

VÝZNAM OBALU PŘI NÁKUPU 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.

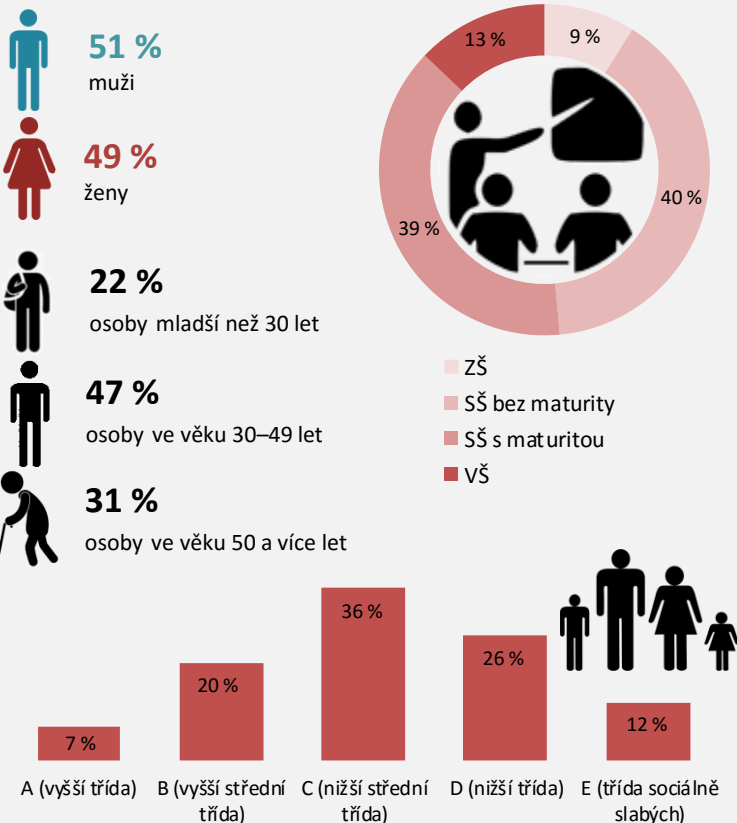
METODIKA VÝZKUMU

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

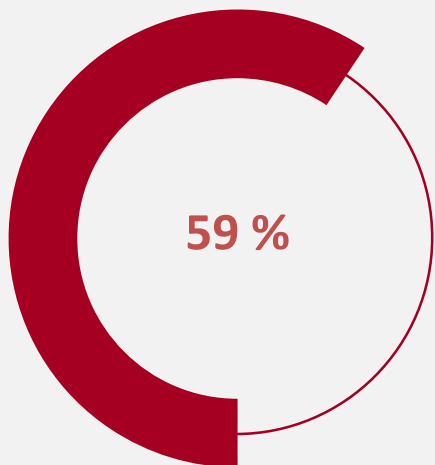
POPIS VZORKU



SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

Obal fairtradových výrobků lze považovat za významný motivační faktor nákupu těchto výrobků. Platí totiž, že hezký obal motivuje (velmi nebo alespoň částečně) tři pětiny fairtradových zákazníků k nákupu těchto výrobků. Současně platí, že významná část zákazníků (40 %) vyhledává fairtradové výrobky na základě jejich odlišných obalů. Fairtradové výrobky takto vyhledávají častěji ti zákazníci, kteří tyto výrobky nakupují pravidelně, kteří nakupují větší počet druhů fairtradových výrobků (typicky tři nebo více) a v neposlední řadě osoby, které kupují fairtradové výrobky častěji než 1krát za měsíc. Na druhé straně odlišný obal fairtradových výrobků představuje zároveň bariéru nákupu těchto výrobků, poněvadž více než třetina z osob odmítajících nákup fairtradových výrobků tak činí proto, že jejich obaly považuje za divné.

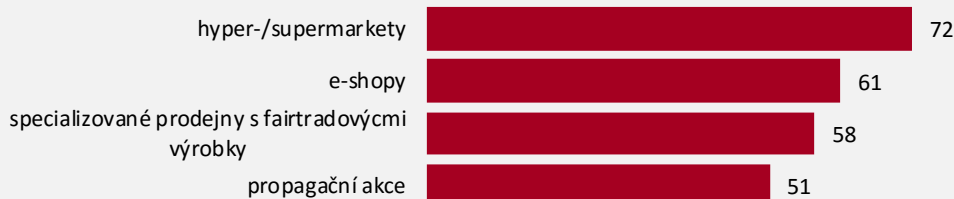
PODÍL RESPONDENTŮ, KTERÉ HEZKÝ OBAL MOTIVUJE K NÁKUPU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ



hodnocení odlišitelnosti fairtradových výrobků od běžných výrobků



místa nákupu fairtradových výrobků



preferenze unikátních výrobků



Pozn.: údaje se vztahují k respondentům, kteří nakupují fairtradové výrobky (15 %)

