

## Seznam příloh

**Tabulka č.1:** Rozdíly v pro-environmentálním chování spotřebitelů na základě věku.(str. 24)  
zdroj: JESEVICIUTE-UFARTIENE, Laima. DIFFERENCES OF CONSUMER BEHAVIOUR REGARDING PLASTIC USAGE. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development [online]. 2020, 41(4), 520-526 [cit. 2020-04-19]. DOI: 10.15544/mts.2019.42. ISSN 1822-6760. Dostupné z: <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/827>

Věkový rozsah respondentů	16-18	19-22	23-30	31-50	51-65	66 a více
	Generace Z		Generace Y			
Počet respondentů	43	230	137	136	63	27
Zkoumaná tvrzení						
Běžně si kupuji plastové tašky	326.06	337.73	277.26	297.67	313.48	468.56
Používám vlastní nákupní tašku	362.24	357.85	330.28	304.67	221.80	149.19
Jednu tašku používám alespoň více, než jednou	367.06	312.65	345.21	316.10	282.67	251.19
Kupuji si produkty balené v plastových obalech	272.65	332.37	300.22	327.98	335.14	279.57
Nakupuji tašky vyrobené z ekologických plastů	352.33	344.39	290.98	289.60	270.44	441.41
Při nákupu sleduji, zda je obal produktu recyklovatelný	360.34	329.39	296.43	307.33	296.20	379.31

**Tabulka č. 2:** Věkové rozložení respondentů (n=346) (str. 34). zdroj: vlastní zpracování

Skupina	Počet respondentů	Zastoupení v %
Generace Z (16-22 let)	160	46,2
Generace Y (23-37 let)	186	53,8

**Tabulka č. 3:** Poměr pohlaví respondentů ve věkových skupinách (n=346) (str. 34). zdroj: vlastní zpracování

Skupina	Ženy	Muži	Poměr

Generace Z (16-22 let)	121	39	3,10 :1
Generace Y (23-37 let)	120	66	1,82:1

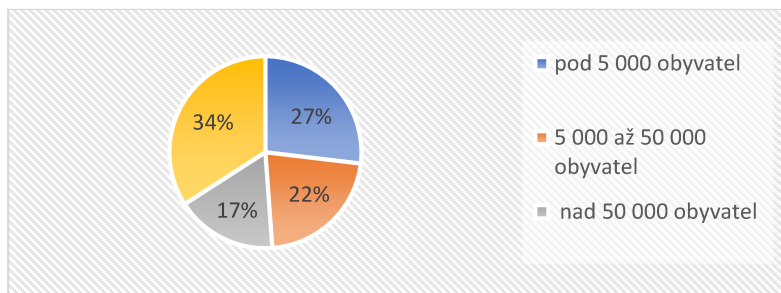
**Tabulka č. 4:** Porovnání nejčastěji zmiňovaných společností v případě otázky a. a b. (str. 45)  
zdroj: vlastní zpracování

a.		b.	
společnost	četnost	společnost	četnost
Bez Obalu	15	Mc Donald's	16
Lush	12	Běžné potravinové řetězce	9
Econea	8	H&M	4
Lidl	7	Starbucks	3
Mattoni	5	Coca Cola	3
Ikea	4	Kaufland	2
DM	2	Billa	2
Otoč kelímek	2	Mattoni	2
Sklizeno	2	Olma	2
Yves Rocher	2	Delmart	2

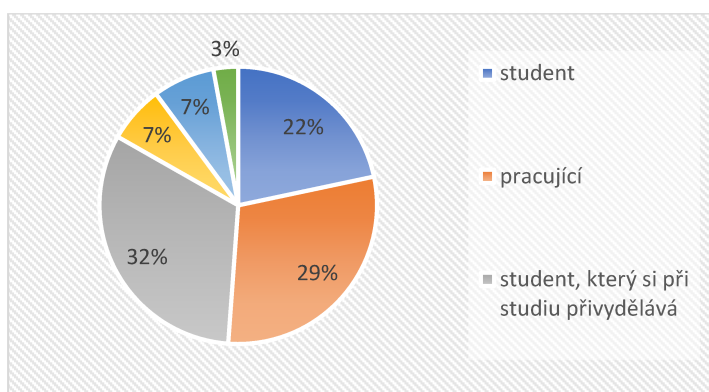
**Tabulka č. 5:** Porovnání generace Z a generace Y v rámci pro-environmentálního chování(n=346) (str. 46). zdroj: vlastní zpracování

