

# CSR A UDRŽITELNOST NA POŘADU DNE. SKUTEČNĚ?

Výsledky z výzkumu CSR & Reputation Research  
Ipsos Global Reputation Center

# CO ZNAMENÁ SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST A UDRŽITELNOST FIREM PRO ČESKOU VEŘEJNOST?

## Společenská odpovědnost velkých firem se týká:

EKOLOGIE,  
ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ



56 %

VZTAH K  
ZAMĚSTNANCŮM



28 %

ODPOVĚDNOST VŮČI  
SPOLEČNOSTI



15 %

... ale také představuje přístup **k zákazníkům** (8 %), **prospěšnost, sponzoring** (6%), řešení **sociálních konfliktů** (5 %), **žádnou korupci** (5 %), **dodržování pravidel a zákonů** (5 %), **péči a podporu okolí** (5 %) a **transparentnost** (5 %).

**... udržitelnost je spojována zejména s životním prostředím (60 %) či s ekonomickou stabilitou a soběstačností (30 %).**

Otázka:  
Báze:

CSR1. Na úvod bychom se rádi zeptali, co si pod „společenskou odpovědností firem“ představujete?  
1044 (obecná populace 2020)

# NA CO KONKRÉTNĚ BY SE MĚLY FIRMY V RÁMCI CSR SOUSTŘEDIT?



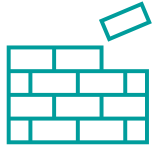
Otázka: CSR2. Jaké z následujících oblastí by podle Vás v rámci své společenské odpovědnosti měly velké firmy v České republice nejvíce podporovat?  
 Báze: 1044 (obecná populace 2020)

# VE KTERÝCH OBLATECH CSR SE ČEŠI ANGAŽUJÍ A V ČEM SE CHTĚJÍ ZAPOJIT?



Otázka: CH11. V které z níže uvedených oblastí jste byl/a Vy sám/sama v posledním roce aktivní? CH12. Která z následujících oblastí Vás zajímá natolik, že byste se do projektů na její podporu zapojil nějakou formou osobně v budoucnu? Vyberte prosím 3 nejlépe relevantní oblasti.  
 Báze: 1044 (obecná populace 2020)

# CO NÁM BRÁNÍ CHO VAT SE VÍCE EKOLOGICKY?



**Časová vytíženost 12 %**

**Nedostatek peněz 16 %**

Málo ekologického zboží 3 %

Neznalost 3 %

Nedostupnost kontejnerů 3 %

Lenost 7 %

Pohodlnost 9 %

**Nutnost používat auto 5 %**

Nedostatek financí je výraznou bariérou zejména pro mladou generaci.

Více času se věnovat pátrání po použitém zboží ve fcb skupinkách, více času mezi přejezdem z práce domů a opačně.

Cena a dostupnost produktů, které jsou ohleduplné při výrobě k životnímu prostředí.

Chybí některé kontejnery například bio odpad

Pohodlnost nechota něco měnit

Bydlím v malé obci, kde jede autobus 2x za den a ještě jinam, než já dojíždím do práce. Bohužel musím využívat automobil.

Otázka:  
Báze:

CH16. Co Vám konkrétně brání v tom, abyste se choval/a více ekologicky? Otevřená otázka  
1044 (obecná populace 2020)

# UDRŽITELNOST NEBO POHODLÍ

MailOnline



But...

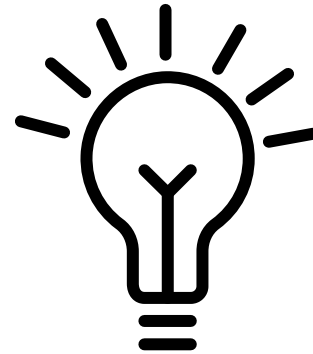
...pouze 5% nákupů je uskutečněno do znovupoužitelných kelímků.



- Musí ho koupit
- Nezapomínat
- Nosit ho před i po užití
- Musí ho umývat

Zdroj: Ipsos Global Reputation Center

# UDRŽITELNOST NEBO POHODLÍ



**Ale...**

Zdroj: Ipsos Global Reputation Center



I přes větší energetickou účinnost motorů aut a elektrických spotřebičů, celková spotřeba energie roste.

- Zákazníci si pořizují stále výkonnější auta a domácí spotřebiče.
- Stejně tak preferují větší auta, ledničky, televize.
- A mají stále více aut a elektrických spotřebičů.



