



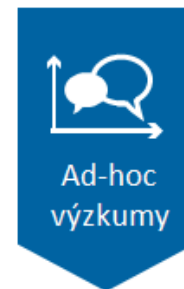
Mediální  
výzkumy



MML-TGI



Software



Ad-hoc  
výzkumy



Vývoj  
technologií

## Uzavření obchodů na státní svátky

26. 10. 2016

**VÝZKUM TRHU, MÉDIÍ A VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ, VÝVOJ SOFTWARE**

Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9,

tel.: 225 301 111, fax: 225 301 101

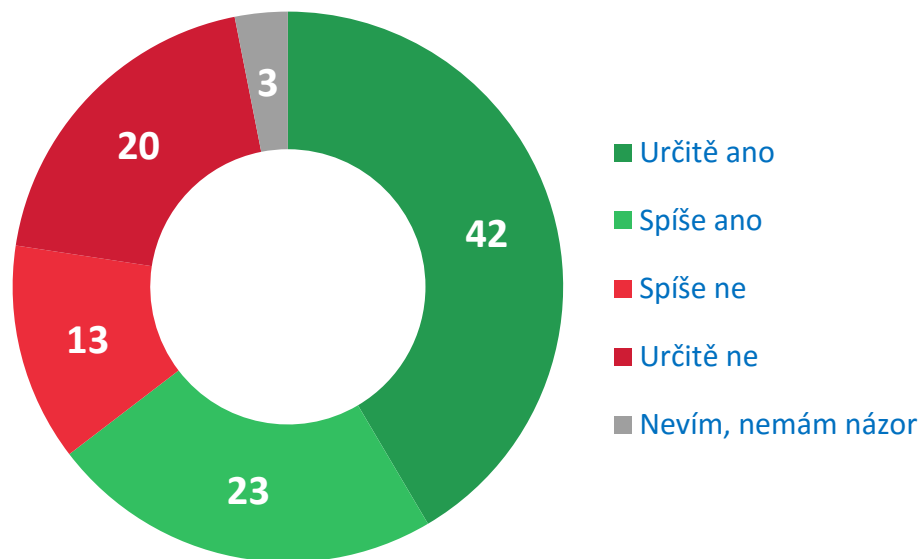
e-mail: [median@median.cz](mailto:median@median.cz)

Zpracováno exklusivně pro:



<b>Velikost vzorku</b>	N = 1007 respondentů ve věku 18 a více let
<b>Termín dotazování</b>	25. 10. – 26. 10. 2016
<b>Metoda sběru dat</b>	Telefonické dotazování vyškolenými tazateli (CATI) N = 448 Osobní dotazování s notebookem (CAPI) N = 559
<b>Výběr</b>	CATI – náhodný výběr pevných a mobilních linek s kontrolou sociodemografických kvót respondentů CAPI – kvótní výběr
<b>Reprezentativita</b>	Výzkum je reprezentativní pro populaci ČR 18+ podle: <ul style="list-style-type: none"><li>○ pohlaví</li><li>○ kraj (14 kategorií),</li><li>○ věk (4 kategorie)</li><li>○ vzdělání (4 kategorie)</li><li>○ velikost místa bydliště (5 kategorií)</li><li>○ ekonomický status (4 kategorie)</li></ul> Reprezentativita datového souboru byla primárně dosažena plněním kvótního předpisu a dodatečným dovážením dat.
<b>Realizátor a zadavatel</b>	výzkum realizovala společnost MEDIAN, s.r.o. (člen SIMAR) exkluzivně pro Český rozhlas
<b>Statistická odchylka</b>	Náhodná statistická odchylka činí +/- 1,5 procentního bodu u postojů, které zastává 5 % respondentů až +/- 3,5 procentních bodů u postojů, které zastává 50 % respondentů.

