

E-COMMERCE A ÚDRŽITELNOST

Závěrečná zpráva z výzkumu

Ipsos pro A-CSR

Květen 2023



Asociace
společenské
odpovědnosti

3

Hlavní zjištění

4

#1 E-commerce a udržitelnost

10

#2 Udržitelnost produktů

15

#3 Kontakty

16

#4 Příloha

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ

Udržitelnost výrobků, e-shopů i dopravy zboží je pro Čechy důležitým doplňkem k základním požadavkům na trvanlivost, férovou cenu a pohodlí. Zajímají se o ni hlavně ženy. O certifikacích, uhlíkové stopě či produkci sociálních podniků je třeba většinu populace teprve edukovat.

E-COMMERCE A UDRŽITELNOST

- Při nákupu v e-shopech volí Češi nejčastěji **osobní převzetí zboží ve výdejních místech**. Vybírají zejména podle **ceny, pohodlí a rychlosti** dopravy. Téměř polovina zákazníků e-shopů považuje za důležité ekologické balení, 4 z 10 také ekologičnost doručení.
- **Ekologická doprava zdarma** může být důležitým rozhodujícím faktorem pro výběr e-shopu – více než polovina zákazníků by tuto variantu upřednostnila před klasickou dopravou zdarma.
- Doručování **v recyklovaných nebo dříve použitých obalech by uvítaly téměř 2/3** kupujících (zejména ženy).
- S možností **kompenzovat uhlíkovou stopu** dopravy zboží nebo své cesty se zatím **setkala pouze 1/4 Čechů**, 9 % ji využilo.
- 40 % Čechů uvádí, že je pro ně důležité, zda se e-shop chová udržitelně, a 33 % se dle svých slov zajímá, zda daný e-shop získal nějaká ocenění v oblasti udržitelnosti.
- **Více než 1/5** zákazníků **se ale s informacemi o udržitelnosti** e-shopů dosud **nesetkala** a 1/6 neví o žádných certifikátech či oceněních.

UDRŽITELNOST PRODUKTŮ

- **65 % Čechů bere v potaz udržitelnost výrobků** – mají být především trvanlivé, prodávané za férovou cenu a opravitelné.
- **Uhlíkovou stopu** aspoň u některých výrobků **by chtělo znát 38 %** nakupujících. 43 % by uvítalo její označování v obchodech.
- S nákupem pomáhajících nemateriálních dáreků mají zkušenost téměř 4 z 10 Čechů, 1 z 10 pak takový dárek někdy obdržel.
- **Téměř 2/3** obyvatel **nakupují** aspoň někdy produkty **od sociálních podniků či chráněných dílen**.

E-COMMERCE A UDRŽITELNOST

Jak Češi nakupují online?

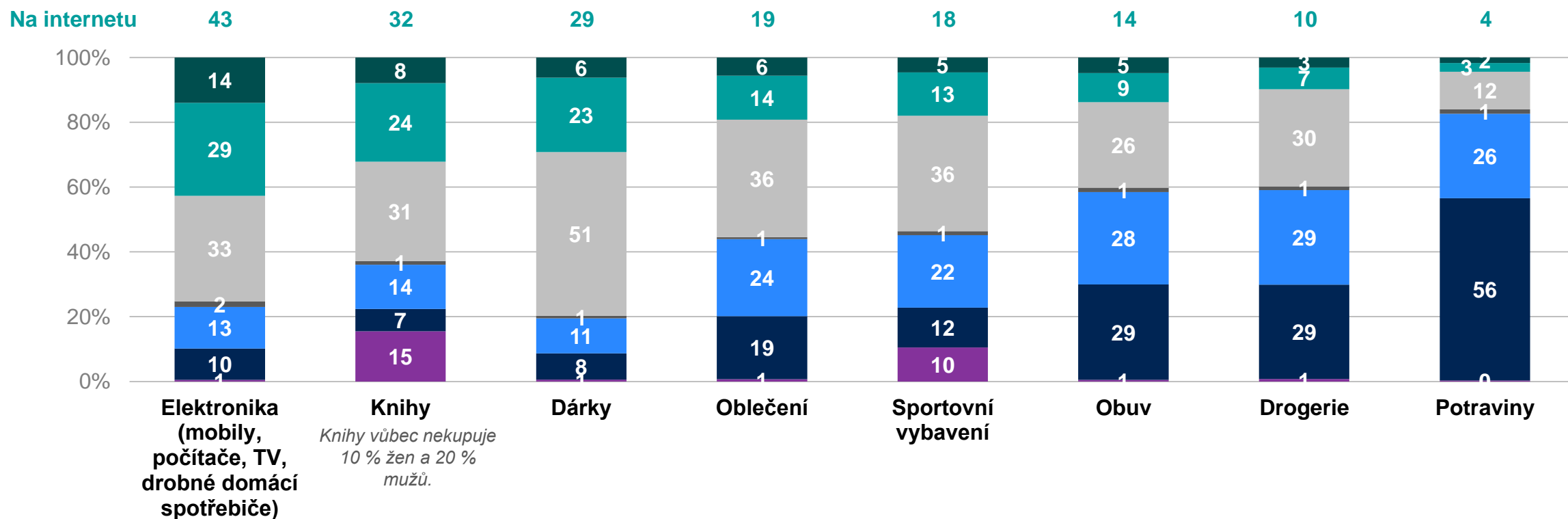
Záleží jim na ekologičnosti balení a dopravy?

Je pro ně důležité, jestli se e-shop chová udržitelně?

