



INSTITUT EVALUACÍ
A SOCIÁLNÍCH ANALÝZ

POSTOJE OBYVATEL ČR K FAIRTRADOVÝM VÝROBKŮM

Hlavní cíle projektu:

- hodnocení vlivu vybraných společenských podmínek na rozvoj fair trade v České republice
- stanovení hlavních faktorů ovlivňujících zájem veřejnosti o fairtradové výrobky
- rozšíření poznatkové báze o nákupním chování a nákupních preferencích týkajících se fairtradových výrobků

Obsah

1. POVĚDOMÍ OBYVATEL ČR O FAIRTRADOVÝCH VÝROBCÍCH
2. POVĚDOMÍ OBYVATEL ČR O ZNÁMCE FAIRTRADE
3. NÁKUP FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ
4. OSTATNÍ POSTOJOVÉ SOUVISLOSTI

Závěry z projektu č. CZ.2.01.2017.221.030 FAIR TRADE řešeného v rámci výzkumného záměru Institutu evaluací a sociálních analýz (INESAN); projekt je aktivitou vyvíjenou v rámci tematické osy č. 2 – Eticky odpovědné chování.

Metodika

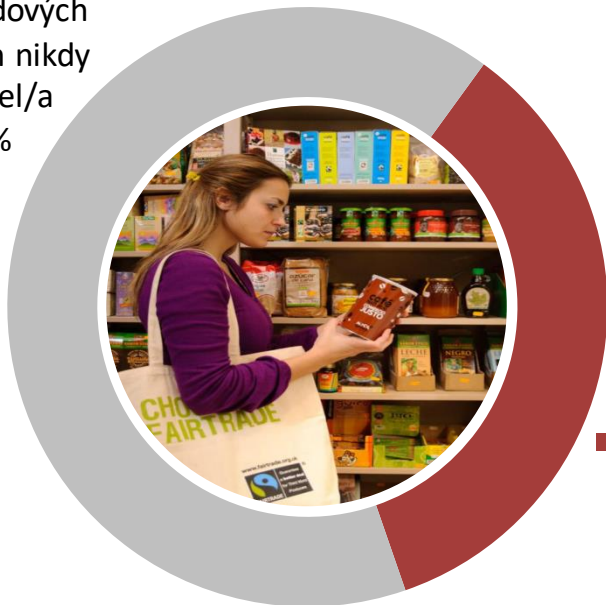
| | |
|------------------------------|------------------------|
| Termín sběru dat: | duben 2017 |
| Metoda sběru dat: | face-to-face interview |
| Velikost zkoumaného souboru: | 1.258 případů |
| Technika výběru: | kvótní |
| Výběrová chyba: | 2,8 % |



POVĚDOMÍ OBYVATEL ČR O FAIRTRADOVÝCH VÝROBCÍCH

Povědomí o fairtradových výrobcích

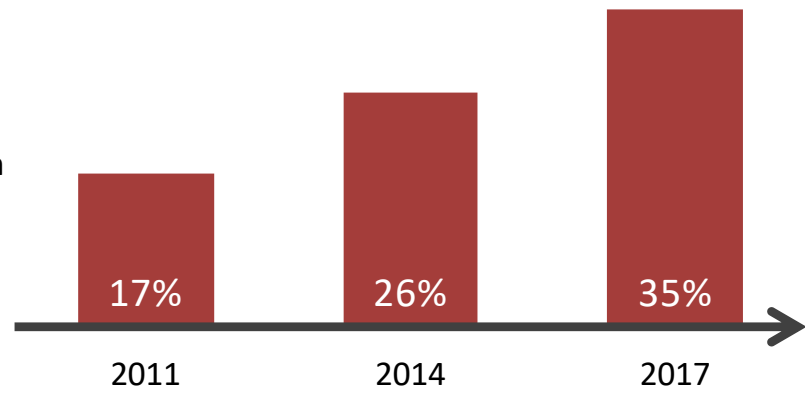
o fairtradových výrobcích nikdy neslyšel/a 65%



o fairtradových výrobcích již někdy slyšel/a 35%

FAIRTRADOVÉ VÝROBKY ZNAJÍ PŘEDEVŠÍM:

- respondenti mladší než 30 let (44 %)
- respondenti z vyšší třídy (67 %)
- respondenti žijící v obcích s více než 100 000 obyvateli (50 %)



Spontánně uvedené rysy fairtradových výrobků (TOP 10)

34 % jsou z rozvojových zemí
21 % zajišťují důstojné pracovní podmínky
19 % nevyrábí je děti
19 % jsou bio
13 % jsou vyráběny ručně
9 % zajišťují spravedlivou mzdu
8 % podporují malé výrobce z rozvojových zemí
4 % zisk jde na rozvoj místa původu
3 % jsou šetrné k životnímu prostředí
2 % mají vyšší cenu

6 % nedokázalo specifikovat

RESPONDENTI, KTEŘÍ MAJÍ POVĚDOMÍ
O FAIRTRADOVÝCH VÝROBCÍCH



15 % jsou bio
13 % jsou z dovozu
10 % jsou vyráběny ručně
9 % jsou dražší
8 % obchoduje se s nimi spravedlivě
7 % jsou z rozvojových zemí
6 % jsou šetrné k životnímu prostředí
4 % jde o české výrobky
3 % používají jiné postupy výroby a pěstování
3 % mají nízkou kvalitu

