



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research



Svetovni dan okolja

2025



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research



OSEBNA DEJANJA LAHKO KORISTIJO OKOLJU



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research

Verjamem, da lahko moje vedenje izboljša okolje.

% znotraj celotne populacije

TTB

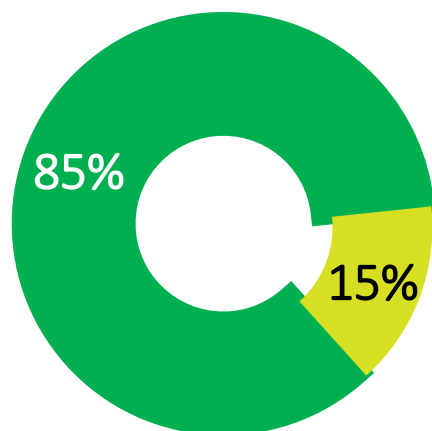
Strinjam + popolnoma strinjam

BTB

Ne strinjam + v celoti ne strinjam

Po spolu

Skupaj



2021 80% 16%

2020 81% 16%

Ženske

86%

14%

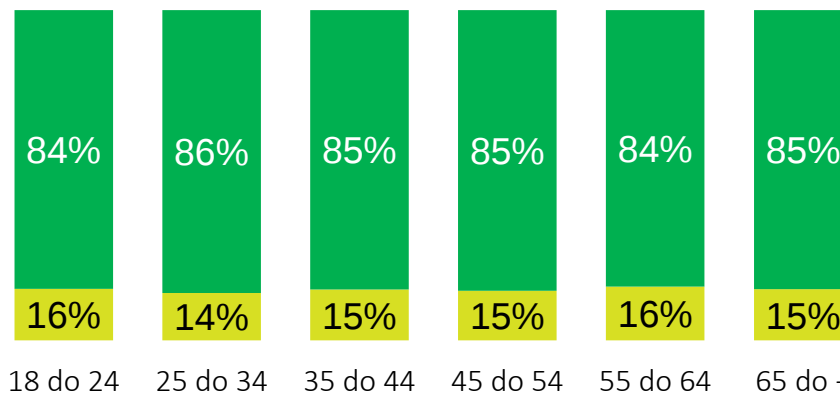


Moški

83%

17%

Po starostnih skupinah



Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.313. V prejšnjih verzijah (2021 and 2020) je bil vključen odgovor „ne vem, brez odgovora“.

V kolikšni meri se strinjate s trditvijo: Verjamem, da lahko moje vedenje izboljša okolje.

Verjamem, da lahko moje vedenje izboljša okolje.

% znotraj celotne populacije



Po stopnji izobrazbe

Brez izobrazbe / nedokončana osnovna šola



Dokončana osnovna šola



Dokončana srednja šola



Dokončana visoka šola



Več kot visoka šola (magisterij, doktorat, ...)



TTB

Strinjam + popolnoma strinjam

BTB

Ne strinjam + v celoti ne strinjam



Po zaposlitvenem statusu

Zaposleni za polni delovni čas (tudi samozaposleni)