	Generace Z	Generace Y	
<b>Počet respondentů</b>	<b>160</b>	<b>186</b>	
<b>Jednotlivá tvrzení</b>	<b>μ</b>	<b>μ</b>	<b>Δ</b>
Chovám se ekologicky zodpovědně	2,864	2,863	0,001
Do obchodu si nosím vlastní nákupní tašku	3,384	3,384	0
Snažím se šetřit obalovým materiálem	2,902	2,898	0,004
Do kavárny si nosím vlastní kelímek na nápoj	1,821	1,819	0,002
Třídím plastový odpad	3,555	3,552	0,003

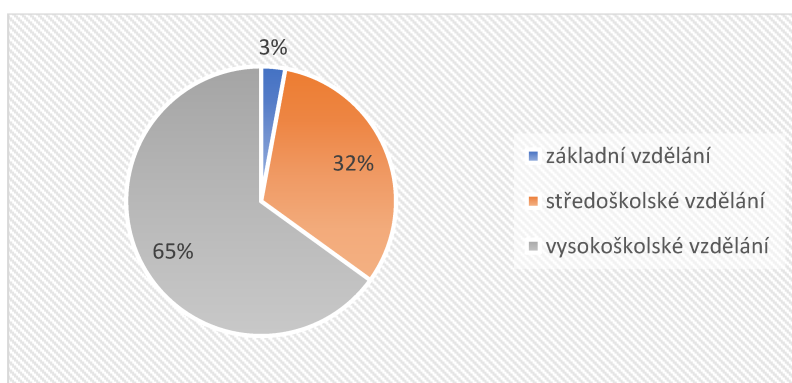
**Graf č.1:** Rozložení respondentů podle velikosti obce, ve které bydlí(n=346) (str. 35). Zdroj: Vlastní zpracování



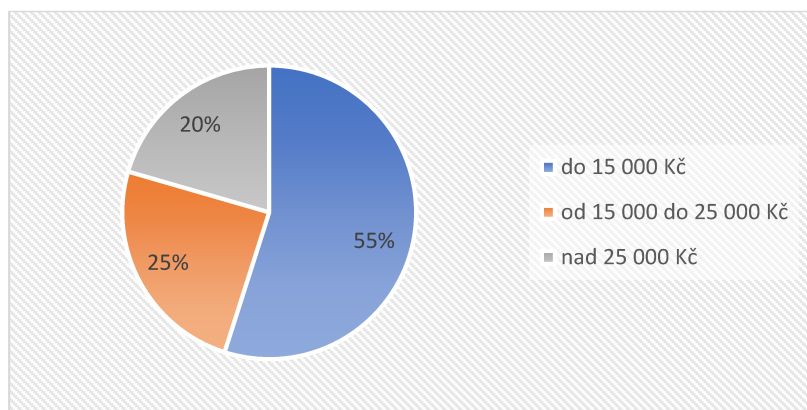
**Graf č. 2:** Rozložení respondentů na základě jejich hlavní činnosti (n=346) (str. 35). Zdroj: Vlastní zpracování