JAK ČEŠI NAKUPUJÍ?

Češi online nakupují nejčastěji elektroniku, knihy či dárky. Nákupy oblečení a obuvi v e-shopech jsou doménou mladých zákazníků. Výrazná preference kamenných prodejen u všech kategorií zboží je patrná až u lidí starších 50 let.

- Vždy nebo téměř vždy na internetu
- Někdy na internetu, někdy v kamenné prodejně
- Spíše v kamenné prodejně
- Toto zboží vůbec nekupuji
- Spíše na internetu
- Vyberu v kamenné, koupím na internetu
- Vždy nebo téměř vždy v kamenné prodejně



Otázka: Q1. Prosím, označte, kde obvykle nakupujete různé druhy zboží.
 Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)
 *NA internetu = vždy nebo téměř vždy na internetu + spíše na internetu

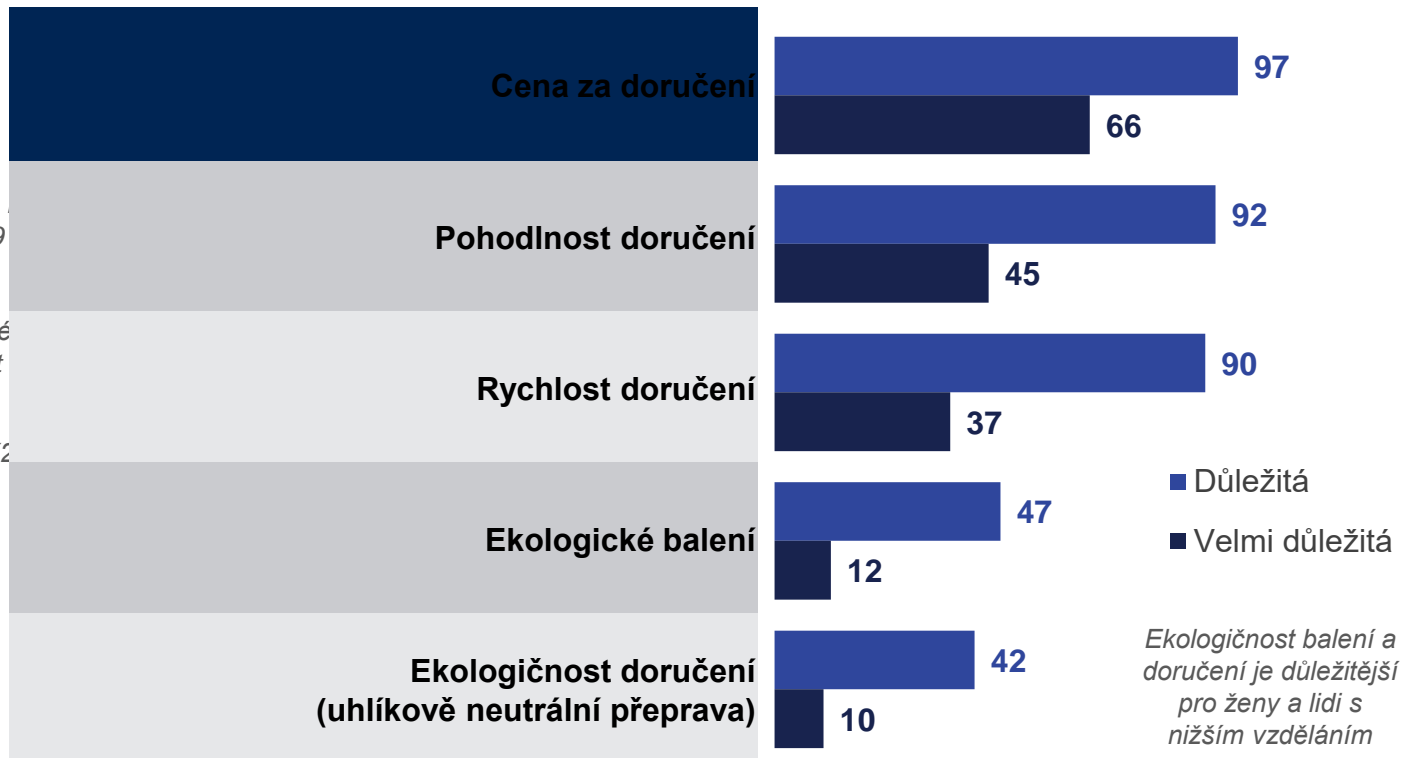
JAK SI ČEŠI NECHÁVAJÍ DORUČIT ZBOŽÍ Z E-SHOPŮ A CO JE PRO NĚ DŮLEŽITÉ?

Pro doručení zboží z e-shopů volí zákazníci zdaleka nejčastěji vyzvednutí na odběrném místě – optimálně vyvažující požadavky na cenu, pohodlnost a rychlost doručení. Téměř polovina zákazníků e-shopů považuje za důležité ekologické balení, 4 z 10 také ekologičnost doručení.