Zaposleni za skrajšan delovni čas



Nezaposleni



Študenti



Gospodinje



Upokojeni / invalidi



Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.313

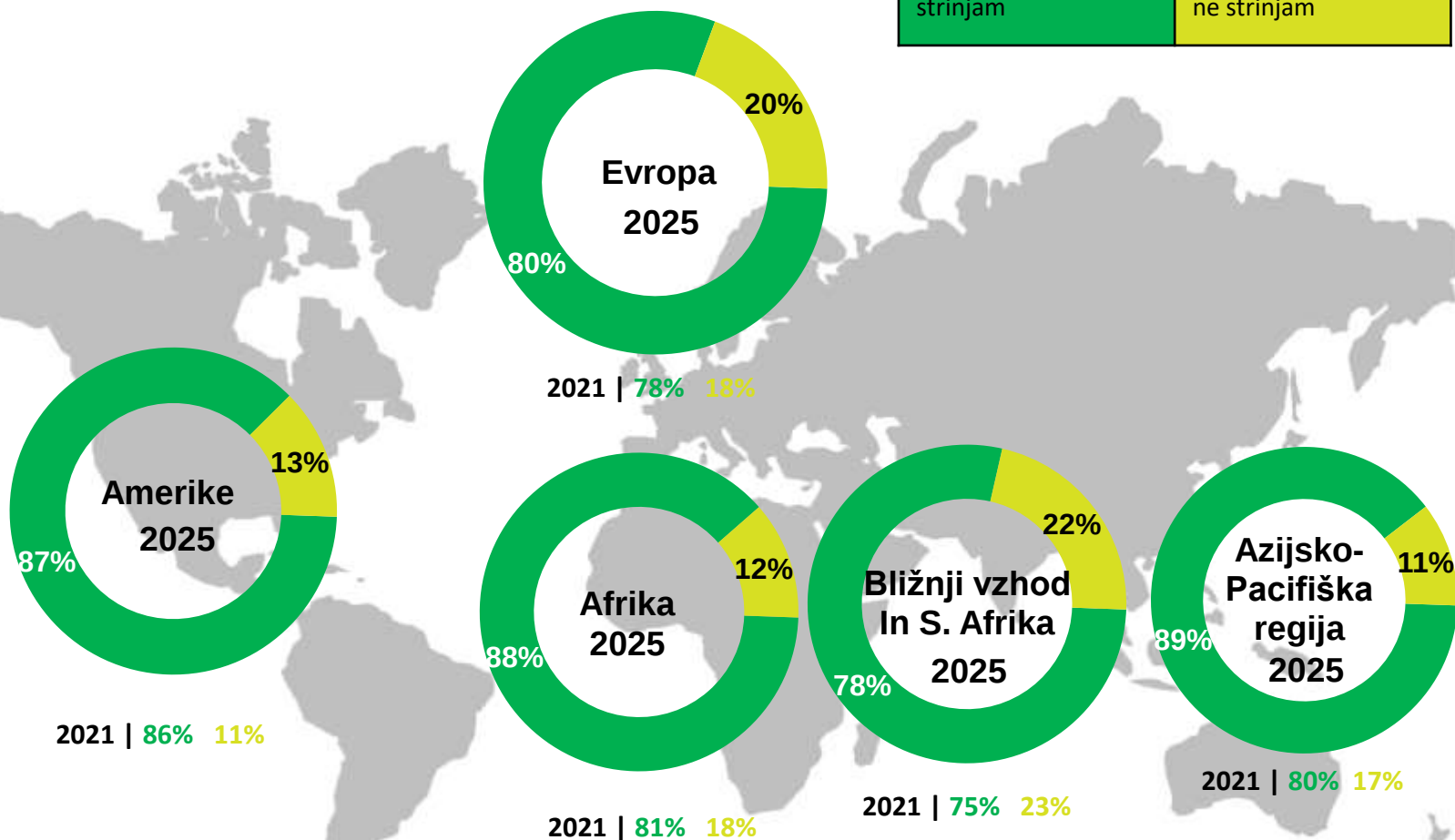
V kolikšni meri se strinjate s trditvijo: Verjamem, da lahko moje vedenje izboljša okolje.

Verjamem, da lahko moje vedenje izboljša okolje.

