

nielsen

CHANGE YOUR SHOES

(OBUJ SE DO TOHO)

TÉMA PRO EVROPSKOU UNII



ČESKÁ REPUBLIKA



Harald Blaha /
Tanja Fink



KONCEPCE PRŮZKUMU STRUKTURA VZORKU

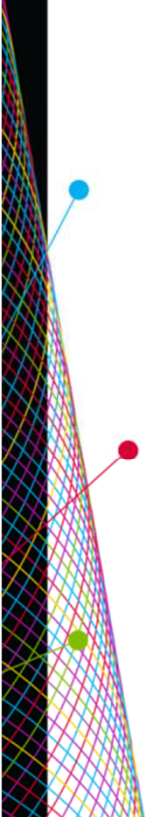
KONCEPCE PRŮZKUMU

- Realizace průzkumu: červen 2015
- Cílová skupina: reprezentativní vzorek – věk(18-65)/pohlaví
- Metoda: on-line interview
- Vzorek: n=10 000 interview (500 z každé země)
- Zpracovatel průzkumu: The Nielsen Company (Austria) GmbH
Harald Blaha
+43 (1) 98 110 – 325
harald.blaha@nielsen.com





















Tanja Fink

+43 (1) 98 110 – 479

tanja.fink@nielsen.com



SOCIODEMOGRAFICKÉ ÚDAJE

																					
	CELKEM	RAKOUSKO	BELGIE	BULHARSKO	CHORVATSKO	ČESKÁ REPUBLIKA	DÁNSKO	ESTONSKO	FINSKO	FRANCIE	NĚMECKO	MAĎARSKO	ITÁLIE	IRSKO	NIZOZEMÍ	POLSKO	SLOVENSKO	SLOVINSKO	ŠPANĚLSKO	ŠVÉDSKO	VELKÁ BRITÁNIE
VELIKOST VZORKU	10,018	500	500	514	502	500	500	500	500	502	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
POHLAVÍ																					
MUŽI	50 %	50 %	50 %	50 %	50 %	49 %	50 %	48 %	50 %	50 %	50 %	49 %	50 %	50 %	50 %	50 %	50 %	50 %	50 %	51 %	49 %
ŽENY	50 %	50 %	50 %	50 %	50 %	51 %	50 %	52 %	50 %	50 %	50 %	51 %	50 %	50 %	50 %	50 %	50 %	50 %	50 %	49 %	51 %
VĚK																					
18-29	24 %	23 %	24 %	22 %	24 %	23 %	23 %	28 %	23 %	25 %	22 %	22 %	20 %	31 %	23 %	27 %	24 %	22 %	25 %	25 %	25 %
30-39	22 %	21 %	23 %	22 %	21 %	23 %	20 %	22 %	21 %	22 %	24 %	24 %	23 %	24 %	20 %	22 %	24 %	23 %	26 %	20 %	21 %
40-49	22 %	26 %	24 %	20 %	22 %	22 %	23 %	21 %	23 %	23 %	24 %	21 %	25 %	21 %	24 %	18 %	20 %	22 %	23 %	22 %	23 %
50-59	21 %	20 %	20 %	22 %	23 %	20 %	21 %	20 %	23 %	22 %	19 %	20 %	20 %	17 %	21 %	22 %	20 %	23 %	18 %	20 %	19 %
60-65	11 %	10 %	9 %	14 %	10 %	11 %	12 %	9 %	10 %	10 %	12 %	13 %	11 %	6 %	12 %	10 %	11 %	10 %	9 %	12 %	11 %
VZDĚLÁNÍ																					
ZÁKLADNÍ	6 %	5 %	5 %	0 %	1 %	2 %	18 %	8 %	12 %	3 %	3 %	6 %	10 %	6 %	1 %	3 %	1 %	2 %	9 %	18 %	8 %
VYŠŠÍ ODBORNÉ	28 %	40 %	37 %	33 %	7 %	28 %	27 %	25 %	41 %	28 %	38 %	41 %	9 %	14 %	44 %	10 %	43 %	28 %	23 %	25 %	17 %
STŘEDOŠKOLSKÉ	33 %	41 %	37 %	11 %	44 %	37 %	42 %	16 %	30 %	25 %	32 %	27 %	49 %	43 %	42 %	45 %	15 %	42 %	25 %	28 %	34 %
VYSOKOŠKOLSKÉ	32 %	13 %	21 %	56 %	49 %	32 %	12 %	50 %	15 %	44 %	25 %	26 %	32 %	37 %	13 %	42 %	41 %	29 %	43 %	28 %	40 %
BEZ FORMÁLNÍHO VZDĚLÁNÍ	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	1 %	2 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	1 %

