

NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ A FAIR TRADE

(DÍLČÍ ZJIŠTĚNÍ Z ŘEŠENÍ PROJEKTU CZ.2.01.2014.221.011
„PODMÍNKY PRO ROZVOJ FAIR TRADE V ČESKÉ REPUBLICĚ“)

O PROJEKTU

Hlavním cílem projektu CZ.2.01.2014.221.011 „**PODMÍNKY PRO ROZVOJ FAIR TRADE V ČESKÉ REPUBLICĚ**“ je vyhodnocení vlivu vybraných společenských podmínek na rozvoj fair trade v České republice.

Mezi dílčí cíle projektu patří vytvořit segmentaci obyvatel založenou na zájmu o fair trade a na postojích k fairtradovým výrobkům; vysvětlit, jak vybrané faktory ovlivňují pravděpodobnost nákupu fairtradových výrobků; provést rozbor souvislostí mezi povědomím o fairtradových výrobcích a nákupním chováním; identifikovat a popsat vliv ceny na nákupní chování a modelovat cenovou citlivost vybraných skupin obyvatel vůči fairtradovým výrobkům.

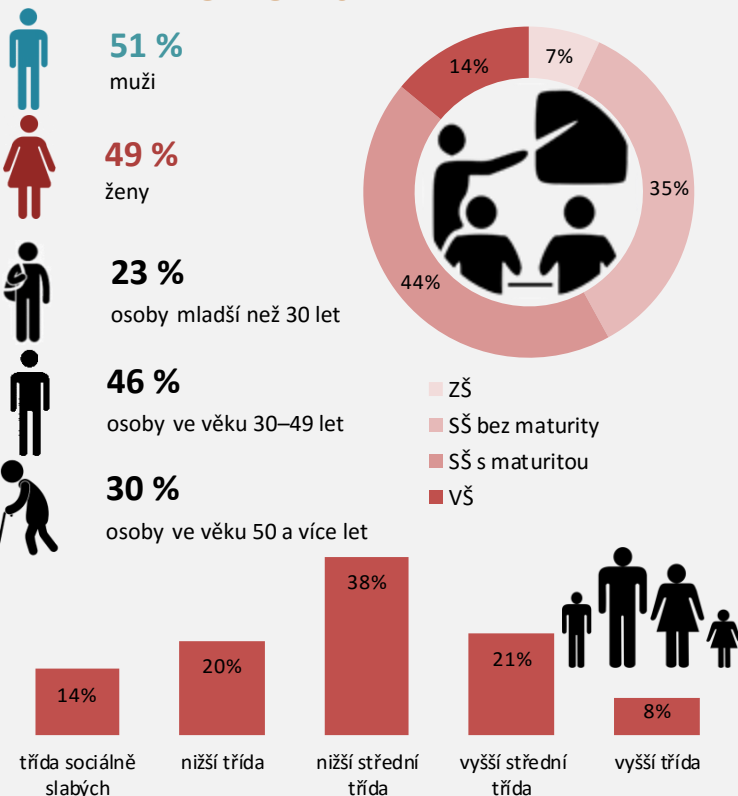
METODIKA VÝZKUMU

Sběr dat byl realizován nezávislým Institutem evaluací a sociálních analýz (INESAN) v obecné populaci ČR v průběhu února 2014.

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.

- 1 942** Počet oslovených
- 1 327** Počet respondentů (velikost vzorku)
- 69 %** návratnost (*podíl respondentů na počtu oslovených*)
- 24 min.** Průměrná doba jednoho interview

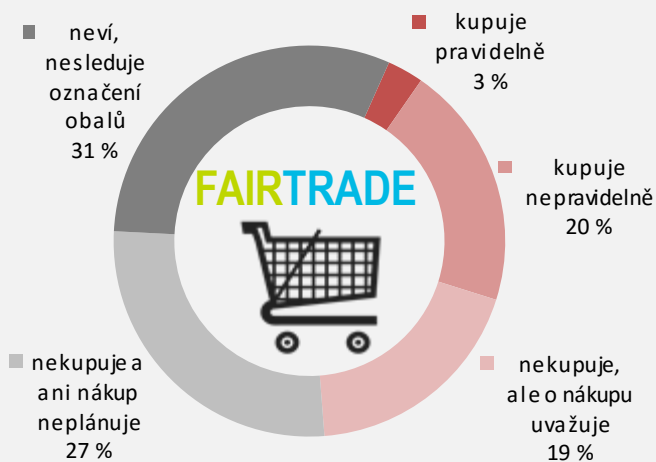
IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE



SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

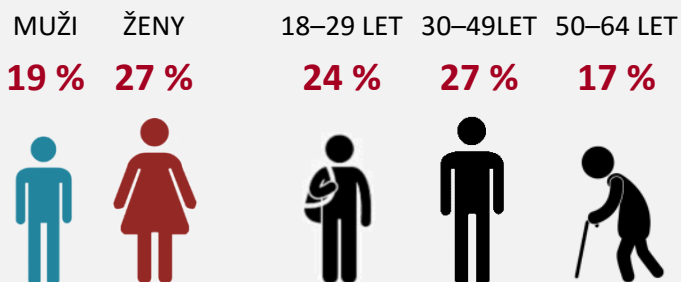
Celkem 23 % respondentů nakupuje fairtradové výrobky alespoň občas a další 3 % dotazovaných je nakupuje pravidelně. Mezi zákazníky fairtradových výrobků jsou ve větší míře ženy, respondenti středního věku, lidé s vysokoškolským vzděláním, příslušníci vyšší sociální třídy a ti, kteří utratí za potraviny více než 7 000 Kč měsíčně. Zákazníci fairtradových výrobků uvádějí, že nejčastěji kupují kávu, čaj, a dále čokoládu a kakao. Většina z nich tyto výrobky kupuje méně často než jedenkrát za měsíc a utratí za ně do 200 Kč měsíčně.

NÁKUP FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

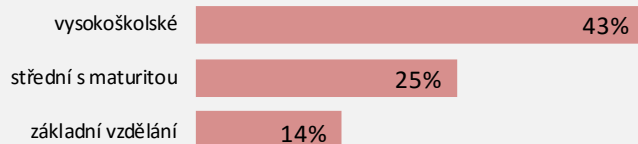


23 % RESPONDENTŮ

KUPUJE ALESPŮJ OBČAS FAIRTRADOVÉ VÝROBKY



FAIRTRADOVÉ VÝROBKY ALESPŮJ OBČAS NAKUPUJÍ VE VĚTŠÍ MÍŘE ŽENY A LIDÉ STŘEDNÍHO VĚKU. VE VĚTŠÍ MÍŘE TYTO VÝROBKY DÁLE NAKUPUJÍ RESPONDENTI S VYŠŠÍM VZDĚLÁNÍM.



FAIRTRADOVÉ VÝROBKY VE VĚTŠÍ MÍŘE DÁLE KUPUJÍ LIDÉ S VYŠŠÍMI PŘÍJMY, LIDÉ Z VYŠŠÍ SOCIÁLNÍ TŘÍDY A TI, KTERÍ MĚSÍČNĚ UTRATÍ ZA POTRAVINY VÍCE NEŽ 7 000 Kč.

NAKUPOVANÉ PRODUKTY

Z DOTÁZANÝCH, KTEŘÍ NAKUPUJÍ FAIRTRADOVÉ VÝROBKY, KOUPILO MINIMÁLNĚ JEDNOU:



72 % RESPONDENTŮ
FAIRTRADOVOU KÁVU



68 % RESPONDENTŮ
FAIRTRADOVOU ČOKOLÁDU



71 % RESPONDENTŮ
FAIRTRADOVÝ ČAJ



52 % RESPONDENTŮ
FAIRTRADOVÉ KAKAO

VYBRANÉ PARAMETRY NÁKUPU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

FREKVENCE NÁKUPU



18 % RESPONDENTŮ
■ ČASTĚJI NEŽ 2KRÁT ZA MĚSÍC



37 % RESPONDENTŮ
■ 1–2KRÁT ZA MĚSÍC



45 % RESPONDENTŮ
■ MĚNĚ NEŽ 1KRÁT ZA MĚSÍC

PRŮMĚRNÁ FREKVENCE = **1,7KRÁT** ZA MĚSÍC
MEDIÁN = 1,0KRÁT ZA MĚSÍC

U FREKVENCE NÁKUPU NEBYLY ZJIŠTĚNY VÝZNAMNÉ ROZDÍLY NA ZÁKLADĚ POHLAVÍ, VĚKU, DOSAŽENÉHO VZDĚLÁNÍ A SOCIOEKONOMICKÉHO STATUSU.

MĚSÍČNÍ ÚTRATA



25 % RESPONDENTŮ
■ 500 KČ A VÍCE



32 % RESPONDENTŮ
■ 200 KČ AŽ 499 KČ



44 % RESPONDENTŮ
■ MĚNĚ NEŽ 200 KČ

PRŮMĚRNÁ MĚSÍČNÍ ÚTRATA = **291 KČ**
MEDIÁN = 200 KČ

VÍCE NEŽ 500 KČ MĚSÍČNĚ ZA FAIRTRADOVÉ VÝROBKY UTRATÍ PŘEDEVŠÍM ZÁKAZNÍCI, JEJICHŽ MĚSÍČNÍ VÝDAJE ZA POTRAVINY PŘESAHUJÍ 7 000 KČ.

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.