% znotraj celotne populacije

Strinjam + popolnoma
strinjam

Ne strinjam + v celoti
ne strinjam

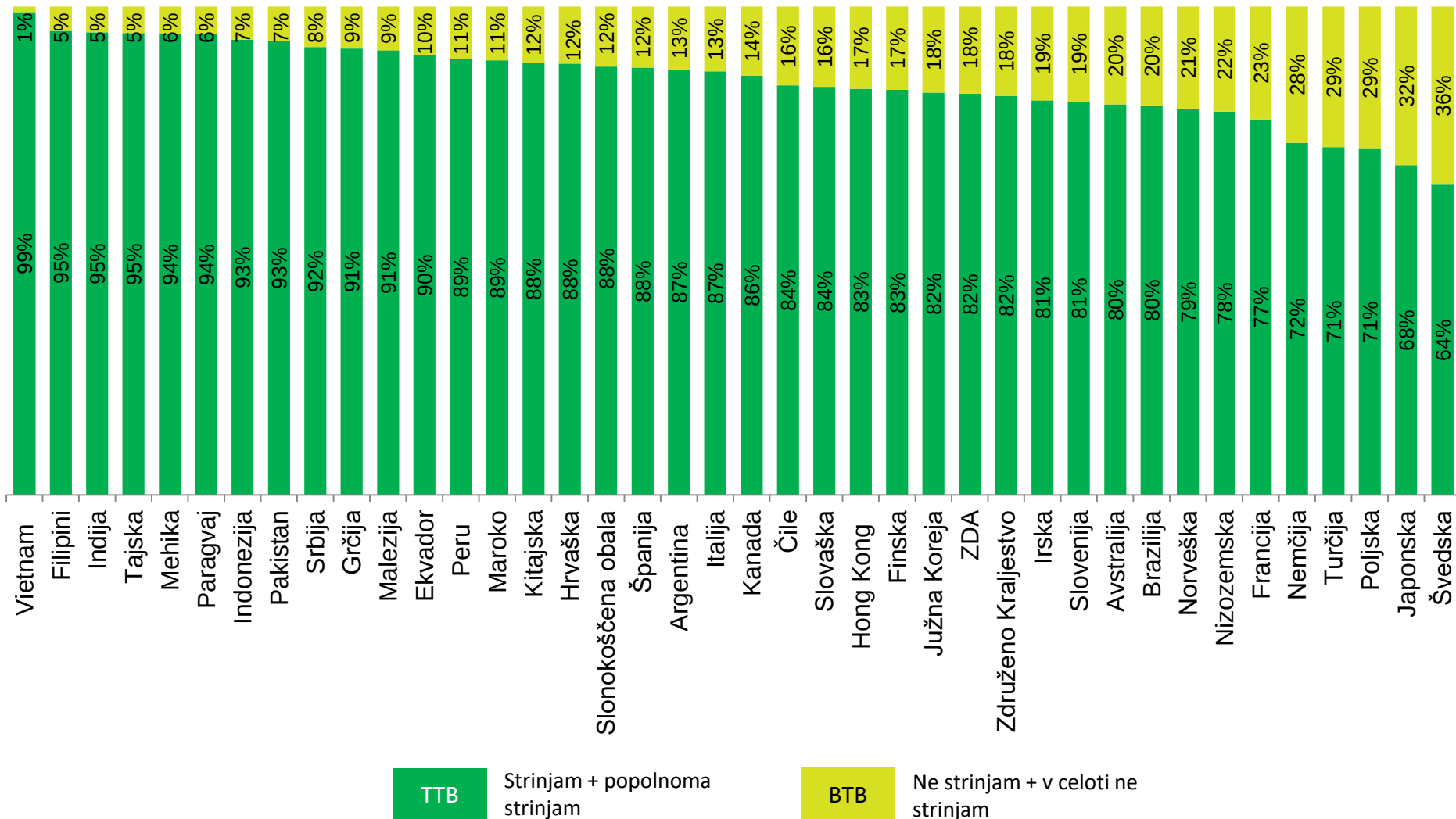


Vir: WIN 2021. Vzorec: 33.236

Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.313

Verjamem, da lahko moje vedenje izboljša okolje.

% znotraj celotne populacije



Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.313

V kolikšni meri se strinjate s trditvijo: Verjamem, da lahko moje vedenje izboljša okolje.



