

NÁKUPNÍ PATRIOTISMUS DLE NÁKUPU VÝROBKŮ SE ZNAČKOU CZECH MADE (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.

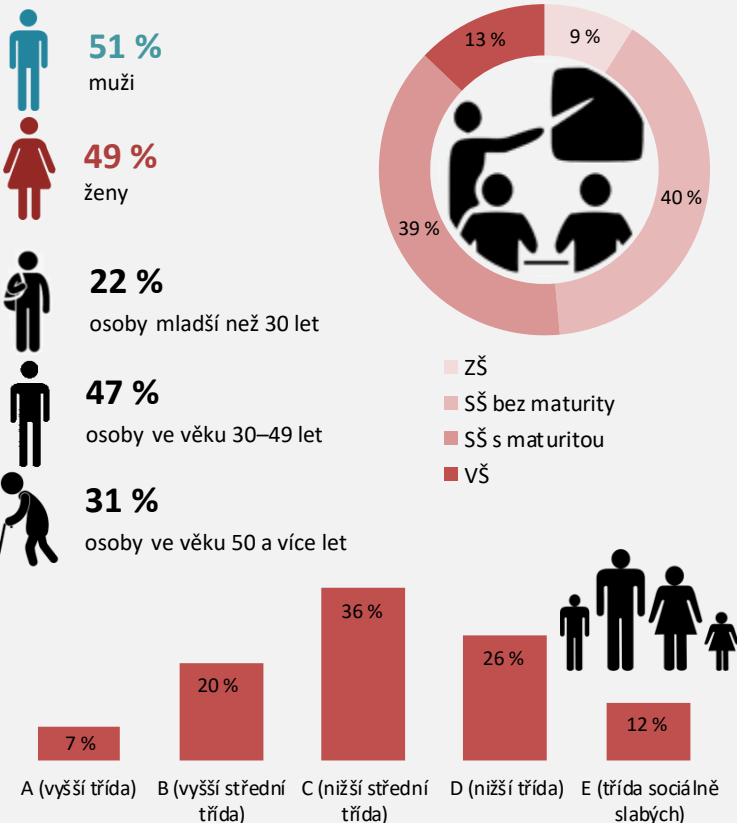
METODIKA VÝZKUMU

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 CZECH MADE, hodnotí domácí výrobky významně pozitivněji než osoby, které značku CZECH MADE vůbec neznají. Celkově vyjádřila pozitivní postoj k domácím výrobkům téměř polovina respondentů, kteří nakupují výrobky označené značkou CZECH MADE. Mezi respondenty, kteří značku CZECH MADE neznají, deklarovala pozitivní postoj k domácím výrobkům čtvrtina z nich.

Také v případě preference českých výrobků při nákupu byla identifikována diference mezi respondenty, kteří nakupují výrobky označené značkou CZECH MADE a těmi, kteří značku CZECH MADE neznají. České výrobky preferují při nákupu tři čtvrtiny dotázaných, kteří kupují výrobky označené značkou CZECH MADE, zatímco v případě osob, které tuto značku vůbec neznají, je to 57 %.

INDEX HODNOCENÍ DOMÁCÍCH VÝROBKŮ

všichni respondenti

6,4

(PODLE NÁKUPU VÝROBKŮ SE ZNAČKOU CZECH MADE)

