

# F-COMMERCE

# A

# UDRŽITELNOST

## 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

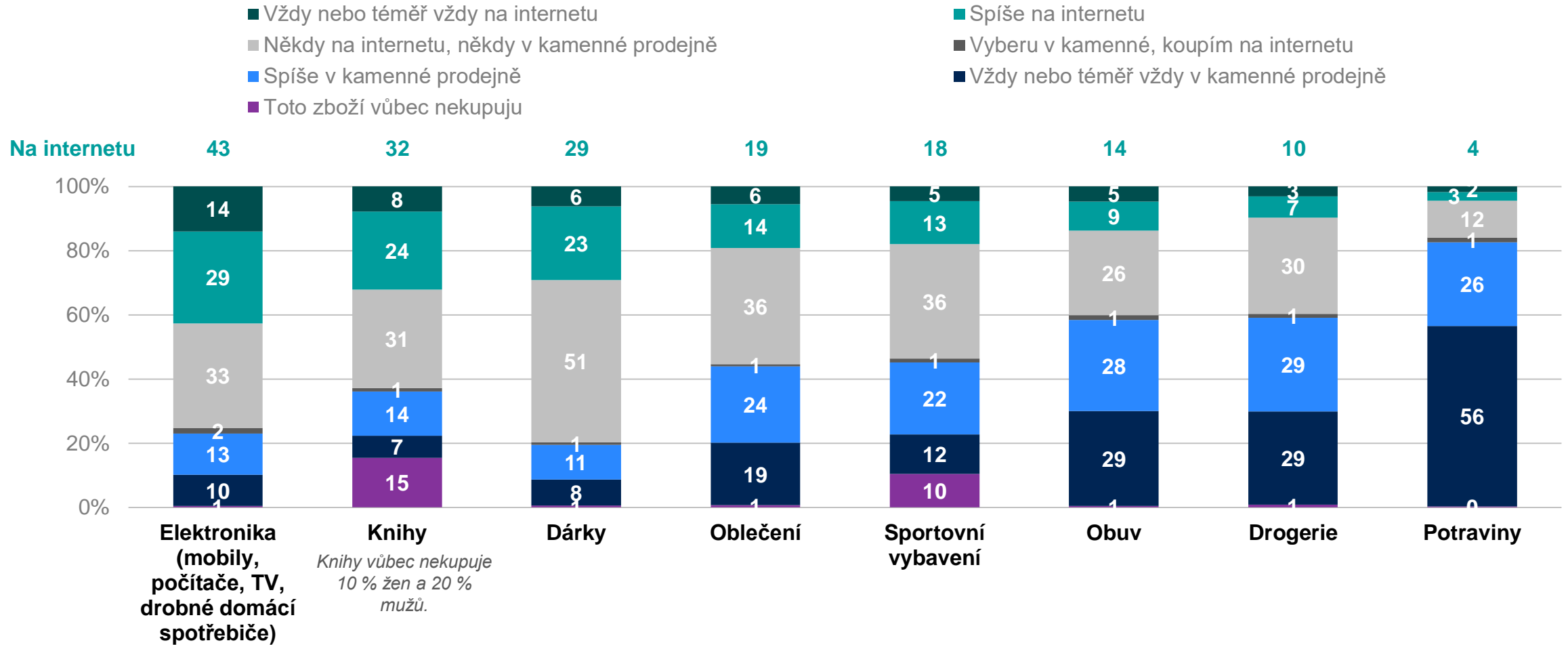
**Jak Češi nakupují online?**

**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.



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

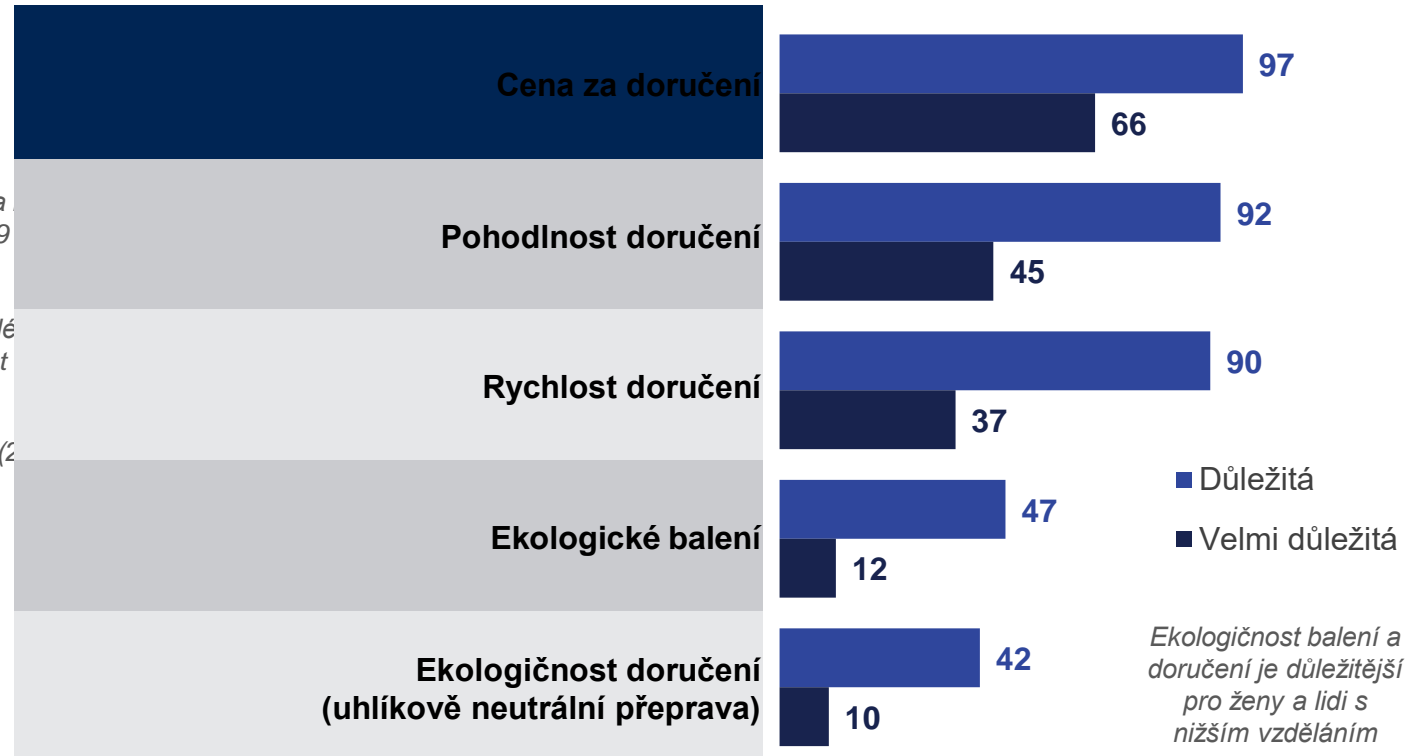