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research



SKRB VLAD ZA OKOLJE



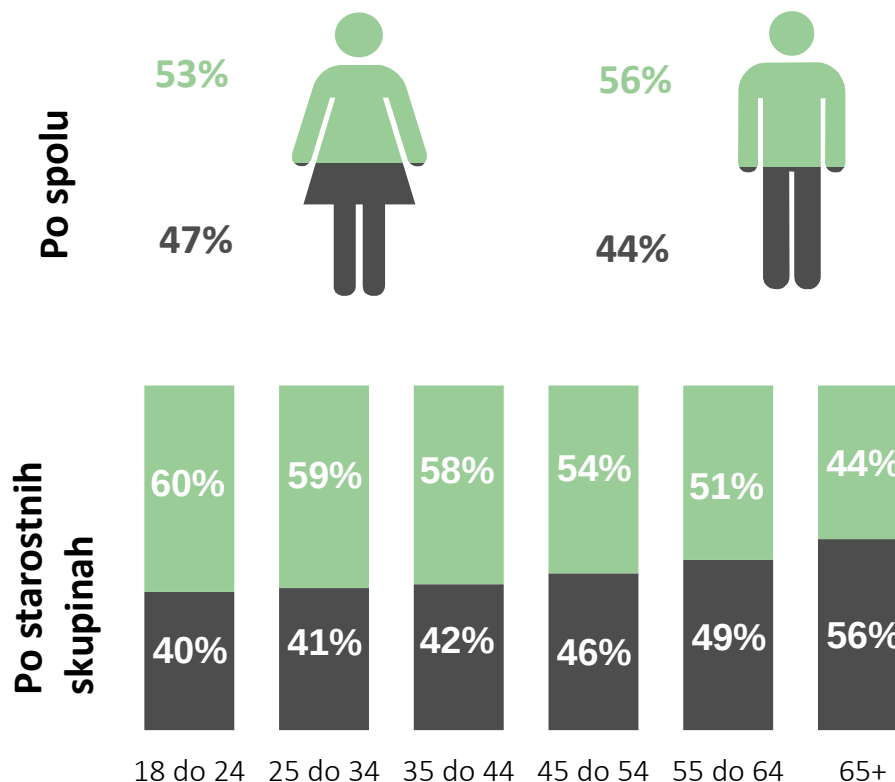
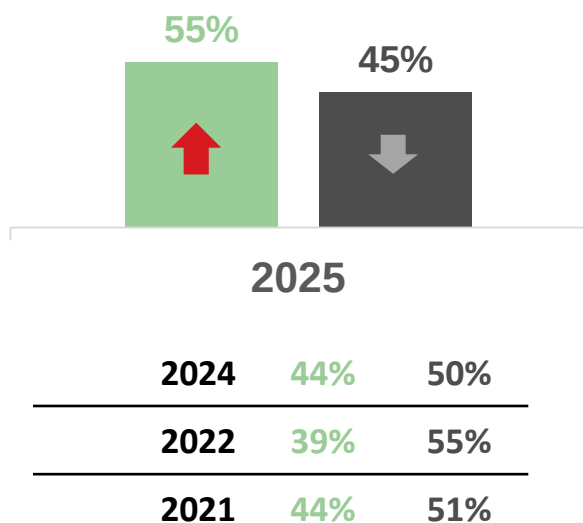
WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research

Vlade sprejemajo potrebne ukrepe za skrb za okolje.

% znotraj celotne populacije

Globalno povprečje



Strinjam + popolnoma strinjam

Ne strinjam + v celoti ne strinjam

Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.216. V prejšnjih verzijah (2021 in 2020) je bil vključen odgovor „ne vem, brez odgovora“.

V kolikšni meri se strinjate s trditvijo: Vlade sprejemajo potrebne ukrepe za skrb za okolje.

Vlade sprejemajo potrebne ukrepe za skrb za okolje.

% znotraj celotne populacije



Po stopnji izobrazbe

Brez izobrazbe / nedokončana osnovna šola



Dokončana osnovna šola



Dokončana srednja šola



Dokončana visoka šola



Več kot visoka šola (magisterij, doktorat, ...)