# UDRŽITELNOST NEBO POHODLÍ

**Společnosti, které produkují balené zboží**

**Společnosti, které prodávají balené zboží**

**Vláda**

**Zákazníci**

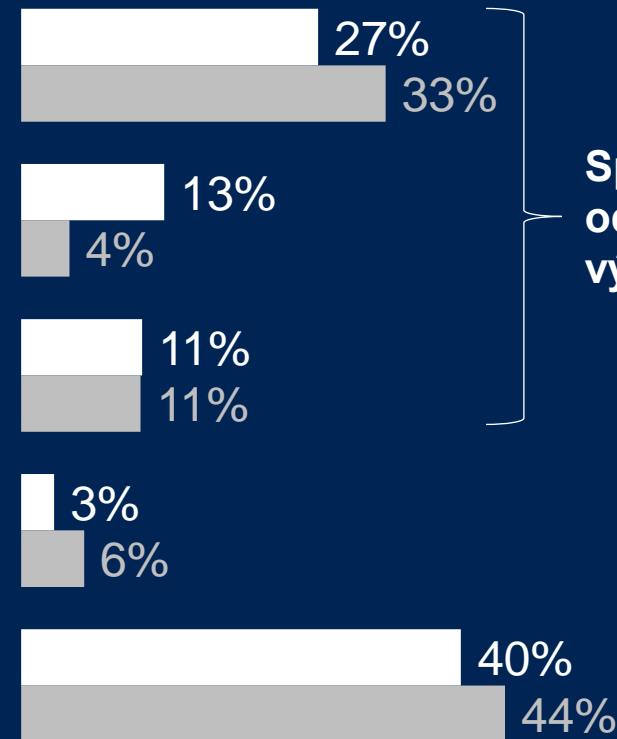
**Všichni stejně**

**Balená či nebalená  
okurka?**



**Ale...**

**“Výrobci musí převzít odpovědnost” je obvyklá fráze.**



**Spotřebitelé přenášejí odpovědnost ze sebe na výrobce, prodejce a vládu.**



# UDRŽITELNOST NEBO POHODLÍ



No claim (A)  
62%

Sustainable claim (B)  
68% (A)

## OVERALL IMPRESSION

- ★ 5 stars
- ★ 4 stars
- ★ 3 stars
- ★ 2 stars
- ★ 1 star

# Ale...

Zvýšený zájem o produkt se projeví pouze ve chvíli, kdy je cenová hladina srovnatelná s konkurenčními produkty.



Zdroj: Ipsos Global Reputation Center

Q: Please choose the products you want to purchase.

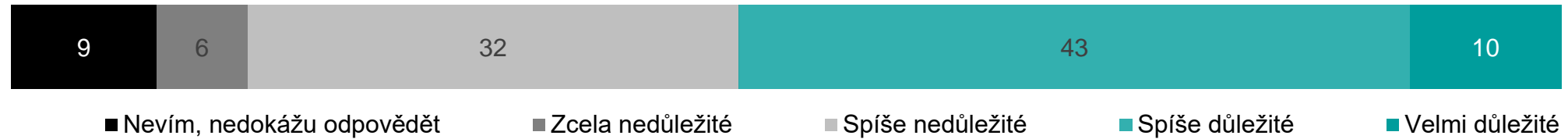
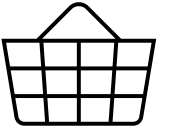


A woman with long brown hair is sitting in a red shopping cart, looking thoughtful. She is wearing a black top and yellow pants. The cart has 'coles' written on the red handle. The background is a plain, light-colored wall.

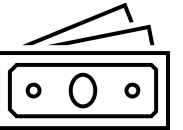
# JAK MOC JE SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM PRO ČECHY DŮLEŽITÁ?

