

Táhnou odpovědné e-shopy?

Pátého června je Světový den životního prostředí. Právě na toto datum vydal Ipsos a A-CSR studii o udržitelnosti v e-commerce

Text RADANA ŌECHOVÁ

V tvrdém konkurenčním boji e-shopů může být pro zákazníka určující udržitelnost jejich provozu, dopravy, ale také obalů a nabízených produktů. „Ekologická doprava zdarma může být důležitým rozhodujícím faktorem pro výběr e-shopu – více než polovina zákazníků by tuto variantu upřednostnila před klasickou dopravou zdarma,“ prozrazuje z nejnovější studie E-commerce a udržitelnost Tereza Horáková, specialista agentury Ipsos pro výzkumy z ESG oblasti.

PROSTOR PRO INFORMACE

Čtyři z deseti Čechů v průzkumu, který Ipsos realizoval v průběhu letošního května pro Asociaci společenské odpovědnosti (A-CSR) na onlinovém reprezentativním vzorku české populace ve věku 18 až 65 let (N=1001), uvádějí, že je pro ně důležité, zda se e-shop chová udržitelně. Třetina se alespoň občas zajímá, zda daný e-shop získal nějaká ocenění v oblasti udržitelnosti. „Výsledky průzkumu potvrzují, že i v oblasti online nakupování je udržitelnost nezpochybnitelná. Proto v Heureka našim zákazníkům cestu k výběru udržitelného nákupu zjednodušíme, díky označení obchodů ‚Udržitelný e-shop‘. Zároveň oceňujeme ty e-shopy, kterým není společenská odpovědnost a udržitelnost lhostejná a zaslouží si ocenění a veřejnou podporu jejich podnikání,“ říká generální ředitel skupiny Heureka Group Tomáš Braverman.

Právě v oblasti informovanosti jsou ale zatím velké mezery a pro další edukaci je tak stále prostor. Více než pětina zákazníků se totiž s informacemi o udržitelnosti e-shopů nesetkala. Jedna šestina pak neví o žádných certifikátech a oceněních.

S možností kompenzovat uhlíkovou stopu dopravy zboží se také nesetkala zatím hodně zákazníků (jen 25 % Čechů, využilo ji 9 %). Na druhou stranu si ale 43 procenta Čechů myslí, že by obchody měly uvádět uhlíkovou stopu výrobků (9 % určitě ano a 34 % spíše ano). „Uhlíková stopa výrobků se stává velkým

tématem. I my se ji chystáme měřit u vlastní produktové řady Nakup na Dobro, zároveň u produktů udržujeme co nejkratší dodavatelský řetězec,“ říká k plánům s e-shopem s udržitelnými dárky Nakup na Dobro Lucie Mádlová, zakladatelka a ředitelka A-CSR.

MOŽNOST VÝBĚRU JE DŮLEŽITÁ

Z průzkumu dále vyplynulo, že Češi dávají nejčastěji přednost převzetí zboží ve výdejních místech. Výběr zboží je pak ovlivněn stále nejvíce cenou, následuje pohodlí a rychlost dopravy. Na vyšší pozice se však mezi motivy dostala také ekologičnost balení či způsobu doručení. Zajímavé je také, že doručování v recyklovaných nebo dříve použitých obalech by uvítaly téměř dvě třetiny oslovených, a to především ženy. „Použité obaly by vyloženě vadily jen šesti procentům zákazníků. Pokud k tomuto kroku e-shop přistoupí, je důležité to správně komunikovat, a to jako vědomý krok pro snížení množství odpadu. Ideálně dát zákazníkům možnost vybrat si, v jakém balení chtějí zboží dostat,“ vysvětluje Tereza Horáková.



Zdroj: ISTOCK

VNÍMÁNÍ MLADÉ GENERACE

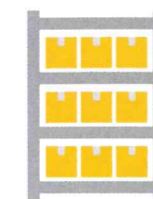
Češi online nakupují nejčastěji elektroniku, knihy či dárky. Nákupy oblečení a obuvi v e-shopech jsou doménou mladých. „Právě pro ně se i udržitelnost e-shopů stává důležitější a častokrát rozhodující při koupi jakéhokoli nového produktu. Zajímají se o podmínky zaměstnanců ve firmách, dopady výroby na životní prostředí a jsou schopni pak i produkty bojkotovat právě kvůli nedostatečné společenské odpovědnosti podniků,“ tvrdí Lucie Mádlová.