PREFEROVANÝ ZPŮSOB DORUČENÍ



CO JE PŘI VÝBĚRU ZPŮSOBU DORUČENÍ DŮLEŽITÉ



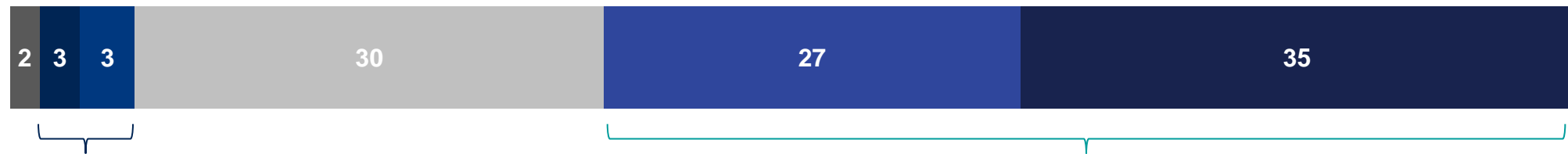
Otázka: Q2. Když nakupujete zboží na internetu, jaký způsob doručení zboží obvykle volíte? Q3. Do jaké míry je pro Vás při výběru způsobu doručení zboží z e-shopů důležitá/é...?
 Báze: N=923 (ti, kteří aspoň někdy nakupují na internetu)

UVÍTALI BY NAKUPUJÍCÍ BALENÍ DO RECYKLOVANÝCH KRABIC?

Doručování v recyklovaných nebo dříve použitých obalech by uvítaly téměř 2/3 kupujících (zejména ženy). Naopak jejich použití by vadilo jen 6 % zákazníků.

■ Nenakupuju v e-shopech ■ Určitě by mi to vadilo ■ Spíše by mi to vadilo ■ Je mi to jedno ■ Spíše bych to uvítal/a ■ Určitě bych to uvítal/a

Zejména ženy (42 %)



6 % by recyklované nebo dříve použité obaly vadily

62 % by recyklované nebo dříve použité obaly uvítalo



Otázka: Q6. *Uvítal/a byste, kdyby e-shopy při balení zboží více využívaly recyklované nebo už dříve využitě obaly (např. starší krabice, novinový papír apod.)?*
Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)

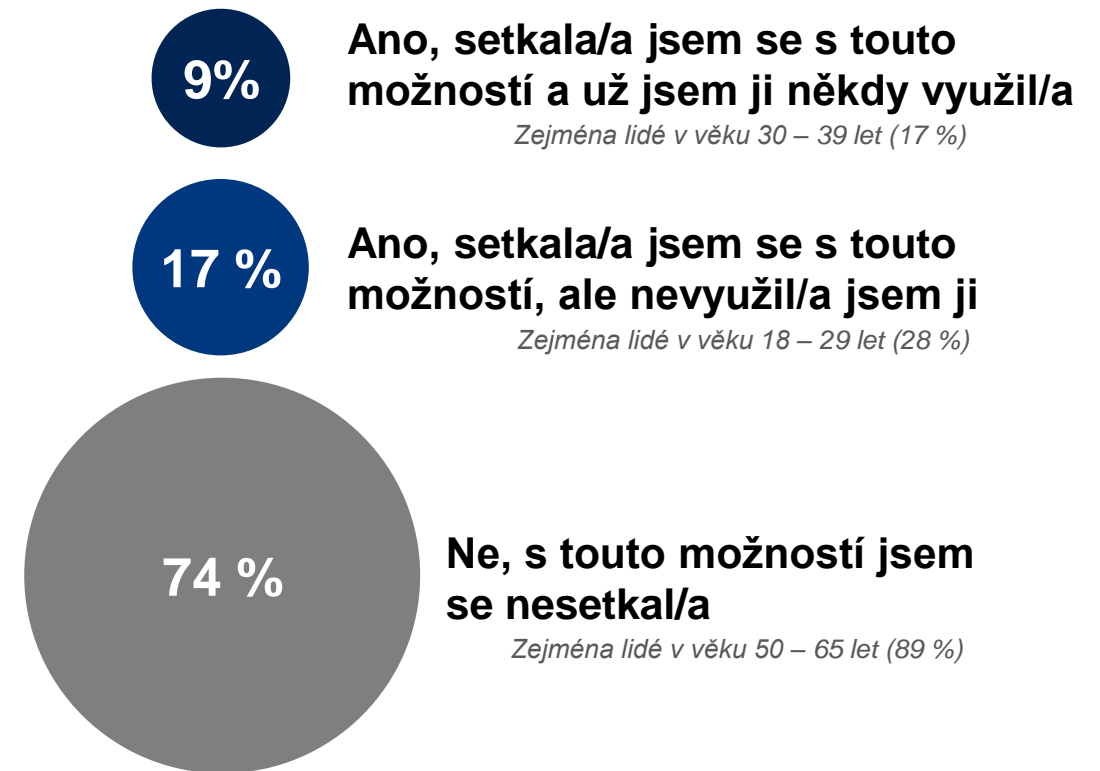
DALI BY ČEŠI PŘEDNOST EKOLOGICKÉ DOPRAVĚ A KOMPENZACI UHLÍKOVÉ STOPY?

Ekologická doprava zdarma může být důležitým rozhodujícím faktorem pro výběr e-shopu – více než polovina zákazníků by tuto variantu upřednostnila před klasickou dopravou zdarma. S možností kompenzovat svou uhlíkovou stopu se zatím setkala pouze čtvrtina Čechů.