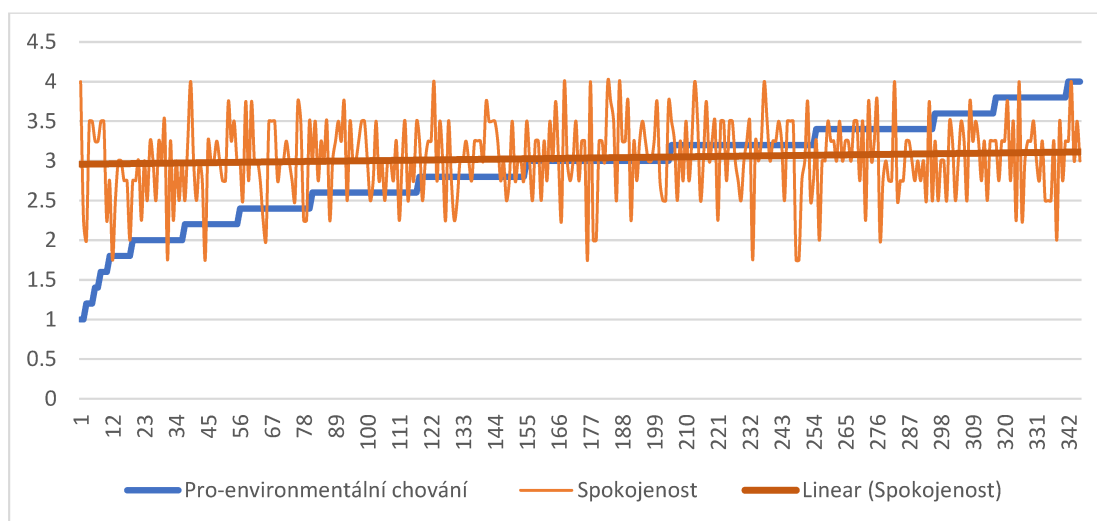
**Graf č. 3:** Rozložení respondentů podle jejich dosaženého vzdělání (u středoškolského a vysokoškolského vzdělání platí, i když stále studují) (n=346) (str. 35). Zdroj: Vlastní zpracování



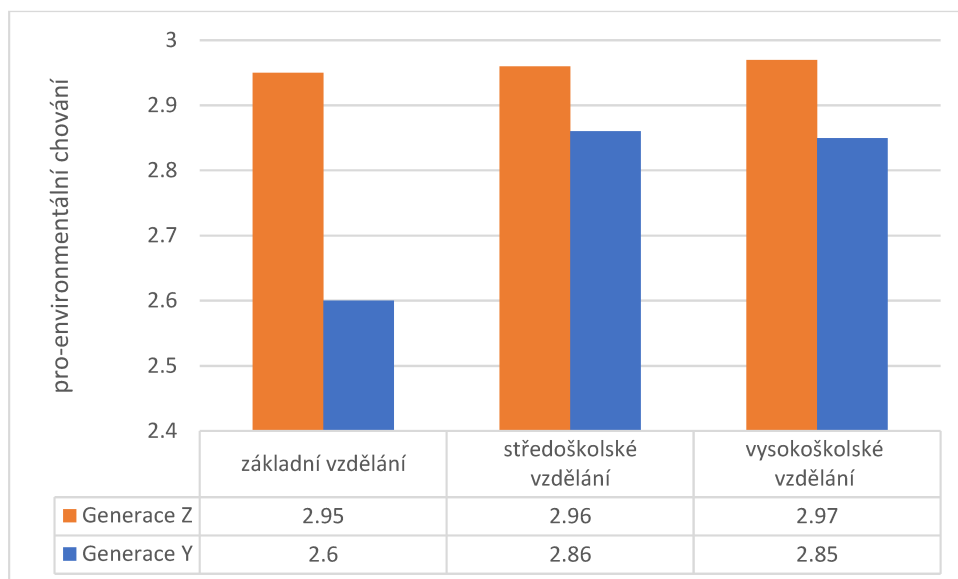
**Graf č. 4:** Rozložení respondentů podle čistého měsíčního příjmu (n=346) (str. 36). Zdroj: Vlastní zpracování



