

# MÍSTO NÁKUPU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

(DÍLČÍ ZJIŠTĚNÍ Z ŘEŠENÍ PROJEKTU CZ.2.01.2014.221.011

„PODMÍNKY PRO ROZVOJ FAIR TRADE V ČESKÉ REPUBLICĚ“)

## O PROJEKTU

Hlavním cílem projektu CZ.2.01.2014.221.011 „**PODMÍNKY PRO ROZVOJ FAIR TRADE V ČESKÉ REPUBLICĚ**“ je vyhodnocení vlivu vybraných společenských podmínek na rozvoj fair trade v České republice.

Mezi dílčí cíle projektu patří vytvořit segmentaci obyvatel založenou na zájmu o fair trade a na postojích k fairtradovým výrobkům; vysvětlit, jak vybrané faktory ovlivňují pravděpodobnost nákupu fairtradových výrobků; provést rozbor souvislostí mezi povědomím o fairtradových výrobcích a nákupním chováním; identifikovat a popsat vliv ceny na nákupní chování a modelovat cenovou citlivost vybraných skupin obyvatel vůči fairtradovým výrobkům.

## METODIKA VÝZKUMU

Sběr dat byl realizován nezávislým Institutem evaluací a sociálních analýz (INESAN) v obecné populaci ČR v průběhu února 2014.

K výběru respondentů bylo použito kvótní techniky. Do zkoumaného vzorku byli zařazováni lidé ve věku od 18 do 64 let. Při koncipování výběru bylo použito aktuálních údajů Českého statistického úřadu. Zkoumaný vzorek reprezentuje základní populaci z hlediska pohlaví, věku, velikosti místa bydliště a kraje. V rámci výzkumu byla data získávána pomocí osobních rozhovorů vyškolených tazatelů s respondenty.

- 1 942** Počet oslovených
- 1 327** Počet respondentů (velikost vzorku)
- 69 %** Návratnost (*podíl respondentů na počtu oslovených*)
- 24 min.** Průměrná doba jednoho interview

## IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE



**51 %**

muži



**49 %**

ženy



**23 %**

osoby mladší než 30 let



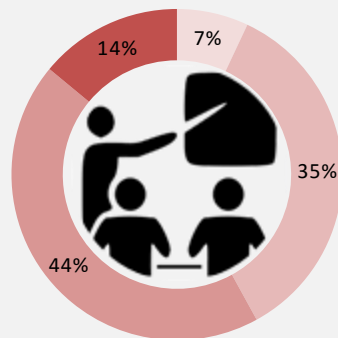
**46 %**

osoby ve věku 30–49 let

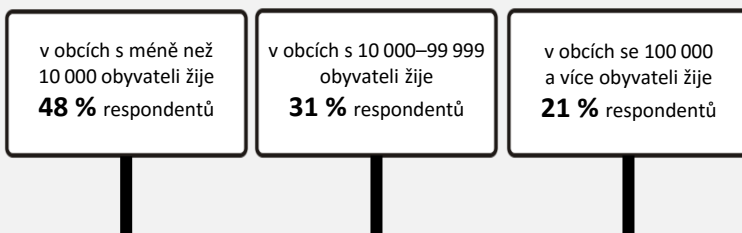


**30 %**

osoby ve věku 50 a více let



- ZŠ
- SŠ bez maturity
- SŠ s maturitou
- VŠ



## SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

Téměř dvě třetiny respondentů se setkaly s nějakou formou prodeje fairtradových výrobků a 23 % si alespoň jednou takový výrobek zakoupilo. Více než polovina dotazovaných, kteří fairtradový výrobek koupili, tak učinila ve buď specializované prodejně nebo v hyper-/supermarketu; hyper-/supermarkety jsou přitom místem, kde lidé, podle svých odpovědí, kupují fairtradové výrobky v největší míře. Z postojů respondentů je zjevný apel na soulad podmínek prodeje těchto výrobků v hyper-/supermarketech s obecnými principy fair trade. Jedním z důvodů nákupu fairtradových výrobků v hyper-/supermarketech je relativně snadná dostupnost těchto prodejních míst. Platí totiž, že hyper-/supermarkety mají respondenti blíže než specializované prodejny. Ty jsou navíc pro většinu dotazovaných umístěny výrazně dále, než kam jsou ochotni pro fairtradové výrobky chodit.

## DOSTUPNOST FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ



**63 % RESPONDENTŮ**

SE SETKALO S NĚJAKOU FORMOU PRODEJE FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ.



**23 % RESPONDENTŮ**

ALESPŮŇ JEDNOU KOUILO FAIRTRADOVÝ VÝROBEK.