# JAK SI ČEŠI NECHÁVAJÍ DORUČIT ZBOŽÍ Z E-SHOPŮ A CO JE PRO NĚ DŮLEŽITÉ?

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



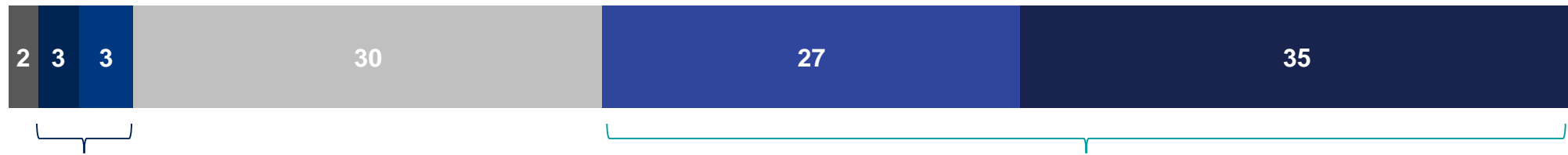
Otázka: Q2. Když nakupujete zboží na internetu, jaký způsob doručení zboží obvykle volíte? Q3. Do jaké míry je pro Vás při výběru způsobu doručení zboží z e-shopů důležitá/é...?  
 Báze: N=923 (ti, kteří aspoň někdy nakupují na internetu)