# JAK SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST OVLIVŇUJE NÁKUP?

**Pro 53 % Čechů je CSR důležitá při nákupu**

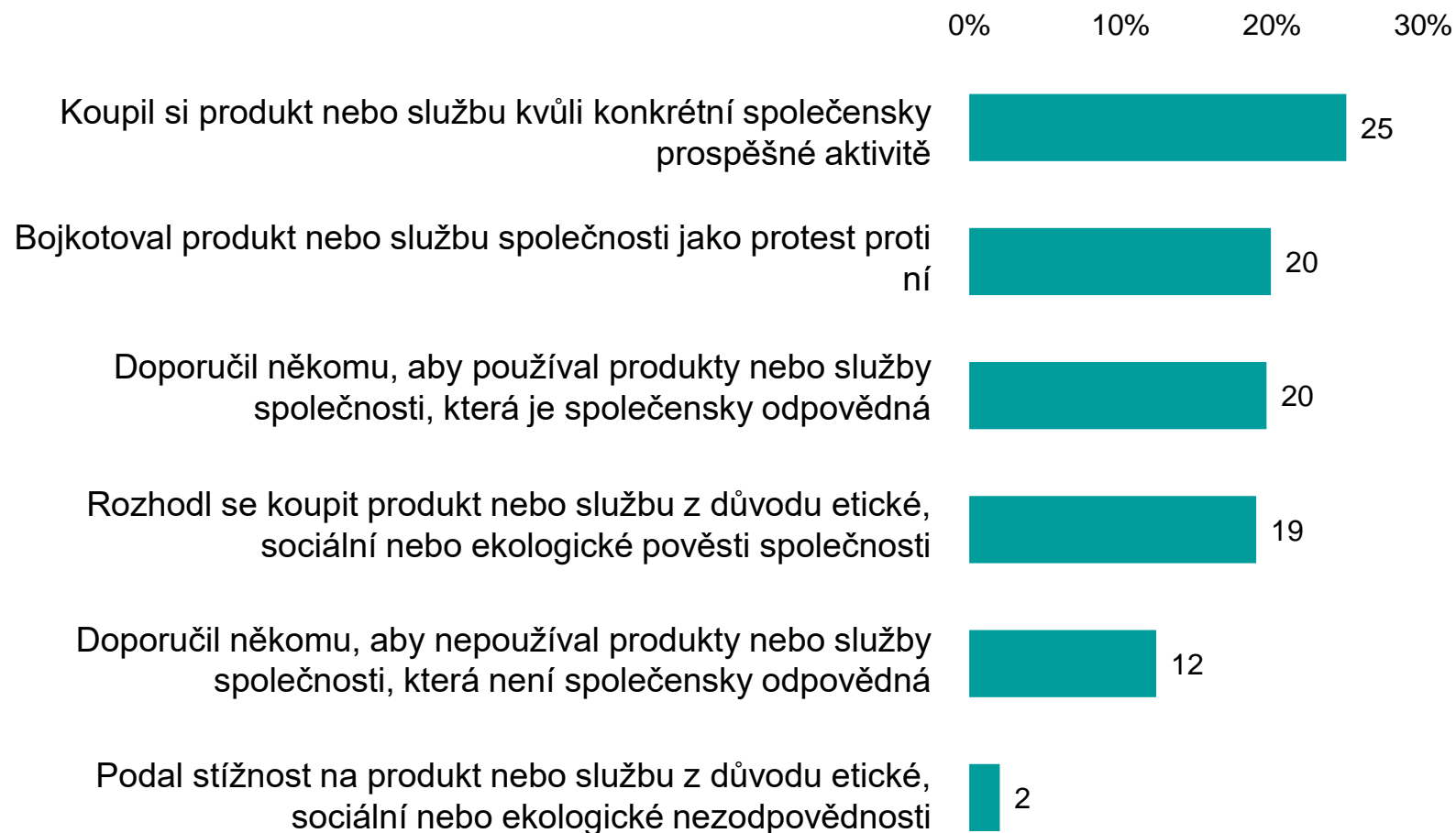


**65 % Čechů je ochotno si připlatit za CSR nabídku**



Otázka: CH2. Když se rozhodujete o nákupu produktu nebo služby od nějaké firmy, do jaké míry je pro Vás důležité, zda se tato firma chová společensky odpovědně?  
CH3. Byl/a byste ochotný/á si připlatit za výrobek, který je šetrný k živ. prostředí nebo je určitá částka z jeho prodeje určena na nějaký společensky prospěšný projekt?  
Báze: 1044 (obecná populace 2020)

# JAK SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST OVLIVŇUJE DOPORUČENÍ?



**56 %**

**Čechů udělalo v posledním roce některý z těchto kroků**

Otázka: CH4. Které z následujících věcí, pokud vůbec nějaké, jste udělal/a osobně za poslední rok?