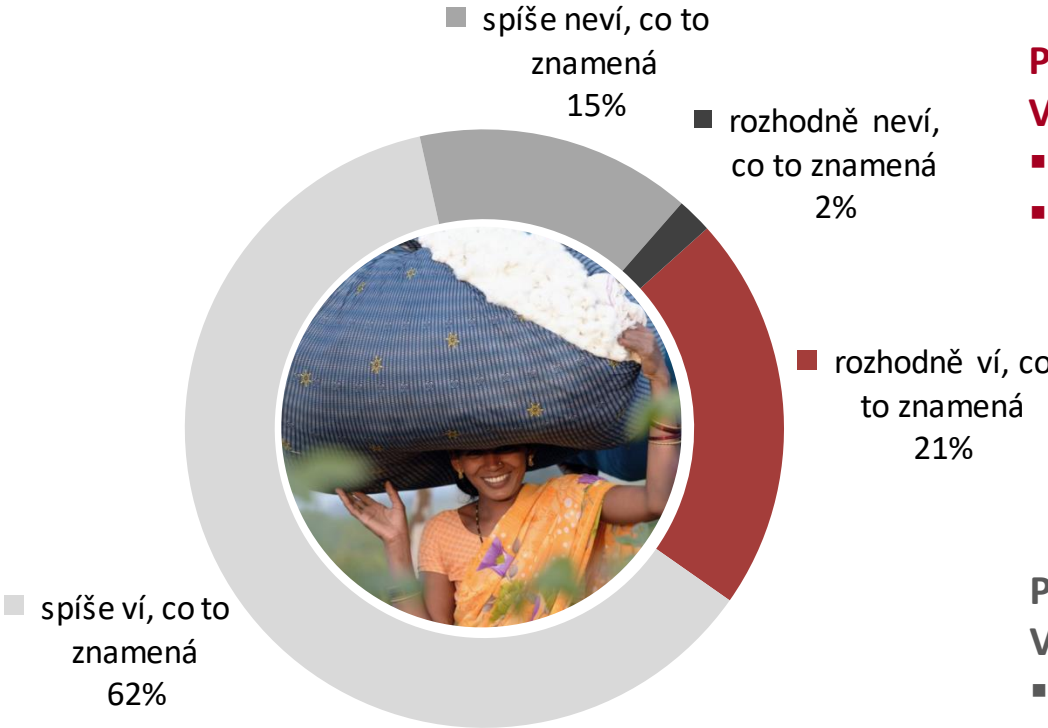
42 % nedokázalo specifikovat

RESPONDENTI, KTEŘÍ NEMAJÍ POVĚDOMÍ
O FAIRTRADOVÝCH VÝROBCÍCH



Základ: respondenti, kteří mají povědomí o fairtradových výrobcích a uvedli konkrétní odpověď (33 %)
respondenti, kteří nemají povědomí o fairtradových výrobcích a uvedli konkrétní odpověď (38 %)

Znalost podstaty fairtradových výrobků



POVĚDOMÍ O PODSTATĚ FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ MAJÍ PŘEDEVŠÍM:

- respondenti z vyšší třídy (30 %)
- respondenti, kteří utratí měsíčně za potraviny 10 000 Kč nebo více (41 %)

POVĚDOMÍ O PODSTATĚ FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ POSTRÁDAJÍ PŘEDEVŠÍM:

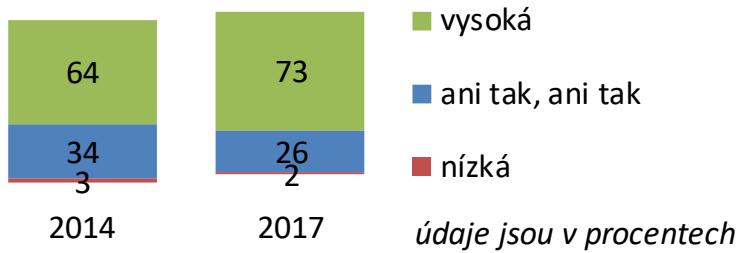
- respondenti z třídy sociálně slabých (85 %)

79 % vs. 21 %

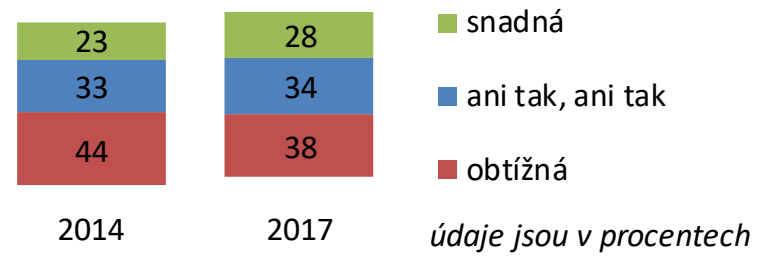
Základ: respondenti, kteří mají povědomí o fairtradových výrobcích (35 %)