PREFERENCE E-SHOPU S EKOLOGICKOU DOPRAVOU



KOMPENZACE UHLÍKOVÉ STOPY PŘÍPLATKEM



Otázka: Q4. Pokud by nějaký e-shop nabízel zdarma ekologickou (uhlíkově neutrální) dopravu zboží, upřednostnil/a byste ho před jiným e-shopem, kde by doprava zdarma nebyla ekologická (uhlíkově neutrální)? Q5. Setkal/a jste se už někdy s možností kompenzovat skrze příplatek k ceně uhlíkovou stopu dopravy zboží nebo cesty vlakem či letadlem?
Báze: Q4. N=923 (ti, kteří aspoň někdy nakupují na internetu); Q5. N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)

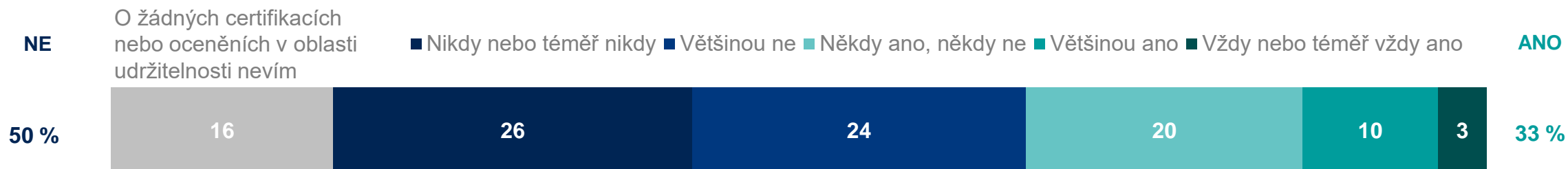
JE UDRŽITELNOST E-SHOPŮ PRO KUPUJÍCÍ DŮLEŽITÁ?

40 % Čechů uvádí, že je pro ně důležité, zda se e-shop chová udržitelně a 33 % se dle svých slov zajímá, zda daný e-shop získal nějaká ocenění v oblasti udržitelnosti. Stále však zůstává mnoho prostoru k edukaci, protože více než pětina zákazníků se s informacemi o udržitelnosti e-shopů dosud nesetkala.

JE DŮLEŽITÉ, JESTLI SE E-SHOP CHOVÁ UDRŽITELNĚ



DÍVAJÍ SE NAKUPUJÍCÍ NA OCENĚNÍ ZA UDRŽITELNOST



Otázka: Q15. Je pro Vás při výběru obchodu nebo e-shopu, kde nakoupíte, důležité, jestli se chová udržitelně?

Q16. Díváte se při výběru obchodu nebo e-shopu, kde nakoupíte, na to, zda získal v oblasti udržitelnosti nějaké certifikace nebo ocenění?

Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)

UDRŽITELNOST PRODUKTŮ

Co je pro Čechy udržitelný produkt? Co musí splňovat?

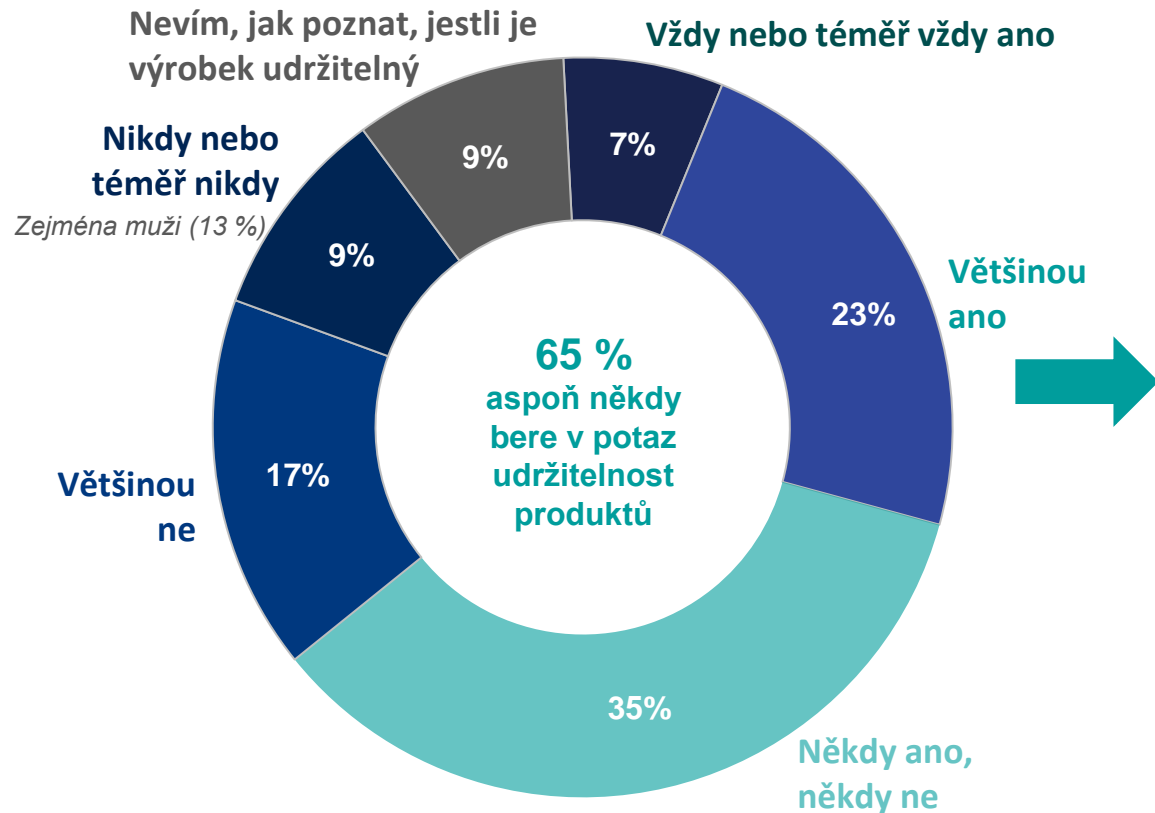
Chtěli by zákazníci znát uhlíkovou stopu výrobků?

