity provozu	26
6.2.	Směnný režim	27
7.	OBJEM ZAKÁZEK A PREDIKCE VÝVOJE DO BUDOUCNA	28
7.1.	Trend vývoje a objemu poskytovaných služeb	30
8.	KDO TVOŘÍ ZÁKAZNÍKY PRÁDELEN A ČISTÍREN	32
8.1.	Složení zákazníků využívajících služby pronájmu prádla.....	34
9.	POSKYTOVANÉ SLUŽBY.....	36
9.1.	Poskytované služby prádel a čistíren	36
9.2.	Poskytování mokrého a chemického čištění.....	39
9.3.	Poskytování rozvozu zpracovaných zakázek	41
10.	EKOLOGICKÉ A ENERGETICKÉ ASPEKTY PRANÍ A ČISTĚNÍ	43
10.1.	Využívaná zařízení a jejich energetická náročnost.....	43
10.2.	Využívané zdroje vody.....	48
10.3.	Rozsah využití ekologických opatření.....	49
10.4.	Chemické čištění – míra využití jiného rozpouštědla, než perchloretylenu	50
11.	VYSPĚLOST OBORU, MODERNIZACE A INVESTICE.....	51
11.1.	Stáří strojního vybavení	51
11.2.	Plánované investice	52
11.3.	Finanční podpora z dotačních programů.....	59
12.	PROBLÉMY V OBORU	62
13.	ZNALOST ASOCIACE PRÁDELEN A ČISTÍREN	63
14.	DOTAČNÍK.....	66
	BRAND BROTHERS S.R.O. - MARKETINGOVÉ VÝZKUMY A STRATEGICKÁ DOPORUČENÍ OD ROKU 1996	71

1. Metodologie výzkumu

1.1. Sběr dat

Výzkum prádel a čistíren byl realizován pomocí telefonických rozhovorů se zástupci jednotlivých prádel a čistíren. Těmito zástupci byli vedoucí pracovníci prádel/čistíren, kteří o prádelně měli ucelené informace – typicky se jednalo o majitele, jednatele případně vedoucí provozu. S těmito respondenty byl vyplněn 13minutový dotazník, jehož znění jsme ve spolupráci s Asociací prádel a čistíren navrhli.

Samotnému spuštění sběru dat předcházela nejprve pilotáž (několik prvních reálných rozhovorů s respondenty), v rámci které jsme ověřili a otestovali znění, srozumitelnost i vhodnost použitých otázek. Na základě pilotáže byl dotazník upraven do finální podoby a schválen k samotnému dotazování.

Cílový počet dotazníků, jejich výsledný počet a počty nerelevantních společností uvádí následující tabulka:

Tab. 1.: Počet dotazníků, nerelevantních a celkově oslovených subjektů

	Počet subjektů
Cílový (objednaný) počet dotazníků	100
Realizovaný počet dotazníků	101
Nerelevantních společností	482
Relevantních společností (včetně 19 subjektů identifikovaných jako relevantních, respondent však odmítl účastnit se výzkumu)	120
Oslovených společností	602

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019

Celkem bylo realizováno 101 dotazníků. K tomu bylo potřeba oslovit 120 zástupců relevantních firem – odmítlo nás pouze 19 decision makerů – to odpovídá response rate (podílu zodpovězených dotazníků na celkový počet relevantních firem) zhruba **84%**.

Termín sběru: Sběr dat byl uskutečněn ve dnech **29. 11. 2018 – 14. 01. 2019**.

1.2. Vymezení trhu a databáze

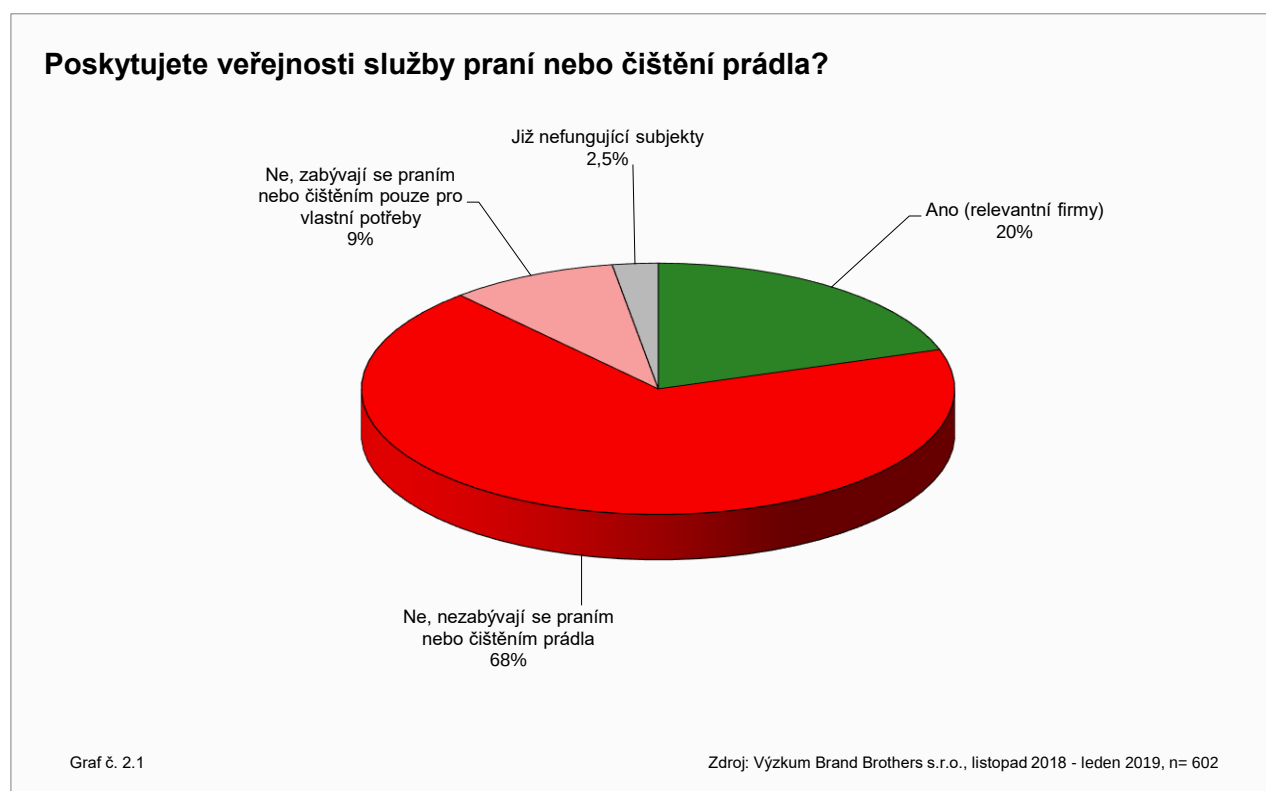
Cílem výzkumu trhu prádel a čistíren bylo zmapovat současnou situaci, která na trhu praní a čištění panuje. Abychom mohli data interpretovat jako skutečnosti odpovídající celému trhu, bylo nutné si nejprve zvolit reprezentativní vzorek trhu. Ve spolupráci s Asociací prádel a čistíren (dále jako APaČ) jsme relevantní trh definovali následujícími kritérii:

- Společnosti mající v oboru činnosti **praní a chemické čištění**
- Společnosti s **obratem vyšším než 1 mil. Kč**
- Hlavní **obor činnosti není z následujícího seznamu** (jedná se o subjekty, které perou a čistí s největší pravděpodobností pro vlastní účely):
 - Ambulantní a zubní zdravotní péče
 - Ambulantní nebo terénní sociální služby pro seniory
 - Bezpečnostní a pátrací činnosti
 - Činnosti soukromých bezpečnostních agentur
 - Denní péče o děti
 - Hotely
 - Kadeřnické, kosmetické a podobné +činnosti
 - Mimoústavní sociální péče
 - Mimoústavní sociální péče o seniory a zdravotně postižené osoby
 - Ostatní činnosti související se zdravotní péčí j. n.
 - Ostatní mimoústavní sociální péče j. n.
 - Ostatní ubytování
 - Ostatní ubytování j. n.
 - Ostatní ústavní sociální péče
 - Ostatní vzdělávání
 - Ostatní vzdělávání j. n.
 - Pohostinství
 - Poskytování cateringových služeb
 - Předškolní vzdělávání
 - Rekreační a ostatní krátkodobé ubytování
 - Sociální péče v domovech pro osoby se zdravotním postižením
 - Sociální péče v domovech pro seniory
 - Sociální péče v zařízeních pro osoby s chronickým duševním onemocněním
 - Sociální rehabilitace
 - Specializovaná ambulantní zdravotní péče
 - Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních
 - Střední odborné vzdělávání na středních odborných školách
 - Ubytování
 - Ubytování v hotelích a podobných ubytovacích zařízeních
 - Ústavní ošetrovatelská péče
 - Ústavní sociální péče o seniory a zdravotně postižené osoby
 - Ústavní zdravotní péče
 - Všeobecná ambulantní zdravotní péče
 - Základní vzdělávání na druhém stupni základních škol
 - Zubní péče

Na začátku rozhovoru jsme si nejprve vždy ověřili relevanci dané společnosti k účasti výzkumu, za pomoci kvalifikační otázky „Poskytujete veřejnosti služby praní, nebo čištění prádla?“. V případě, že byla odpověď záporná, společnost jsme označili jako nerelevantní k výzkumu. U takových společností jsme také rozlišovali, zda se daný subjekt nezabývá praním nebo čištěním vůbec, nebo se zabývá praním nebo čištěním pouze pro své interní účely.

2. Složení databáze / trhu

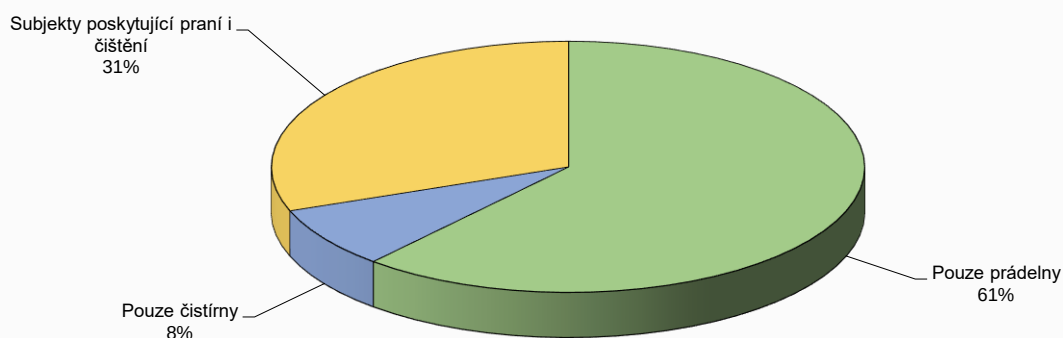
Respondentů jsme se zeptali, zda poskytují praní nebo čištění prádla jako službu veřejnosti (fyzickým osobám, firmám, státním organizacím). Pokud ano, vyplnili jsme s danou společností dotazník. U společnosti, které se do výzkumu nekvalifikovali, jsme rozlišovali dva důvody – jednalo se buď o společnosti, které navzdory zápisu činnosti praní a chemické čištění mezi svými obory činnosti neposkytují tyto služby vůbec, nebo o společnosti, které se zabývají praním nebo čištěním pouze pro své interní účely a tyto služby neposkytují veřejnosti. Ve vzorku byla zastoupena také skupina již nefungujících subjektů. V následujícím grafu je znázorněno zastoupení jednotlivých popsaných skupin.



Poměr relevantních společností na dotázaném vzorku činí **20%** - mezi dotázanými firmami je tedy **1/5 prádelen nebo čistíren**, které tyto služby poskytují veřejnosti. **Největší podíl** tvoří skupina 68% subjektů, které se vůbec **praním nebo čištěním nezabývají**. 9% pak pere nebo čistí pouze pro svoje potřeby. 2,5% tvoří již nefungující firmy.

Skupinu relevantních firem pak tvoří tři typy subjektů – pouze prádelny, pouze čistírny a subjekty poskytující jak praní, tak čištění prádla.

Rozdělení relevantních subjektů na prádelny, čistírny a subjekty poskytující obě služby
Pouze ti, kteří poskytují služby praní nebo čištění veřejnosti



Graf č. 2.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 101

Mezi veškerými poskytovateli praní nebo čištění prádla jsou **nejvíce zastoupeny výhradní prádelny – 61%**. Dále jsou to subjekty poskytující jak praní, tak čištění – 31%. Pouze na čištění se specializuje 8% trhu.

Pokud výše zmíněné skutečnosti promítneme na celý trh (viz kap. 1 – Metodologie výzkumu), absolutní počty subjektů v jednotlivých kategoriích ukazuje následující tabulka.

Tab. 2.: Rozdělení společností, které mají činnost praní a čištění zapsanou mezi svými obory činnosti (po vyloučení vybraných kategorií hlavního oboru činnosti)

	Projekce počtu subjektů na celou databázi
Pouze prádelny	247
Pouze čistírny	32
Subjekty poskytující jak praní, tak čištění prádla	124
Nerelevantní subjekty (neposkytují služby praní ani čištění)	1382
Nerelevantní subjekty (zabývají se praním nebo čištěním pouze pro interní účely)	185
Nefunkční subjekty	50
Celkový počet subjektů v databázi	2019

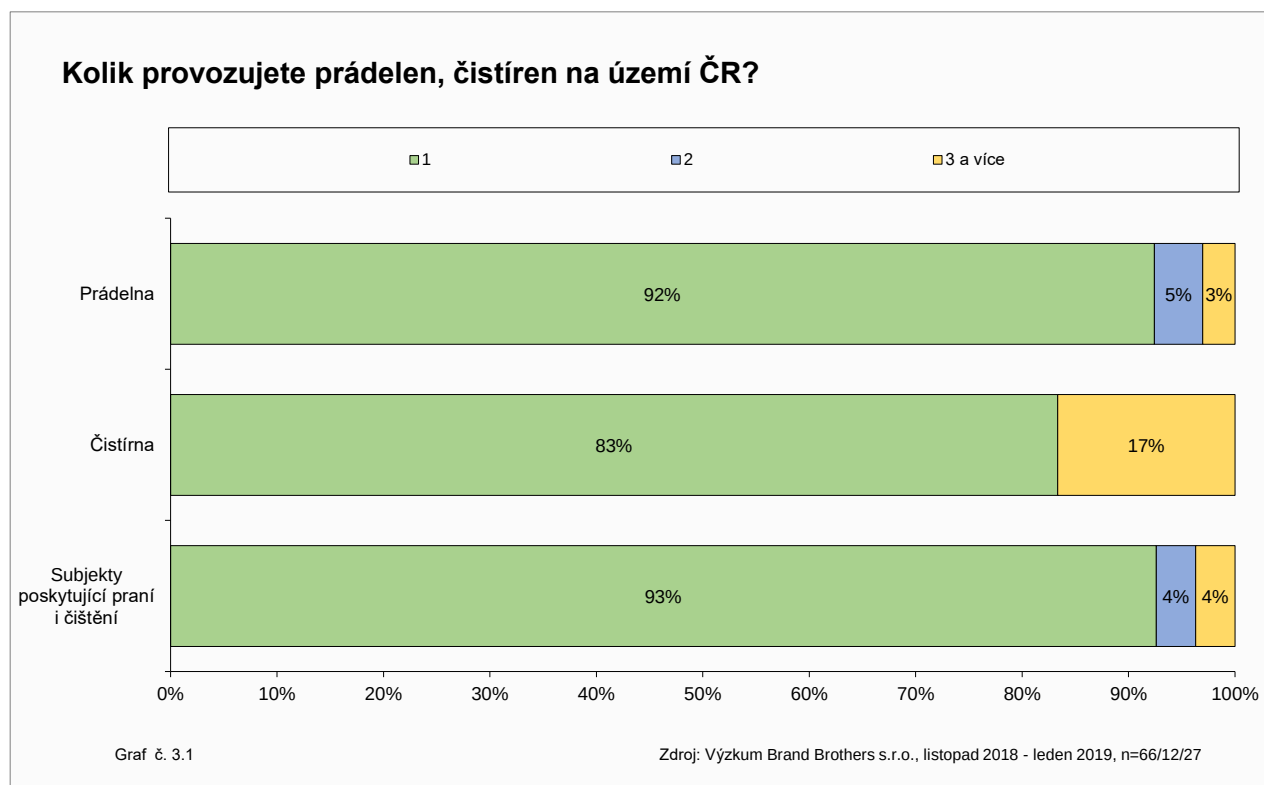
Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=2019

Na základě informací vyplývajících z nasbíraných dat, odhadujeme, že na trhu praní a čištění (tak, jak jsme ho definovali), je celkově 403 subjektů, které se zabývají praním a čištěním: 247 prádelen, 32 čistíren a 124 subjektů, které poskytují obě služby.

Přestože nebyl sběr dat uskutečněn ve větším měřítku, námi dotázaných 101 subjektů odpovídá zhruba čtvrtině celého trhu. Trh s praním a čištěním prádla je tedy poměrně malý.

3. Počty provozoven a sběren oděvů

3.1. Počet provozoven



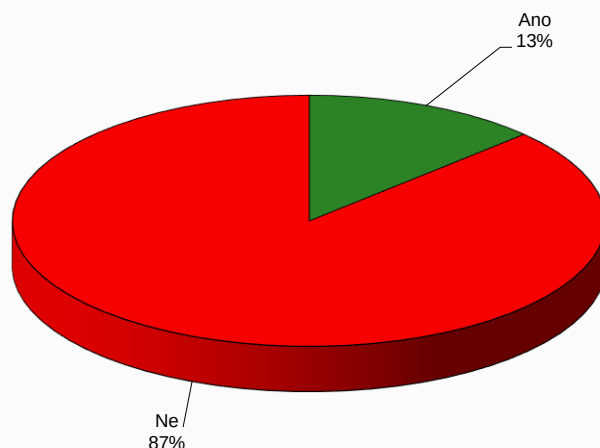
Ať už se jedná pouze o čistírny, prádelny nebo subjekty poskytující obě služby, ve všech případech dotázané **podniky provozují nejčastěji jednu provozovnu (83-93%)**. Více než jednu pobočku provozuje 8% prádel a subjektů poskytujících jak praní, tak čištění. V případě čistíren je tento podíl 17%.



Statistická poznámka: Vzhledem k menšímu počtu respondentů ve skupinách čistíren a subjektů poskytujících jak praní, tak čištění, upozorňujeme na nižší statistickou spolehlivost vzorku.

Jedná se o samostatné provozovny?

Pouze subjekty, poskytující praní i čištění



Graf č. 3.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=31

I subjekty poskytující jak praní, tak čištění, **ve většině případů (87%)** obě činnosti vykonávají **v jednom provozu**.

Tab. 3.: Průměrný počet provozoven jednotlivých typů podniků

	Průměrný počet provozoven
Prádelny	1,1
Čistírny	3,0
Subjekty poskytující praní i čištění (v jedné provozovně)	2,1
Subjekty poskytující praní i čištění (v rozdílných provozovnách)	2,0
Celkově	1,6
Odhad celkového počtu provozoven v ČR	630

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=62/8/27/4

Nejvíce provozoven mají průměrně čistírny – 3 provozovny. U prádelen je to 1,1 provozovny na podnik. Subjekty, které nabízejí jak praní, tak čištění, mají průměrně 2-2,1 provozovny na podnik. **Celkově** je to pak **zhruba 1,6 provozovny na podnik**. Odhadujeme tedy, že v ČR je 630 provozoven prádelen/čistíren.

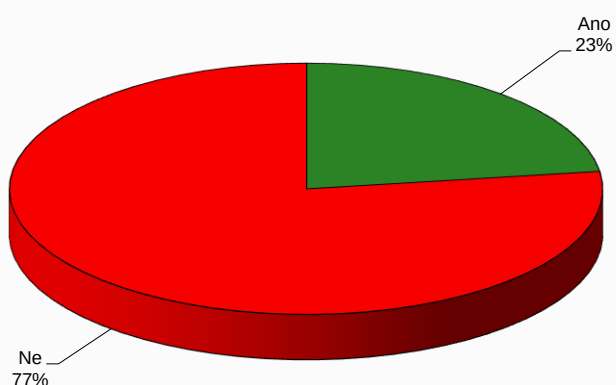


Statistická poznámka: Při interpretaci průměrných počtů provozoven na podnik dle jeho zaměření, je třeba brát zejména v kategoriích čistíren a subjektů, poskytujících jak praní, tak čištění v potaz jejich nižší počet v dotázaném vzorku. Vzhledem k malému počtu respondentů

v této skupině tedy upozorňujeme na nižší statistickou spolehlivost vzorku. Uvedenou projekci vztahujeme na námi definovaný trh.

3.2. Počet sběrů oděvů

Provozujete vlastní sběrný oděvů?



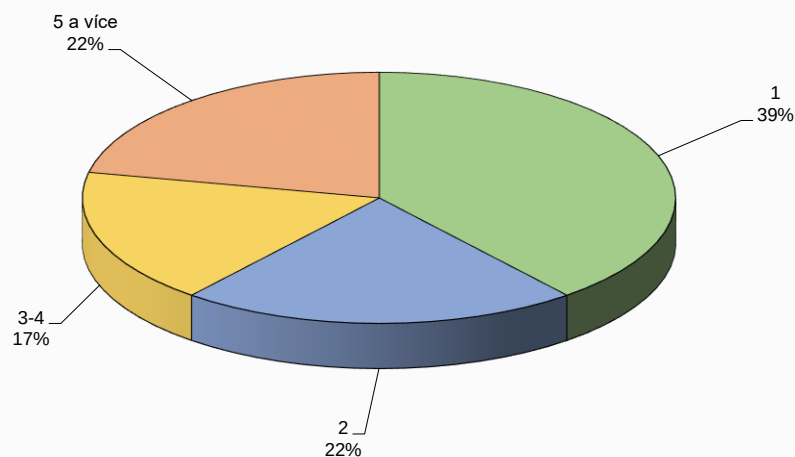
Graf č. 3.3

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Vlastní sběrný oděvů provozuje **necelá čtvrtina** (23%) dotázaných firem.

Kolik sběren oděvů provozujete?

Pouze ti, kteří provozují sběrný oděv



Graf č. 3.4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=23

Nejvíce společností (39%), které provozují vlastní sběrný oděv, má tuto **sběrnou jednu**. 22% provozuje 2 sběrný, 17% provozuje 3-4 sběrný. **5 a více sběren** provozuje 22% prádeln a čistíren, které mají vlastní sběrný.

