

HODNOCENÍ DOSTUPNOSTI 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.

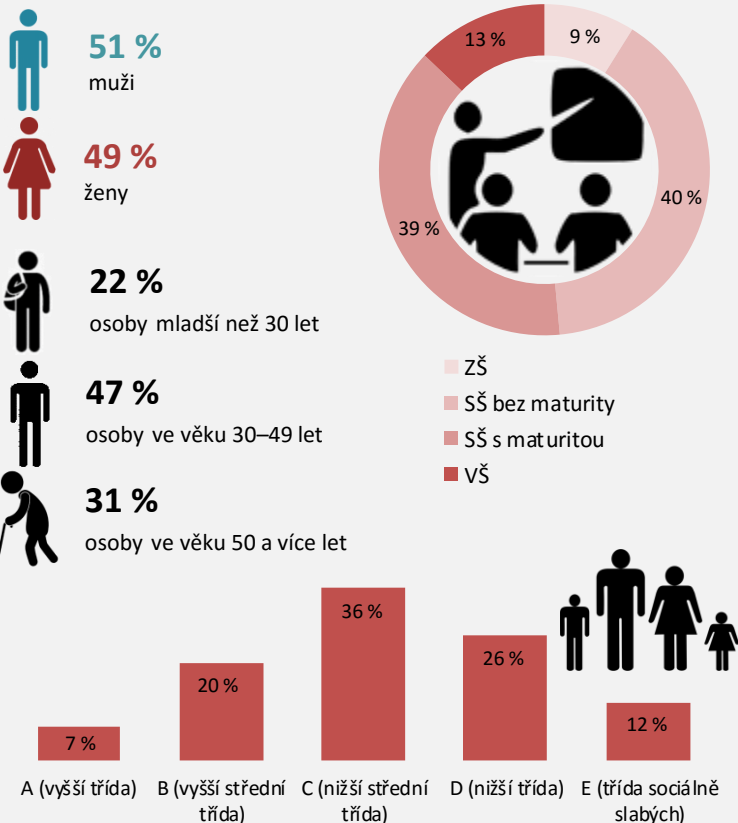
METODIKA VÝZKUMU

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

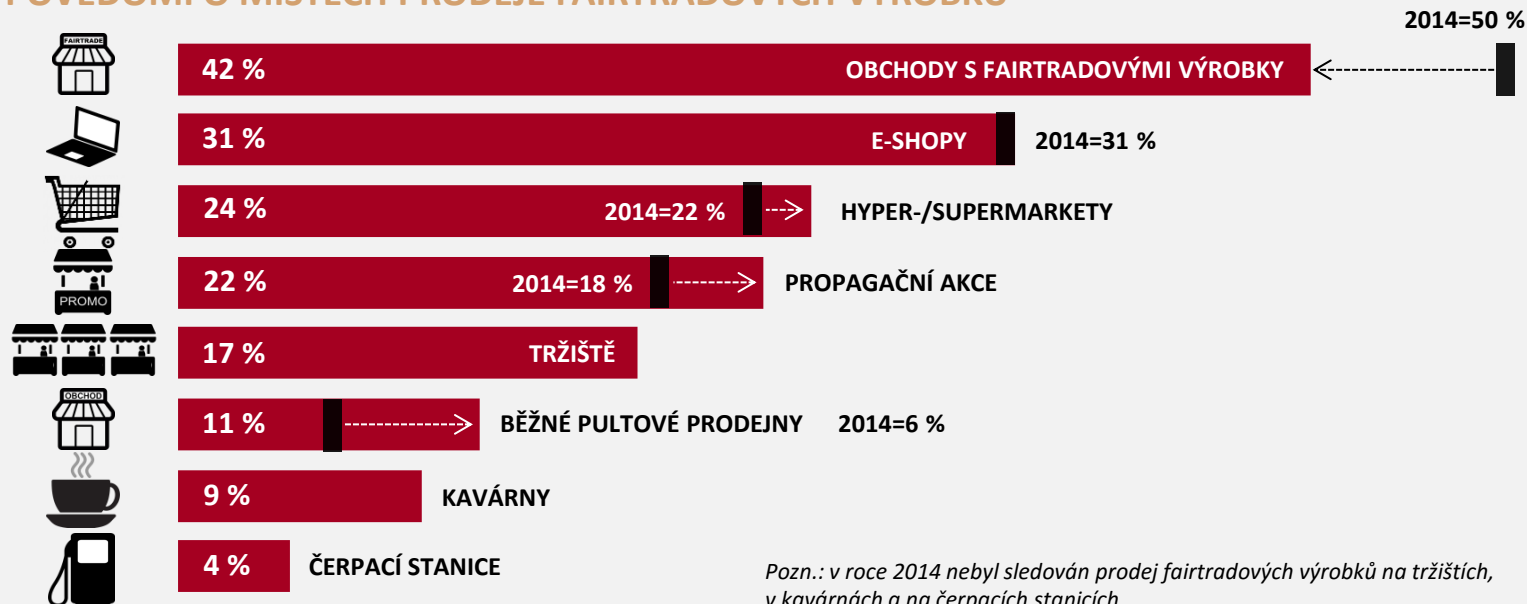
POPIS VZORKU



SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

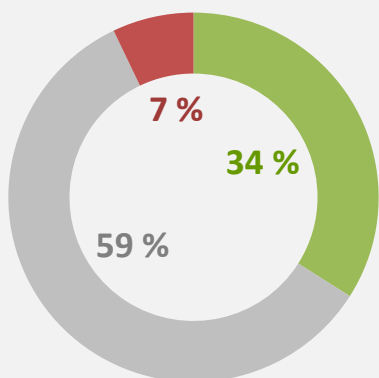
Fairtradové výrobky se podle dotázaných osob prodávají především ve specializovaných obchodech s fairtradovými výrobky a prostřednictvím e-shopů. Menší část respondentů se domnívá, že se tyto výrobky prodávají v hyper-/supermarketech, na propagačních akcích a na trzích. Jen minimum dotázaných považuje za místa prodeje fairtradových výrobků běžné pultové prodejny, kavárny či benzínové stanice. Podle respondentů došlo v posledních třech letech ke zlepšení dostupnosti fairtradových výrobků, poněvadž podle třetina dotázaných se zvýšil počet fairtradových výrobků prodávaných v ČR a stejný podíl osob (tj. třetina) uvedl, že se zvýšil počet míst prodeje těchto výrobků. V této souvislosti dále platí, že podle téměř tří z deseti respondentů došlo v posledních třech letech k nárůstu jak počtu prodávaných fairtradových výrobků, tak zároveň počtu míst prodeje těchto výrobků.

POVĚDOMÍ O MÍSTECH PRODEJE FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ



HODNOCENÍ DOSTUPNOSTI FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

PERCEPCE ZMĚNY MNOŽSTVÍ FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ PRODÁVANÝCH V ČR V POSLEDNÍCH TŘECH LETECH



- fairtradových výrobků přibýlo
- fairtradových výrobků je stále stejně
- fairtradových výrobků ubylo

podle znalosti fairtradových výrobků

