

# TOUHA PO UNIKÁTNÍCH VÝROBCÍCH

(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.

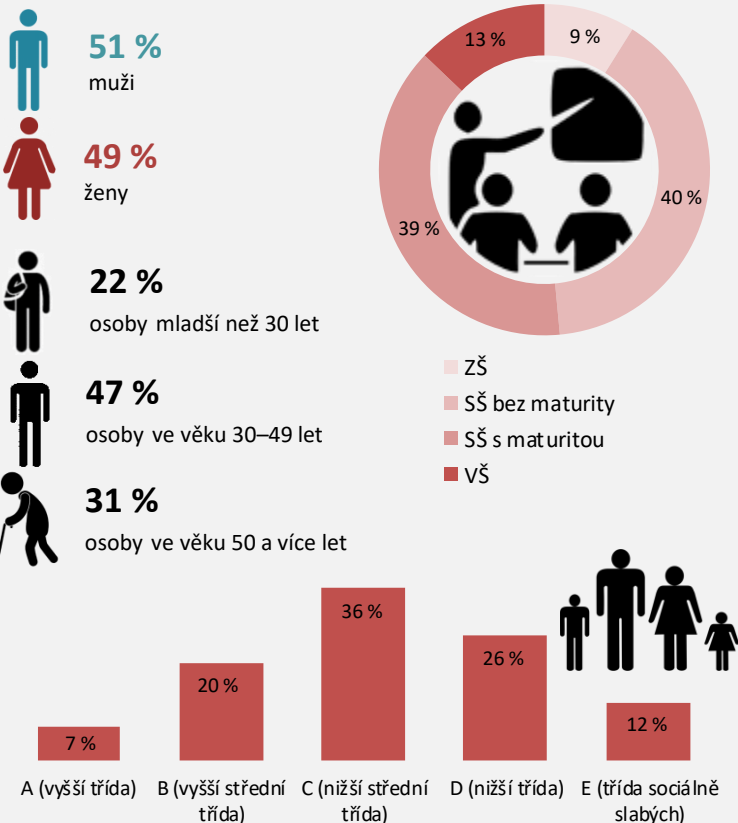
## METODIKA VÝZKUMU

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

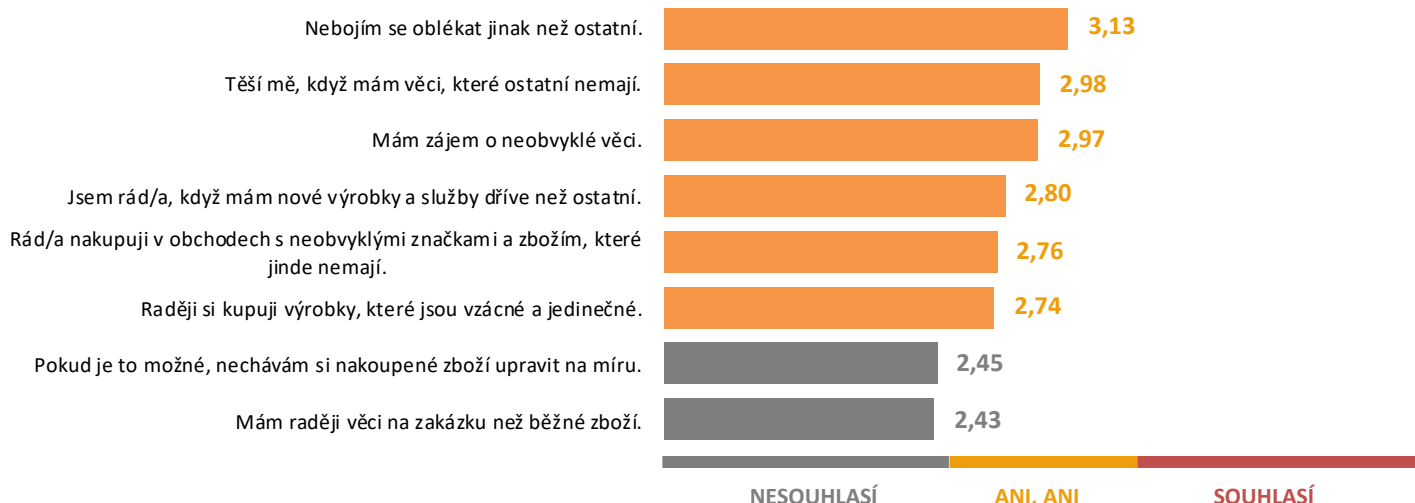
## POPIS VZORKU



## SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

Výsledky výzkumu ukazují, že česká populace není při nákupu jednoznačně vymezena směrem k unikátnosti, ani směrem k uniformitě. Neexistuje totiž rozdíl v podílech respondentů, kteří se bojí/nebojí oblékat jinak než ostatní, mají/nemají zájem o neobvyklé věci a které těší/netěší, když mají věci, které ostatní nemají. Dále bylo zjištěno, že respondenti nakupují v obchodech s neobvyklými značkami a zbožím, které jinde nemají, spíše neradi a výrobky, které jsou vzácné a jedinečné spíše nekupují. V těchto případech však stále existuje vysoký podíl dotázaných s celkově ambivalentním postojem. Jak vyplývá z indexu touhy po unikátních výrobcích, který se pohybuje na škále nula (rozhodně netouží po unikátních výrobcích) až deset (rozhodně touží po unikátních výrobcích) a jehož hodnota ve zkoumaném souboru dosahuje 4,5, respondenti celkově po unikátních výrobcích spíše netouží. Míra touhy po těchto výrobcích se zvyšuje s jejich snižujícím se věkem. Z regionálního hlediska se index v jednotlivých krajích pohybuje v rozmezí 3,3 až 5,1.

