

VYBRANÉ DETERMINANTY NÁKUPU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

(DÍLČÍ VÝSLEDKY ŘEŠENÍ PROJEKTU CZ.2.01.2011.221.001 „PŘÍSTUP OBYVATEL ČR K FAIR TRADE“, 2012)

O INSTITUTU

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 1.3, písm. ee. Rámce Společenství pro státní podporu výzkumu, vývoje a inovací). Institut 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 jednotlivých 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 INESAN.

INESAN

INSTITUT EVALUACÍ
A SOCIÁLNÍCH ANALÝZHeřmanova 1169/22
170 00 Praha 7

Tel.: +420 220 190 597

E-mail: info@inesan.eu

Web: www.inesan.eu

O PROJEKTU

Cílem projektu č. CZ.2.01.2011.221.001 „PŘÍSTUP OBYVATEL ČR K FAIR TRADE“ je hodnocení vlivu vybraných společenských podmínek na rozvoj fair trade v České republice a stanovení hlavních faktorů ovlivňujících zájem veřejnosti o fairtradové výrobky.

Mezi dílčí cíle projektu patří zjištění míry povědomí a rozsahu znalostí veřejnosti o fair trade; vytvoření segmentace obyvatel založené na zájmu o fair trade a na postojích k fairtradovým výrobkům; vysvětlení, jak vybrané faktory ovlivňují pravděpodobnost nákupu fairtradových výrobků; provedení rozboru souvislostí mezi povědomím o fairtradových výrobcích a nákupním chováním a charakterizace jednotlivých forem nákupního chování ve vztahu k fairtradovým výrobkům.

Cílem tohoto dílčího výstupu je informovat o vybraných nákupních zvyklostech týkajících se fairtradových výrobků.

SOUHRN VÝSLEDKŮ

Fairtradové výrobky kupuje (ať už pravidelně či nepravidelně) přibližně čtvrtina dotázaných. Respondenti nakupují fairtradové výrobky zejména proto, že je považují za kvalitní a zdravé, a protože chtějí pomoci lidem v chudších zemích a vyzkoušet něco nového.

Lidé fairtradové výrobky nekupují zejména kvůli tomu, že nevědí o jejich existenci.

Lidé nakupují fairtradové výrobky nejčastěji ve specializovaných obchodech s těmito produkty a v super-/hypermarketech, přičemž nejčastěji si do nákupního košíku dávají fairtradový čaj, kávu, čokoládu a kakao.

Respondenti nakupují fairtradové výrobky průměrně 2,2 krát za měsíc; v průměru za ně utratí 405 Kč.

METODIKA VÝZKUMU

Údaje obsažené v tomto přehledu pocházejí z výzkumného šetření realizovaného nezávislým Institutem evaluací a sociálních analýz (INESAN) v rámci projektu č. CZ.2.01.2011.221.001.

Sběr dat byl realizován v České republice na přelomu roku 2011 a 2012. K výběru respondentů bylo použito kvótní techniky. Do zkoumaného vzorku byli zařazováni zástupci obecné dospělé populace ČR ve věku od 18 do 64 let. Při koncipování výběru byly použity aktuální údaje Českého statistického úřadu.

V rámci provedeného výzkumného šetření bylo provedeno a analyzováno celkem 1.188 interview.

SOCIODEMOGRAFICKÝ PROFIL

Pohlaví:

50 % souboru tvoří ženy, 50 % tvoří muži

Věk:

24 % respondentů je mladších než 30 let, 45 % respondentů je ve věku 30 – 49 let a 31 % respondentů má 50 a více let

Nejvyšší dosažené vzdělání:

9 % respondentů má základní vzdělání, 34 % má střední vzdělání bez maturity, 44 % respondentů má střední vzdělání s maturitou a 14 % respondentů má vysokoškolské vzdělání

Struktura podle regionu:

12 % respondentů je z Prahy, 49 % respondentů je z Čech a 39 % respondentů je z Moravy

Čistý měsíční příjem domácnosti:

17 % domácností má příjem nižší než 18 000 Kč, 55 % domácností má příjem v intervalu 18 000 – 34 999 Kč a 28 % domácností má měsíční příjem vyšší než 35 000 Kč

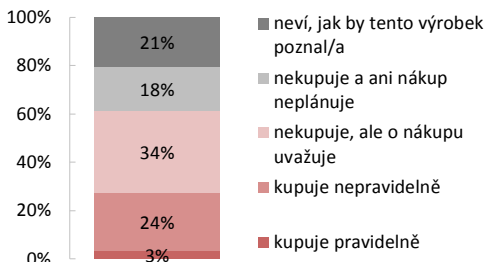
VYBRANÉ DETERMINANTY NÁKUPU FAIRTRADOVÝCH VÝROBKŮ

DÍLČÍ VÝSLEDKY ŠETŘENÍ

i Fairtradové výrobky si kupuje celkem **27 %** respondentů, přičemž **3 %** si tyto výrobky kupují pravidelně a **24 %** tak činí nepravidelně.

