

# NÁKUPNÍ PATRIOTISMUS DLE NÁKUPU VÝROBKŮ SE ZNAČKOU BIO

(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.

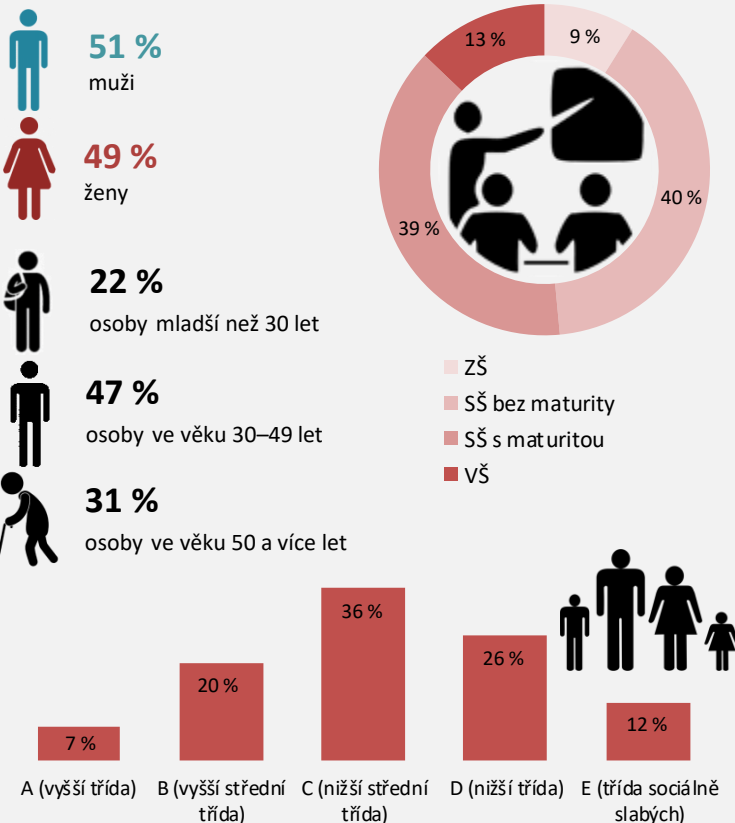
## METODIKA VÝZKUMU

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

Respondenti, kteří nakupují výrobky označené značkou BIO, hodnotí domácí výrobky významně pozitivněji než osoby, které značku BIO vůbec neznají, popř. ji znají, avšak produkty označené touto značkou nenakupují. Celkově vyjádřila pozitivní postoj k domácím výrobkům téměř polovina respondentů, kteří nakupují výrobky označené značkou BIO. Mezi respondenty, kteří značku BIO neznají, deklarovala pozitivní postoj k domácím výrobkům necelá třetina z nich. V případě respondentů, kteří znají značku BIO, avšak výrobky s touto značkou nenakupují, vyjádřila pozitivní postoj k domácím výrobkům jen necelá čtvrtina z nich.

Také v případě preference českých výrobků při nákupu byla identifikována diference mezi respondenty, kteří nakupují výrobky označené značkou BIO a ostatními. České výrobky preferují při nákupu tři čtvrtiny z těch, kteří kupují výrobky označené značkou BIO, zatímco v případě osob, které tuto značku vůbec neznají, je to 56 %.