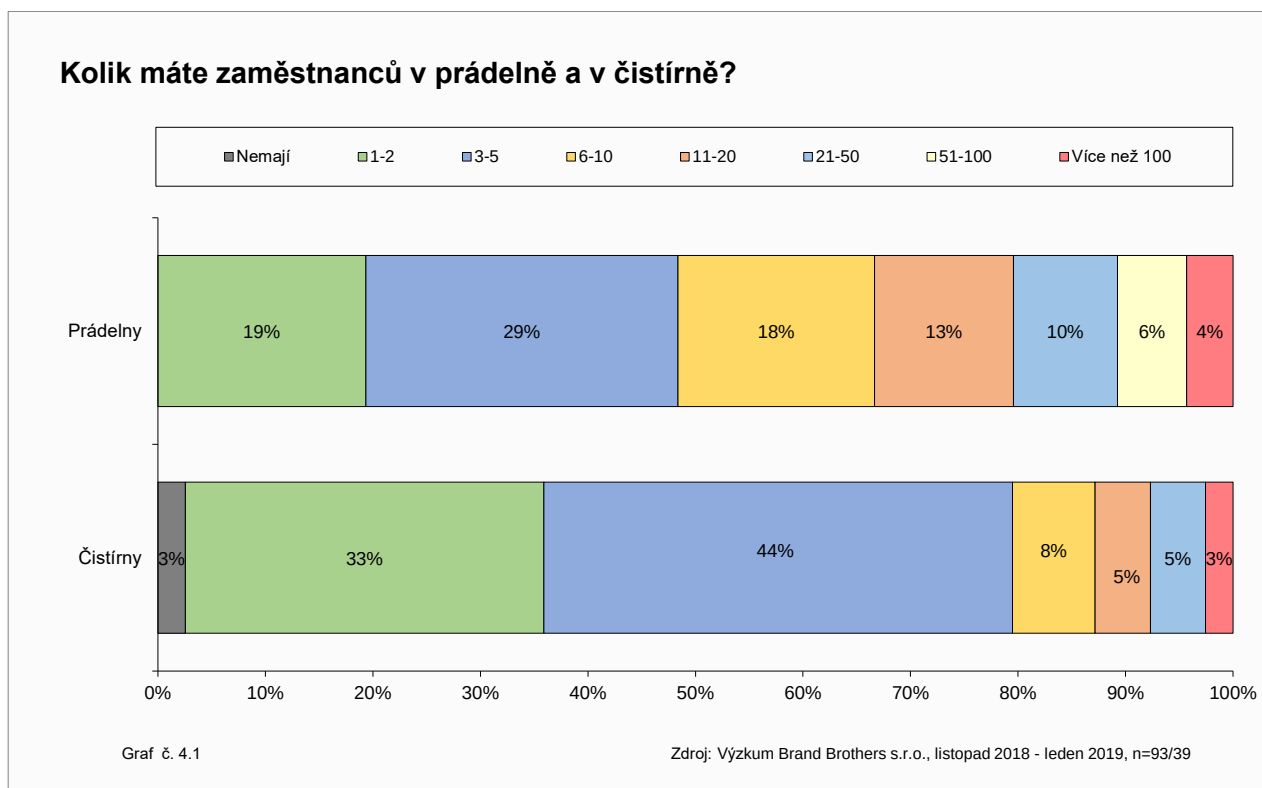
Tab. 4.: Průměrný počet sběren oděvů na subjekt a jeho projekce na celý trh

	Průměr
Průměrný počet sběren oděvů na prádelnu/čistírnu	0,8
Průměrný počet sběren oděvů na provozovatele sběren	3,6
Odhad celkového počtu sběren oděvů v ČR	330

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=23

Průměrně na prádelny/čistírny připadá **0,8 sběrný**. V případě těch, kteří sběrný provozují, je to pak **3,6 sběrný** oděvů. Odhadujeme, že v ČR je tedy celkově zhruba 330 sběren oděvů.

4. Počet a původ zaměstnanců



Nejčastěji je, ať už v prádelně, nebo v čistírně, zaměstnáno **3-5 zaměstnanců (29% a 44%)**. Méně, tedy 1 - 2 zaměstnanci, jsou v 19% prádelen a 33% čistíren. Obecně **více zaměstnanců** je oproti čistírnám **v prádelnách** - nad 5 zaměstnanců má 52% prádelen, ale pouze 21% čistíren. 10% prádelen má více než 51 zaměstnanců. V případě čistíren jsou tento podíl necelá 3%.

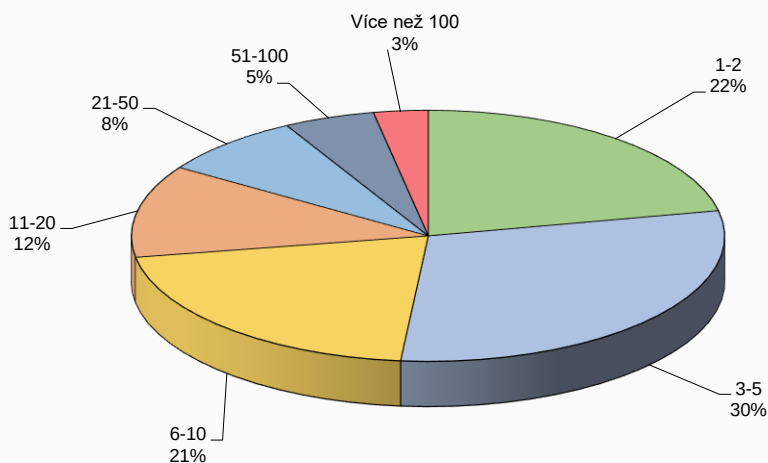
Tab. 5.: Průměrný počet zaměstnanců v prádelnách a čistírnách

	Průměr
Počet zaměstnanců v prádelnách	20,9
Počet zaměstnanců v čistírnách	7,9
Odhad celkového počtu zaměstnanců prádelen a čistíren	8 290

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=93/39

V prádelnách je zaměstnáno **2,6krát více pracovníků, než v čistírnách** – v prádelnách průměrně přibližně 21 zaměstnanců, v čistírnách zhruba 8. Odhadujeme, že celkově v prádelenském/čistírenském sektoru pracuje na 8 290 pracovníků.

Počet zaměstnanců na jednu provozovnu



Graf č. 4.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Více než polovina provozoven (52%) žíví **do 5 zaměstnanců**, 22% má pouze 1-2 zaměstnance. **Zhruba pětina** provozoven (21%) **zaměstnává 6-10 pracovníků**. Více než 11 zaměstnanců má 28% provozoven.

Tab. 6.: Průměrný počet zaměstnanců na provozovnu

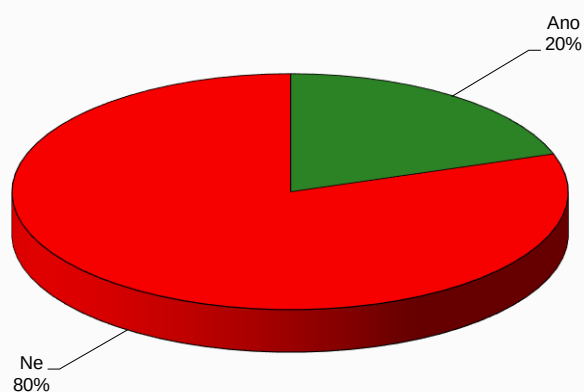
	Průměr na provozovnu
Pouze prádelna	13,2
Pouze čistírna	3,0
Pouze prádelna	13,2
Subjekty poskytující praní i čištění (v jedné provozovně)	26,6
Subjekty poskytující praní i čištění (v rozdílných provozovnách)	5,5
Celkový součet	15,6

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=62/8/27/4/101

Na každou provozovnu průměrně připadá téměř 16 zaměstnanců (15,6), nicméně mezi jednotlivými typy podniků jsou **značné rozdíly**. V provozech, kde se pere i čistí zároveň, je to průměrně téměř 27 pracovníků. V provozech prádelen kolem 13 pracovníků, v provozech čistíren průměrně pouze 3 zaměstnanci. Subjekty, co nabízí praní i čištění v rozdílných provozech, mají v jednotlivých provozovnách průměrně 5,5 pracovníka.

4.1. Využití zahraničních pracovníků

Zaměstnáváte i zahraniční pracovníky?



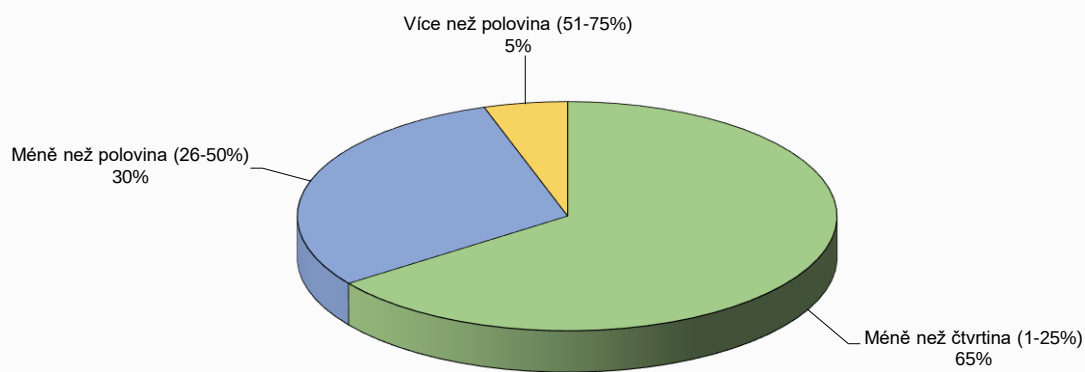
Graf č. 4.3

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Zahraniční pracovníky zaměstnává **každá pátá** provozovna.

Kolik % z vašich zaměstnanců tvoří zahraniční pracovníci?

Pouze ti, kteří zaměstnávají zahraniční pracovníky



Graf č. 4.4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=20

Pro téměř 2/3 (65%) zaměstnavatelů, kteří sahají k zahraniční pracovní síle, tvoří tito pracovníci nejvýše čtvrtinu jejich zaměstnanců. U 30% podniků tito zaměstnanci tvoří 26-50%. Nadpoloviční část celkového personálu tvoří u 5% firem zaměstnávající cizince (jediného respondenta).

Tab. 7.: Průměrný podíl zahraničních pracovníků na celkovém personálu

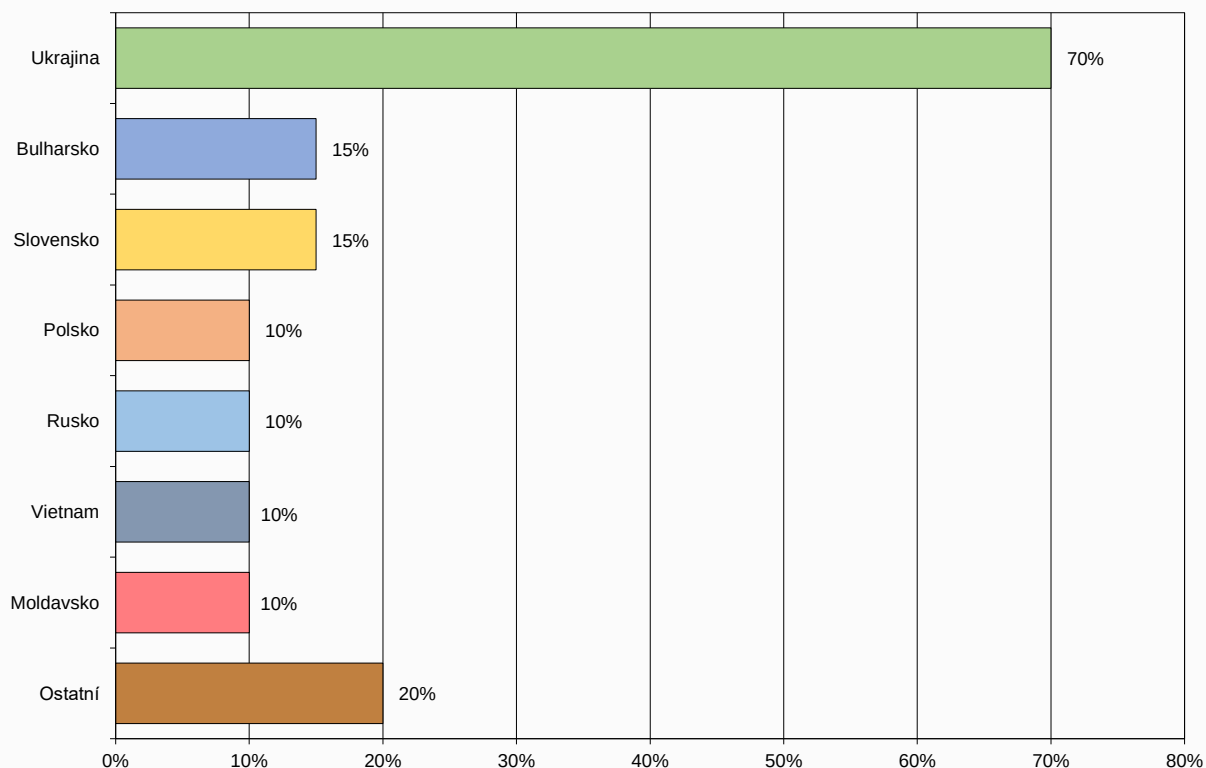
	Průměr
Podíl zahraničních pracovníků na celkovém personálu	4,8%
Podíl zahraničních pracovníků na celkovém personálu – u těch, kteří zahraniční pracovníky využívají	22%
Odhad celkového počtu zahraničních pracovníků v ČR	400

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=20

V případě, že podniky zaměstnávají i zahraniční pracovníky, průměrně tvoří **zahraniční pracovníci 22%** z celkového počtu zaměstnanců. Odhadujeme, že v prádelnách/čistírnách v ČR pracuje zhruba 400 zahraničních pracovníků, kteří tvoří 4,8% celkové pracovní síly.

Z jakých jsou zahraniční pracovníci nejčastěji zemí?

Pouze ti, kteří zaměstnávají zahraniční pracovníky



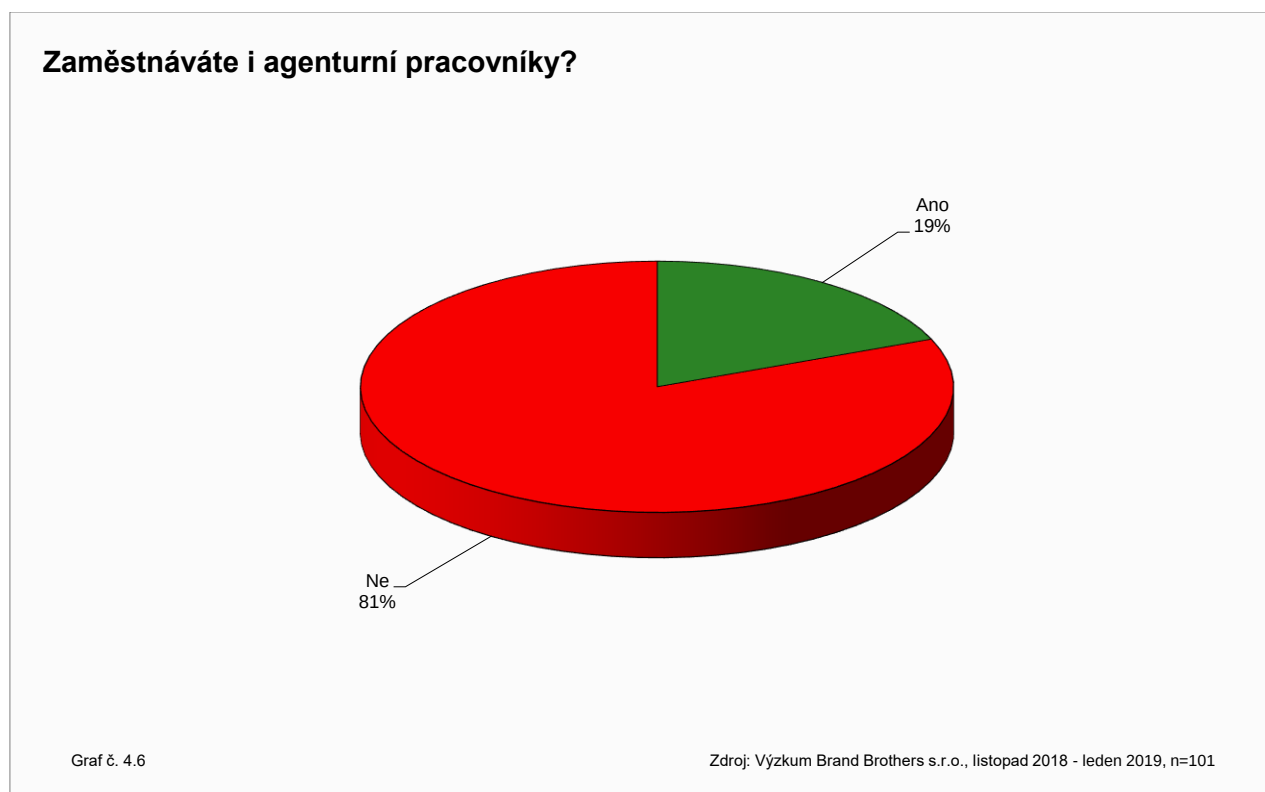
Graf č. 4.5

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=20

Většina dotázaných, kteří zaměstnávají zahraniční pracovníky (**70%**), uvedla, že se jedná o osoby **z Ukrajiny**. **15%** těchto společností zaměstnává **Bulhary a Slováky**. Dále se jedná o Poláky, Rusy, Vietnamce a Moldavany. 20% podniků zaměstnává pracovníky ještě z jiných zemí¹.

¹ Jiné: Evropská unie, Kyrgyzstán, Maďarsko, Rumunsko.

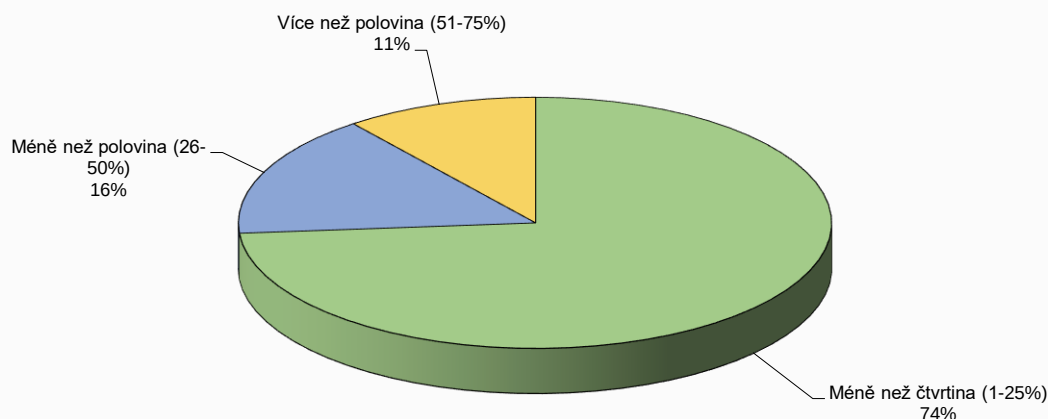
4.2. Využití agenturních pracovníků



Agenturní pracovníky využívá **19%** dotázaných podniků.

Kolik % z vašich zaměstnanců tvoří agenturní pracovníci?

Pouze ti, kteří zaměstnávají agenturní pracovníky



Graf č. 4.7

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=19

Agenturní pracovníci tvoří **nejčastěji (74%) méně než čtvrtinu zaměstnanců** těchto podniků. V 16% případů jde o menší polovinu celkového personálu. U zbývajících 11% podniků tito pracovníci tvoří většinu, ale zároveň ne více než 75% všech zaměstnanců.

Tab. 8.: Průměrný podíl agenturních pracovníků na celkovém personálu

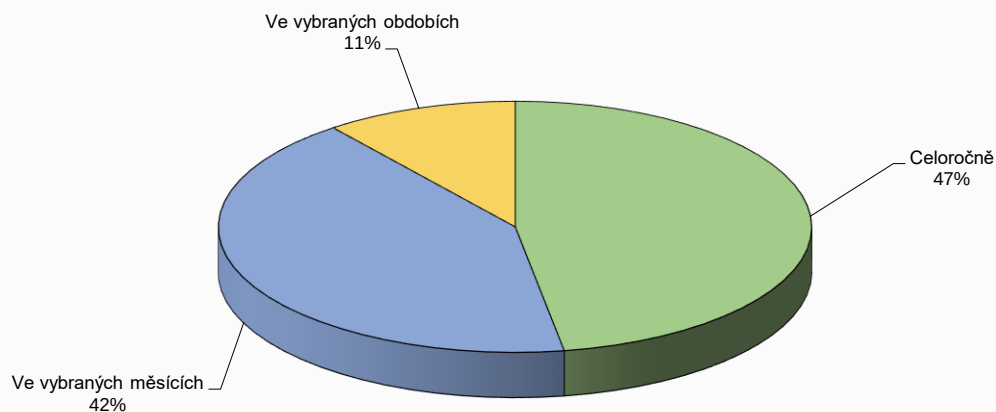
	Průměr
Podíl agenturních pracovníků na celkovém personálu	4%
Podíl agenturních pracovníků na celkovém personálu – pouze ti, kteří agentury využívají	21%
Odhad celkového počtu agenturních pracovníků v ČR	330

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=19

Tam, kde využívají agenturních pracovníků, průměrně tvoří **agenturní pracovníci 21%** z celkového počtu zaměstnanců. Odhadujeme, že celkem je v segmentu praní a čištění prádla zaměstnáno zhruba 330 pracovníků, tvořících 4% celkové pracovní síly.

V jakém období nejčastěji využíváte agenturní pracovníky?

Pouze ti, kteří zaměstnávají agenturní pracovníky



Graf č. 4.8

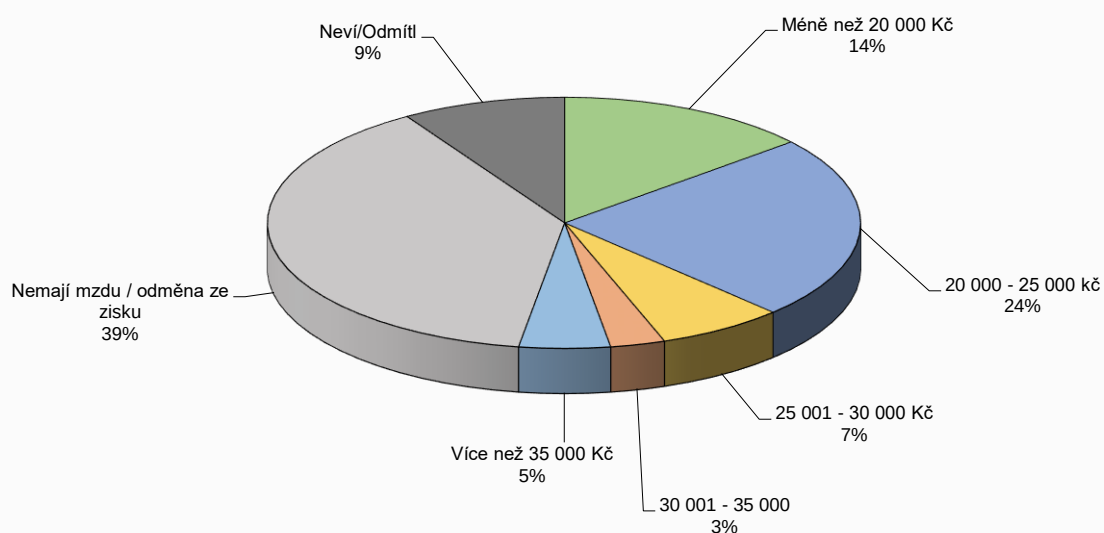
Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=19

V **téměř polovině** provozoven (**47%**) jsou agenturní pracovníci **celoročními zaměstnanci**. Dalšíh **42%** zaměstnavatelů jejich služeb využívá **ve vybraných měsících**², případně ve **vybraných obdobích (11%)**.

² Ve vybraných měsících/obdobích: Červenec - srpen, Hotelová sezóna - podzim a od května do srpna, Květen - listopad, Květen - říjen, Od listopadu do března, Prázdniny, Sezóna - březen-listopad, V období leden-březen a červenec-září, Zima a léto, Zimní měsíce

5. Průměrná výše mezd

Jakou hrubou mzdu má průměrně váš management?



Graf č. 5.1

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Největší skupina manažerů (39%) si vyplácí mzdu ze zisku a nebyla schopná ji definovat jako měsíční částku. Ti, kteří jsou placeni standardní měsíční mzdou, mají **nejčastěji** plat ve výši **20-25 tis. Kč**. Méně než 20 000 Kč bere 14% manažerů, 8% naopak **více než 30 tis. Kč**.

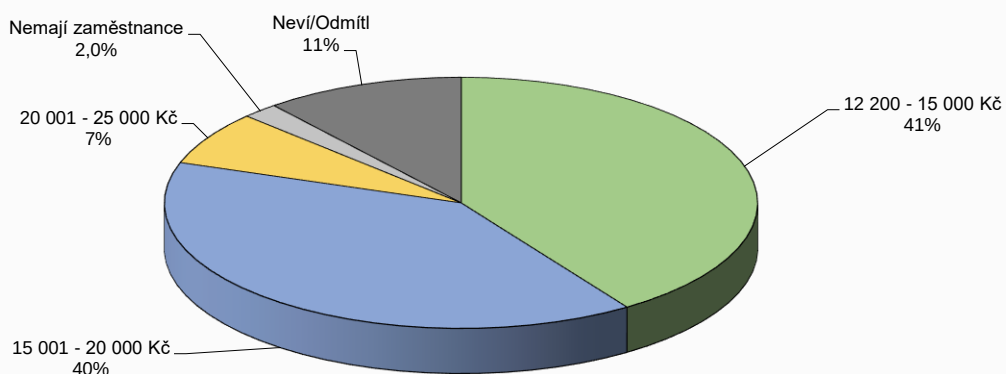
Tab. 9.: Průměrná hrubá mzda pracovníků managementu

	Průměr	Medián
Výše mezd managementu	23 764 Kč	22 500 Kč

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=53

Průměrná hrubá mzda managementu v prádelnách a čistírnách je zhruba 23,8 tis. Kč. Polovina manažerů však nepobírá plat vyšší než 22,5 tis. Kč.

