

MOŽNOSTI PODPORY PRODEJE FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ (DÍLČÍ ZJIŠTĚNÍ Z ŘEŠENÍ PROJEKTU CZ.2.01.2017.221.030 „NÁKUPNÍ PREFERENCE ČESKÝCH ZÁKAZNÍKŮ A FAIR TRADE“)

O PROJEKTU

Hlavním cílem projektu CZ.2.01.2017.221.030 „NÁKUPNÍ PREFERENCE ČESKÝCH ZÁKAZNÍKŮ A FAIR TRADE“ je výzkum spotřebitelských hodnot ve vztahu k nákupnímu chování týkajícího se fairtradových produktů.

Mezi dílčí cíle projektu patří vysvětlit, jak vybrané faktory ovlivňují pravděpodobnost nákupu fairtradových výrobků, analyzovat souvislosti mezi povědomím o fairtradových výrobcích a nákupním chováním, provést analýzu a sestavit typologii respondentů podle postojů k domácím a zahraničním výrobkům a provést rozbor důvěry v certifikaci a v certifikační procesy.

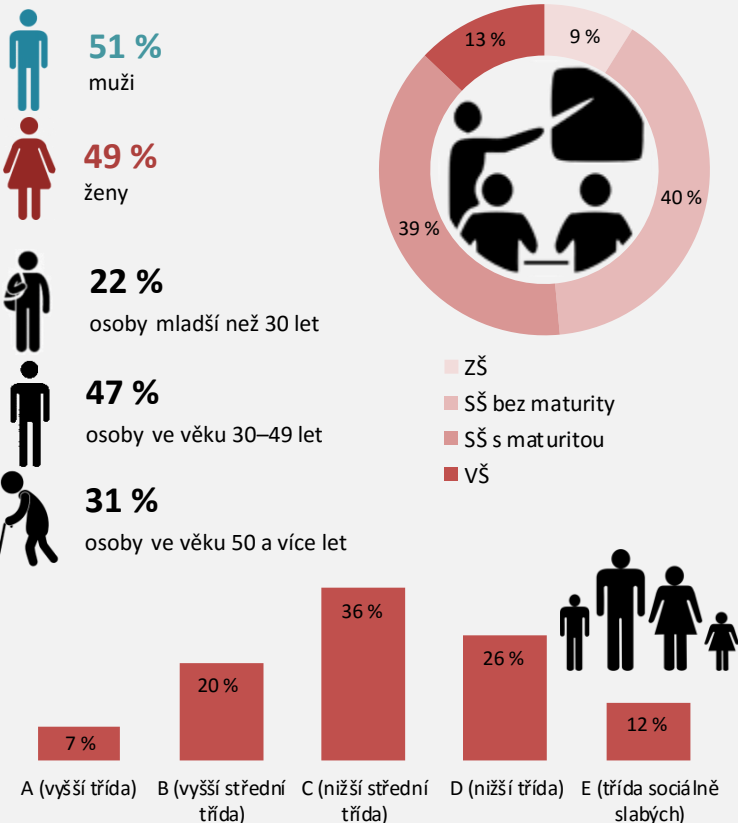
METODIKA VÝZKUMU

Sběr dat realizoval Institut evaluací a sociálních analýz (INESAN) na vzorku obecné populace ČR v průběhu dubna 2017.

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.

- 2 891** Počet oslovených
- 1 258** Počet respondentů (velikost vzorku)
- 44 %** návratnost (*podíl respondentů na počtu oslovených*)
- 45 min.** Průměrná doba jednoho interview

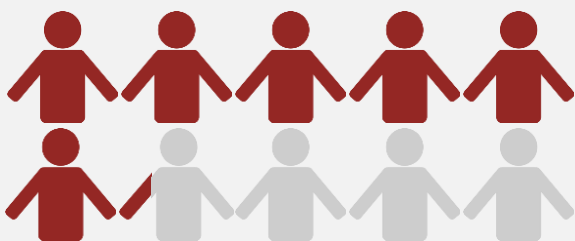
POPIS VZORKU



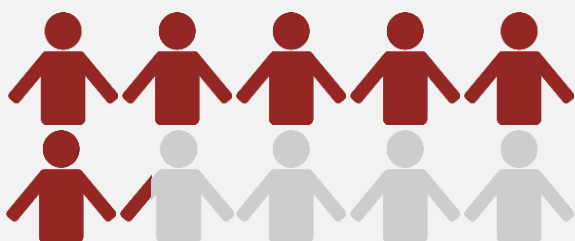
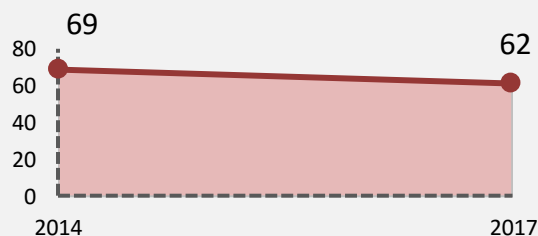
SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

