



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR
ASSOCIATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES AND CRAFTS CZ
DIE ASSOZIATION DER KLEINEN UND MITTLEREN BETRIEBE UND HANDWERKER CZ



NÁRODNÍ POLITIKA KVALITY

Výsledky průzkumu č. 28 AMSP ČR

Rizika nákupu spotřebního zboží

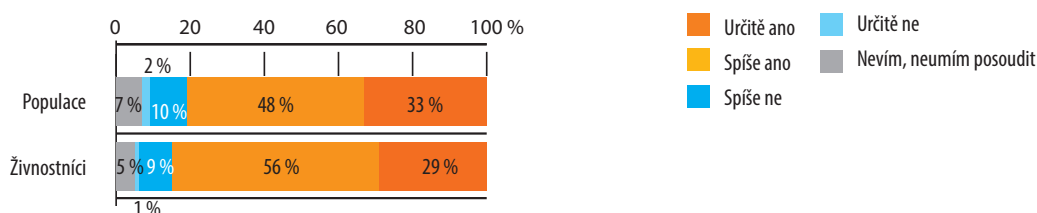
AMSP ČR ve spolupráci s Radou kvality ČR zorganizovala výzkum zabývající se vnímání rizikovosti nákupu spotřebního zboží v české populaci a mezi živnostníky, drobnými podnikateli. Tento výzkum pro AMSP ČR realizovala agentura IPSOS.

Hlavním cílem výzkumu je kromě odhalení vnímání rizik nákupu spotřebního nepotravinářského zboží také zjištění, jak se lidé staví ke značkám kvality obecně a nakolik je považují za vhodné kritérium výběru produktu.

DETAILNÍ VÝSLEDKY: LIDÉ A ZNAČKY KVALITY

LIDÉ VNÍMAJÍ ZNAČKY KVALITY POZITIVNĚ – MOHOU PODLE NICH POMOCI PŘI NÁKUPU, SNÍŽIT MNOŽSTVÍ NEKVALITNÍCH VÝROBKŮ NA TRHU A MEZI SROVNATELNÝMI PRODUKTY BY ZNAČENÝ UPŘEDNOSTNILI.

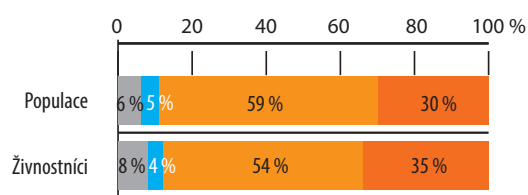
1. Můžou při nákupu bezpečného a kvalitního zboží pomoci nezávisle udělované značky kvality?



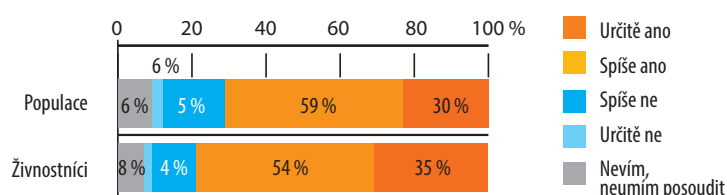
2. Pokud máte na výběr, mezi srovnatelným výrobkem označeným značkou kvality a neoznačeným značkou. Koupíte si výrobek označený značkou kvality?

2a. Myslíte si, že objektivní nezávislé značení kvality, jako je např. vládní program Česká kvalita, může pomoci snížit množství nekvalitních a nebezpečných výrobků na trhu?

Vybral byste si ze srovnatelných produktů ten označený značkou kvality?



Může značení kvality snížit množství nekvalitních a nebezpečných výrobků?

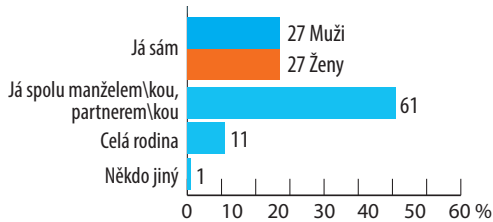


Ženy jsou optimističtější ve vnímání značek kvality – častěji by si vybraly označený produkt a častěji věří, že tyto značky mohou pomoci snížit podíl nekvalitních výrobků.