kupuje výrobky se značkou CZECH MADE

6,8

zná značku CZECH MADE, avšak výrobky s touto značkou nekupuje

6,7

nezná značku CZECH MADE

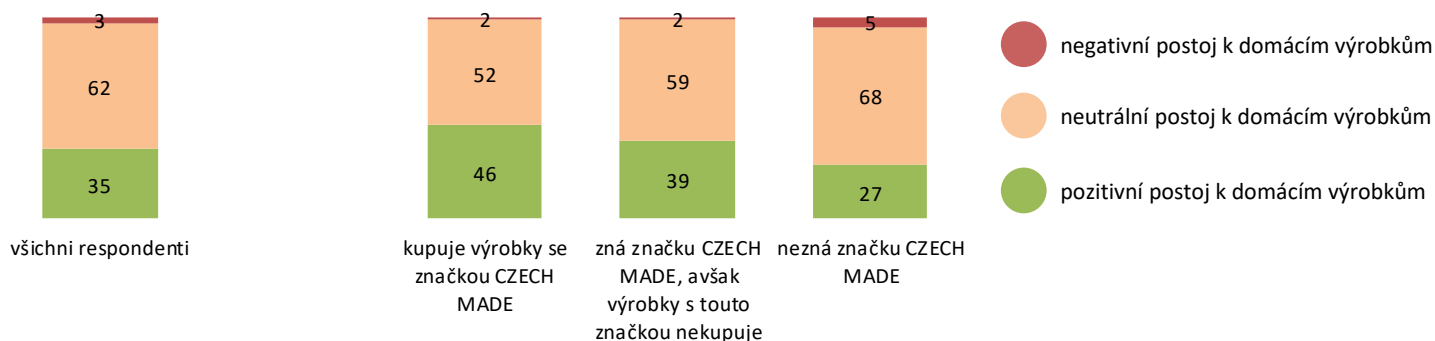
6,1

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.

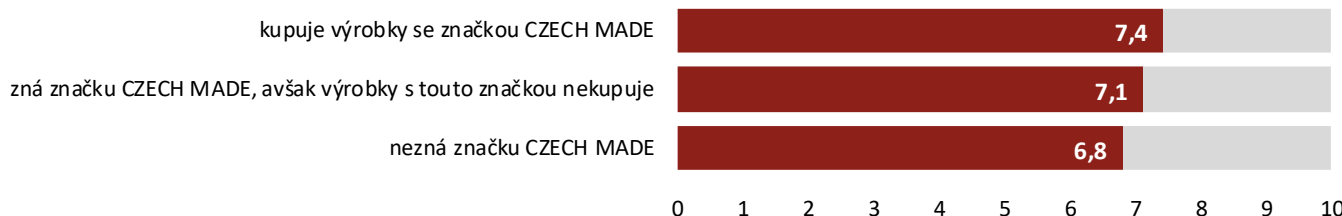
TYOLOGIZACE RESPONDENTŮ PODLE POSTOJE K DOMÁCÍM VÝROBKŮM



INDEX PREFERENCE ČESKÝCH VÝROBKŮ PŘI NÁKUPU

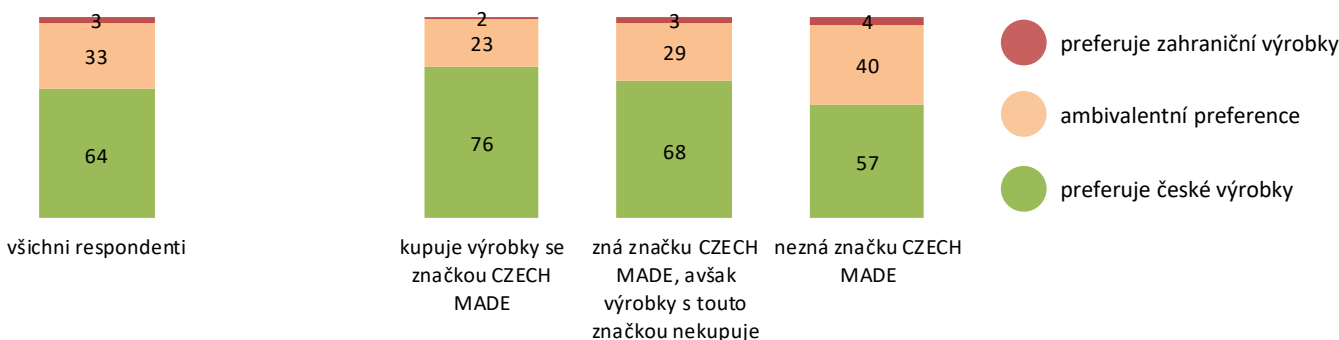


(PODLE NÁKUPU VÝROBKŮ SE ZNAČKOU CZECH MADE)



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 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.

