

POTŘEBA ODLIŠIT SE VE SVĚTLE NÁKUPNÍHO ROZHODOVÁNÍ (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.

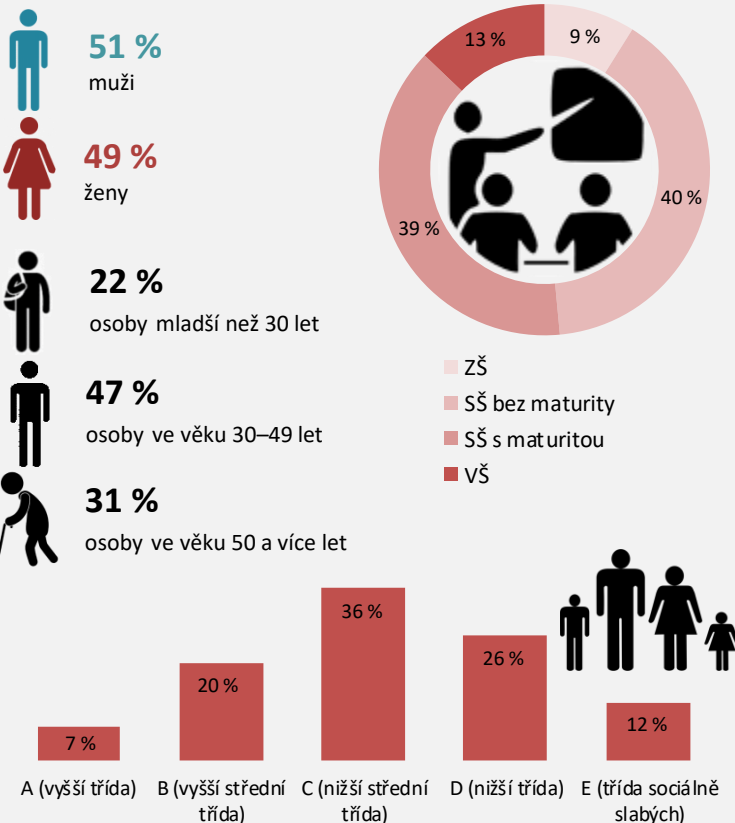
METODIKA VÝZKUMU

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

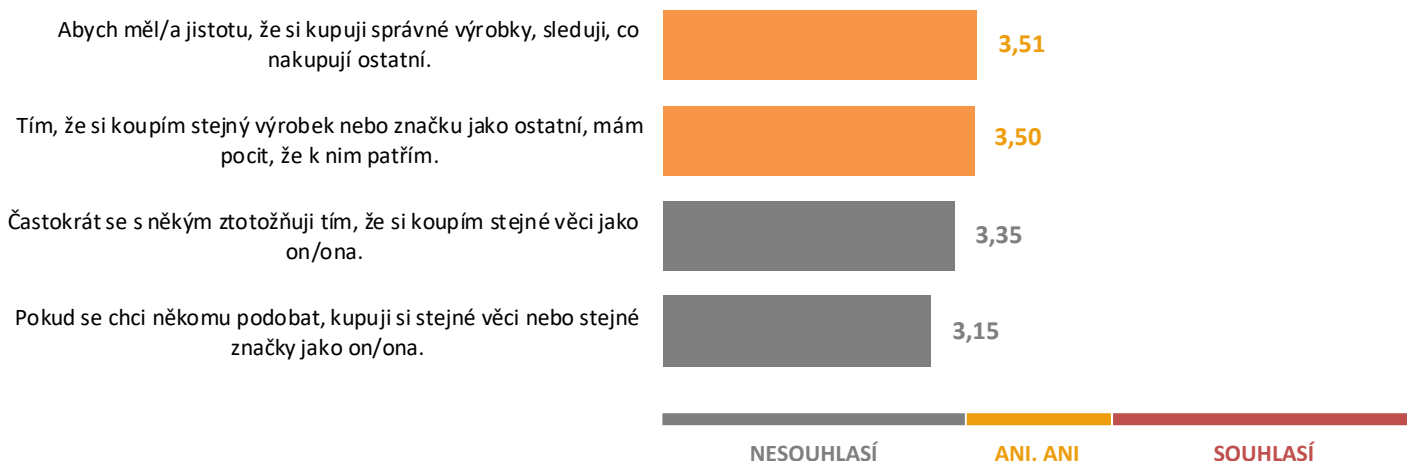
POPIS VZORKU



SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

Respondenti mají podle výsledků výzkumu tendenci se ve svém nákupním chování spíše odlišovat od ostatních. Většina dotázaných si totiž nekupuje stejné věci nebo stejné značky jako ostatní za účelem podoby nebo ztotožnění s nimi a velká část respondentů také nesouhlasí s tvrzením, že si kupují stejný výrobek nebo značku jako ostatní pro pocit sebezařazení do určité skupiny osob. Fakt, že se respondenti svým nákupním rozhodováním snaží spíše odlišovat od ostatních, vyplývá z indexu odlišení se ve světle nákupního rozhodování, který se pohybuje na škále nula (nákupní rozhodování rozhodně vede k odlišování se od ostatních) až deset (nákupní rozhodování rozhodně vede ke ztotožnění se s ostatními) a jehož hodnota ve zkoumaném souboru dosahuje čtyř. Snaha respondentů o ztotožnění se s ostatními skrz jejich nákupní chování je vyšší u nižších věkových skupin. Z regionálního hlediska se index v ostatních krajích – s výjimkou Olomouckého kraje, kde tento index dosahuje hodnoty 5,2 (mírně zde tedy převažuje snaha o ztotožnění se s ostatními na základě nákupního rozhodování) – pohybuje v rozmezí 3,3 až 4,4.