Hodnocení vybraných vlastností fairtradových výrobků

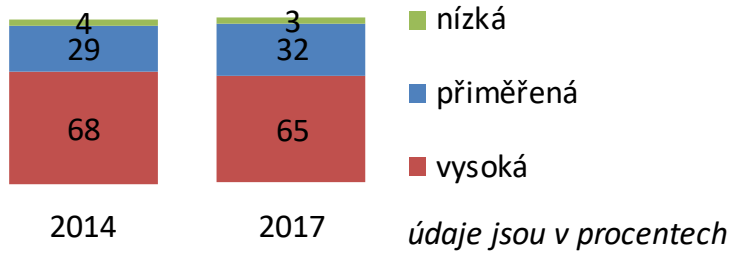
Šetrnost k životnímu prostředí



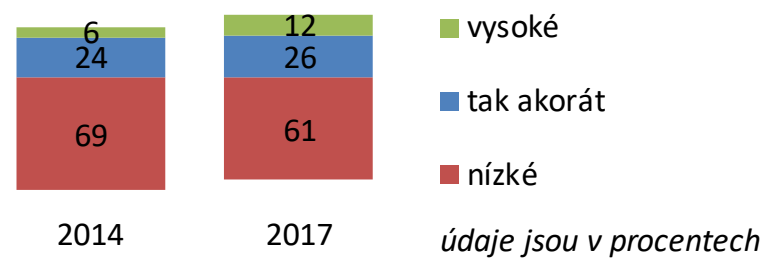
Odišitelnost od ostatních výrobků



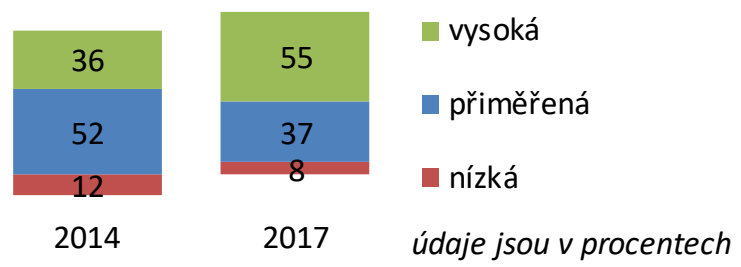
Cena



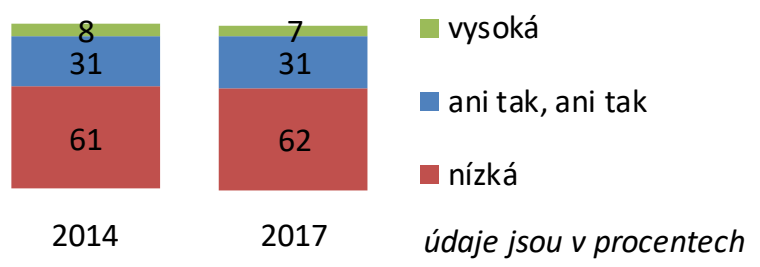
Množství fairtradových výrobků na trhu



Kvalita



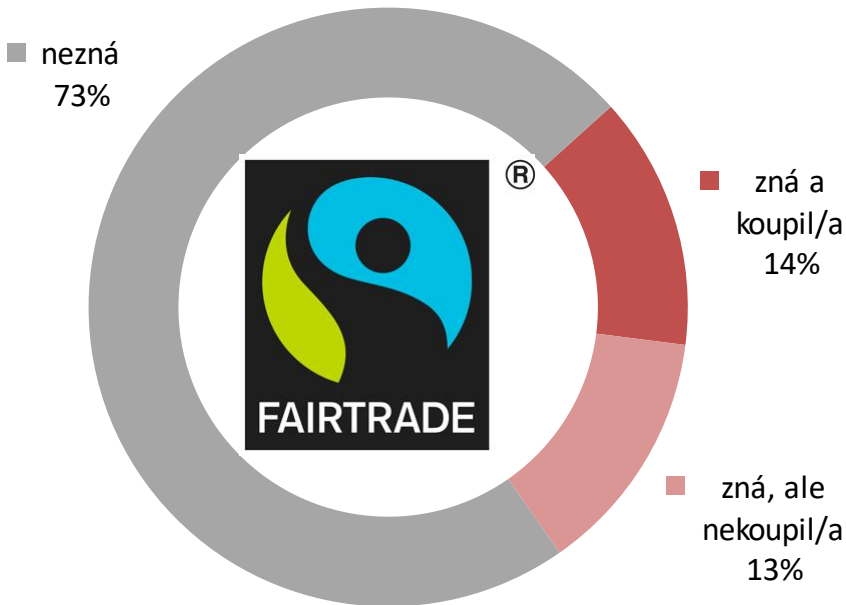
Dostupnost fairtradových výrobků





POVĚDOMÍ OBYVATEL ČR O ZNÁMCE FAIRTRADE

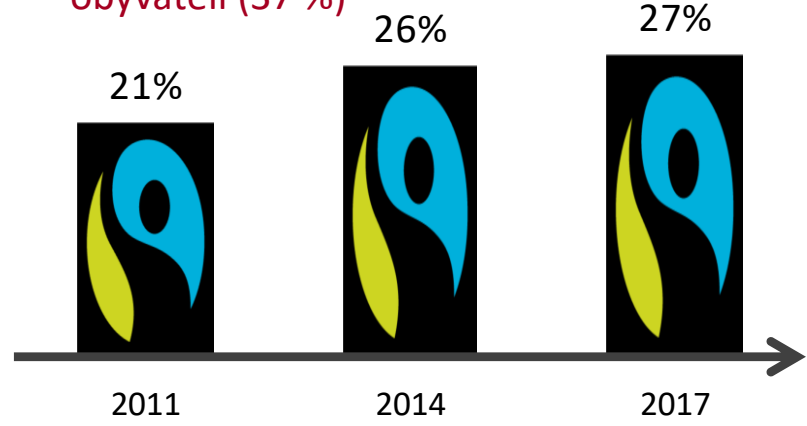
Znalost známky Fairtrade



73 % vs. 27 %

ZNÁMKU FAIRTRADE ZNAJÍ PŘEDEVŠÍM:

- respondenti z vyšší třídy (51 %)
- respondenti se stabilním a silným zájmem o fairtradové výrobky (88 %)
- respondenti žijící v obcích s více než 100 000 obyvateli (37 %)



Spontánně uvedené výrobky označené známkou Fairtrade (TOP 10)

- 40 % fairtradové výrobky
- 19 % výrobky z rozvojových zemí
- 5 % ekologické výrobky (potravin)
- 5 % prověřené výrobky
- 4 % káva
- 4 % čokoláda
- 3 % potraviny
- 3 % bio-produkty
- 2 % výrobky z ciziny
- 2 % čaje

- 8 % výrobky z rozvojových zemí
- 7 % ekologické výrobky
- 7 % výrobky z ciziny
- 6 % ručně vyráběné výrobky
- 4 % bio-produkty
- 3 % potraviny
- 3 % textilní výrobky
- 3 % zdravé výrobky
- 3 % harmonické výrobky (jing-jang)
- 2 % výrobky z chráněných dílen