Base: Total, n=10,018

SOCIODEMOGRAFICKÉ ÚDAJE





Pohlaví

Muži		49 %
Ženy		51 %

Věk

18-29		23 %
30-39		23 %
40-49		22 %
50-59		20 %
60-65		11 %

Vzdělání

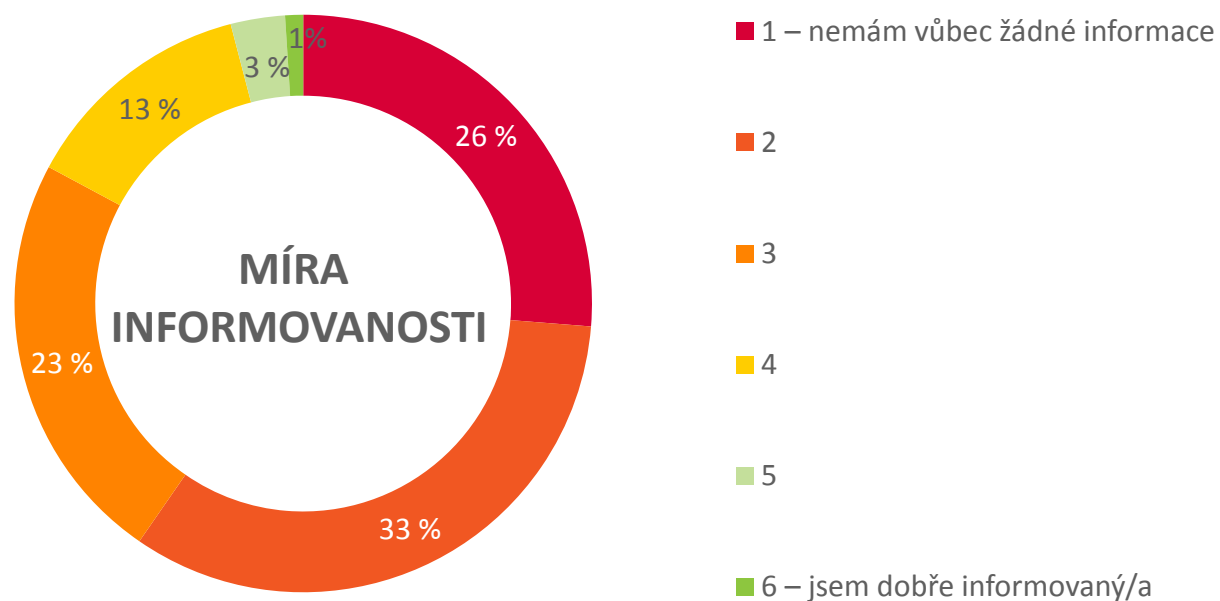
Základní		2 %
Vyšší odborné		28 %
Středoškolské		37 %
Vysokoškolské		32 %
Bez formálního vzdělání		0 %

Vzorek: n= 500



VÝSLEDKY

OBECNÁ INFORMOVANOST O INSTITUCÍCH EU V SOUVISLOSTI S ROZVOJOVOU POMOCÍ



Vzorek: n=500

Otázka č. 4: Máte informace o tom, co instituce EU (např. Evropská rada, Evropský parlament, Evropská komise...) dělají v oblastech rozvojové pomoci? Použijte stupnici v rozmezí 1 „nemám vůbec žádné informace“ až 6 „jsem dobře informovaný/á“.