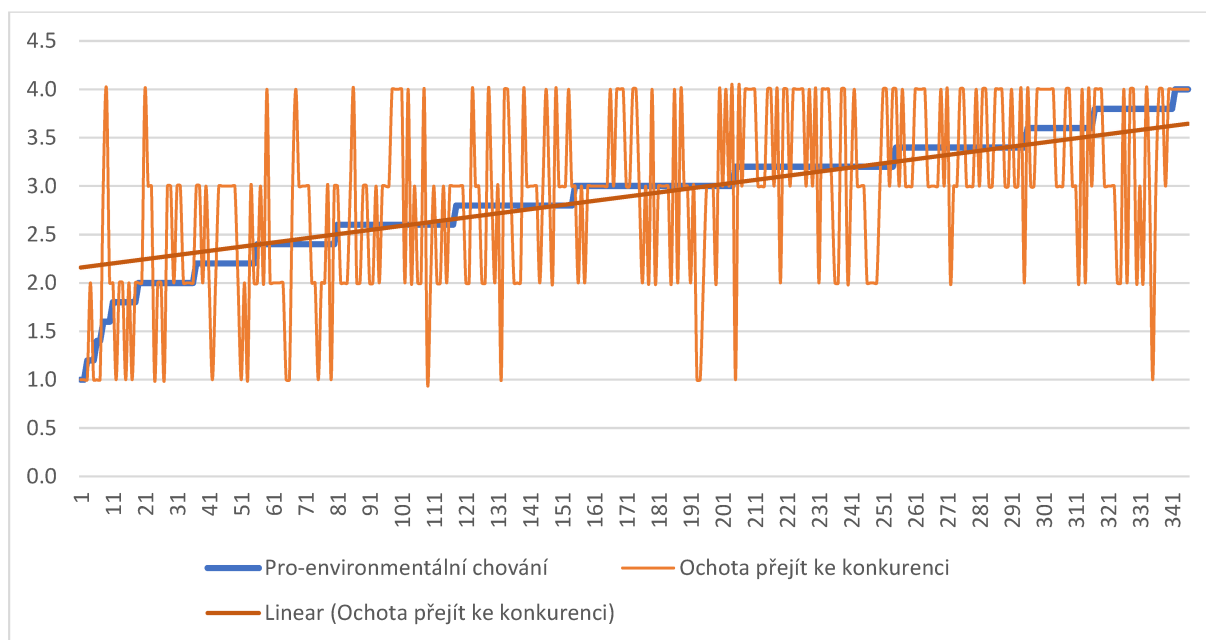
**Graf č. 5:** Liniový graf zobrazující korelaci míry pro-environmentálního chování a životní spokojenosti (n=346) (str. 37). Zdroj: Vlastní zpracování



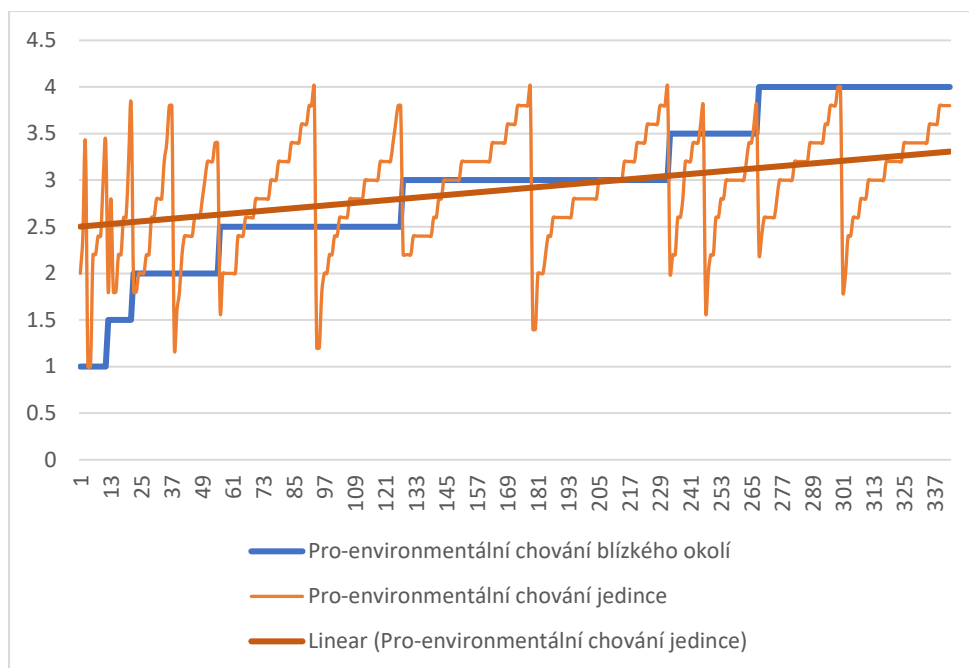
**Graf č. 6:** Histogram zobrazující závislost pro-environmentálního chování na dosaženém vzdělání (n=346) (39). Zdroj: Vlastní zpracování



