

BANDWAGON EFEKT 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.

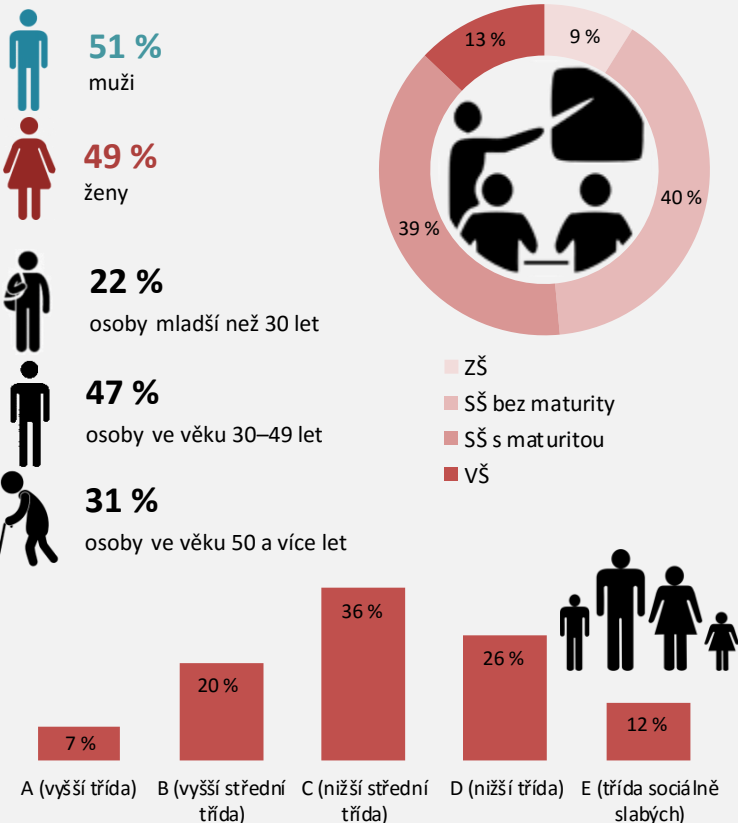
METODIKA VÝZKUMU

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

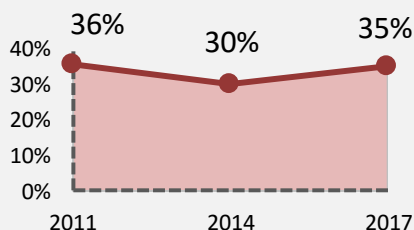
Bandwagon efekt je kognitivní zkresení, kdy máme tendenci spíše přistupovat na názory, které jsme viděli u ostatních. V této souvislosti platí, že více než třetina respondentů podmiňuje nákup fairtradových výrobků tím, že si je musí kupovat i ostatní lidé. Podíl těchto osob kolísá v období 2011 až 2017 mezi 30 až 36 procenty. Častěji se takto vyjádřili respondenti s nižším vzděláním, respondenti, kteří neznají fairtradové výrobky a v neposlední řadě osoby s konformním chováním. V této souvislosti dále platí, že podle dotázaných osob si v ČR kupuje fairtradové výrobky jen 12 % obyvatel, přičemž o významně vyšším zájmu obyvatel ČR o fairtradové výrobky jsou přesvědčeni respondenti, kteří fairtradové výrobky nakupují pravidelně. Současně čtyři z pěti respondentů uvedli, že si fairtradové výrobky nekupuje většina spotřebitelů a podíl těchto osob se v roce 2017 oproti roku 2011 snížil o celkem 8 procentních bodů.