Mezi roky 2014 a 2017 došlo k poklesu podílu osob, podle kterých je na trhu nedostatečné množství fairtradových výrobků. Co se nezměnilo, je podíl respondentů, podle kterých je náročné fairtradové výrobky vyhledávat. Většina stávajících i potenciálních zákazníků je v souvislosti s podporou prodeje fairtradových výrobků ochotna doporučit fairtradový výrobek svým známým. Ve srovnání s rokem 2014 však došlo k poklesu podílu těchto osob. Více než polovina z obou skupin respondentů je dále ochotna přivést do obchodu s fairtradovými výrobky nového zákazníka. Respondenti, kteří obecně neuvažují o nákupu fairtradových výrobků, by si tyto výrobky koupili alespoň na zkoušku zejména v případě, kdy by měli k dispozici více informací o fairtradových výrobcích a pokud by byly fairtradové výrobky v obchodech lépe viditelné.

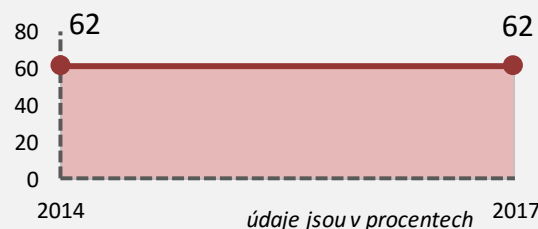
PERCEPCE SOUČASNÉHO FAIRTRADOVÉHO TRHU V ČR



62 % DOTAZOVANÝCH
JE PŘESVĚDČENO, ŽE JE
NA TRHU MÁLO
FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ



62 % DOTAZOVANÝCH
JE PŘESVĚDČENO, ŽE
VYHLEDÁVAT FAIRTRADOVÉ
VÝROBKY JE NÁROČNÉ



MOŽNOSTI PODPORY PRODEJE FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

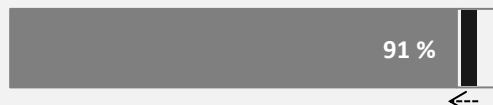
AKTIVITA RESPONDENTŮ V SOUVISLOSTI S FAIRTRADOVÝMI VÝROBKŮ

STÁVAJÍCÍ ZÁKAZNÍCI



OCHOTA PŘEČÍST SI LETÁK VYSVĚTLUJÍCÍ OKOLNOSTI PŮVODU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

2014=94 %



2014=92 %



OCHOTA DOPORUČIT FAIRTRADOVÝ VÝROBEK SVÝM ZNÁMÝM

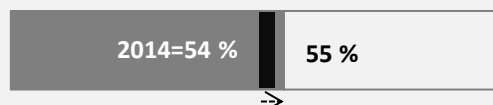
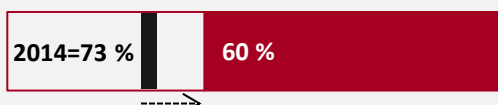
2014=93 %



2014=80 %

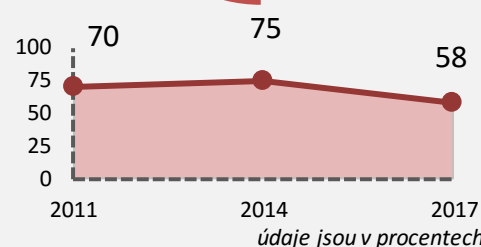
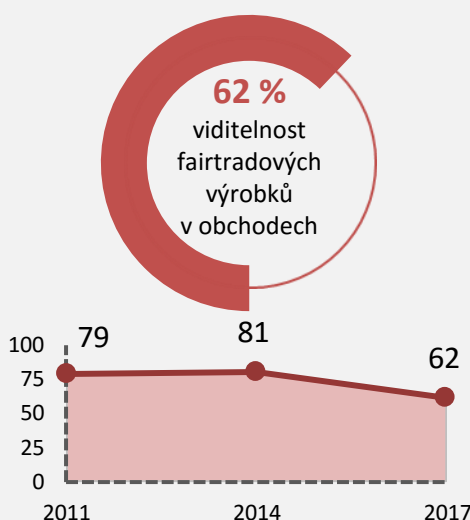
OCHOTA PŘIVÉST NOVÉHO ZÁKAZNÍKA

2014=73 %



Pozn.: údaje se vztahují k respondentům, kteří nakupují fairtradové výrobky (15 %) / plánují nákup fairtradových výrobků (15 %)

STIMULY PODPORUJÍCÍ ZÁJEM O NÁKUP FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ



Pozn.: Údaje se vztahují k respondentům, kteří neplánují nákup fairtradových výrobků, popř. neví (70 %); v případě informací o fairtradových výrobcích nejsou údaje z let 2011 a 2014 k dispozici.

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 vědního 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 vědního výzkumu.

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