Jakou hrubou mzdu mají průměrně vaši řadoví zaměstnanci?



Graf č. 5.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Přes 80% řadových pracovníků dostává hrubou mzdu **maximálně do výše 20 tis. Kč měsíčně**, přičemž **41%** dostává **méně než 15 tis. Kč**. Hrubá mzda 7% nejlépe placených zaměstnanců činí 20-25 tis. Kč.

Tab. 10.: Průměrná a mediánová mzda řadových pracovníků

	Průměr	Medián
Výše mezd řadových pracovníků	16 193 Kč	16 500 Kč

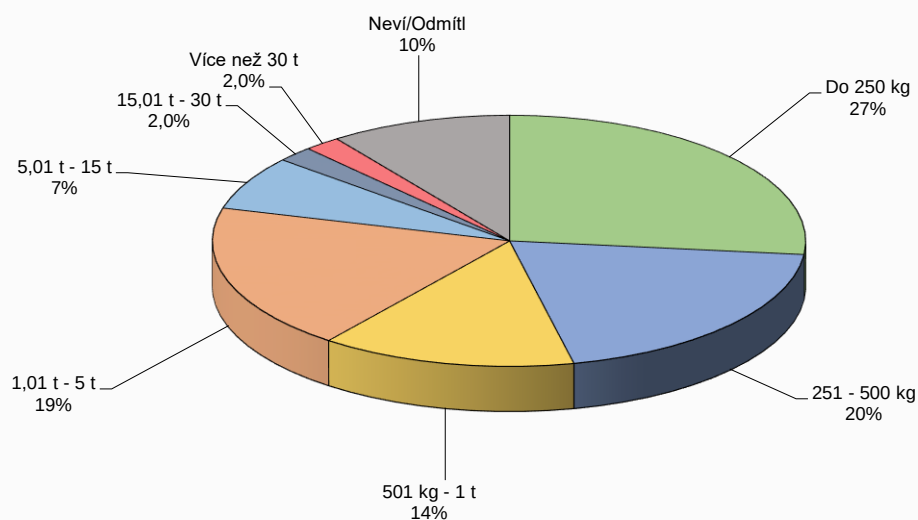
Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=101

Průměrná mzda řadových zaměstnanců činí zhruba **16 200 Kč**, nicméně **polovina** zaměstnanců **má** mzdu **alespoň 16 500 Kč** a vyšší.

6. Kapacita provozu a směnný režim

Jakou denní kapacitu praní/čištění v tunách má váš provoz?

Kapacita na jednu provozovnu



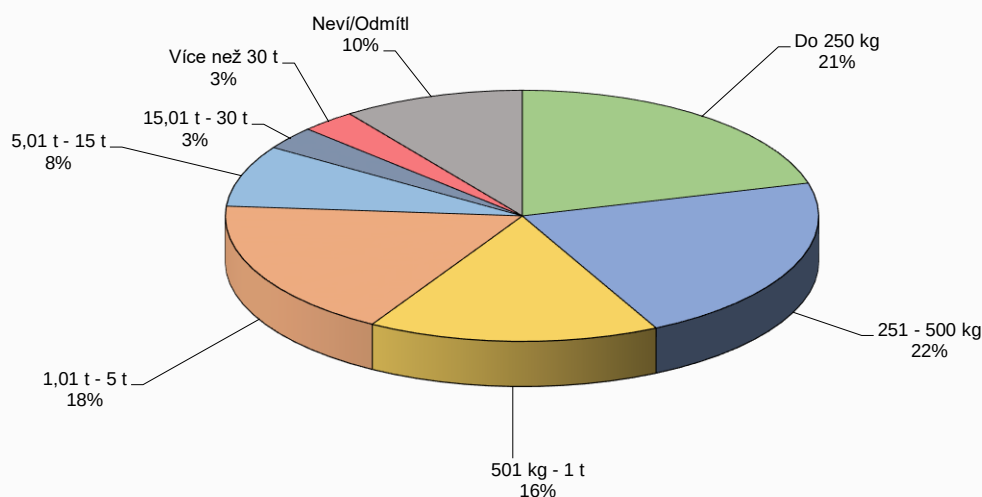
Graf č. 6.1

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 101

Co se týče denní **kapacity provozu na jednu provozovnu**, **61%** subjektů má **kapacitu do 1 t** – 27% do 250 kg, 20% v rozmezí 251-500 kg a 14% od 0,5-1 t. Dále je zde skupina **19%** podniků s denní kapacitou provozovny **od 1,01-5 t**. **Vyšší kapacitu** má **11%** subjektů.

Jakou denní kapacitu praní/čištění v tunách má Váš podnik?

Kapacita za všechny provozovny dohromady



Graf č. 6.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 101

Co se týče **kapacity celého podniku** (všech provozoven daného subjektu dohromady), je procentuálně **rozdělení** subjektů velmi **podobné**, jako při srovnání denních kapacit na jednu provozovnu – **do 1 t téměř 60%**. Podíl subjektů s denní kapacitou provozu **1,01-5 t je 18%**, **více než 5 t** prádla denně dokáže zpracovat **14%** podniků.

Tab. 11.: Průměrná denní kapacita praní a čištění

	Průměr	Medián
Na provozovnu	3,3 t	0,5 t
Celkově za subjekt	4 t	0,7 t
Odhad celkové denní kapacity celého trhu	1 630 t	

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=91

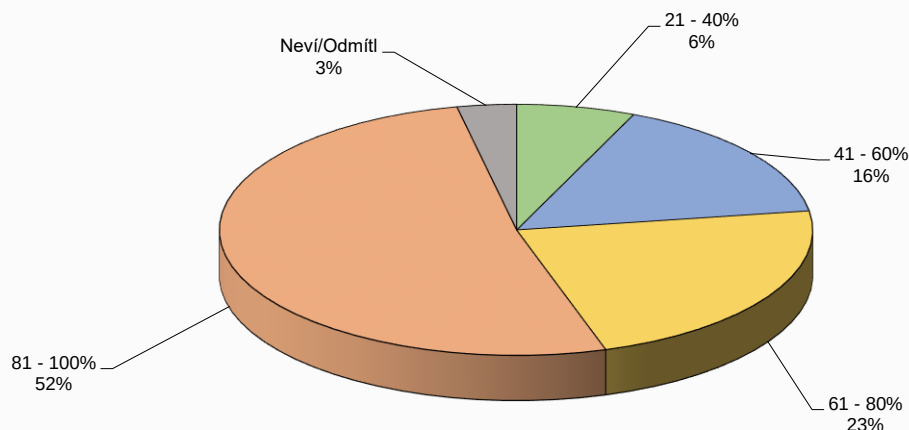
Průměrně jedna provozovna dokáže denně zpracovat 3,3 t prádla. Zároveň však platí, že kapacita poloviny provozoven nepřesahuje více než 0,7 t denně.

Průměrné denní kapacity za celý provoz jednotlivých podniků podléhají stejnému trendu. Průměrná denní kapacita podniku je tedy 4 t prádla denně, nicméně opět polovina prádel/čištění dokáže zpracovat maximálně 0,7 t denně.

Odhadujeme, že celková kapacita prádel/čištění je zhruba 1630 tun prádla denně.

Jaký je podíl praní na celkové kapacitě praní a čištění?

Pouze ti, kteří se zabývají praním i čištěním



Graf č. 6.3

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 31

V případě podniků, které se zabývají praním i čištěním, je z pohledu rozdělení kapacity mezi tyto dvě služby **praní dominantněji zastoupenou službou** – více než polovina subjektů (**52%**) dedikuje **praní více než 80%** svých **celkových kapacit**. Pro dalších 23% je to 61-80% kapacity, pro 16% pak 41-60%. **Pouze 6%** subjektů nabízejících obě služby **se výrazněji zabývá čištěním** a na praní vyčleňuje 21-40% celkové kapacity.

Tab. 12.: Podíl praní a čištění na celkovou kapacitu - průměr

	Průměr
Ti, kteří perou i čistí	74%
Celý trh	85%

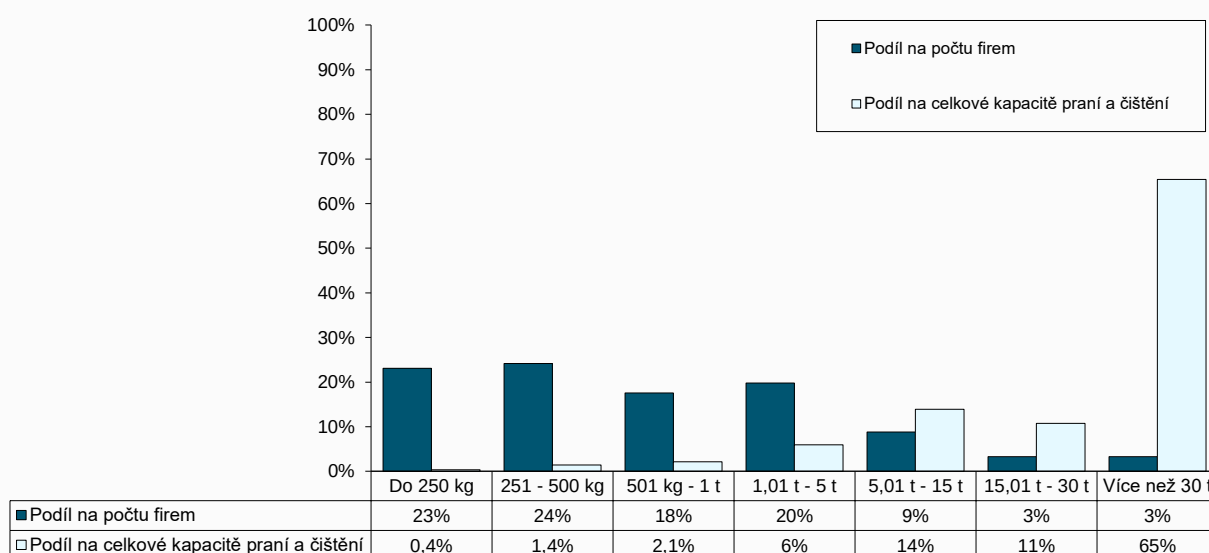
Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=31/101

U společností, které **perou i čistí**, je **průměrný podíl praní na celkové kapacitě 74%**. **Na celém trhu praní a čištění tvoří praní průměrně 85% kapacit.**

Pravidlo 80/20 ukazuje, kolik firem na trhu vykazuje danou výši objemu zakázek, resp. jak moc je trh koncentrovaný. Je-li splněno, pak 80% celkové kapacity praní a čištění připadne na 20% největších prádelen a lze říci, že trh je koncentrován.

Pravidlo 80/20

Srovnání počtu společností a objemu kapacity praní/čištění



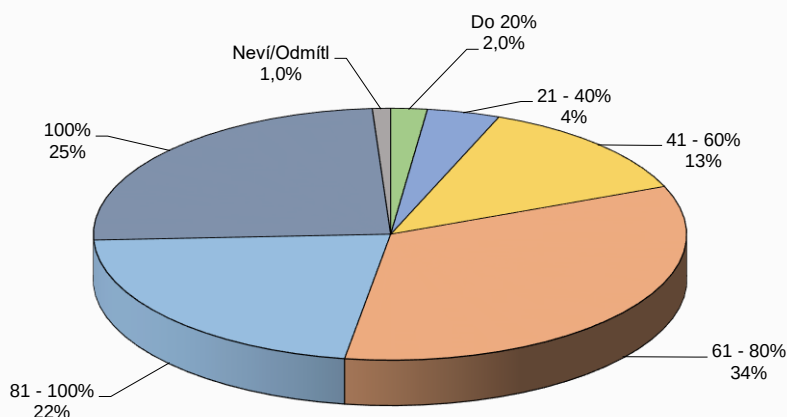
Graf č. 6.4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=91

Analýza 80/20 ukazuje, že **trh je skutečně silně koncentrován**. Podíl největších firem je dokonce ještě o něco markantnější – na **15% největších společností připadá 90%** všech kapacit. Zároveň platí, že pouhá 3% největších prádelen/čistíren, zpracují 65% veškerého prádla. Naopak **85% menších podniků** zpracuje dohromady **pouze necelých 10% prádla**. Toto rozložení se projeví i ve výši objemu zakázek, jak uvidíme v kapitole č. 7.

6.1. Využití kapacity provozu

Na kolik % máte využítu denní kapacitu vašeho provozu?



Graf č. 6.5

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 101

Čtvrtina prádelen a čistíren své **kapacity využívá na 100%**. 22% provozů se pohybuje **mezi 81 a 100%**. **Třetina** (34%) podniků své denní kapacity využívá na **61-80%**. Subjekty, které svého potenciálu využívají z 60% a méně, tvoří 19% prádelen a čistíren (13% ze 41-60%; 4% z 21-40%, 2% pouze z 20% a méně).

Tab. 13.: Průměrné procentuální využití kapacity provozu

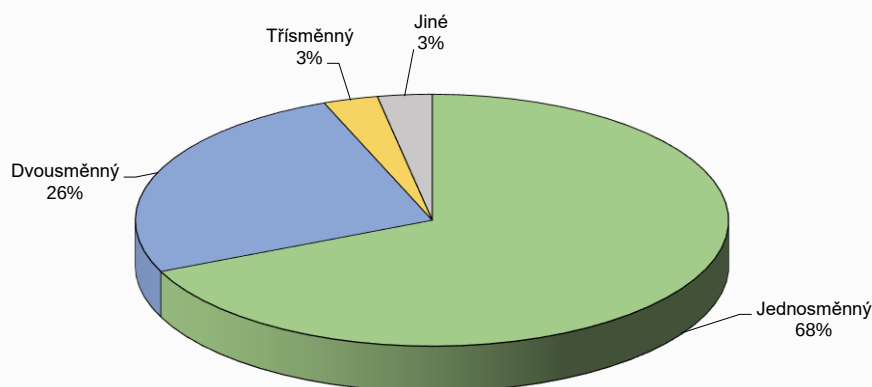
	Průměr
Průměrné využití celkové kapacity provozu	79%

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=101

Průměrně provozu využívají svou denní kapacitu na **79%**, což odpovídá objemu praní a čištění **1 290 tun/denně**.

6.2. Směnný režim

Na jaký směnný režim pracujete?



Graf č. 6.6

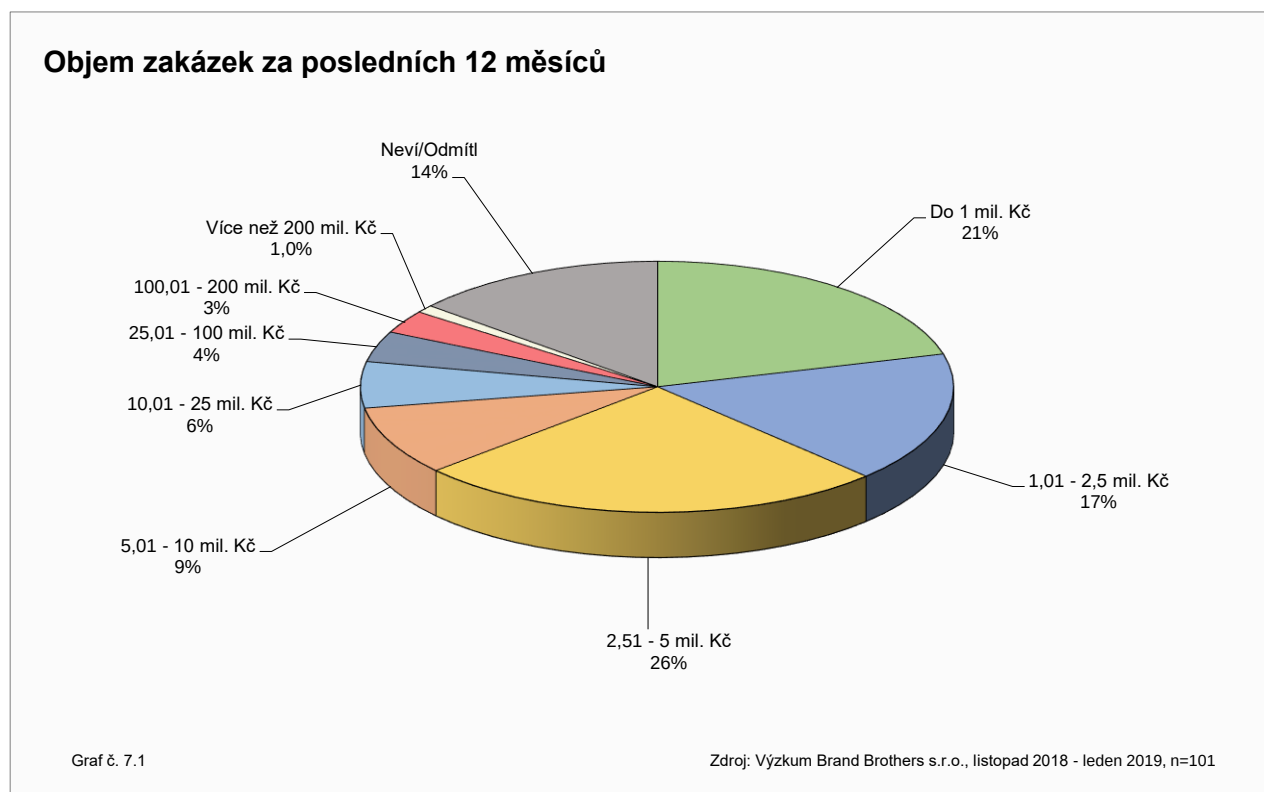
Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 101

Většina (68%) společností funguje **v jednosměnném režimu**. Zhruba čtvrtina (26%) pak v režimu dvousměnném a 3% ve třisměnném. Zbývající 3 procenta mají směnný režim nastavený jinak³.

³Jiné: 1,5směnný; 12hodinová směna, překryv 1,5 směny; Čtyřsměnný - sociální podnik, řídí se podle potřeb zaměstnanců a firmy.

7. Objem zakázek a predikce vývoje do budoucna

Respondentů jsme se zeptali na následující otázku: „*Jaký je objem Vašich zakázek v Kč za posledních 12 měsíců?*“. Jejich odpovědi znázorňuje následující graf.



Téměř 2/3 (64%) prádel a čistíren **realizovali za posledních rok objem zakázek v hodnotě nižší než 5 mil. Kč**. Čtvrtina prádel/čistíren (26%) má roční objem zakázek mezi 2,5-5 mil Kč. U 21% podniků činil objem zakázek v posledních 12 měsících méně než 1 mil. Kč. **Nad 5 mil. Kč ročně generuje 23% podniků** (z toho 4% více než 100 mil. Kč). 14% dotázaných informací o obratu buď nevědělo, nebo nám ji odmítlo sdělit.

Tab. 14.: Průměrný objem zakázek za posledních 12 měsíců

	Průměr	Průměr bez extrémů ⁴	Medián
Průměrný objem zakázek	14 739 253 Kč	6 412 229 Kč	3 050 000 Kč
Odhad velikosti trhu	5,9 mld. Kč		

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=87

Průměrný roční objem zakázek činí u prádel/čistíren **necelých 15 mil Kč**. Tato suma je ovšem opět značně ovlivněna **extrémy**, po jejichž zanedbání tato částka **klesne na průměrných 6,4 mil Kč**. Polovina

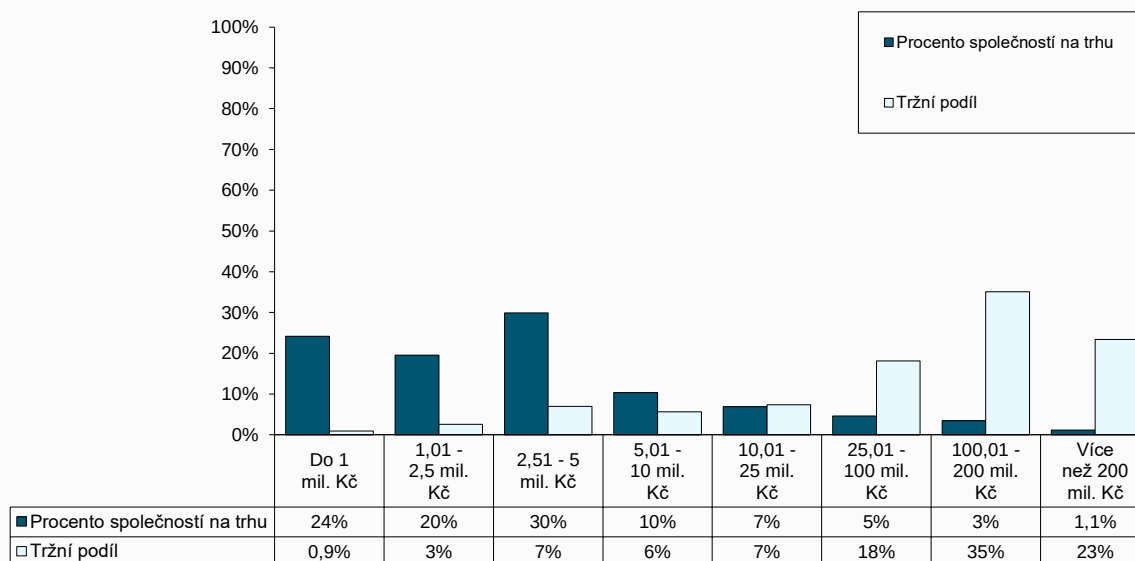
⁴ Extrémní hodnoty: 150 mil. Kč, 150,05 mil. Kč, 300 mil. Kč

podniků však za poslední rok vygenerovala zakázky v součtu maximálně za zhruba 3 mil. Kč. Celkovou velikost trhu s praním a čištěním prádla odhadujeme na 5,9 mld. Kč ročně.

Pravidlo 80/20 ukazuje, kolik firem na trhu vykazuje danou výši objemu zakázek, resp. jak moc je trh koncentrovaný. Je-li splněno, pak 80% objemu zakázek vytvoří pouze 20% největších prádelen.

Pravidlo 80/20

Srovnání počtu společností a realizovaného objemu zakázek za posledních 12 měsíců



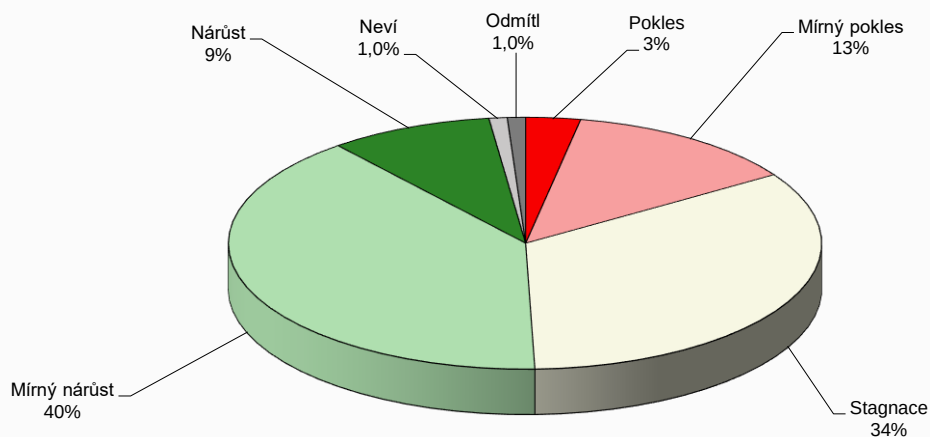
Graf č. 7.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=87

Zjištěné skutečnosti pravidlu 80/20 skutečně odpovídají - **16% největších společností pokrývá 83% trhu**. Zároveň platí, že 4% největších společností generují ročně dohromady zakázky v celkovém objemu 58% celého trhu. Naproti tomu **tržní podíl 84% nejmenších společností je necelých 17%**. Český trh prádel a čistíren je tedy značně koncentrovaný.

