

PODMÍNKY PRO UPLATNĚNÍ FAIR TRADE V ČR

(DÍLČÍ VÝSLEDKY ŘEŠENÍ PROJEKTU CZ.2.01.2011.221.001 „PŘÍSTUP OBYVATEL ČR K FAIR TRADE“, 2012)

O INSTITUTU

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 1.3, písm. ee. Rámce Společenství pro státní podporu výzkumu, vývoje a inovací). Institut 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 jednotlivých 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 INESAN.

INESAN

INSTITUT EVALUACÍ
A SOCIÁLNÍCH ANALÝZHeřmanova 1169/22
170 00 Praha 7

Tel.: +420 220 190 597

E-mail: info@inesan.eu

Web: www.inesan.eu

O PROJEKTU

Cílem projektu č. CZ.2.01.2011.221.001 „PŘÍSTUP OBYVATEL ČR K FAIR TRADE“ je hodnocení vlivu vybraných společenských podmínek na rozvoj fair trade v České republice a stanovení hlavních faktorů ovlivňujících zájem veřejnosti o fairtradové výrobky.

Mezi dílčí cíle projektu patří zjištění míry povědomí a rozsahu znalostí veřejnosti o fair trade; vytvoření segmentace obyvatel založené na zájmu o fair trade a na postojích k fairtradovým výrobkům; vysvětlení, jak vybrané faktory ovlivňují pravděpodobnost nákupu fairtradových výrobků; provedení rozboru souvislostí mezi povědomím o fairtradových výrobcích a nákupním chováním a charakterizace jednotlivých forem nákupního chování ve vztahu k fairtradovým výrobkům.

Cílem tohoto dílčího výstupu je informovat o podmínkách pro uplatnění fair trade v České Republice.

SOUHRN VÝSLEDKŮ

Přibližně čtvrtina respondentů má zájem (ať už silný a stálý nebo podmíněný vlastním užitekem) o nákup fairtradových výrobků. Na druhé straně o nákup fairtradových výrobků nejvíce žádný zájem 3/5 respondentů.

O původ nakupovaných výrobků se zajímá přibližně polovina respondentů.

Při výběru výrobků se o způsob jejich výroby zajímá přibližně čtvrtina respondentů.

Přibližně třetina respondentů by akceptovala vyšší cenu u výrobku, která by odrážela splnění principů fair trade (vyšší investice do pracovních podmínek lidí ve výrobním procesu a příspěvek na vyšší mzdu lidí, kteří na výrobku pracovali).

METODIKA VÝZKUMU

Údaje obsažené v tomto přehledu pocházejí z výzkumného šetření realizovaného nezávislým Institutem evaluací a sociálních analýz (INESAN) v rámci projektu č. CZ.2.01.2011.221.001.

Sběr dat byl realizován v České republice na přelomu roku 2011 a 2012. K výběru respondentů bylo použito kvótní techniky. Do zkoumaného vzorku byli zařazováni zástupci obecné dospělé populace ČR ve věku od 18 do 64 let. Při koncipování výběru byly použity aktuální údaje Českého statistického úřadu.

V rámci provedeného výzkumného šetření bylo provedeno a analyzováno celkem 1.188 interview.

SOCIODEMOGRAFICKÝ PROFIL

Pohlaví:

50 % souboru tvoří ženy, 50 % tvoří muži

Věk:

24 % respondentů je mladších než 30 let, 45 % respondentů je ve věku 30 – 49 let a 31 % respondentů má 50 a více let

Nejvyšší dosažené vzdělání:

9 % respondentů má základní vzdělání, 34 % má střední vzdělání bez maturity, 44 % respondentů má střední vzdělání s maturitou a 14 % respondentů má vysokoškolské vzdělání

Struktura podle regionu:

12 % respondentů je z Prahy, 49 % respondentů je z Čech a 39 % respondentů je z Moravy

Čistý měsíční příjem domácnosti:

17 % domácností má příjem nižší než 18 000 Kč, 55 % domácností má příjem v intervalu 18 000 – 34 999 Kč a 28 % domácností má měsíční příjem vyšší než 35 000 Kč

PODMÍNKY PRO UPLATNĚNÍ FAIR TRADE V ČR

DÍLČÍ VÝSLEDKY ŠETŘENÍ

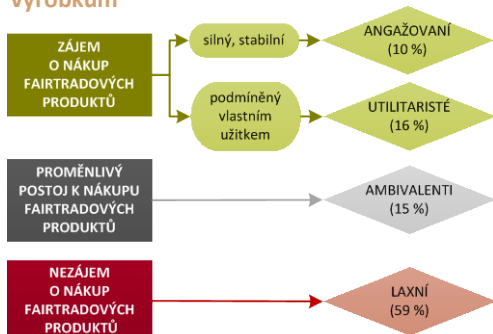


Na základě hodnocení postojových otázek popisujících přístup respondentů k fairtradovým výrobkům lze definovat čtyři segmenty respondentů: **angažovaní**, **utilitaristé**, **ambivalentní** a **laxní**.