# Názor na uzavírání velkých obchodů na státní svátky

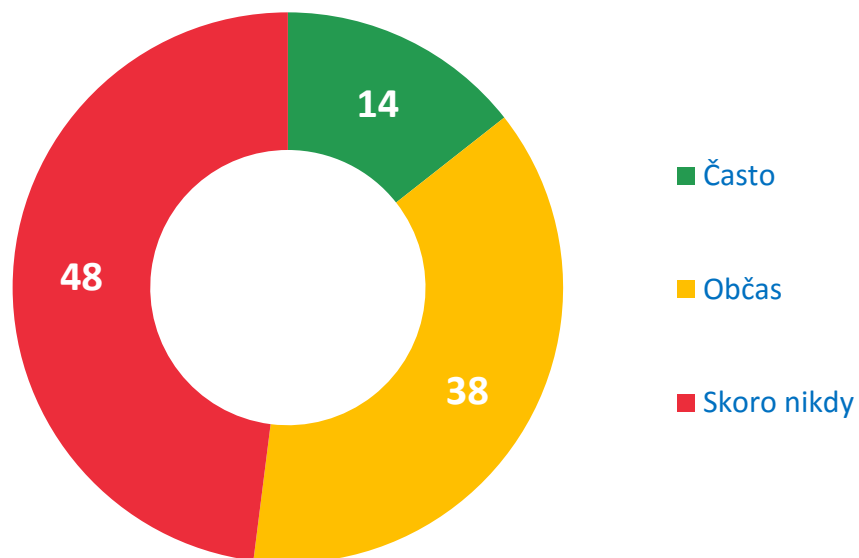


V pátek 28. října zůstanou podle nového zákona kvůli státnímu svátku zavřeny obchody o rozloze nad 200 metrů čtverečních. Nakupovat bude možné jen v menších prodejnách. Podobně tomu bude o dalších 7 svátcích v roce. Zákon byl prosazen mimo jiné kvůli ochraně zaměstnanců (aby mohli trávit svátky doma). Odpůrci ale říkají, že otevírací doba by měla být věcí každého obchodu. Namítají, že mnoho zaměstnanců o práci stojí.

OT01. Souhlasíte vy osobně s úpravou, podle níž budou mít velké obchody na sedm svátků zavřeno?

**Většina Čechů s uzavřením velkých obchodů o významných svátcích souhlasí.** Podporu má tato úprava především u žen (70 %), u mužů je podpora nižší, avšak stále nadpoloviční (59 %). Za vyšším souhlasem žen může stát to, že v obchodech pracuje větší podíl žen a vyhláška na ně má pozitivní dopad, ale i to, že ženy, které jsou hlavní nákupčí a hospodyně, nakupují raději v předstihu a ve svátek se věnují něčemu jinému. Míra souhlasu se zavřením obchodů o svátcích roste s věkem. V nejmladší věkové kategorii (18-29) souhlasí polovina dotázaných, v kategorii 60+ pak 70 %. Zatímco lidé do 29 let prakticky nezažili omezení prodejní doby obchodů, starší pamatují otevírací dobu běžnou za socialismu, kdy měly obchody otevřeno v sobotu pouze do 12 hodin a v neděli zcela zavřeno. Souhlas je v tomto případě pravděpodobně ovlivněn touto zkušeností.