7.1. Trend vývoje a objemu poskytovaných služeb

Jak byste popsal/a trend v objemu vašich zakázek oproti minulým rokům?

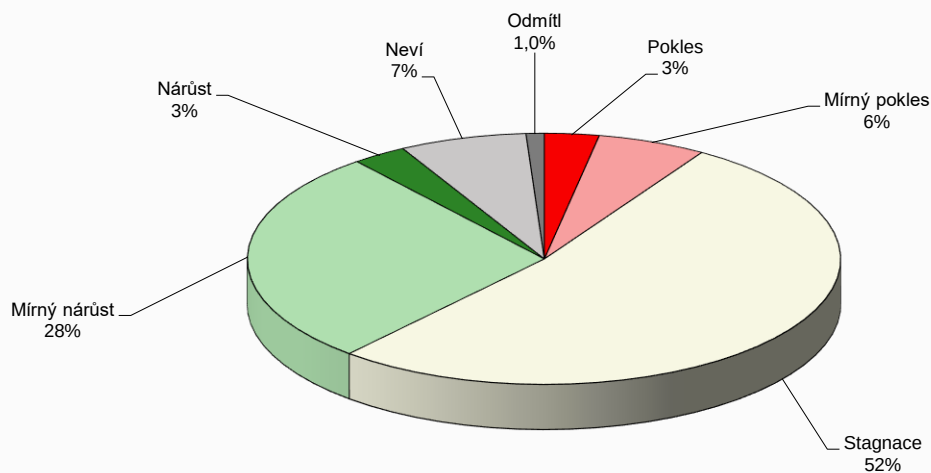


Graf č. 7.3

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Téměř polovina dotázaných (49%) pozorovala v objemu svých zakázek za tento rok oproti rokům minulým **nárůst** (40% mírný nárůst, 9% nárůst). 34% žádné změny nezaregistrovalo a **16% podniků** pak zakázky oproti minulým rokům **klesnuly** (13% mírný pokles, 3% pokles).

Jaký předpokládáte vývoj v následujících dvou letech?



Graf č. 7.4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

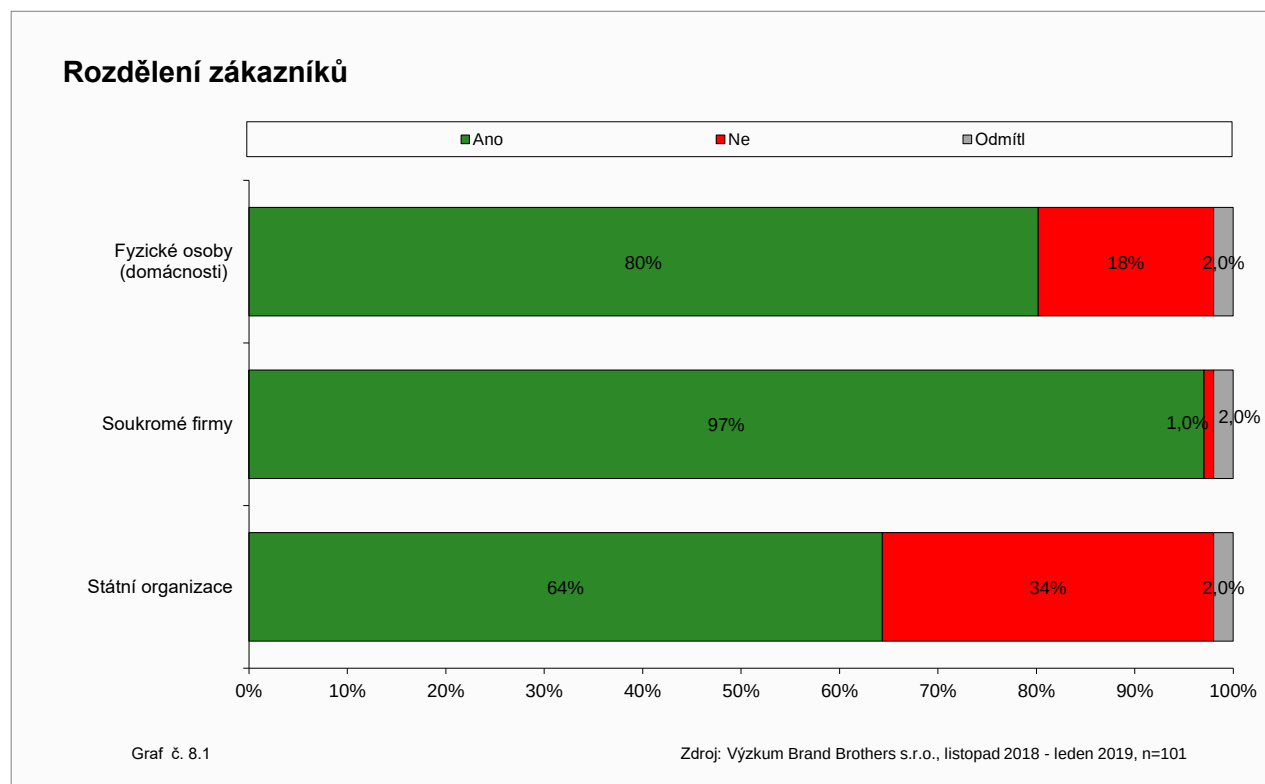
Co se týče předpokládaného vývoje do budoucna, více než polovina respondentů (52%) očekává v následujících dvou letech v objemu zakázek **stagnaci**. 28% očekává mírný nárůst, 3% nárůst. Necelých 10% dotázaných předpokládá mírný pokles (6%) nebo pokles (3%).

8. Kdo tvoří zákazníky prádelen a čistíren

Respondentům jsme položili následující otázku:

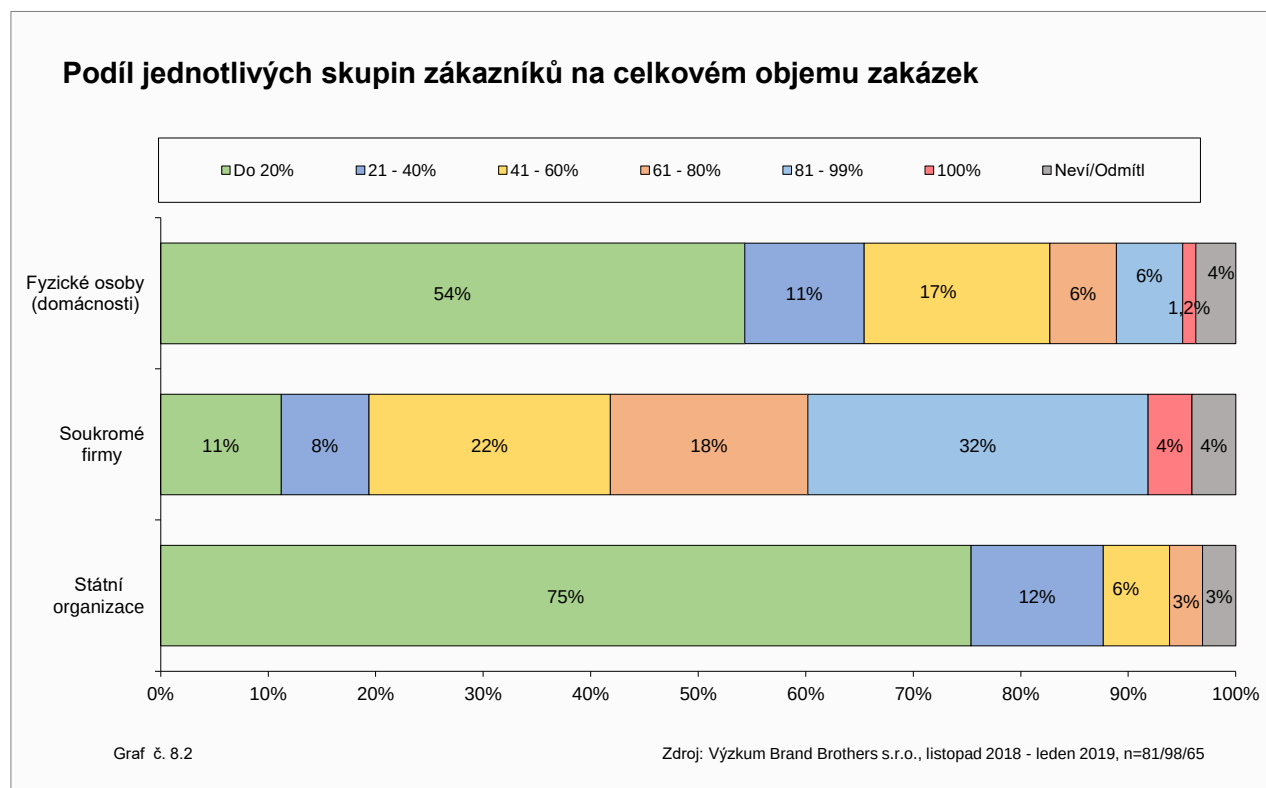
„Kdo z následujících tří skupin jsou Vaši zákazníci? Jedná se o:

1. Fyzické osoby (domácnosti)
2. Soukromé firmy
3. Státní organizace“



Takřka **všechny (97%)** prádelny poskytují své služby **soukromým firmám**. Fyzickým osobám poskytuje služby 80% prádelen, státním organizacím 64%.

Na základě odpovědí respondentů na předchozí otázku, jsme se dále zeptali: „*Jaký mají procentuální podíl na objemu Vašich zakázek?*“



Největší objem zakázek plyne od soukromých firem – pro 32% čistíren a prádelen generuje tato skupina **81-99% zakázek**, pro 4% tvoří tyto zakázky dokonce **100%** z celkových zakázek. Dále jsou to **zakázky od fyzických osob**, byť pro více než polovinu firem, tyto zakázky tvoří pouze do 20% z jejich celkového objemu. Pro 7,2% je to však 81-100%, pro 34% podniků tvoří zakázky od fyzických osob 21-80%. **Nejméně** prádelny/čistírny benefitují ze zakázek **od státních organizací** – pro 3/4 podniků se jedná maximálně o 20% z celkového objemu jejich zakázek.

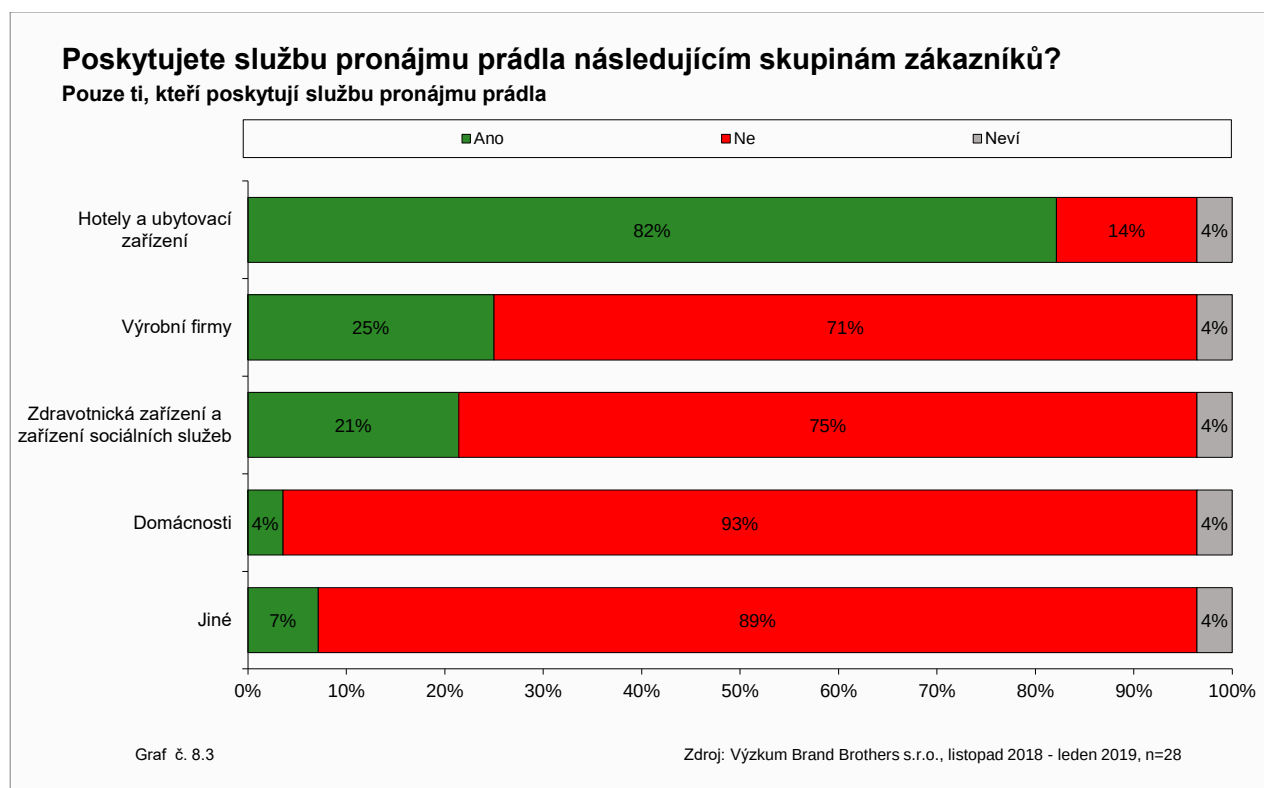
Tab. 15.: Průměrný podíl jednotlivých skupin zákazníků na celkovém objemu zakázek

	Podíl
Fyzické osoby (domácnosti)	29%
Soukromé firmy	66%
Státní organizace	17%

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=81/98/65

Nejvyšší průměrný podíl na celkovém objemu zakázek tvoří **zakázky od soukromých firem (66%)**. Dále od fyzických osob – průměrně 29%. Zakázky od státních organizací tvoří průměrně 17% z celkového objemu.

8.1. Složení zákazníků využívajících služby pronájmu prádla

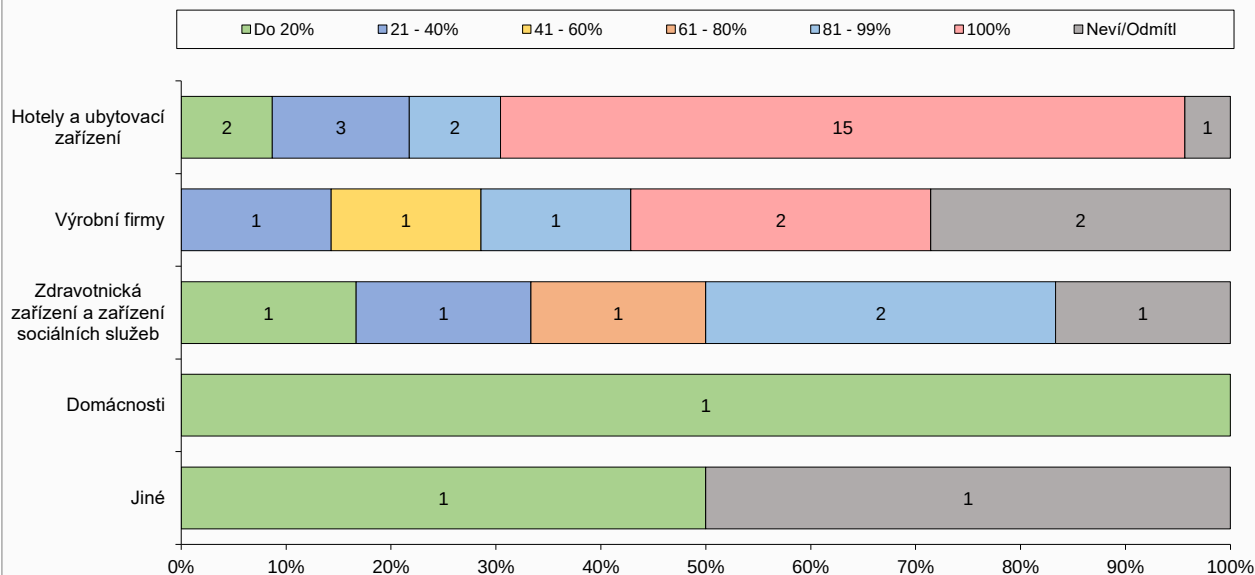


Z 28 podniků, které poskytují službu pronájmu prádla, jich **většina (82%) poskytuje tuto službu hotelům a ubytovacím zařízením**. Výrobním firmám pronajímá prádlo **25%** prádelen, **zdravotnickým a sociálním zařízením 21%**. Jen jedna z dotázaných prádelen poskytuje služby pronájmu prádla domácnostem. 7% dotazovaných pak uvedlo, že službu poskytují ještě jiným zákazníkům⁵.

⁵ Jiné: Státní organizace, Servisy a obchody (např. Kaufland)

Podíl jednotlivých skupin zakázníků na celkovém objemu poskytování služby pronájmu prádla

Pouze ti, kteří poskytují službu pronájmu prádla



Graf č. 8.4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=28

Nejvýznamnějšími odběrateli služby pronájmu prádla jsou hotely a ubytovací zařízení, které tvoří **100%** objemu zakázek pronájmu prádla u **15 dotázaných subjektů**. U dalších dvou prádelen/čistíren pak 81-99%. U zbytku prádelen/čistíren mají hotely a ubytovací zařízení na celkovém objemu poskytovaných služeb podíl do 40%.

Druhou nejvýznamnější skupinou z pohledu výše objemu zakázek, jsou výrobní firmy – 2 společnosti pronajímají prádlo pouze těmto zákazníkům, u jednoho subjektu zakázky od výrobních firem tvoří 81-99%. U dalších 2 prádelen/čistíren pak od 21-60%.

Zdravotnická zařízení generují u 3 společností 61-99% celkového objemu zakázek pronájmu prádla, u dvou společností do 40%.

Tab. 16.: Průměrný podíl jednotlivých skupin zákazníků na celkovém objemu poskytování služby pronájmu prádla

	Průměrný podíl zakázek
Hotely a ubytovací zařízení	82%
Výrobní firmy	77%
Zdravotnická zařízení a zařízení sociálních služeb	59%
Domácnosti	1,0%
Jiné	10%

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=28

Hlavní cílovou skupinou prádelen/čistíren jsou **hotely a ubytovací zařízení,** jejichž zakázky tvoří průměrně **82% z celkového objemu**. Dále jsou to výrobní firmy – 77%, zdravotnická zařízení a zařízení sociálních služeb – 59%.

9. Poskytované služby

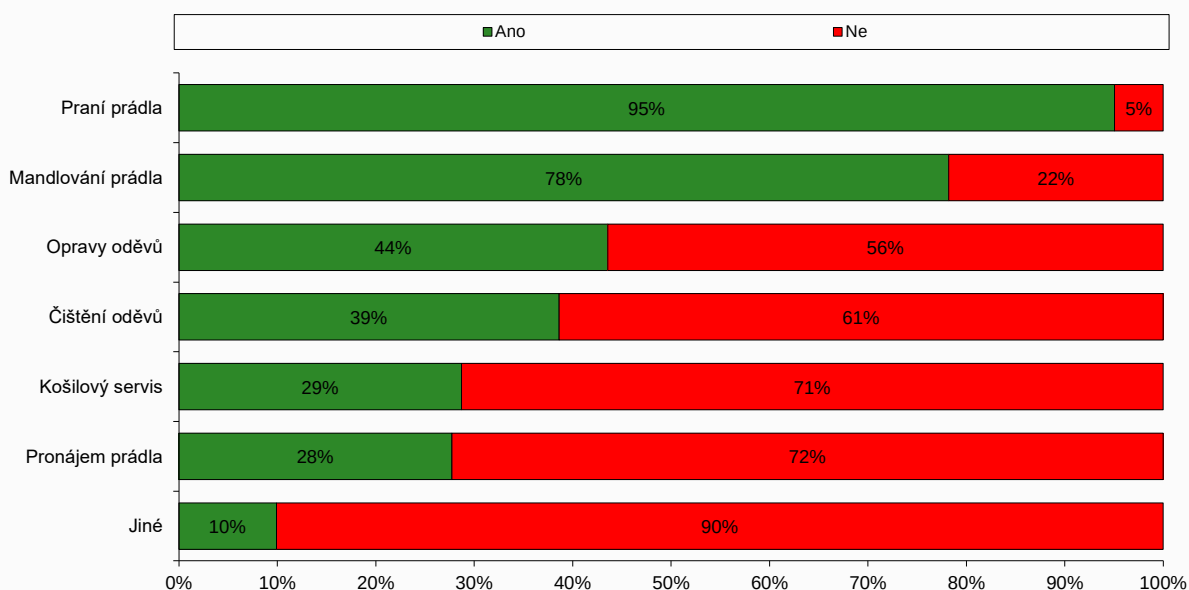
9.1. Poskytované služby prádelen a čistíren

Respondentů jsme se zeptali na následující otázku:

„Které z následujících služeb poskytujete? Zkuste prosím odhadnout, jaké % Vašeho obrátu tyto poskytované služby tvoří?“

1) <u>Praní prádla</u>	Ano	Ne	%
2) <u>Čištění oděvů</u>	Ano	Ne	%
3) <u>Pronájem prádla</u>	Ano	Ne	%
4) <u>Košilový servis</u>	Ano	Ne	%
5) <u>Opravy oděvů</u>	Ano	Ne	%
6) <u>Mandlování prádla</u>	Ano	Ne	%
7) <u>Jiné:</u>	Ano	Ne	%

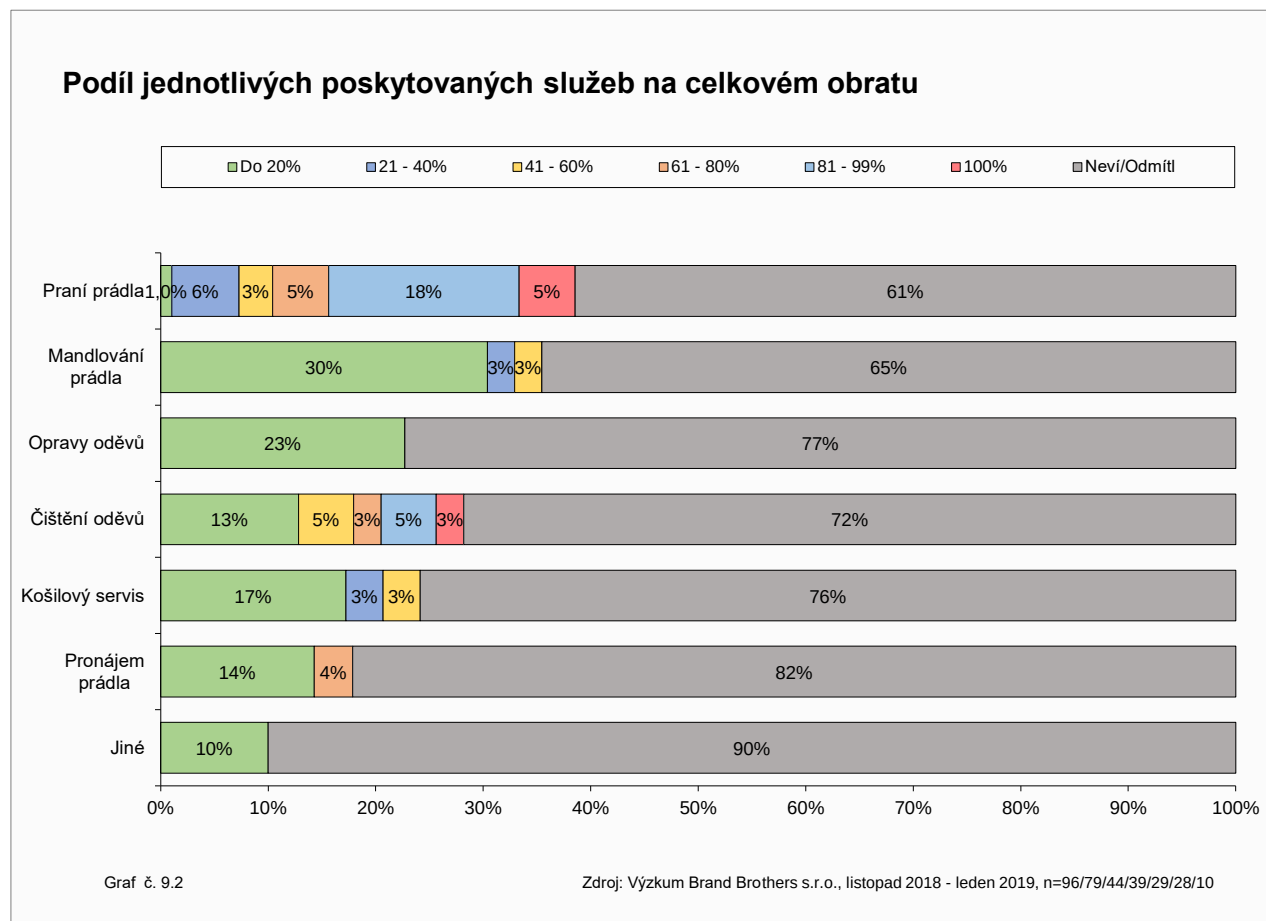
Které ze služeb poskytujete?