CH5. Prosím, popište nám více situací, v které jste se takto zachoval/a. Otevřená otázka

Báze: CH4. 1044 (obecná populace 2020), CH5. 217/183/161/152/89/12 (ti, kteří se takto zachovali v posledním roce)

# JAKÝ MÁ SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM VÝZNAM PRO VEŘEJNOST?

## ZÁKLAD FIRMY



**78 %**

Většina Čechů je přesvědčena, že společenská odpovědnost má dnes stát v základních hodnotách každé firmy.

## PŘIDANÁ HODNOTA



**75 %**

Odpovědnost a udržitelnost firmy je přidanou hodnotou její nabídky produktů a služeb.

## TREND



**77%**

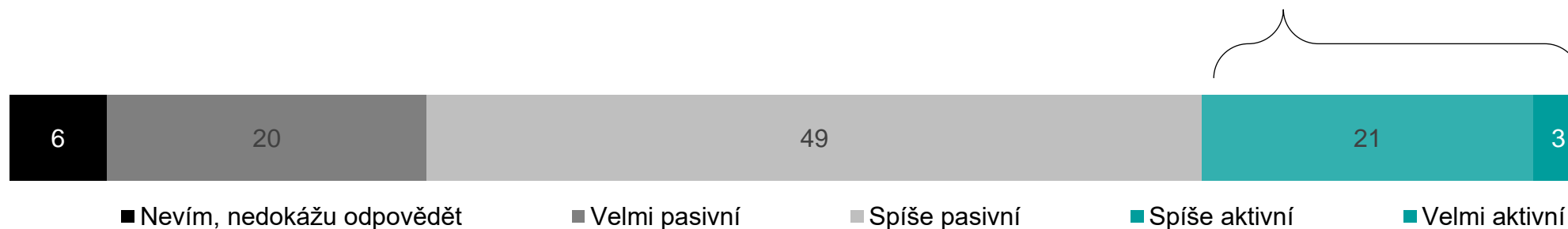
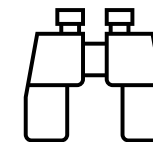
Společenská odpovědnost a udržitelnost firem je dnešním trendem ve společnosti.

Otázka:  
Báze:

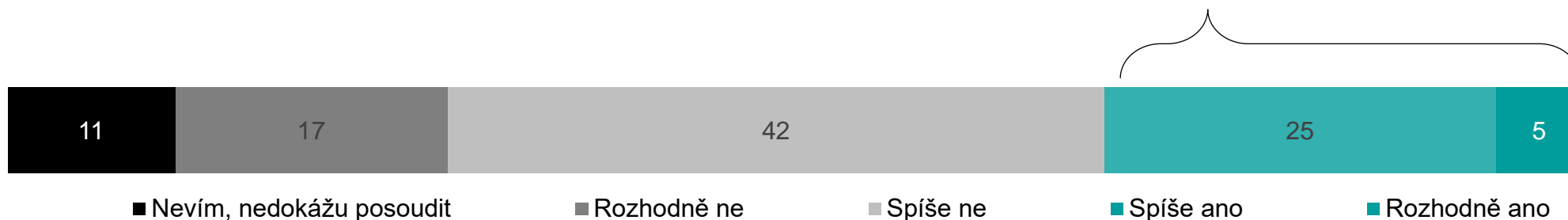
CH8. Do jaké míry souhlasíte s níže uvedenými tvrzeními?  
1044 (obecná populace 2020)