# 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)

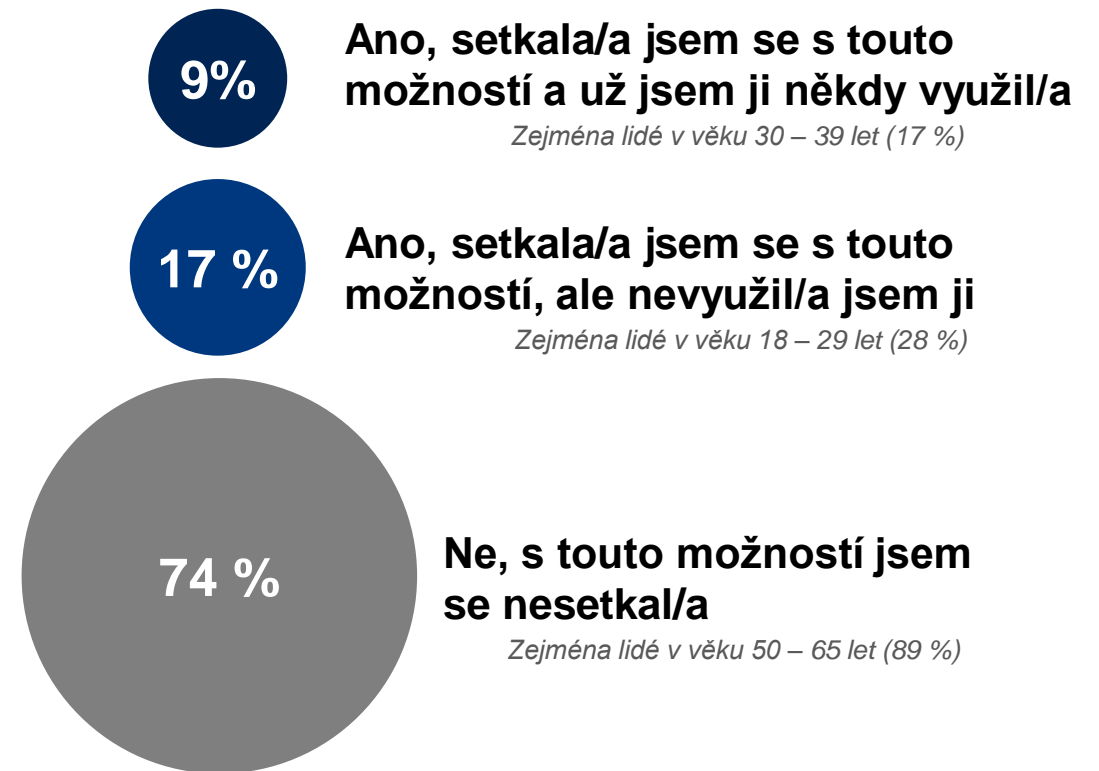
# DALI BY ČEŠI PŘEDNOST EKOLOGICKÉ DOPRAVĚ A KOMPENZACI UHLÍKOVÉ STOPY?

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)



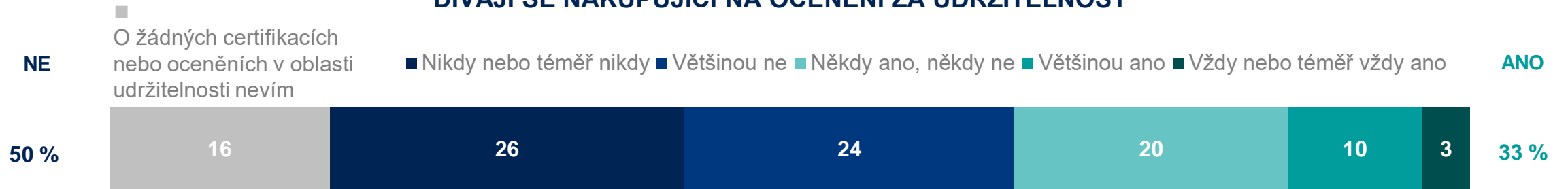
# JE UDRŽITELNOST E-SHOPŮ PRO KUPUJÍCÍ DŮLEŽITÁ?

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 neseťkala.