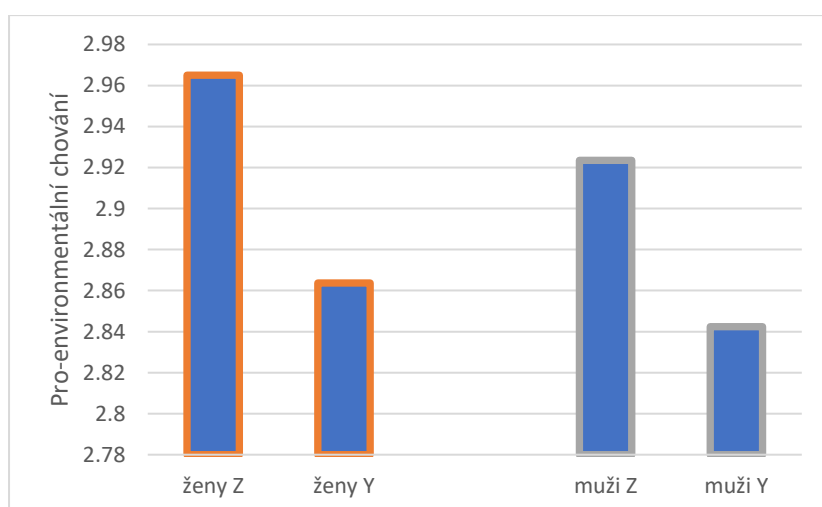
**Graf č. 7:** Liniový graf zobrazující korelaci pro-environmentálního chování a ochotu přejít ke konkurenci(n=346) (str.40). Zdroj: Vlastní zpracování



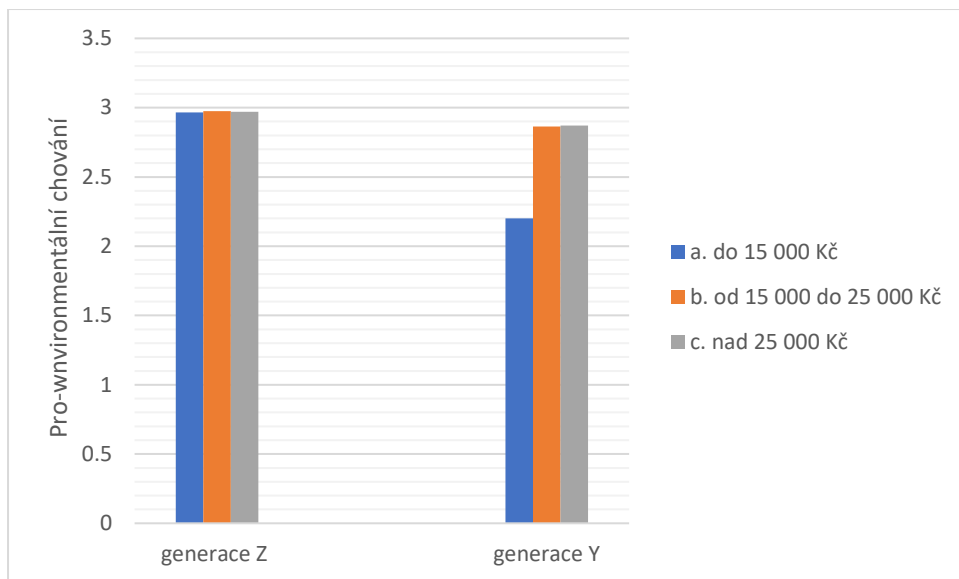
**Graf č. 8:** Liniový graf zobrazující korelaci pro-environmentálního chování blízkého okolí a pro-environmentálního chování jedince(n=346) (str. 41). Zdroj: Vlastní zpracování