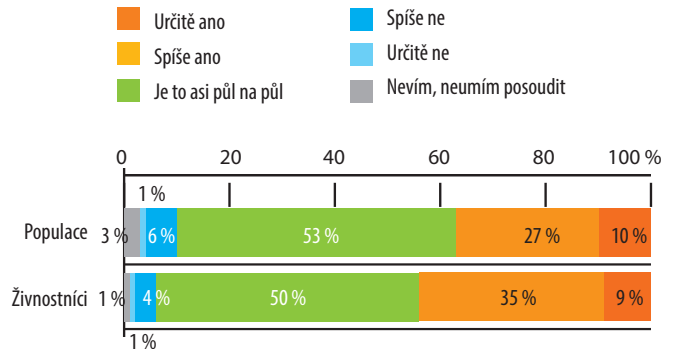
VNÍMÁNÍ SPOTŘEBNÍHO ZBOŽÍ

POUZE NECELÝCH 40 % LIDÍ DÁVÁ PŘI NÁKUPU PŘEDNOST ČESKÝM VÝROBKŮM. TUZEMSKÝ PŮVOD PRODUKTU JE DŮLEŽITĚJŠÍ PRO STARŠÍ GENERACI.

3. Kdo ve Vaší domácnosti většinou rozhoduje o nákupu spotřebního zboží?



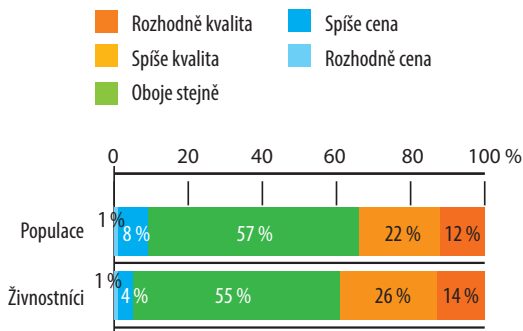
4. Dáváte při nákupu spotřebního zboží přednost českým výrobkům?



Českým výrobkům dávají více přednost starší a lidé, pro které je kvalita důležitější než cena.

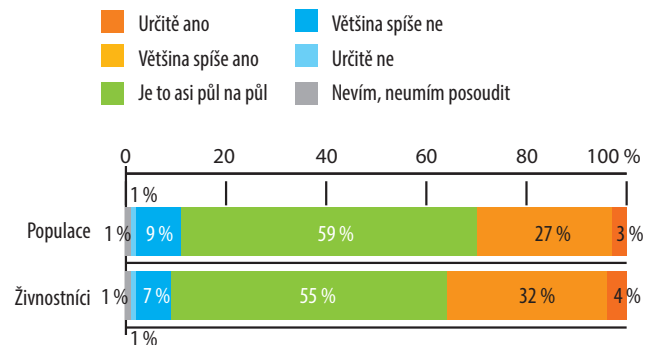
PRO ZÁKAZNÍKY JE NEJDŮLEŽITĚJŠÍ POMĚR KVALITY A CENY. PŘIBLIŽNĚ TŘETINA POVAŽUJE ZBOŽÍ NA ČESKÉM TRHU ZA KVALITNÍ.

5. Je pro Vás při nákupu spotřebního zboží důležitější cena nebo kvalita?



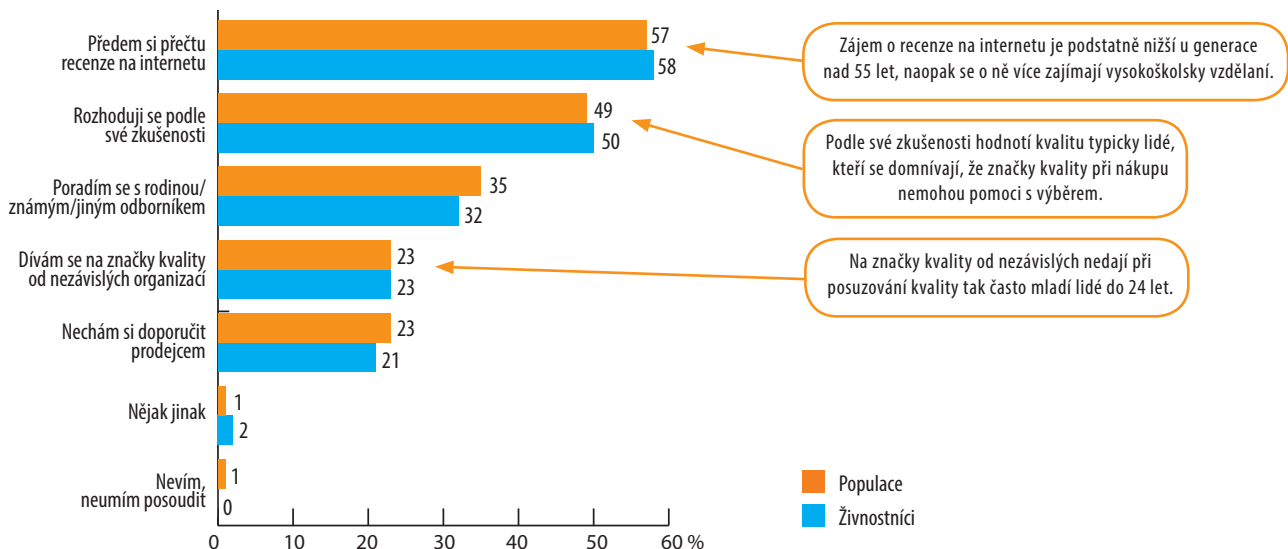
Kvalita spotřebního zboží je při nákupu zásadnější pro zákazníky s vyšším příjmem.