## 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?**

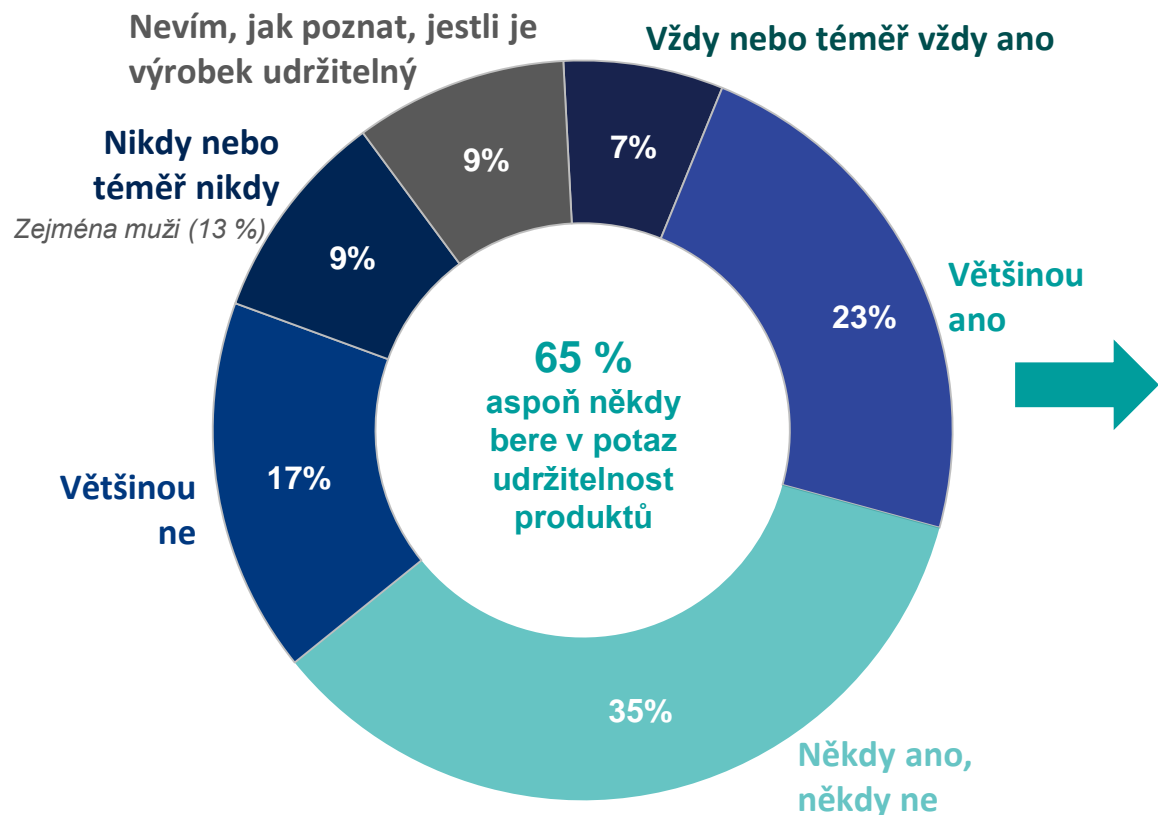
**Chtěli by zákazníci znát uhlíkovou stopu výrobků?**