Angažovaní jsou osoby, které nakupují fairtradové výrobky stabilně a mají o tyto výrobky silný zájem. Těchto respondentů je celkem 10 %. **Utilitaristé** jsou respondenti, kteří mají o fairtradové výrobky také zájem, ale tento zájem je podmíněný vlastním užitek. Podíl těchto osob činí 16 %.

Ambivalentní jsou respondenti, jejichž postoj k nákupu fairtradových výrobků je proměnlivý. Tento segment tvoří 15 % respondentů. **Laxní** jsou respondenti, kteří o nákup fairtradových výrobků nejeví žádný zájem. Těchto respondentů je celkem 59 %.

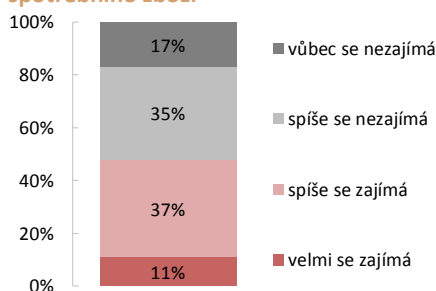
Schéma č. 1: Segmentace respondentů na základě jejich postoje k fairtradovým výrobkům



Ze zkoumaného vzorku respondentů se jim téměř polovina zajímá o původ výrobků, které nakupují, přičemž přibližně každý desátý respondent vyjádřil velmi vysoký zájem o původ výrobků, které si vkládá do nákupního košíku. Významná diference týkající se míry zájmu o původ nakupovaných výrobků byla identifikována mezi jednotlivými výše uvedenými segmenty založenými na postoji k nákupu fairtradových výrobků. Respondenti ze segmentu angažovaných se zajímají o původ výrobků v 85 % případů, zatímco respondenti ze segmentu laxních se zajímají o původ výrobků jen ve 36 %.

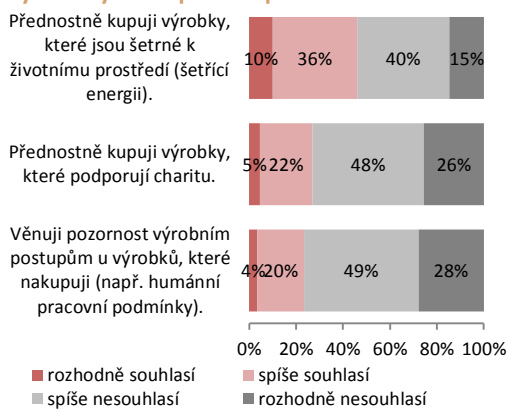
Obecně se o původ nakupovaných výrobků v nadprůměrné míře zajímají především ženy, respondenti z vyšších sociálních tříd a respondenti z Prahy.

Graf č. 1: Míra zájmu o původ nakupovaného spotřebního zboží



Kromě zájmu o původ výrobků byly zjišťovány i další aspekty výběru výrobků, které mohou pomoci identifikovat podmínky pro uplatnění fairtradových výrobků v České Republice. Z odpovědí respondentů vyplývá, že 46 % z nich dává přednost výrobkům, které jsou šetrné k životnímu prostředí, přibližně čtvrtina respondentů upřednostňuje výrobky, které podporují charitu, a přibližně stejný podíl respondentů věnuje pozornost výrobním postupům u nakupovaných výrobků (např. humánní pracovní podmínky, tedy aspekt přímo související s fair trade).

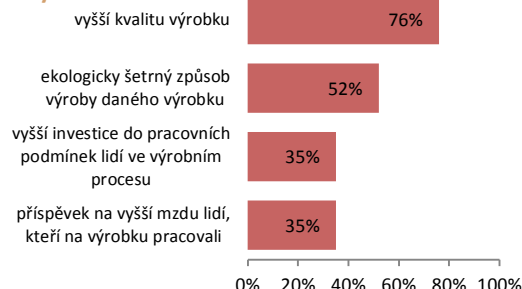
Graf č. 2: Souhlas s výroky, které se týkají výběru výrobků při nákupu



S výběrem výrobků souvisí také akceptace vyšší ceny výrobků, která je založena na vybraných aspektech spojených s jejich výrobou.

Z hlediska principů fair trade by shodně přibližně třetina respondentů akceptovala vyšší cenu výrobku, která by souvisela s vyššími investicemi do pracovních podmínek lidí ve výrobním procesu a s příspěvkem na vyšší mzdu lidí, kteří na výrobku pracovali.

Graf č. 3: Ochota zaplatit vyšší cenu za výrobek, pokud by jeho vyšší cena odrážela následující aspekty spojené s jeho výrobou



Z odpovědí respondentů vyplývá, že **tři čtvrtiny z nich** by akceptovaly vyšší cenu, pokud by odrážela **vyšší kvalitu výrobku** a **polovina respondentů** by akceptovala vyšší cenu, pokud by odrážela **ekologicky šetrný způsob výroby**.

S uplatněním fairtradových výrobků souvisí také přesvědčení respondentů o možnostech ovlivnění vybraných oblastí svým nákupem. O tom, že nákupem výrobků ovlivňují pracovní podmínky lidí ve výrobním procesu a obchodní vztahy se třetím světem, jsou přesvědčeni přibližně 2/5 respondentů.

Graf č. 4: Hodnocení míry dopadu nakupovaných výrobků na oblasti související s fair trade