RESPONDENTI, KTEŘÍ
ZNAJÍ ZNÁMKU FAIRTRADE



RESPONDENTI, KTEŘÍ
NEZNAJÍ ZNÁMKU FAIRTRADE

Základ: respondenti, kteří znají známku Fairtrade a uvedli konkrétní odpověď (23 %)
respondenti, kteří neznají známku Fairtrade a uvedli konkrétní odpověď (17 %)

Skupiny respondentů na základě povědomí o fairtradových výrobcích a známce Fairtrade



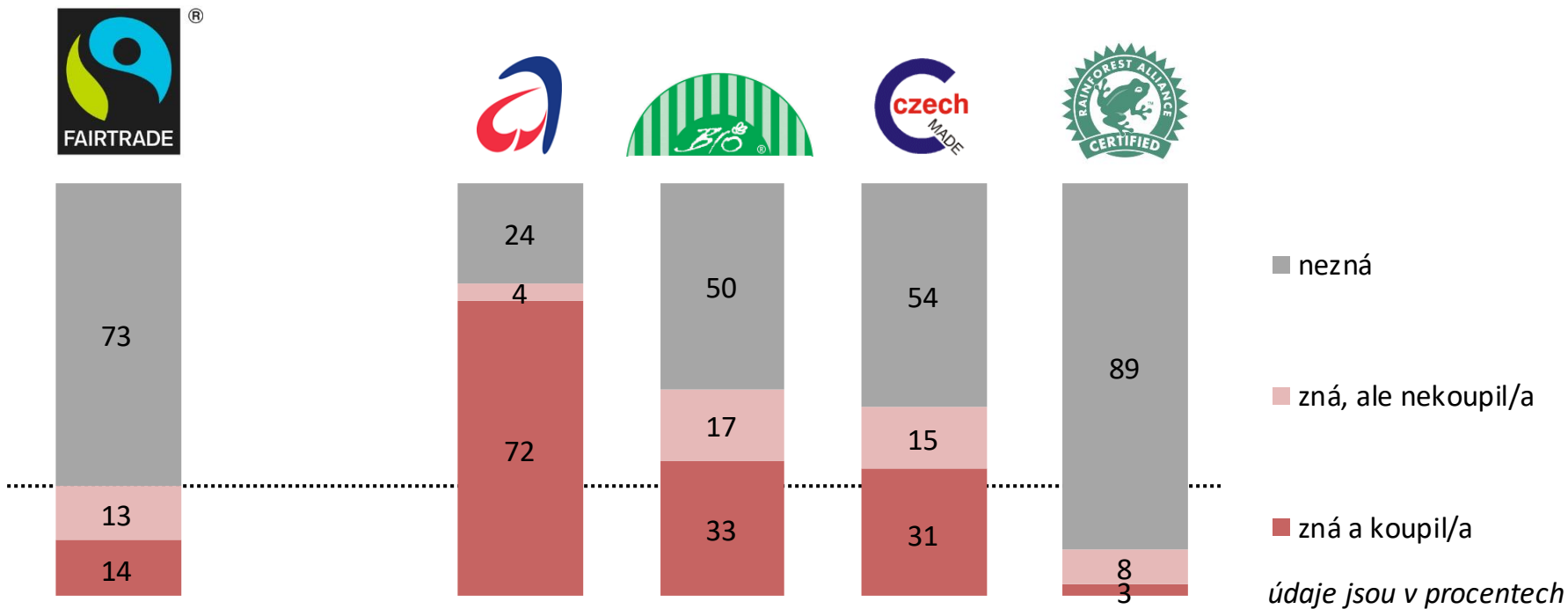
22 % RESPONDENTŮ
má povědomí o fairtradových výrobcích i známce Fairtrade

13 % RESPONDENTŮ
má povědomí o fairtradových výrobcích, nikoliv však o známce

5 % RESPONDENTŮ
zná známku Fairtrade, nemá však povědomí o fairtradových výrobcích

60 % RESPONDENTŮ
nemá povědomí ani o fairtradových výrobcích, ani o známce Fairtrade

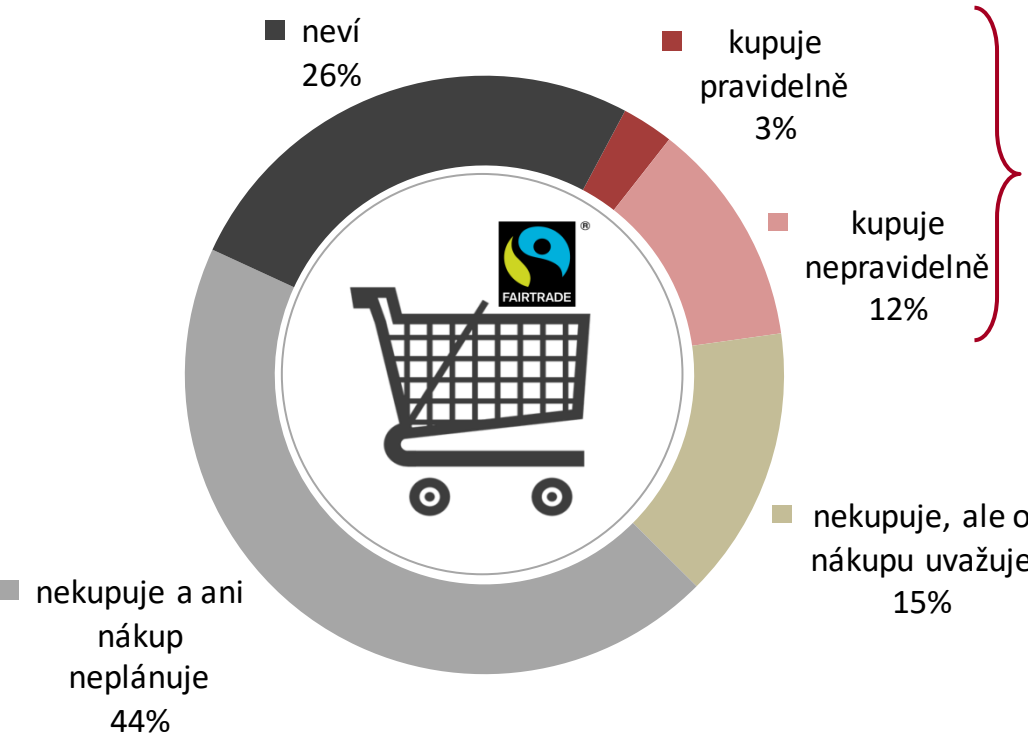
Srovnání znalosti známky Fairtrade se znalostí jiných známek