Po zaposlitvenem statusu

Zaposleni za polni delovni čas (tudi samozaposleni)



Zaposleni za skrajšan delovni čas



Nezaposleni



Študenti



Gospodinje



Upokojeni / invalidi



Strinjam + popolnoma strinjam

Ne strinjam + v celoti ne strinjam

Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.216

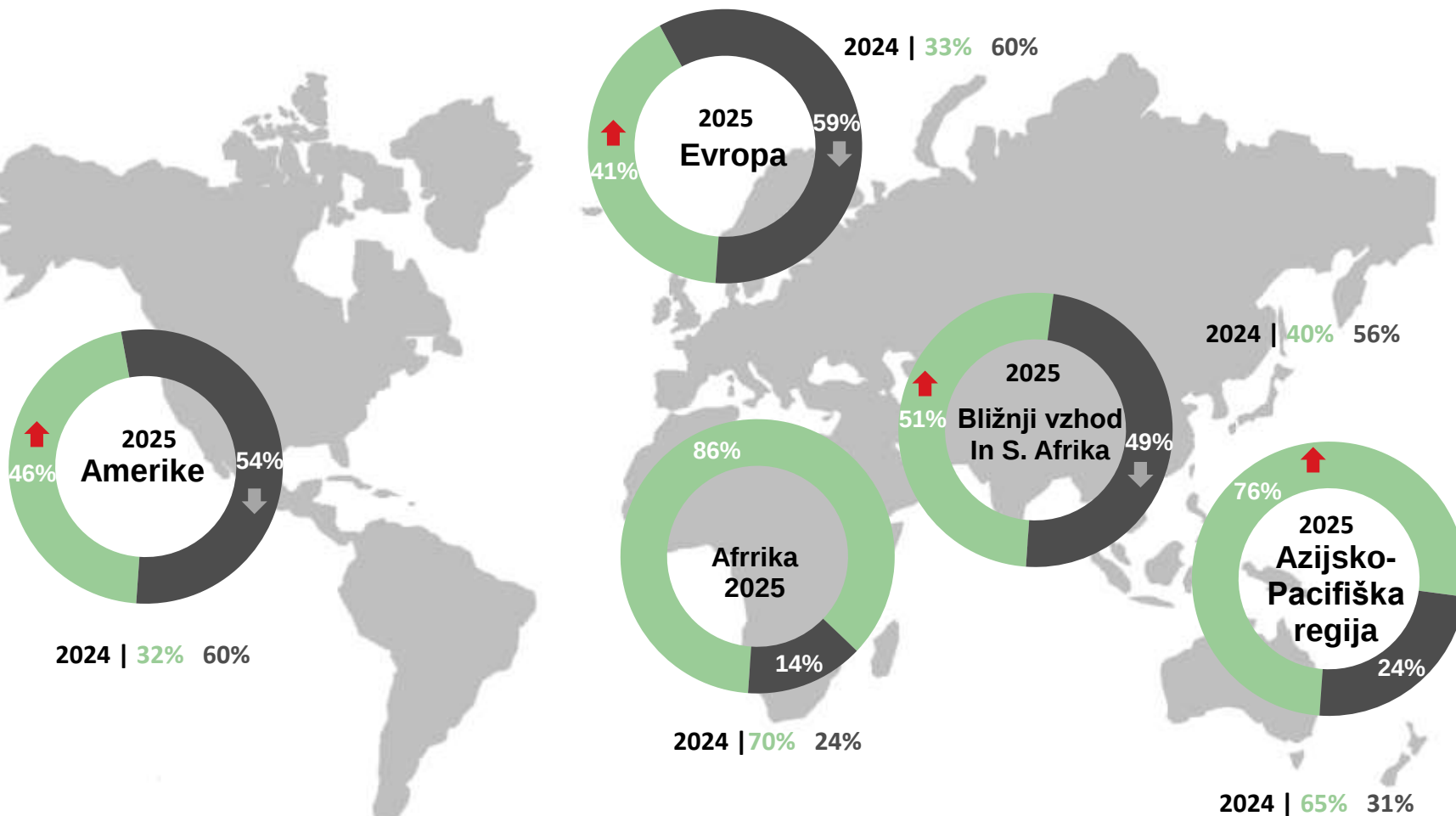
V kolikšni meri se strinjate s trditvijo: Vlade sprejemajo potrebne ukrepe za skrb za okolje.

Vlade sprejemajo potrebne ukrepe za skrb za okolje.