Zájem o nákup fairtradových výrobků vyjádřila třetina dotázaných. Ostatní respondenti (39 %) fairtradové výrobky nekupují a ani jejich nákup neplánují nebo neví, jak tyto výrobky vypadají, podle čeho je lze identifikovat.

Graf č. 1: Nákup fairtradových výrobků



Ze spontánních odpovědí respondentů popisujících důvody nákupu fairtradových výrobků vyplývá, že je k nákupu těchto výrobků nejčastěji motivuje jejich přesvědčení o **kvalitě fairtradových výrobků** a také jejich přesvědčení, že jsou tyto **výrobky zdravé**. Motivující je také přesvědčení o pomoci rozvojovým zemím, dobrý pocit z jejich nákupu, jejich dobrá chuť a příspěvek na dobrou věc. Někteří respondenti nakupují fairtradové výrobky dále třeba jen proto, že je chtějí vyzkoušet.

Schéma č. 1: Spontánně uvedené důvody nákupu fairtradových výrobků

SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI

- jsou kvalitní **28 %**
- jsou zdravé **16 %**
- pomoc rozvojovým zemím **11 %**
- mám z jejich nákupu dobrý pocit **11 %**
- mají dobrou chuť/ jsou chutnější **10 %**
- chtěl/a jsem je vyzkoušet **10 %**
- přispívám na dobrou věc **10 %**

Pozn.: údaje se vztahují jen k respondentům, kteří uvedli konkrétní důvody nákupu fairtradových výrobků (51 %)

Kromě spontánně uvedených důvodů nákupu fairtradových výrobků byly zjišťovány i konkrétní vybrané důvody nákupu těchto výrobků. Z těchto vybraných důvodů se na prvních místech umístila **pomoc lidem v chudších zemích (27 %)** a **snaha vyzkoušet něco nového (26 %)**.

Mezi důvody, které stimulují k nákupu fairtradových výrobků přibližně pětina respondentů patří:

- je to snadný způsob, jak pomoci dobré věci
- pomoc farmářům
- mít ze sebe dobrý pocit
- jsou zdravější
- pomoc lidem v rozvojových zemích
- vyšší kvalita

i Respondenti, kteří fairtradové výrobky nenakupují nebo jejich nákup neplánují, tak činí zejména proto, že **neví, že takovéto výrobky existují (62 % respondentů)**. Třetina těchto respondentů uvádí, že **je zvyklá kupovat jiné výrobky** a že **neví, kde lze tyto výrobky zakoupit**.

Téměř polovina respondentů nakupuje fairtradové výrobky ve **specializovaných prodejnách**, 44 % respondentů je nakupuje v **hyper-/supermarketech** a více než pětina z nich je objednává na Internetu prostřednictvím **e-shopů**. Jako nejméně často využívané nákupní kanály jsou hodnoceny promo akce a běžné pultové prodejny.

Schéma č. 2: Místa nákupu fairtradových výrobků

SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI

- specializované obchody s fairtradovými výrobky **46 %**
- hyper-/supermarkety **44 %**
- e-shopy **22 %**
- promo akce **14 %**
- běžné pultové prodejny **7 %**

Pozn.: údaje se vztahují jen k respondentům, kteří nakupují fairtradové výrobky (27 %)

i Z jednotlivých druhů fairtradových výrobků respondenti v nejvyšší míře nakupují (popř. si koupili zatím jen jednou) **čaj (28 % respondentů)**, **kávu (27 % respondentů)**, **čokoládu (20 % respondentů)** a **kakao (16 % respondentů)**.

Z dalších aspektů nákupu fairtradových výrobků byla v rámci výzkumu zjišťována frekvence jejich nákupu a výše měsíční útraty za tyto výrobky. Z odpovědí respondentů, kteří nakupují fairtradové výrobky vyplývá, že tyto výrobky nakupují průměrně **2,2 krát za měsíc** (medián = 1,0) a měsíčně připadá na osobu nákup fairtradových výrobků ve výši **405 Kč** (medián = 250 Kč).

Schéma č. 3: Vybrané parametry nákupu fairtradových výrobků