POTŘEBA ODLIŠIT SE VE SOUVISLOSTI S NÁKUPNÍM ROZHODOVÁNÍM



Pozn.: údaje vyjadřují průměrné hodnocení na škále 1 (rozhodně nesouhlasí) až 7 (rozhodně souhlasí)

INDEX ODLIŠENÍ SE VE SVĚTLE NÁKUPNÍHO ROZHODOVÁNÍ

všichni respondenti

4,0

(PODLE VĚKU RESPONDENTŮ)

méně než 30 let

4,4

30–49 let

4,0

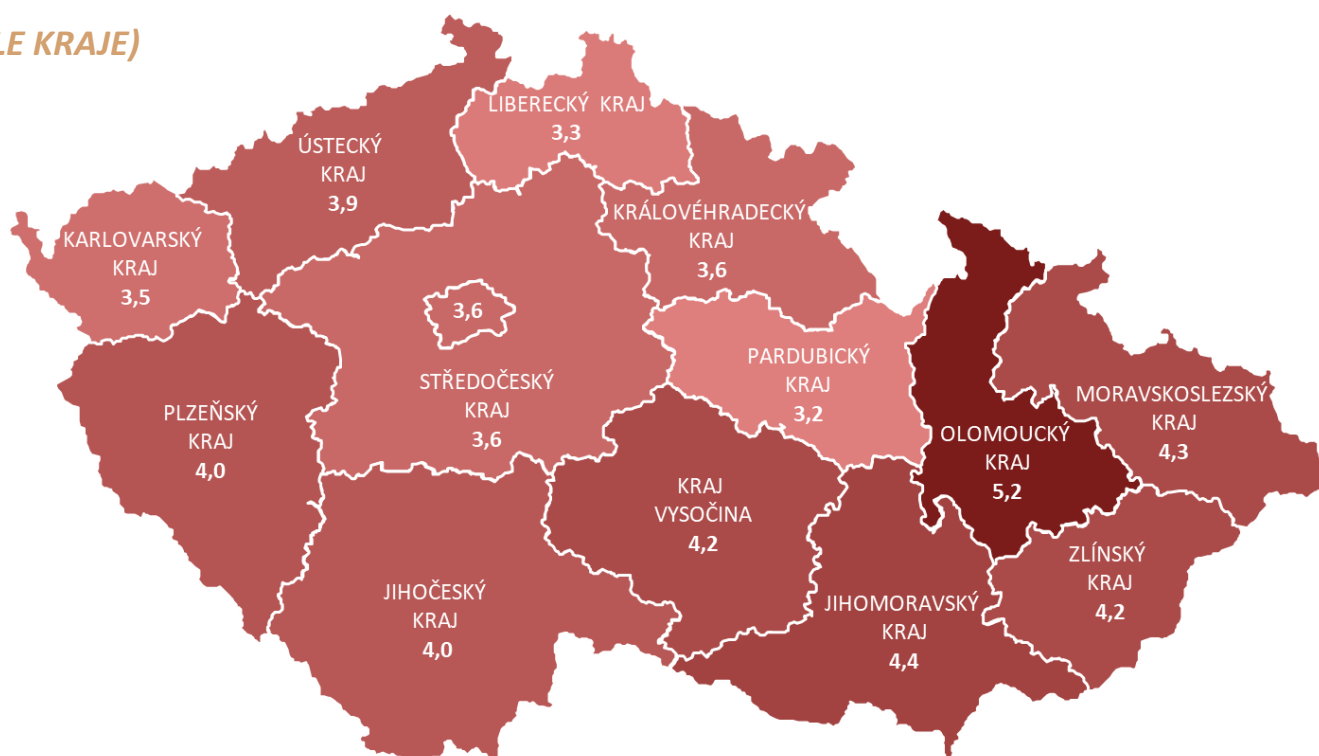
50 a více let

3,7

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pozn.: Hodnota 0 znamená, že nákupní rozhodování rozhodně vede k odlišování se od ostatních; hodnota 10 znamená, že nákupní rozhodování rozhodně vede ke ztotožnění se s ostatními.

(PODLE KRAJE)



Pozn.: Hodnota 0 znamená, že nákupní rozhodování rozhodně vede k odlišování se od ostatních; hodnota 10 znamená, že nákupní rozhodování rozhodně vede ke ztotožnění se s ostatními; tmavší odstín vyjadřuje vyšší hodnotu indexu.

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.