# JAK LIDÉ ZJISTÍ, KTERÉ FIRMY JSOU SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ?

**24 % Čechů aktivně zjišťuje informace o CSR firem**



**30 % Čechů se orientuje v tom, která firma je odpovědná**

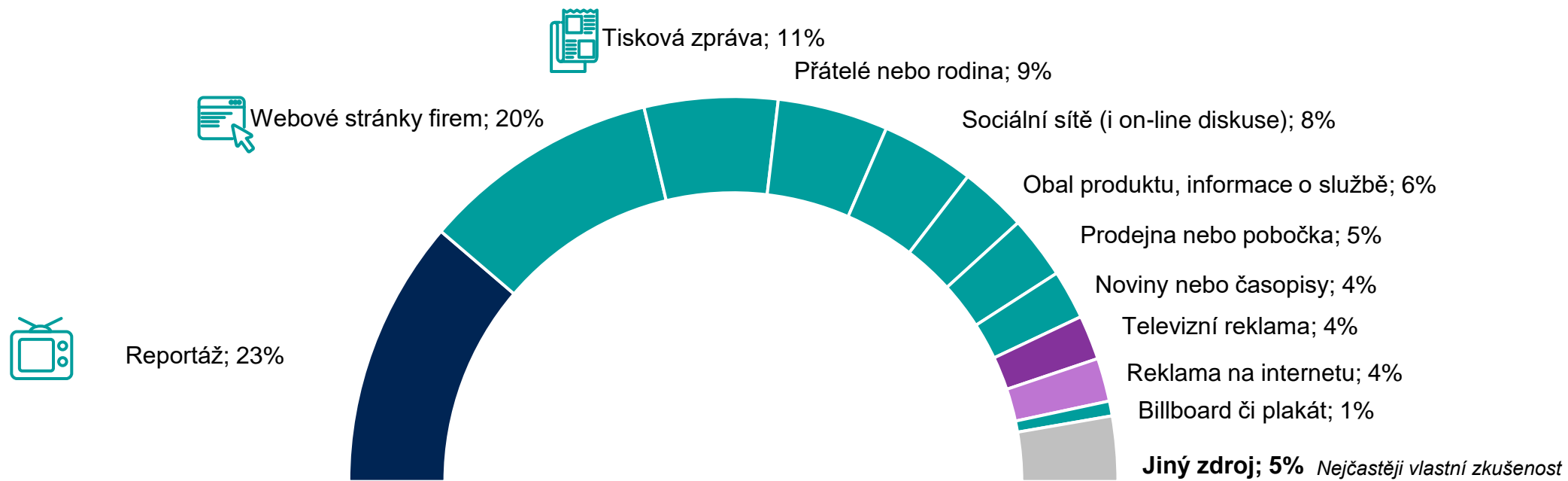


Otázka: CH6. Do jaké míry jste aktivní v zjišťování si informací o tom, jak jsou jednotlivé firmy společensky odpovědné?

CH7. Je pro Vás jednoduché zorientovat se v tom, která firma je společensky odpovědná?

Báze: 1044 (obecná populace 2020), 515 (ti, pro které je důležitá společenská odpovědnost firem při nákupu)

# KTERÝM ZDROJŮM INFORMACÍ O CSR LIDÉ VĚŘÍ?



## VĚROHODNOST INFORMAČNÍCH KANÁLŮ

Otázka:  
Báze:

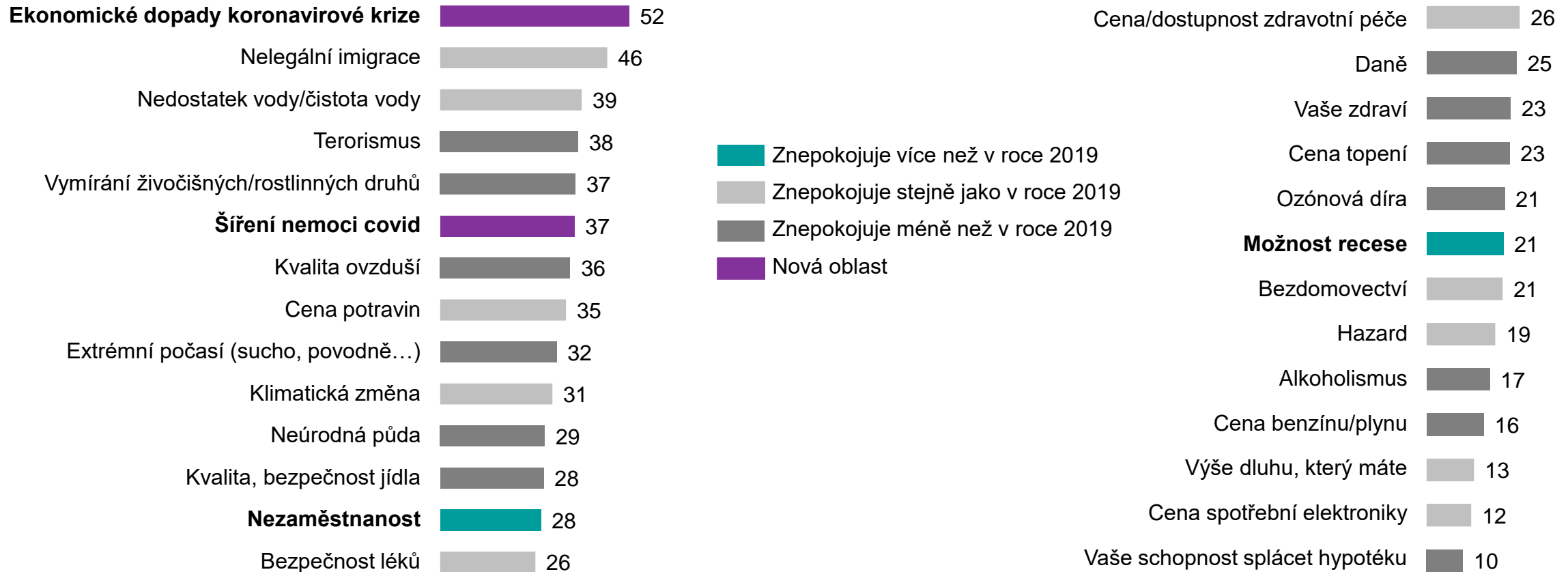
CSR8a. Jaký zdroj informací o CSR strategiích/projektech velkých firem je pro Vás obecně nejvíc věrohodný?  
1044 (obecná populace 2020)