Graf č. 9.1

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Ze všech dotázaných prádelen jich **95% prádlo pere**, a **téměř 4/5 (78%)** ho i **samostatně mandlují**. **Opravy oděvů nabízí 44%** a jejich **čištění 39%** dotázaných. Košilový servis (29%) a pronájem prádla (28%) nabízí téměř 30% prádelen. Každá desátá prádelna nabízí i jiné služby⁶.



Většina respondentů (61-90%) nebyla schopná vyjádřit podíl jednotlivých poskytovaných služeb na svém celkovém obratu. Často uváděla, že dané služby nabízí jako součást praní prádla a neumí vyčíslit, jakou mírou se tyto jednotlivé služby na celkovém obratu podílí.

Z odpovědí zbytku, který tyto informace dokázal specifikovat, je patrné, že **prádelny/čistírny nejvíce profitují praním prádla** – pro 5% subjektů je praní prádla **jediným zdrojem příjmů**, pro 18% se praní podílí na celkovém obratu **81-99%**. Zbytek nabízených služeb se na obratu vždy podílí nejčastěji do 20% objemu - mandlování prádla 30% podniků, opravy oděvů 23%, čištění prádla 13%, košilový servis 17%, pronájem prádla 14%. Pouze v případě čištění je zde skupina 8% podniků, pro které čištění tvoří 81-100% obratu (pro 3% je to 100%).

⁶ Jiné: Barvení kůže; Čištění kabelek a bot; Čištění koberců; Oprava obuvi; Opravy ložního prádla; Příležitostný prodej; Šití dek; Žehlení.

Tab. 17.: Průměrný podíl jednotlivých poskytovaných služeb na celkovém objemu zakázek za posledních 12 měsíců

	Podíl
Praní prádla	78%
Mandlování prádla	46%
Opravy oděvů	25%
Čištění oděvů	17%
Košilový servis	11%
Pronájem prádla	4%
Jiné	1%

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=37/28/10/11/7/5/1

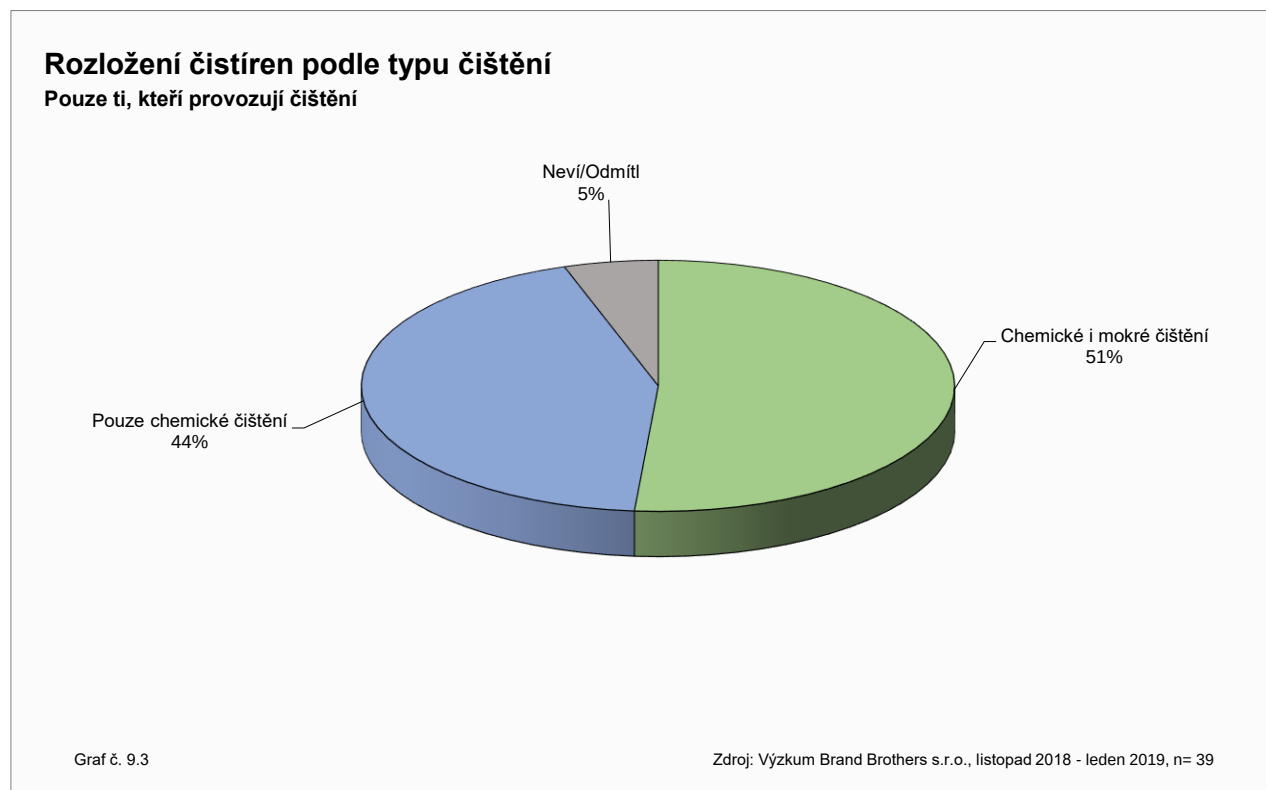
Nejvyšší podíl na celkovém obratu prádelen/čistíren má průměrně **praní prádla – 78%**. Dále je to mandlování – 46%, opravy oděvů – 25%, čištění oděvů – 17%, košilový servis – 11% a pronájem prádla 4%.



Statistická poznámka: Je třeba brát v potaz rozložení dotázaných subjektů na prádelny, čistírny a subjekty zabývající se jak praním, tak čištěním. V celkovém vzorku jsou nejvýrazněji zastoupeny prádelny, pro které je logicky praní prádla zpravidla klíčovou činností, ať už pohledu dedikované kapacity, počtu zaměstnanců, objemu zakázek či obratu. Jedná se tedy o data vztažená na celý dotázaný vzorek – pokud bychom tedy uvažovali například pouze čistírny, podíl čištění na celkovém obratu by byl výrazně vyšší. Zároveň celá řada respondentů nebyla schopna jednotlivé nabízené služby jejich podílem na celkovém obratu vyjádřit a jednotlivé počty respondentů, kteří na tuto otázku odpověděli, nejsou dostatečné na to, aby bylo možné přistupovat k výsledkům této analýzy jako ke statisticky spolehlivým datům.

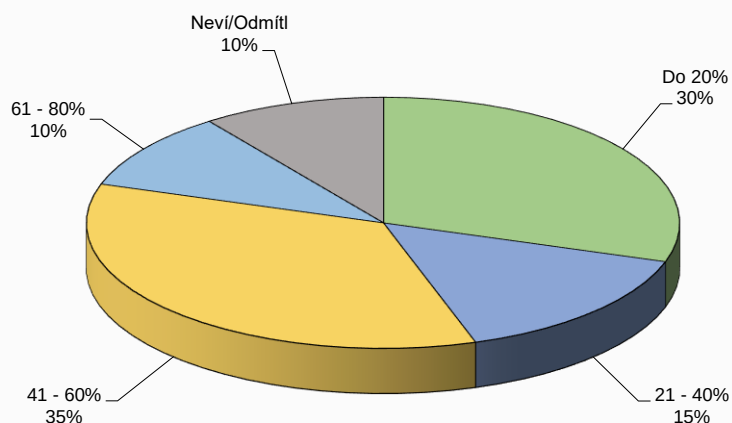
9.2. Poskytování mokrého a chemického čištění

Respondentů, kteří se zabývají čištěním prádla, jsme se zeptali, zda používají mokré čištění. Na základě jejich odpovědí jsme je rozdělili do následujících skupin.



Oba typy čištění – chemické a mokré – nabízí **více než polovina čistíren (51%)**. **44%** nabízí pouze **chemické**. **Žádná** z dotázaných čistíren neposkytuje **pouze mokré čištění**. Zbývajících 5% subjektů na otázku nevědělo odpověď, případně ji odmítlo zodpovědět.

V jakém procentuálním objemu je mokré čištění ve vztahu k celkovému objemu čištění?
Pouze ti, kteří provozují chemické i mokré čištění



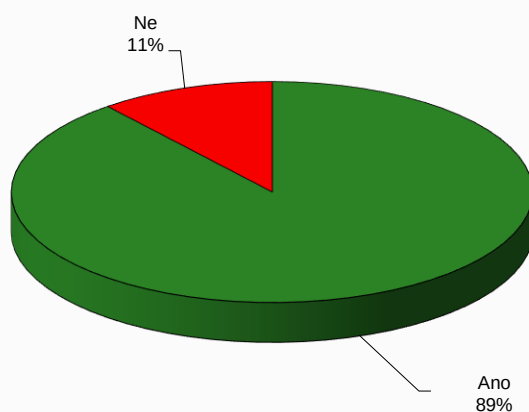
Graf č. 9.4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 20

Pro polovinu společností, které provozují chemické i mokré čištění, představuje mokré čištění maximálně 40% z celkového objemu čištění. Pro druhou polovinu se jedná o zásadní podíl 41-80%. 10% respondentů na tuto otázku nedokázalo odpovědět, nebo odpovědět odmítlo.

9.3. Poskytování rozvozu zpracovaných zakázek

Poskytujete rozvoz zpracovaných zakázek?



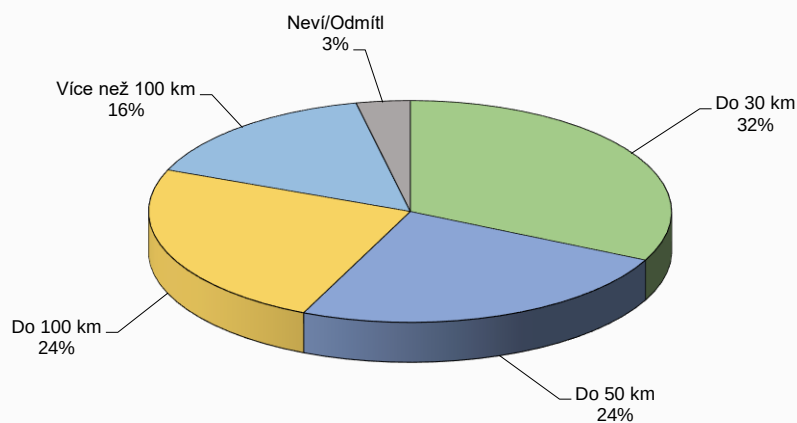
Graf č. 9.5

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 101

Téměř 9 z 10 prádelen (89%) nabízí rozvoz zpracovaných zakázek.

Do jaké vzdálenosti rozvoz zakázek poskytujete?

Pouze ti, kteří poskytují rozvoz zpracovaných zakázek



Graf č. 9.6

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 90

Téměř třetina prádelen/čistíren (32%), které poskytují rozvoz zakázek, poskytuje tento rozvoz **maximálně do 30 km**. Dalšíh **24%** zakázky rozváží **do 50 km**, stejný podíl pak **do 100 km**. Do vzdálenosti větší, než 100 km zpracované zakázky rozváží 16% podniků.

Tab. 18.: Průměrná vzdálenost rozvozu zpracovaných zakázek

	Průměr	Medián
Vzdálenost rozvozu	71 km	50 km

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=90

Průměrná vzdálenost, do které společnosti rozváží, **je 71 km. Polovina** prádelen/čistíren, které službu rozvozu poskytují, však zakázky rozváží **maximálně do 50 km od provozovny**.

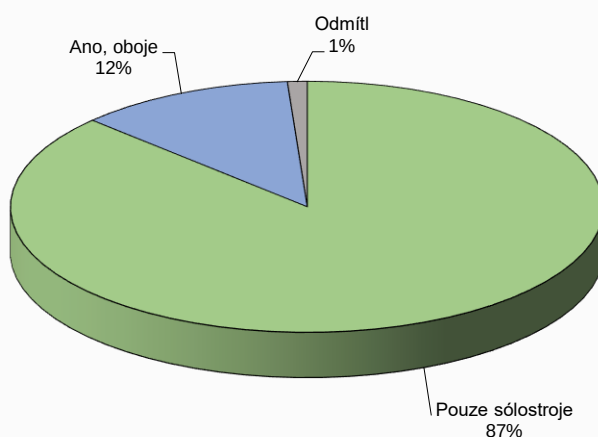
10. Ekologické a energetické aspekty praní a čištění

10.1. Využívaná zařízení a jejich energetická náročnost

Všechny respondenty jsme požádali, aby nám sdělili, zda ve společnosti používají jak sólostroje, tak tunely na praní. 8 čistíren (5, kterých nepere vůbec a 3, které perou pouze velmi okrajově) považovalo tuto otázku za irelevantní. Tyto subjekty používají stroje na čištění, které nespádají ani do jedné z kategorií. Proto je tedy počet respondentů, kteří na tuto otázku odpověděli o 8 nižší, než celkový počet dotázaných subjektů.

Využíváte ve společnosti jak sólostroje, tak tunely na praní?

Pouze ti, kteří perou



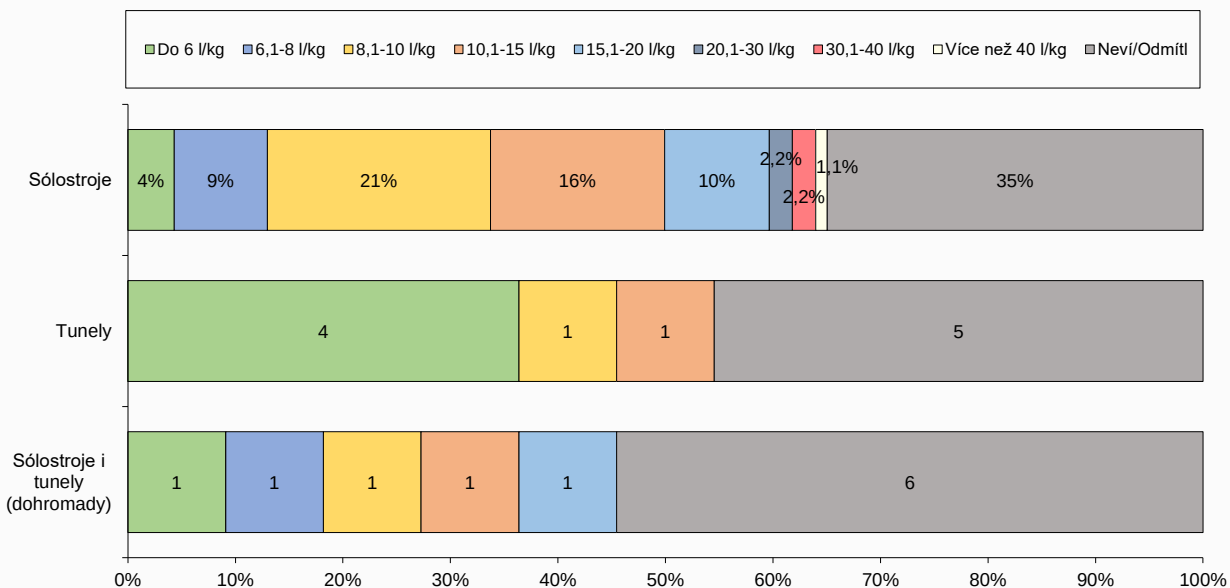
Graf č. 10.1

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=93

Většina podniků (87%) ve svém provozu používá pouze sólostroje. 12% společností pak kromě sólostrojů pere i v tunelech. Pouze v tunely však nevyužívá nikdo.

Jakou máte průměrnou spotřebu vody v litrech na kilogram vypraného prádla?

Pouze ti, kteří perou



Graf č. 10.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=92/11/11

V souladu s využívaným typem zařízení **většina respondentů uváděla spotřebu sólstrojů**, nicméně **35%** z těchto respondentů **nemá o spotřebě vody na kilogram vypraného prádla přehled**. Z 11 respondentů, kteří využívají ve svém podniku jak sólstroje, tak tunely, bylo schopno uvést jednotlivé spotřeby zvlášť pro sólstroje a tunely 6 z nich. Zbytek spotřebu uvedl alespoň dohromady.

Z konkrétních výsledků pak vyplývá, že **nejčastěji** se spotřeba sólstrojů pohybuje v rozmezí **8,1-10 l/kg** prádla – 21%. Dalších **16%** ji odhaduje na **10,1-15 l/kg** prádla a **10%** na **15,1-20 l/kg** prádla. 13% uvedlo spotřebu nižší než 8 l/kg prádla a 5,5% vyšší než 20,1 l/kg prádla.

V případě **tunelů** se spotřeba pohybovala **obecně v nižších hodnotách** – **4 z 6** respondentů uvedli spotřebu **do 6 l/kg prádla**, zároveň nikdo neuvedl spotřebu vyšší, než 15 l/kg prádla.

Co se týče kombinované spotřeby, zde zvolil každý z dotázaných jinou škálu (maximálně do 20 l/kg prádla).

Tab. 19.: Průměrná spotřeba vody na kilogram vypraného prádla

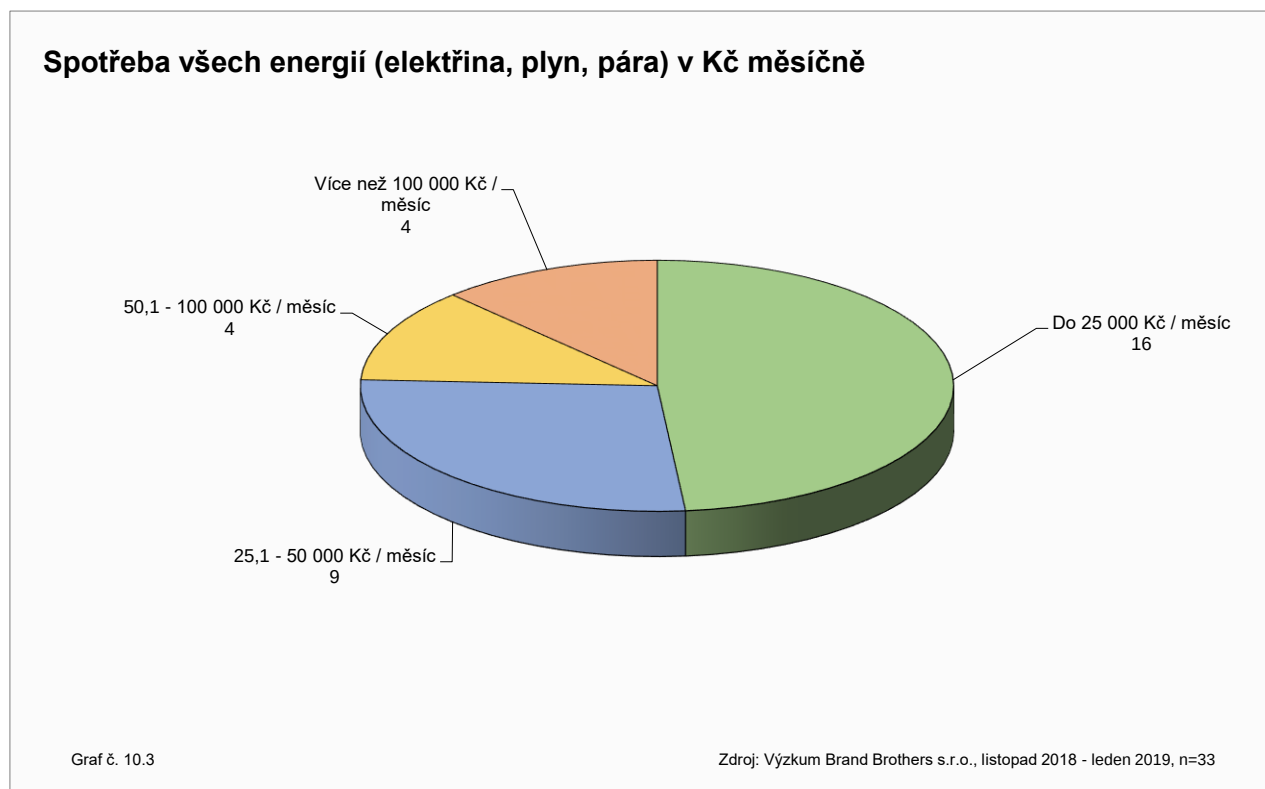
	Průměr (v litrech)
Sólstroje	14,9
Tunely	7,1
Sólstroje i tunely (dohromady)	9,0

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=91/12/6

Průměrná spotřeba vody na kilogram vypraného prádla činí téměř **15 l u sólstrojů**, **7 l u tunelů** a **9 litrů kombinovaně**.

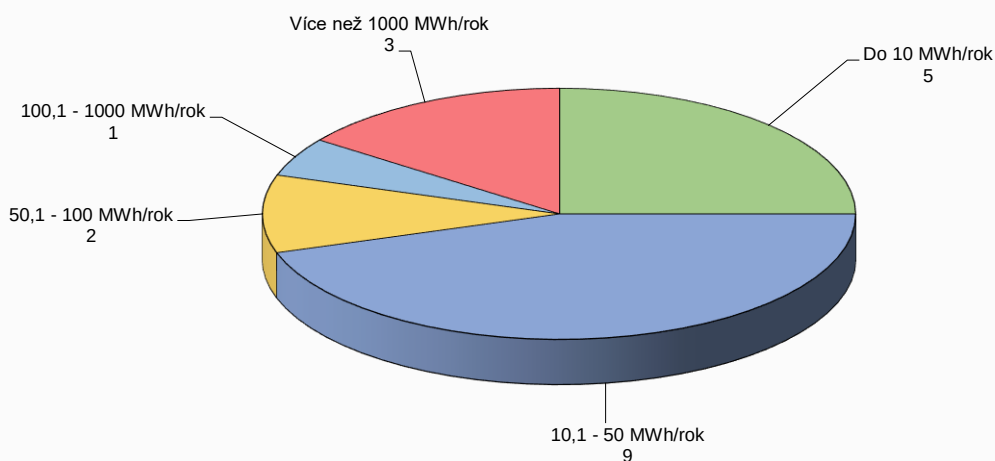
10.1.1. Spotřeba energií

Respondentům jsme položili otázku, jaká je jejich současná roční spotřeba všech energií (elektřina, plyn, pára). Tuto spotřebu jsme od nich chtěli uvést ideálně v kWh/kg vypraného prádla, případně v MWh/rok, pokud spotřebu v kWh/kg vypraného prádla nevěděli. Ukázalo se, že téměř 40% respondentů na tuto otázku neumělo vůbec odpovědět. Pouze 8 respondentů uvedlo spotřebu v kWh/kg vypraného prádla, 20 respondentů v MWh/ročně. Dalších 33 respondentů bylo schopných tuto spotřebu přiblížit pouze pomocí sumy, kterou za tyto energie ročně, či měsíčně platí. Jelikož se jedná o různé energie, nebylo možné celou škálu odpovědí spolehlivě přepočítat na společnou jednotku kWh/kg vypraného prádla. Proto analýzu spotřeby energie uvádíme ve třech následujících grafech dle způsobu, jakým na ni respondenti odpověděli.