## TOUHA PO UNIKÁTNÍCH VÝROBCÍCH

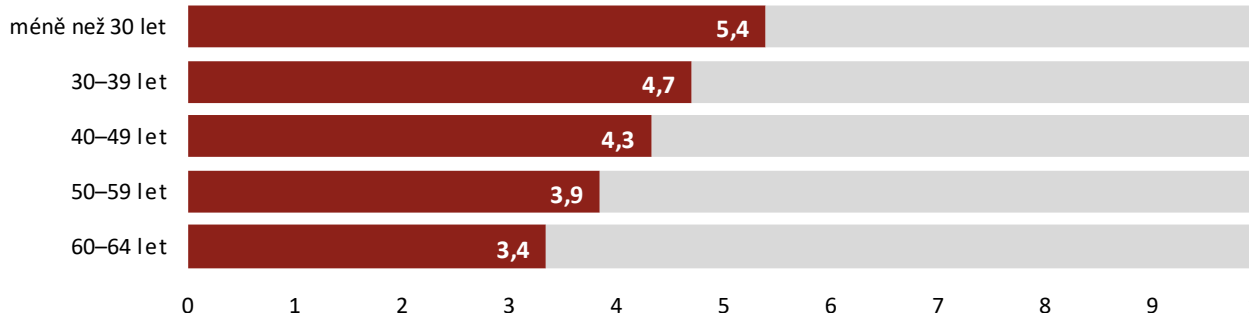


Pozn.: údaje vyjadřují průměrné hodnocení na škále 1 (rozhodně nesouhlasí) až 5 (rozhodně souhlasí)

## INDEX TOUHY PO UNIKÁTNÍCH VÝROBCÍCH

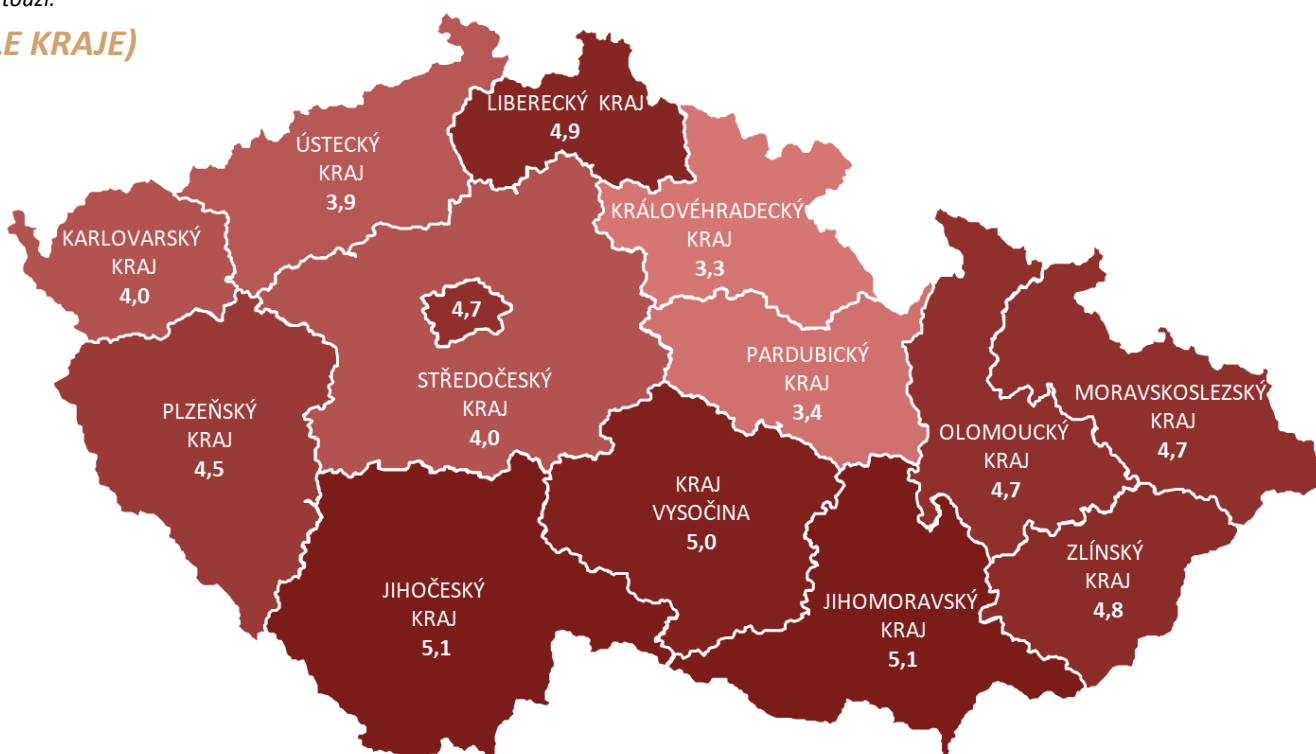
všichni respondenti **4,5**

### (PODLE VĚKU RESPONDENTŮ)



Pozn.: Hodnota 0 znamená, že respondenti rozhodně netouží po unikátních výrobcích; hodnota 10 znamená, že respondenti po unikátních výrobcích naopak rozhodně touží.

### (PODLE KRAJE)



Pozn.: Hodnota 0 znamená, že respondenti rozhodně netouží po unikátních výrobcích; hodnota 10 znamená, že respondenti po unikátních výrobcích naopak rozhodně touží; 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 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.