Kupují Češi pomáhající nemateriální dárky a produkty chráněných dílen a sociálních podniků?

CO JE PRO ČECHY UDRŽITELNOST PRODUKTŮ A JAKÝ NA NI KLADOU DŮRAZ?

Až 2/3 českých zákazníků berou při výběru produktů aspoň někdy v potaz jejich udržitelnost. Nejčastěji považují za udržitelný výrobek ten, který je vyroben z recyklovaných/recyklovatelných materiálů nebo který dlouho vydrží. 4 z 10 Čechů ale nedokáží udržitelný produkt nijak charakterizovat.

BEROU NAKUPUJÍCÍ V POTAZ UDRŽITELNOST PRODUKTŮ



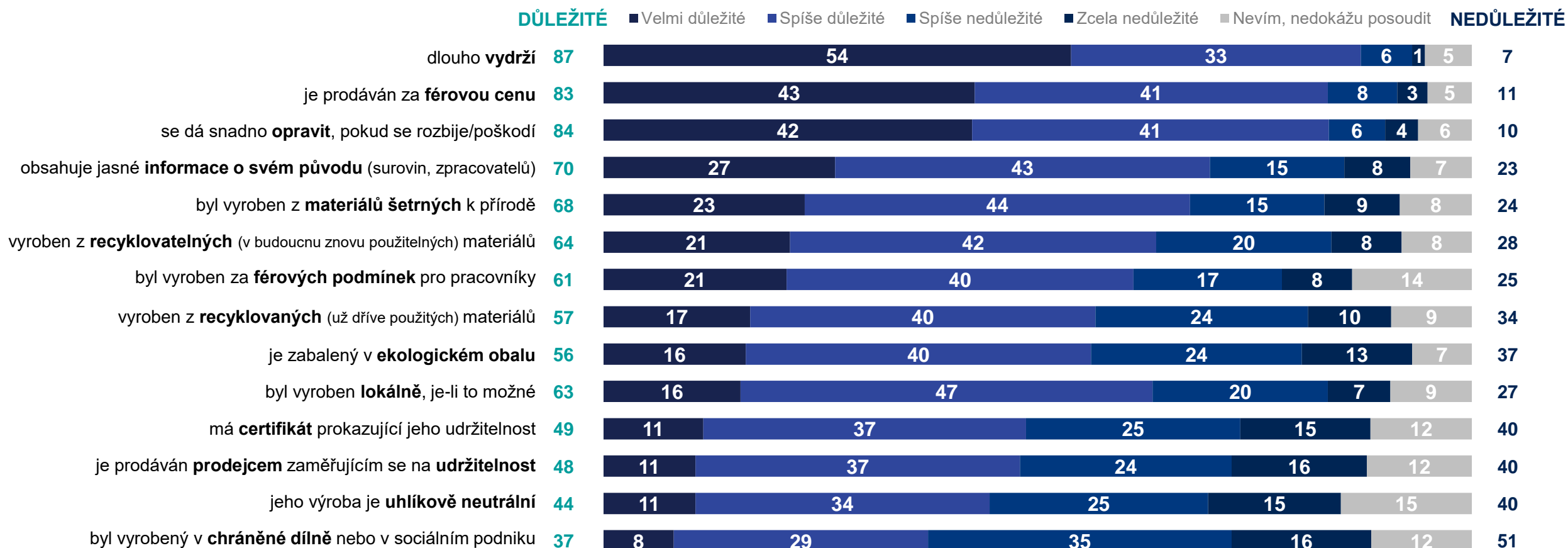
CO MUSÍ SPLŇOVAT UDRŽITELNÝ VÝROBEK (SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI)



Otázka: Q7. Berete při výběru produktů v potaz jejich udržitelnost? Q8. Co podle Vás musí výrobek splňovat, aby byl udržitelný? Prosim, pokuste se popsat co nejdetailněji.
 Báze: Q7. N=1001 (reprezentativní vzorek české populace); Q8. N=651 (ti, kteří berou udržitelnost v potaz) – zobrazeny pouze kódy s frekvencí min. 2 %

JAKÝ MÁ BÝT UDRŽITELNÝ VÝROBEK?

V popředí požadavků českých zákazníků na udržitelné výrobky jsou dlouhodobá výdrž, férová cena a opravitelnost. Naopak udržitelná certifikace, uhlíkově neutrální výroba či původ v sociálním podniku jsou zatím pro většinu Čechů spíše okrajovými (a mnohdy neznámými) kritérii.