Měsíční útratu nám sdělilo **33 dotazovaných**, přičemž takřka **polovina (16)** spotřebovuje energie za **méně než 25 000 Kč měsíčně**. Následuje **9 prádelen**, které spotřebují za **25,1 – 50 tis. Kč**, **4 prádelny** se spotřebou za **50,1 – 100tis. Kč** a **4**, které za energie měsíčně utratí více než **100 tis. Kč**.

Spotřeba všech energií (elektřina, plyn, pára) v MWh ročně

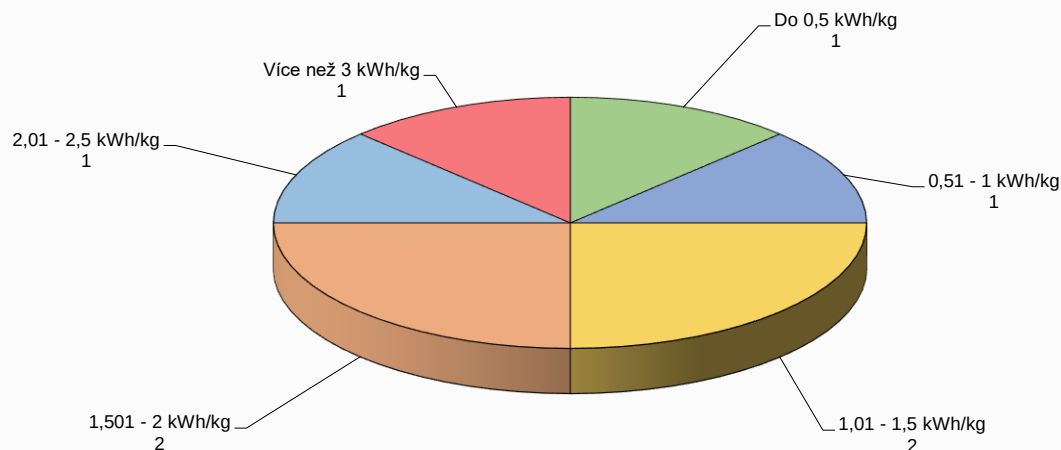


Graf č. 10.4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=20

20 dotázaných zástupců podniků nám bylo schopno sdělit, jaká je jejich celoroční spotřeba energií. **Takřka polovina** (9 prádelen) uvádí roční spotřebu **mezi 10,1 a 50 MWh**. **Čtvrtina** (5 prádelen) spotřebuje ročně **do 10 MWh**. Další 3 dotázané prádelny spotřebují mezi **50,1 a 1000 MWh**, 3 uvedly roční spotřebu energií **více než 1000 MWh**.

Spotřeba všech energií (elektřina, plyn, pára) v kWh/kg vypraného prádla



Graf č. 10.5

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., Listopad 2018 - Leden 2019, n=8

Pouze 8 respondentů bylo schopných uvést spotřebu všech energií v kWh na kilogram vypraného prádla. **Polovina** (4 respondenti) uvedla spotřebu **1-2 kWh/kg**. Spotřebu do **1 kWh/kg** uvedla **čtvrtina** respondentů (2), nad 2 kWh/kg pak 2 respondenti.

Tab. 20.: Průměrná spotřeba všech energií (elektřina, plyn, pára)

	Průměr
Uvedeno v Kč měsíčně	43 863 Kč
Uvedeno v kWh na kg vypraného prádla	1,69 kWh/kg
Uvedeno v MWh ročně	785,24 MWh/rok

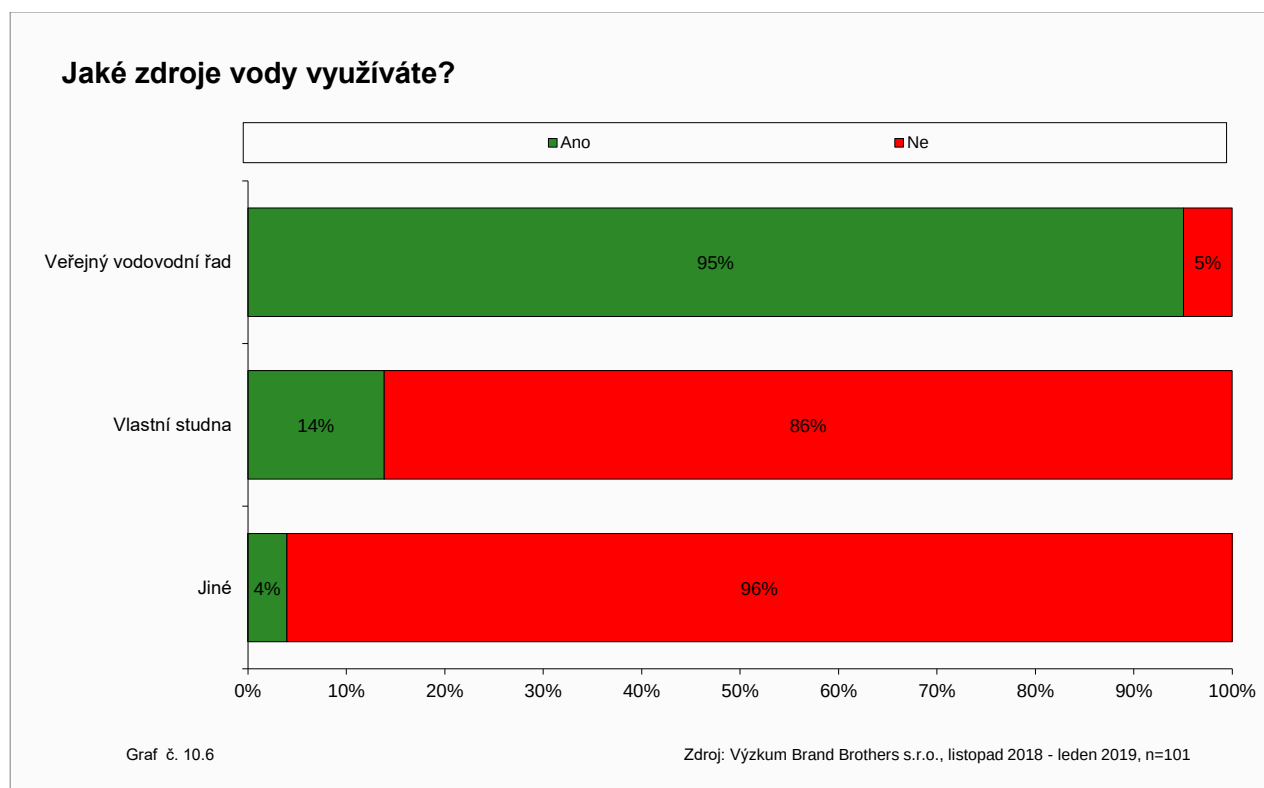
Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=33/22/8

Průměrná **měsíční útrata** za energie činí téměř **44 tis Kč**. Ti, co uváděli spotřebu v MWh ročně, průměrně uvedli spotřebu zhruba **785 MWh ročně**. Průměrná uváděná spotřeba energií v kWh na kg vypraného prádla je **1,69 kWh/kg**.



Statistická poznámka: Opět třeba brát v potaz skutečnost, že i počty těch, kteří spotřebu nějakým způsobem byli schopní definovat, nejsou dostatečné na to, abychom data mohli spolehlivě interpretovat jako data hovořící za celý trh.

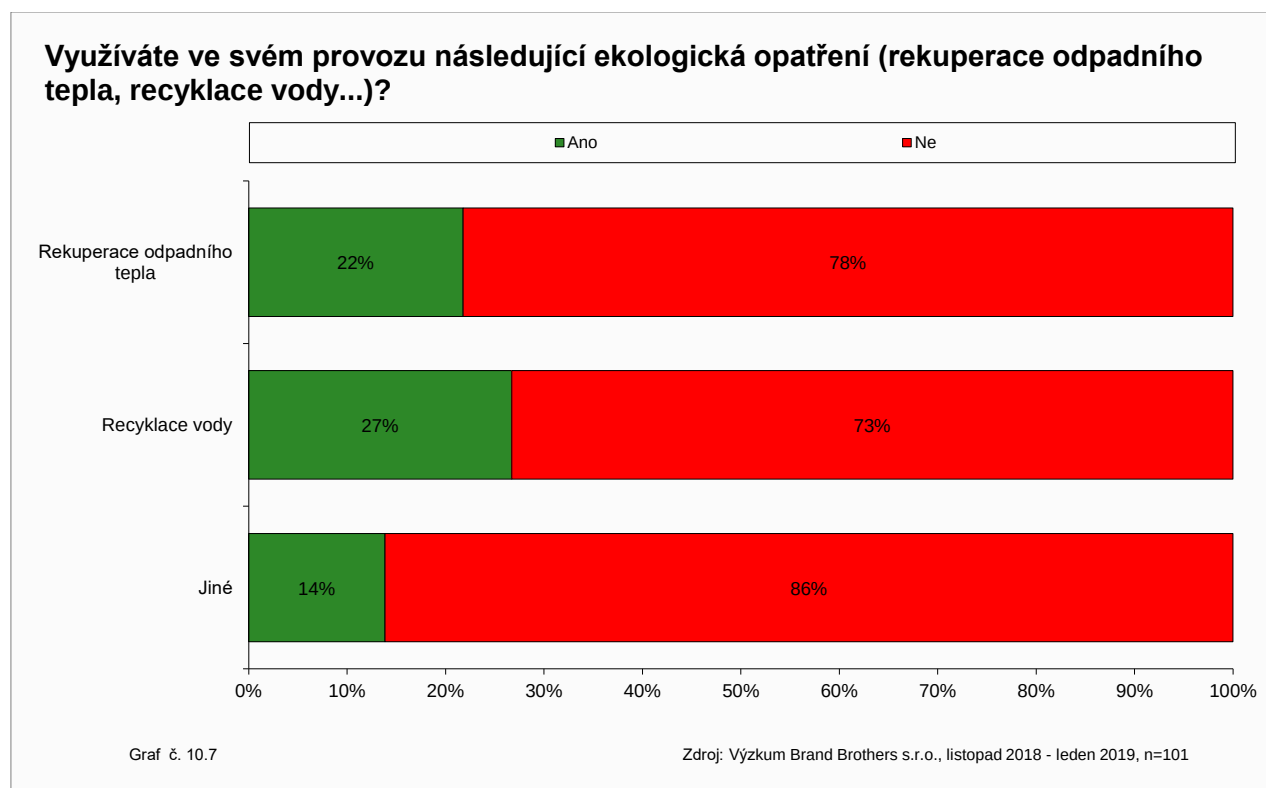
10.2. Využívané zdroje vody



Z dotázaných podniků jich **95% odebírá vodu z veřejného vodovodního řádu**, 14% využívá vlastní studnu a 4% získávají vodu také jinak.⁷

⁷ Jiné: Jímka povrchových vod; Nakupují vodu v cisternách; Z řeky; Odmítl.

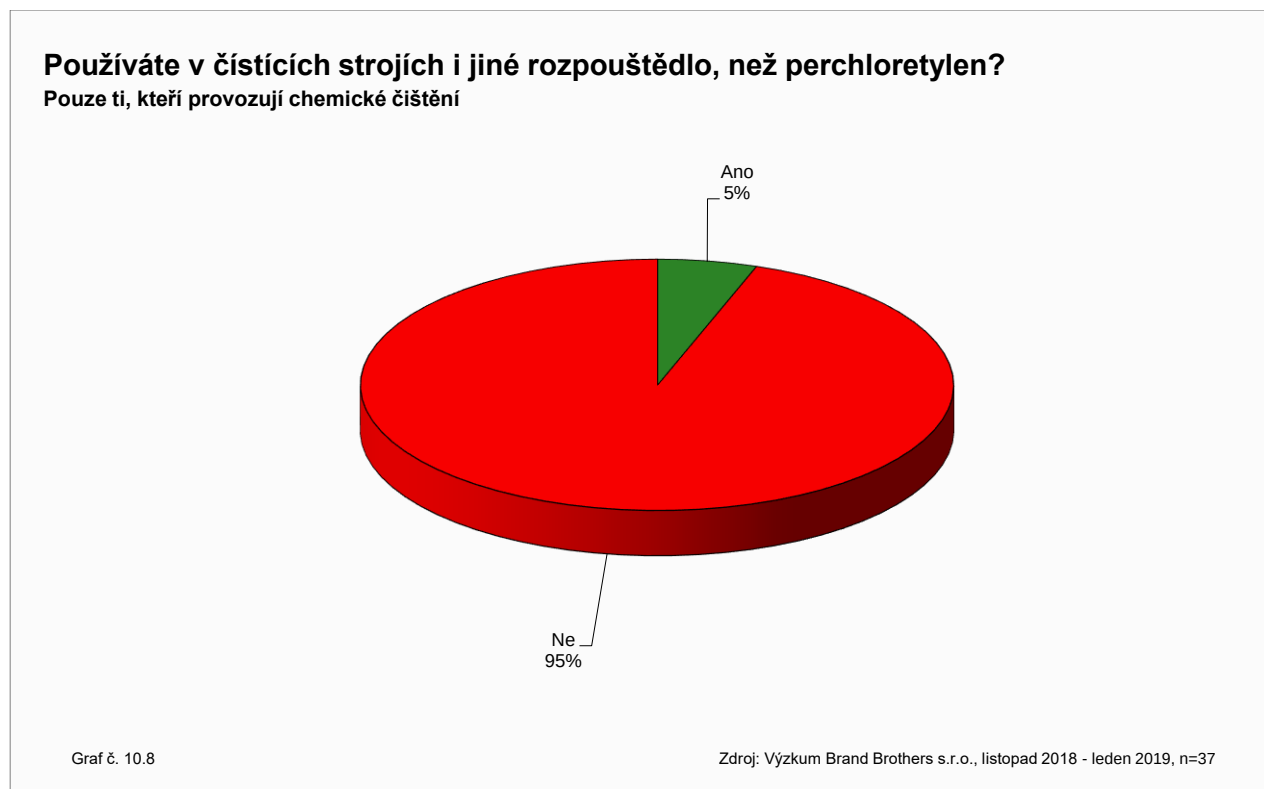
10.3. Rozsah využití ekologických opatření



Z nabízených ekologických opatření **prádelny/čistírny nejčastěji recyklují vodu** – stále se **však jedná pouze o 27%** prádel a čistíren. **Odpadní teplo pak rekuperuje 22% prádel a čistíren.** Někteří (14%) respondenti zmiňují, že používají i **jiná** ekologická opatření⁸.

⁸Jiné: Bezodpadové destilační zařízení; Čistička odpadu; Destilace; Fotovoltaika; Kondenzační ohřev vody; Přepadová jímka; Sběrníky na vodu; Solární panely; Šetrné prací prostředky; Vlastní čistička; Vlastní čistička odpadních vod; Odmítl

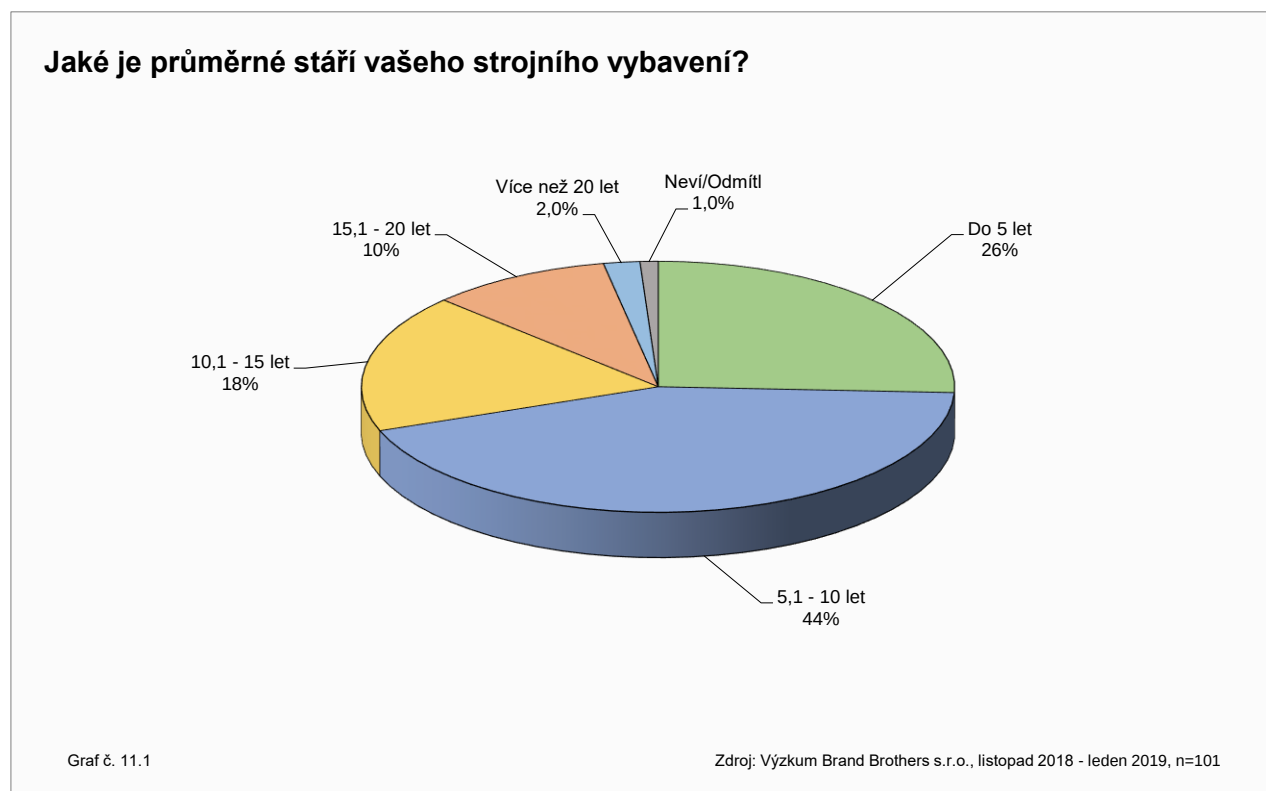
10.4. Chemické čištění – míra využití jiného rozpouštědla, než perchloretylenu



Většina (95%) dotázaných nepoužívá při čištění žádné jiné rozpouštědlo než perchloretylen. Alternativní rozpouštědla využívá pouze 5% prádelen (2 prádelny), jde o isopentyl (1) a isopar H (1).

11. Vypělost oboru, modernizace a investice

11.1. Stáří strojního vybavení



Nejčastěji uváděné stáří strojů (**44%**) je mezi **5,1-10 lety**. Mladší stroje – **do 5 let**, vlastní **26%** prádeln a čistíren. **28%** provozoven je vybaveno stroji starými **10,1-20 let**. 2% prádeln/čistíren pak dokonce stále používají stroje starší 20 let.

Tab. 21.: Průměrné stáří strojního vybavení

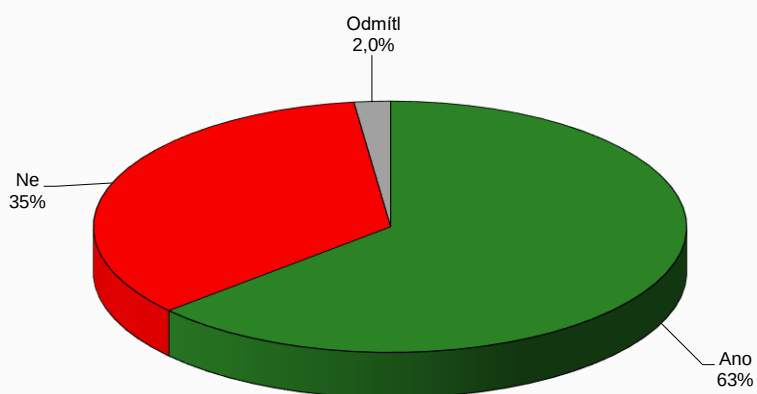
	Průměr	Medián
Stáří strojního vybavení v letech	9,2	8,0

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=101

Průměrné stáří strojů je **9,2 let**, nicméně polovina subjektů využívá stroje, jejichž stáří nepřesahuje 8 let.

11.2. Plánované investice

Plánujete v následujících dvou letech investice do vybavení vašeho provozu?



Graf č. 11.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Téměř 2/3 subjektů (63%) mají v průběhu 2 následujících let v plánu investovat do modernizace vybavení provozu.

11.2.1. Oblasti investic

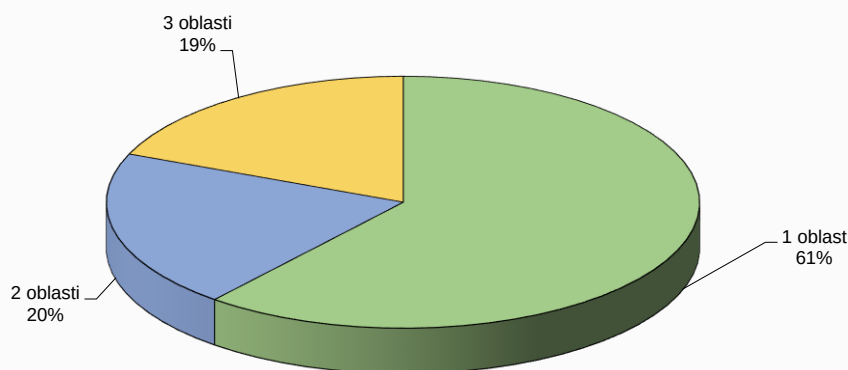
Respondentů jsme se zeptali na následující otázku:

„Do kterých z následujících oblastí plánujete investovat?“

1. <u>Techniky</u>	Ano	Ne
2. <u>Budovy a infrastruktury</u>	Ano	Ne
3. <u>Rozvoje nabízených služeb</u> - například do prádla na pronájem	Ano	Ne
4. <u>Jiné:</u>	Ano	Ne

Počet oblastí, do kterých podniky plánují investovat

Pouze ti, kteří plánují investice do strojního vybavení v následujících dvou letech



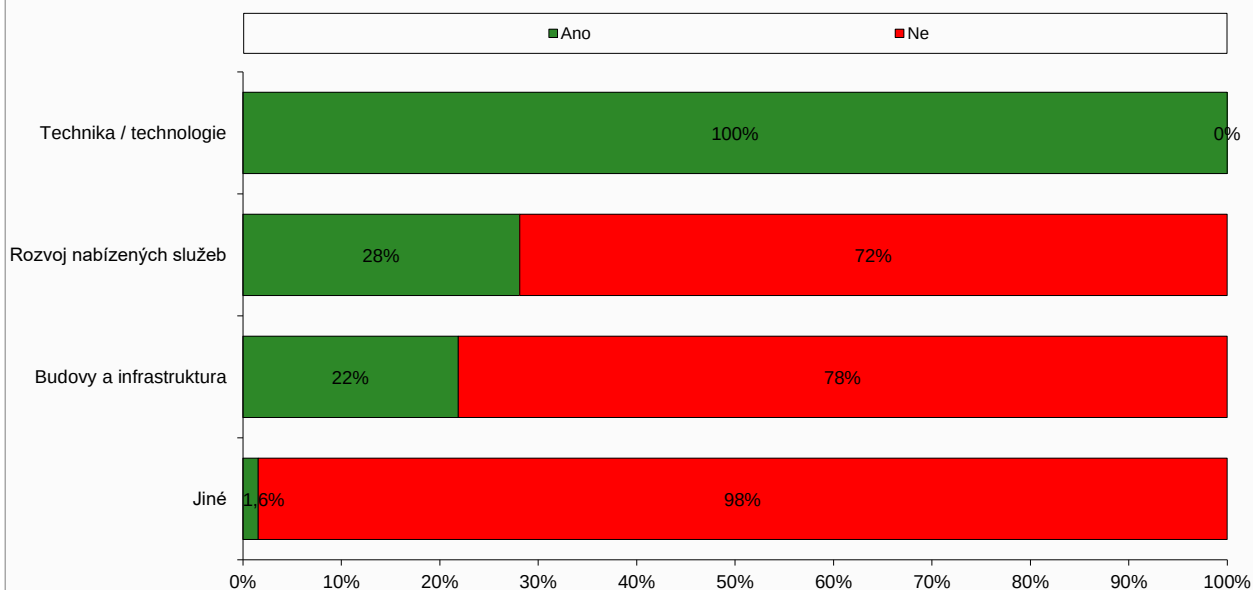
Graf č. 11.3

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad- prosinec 2014, n= 64

61% podniků plánuje investovat **do jedné z oblastí**. Shodně zhruba 20% pak do dvou, nebo do třech oblastí.