## INDEX HODNOCENÍ DOMÁCÍCH VÝROBKŮ

všichni respondenti

6,4

### (PODLE NÁKUPU VÝROBKŮ SE ZNAČKOU BIO)

kupuje výrobky se značkou BIO

6,8

zná značku BIO, avšak výrobky s touto značkou nekupuje

6,1

nezná značku BIO

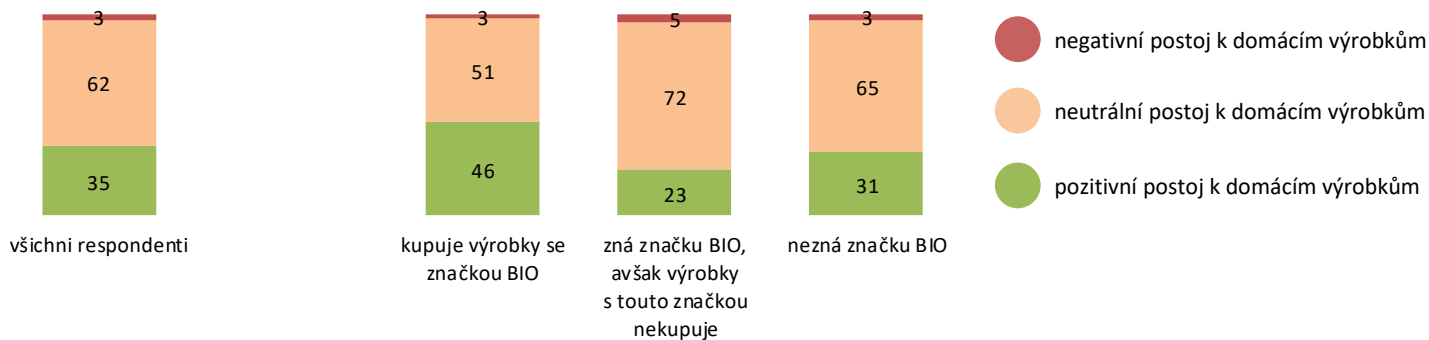
6,2

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Pozn.: Hodnota 0 znamená, že respondenti hodnotí domácí výrobky velmi negativně; hodnota 10 znamená, že respondenti hodnotí domácí výrobky naopak velmi pozitivně.

## TYOLOGIZACE RESPONDENTŮ PODLE POSTOJE K DOMÁCÍM VÝROBKŮM



## INDEX PREFERENCE ČESKÝCH VÝROBKŮ PŘI NÁKUPU



### (PODLE NÁKUPU VÝROBKŮ SE ZNAČKOU BIO)

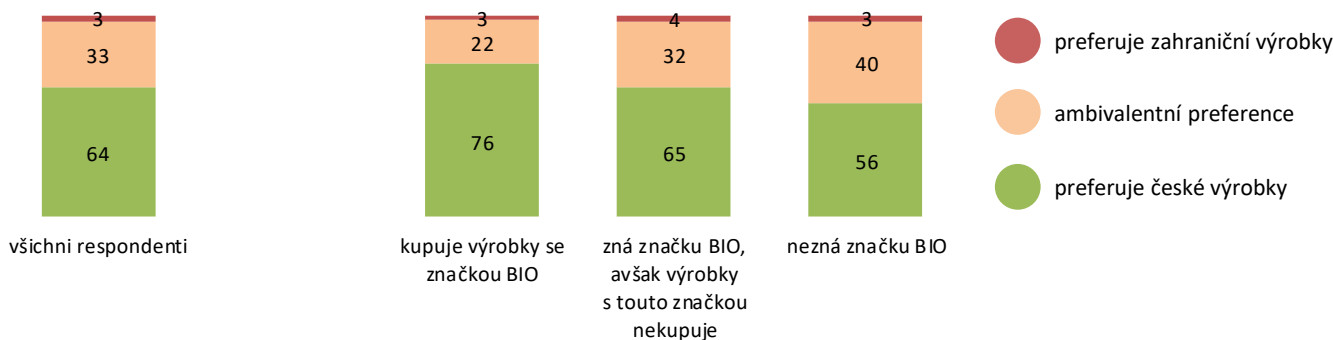


0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Pozn.: Hodnota 0 znamená, že respondenti české výrobky při nákupu rozhodně nepreferují; hodnota 10 znamená, že respondenti české výrobky při nákupu naopak rozhodně preferují.

## TYOLOGIZACE RESPONDENTŮ PODLE PREFERENCE ČESKÝCH VÝROBKŮ PŘI NÁKUPU



## 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 vědního 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 vědního výzkumu.

Publikace, expertízy, odborná stanoviska a posudky, které INESAN vydává, nejsou ovlivněny postoji donorů a zadavatelů, nýbrž obsahují nezávislý pohled expertů institutu INESAN.