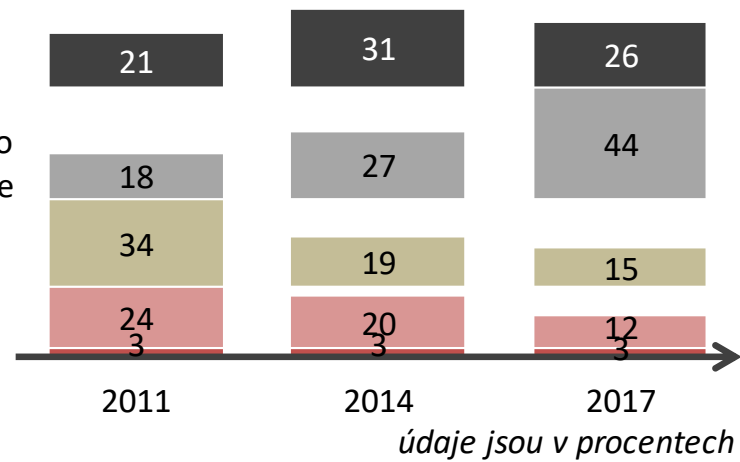
NÁKUP FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

Nákup fairtradových výrobků

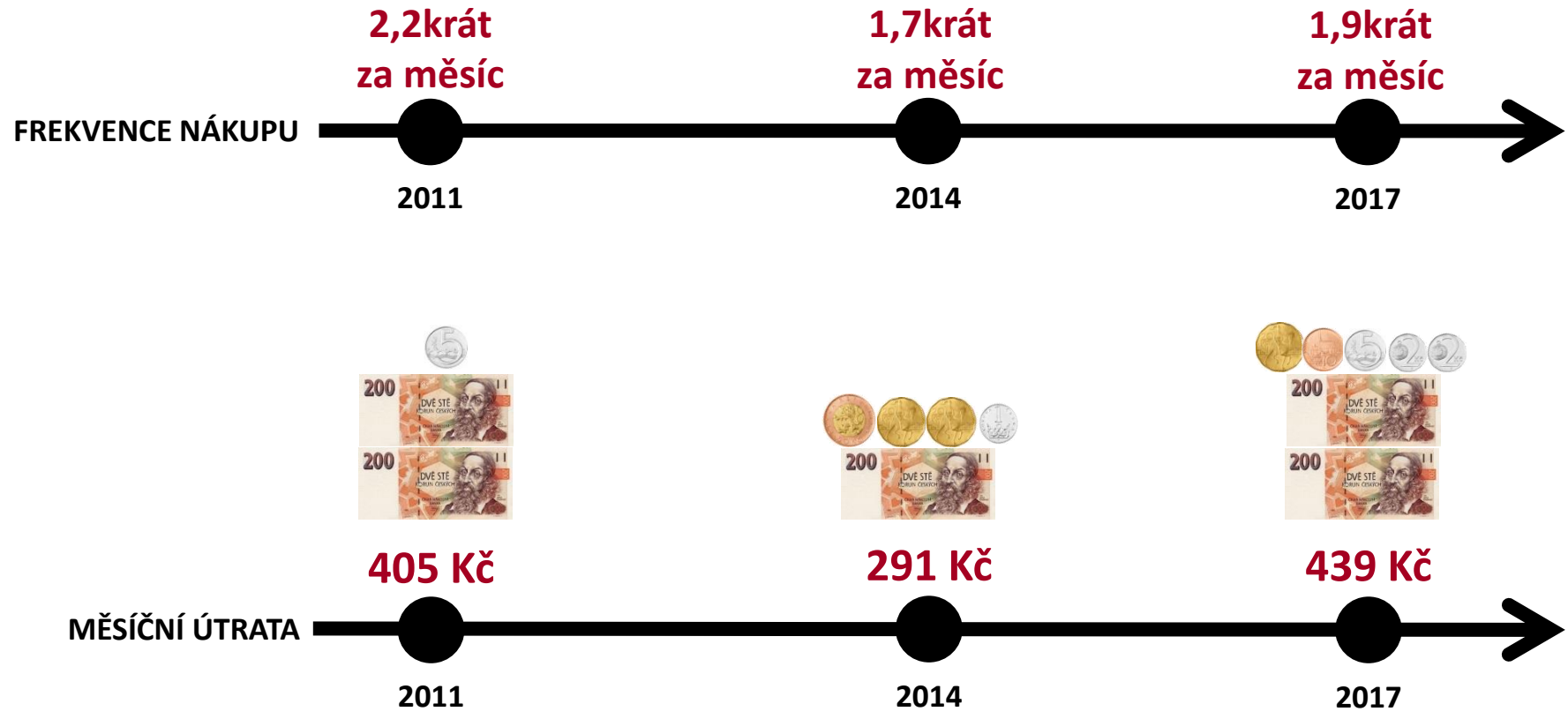


FAIRTRADOVÉ VÝROBKÝ NAKUPUJÍ PŘEDEVŠÍM:

- respondenti s vysokoškolským vzděláním (27 %)
- respondenti z vyšší třídy (36 %)

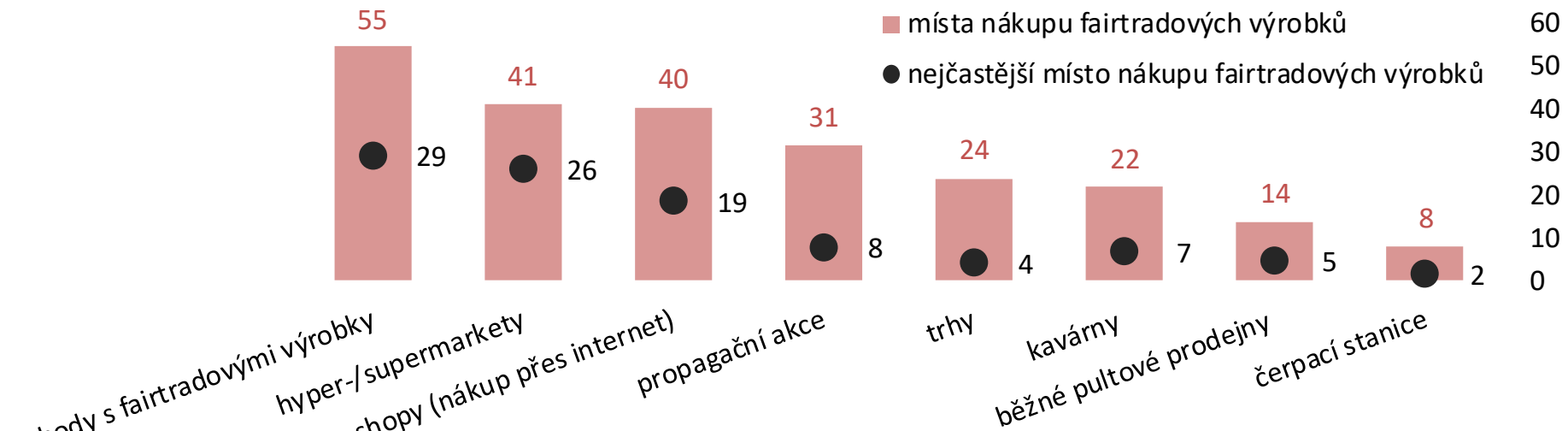


Frekvence nákupu a útrata za fairtradové výrobky



Základ: respondenti, kteří nakupují fairtradové výrobky (15 %)

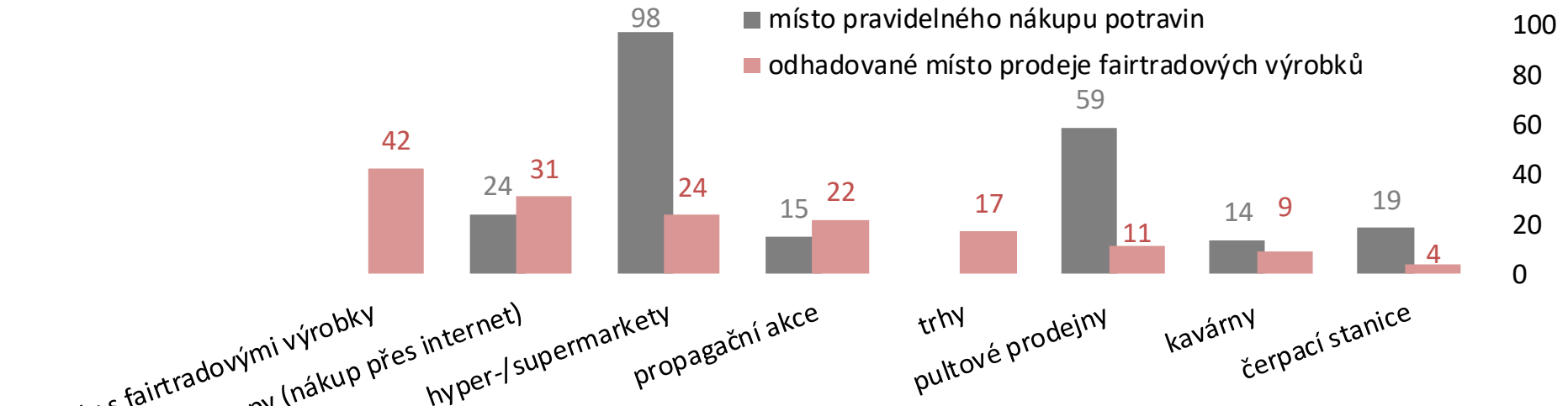
Místa nákupu fairtradových výrobků



| | 2011 | 2014 | 2017 |
|---------------------------------|------|------|------|
| obchody s fairtradovými výrobky | 46% | 55% | 55% |
| hyper-/supermarkety | 44% | 51% | 41% |
| e-shopy (nákup přes internet) | 22% | 20% | 40% |
| propagační akce | 14% | 21% | 31% |
| běžné pultové prodejny | 7% | 12% | 14% |

Základ: respondenti, kteří nakupují fairtradové výrobky (15 %)

Odhadovaná místa prodeje fairtradových výrobků



| | 2011 | 2014 | 2017 |
|---------------------------------|------|------|------|
| obchody s fairtradovými výrobky | 48% | 50% | 42% |
| e-shopy (nákup přes internet) | 32% | 31% | 31% |
| hyper-/supermarkety | 24% | 22% | 24% |
| propagační akce | 20% | 18% | 22% |
| pultové prodejny | 6% | 7% | 11% |