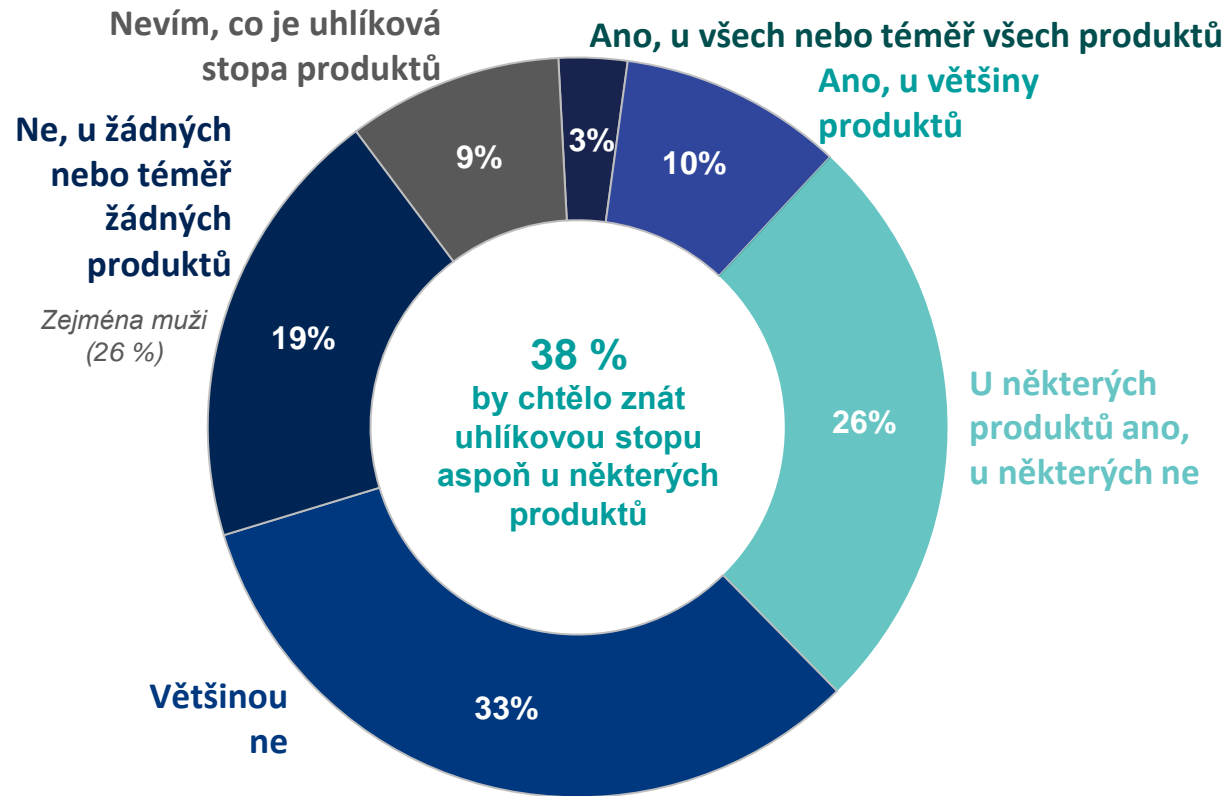


Otázka: Q9. Prosím označte, do jaké míry je podle Vás pro udržitelnost výrobku důležité, zda..
 Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)

CHTĚLI BY ZÁKAZNÍCI ZNÁT UHLÍKOVOU STOPU VÝROBKŮ?

Více než třetina zákazníků by chtěla aspoň u některých kupovaných produktů znát jejich uhlíkovou stopu a 43 % kupujících by uvítalo označování ekologické stopy produktů v obchodech.

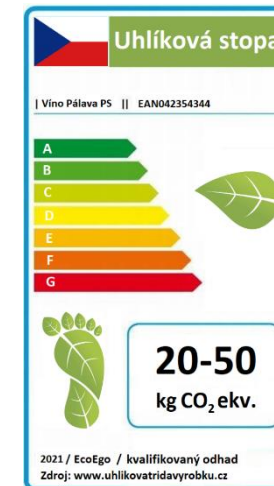
JE DŮLEŽITÉ ZNÁT UHLÍKOVOU STOPU PRODUKTŮ



MĚLY BY OBCHODY UVÁDĚT UHLÍKOVOU STOPU PRODUKTŮ

43 % Čechů říká, že ano
(9 % určitě ano a 34 % spíše ano)