SOUHLAS S VÝROKEM: „KDYŽ SI FAIRTRADOVÉ VÝROBKÝ NEBUDOU KUPOVAT OSTATNÍ, TAK JÁ TAKÉ NEBUDU.“

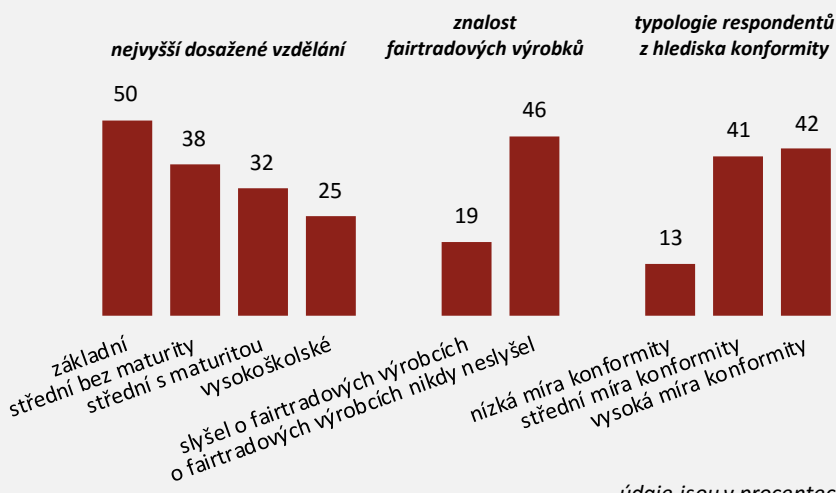


35 % RESPONDENTŮ

UVÁDÍ, ŽE SI NEBUDOU KUPOVAT FAIRTRADOVÉ VÝROBKÝ, POKUD JE NEBUDOU KUPOVAT ANI OSTATNÍ LIDÉ



Pozn.: čím vyšší míry konformity dosahuje, tím více se jedinci přizpůsobují ostatním a potlačují vlastní postoje a přesvědčení

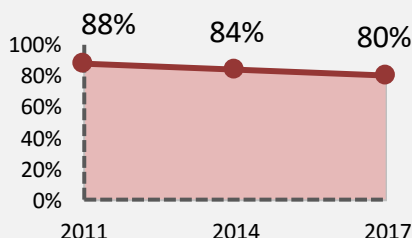


údaje jsou v procentech

SOUHLAS S VÝROKEM: „VĚTŠINA SPOTŘEBITELŮ SI NEKUPUJE FAIRTRADOVÉ VÝROBKŮ.“



80 %
RESPONDENTŮ
SI MYSLÍ, ŽE FAIRTRADOVÉ
VÝROBKŮ SI NEKUPUJE
VĚTŠINA SPOTŘEBITELŮ



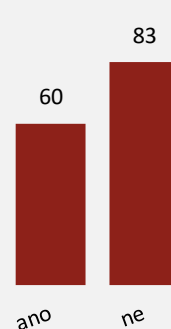
„Když si fairtradové výrobky
nebudou kupovat ostatní,
tak já také nebudu.“



preference jedinečných
a unikátních výrobků



diskuze s přáteli
a známými o fair tradu



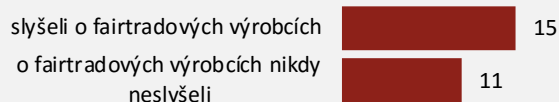
údaje jsou v procentech

ODHAD PODÍLU OBYVATEL ČR, KTEŘÍ NAKUPUJÍ FAIRTRADOVÉ VÝROBKŮ

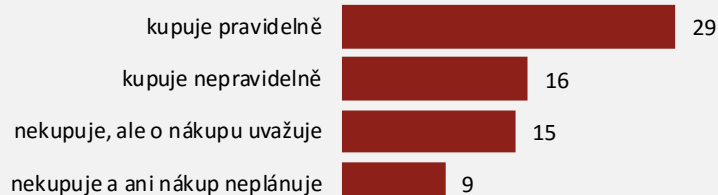


FAIRTRADOVÉ VÝROBKŮ PODLE ODHADU RESPONDENTŮ NAKUPUJE
12 % OBYVATEL ČR

znalost fairtradových výrobků



nákup fairtradových výrobků



diskuze s přáteli a známými o fair tradu



průměrný odhadovaný podíl

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.