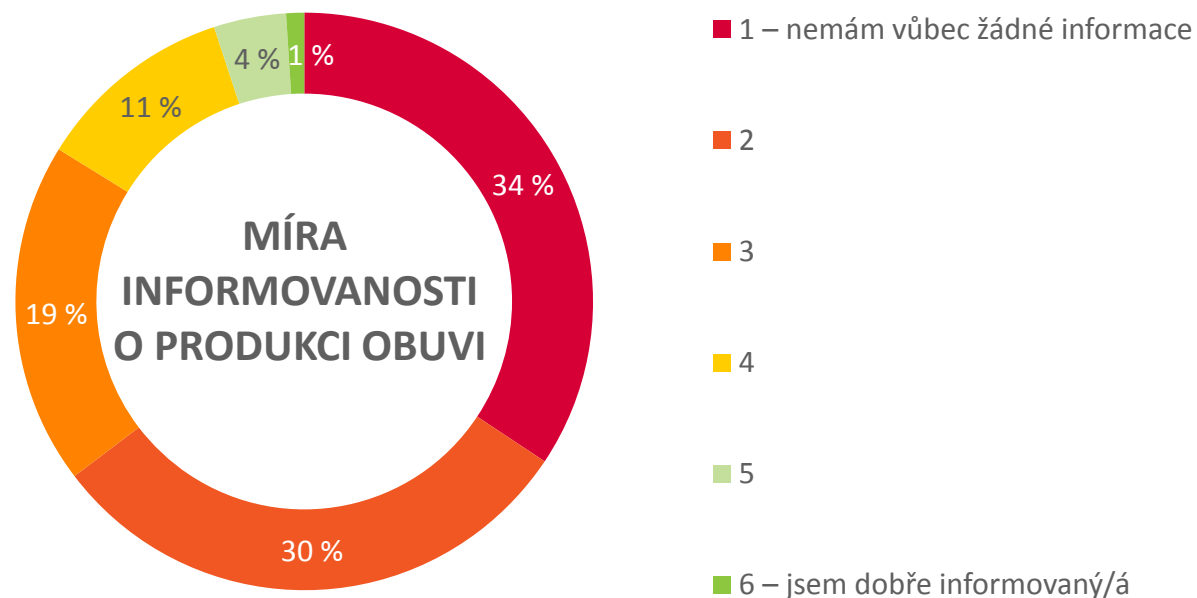
REGULACE V SOUVISLOSTI SE ZBOŽÍM, KTERÉ SE DOSTÁVÁ NA EVROPSKÝ TRH



Vzorek: n=500

Otázka č. 5: Která regulační opatření byste od EU očekával/a v souvislosti se zbožím, které se dostává na evropský trh?