Výrazně proti jsou zejména muži

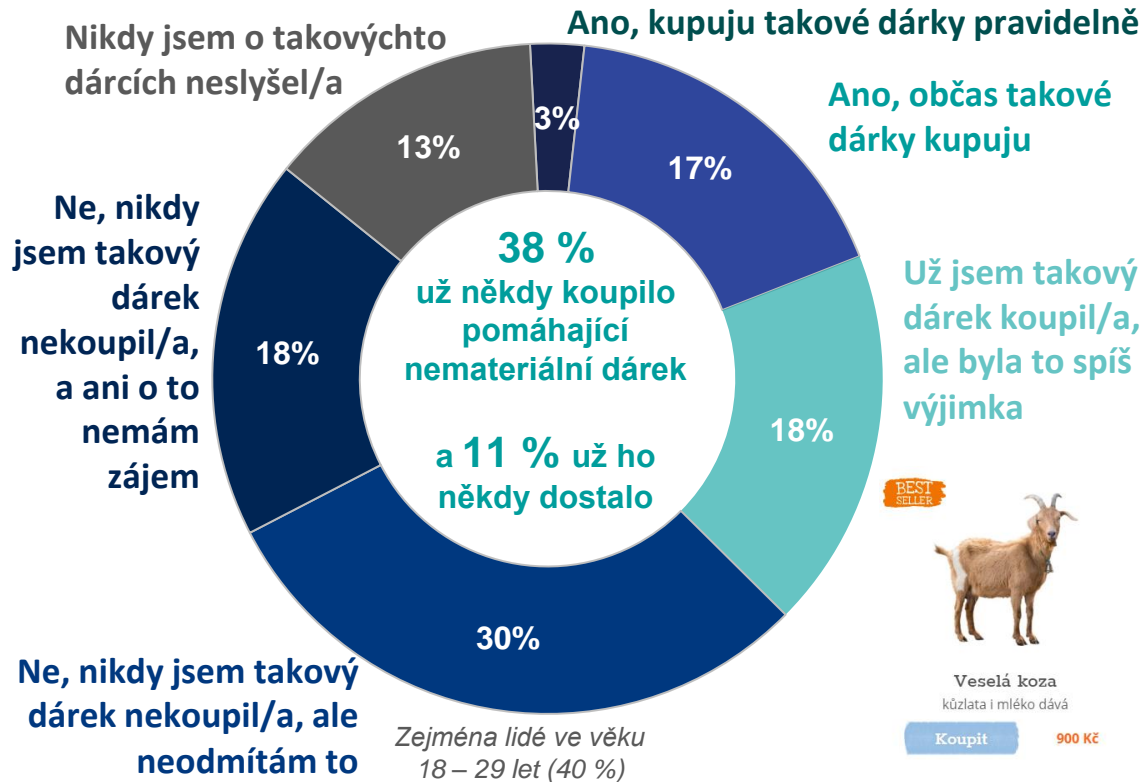


Otázka: Q10. Je pro Vás důležité znát uhlíkovou stopu produktů, které kupujete? Q11. Měla by podle Vás být u produktů v obchodech uváděna informace o jejich uhlíkové stopě?
Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)
Zdroj obrázku: <https://www.ecoego.cz/uhlikova-trida-vyrobku-uhlikovy-stitek/>

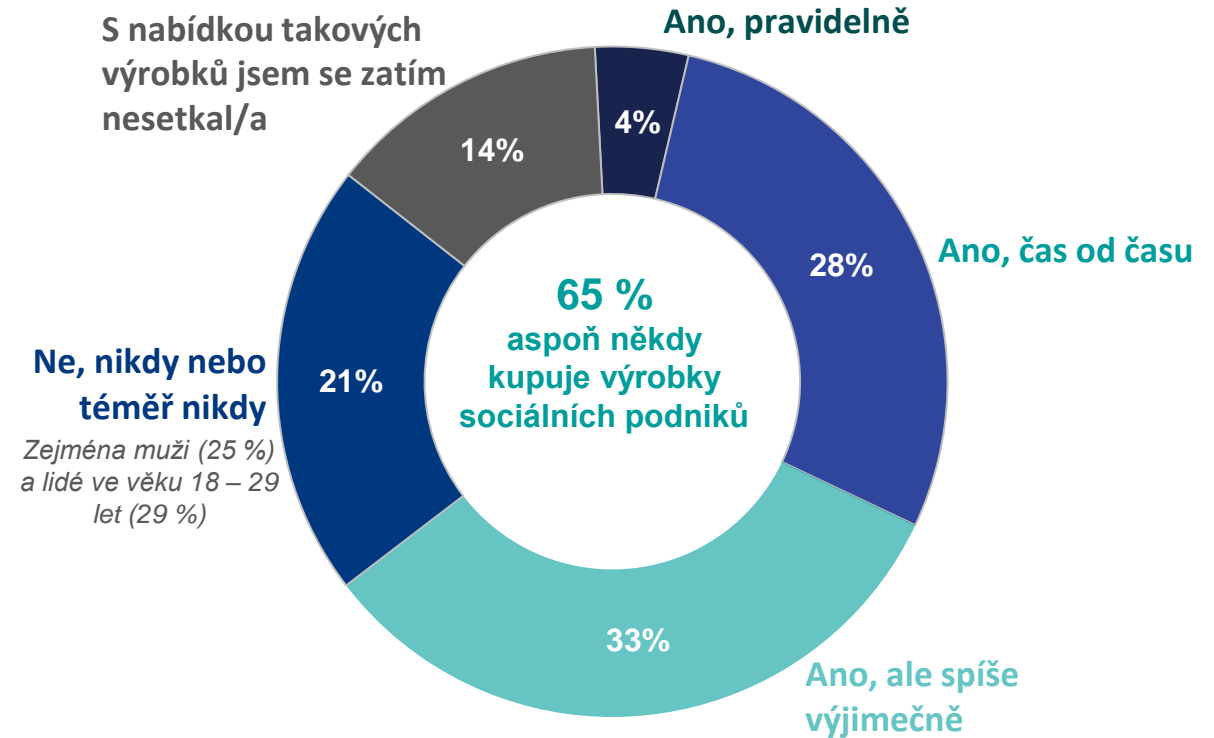
POMÁHAJÍCÍ NEMATERIÁLNÍ DÁRKY A NÁKUPY OD SOCIÁLNÍCH PODNIKŮ

S nákupem pomáhajících nemateriálních dáreků mají zkušenost téměř 4 z 10 Čechů, 1 z 10 pak takový dárek někdy obdržel. Téměř 2/3 obyvatel nakupují aspoň někdy produkty od sociálních podniků či chráněných dílen.

KUPUJÍ ČEŠI POMÁHAJÍCÍ NEMATERIÁLNÍ DÁRKY



NAKUPUJÍ ČEŠI OD SOCIÁLNÍCH PODNIKŮ



Otázka: Q12. Nakupujete někdy výrobky od sociálních podniků nebo chráněných dílen, abyste přispěl/a znevýhodněným lidem, kteří v nich pracují (např. textil, dárky, papírové výrobky, občerstvení, káva apod.)?

Q13. Kupujete někdy jako dárek pro své blízké nemateriální dárky, které pomáhají někomu, kdo to potřebuje (např. poukazy Člověka v tísní, Adry, vouchery na výsadbu stromků, Nocleženy apod.)?

Q14. Dostal/a jste někdy takovýto nemateriální dárek (např. poukazy Člověka v tísní, Adry, vouchery na výsadbu stromků, Nocleženy apod.)?

Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace); Zdroj obrázku: www.skutecnymdarek.cz



Tomáš Macků

External Affairs Director
Ipsos

tomas.macku@ipsos.com

GSM: +420 774 646 799



Markéta Kneblíková

PR Manager
Ipsos

marketa.kneblikova@ipsos.com

GSM: +420 724 601 242

SIMAR

ESOMAR
WORLD RESEARCH

MSPA MYSTERY SHOPPING
PROFESSIONALS ASSOCIATION



ČESKÁ MANAŽERSKÁ ASOCIACE
CZECH MANAGEMENT ASSOCIATION



czech bcsc



APRA
ASOCIACE PUBLIC RELATIONS
PŘIDRUŽENÝ ČLEN

Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00, Praha 1

www.ipsos.cz

www.ipsos.com

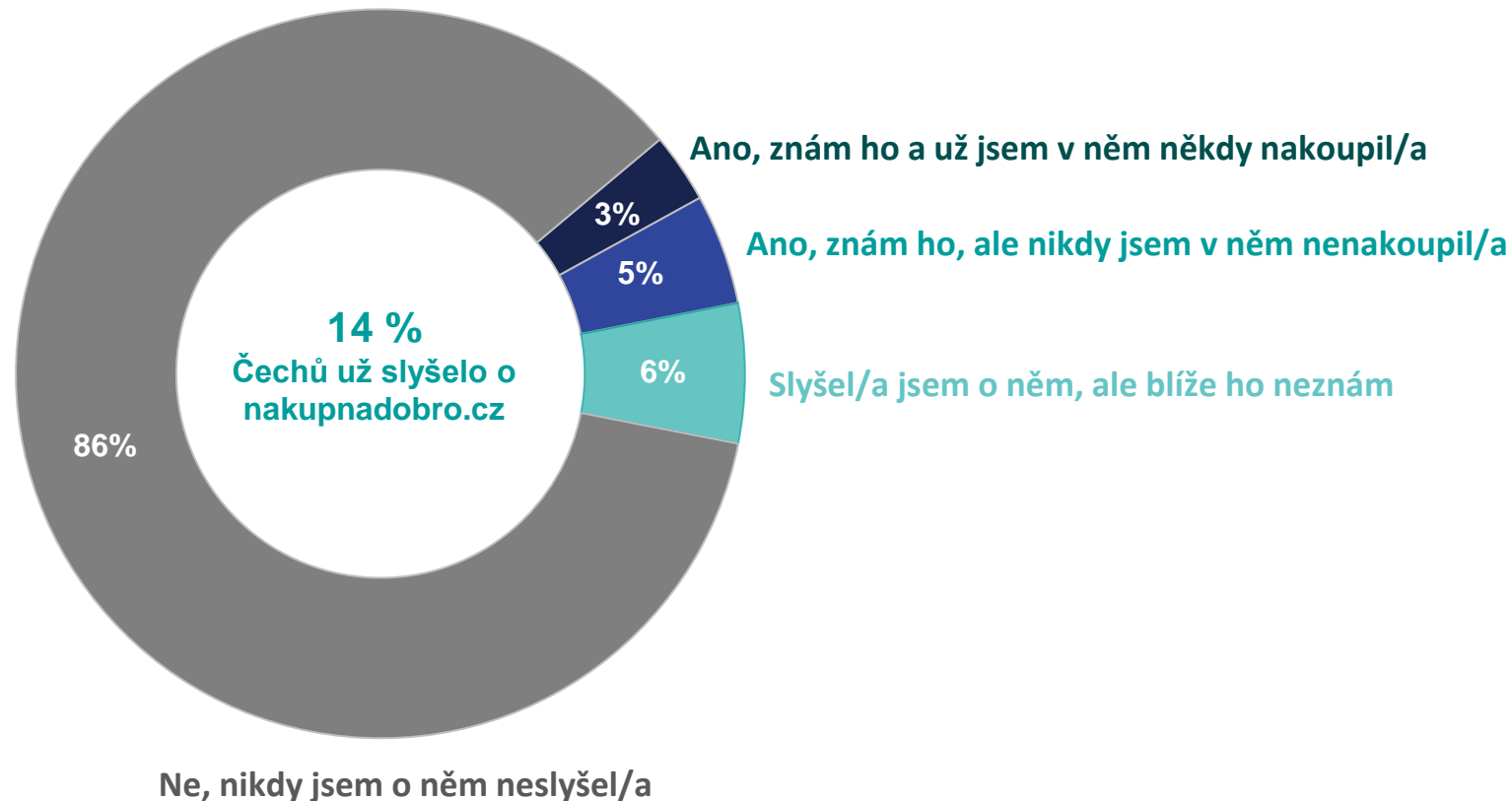


PŘÍLOHA

Znalost Nakup na Dobro Design výzkumu

ZNAJÍ ČEŠI NAKUPNADOBRO.CZ?

S e-shopem Nakup na Dobro se už nějakou formou setkala 14 % Čechů. 3 % v něm dokonce už i nakoupila.



Otázka: Q17. Znáte e-shop s udržitelnými produkty a dárky Nakup na Dobro?
Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)

DESIGN STUDIE

Metoda sběru dat



CASI panel respondentů
Online strukturované dotazníky

Velikost vzorku



N=1001 respondentů

Cílová skupina



Reprezentativní vzorek české populace z hlediska pohlaví, věku, kraje, velikosti místa bydliště a vzdělání

Lokace



Napříč celou Českou republikou

Dotazník



Délka dotazníku 10 minut

Sběr dat



Sběr dat realizovaný v období
5. – 11. května 2023