6. Myslíte si, že spotřební zboží na českém trhu je kvalitní?



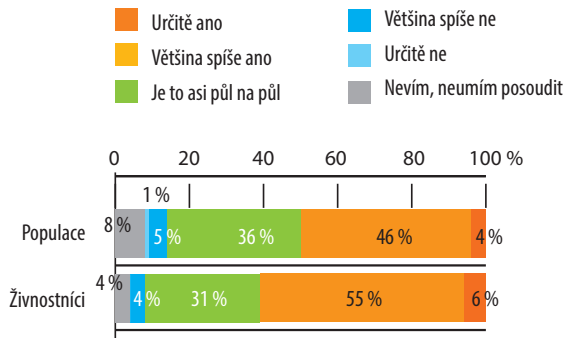
KVALITU ZBOŽÍ LIDÉ HODNOTÍ NEJČASTĚJI POMOCÍ RECENZÍ NA INTERNETU NEBO SVÉ VLASTNÍ ZKUŠENOSTI.

7. Jak rozeznáváte na prodejních kvalitní spotřební zboží?



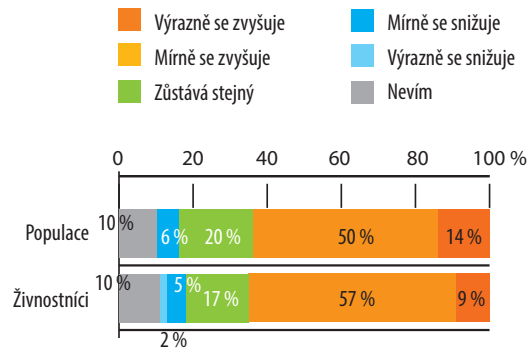
PŘIBLIŽNĚ POLOVINA POPULACE NEVNÍMÁ ZBOŽÍ NA ČESKÉM TRHU JAKO BEZPEČNÉ, NAVÍC VĚTŠINA LIDÍ VNÍMÁ NEGATIVNÍ VÝVOJ V PODÍLU NEBEZPEČNÝCH PRODUKTŮ NA TRHU.

8. Myslíte si, že spotřební zboží na českém trhu je bezpečné a zdravotně nezávadné?



Lidé více orientovaní na kvalitu považují výrobky na českém trhu za bezpečnější, stejně jako živnostníci s vyšší znalostí značek kvality.

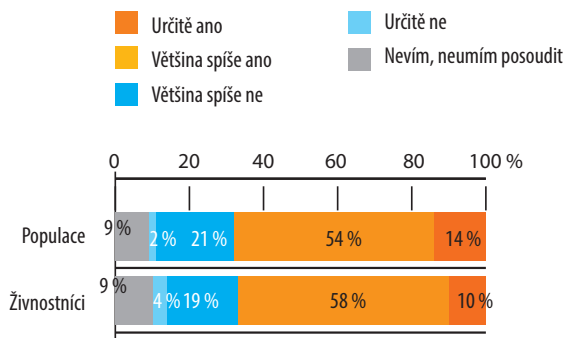
9. Myslíte si, že se počet zdraví a životu nebezpečných výrobků odhalených na českém trhu zvyšuje?



Lidé s nižším vzděláním považují výrobky na trhu za nebezpečnější a také jsou více negativní v předpovědi do budoucna – větší podíl z nich očekává nárůst.