Do kterých z následujících oblastí plánujete investovat?

Pouze ti, kteří plánují investice v následujících dvou letech



Graf č. 11.4

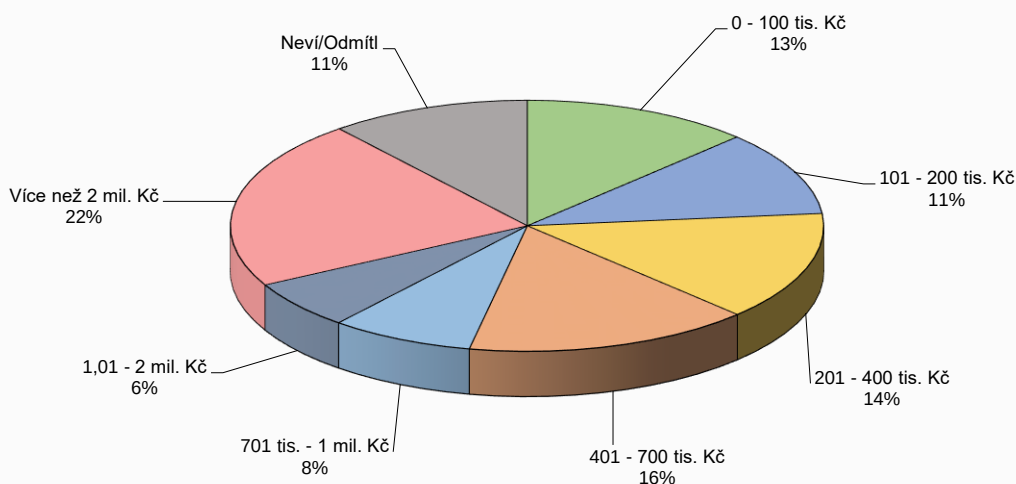
Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=64

Všechny subjekty, které plánují investovat, mají naplánovány investice do modernizace techniky/technologie. Více než čtvrtina respondentů plánuje investovat i do rozvoje nabízených služeb (28%), nebo budov a infrastruktury (22%). 1,6% (jiné) plánuje investovat do rekuperace a vozového parku.

11.2.2. Výše investic

Výše plánované investice

Pouze ti, kteří plánují investice v následujících dvou letech



Graf č. 11.5

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=64

22% podniků plánuje investice ve výši **nad 2 mil. Kč**. Dalších **30% investic** je plánováno v rozmezí **401 tis – 2 mil. Kč**. **38%** investic bude **do 400 tis. Kč**. Zbývajících 11% dosud nemá o výši plánovaných investic představu, nebo ji odmítlo sdělit.

Tab. 22.: Průměrná výše plánované investice

	Průměr	Průměr bez extrémů ⁹	Medián
Výše plánovaných investic na subjekt	1 609 810 Kč	-	-
Výše plánovaných investic u těch, kteří budou investovat	2 490 175 Kč	1 239 630 Kč	500 000 Kč
Celkový odhad plánovaných investic trhu	647 900 000 Kč		

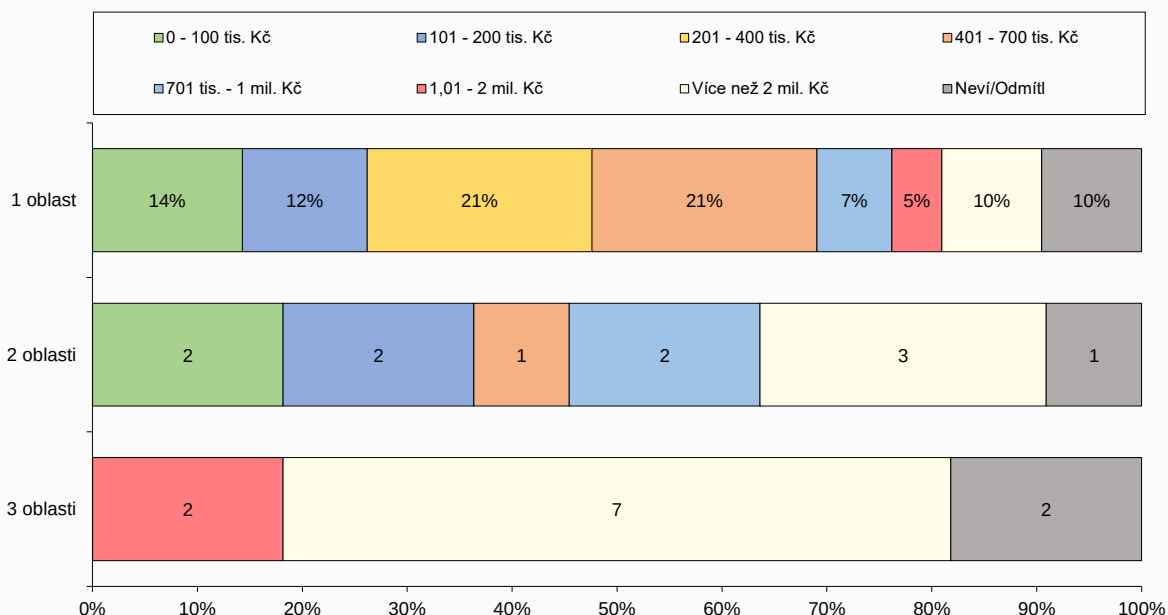
Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=64

Průměrná výše plánovaných investic na subjekt, činí **zhruba 1,6 mil. Kč**. Pokud budeme uvažovat pouze subjekty, které investovat plánují, průměrně se jedná o částku **2,5 mil. Kč**, hodnota **bez extrémů** je však zhruba **poloviční** – cca 1,24 mil. Kč. Zároveň platí, že **polovina** společností, které plánují investovat, **nebude investovat více než půl milionu Kč**. Celkově budou prádelny/čistírny dle našeho odhadu v následujících dvou letech investovat částku zhruba 647,9 mil. Kč.

⁹ Extrémní hodnoty: 15 mil. Kč, 20 mil. Kč, 40 mil. Kč

Výše investice podle počtu oblastí, do kterých podniky plánují investovat

Pouze ti, kteří plánují investice v následujících dvou letech

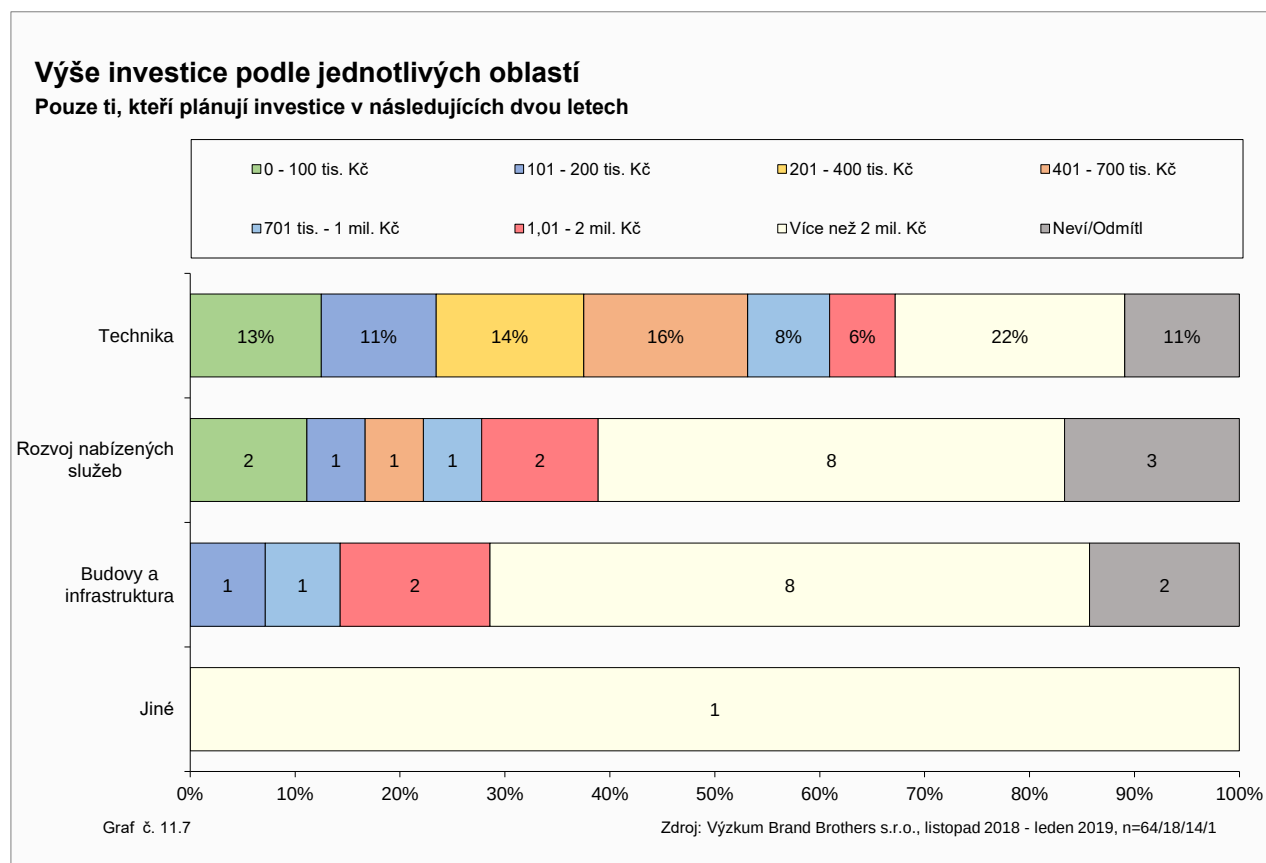


Graf č. 11.6

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=42/11/11

S rostoucím počtem oblastí, do kterých prádelna/čistírna plánuje investovat, roste i plánovaná výše investice. V případě, že subjekt plánuje investovat pouze do **jedné oblasti**, plánuje investici **nad 1 mil. Kč 15% podniků**. Pokud plánuje investovat **do dvou oblastí**, jsou to **3 z 11 podniků (zhruba 27%)** a pokud se jedná o investici plánovanou **do tří oblastí, všechny prádelny/čistírny (9)** plánují investovat **více, než 1 mil. Kč**.

U každého subjektu jsme jeho celkovou investici podělili počtem oblastí, do kterých plánuje investovat – předpokládali jsme zde, že investice do jednotlivých oblastí budou rovnoměrné. Následně jsme tuto průměrnou investici vztáhli na níže uvedené oblasti. Následující graf tedy ukazuje, jaké částky budou podniky investovat, pokud budou investovat do dané oblasti. Vše se však odvíjí od předpokladu, že investice do jednotlivých oblastí je rovnoměrná, jedná se tedy o přibližné výše.



Nejvyšší investice plánují ti, kteří mimo technologie budou investovat do budov a infrastruktury – 8 ze 14 podniků plánuje investice ve výši nad 2 mil. Kč. Obdobně je tomu v případě těch, kteří plánují investice i do rozvoje nabízených služeb – 8 z 16 dotázaných také plánuje investice nad 2 mil. Kč. Prádelny a čistírny, které budou investovat do techniky, budou v 61% případů investovat do 1 mil. Kč. Nad 2 mil. Kč plánuje investici 22% podniků.

Tab. 23.: Průměrná výše plánované investice v rámci jednotlivých kategorií

	Průměrná částka
Technika	1 617 295 Kč
Rozvoj nabízených služeb	1 680 278 Kč
Budovy a infrastruktura	1 906 944 Kč
Celkem	1 669 921 Kč

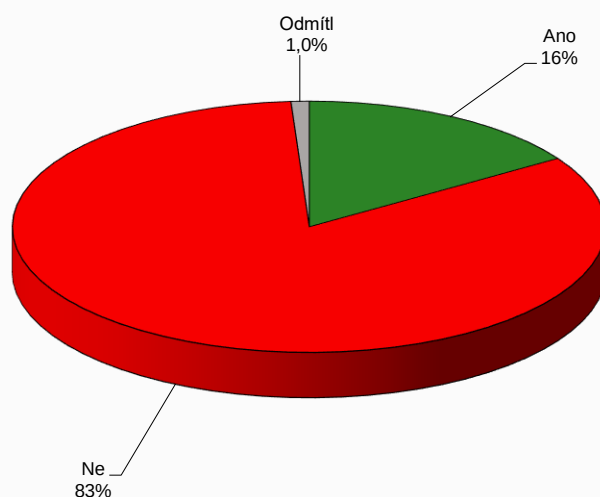
Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=64/18/14

Pokud budeme předpokládat, že se do jednotlivých oblastí bude investovat rovnoměrně, **průměrná investice do jedné oblasti je zhruba 1,67 mil. Kč a celková výše** plánovaných investic námi dotázaných subjektů činí **zhruba 140 mil. Kč.**

Ti, kteří plánují investici do techniky, budou průměrně do této oblasti investovat 1,6 mil. Kč, do rozvoje nabízených služeb 1,7 mil Kč a do budov a infrastruktury – přes 1,9 mil. Kč.

11.3. Finanční podpora z dotačních programů

Čerpáte pro svůj provoz finanční podporu z dotací?



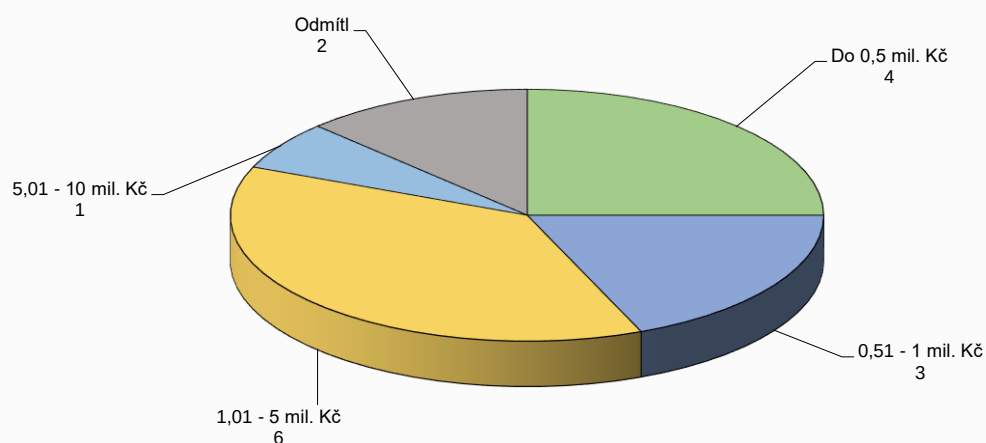
Graf č. 11.8

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

16% prádel a čistíren čerpá pro svůj provoz finanční podporu z dotací.

Jakou částku jste v posledních 3 letech z dotací čerpali?

Pouze ti, kteří pro svůj provoz čerpají finanční podporu z dotací



Graf č. 11.9

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=16

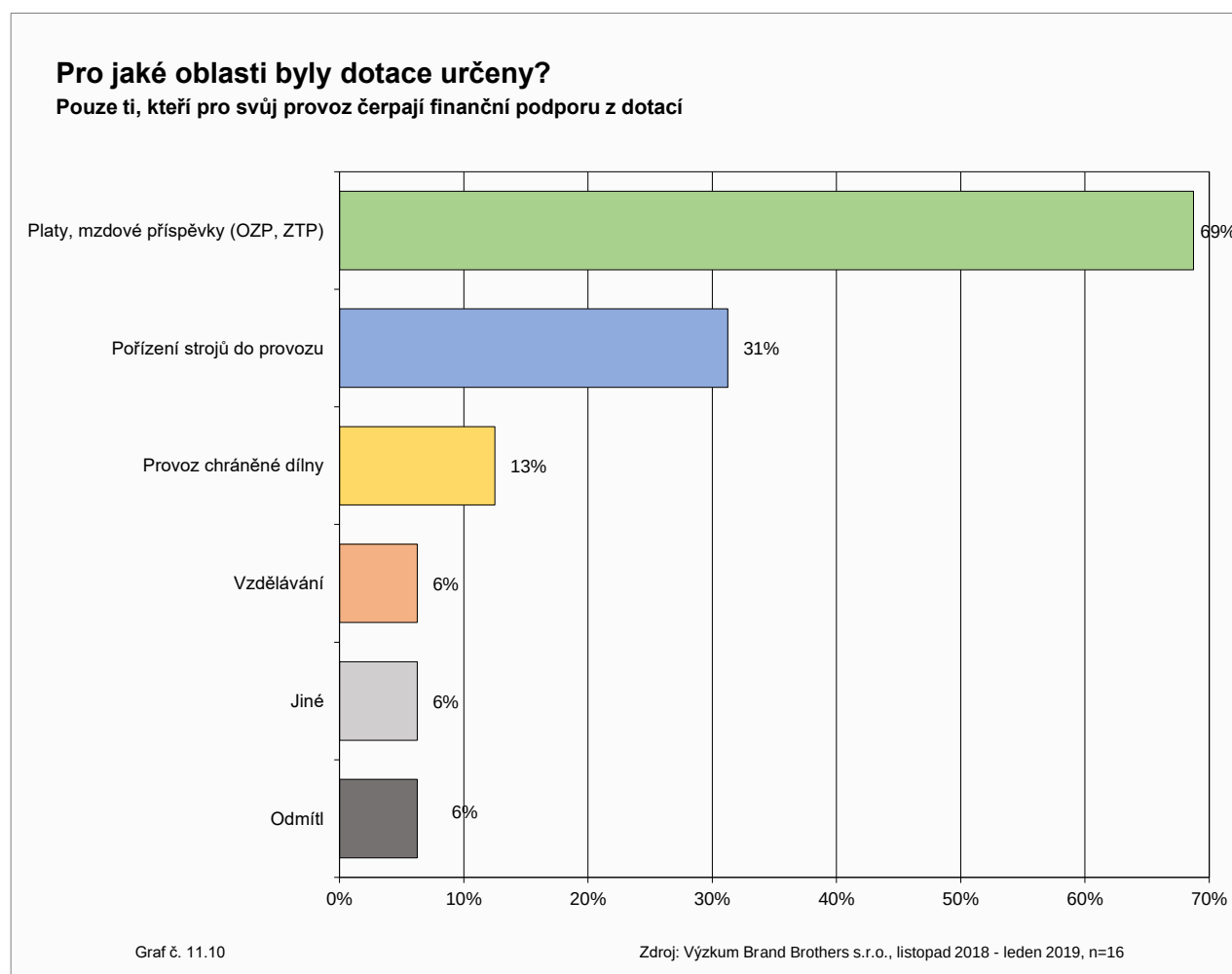
Z 16 subjektů, které pro svůj provoz čerpají finanční podporu z dotací, čerpala v posledních třech letech **téměř polovina (7)** subjektů **dotace** ve výši **do 1 mil. Kč**. **Stejný počet podniků** pak **dotace vyšší** (z toho 1 subjekt obdržel z dotačního fondu částku ve výši 5,01-10 mil Kč).

Tab. 24.: Průměrná výše čerpaných dotací v posledních 3 letech

	Průměr	Medián
Čerpaná částka	1 757 143 Kč	1 200 000 Kč
Celková odhadovaná výše čerpaných dotací	113 150 000 Kč	

Zdroj: Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 – leden 2019, n=16

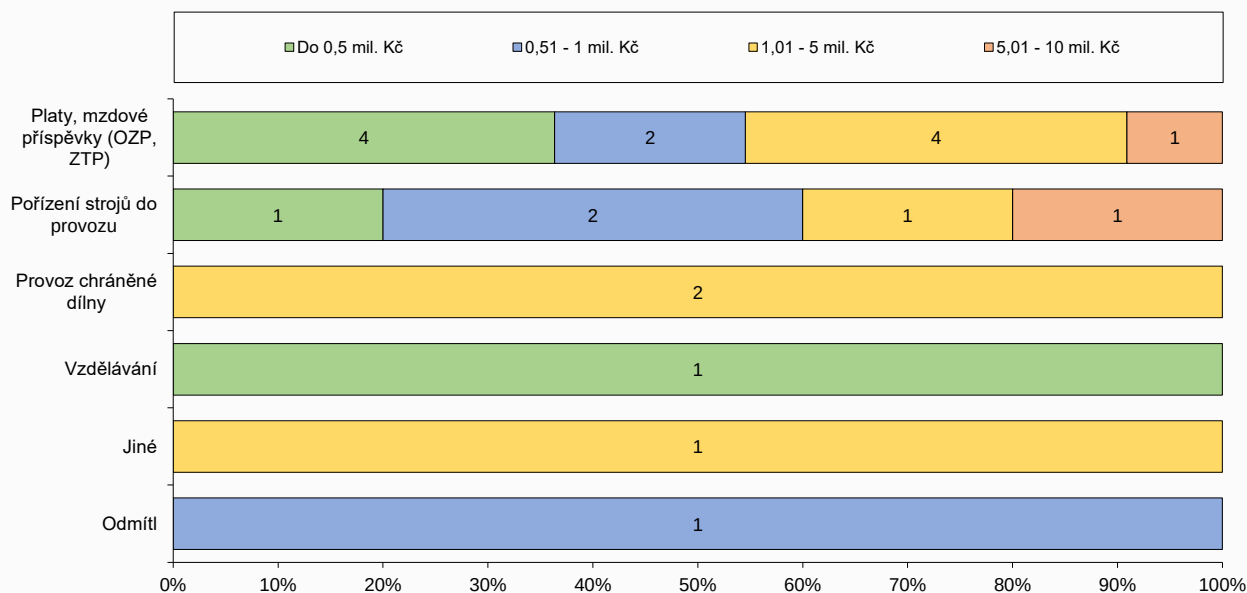
Průměrně každý podnik čerpající dotace čerpal v uplynulých 3 letech zhruba **1,8 mil Kč**. **Polovina** firem však obdržela dotace **maximálně** do výše **1,2 mil. Kč**. Celkovou výši čerpaných dotací v posledních 3 letech odhadujeme zhruba na 113 mil. Kč.



Většina společností (**69%**) čerpala dotace za účelem **financování platů a mzdových příspěvků**. **Téměř třetina podniků (31%)**, dotace využila na pořízení **strojů do provozu**. 13% subjektů dotace směřovalo do **provozu chráněné dílny** a 6% (1 subjekt) na vzdělávání. Jedna společnost získala dotaci směřovanou do marketingu.