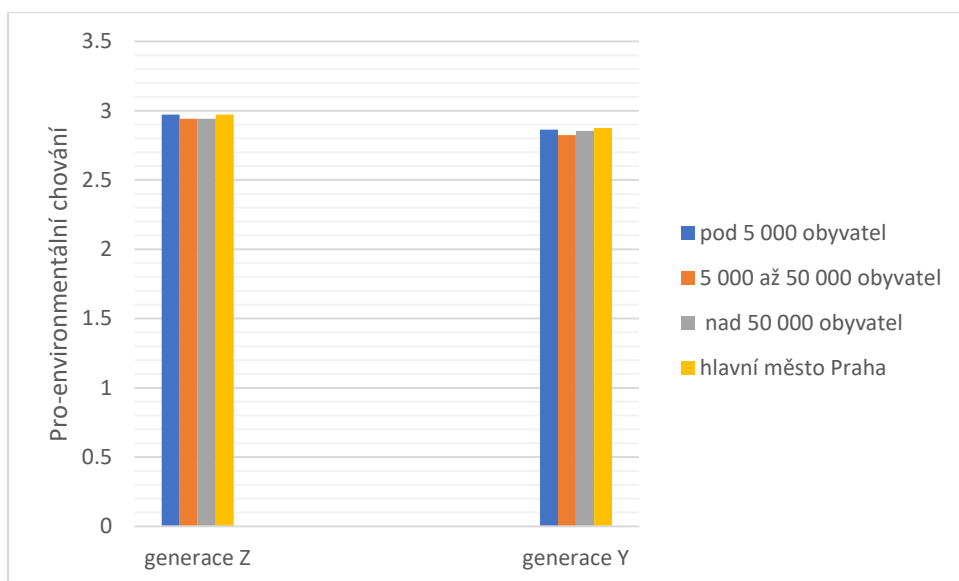
**Graf č. 9:** Histogram zobrazující vliv genderu generace Y a generace Z na pro-environmentálním chování(n=346) (str. 42). Zdroj: Vlastní zpracování



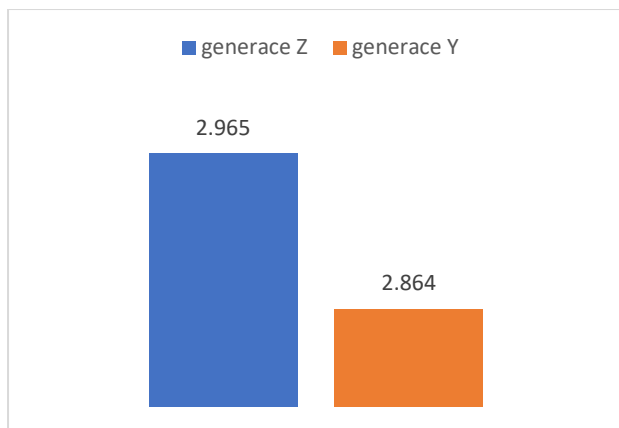
**Graf č. 10:** Histogram zobrazující vliv čistého měsíčního příjmu na pro-environmentální chování u generace Z a generace Y(n=346) (str. 43). Zdroj: Vlastní zpracování



**Graf č. 11:** Histogram zobrazující vliv velikosti obce na pro-environmentální chování u generace Z a generace Y (n=346) (str. 44). Zdroj: Vlastní zpracování



**Graf č.12:** Poměr pro-environmentálního chování generace Z a generace Y (n=346) (str. 47). Zdroj: Vlastní zpracování



Online dotazník. Zdroj: Vlastní zpracování

---

## ODPOVĚDNOST ČESKÉ POPULACE V RÁMCI POUŽÍVÁNÍ PLASTOVÝCH OBALŮ

Dobrý den,

ve své bakalářské práci provádím výzkum týkající se spotřebitelského chování v rámci používání jednorázových plastových obalů. Pokud je vám 16 až 37 let, budu moc ráda, když mi vyplníte zcela anonymní dotazník. Jeho vyplnění Vám nezabere více než 5 minut.

Děkuji

Tamara Heidenreichová

Studentka 3. ročníku MKPR, FSV UK

**\*Required**

Vyplňte prosím následující údaje:

1. Jsem \*

*Mark only one oval.*

muž

žena

2. Je mi \*

*Mark only one oval.*



- 16 - 22 let
- 23 - 37 let

3. Žiji v obci \*

*Mark only one oval.*

- pod 5 000 obyvatel
- 5 000 až 50 000 obyvatel
- nad 50 000 obyvatel
- hlavní město Praha

4. Jsem \*

*Mark only one oval.*

- student
- pracující
- student, který si při studiu přivydělává
- student, který při studiu pracuje na plný
- úvazek na mateřské dovolené
- nezaměstnaný