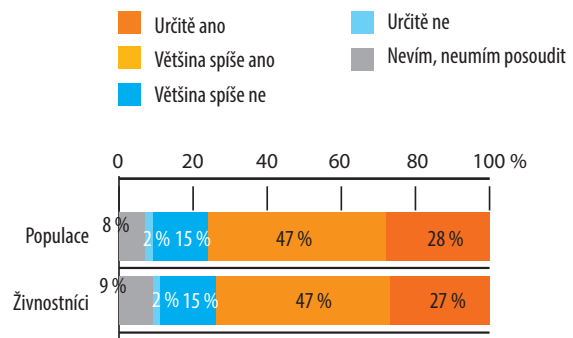
DVĚ TŘETINY LIDÍ SE DOMNÍVAJÍ, ŽE BEZPEČNOST A NEZÁVADNOST ZBOŽÍ JE PŘED UVEDENÍM NA TRH KONTROLOVÁNA.

10. Myslíte si, že spotřební zboží, které přichází na trh, je před prodejem kontrolováno, jestli je bezpečné a zdravotně nezávadné?



Mladší lidé vnímají situaci na trhu lépe, větší podíl z nich se domnívá, že produkty jsou před uvedením na trh kontrolovány.

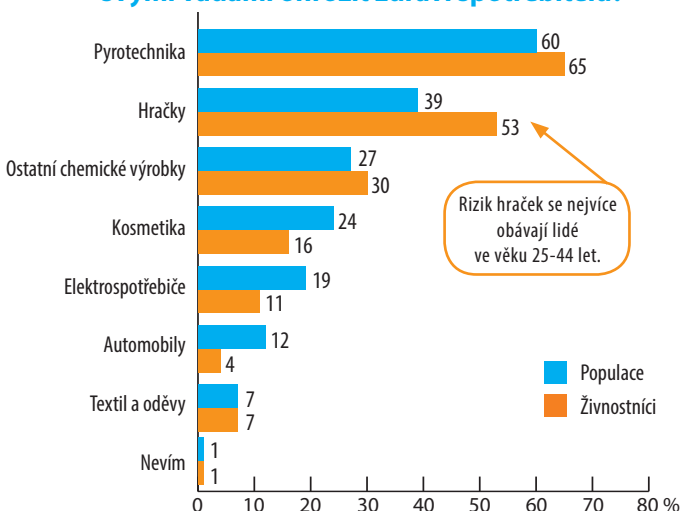
11. Myslíte si, že přísnější nezávislé kontrole podléhají hračky, botičky a další výrobky pro děti?



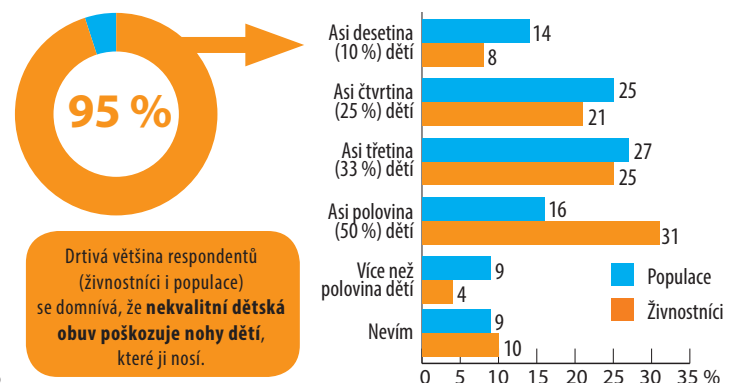
Lidé se základním vzděláním a lidé s nedůvěrou ve značky kvality se méně často domnívají, že dětské výrobky podléhají větší kontrole.

MEZI NEJRIZIKOVĚJŠÍ PRODUKTY PATŘÍ PODLE ČECHŮ PYROTECHNIKA A HRAČKY. PŘI POSOUZENÍ, KOLIK DĚTÍ PŘICHÁZÍ DO ŠKOLY S NOHAMA POŠKOZENÝMA NEKVALITNÍ OBUVÍ, VĚTŠINA POPULACE ODHADUJE JEJICH PODÍL MEZI 25 A 50 %.

