



Udržitelnost v praxi retailových společností a v chování českých spotřebitelů

EVA JADERNÁ

Řešitelský tým



ŠKODA AUTO Vysoká škola

Vedoucí projektu:

Ing. Eva Jaderná, Ph.D., Katedra marketingu a managementu

Ing. Hana Volfová, Ph.D., Katedra marketingu a managementu

Mgr. Radka Hák Picková, Ph.D., Katedra informatiky a kvantitativních metod

Bc. Koubková Tereza, 6208T139 Globální podnikání a marketing

Bc. Kymla Pavel, 6208T139 Globální podnikání a marketing

Bc. Fabiánová Veronika 6208T139 Globální podnikání a marketing

Bc. Salwender Lukáš 6208T139 Globální podnikání a marketing

Anotace projektu

Projekt má za cíl analyzovat a popsat situaci na retailovém trhu v souvislosti s aktivitami udržitelných firem a udržitelnými produkty.

Stěžejní je také zjistit, jak na ně reagují čeští spotřebitelé v rámci svého nákupního chování?



Výsledky projektu za 1. rok (2020)

Plánované výstupy	Skutečné výstupy	Plnění
Podrobná rešerše zahraniční a české literatury k tématu udržitelnosti, udržitelného produktu a udržitelných firem se zaměřením na retail.	Publikační činnost, DP	
Příprava a realizace výzkumu zaměřeného na aktivity retailových společností v cestě k udržitelnosti a definování pozice udržitelnosti v rámci produktu.	Publikační činnost, DP	

Výsledky projektu za 1. rok (2020)

Plánované výstupy	Skutečné výstupy	Plnění
Prezentace dílčích výsledků projektu na zahraniční konferenci, dle vyhlášených témat a podání článku k recenznímu řízení v odborném periodiku (Jostc)	Konferenční příspěvek zrušen (COVID 19), dílčí výsledky publikovány v odborném periodiku	
Příprava výzkumu (dotazníkového šetření) se zaměřením na zjištění postoje českých spotřebitelů k udržitelným firmám a udržitelným produktům v retailu. Zadání dotazníkového šetření agentuře.	Dotazníkové šetření ve spolupráci s agenturou Behaviolabs – viz backup (myšlenková mapa šetření, odkaz na dotazník)	

Plánované výsledky projektu na 2. rok

Plánované výstupy	Plnění
Analýza a interpretace výsledků dotazníkového šetření pomocí matematicko-statistického aparátu.	✓
Závěry k výzkumným otázkám: Jaké aktivity vedoucí k udržitelnosti v retailu jsou žádoucí s ohledem na preference českých spotřebitelů? Je udržitelnost možné považovat za součást jádra produktu? Oslovují české spotřebitele udržitelné produkty v retailu? Je udržitelnost možné považovat za součást jádra produktu?	✓
Publikace výsledků dotazníkového šetření a závěrů na konferenci a v odborném periodiku (Jost) – <i>mimo konference splněno</i>	✓
Diplomové práce vycházející z výzkumného šetření (4 DP)	✓



Nově plánované výsledky projektu na 2. rok (2021)

Plánované výstupy	Plnění
Další analýza a interpretace výsledků dotazníkového šetření pomocí matematicko-statistického aparátu.	V procesu
Závěry k výzkumným otázkám: Je certifikace udržitelných produktů pro retailera zásadní? Jak jsou vnímány udržitelné aktivity firem v retailu českými spotřebiteli? Jaký je profil udržitelného spotřebitele? Jak nejlépe komunikovat udržitelnost?	V procesu
Publikace výsledků dotazníkového šetření a závěrů v odborném periodiku (Jost), dokončení recenzního řízení E+M (Q2, IF 2019: 1,195), přijetí článku k recenznímu řízení JoC (Q2, IF 2019: 3.649)	V procesu
Diplomové práce vycházející z výzkumného šetření	Zadávání DP

Odevzdané DP v roce 2020/leden 2021

Bc. Veronika Fabiánová

Jádro produktu a jeho vliv na chování spotřebitele

Bc. Tereza Koubková

Chování spotřebitele ve vztahu k udržitelným retailovým firmám

Bc. Pavel Kymla

Chování spotřebitele při nákupu udržitelných produktů

Bc. Lukáš Salwender

Spotřební chování ve vztahu k udržitelnosti v retailu

Publikace výstupů v roce 2020

CONSUMERS' PERCEPTION OF SUSTAINABLE RETAILERS

Jaderná, Eva – Volfová, Hana. *Marketing Science & Inspirations*. 2020. sv. 15, č. 4, ISSN 1338-7944. https://mins.sk/wp-content/uploads/2020/12/MSI_v15_iss4.pdf

PURPORTED GREEN ATTITUDE VS. ACTUAL PRO-ENVIRONMENTAL BEHAVIOUR OF CZECH CONSUMERS

Hakl Picková, Radka -- Hrubý, Michal. *Marketing Science & Inspirations*. 2020. sv. 15, č. 4, ISSN 1338-7944. https://mins.sk/wp-content/uploads/2020/12/MSI_v15_iss4.pdf

Plánované publikační výstupy

Dokončení recenzního řízení [Ekonomie a Management](#) (Q2, IF 2019: 1,195)

Dokončení článku a přijetí k recenznímu řízení [Journal of Competitiveness](#) (Q2, IF 2019: 3.649)

Publikace dalších výstupů v odborném periodiku (Jost)

Konferenční příspěvek – [Marketing Identity \(WOS\)](#) – listopad 2021

Bud'me zodpovědní!

EVA JADERNÁ



Back-up

Odkaz na dotazník

Myšlenková mapa šetření

Odkaz na dotazník:

<https://trendaro.cz/public/AfKsM9g0jFqAD8uyprug>

UDRŽITELNÝ PRODUKT A UDRŽITELNÉ FIRMY V RETAILU

CÍL DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

poznání reakce českých spotřebitelů na udržitelné produkty a firmy v retailu

JIŽ ZKOUMANÁ TÉMATA

UDRŽITELNÝ PRODUKT

pouze označení zelený x ověřování zelenosti

- Retail marketing
 - Retail
 - Problémy co řeší zelený retail
 - Udržitelnost v retailu
 - Principy
 - Pilíře
 - Pojem
- certifikáty
- zapojení se do zelenosti produktu
- Zelené nákupní chování
- preference udržitelného produktu

UDRŽITELNÁ FIRMA

nákup v retailových řetězcích/u menších MO

preference udržitelné firmy ANO/NE

preference udržitelné firmy

aktivity udržitelnost

Jsme udržitelná firma



aktivity v rámci udržitelnosti (nová DP)

- preference udržitelné firmy
 - trend
 - regionální dopad
 - cena

v čem je udržitelnost?