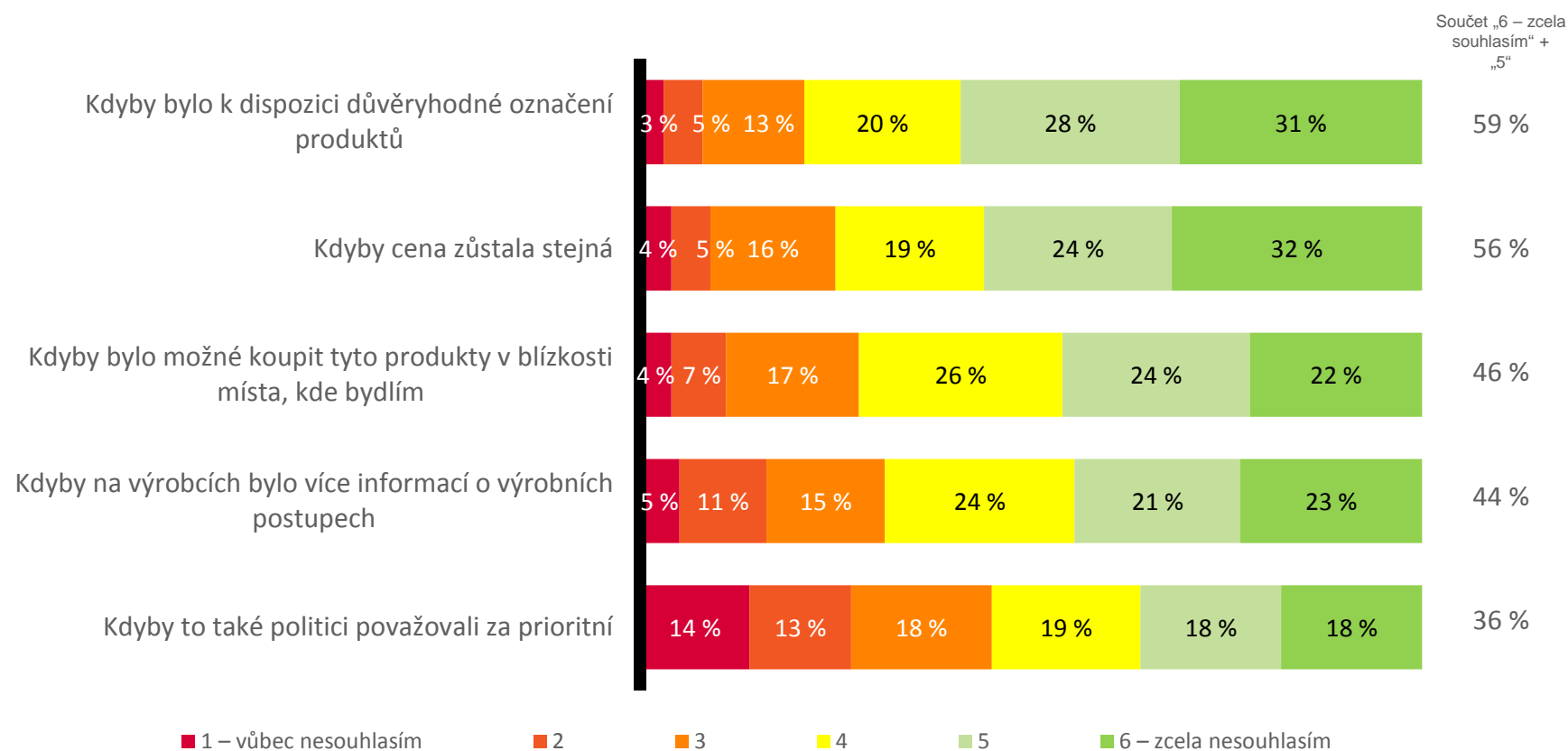
INFORMOVANOST V SOUVISLOSTI S PRODUKČÍ OBUVI



Vzorek: n=500

Otázka č. 6: Teď se prosím zamyslete konkrétně nad výrobou bot. Víte o toxických chemikáliích a špatných pracovních podmínkách při výrobě bot? Použijte stupnici v rozmezí 1 „nemám vůbec žádné informace“ až 6 „jsem dobře informovaný/á“.