12. Který druh výrobků podle Vás nejčastěji může svými vadami ohrozit zdraví spotřebitelů?



13. Myslíte si, že nekvalitní obuv pro děti závažně poškozuje zdraví nohou dětí předškolního věku, které tuto obuv nosí? 13a. Jaké procento dětí podle Vašeho názoru přichází do první třídy s nohama poškozenými používáním nekvalitní obuvi?



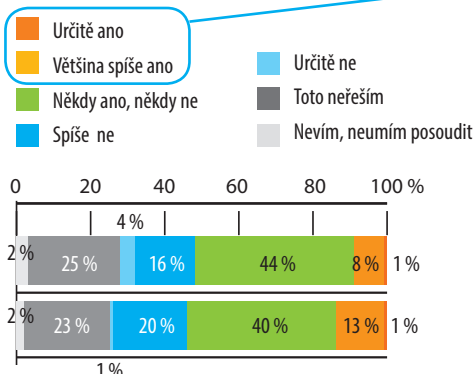
LIDÉ OBECNĚ RODINNÝM FIRMÁM PŘEDNOST PŘÍLIŠ NEDÁVAJÍ. POKUD ANO, JE TO VĚTŠINOU PROTO, ŽE NÁKUP JE U RODINNÝCH FIREM OSOBNĚJŠÍ.

14.

Dáváte při nákupu spotřebního zboží přednost rodinným firmám?

14a. Uvedl/a jste, že dáváte přednost nákupu spotřebního zboží u rodinných firem. Z jakých důvodů?

Dáváte při nákupu přednost rodinným firmám?



Rodinným firmám dávají o něco více přednost lidé, pro které je kvalita zboží důležitější než cena.

A z jakého důvodu?



Názor AMSP ČR

Je patrné, že běžní zákazníci nestačí tolik registrovat, prodává-li jim produkt rodinná firma či nikoliv. V obdobném průzkumu B2B byly rodinné firmy jednoznačně upřednostňovány jako spolehlivý a méně rizikový dodavatel.

ŽIVNOSTNÍCI A ZNAČKY KVALITY

ŽIVNOSTNÍKŮM BRÁNÍ VE VYUŽITÍ ZNAČEK KVALITY ČASTO NEZNALOST NEBO TO, ŽE NEVĚDÍ, KDE BY JI MOHLI ZÍSKAT.

15.

Víte o možnosti označit svůj výrobek/službu nezávislou značkou kvality a dát tak zákazníkovi objektivní informaci o kvalitě Vašeho produktu?

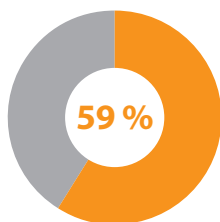
15a. Využil/a jste někdy pro některý svůj produkt nezávislé značení kvality?

15b. A z jakých důvodů toto značení nevyužil/a? Vyberte všechny důvody, které platí.

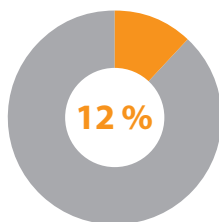
15c. Uvažujete o tom, že byste v budoucnu využil pro některý svůj produkt nezávislé značení kvality?

Postoj živnostníků k využití značek kvality pro své produkty/služby

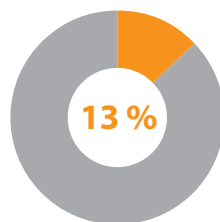
Neví o možnosti využít značku kvality pro svůj produkt/službu



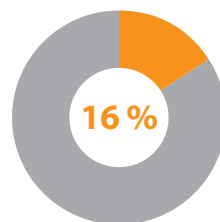
Již značku kvality využilo



Nevyužívá, ale ví o této možnosti a zvažuje ji



Nevyužívá, ví o této možnosti, ale nezvažuje ji



A proč jste značku kvality nevyužil(a)?

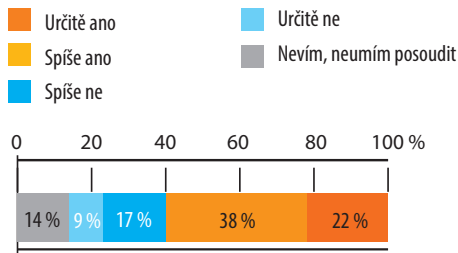


Názor AMSP ČR

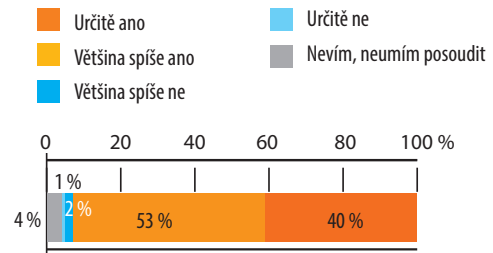
Nejmenší podnikatelé se primárně věnují aktivitám bezprostředně spjatým s jejich hlavní činností, tedy výrobou, financemi a základním obchodem. Nesledují většinou všechny trendy a marketing dělají spíše intuitivně. Neznalost značek kvality je ale i chybou jejich poskytovatelů. V každém případě je zde solidní potenciál jak pro osvětu, tak pro rozšíření značek kvality.