**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)

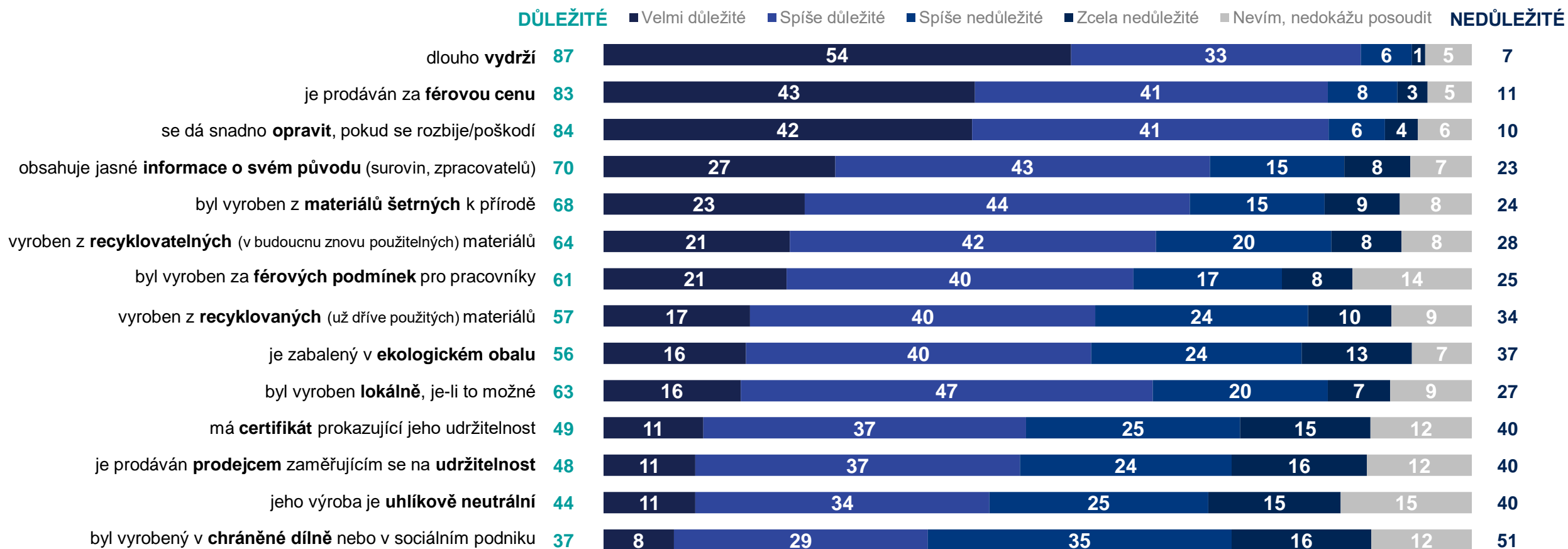


**Ale 41 % nakupujících neví, co má udržitelný výrobek splňovat**

Otázka: Q7. Berete při výběru produktů v potaz jejich udržitelnost? Q8. Co podle Vás musí výrobek splňovat, aby byl udržitelný? Prosím, pokuste se popsat co nejdětalněji.  
 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.



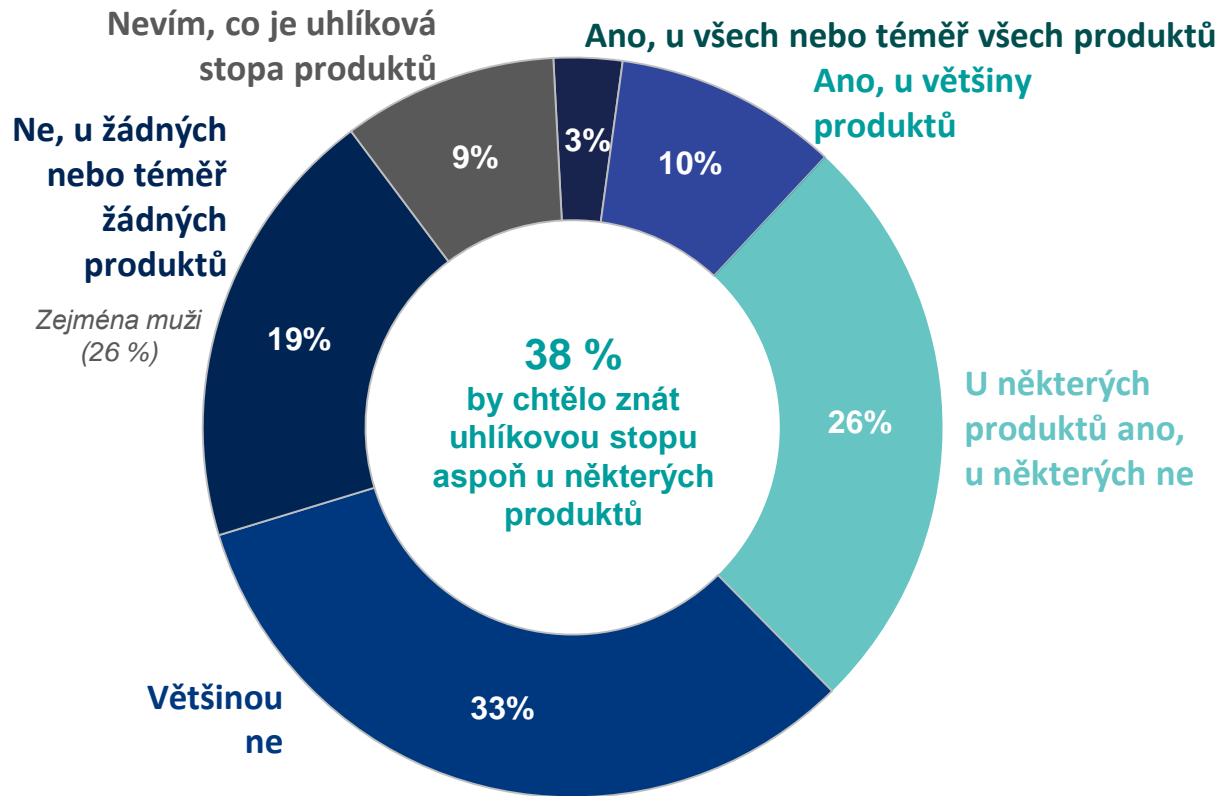
Otázka: Q9. Prosím označte, do jaké míry je podle Vás pro udržitelnost výrobku důležité, zda..  
 Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)