**35 % RESPONDENTŮ**

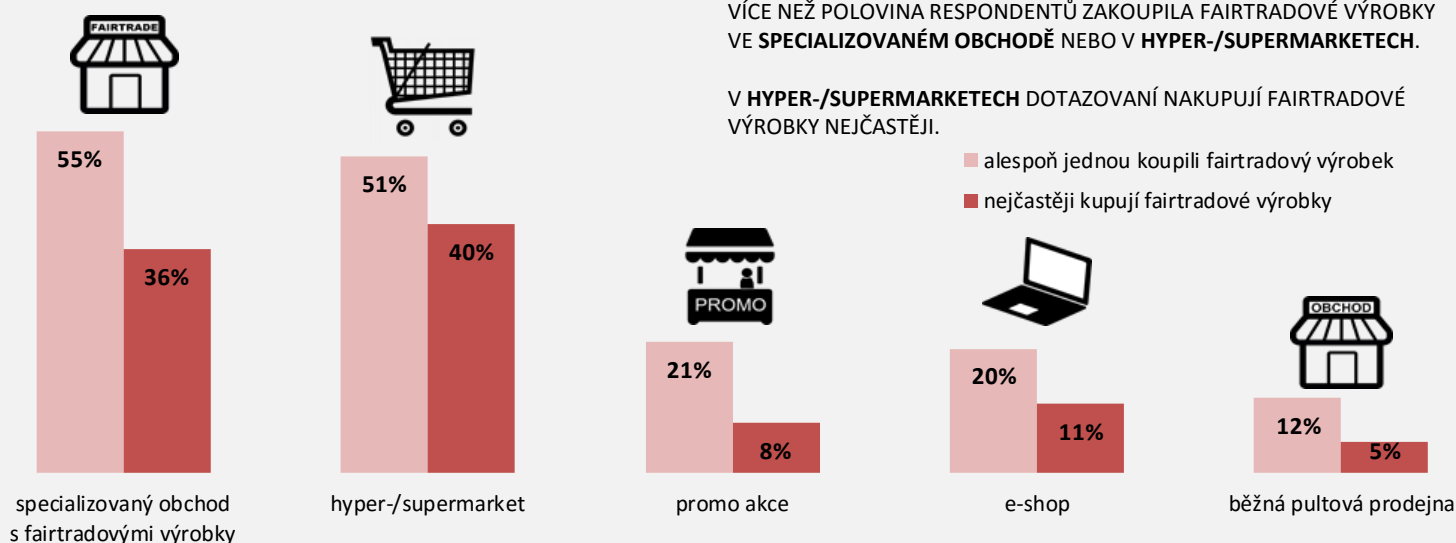
PODPORUJE PRODEJ FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ V BĚŽNÉ PRODEJNÍ SÍTI, PROTOŽE TO PŘÍSPÍVÁ K ROZŠÍŘOVÁNÍ PRINCIPŮ FAIR TRADE.

**50 % RESPONDENTŮ**

S PRODEJEM V BĚŽNÉ PRODEJNÍ SÍTI SOUHLASÍ ZA PODMÍNKY RESPEKTOVÁNÍ OBECNÝCH PRINCIPŮ FAIR TRADE.

# MÍSTO NÁKUPU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

## MÍSTO NÁKUPU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ



VÍCE NEŽ POLOVINA RESPONDENTŮ ZAKOUPILA FAIRTRADOVÉ VÝROBKY VE SPECIALIZOVANÉM OBCHODĚ NEBO V HYPER-/SUPERMARKETECH.

V HYPER-/SUPERMARKETECH DOTAZOVANÍ NAKUPUJÍ FAIRTRADOVÉ VÝROBKY NEJČASTĚJI.

■ alespoň jednou koupili fairtradový výrobek  
■ nejčastěji kupují fairtradové výrobky

## JAK DALEKO JSOU RESPONDENTI OCHOTNI PRO FAIRTRADOVÉ VÝROBKY CHODIT



### 34 % RESPONDENTŮ

MÁ HYPER-/SUPERMARKET DÁLE, NEŽ KAM JSOU OCHOTNI PRO FAIRTRADOVÉ VÝROBKY CHODIT

### 61 % RESPONDENTŮ

MÁ OBCHOD S FAIRTRADOVÝMI VÝROBKY DÁLE, NEŽ JE OCHOTNO AKCEPTOVAT

## O INSTITUTU

INESAN (Institut evaluací a sociálních analýz) je první soukromý vědecko-výzkumný institut v oboru společenských věd založený v ČR. Jde o nezávislý subjekt, který byl založen podle pravidel stanovených Evropskou unií (Článek 2.2, písm. d. Rámce Společenství pro státní podporu výzkumu, vývoje a inovací). INESAN je výzkumnou organizací dle zákona č. 130/2002 Sb., o podpoře výzkumu, experimentálního vývoje a inovací a je zapsán na Seznamu výzkumných organizací vedeném Radou pro vědu, výzkum a inovace (RVVI). Cílem institutu je provádět základní výzkum, aplikovaný výzkum nebo experimentální vývoj a šířit jejich výsledky prostřednictvím výuky, publikování nebo převodu technologií, přičemž veškerý zisk je zpětně investován do těchto činností.

Hlavními činnostmi, kterými se INESAN zabývá, jsou evaluace a sociální analýzy.

Mezi tematické okruhy, jejichž výzkumem se INESAN zabývá, patří eticky odpovědné chování, manažerská studia, ICT, životní prostředí a sociální témata.

Díky svému zázemí v oblasti metodologie aplikovaného společenského výzkumu INESAN poskytuje také zpracování výzkumných šetření a metodologických analýz. INESAN rovněž poskytuje odborné služby při tvorbě metodických nástrojů pro evaluaci, realizuje samotná evaluační šetření, podílí se na přípravě zadávací dokumentace, poskytuje peer-review dokumentů vztahujících se k evaluaci a k metodologii společenského výzkumu.

Publikace, expertízy, odborná stanoviska a posudky, které INESAN vydává, nejsou ovlivněny postoji donorů a zadavatelů, nýbrž obsahují nezávislý pohled expertů institutu INESAN.