# ZMĚNILA PANDEMIE PRAVIDLA SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI?





# CO ČECHY ZNEPOKOJUJE?



Otázka: CH19. Do jaké míry Vás dnes znepokojují následující společenská témata? (rozhodně znepokojuje)  
 Báze: 1044 (obecná populace 2020)

# JAK KORONAVIROVÁ KRIZE ZMĚNILA POSTOJ ČECHŮ KE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI?

Je to pro mě závažnější téma, uvědomuji si a znepokojuje mě dopad koronaviru na celou společnost a změny, které v ní proběhnou. Snažím se pomáhat matkám samoživitelkám, šetřím více s potravinami v domácnosti. Žiji úsporněji a skromněji

Více si všímám, jestli jsou firmy zodpovědné, resp. jestli od zodpovědnosti neutíkají pod záminkou hrozící recese/križe atp. V této době je potřeba mnohem větší společenské odpovědnosti.

Snažím se více podporovat podniky v mém okolí, kupovat výrobky od českých výrobců než dříve. Také více šetřím peníze a neutráčím za zbytečnosti.

Nevím. Moje postoje ke společenské odpovědnosti jsou patrně silnější - myslím, že by se více firem mělo zapojit nebo alespoň být víc vidět s jejich současnými společensky odpovědnými projekty, protože mnoho z nich jsem před těmito dotazníky vůbec neznala a přitom se pohybuji jako dobrovolník aktivně v několika neziskových organizacích.

Je potřeba více pomáhat těm, kteří na krizi doplatili ne vlastní vinou

## 49 %

**Čechů pozoruje ve svém postoji k CSR nějakou změnu**

Více si všímám toho jak se jednotlivé firmy chovají ke svým zaměstnancům a nám zákazníkům.