VĚTŠINA ŽIVNOSTNÍKŮ BY ALE INFORMACE O MOŽNOSTECH ZNAČENÍ KVALITY UVÍTALA A DOMNÍVÁ SE, ŽE ZNAČENÍ KVALITY JE V MARKETINGU VYUŽITELNÉ.

16. A měl/a byste zájem o nezávazné informace o možnostech nezávislého značení kvality pro svůj produkt?



17. Myslíte si, že je značení značkami kvality užitečné a využitelné v marketingu produktu?



Názor AMSP ČR

Živnostníci sice nevyužívají potenciálu značek kvality, ale dobrou zprávou je to, že si určitý marketingový handicap uvědomují a jsou připraveni pro aktivnější spolupráci s jejich poskytovateli.

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ



PRO ČECHY JE KVALITA ZBOŽÍ DŮLEŽITÁ A ZNAČKY KVALITY PODLE NICH POMÁHAJÍ ZVYŠOVAT PODÍL KVALITNÍCH PRODUKTŮ NA TRHU.



Češi vnímají značky kvality jako užitečné. Chápu, že při nákupu jde o dobré vodítko pro výběr a vnímají trend snižující se kvality výrobků na trhu, proti kterému značky kvality bojují.

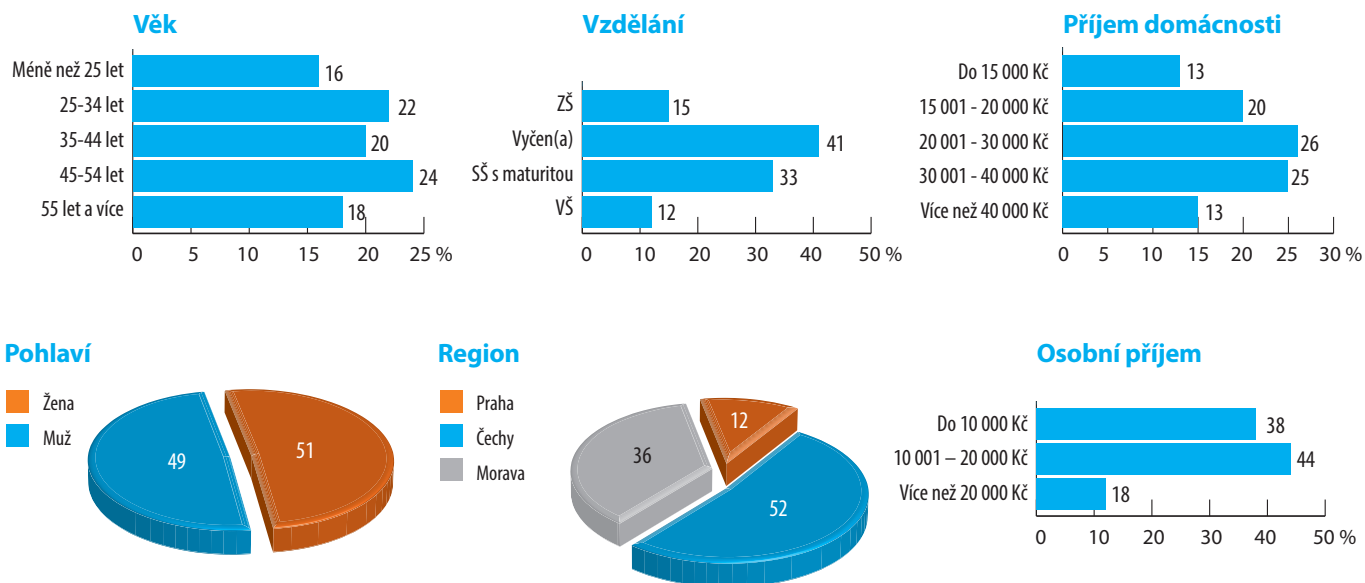
81 % Čechů se domnívá, že značky kvality mohou při nákupu pomoci s **výběrem produktu**.

