

PREFERENCE LOKÁLNÍCH VÝROBKŮ DLE MÍSTA NÁKUPU (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.

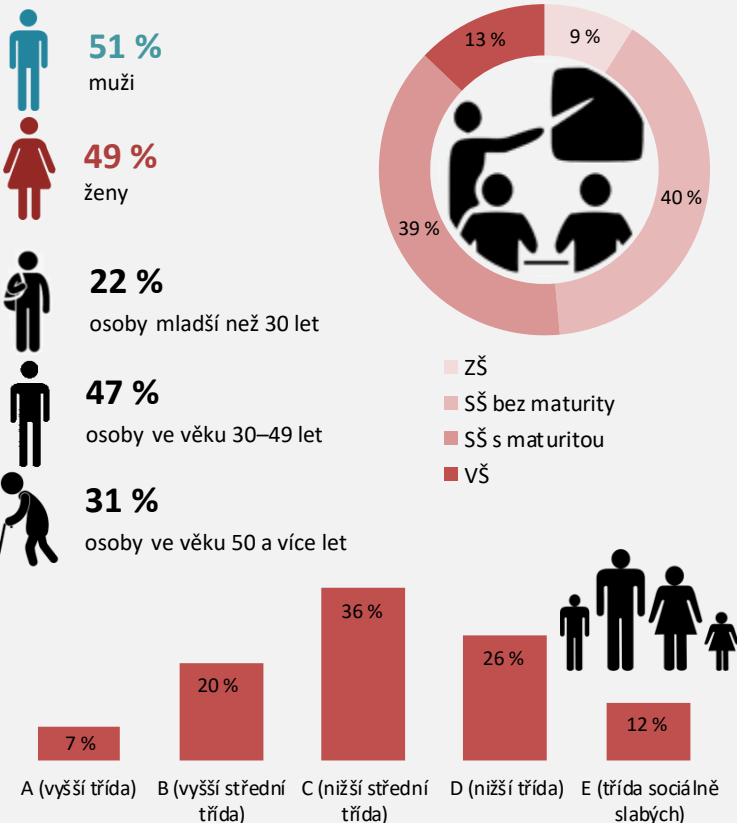
METODIKA VÝZKUMU

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

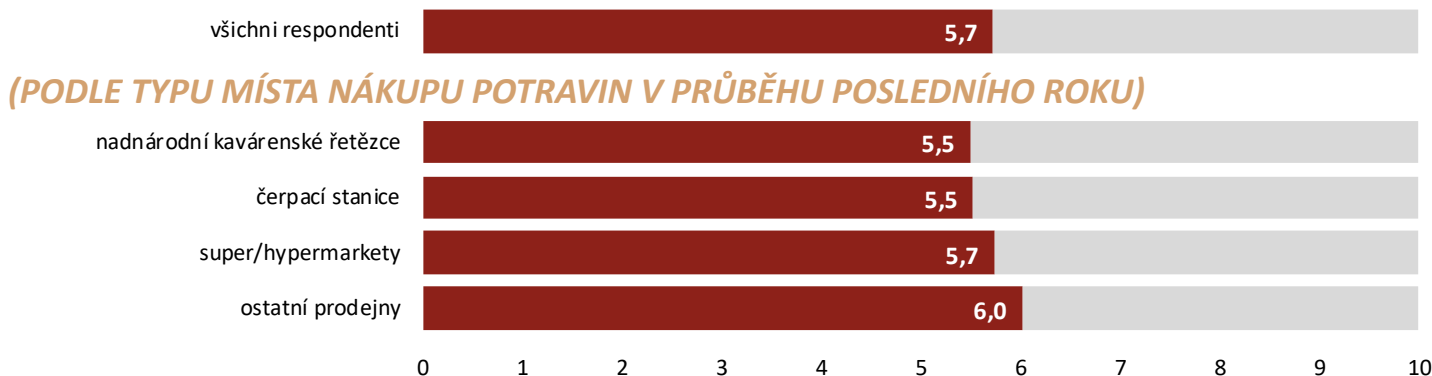


SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

Vyšší míra preference domácích (lokálních) výrobků je patrná mezi respondenty, kteří nakupují potraviny v prodejnách, ve kterých se vedle potravin prodávají také oděvy či drogerie. Nižší míra preference domácích (lokálních) výrobků je charakteristická pro respondenty, kteří nakupují potraviny v nadnárodních kavárenských řetězcích či na čerpacích stanicích.

Z hlediska konkrétních míst nákupu potravin platí, že nejvyšší míru preference domácích (lokálních) výrobků vykazují respondenti, kteří nakupují potraviny v obchodech Tchibo a dále také v prodejních Marks & Spencer a DM drogerie. Velmi podobná je míra preference domácích (lokálních) výrobků mezi respondenty, kteří nakupují potraviny v Globusu, Bille, Tesco, Kauflandu a Lidlu. Nejnižší míra preference domácích (lokálních) výrobků je charakteristická pro respondenty nakupující potraviny v Mamacoffee, Costa Coffee a zejména pak na čerpacích stanicích MOL.