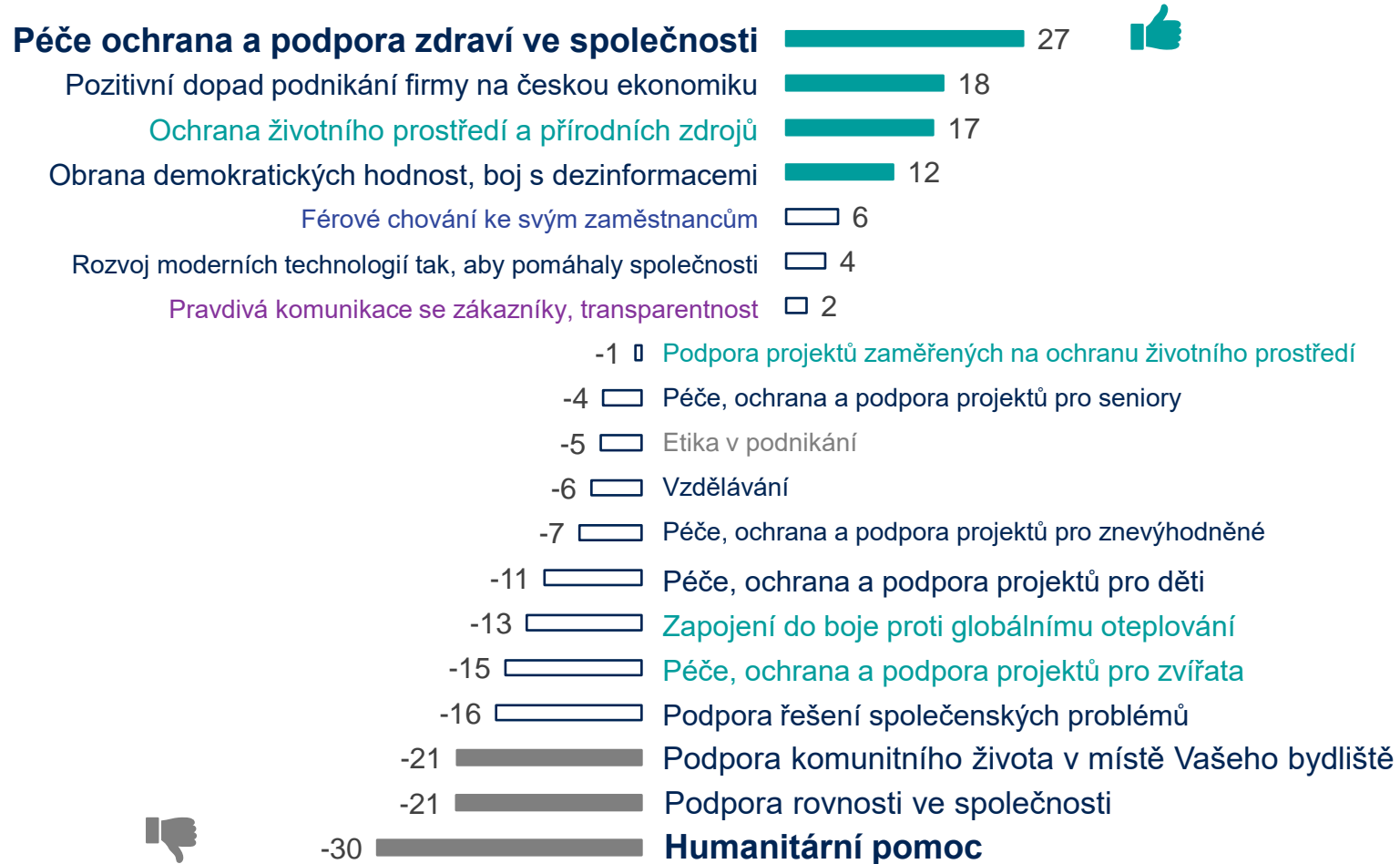
Zdraví mé a mé rodiny je důležitější, než řešení některých jiných problémů ve společnosti.

Vyvracím nejrůznější senzační zprávy ohledně původu viru, antivakcinové hoaxy, snažím se důsledně oddělovat vlivy epidemie a vlivy vládní a EU politiky

Mám mnohem větší strach o svoje zdraví a o zdraví svých blízkých. Jakmile to jde, jdeme do lesa, protože je to jediné místo, kde je svět ještě v pořádku. Velmi často i v lese sesbíráme bordel, který tam jiní nechali, ať dýcháme čerstvý vzduch. Dokonce jsme šli i zasadit pár stromů.

Otázka: CH22. Jak byste popsal/a změnu Vašeho postoje ke společenské odpovědnosti v důsledku koronavirové krize? Otevřená otázka  
Báze: 1044 (obecná populace 2020)

# NA KTERÉ OBLASTI KLADOU V DOBĚ COVIDU VĚTŠÍ A MENŠÍ DŮRAZ NEŽ DŘÍVE?



Otázka: CH21. Na kterou z níže uvedených oblastí dáváte vy osobně nyní větší důraz, než tomu bylo dříve před koronavirovou krizí? (rozdíl mezi dávám rozhodně/spíše větší důraz a dávám rozhodně/spíše menší důraz)  
 Báze: 1044 (obecná populace 2020)

# ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ NEBO ZDRAVÍ

Zdraví bylo spojeno s prodlužováním života a bylo vnímáno jako důsledek ekonomického rozvoje a zlepšující se zdravotní péče.



**Ale...**

*Zdroj: Ipsos Global Reputation Center*

Dnes se témata životního prostředí a zdraví čím dál více překrývají.