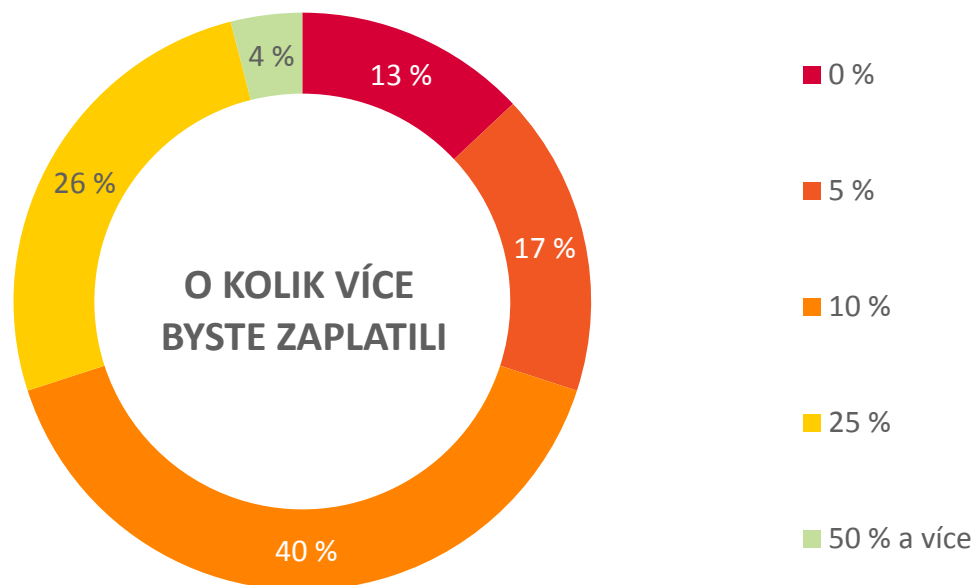
VYJÁDŘENÍ K ENVIRONMENTÁLNĚ ŠETRNĚ A SOCIÁLNĚ SPRAVEDLIVĚ PRODUKOVANÉ OBUVI



Vzorek: n=500

Otázka č. 7: Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky: Více času a úsilí bych věnoval/a výběru ekologických bot nebo sociálně spravedlivě vyráběných bot...

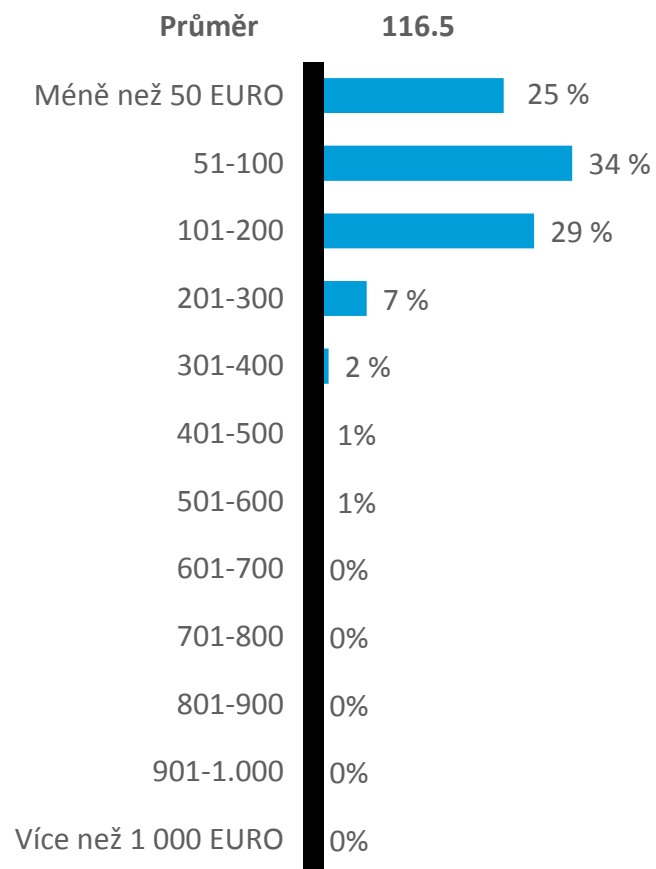
OCHOTA ZAPLATIT VÍCE ZA ENVIRONMENTÁLNĚ ŠETRNĚ A SOCIÁLNĚ SPRAVEDLIVĚ VYROBENOU OBUV



Vzorek: n=500

Otázka č. 8: Do jaké míry byste byl/a ochoten/ochotna zaplatit více za ekologické a sociálně spravedlivě vyráběné boty?

PRŮMĚRNÉ ROČNÍ VÝDAJE ZA OBUV



Vzorek: n=500

Otázka č. 10: Kolik v průměru utratíte ročně za svoje boty?

nielsen
.....

AN UNCOMMON SENSE
OF THE CONSUMER™