Základ: celý soubor

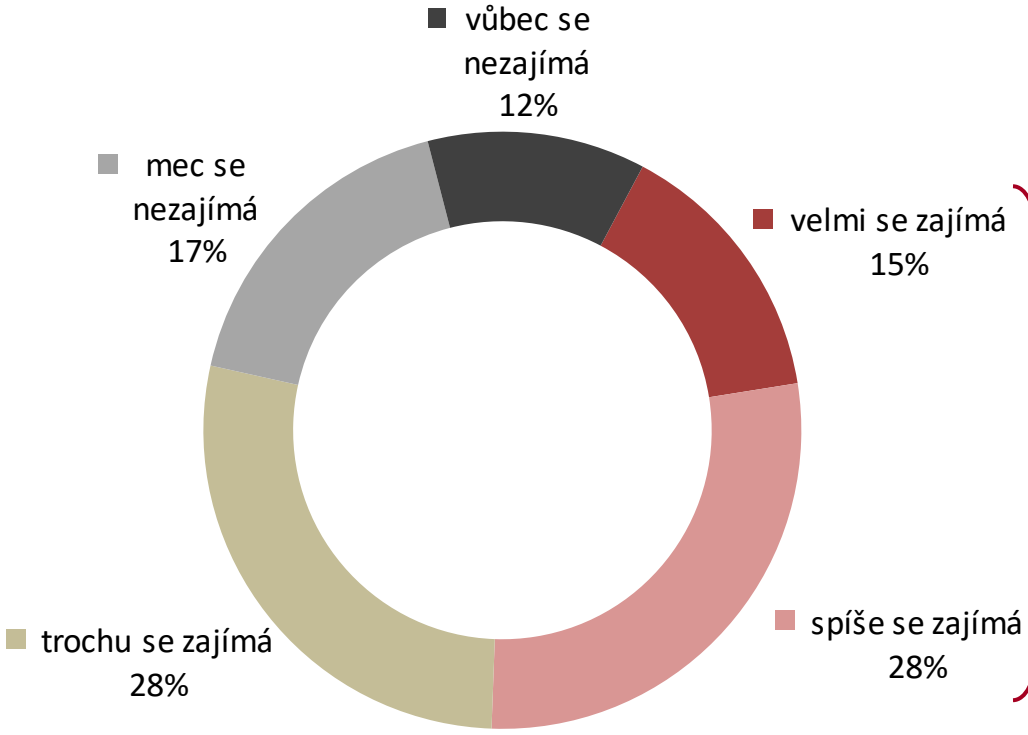


OSTATNÍ POSTOJOVÉ SOUVISLOSTI

Odhad rozvoje prodeje fairtradových výrobků v posledních 3 letech

| | | Změna počtu prodejních míst s fairtradovými výrobky za poslední 3 roky | | | Celkem |
|--|----------------------|--|-------------|------------|--------------|
| | | zvýšení | žádná změna | snížení | |
| Změna množství fairtradových výrobků prodávaných v ČR za poslední 3 roky | výrobků přibylo | 29 % | 5 % | 1 % | 34 % |
| | je jich stále stejně | 3 % | 55 % | 1 % | 59 % |
| | výrobků ubylo | 0 % | 1 % | 6 % | 7 % |
| Celkem | | 33 % | 61 % | 7 % | 100 % |

Zájem o místo původu nakupovaných výrobků

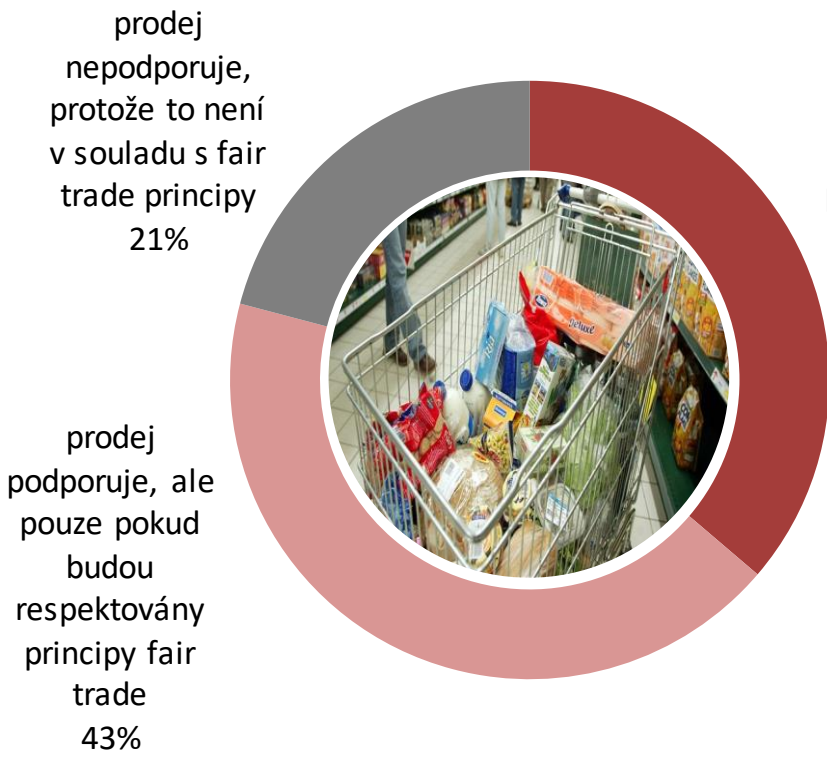


O MÍSTO PŮVODU SE ZAJÍMAJÍ PŘEDEVŠÍM:

- vysokoškolsky vzdělaní (54 %)
- respondenti se stabilním a silným zájmem o fairtradové výrobky (90 %)

