



IPSOS s. r. o.  
Heydukova 12, 811 08 Bratislava, Slovensko  
IČ: 35730609, DIČ: SK 2020210720  
[www.ipsos.sk](http://www.ipsos.sk), [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com), [SKoffice@ipsos.com](mailto:SKoffice@ipsos.com)  
<https://www.linkedin.com/company/ipsos-slovakia/>  
+421 910 875 012 Jakub Hankovský, Managing Director Ipsos Slovensko

**Tlačová správa:** 18. 7. 2024

## **Slováci firmám: Mali by ste nám pomáhať správať sa zodpovedne.**

Agentúra Ipsos začiatkom roka realizovala už **7. ročník multiklientskej štúdie ESG & Reputation Research**. Prieskum pravidelne vykonáva na reprezentatívnej vzorke, ktorá tvorila v aktuálnom ročníku 1111 respondentov a respondentiek vo veku 18 ž 65 rokov. Zber dát prebiehal na prelome mesiacov február až marec, v dňoch 20. 2. 2024 až 12.3. 2024 prostredníctvom Ipsos online panelu. Vzorka je reprezentatívna pre slovenskú populáciu podľa pohlavia, veku, regiónu, vzdelania a veľkosti miesta bydliska.

### **Ako Slovenky a Slováci vnímajú zodpovednosť a udržateľnosť firiem?**

Spoločenská zodpovednosť firiem je pre slovenskú populáciu **dlhodobo dôležitou témou**. Prevažná časť Sloveniek a Slovákov (**82 %**) si myslí, že spoločenská zodpovednosť by mala byť **súčasťou základných hodnôt každej firmy**. Zároveň, až **86 %** opýtaných sa domnieva, že firmy by mali **investovať do udržateľných technológií a znižovať svoj dopad na životné prostredie**. „Na druhej strane, takmer dve tretiny (63 %) opýtaných sa domnievajú, že firmy nerobia dostatočné kroky, pokiaľ ide o podporu udržateľnosti a etických praktík.“ dopĺňa Paula Ivanková, ESG expertka Ipsos Slovakia.

### **Ako spoločenská zodpovednosť ovplyvňuje výber produktov a služieb?**

Približne polovica (52 %) opýtaných v prieskume deklarovala, že pri rozhodovaní o nákupe produktu, alebo služby je pre nich dôležité, či sa daná firma správa spoločensky zodpovedne. V porovnaní s rokom 2020 (66 %) však **dôležitosť spoločenskej zodpovednosti firiem pri nákupe medzi populáciou kontinuálne klesala**. Ukazuje sa, že v porovnaní s minulosťou **sú ľudia menej ochotní si priplácať za zodpovedné produkty** alebo služby. Ochota priplatiť si za zodpovednosť dosahovala najvyššiu úroveň počas pandémie v roku 2021. Až 70 % populácie v tomto roku deklarovalo, že by bolo ochotných si priplatiť za výrobok, ktorý je šetrný k životnému prostrediu, alebo ak by určitá čiastka z jeho predaja bola venovaná na nejaký spoločensky prospešný projekt. Od tohto obdobia, pod vplyvom viacerých kríz, zaznamenala ochota priplatiť si za „zodpovednosť“ takisto klesajúci trend a aktuálne dosahuje úroveň 53 %. Na druhej strane, až **85 %** Sloveniek a Slovákov si myslí, že **firmy by svojim zákazníkom a zákazníčkam mali pomôcť ušetriť**. Navyše, **87 %** populácie od firiem rovnako **očakáva, že by svojim zákazníkom a zákazníčkam mali pomáhať správať sa zodpovedne**.

### **Vie slovenská populácia, čo znamená ESG?**

Pojem ESG (Environmental, Social, Governance) je medzi bežnou populáciou prakticky neznámy, len 4 % Sloveniek a Slovákov pojem ESG dobre pozná. 15 % má čiastočné poznatky a 24 % už o pojme počulo, ale bližšie ho nepozná. Zároveň, individuálny záujem ľudí o spoločensky zodpovedné aktivity firiem je pomerne nízky. Len 17 % deklarovalo, že si aktívne vyhľadáva informácie o spoločenskej zodpovednosti firiem. Približne štvrtina (28 %) populácie uviedla, že sa dokáže zorientovať v tom, ktoré firmy sú spoločensky zodpovedné. Pokiaľ ide o oblasti, na ktoré by sa firmy v rámci svojej spoločenskej zodpovednosti mali zamerať, zodpovedné podnikanie firiem s ohľadom na napĺňanie ESG agendy (43 %) je pre populáciu takmer rovnako dôležité ako snaha firiem zabezpečiť kvalitné produkty a služby pre svojich zákazníkov

a zákazníci (41 %). Očakávania populácie sa však líšia v závislosti od toho, v akom sektore daná firma podniká.

### **Do akej miery sú Slovenky a Slováci sami spoločensky zodpovední?**

Takmer tri štvrtiny populácie (**74 %**) **považujú svoje spotrebiteľské správanie za udržateľné a etické**. Napriek tomu, väčšina populácie nie je ochotná výrazne obmedzovať svoje pohodlie, či vynakladať finančné prostriedky na udržateľnejší spôsob života. „Len 17 % uvádza, že sa snaží žiť udržateľne aj keď to pre nich znamená vyššie náklady a obmedzenie pohodlia.“ uvádza Paula Ivanková, ESG expertka Ipsos Slovakia Spomedzi aktivít, ktoré ľudia robia, aby chránili životné prostredie, najčastejšie **triedia odpad (78 %), používajú úsporné spotrebiče, alebo žiarovky (73 %), alebo obmedzujú spotrebu energií (66 %)**.

### **Informácie o Ipsose**

Ipsos poskytuje komplexné služby v oblasti prieskumu trhu a verejnej mienky vrátane konzultačnej činnosti. Spolupracuje s pobočkami siete Ipsos v 90 krajinách sveta. Ipsos disponuje najväčším tímom uznávaných expertov na politické prieskumy na svete. S viac ako 30-ročnými skúsenosťami so skúmaním politických postojov a extenzívnou metodickou expertízou sprostredkováva svojim klientom informačne bohaté výsledky, založené na dôkladnom analytickom podklade. V oblasti politického prieskumu je Ipsos jednou z najcítovanejších agentúr vo Francúzsku, USA, Veľkej Británii či v Českej republike.

Ipsos disponuje moderným technickým zázemím pre zber a spracovanie dát a využíva tiež know-how divízií špecializovaných na výskum značky a komunikácie, mapovanie trhu a segmentáciu, zákaznícku skúsenosť a manažment, kvalitatívny výskum a výskum verejnej mienky. Je členom organizácií ESOMAR, MSPA, SIMAR a SAVA, riadi sa ich etickými princípmi a metodickými pravidlami. Viac na **[www.ipsos.sk](http://www.ipsos.sk)** a **<https://www.linkedin.com/company/ipsos-slovakia/>**

### **Kontakt:**

Barbora Ostrožovičová  
PR Manager  
Mobile: +421 948 379 367  
[barbora.ostrozovicova@ipsos.com](mailto:barbora.ostrozovicova@ipsos.com)