

Udržitelné chování firmy zajímá hlavně mladé, třetina Čechů si za šetrnější výrobu není ochotná připlatit

25.7.2023 - | Raiffeisenbank

Zásady společenského chování firem jsou často tématem, které vyvolává rozpory.

Někteří zákazníci si kontrolují, z jakých podmínek jimi zakoupené zboží pochází, jiným jde pouze o výslednou cenu a celý proces neřeší. Takové chování u firem sleduje třetina Čechů, pro většinu (67 %) ale míra společenské odpovědnosti nehraje při nakupování roli.

Udržitelné a společensky odpovědné kroky, které firma podniká, jsou podstatnější pro mladé, především ve věku 18 až 24 let. Z těch sleduje jednání firem v této oblasti více než polovina (51 %). Pro nejstarší Čechy je to až o polovinu méně důležité téma.

Pro 63 % populace nejsou podmínky výroby produktů důležité, udržitelnost takového výrobku zajímá pouze čtyři z deseti Čechů. Pokud by u produktu byla doložena šetrnost výroby k životnímu prostředí, 38 % zákazníků by si bylo ochotno připlatit 5 a více procent z ceny za zlepšení environmentálního dopadu. Tři z deseti Čechů si není ochotno připlatit vůbec.

„Stále platí, že pro zákazníky je při nákupu nejdůležitější cena, to platí pro 43 % kupujících. Na druhém místě je potom kvalita, tu řeší jako hlavní faktor při nákupu 37 % Čechů. Naopak obecně to, v jakých podmínkách se produkt vyrábí, už pro lidi tak podstatné není. Jen 9 % řeší zemi původu, mezi takovými zeměmi jsou přitom často i státy s nedemokratickým režimem, nebo ty, které svým zaměstnancům neplatí ani minimální mzdu,“ komentuje chování zákazníků mluvčí Raiffeisenbank Tereza Kaiseršotová.

Pokud se zákazník rozhoduje, zda od firmy zakoupit vybraný produkt, největší bariérou, která nákupu brání, je mediální obraz společnosti. Pro 38 % dotázaných je tak zásadním faktorem pro vyloučení produktu firmy z užšího výběru to, když se o ní v médiích objevují negativní zprávy. Nejméně je naopak shodně trápí výroba v zemích s nedemokratickým režimem a nefér chování k dodavatelům (8 %).

O průzkumu

Průzkum provedla agentura NMS Market Research v červnu 2022 online v Českém národním panelu dotazování na reprezentativním vzorku 1007 respondentů ve věku 18-65 let.

<https://www.rb.cz/informacni-servis/pro-media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2023/tiskove-zpravy-2037/25072023-udrzitelne-chovani-firmy>