5. Mám \*

*Mark only one oval.*

- základní vzdělání
- středoškolské vzdělání (počítá se, i když právě studuji)
- vysokoškolské vzdělání (počítá se, i když právě studuji)

6. Můj čistý měsíční příjem je \*

*Mark only one oval.*

- do 15 000 Kč
- od 15 000 do 25 000 Kč
- nad 25 000 Kč

V následujících otázkách ohodnoťte vaši (ne)spokojenost s některými aspekty vašeho života na následující škále:

1. Zcela nespokojený
2. Spíše nespokojený
3. Spíše spokojený
4. Zcela spokojený

7. Ohodnoťte spokojenost s vaší finanční situací \*

*Mark only one oval.*

1	2	3	4
Zcela nespokojený <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Zcela spokojený

8. Ohodnoťte spokojenost s vaším časovým vytížením \*

*Mark only one oval.*

1	2	3	4
Zcela nespokojený <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Zcela spokojený

9. Ohodnoťte spokojenost s vaší rodinou \*

*Mark only one oval.*

1	2	3	4
Zcela nespokojený <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Zcela spokojený

10. Ohodnoťte spokojenost s vašimi přáteli \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

---

Zcela nespokojený     Zcela spokojený

---

Do jaké míry souhlasíte s následujícím výrokem?

V následující části prosím vyberte v každém řádku číslo, které odpovídá tomu, jak moc (ne)souhlasíte s daným výrokem.

1. Zcela nesouhlasím
2. Spíše nesouhlasím
3. Spíše souhlasím
4. Zcela souhlasím

11. Chovám se ekologicky zodpovědně \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

---

Zcela nespokojený     Zcela spokojený

---

12. Do obchodu si nosím vlastní nákupní tašku \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

---

Zcela nesouhlasím     Zcela souhlasím

---

13. Snažím se šetřit obalovým materiálem \*

Například kupuji si ovoce a zeleninu bez obalu, snažím se podporovat koncept zero-waste, nosím vlastní tašky a kelímky, nepoužívám plastová brčka apod.

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

---

---

Zcela nesouhlasím

Zcela souhlasím

14. Do kavárny si nosím vlastní kelímek na nápoj \*

*Mark only one oval.*

1 2 3 4

Zcela nesouhlasím

Zcela souhlasím

15. Třídím plastový odpad\*

*Mark only one oval.*

1 2 3 4

Zcela nesouhlasím

Zcela souhlasím

16. Někteří členové mé rodiny se snaží šetřit obalovým materiálem \*

*Mark only one oval.*

1 2 3 4

Zcela nesouhlasím

Zcela souhlasím

17. Někteří z mých přátel se snaží šetřit obalovým materiálem \*

*Mark only one oval.*

1 2 3 4

Zcela nesouhlasím

Zcela souhlasím

18. Bioplasty jsou jednoznačně šetrnější k životnímu prostředí než obyčejné plasty \*

*Mark only one oval.*

1 2 3 4

---

Zcela nesouhlasím     Zcela souhlasím

---

19. Jsem ochotný přejít ke konkurenci, jestliže její výrobky/ služby jsou šetrnější k životnímu prostředí \*

*Mark only one oval.*

1 2 3 4

---

Zcela nesouhlasím     Zcela souhlasím

---

20. Některé firmy zneužívají aktuálního trendu udržitelnosti v rámci nakládání s jednorázovými plastovými obaly, aby si zlepšily své renomé a odlišily se od konkurence \*

*Mark only one oval.*

1 2 3 4

---

Zcela nesouhlasím     Zcela souhlasím

---

21. Jmenujte společnost, která se vám vybaví při zneužívání trendu udržitelnosti v rámci používání jednorázových plastových obalů:

22. Jmenujte společnost, která se vám vybaví při správném řešení problému nakládání s jednorázovými plastovými obaly:

Dostupné z: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScyK1MI8\\_Wg8FnXHftEMmC-HEtEI7dcCMDB7gPEcClvQbrrBQ/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScyK1MI8_Wg8FnXHftEMmC-HEtEI7dcCMDB7gPEcClvQbrrBQ/viewform?usp=sf_link)