# 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.

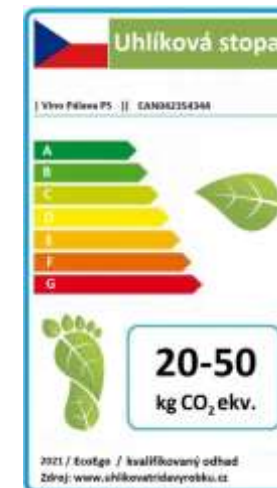
## JE DŮLEŽITÉ ZNÁT UHLÍKOVOU STOPU PRODUKTŮ



## MĚLY BY OBCHODY UVÁDĚT UHLÍKOVOU STOPU PRODUKTŮ

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

Výrazně proti jsou zejména muži

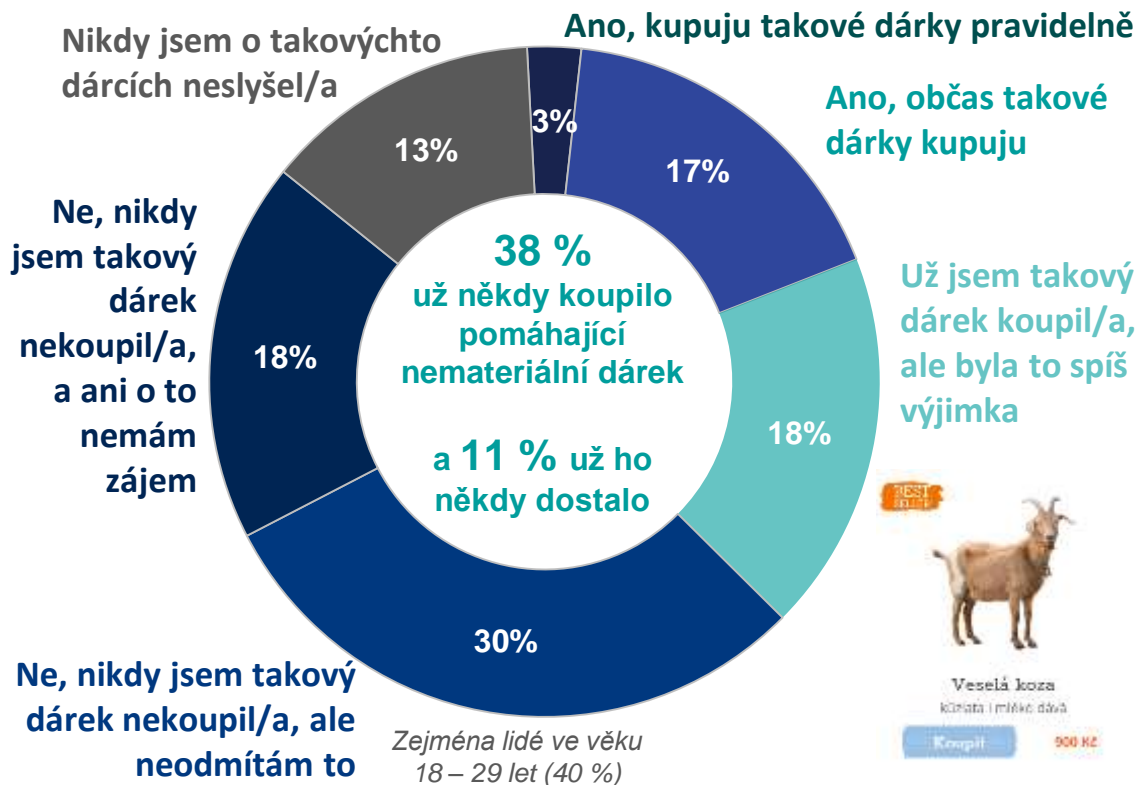


Otázka: Q10. Je pro Vás důležité znát uhlíkovou stopu produktů, které kupujete? Q11. Měla by podle Vás být u produktů v obchodech uváděna informace o jejich uhlíkové stopě?  
Báze: N=1001 (reprezentativní vzorek české populace)  