Výše dotace do jednotlivých oblastí

Pouze ti, kteří pro svůj provoz čerpají finanční podporu z dotací

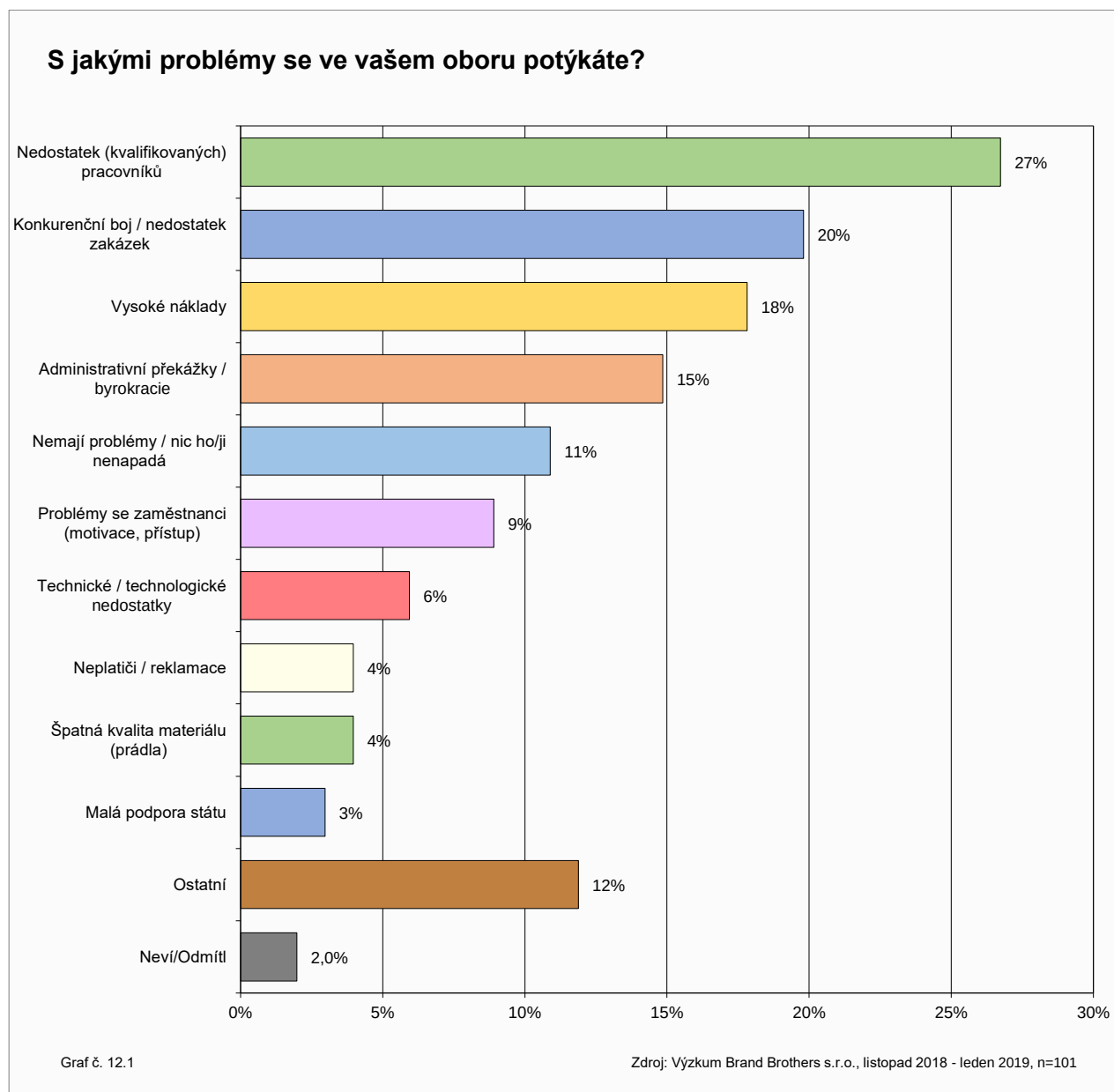


Graf č. 11.11

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=11/5/2/1/1/1

6 podniků, které získali dotace na platy, **mzdové příspěvky** (OZP, ZTP), čerpalo částku **do 1 mil. Kč**, 4 podniky 1,01-5 mil. Kč a jeden podnik 5,01-10 mil. Kč. V případě, že dotace směřovaly na **pořízení strojů** do provozu, **3 subjekty získaly do 1 mil. Kč**, další dva pak každý 1,01-5 mil Kč a 5,01-10 mil. Kč. Dotace na provoz chráněné dílny byly v obou případech v rozmezí 1,01-5 mil. Kč, stejně jako investice do marketingu (jiné). Na vzdělávání 1 firma čerpala méně než 0,5 mil. Kč.

12. Problémy v oboru

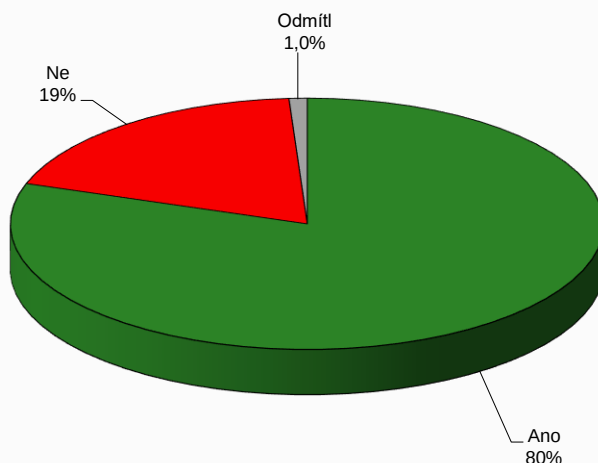


Nejproblematictější oblastí je dle respondentů **nedostatek kvalifikované pracovní síly** (27%) a následně **konkurenční boj / nedostatek zakázek** (20%). 18% respondentů se potýká s **vysokými náklady** a dalších **15%** jako problém uvedlo **administrativní překážky a byrokracii**. Dále dotázaní zmiňovali problémy se zaměstnanci (9%), technické/technologické nedostatky (6%), nepláče/reklamace (4%), špatnou kvalitu materiálu (4%) a malou podporu státu (3%). 12% dotázaných uvedlo ještě jiné problémy¹⁰. **Zhruba každý desátý respondent** (11%) v tomto odvětví **žádné problémy nevnímá**.

¹⁰ Jiné: DPH šílený problém, hlavně nelogický; Hygienické předpisy; Komunikace; Nemožnost získání dotace, dotace získávají velké firmy; Nízká ziskovost; Pohrdání touto profesí ze strany zákazníků - myslí si, že jsme něco míň a že s námi mohou zemetat; Potřebuje

13. Znalost Asociace prádelén a čistíren

Znáte Asociaci prádelén a čistíren?



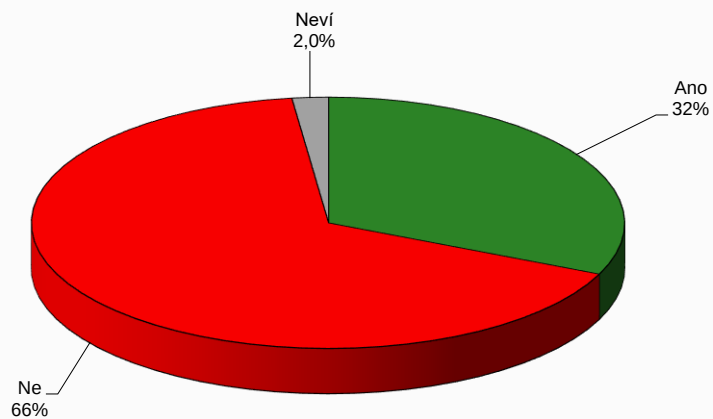
Graf č. 13.1

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

80% prádelén a čistíren Asociaci prádelén a čistíren zná.

odbornou poradou (koučing); Prádelny s náhradním plněním, které jsou pod nákladovou úhradou; Různé; Veřejná správa nemá společenskou odpovědnost vůči sociálním podnikům; Všechno; Výkyvy v sezonách.

Jste členem Asociace prádelén a čistíren?



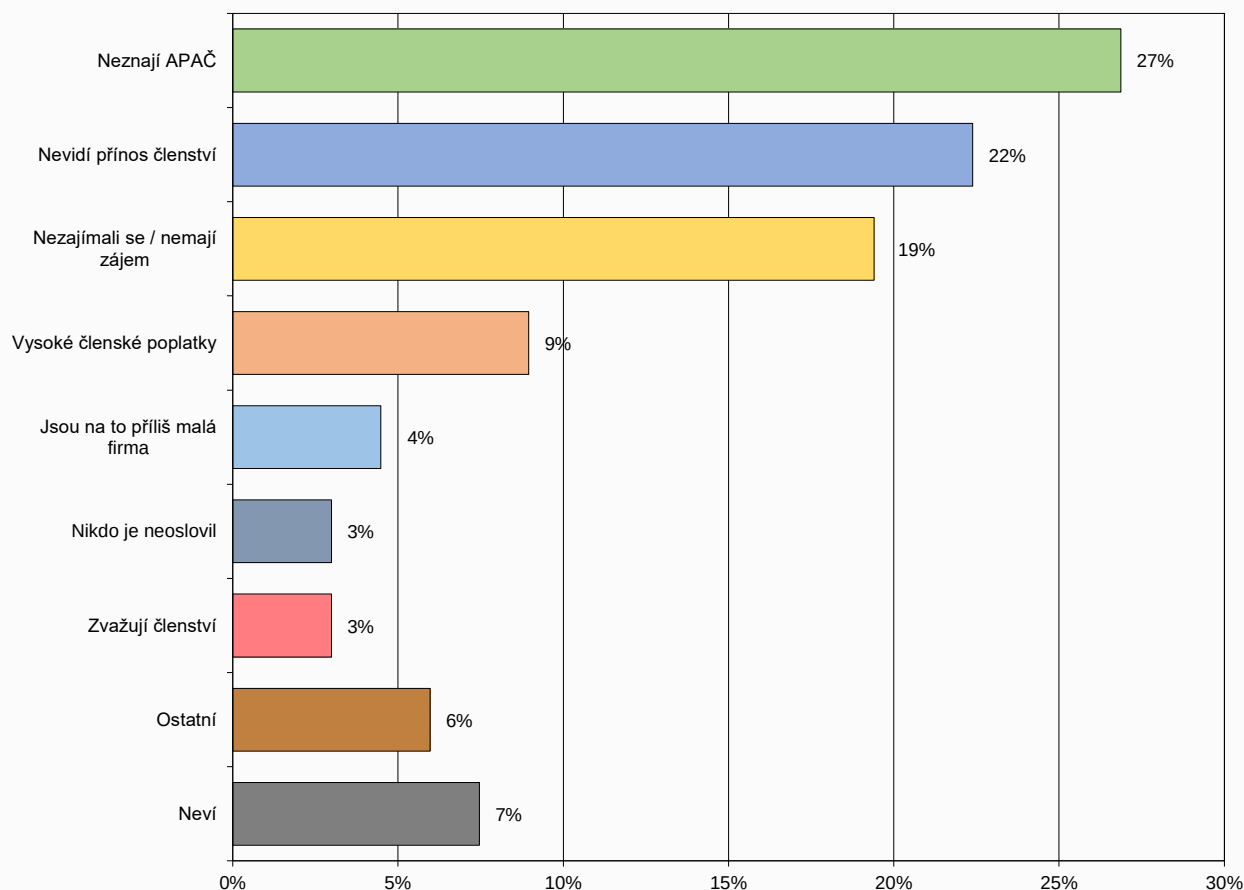
Graf č. 13.2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n=101

Téměř každý třetí dotázaný subjekt (32%) je **členem v APaČ**. **2,0%** si nejsou členstvím **jista**. **Zbývající dvě třetiny** dotázaných členy **nejsou**.

Proč nejste člen Asociace prádel a čistíren?

Pouze ti, kteří nejsou členy Asociace prádel a čistíren



Graf č. 13.3

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., listopad 2018 - leden 2019, n= 67

Nejčastějším důvodem, proč dotázané subjekty nejsou členy APAČ, je samotná **neznalost této organizace (27%)**. Více než pětina dotázaných subjektů pak **v členství nevidí přínos (22%)**. 19% subjektů se o samotné **členství nikdy nezajímal**. Téměř každý desátý dotázaný uvedl, že spolek vyžaduje **vysoké členské poplatky (9%)**. Mezi další důvody respondenti uváděli také, že jsou na členství příliš malá firma (4%), nebo že nikdy nebyli osloveni (3%). 3% členství zvažují. 6% uvedlo ještě jiné důvody¹¹.

¹¹ Jiné: Důvod - zájmy malých prádel se v asociaci neřešily, od roku 1994-2015 byli členem; Jsme v členství s Asociací úklidových služeb; Nebyli jsme nikdy členy žádné organizace; Samoobslužné prádelny mají jistá specifika a v APAČ nejsou zatím.

14. Dotazník

1. Poskytujete veřejnosti služby praní a čištění prádla?

1. **Ano**
2. **Ne** -> ukončete rozhovor a označte firmu jako nerelevantní

Část A – základní informace o oboru

2. Kolik provozujete prádelen a kolik čistíren na území České republiky?

3. **Prádelny:**
4. **Čistíren:** -> Jedná se o samostatné provozovny?
 1. **Ano** 2. **Ne** 3. **Kombinace**

3. Provozujete vlastní sběrný oděvů?

1. **Ano**

FILTR: Pokud ano:

4. Kolik sběren oděvů provozujete? sběren oděvů

2. **Ne**

5. Kolik máte zaměstnanců v prádelně a kolik v čistírně?

1. Prádelny: zaměstnanců
2. Čistírny: zaměstnanců
3. Celkem: zaměstnanců

6. Zaměstnáváte i zahraniční pracovníky jako vlastní zaměstnance?

- 1) **Ano**

FILTR: Pouze pokud ano

7. Z jakých jsou nejčastěji zemí?

.....

8. Kolik procent z vašich zaměstnanců činí tito zahraniční pracovníci? %

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu:

1. Méně než čtvrtina (1-25%) 2. Méně než polovina (26-50%) 3. Více než polovina (51-75%) 4. Skoro všichni (76-100%)

- 2) **Ne**

9. Zaměstnáváte také agenturní pracovníky?

- 1) **Ano**

FILTR: Pouze pokud ano

10. Kolik procent z vašich zaměstnanců činí tito agenturní pracovníci? %

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu:

1. Méně než čtvrtina (1-25%) 2. Méně než polovina (26-50%) 3. Více než polovina (51-75%) 4. Skoro všichni (76-100%)

11. V jakém období nejčastěji využíváte těchto kapacit?

1. Celoročně

2. Ve vybraných měsících, jakých:

3. Ve vybraných obdobích, poznámka:

2) Ne

12. Dokázal byste přibližně říct, jakou hrubou mzdu mají průměrně Vaši zaměstnanci?

A) Management:Kč/měsíc

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu: 1. Méně než 20 000 Kč/měsíc 2. 20 001-25 000 Kč/měsíc 3. 25 001-30 000 Kč/měsíc 4. 30 001-35 000 Kč 5. 35 001 – 40 000 Kč 5. Více než 40 001 tis. Kč

B) Řadoví zaměstnanciKč/měsíc

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu: 1. 12 200-15 000 Kč/měsíc 2. 15 001-20 000 Kč/měsíc 3. 20 001-25 000 Kč 4. 25 001-30 000 Kč 5. Více než 30 tis. Kč

13. Jakou denní kapacitu praní a čištění v tunách má Váš provoz? tun/denně

14. Kolik z toho je kapacita na praní a kolik na čištění? -> Tazatel, ideálně uvést v tunách

Prádelny: %

Čistírny: %)

15. Na kolik procent máte využítu denní kapacitu (praní a čištění) vašeho provozu? %

16. Jaký je objem Vašich zakázek v Kč za posledních 12 měsíců?

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu:

1) Do 1 mil Kč 2) 1,1-5 mil Kč 3) 5,1-10 mil Kč 4) 10,1-20 mil Kč 5) 20,1-50 mil Kč 6) 50,1-100 mil. Kč
7) 100,1 – 200 mil. Kč 8) Více než 200 mil Kč

17. Jaký máte směnný režim?

1) Jednosměnný 2) Dvousměnný 3) Třisměnný

Část B – vývoj trhu, výroby a moderní trendy v poskytování služeb

18. Které z následujících služeb poskytujete? Zkuste prosím odhadnout, jaké % Vašeho obrátu tyto poskytované služby tvoří?

8) <u>Praní prádla</u>	Ano	Ne	%
9) <u>Čištění oděvů</u>	Ano	Ne	%
10) <u>Pronájem prádla</u>	Ano	Ne	%
11) <u>Košilový servis</u>	Ano	Ne	%
12) <u>Opravy oděvů</u>	Ano	Ne	%
13) <u>Mandlování prádla</u>	Ano	Ne	%
14) <u>Jiné:</u>	Ano	Ne	%

19. Kdo z následujících 3 skupin jsou Vaši zákazníci? Jedná se o ...

20. Jaký mají procentuální podíl na objemu Vašich zakázek?

1) <u>Fyzické osoby (domácnosti)</u>	Ano	Ne	%
2) <u>Soukromé firmy</u>	Ano	Ne	%
3) <u>Státní organizace</u>	Ano	Ne	%

FILTR: Pouze ti, kteří poskytují službu pronájmu prádla: Q17/3

21. Pokud poskytujete službu pronájmu prádla, tak v jakém procentuálním poměru pro následující typy zákazníků?

1) <u>Hotely a ubytovací zařízení</u>	Ano	Ne	%
2) <u>Zdravotnická zařízení a zařízení sociálních služeb</u>	Ano	Ne	%
3) <u>Výrobní firmy</u>	Ano	Ne	%
4) <u>Domácnosti</u>	Ano	Ne	%
5) <u>Jiné:</u>	Ano	Ne	%

22. Jak byste popsal trend v objemu Vašich zakázek (praní a čištění) oproti minulým letům, pozorujete?

1. Pokles
2. Mírný pokles
3. Stagnace
4. Mírný nárůst
5. Nárůst

23. Jaký předpokládáte vývoj v následujících 2 letech?

1. Pokles
2. Mírný pokles
3. Stagnace
4. Mírný nárůst
5. Nárůst

Část C – ekologické dopady a opatření pro šetrnou údržbu textilu z hlediska ŽP

FILTR: Pouze ti, kteří provozují čištění (Q17/2)

24. Používáte mokré čištění?

- 1) Ano 2) Ne

25. V jakém procentuálním objemu je mokré čištění ve vztahu k celkovému objemu čištění oděvů? % tvoří mokré čištění

26. Používáte v čistících strojích i jiné rozpouštědlo, než perchloretylen?

- 1) Ano, jaké:
 2) Ne

27. Poskytujete rozvoz zpracovávaných zakázek?

- 1) Ano

FILTR: Pouze ti, kteří poskytují rozvoz zpracovávaných zakázek

28. Do jaké vzdálenosti své služby rozvozu poskytujete? km

- 1) Do 30 km 2) Do 50 km 3) Do 100 km 4) Více než do 100 km

- 2) Ne

29. Máte ve společnosti jak sólostroje, tak tunel/y na praní?

- 1) Ano oboje 2) Ano, ale pouze sólostroje 3) Ano, ale pouze tunel/y

30. Jakou máte současnou spotřebu vody v litrech na kg vypraného prádla?

Sólostroje..... l / kg

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu: 1) Do 6 l/kg 2) 6-8 l/kg 3) 8-10 l/kg 4) 10-15 l/kg 5) 15-20 l/kg
 6) 20-30 l/kg 7) 30-40 l/kg 8) Více než 40 l/kg

Tunely..... l / kg

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu: 1) Do 6 l/kg 2) 6-8 l/kg 3) 8-10 l/kg 4) 10-15 l/kg 5) 15-20 l/kg
 6) 20-30 l/kg 7) 30-40 l/kg 8) Více než 40 l/kg

Pokud neví/odmítl, ať respondent uvede dohromady: l / kg

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu: 1) Do 6 l/kg 2) 6-8 l/kg 3) 8-10 l/kg 4) 10-15 l/kg 5) 15-20 l/kg
 6) 20-30 l/kg 7) 30-40 l/kg 8) Více než 40 l/kg

31. Jaký zdroj vody využíváte?

1. <u>Vlastní studnu</u>	Ano	Ne
2. <u>Veřejný vodovodní řad</u>	Ano	Ne
3. <u>Jiné:</u>	Ano	Ne

32. Jakou máte současnou spotřebu všech energií (elektrina, plyn, pára) v kWh / kg vypraného prádla / (MWh ročně)?

..... kWh / kg / MWh/rok

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu: 1) Do 0,5 kWh/kg 2) 0,5-1 kWh/kg 3) 1-1,5 kWh/kg 4) 1,5-2 kWh/kg
 5) 2-2,5 kWh/kg 6) 2,5-3 kWh/kg 7) Více než 3 kWh/kg

Pokud neví/odmítl, nabídněte škálu: : 1) Do 5 MWh/rok 2) 5-7 MWh/rok 3) 7-10 MWh/rok 4) 10-15 MWh/rok
 5) 15-20 MWh/rok 6) 20-25 MWh/rok 7) Více než 25 MWh/rok

33. Používáte ve svém provozu některé z následujících ekologických opatření?

1. <u>Rekuperace odpadního tepla</u>	Ano	Ne
2. <u>Recyklace vody</u>	Ano	Ne
3. <u>Jiné:</u>	Ano	Ne

Část D – úspěšnost našeho oboru a modernizace

34. Dokážete odhadnout průměrné stáří vašeho strojního vybavení v letech? let

Pokud neví/odmítl: 1) Do 5 let 2) 5-10 let 3) 10-15 let 4) 15-20 let 5) Více než 20 let

35. Plánujete investice do vybavení vašeho provozu v následujících 2 letech? Pokud ano, v jakém asi objemu?

1) **Ano** -> v jakém objemu?

Pokud neví/odmítl: 1) 0-100 tis. Kč 2) 101 -200 tis. Kč 3) 201-400 tis Kč 4) 401-700 tis. Kč
 5) 701-1 mil. Kč 6) 1,1-1,5 mil. Kč 7) 1,51-2 mil. Kč 8) Více než 2,1 mil. Kč

FILTR: Pokud plánují investice:

36. Do kterých z následujících oblastí plánujete investovat?

5. Techniky	Ano	Ne
6. Budovy a infrastruktury	Ano	Ne
7. Rozvoje nabízených služeb - například do prádla na pronájem	Ano	Ne
8. Jiné:	Ano	Ne

2) Ne

37. Čerpáte pro svůj provoz finanční podporu z dotací?

1) Ano

FILTR: Pokud ano

38. Jakou částku jste v posledních 3 letech čerpal z dotací? Kč

Pokud neví/odmítl: 1) Do 0,5 mil Kč 2) 0,5-1 mil. Kč 3) 1,1-5 mil Kč 4) 5,1-10 mil Kč 5) Více než 10 mil Kč

39. Pro které z následujících oblastí byly dotace určeny?

1. Vzdělávání	Ano	Ne
2. Pořízení strojů do provozu	Ano	Ne
3. Oprava budov	Ano	Ne
4. Jiné:	Ano	Ne

2) Ne

40. S jakými problémy se ve Vašem oboru potýkáte? Co považujete za největší překážku?

.....(pravidlo 3 slov)

41. Znáte Asociaci čistíren a prádelen?

1) Ano 2) Ne

42. Jste jejím členem?

1) Ano

2) Ne, proč:

.....

Na úplný závěr bych se Vás rád/a zeptala s kým jsem hovořil/a?

Celé jméno:

Funkce:

Přímý telefon:

Email:

43. S ohledem na GDPR Vás chci informovat, že tato data budou sloužit ke statistickému zpracování a Vaše údaje budeme uchovávat pouze jako doklad toho, že rozhovor proběhl. Je to takto v pořádku?

OK b) Ne, nepřeji si, abyste uchovávali moje kontaktní údaje

To je ode mne vše! Děkuji Vám za Váš čas a přeji hezký den.

Poznámky:

Brand Brothers s.r.o. - Marketingové výzkumy a strategická doporučení od roku 1996

Společnost Brand Brothers má rozsáhlé zkušenosti s výzkumem trhu a strategickým marketingem od roku 1996. Za tuto dobu jsme získali know-how, které nás odlišuje od jiných výzkumných a marketingových společností například v těchto bodech:

- Spolehlivost výzkumů a omezování chyb
- Návrh výzkumů tak, aby ze studií plynula konkrétní marketingová doporučení
- Návrh výzkumů tak, aby nebylo mrháno prostředky
- Návrh výzkumů tak, aby některé výsledky mohly být využity jako součást efektivního PR
- Schopnost rychle a do důsledků pochopit zákazníkův business a navrhovat řešení, která efektivně zacházejí s klientovými prostředky
- Návrh strategií propagačních kampaní se znalostí trhu a postupů, které jsou v konkrétním daném případě účinné.

Naše konkurenční výhoda vůči jiným marketingovým agenturám spočívá také v širším marketingovém kontextu, ve kterém o výzkumech přemýšlíme.

Vážíme si důvěry, kterou naši agentuře svěřují naši klienti. Na základě námi vypracovaných výzkumů a marketingových doporučení dělají strategická rozhodnutí, která významnou měrou určují budoucí prosperitu jejich firmy.

Každý výzkum je proto pro nás profesní výzvou. I přes naše osmnáctileté působení v oboru pracujeme na každé nové zakázce s maximálním zaujetím a pečlivostí. Používáme naší praxí i praxí našich zahraničních partnerů osvědčené metody. V naší agentuře se můžete spolehnout, že získáte perfektní výsledek.



Tomáš Papírník

Majitel Brand Brothers s.r.o.

A reliable
market research
partner for
the whole of
Europe