N = 1007

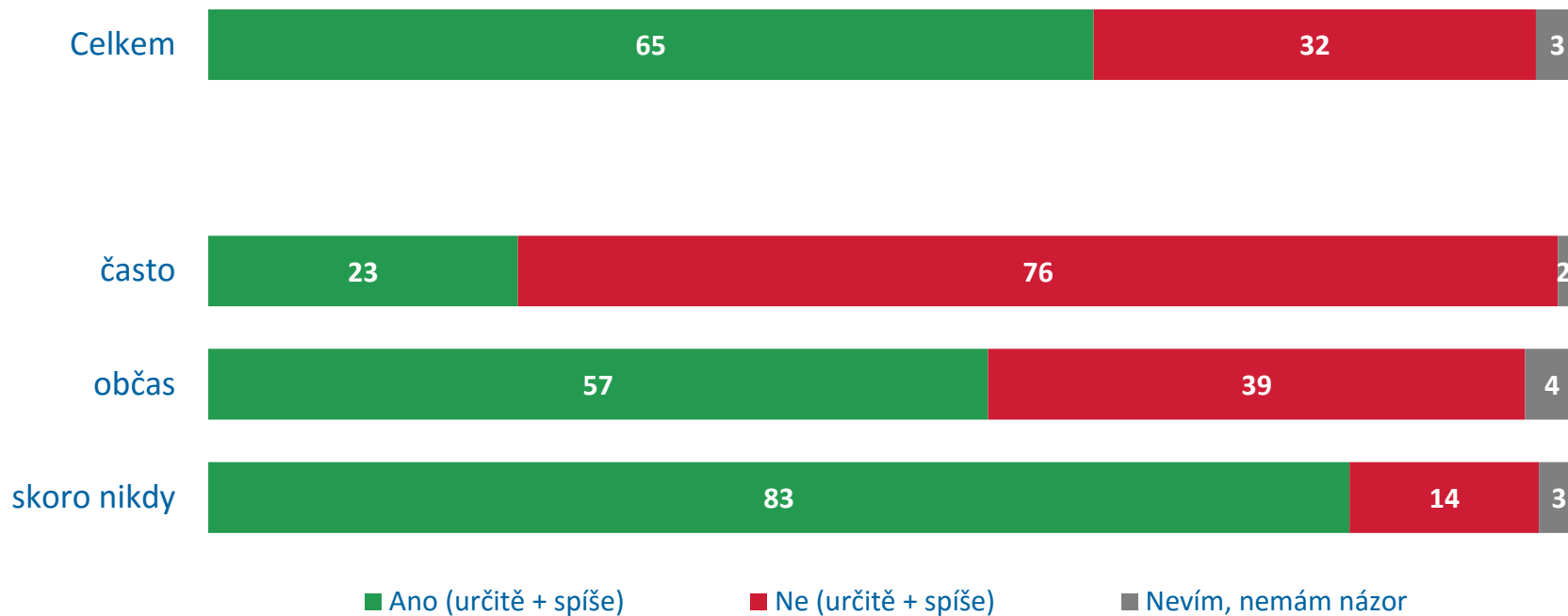


OT02. Jak často chodíte o státních svátcích nakupovat?

Pouze 14 % respondentů uvedlo, že o svátcích nakupuje často. Častěji využívají tuto možnost muži a mladí lidé do 29 let, naopak téměř nikdy nechodí ve svátky nakupovat ekonomicky neaktivní lidé, tedy důchodci či nezaměstnaní.