Zdroj obrázku: <https://www.ecoego.cz/uhlikova-trida-vyrobku-uhlikovy-stitek/>

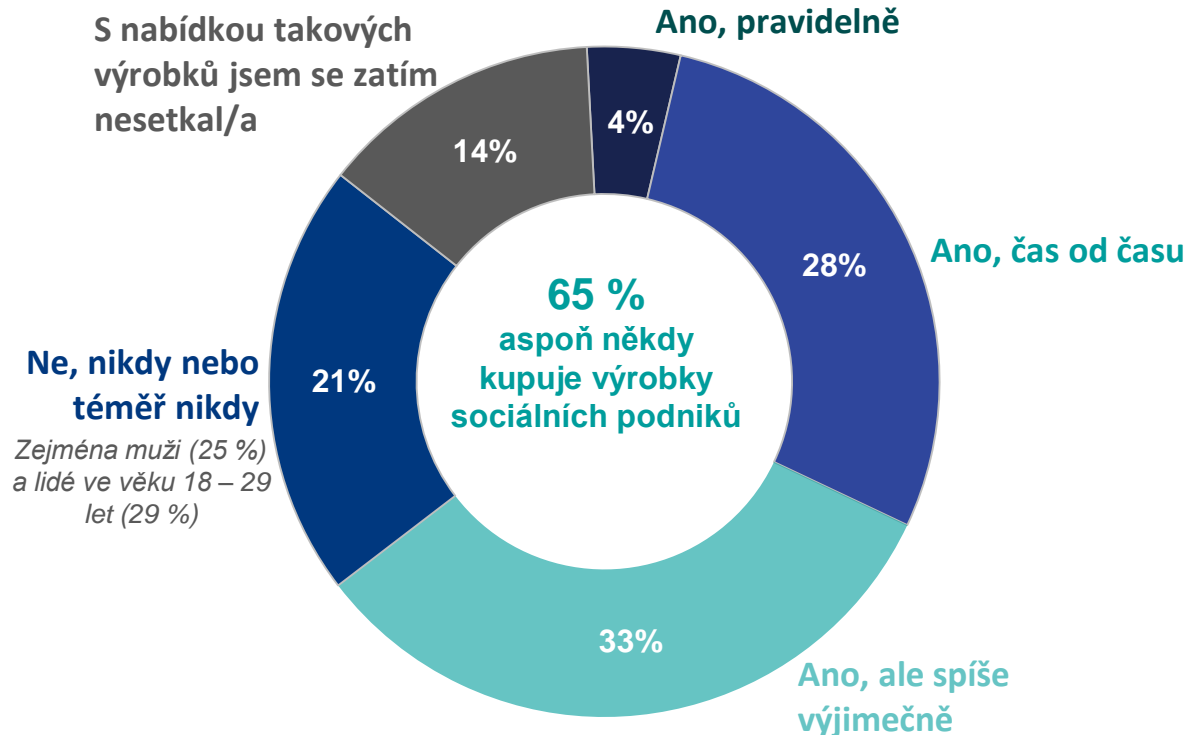
# POMÁHAJÍCÍ NEMATERIÁLNÍ DÁRKY A NÁKUPY OD SOCIÁLNÍCH PODNIKŮ

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.

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

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



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

[www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz)

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)



# 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