Část průzkumu se také zaměřila na nákup pomáhajících nemateriálních dáreků, s ním mají zkušenost téměř čtyři z deseti dotázaných. „Dvě třetiny obyvatel nakupují aspoň někdy produkty od sociálních podniků či chráněných dílen. To vidíme i v našem e-shopu, kde si zákazníci vybírají produkty neziskových organizací nebo právě sociálních podniků a místo platby za dopravu kupují poslední přání seniorům, dříve třeba Nocleženky nebo obědy pro děti,“ uzavírá Mádlová.



4 z 10

lidí, kteří alespoň někdy nakupují na internetu, volí u zásilky **osobní vyzvednutí na odběrném místě** například Zásilkovny, PPL, DPD nebo na poště.



23 %

dotázaných při doručení zásilky obvykle volí **osobní vyzvednutí v úložném boxu.**



47 %

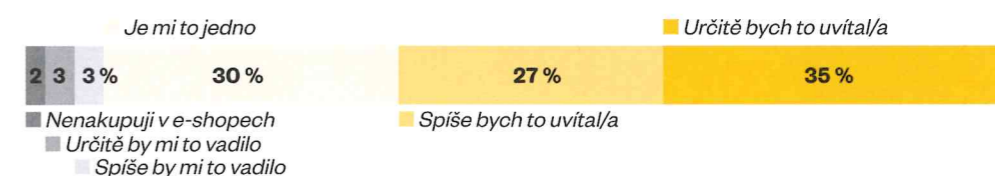
zákazníků e-shopů považuje za **důležitě ekologické balení, 4 z 10 mají za důležitou také ekologičnost doručení (uhlíkově neutrální přeprava).**

Co je při výběru způsobu doručení důležité



2/3

nakupujících by uvítaly doručování v recyklovaných nebo dříve použitých obalech.



Dvě pětiny Čechů uvádějí, že je pro ně důležité, zda se e-shop chová udržitelně.

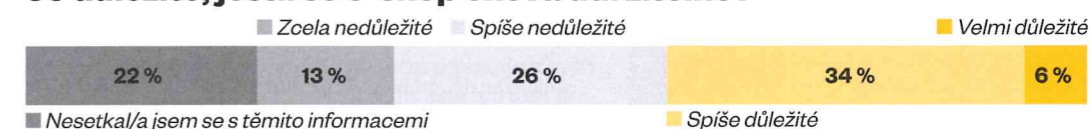


Třetina Čechů tvrdí, že se alespoň někdy zajímá o to, zda e-shop získal nějaká ocenění v oblasti udržitelnosti.

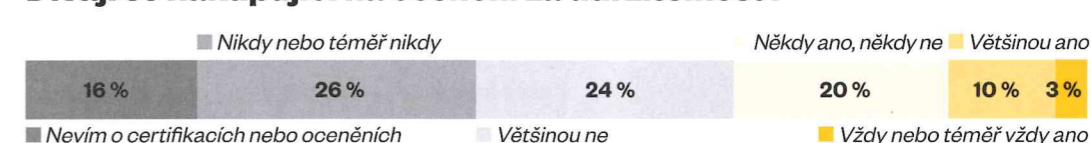
20 %

dotázaných tvrdí, že se u e-shopů s informacemi o udržitelnosti dosud nesetkalo. 1/6 pak neví o žádných certifikátech či oceněních e-shopů.

Je důležité, jestli se e-shop chová udržitelně?



Dívají se nakupující na ocenění za udržitelnost?



2/3

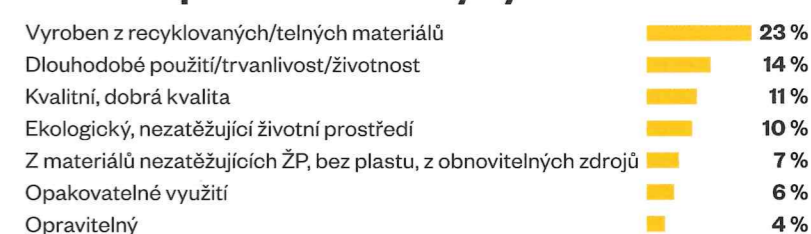
českých zákazníků berou při výběru produktů alespoň někdy v potaz jejich udržitelnost. Nejčastěji považují za udržitelný výrobek ten, který je vyroben z recyklovaných či recyklovatelných materiálů, nebo který dlouho vydrží.

Ale! 4 z 10

Čechů nedokáží udržitelný produkt nijak charakterizovat.



Co musí splňovat udržitelný výrobek?



Zdroj: IPSOS, ASOCIACE SPOLEČNÉ SPOLUPRÁCE, 2023 (reprezentativní vzorek populace N = 1001)