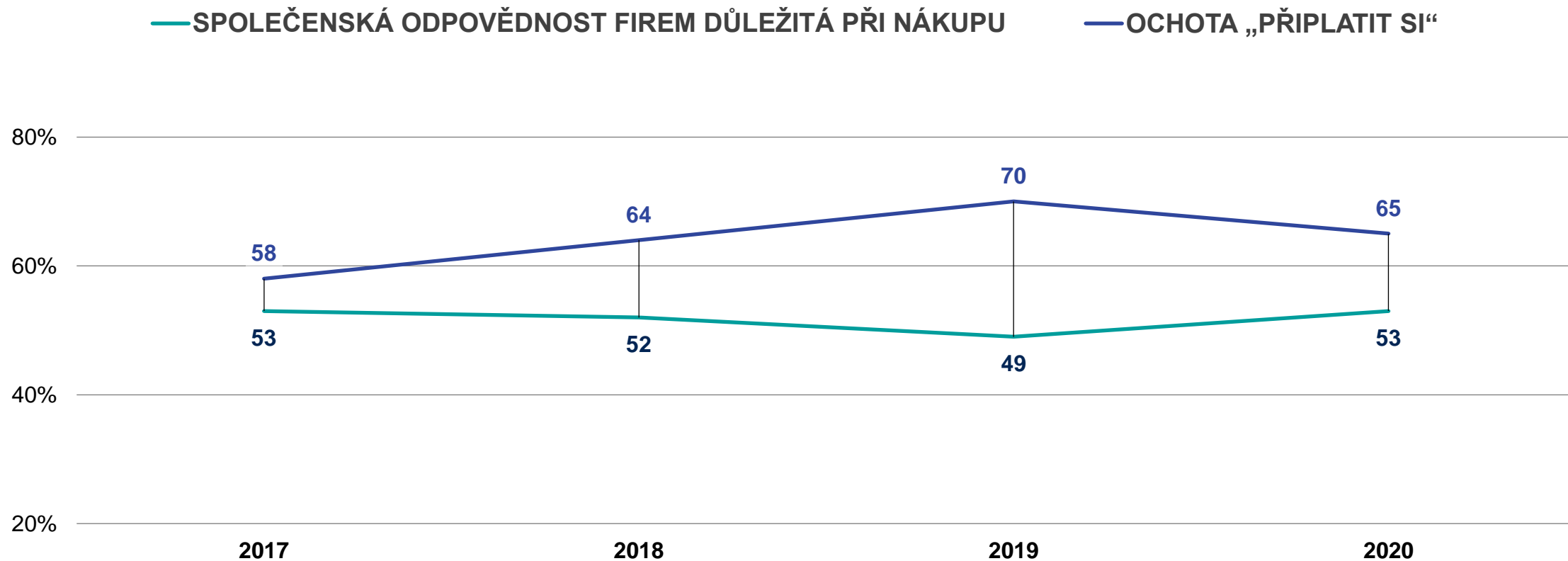
Zákazníci jsou přesvědčeni, že jejich fyzické a mentální zdraví je čím dál více negativně ovlivňováno znečištěním životního prostředí.



Pozornost věnovaná tématu životního prostředí je tak motivována strachem o vlastní zdraví.

# MĚNÍ SE DŮLEŽITOST CSR A OCHOTA PŘIPLATIT SI V PRŮBĚHU ČASU?

Zatímco důležitost společenské odpovědnosti při nákupu je stabilní, ochota připlatit si částečně kolísá a v roce 2020 po nárůstu v předchozích dvou letech opět klesá.



Otázka: CH2. Když se rozhodujete o nákupu produktu nebo služby od nějaké firmy, do jaké míry je pro Vás důležité, zda se tato firma chová společensky odpovědně?  
CH3. Byl/a byste ochotný/á si připlatit za výrobek, který je šetrný k živ. prostředí nebo je určitá částka z jeho prodeje určena na nějaký společensky prospěšný projekt?  
Báze: cca 1000 (obecná populace 2016-2020)

# CO MUSÍ SPLŇOVAT ÚSPĚŠNÝ FIREMNÍ CSR PROGRAM?

1

## Autentičnost

- ✓ Využívá firemní know-how k dosažení změny
- ✓ Soustředí se na přidanou hodnotu

2

## Věřohodnost

- ✓ Je v souladu s kategorií
- ✓ Je v souladu se značkou a misí firmy
- ✓ Je v souladu s reálnými potřebami

3

## Efektivita

- ✓ Vzbuzuje dobré mínění o firmě mezi zákazníky, zaměstnanci a veřejností
- ✓ Dosahuje změny ve společnosti
- ✓ Podporuje udržitelnost fungování firmy



# DĚKUJI ZA POZORNOST!

© 2021 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without prior written consent of Ipsos.

**GAME CHANGERS**

