

AKO OVPLYVNĽUJE SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ NAŠE NÁKUPY?

Prieskumná spoločnosť Ipsos odhaľuje postoj Slovákov k spoločenskej zodpovednosti firiem. Riadime sa ich CSR aktivitami pri rozhodovaní o kúpe?

PODIEL ĽUDÍ, KTORÝCH OVPLYVNILA SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ FIRIEM PRI VÝBERE...



PRE KTORÉ SKUPINY ĽUDÍ JE PRI VÝBERE PRODUKTOV A SLUŽIEB SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ DÔLEŽITÁ? (Priemerné hodnoty vyjadrené v %)

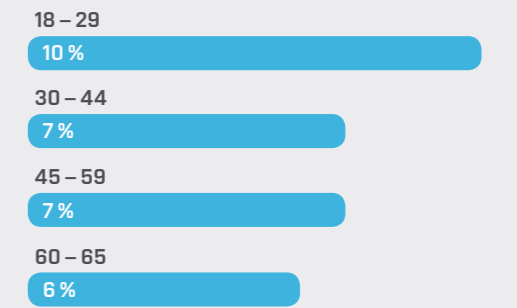
POHLAVIE:



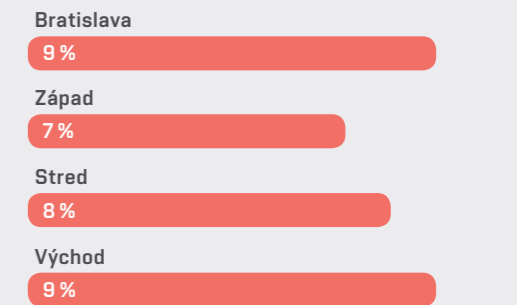
VZDELANIE:



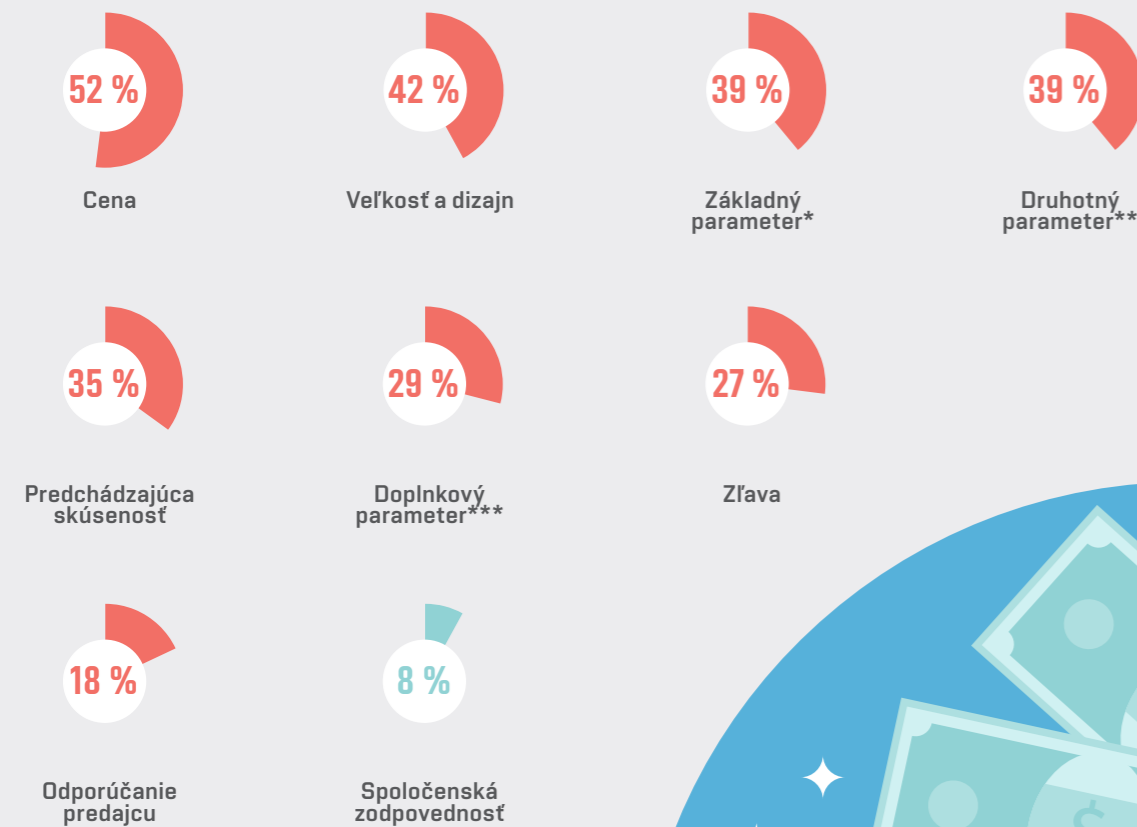
VEK:



KRAJ:



POSTAVENIE DÔLEŽITOSTI CSR OPROTI OSTATNÝM ATRIBÚTOM VÝBERU PRODUKTOV A SLUŽIEB



* Základný parameter: spotreba, farba, vôňa, veľkosť displeja, materiál, krajina pôvodu, prémie (zamestnávateľ)

** Druhotný parameter: základná výbava, funkcie, poradenstvo, typ produktu, ponuka slovenských výrobkov, funkčné vlastnosti (odolnosť...), špecifické vlastnosti (proti lupinám...), rýchly nástup účinku, služby

*** Doplnkový parameter: ďalšia výbava, dostupnosť, šetrnosť, možnosť kariérneho rastu



PRÍJEM:



POVOLANIE:



O prieskume:
Dáta pochádzajú z prieskumu spoločnosti Ipsos Nákupné správanie ľudí podľa CSR, realizovaného online na reprezentatívnej vzorke populácie Slovenska v marci 2019, n = 804 respondentov.