89 % populace by pak při výběru ze srovnatelných produktů **zvolilo** ten, který je **označený** nezávislou značkou kvality.

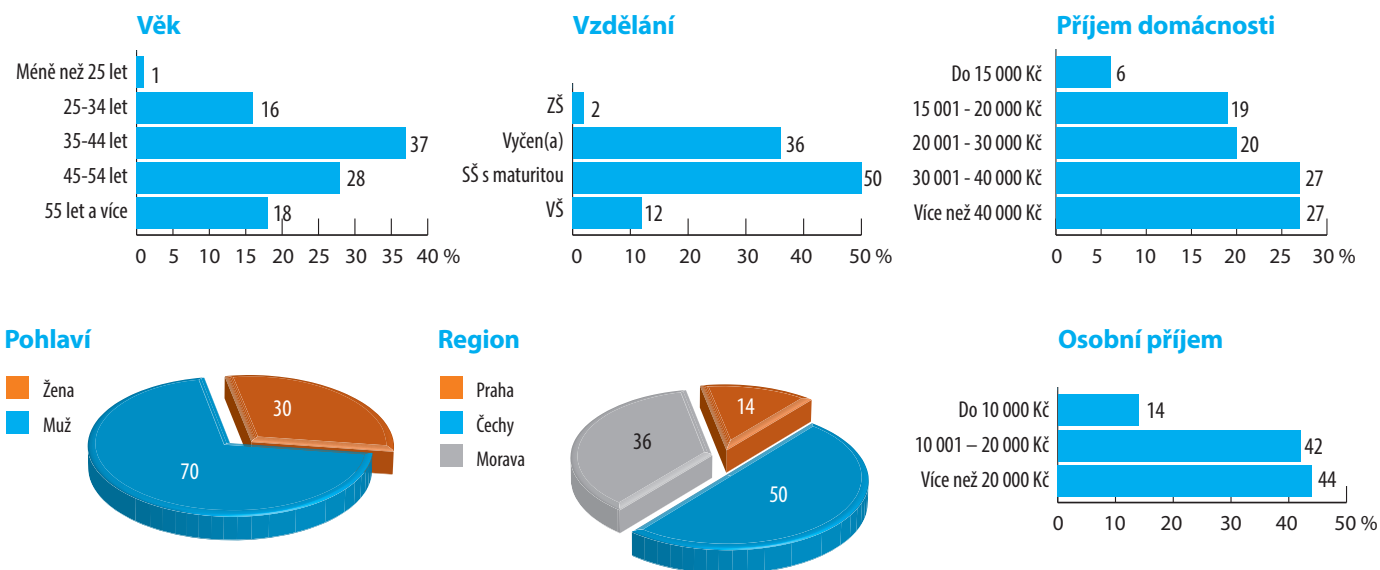
64 % Čechů vnímá **negativní trend** ve vývoji podílu nekvalitních a nebezpečných produktů na českém trhu.

71 % z nich pak vnímá nezávislé značky kvality jako užitečný prostředek, který může **snížit** počet **nekvalitních produktů** na trhu.

Struktura vzorku – populace v %



Struktura vzorku – živnostníci v %



Základní informace k 28. průzkumu:

Účast: Celkem 619 respondentů:

- Reprezentativní vzorek české online populace ve věku 18-65 let: 506
- Drobní živnostníci a podnikatelé v relevantních oborech (řemeslo, pohostinství, zemědělství atd.): 113

Výzkumná metoda: CASI – online dotazování na IPSOS panelu ve dnech 9. 6. 2014 až 16. 6. 2014.

Základní informace k projektu:

Cílem projektu AMSP ČR je nezávislá analýza problémových oblastí podnikání malých a středních podniků a živnostníků formou průzkumů. Celkem bylo realizováno již 27 průzkumů, toto je 28. v pořadí. Všechny realizované průzkumy AMSP ČR naleznete na www.amspcz, sekce „Nepřehlédněte“.



Realizátor projektu



Zadavatel průzkumu



Garant průzkumu



Realizátor průzkumu

Červenec 2014
www.amspcz

Troll CD
člen AMSP ČR

Grafické zpracování a tisková produkce:
Troll CD s.r.o. | www.trollcd.cz