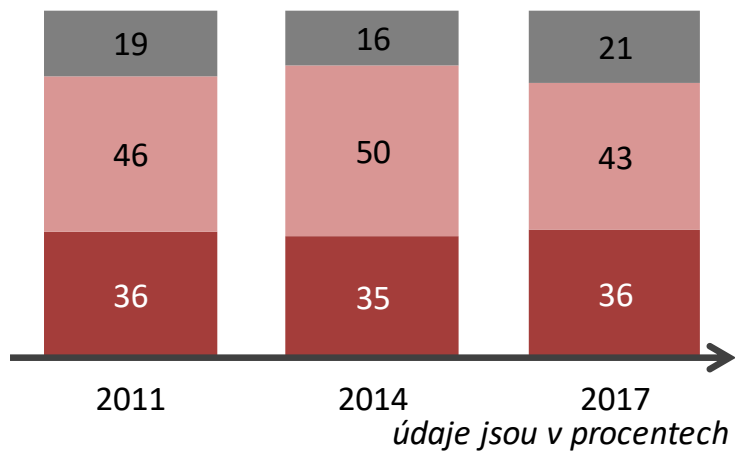
29 % vs. 43 %

Postoj k prodeji fairtradových výrobků v běžné obchodní síti



PRODEJ PODPORUJÍ, PROTOŽE PŘÍSPÍVÁ K ROZŠÍŘOVÁNÍ FAIR TRADE PRINCIPŮ ZEJMÉNA:

- respondenti se stabilním a silným zájmem o fairtradové výrobky (55 %)



Povědomí o fairtradových akcích realizovaných v roce 2016



26 % RESPONDENTŮ

má povědomí o alespoň jedné akci spojené s fair tradem.
Jde především o:

- respondenty mladší než 30 let (35 %)
- respondenty s vysokoškolským vzděláním (40 %)
- respondenty z vyšší třídy (48 %)
- respondenty žijící v obcích s více než 100 000 obyvateli (39 %)
- respondenty, kteří nakupují fairtradové výrobky (80 %)



15 % RESPONDENTŮ

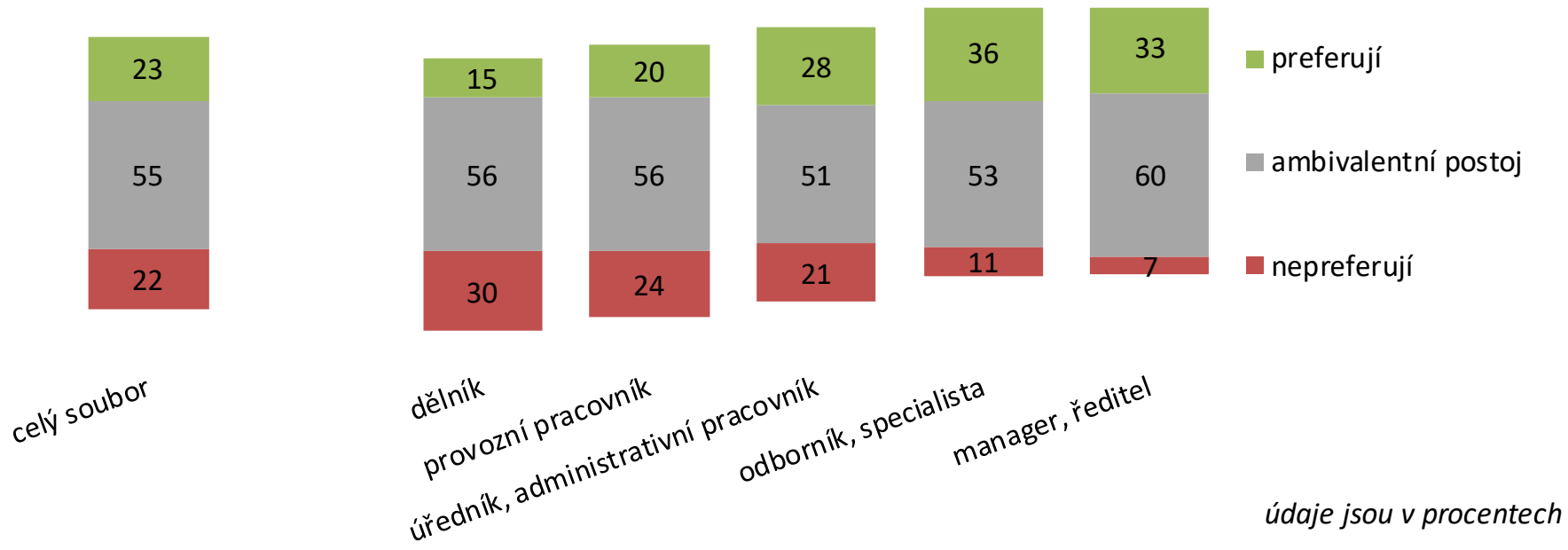
má povědomí o alespoň jedné z následujících akcí:
Fairtradová města / Fairtradová škola / Fairtradová snídaneň



Základ: celý soubor

Fairtradový jarmark
Férová snídaneň
Den s fair trade
Iniciativa pro férový obchod
Den pro férový život
Fairtradová města
Fairtradová škola

Preference dostupnosti fairtradových nápojů na pracovišti



FAIRTRADOVÉ NÁPOJE NA PRACOVÍŠTI PREFERUJÍ PŘEDEVŠÍM:

- respondenti s vysokoškolským vzděláním (38 %)
- respondenti z vyšší třídy (49 %)
- respondenti žijící v obcích s více než 100 000 obyvateli (35 %)
- respondenti, kteří nakupují fairtradové výrobky (61 %)

Základ: ekonomicky aktivní respondenti (68 %)

Děkuji za pozornost

Ing. Mgr. **Jiří REMR**, Ph.D., MBA

jiri.remr@inesan.eu

+ 420 602 373 855



Institut evaluací a sociálních analýz, Heřmanova 22, 170 00 PRAHA 7,
Tel.: +420 220 190 597, Web: www.inesan.eu, E-mail: info@inesan.eu