INDEX VZTAHU K DOMÁCÍM A ZAHRAJNÍM VÝROBKŮM

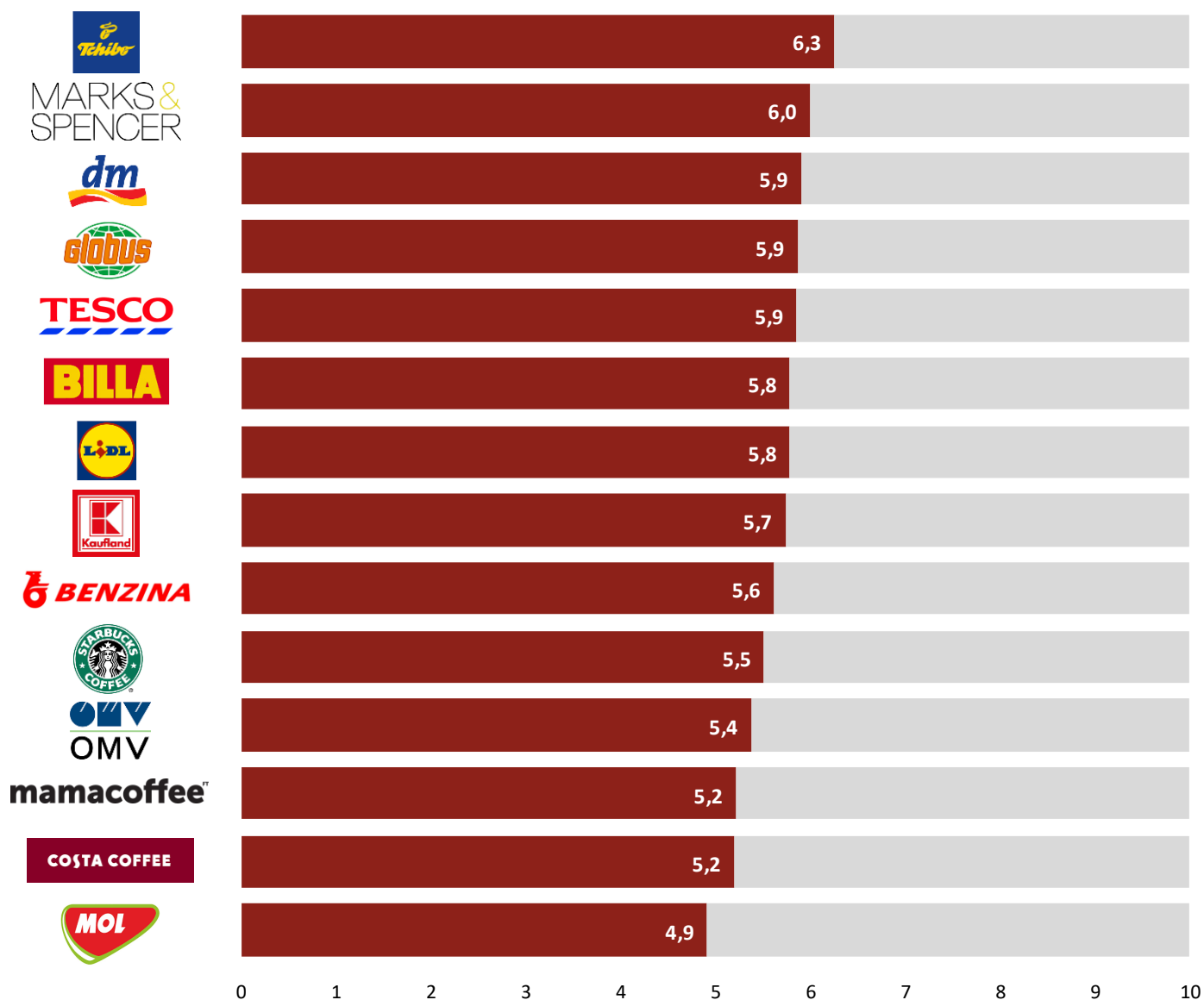


Pozn.: Hodnota 0 znamená, že respondenti rozhodně preferují výrobky z dovozu; hodnota 10 znamená, že respondenti rozhodně preferují domácí výrobky. Mezi nadnárodními kavárenskými řetězci patří Costa Coffee, Mamacoffee a Starbucks, mezi čerpacími stanicemi Benzina, OMV a MOL, mezi super/hypermarkety Billa, Globus, Kaufland, Lidl a Tesco a mezi ostatními prodejny DM drogerie, Marks & Spencer a Tchibo obchod.

PREFERENCE LOKÁLNÍCH VÝROBKŮ DLE MÍSTA NÁKUPU

INDEX VZTAHU K DOMÁCÍM A ZAHRANIČNÍM VÝROBKŮM

(PODLE KONKRÉTNÍHO MÍSTA NÁKUPU POTRAVIN V PRŮBĚHU POSLEDNÍHO ROKU)



Pozn.: Hodnota 0 znamená, že respondenti rozhodně preferují výrobky z dovozu; hodnota 10 znamená, že respondenti rozhodně preferují domácí výrobky.

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 společenskovědního 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 společenskovědního výzkumu.

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