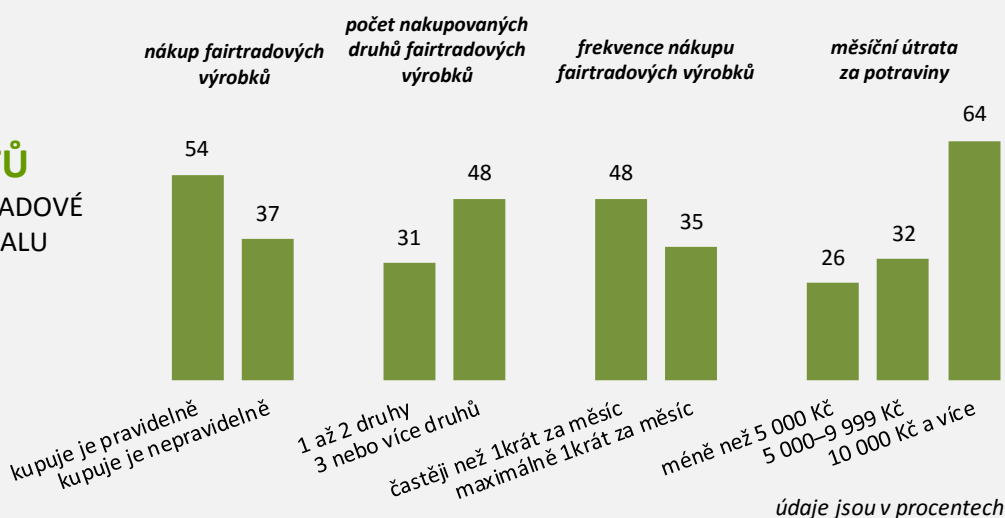
údaje jsou v procentech

VÝZNAM OBALU PŘI NÁKUPU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

PODÍL RESPONDENTŮ, KTEŘÍ ROZEZNÁVÁJÍ FAIRTRADOVÉ VÝROBKÝ PODLE OBALU

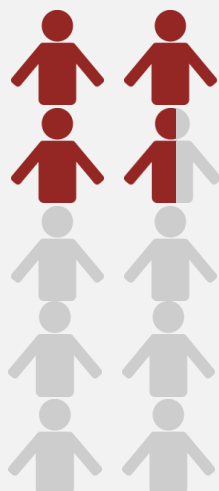


40 %
RESPONDENTŮ
ROZEZNÁVÁ FAIRTRADOVÉ
VÝROBKÝ PODLE OBALU

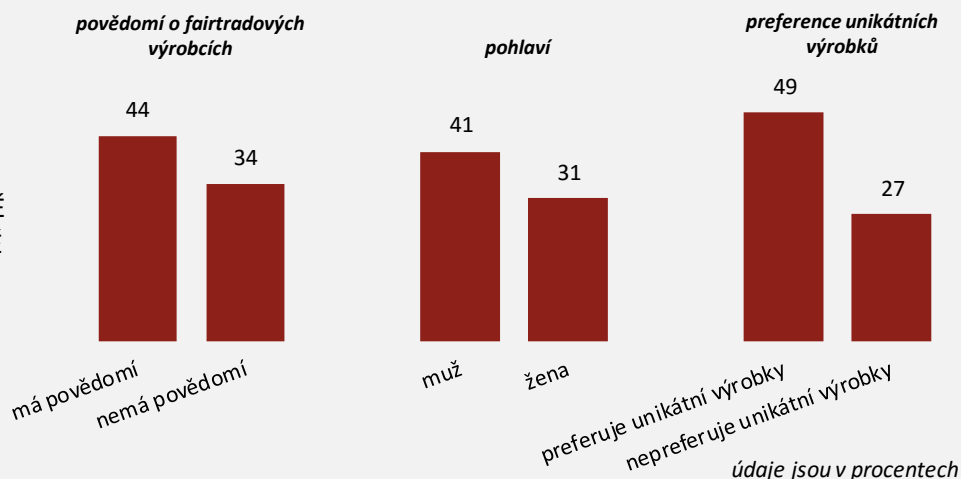


Pozn.: údaje se vztahují k respondentům, kteří nakupují fairtradové výrobky (15 %)

PODÍL RESPONDENTŮ, PRO KTERÉ JE PODOBA OBALU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ BARIÉROU NÁKUPU



36 %
RESPONDENTŮ
NEKUPUJE FAIRTRADOVÉ
VÝROBKÝ KVŮLI PODOBĚ
OBALŮ



Pozn.: údaje se vztahují k respondentům, kteří nekupují fairtradové výrobky a ani jejich nákup neplánují (44 %)

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.