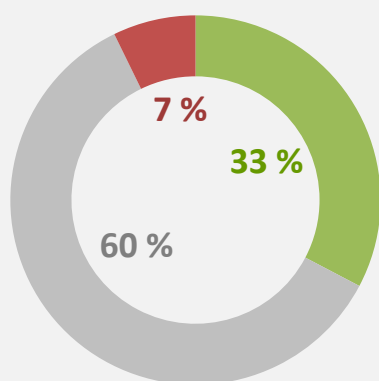
už o fairtradových výrobcích slyšel/a	45	50	5
o fairtradových výrobcích neslyšel/a	21	69	9

podle nákupu fairtradových výrobků

kupuje pravidelně	63	29	9
kupuje nepravidelně	54	40	6
nekupuje, ale o nákupu uvažuje	29	68	3
nekupuje a ani nákup neplánuje	24	67	9

údaje jsou v procentech

PERCEPCE ZMĚNY POČTU PRODEJNÍCH MÍST V ČR, KDE LZE KOUPIIT FAIRTRADOVÉ VÝROBKŮ



- počet prodejních míst se zvýšil
- prodejních míst je stále stejně
- počet prodejních míst se snížil

podle znalosti fairtradových výrobků

už o fairtradových výrobcích slyšel/a	42	52	6
o fairtradových výrobcích neslyšel/a	22	69	9

podle nákupu fairtradových výrobků

kupuje pravidelně	66	29	6
kupuje nepravidelně	50	43	7
nekupuje, ale o nákupu uvažuje	27	71	3
nekupuje a ani nákup neplánuje	25	66	9

údaje jsou v procentech

VNÍMANÁ DOSTUPNOST FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

		Percepce změny počtu prodejních míst v ČR, kde lze koupit fairtradové výrobky		
		počet prodejních míst se zvýšil	prodejních míst je stále stejně	počet prodejních míst se snížil
Percepce změny množství fairtradových výrobků prodávaných v ČR v posledních třech letech	fairtradových výrobků přibýlo	29 %	5 %	1 %
	fairtradových výrobků je stále stejně	3 %	55 %	1 %
	fairtradových výrobků ubylo	0 %	1 %	6 %

Pozn.: celkem 90 % respondentů vnímá změnu počtu prodávaných fairtradových výrobků ve shodě se změnou počtu prodejních míst s těmito výrobky

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 společenskovedního 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 společenskovedního výzkumu.

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