N = 1007

# Názor na uzavírání velkých obchodů na státní svátky – dle frekvence nákupů



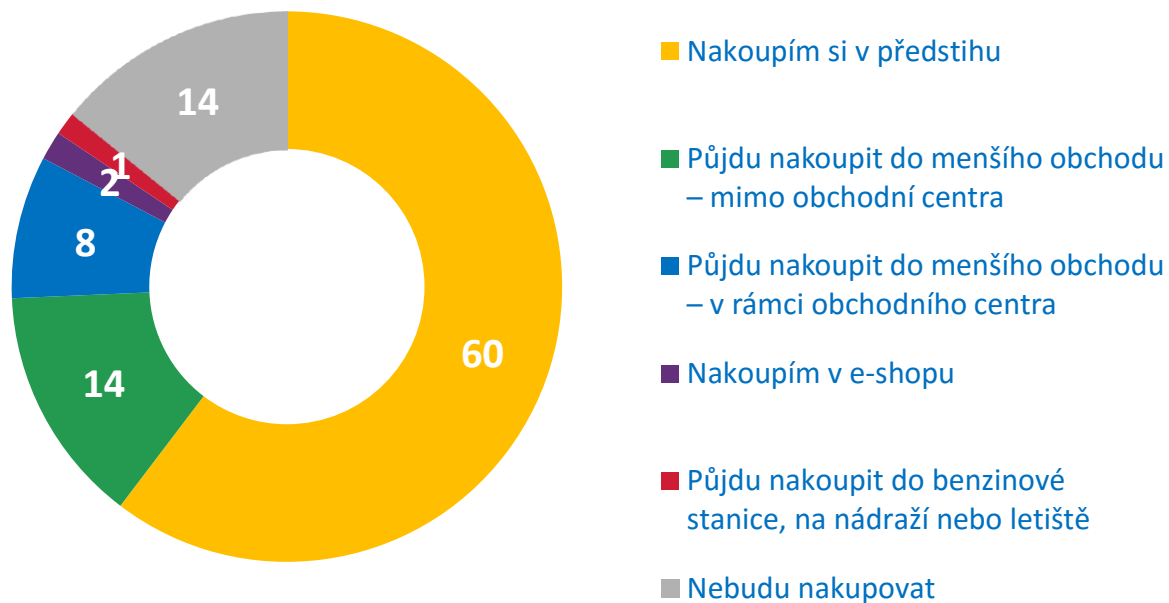
OT01. Souhlasíte vy osobně s úpravou, podle níž budou mít velké obchody na sedm svátků zavřeno?

OT02. Jak často chodíte o státních svátcích nakupovat?

Je patrné, že souhlas s uzavíráním velkých obchodů je úzce korelován s frekvencí nákupu o svátcích. Tedy největší podporu má uzavření velkých obchodů u lidí, kteří skoro nikdy o svátcích nenakupují.

N = 1007

# Reakce na uzavřené obchody o státních svátcích



OT03. Jak se zachováte, když budou velké obchody o svátku zavřené? Vyberte nejpravděpodobnější možnost:

Většina dotazovaných se chystá potřebné věci nakoupit v předstihu. Přibližně pětina respondentů se chystá využít možnosti nákupu v menším obchodě. Tam zamíří především ti, kteří nesouhlasí se zavřením obchodů. V nejmladší věkové kategorii se chystá 5 % mladých nakoupit na internetu.

n = 523 (jen ti respondenti, kteří chodí o svátku alespoň občas nakupovat)

# Struktura vzorku – Sociodemografie I

	%
<b>Pohlaví</b>	
Muž	49
Žena	51
<b>Věková skupina</b>	
18 – 29 let	18
30 – 44 let	30
45 – 59 let	23
60 let a více	30
<b>Dosažené vzdělání</b>	
Základní	14
Vyučen/ Střední škola bez maturity	35
Středoškolské s maturitou	34
Vysokoškolské	17

# Struktura vzorku – Sociodemografie II

	%
<b>VMB</b>	
do 999 obyv.	17
1000 – 4999 obyv.	22
5 000 – 19 999 obyv.	18
20 000 – 99 999 obyv.	22
100 000 a více obyv.	21
<b>Region</b>	
Praha	12
Středočeský	12
Jihočeský	6
Plzeňský	5
Karlovarský	3
Ústecký	8
Liberecký	4
Královéhradecký	5
Pardubický	5
Vysočina	5
Jihomoravský	11
Olomoucký	6
Zlínský	6
Moravskoslezský	12



## O nás

MEDIAN, s.r.o je nezávislá soukromá společnost pro výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj analytického a marketingového software. Společnost působí na trhu od roku 1993 a realizuje všechny typy kvalitativních i kvantitativních výzkumů trhu a veřejného mínění, včetně oficiálních mediálních měření a MML-TGI.

## Garance kvality

MEDIAN je členem odborných sdružení:

SIMAR

ESOMAR

TGI Network

American Marketing Association.

## Kontakt

Daniel Prokop  
gsm: 608 333 902  
[daniel.prokop@median.cz](mailto:daniel.prokop@median.cz)

MEDIAN  
Národních hrdinů 73  
Praha 9, 190 12  
[www.median.cz](http://www.median.cz)  
Tel: + 420 225 301 111