% znotraj celotne populacije

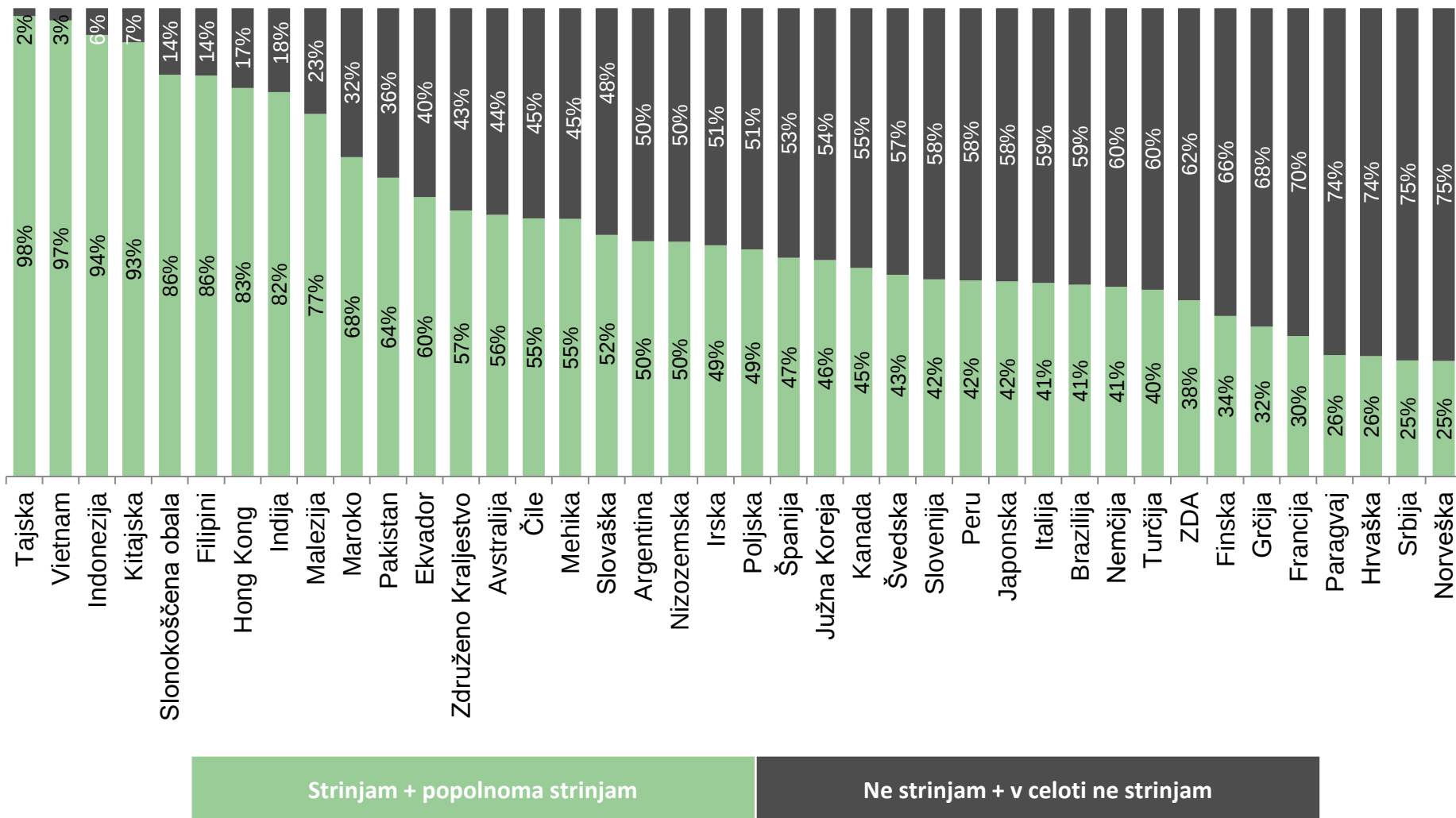
Strinjam + popolnoma strinjam

Ne strinjam + v celoti ne strinjam



Vlade sprejemajo potrebne ukrepe za skrb za okolje.

% znotraj celotne populacije



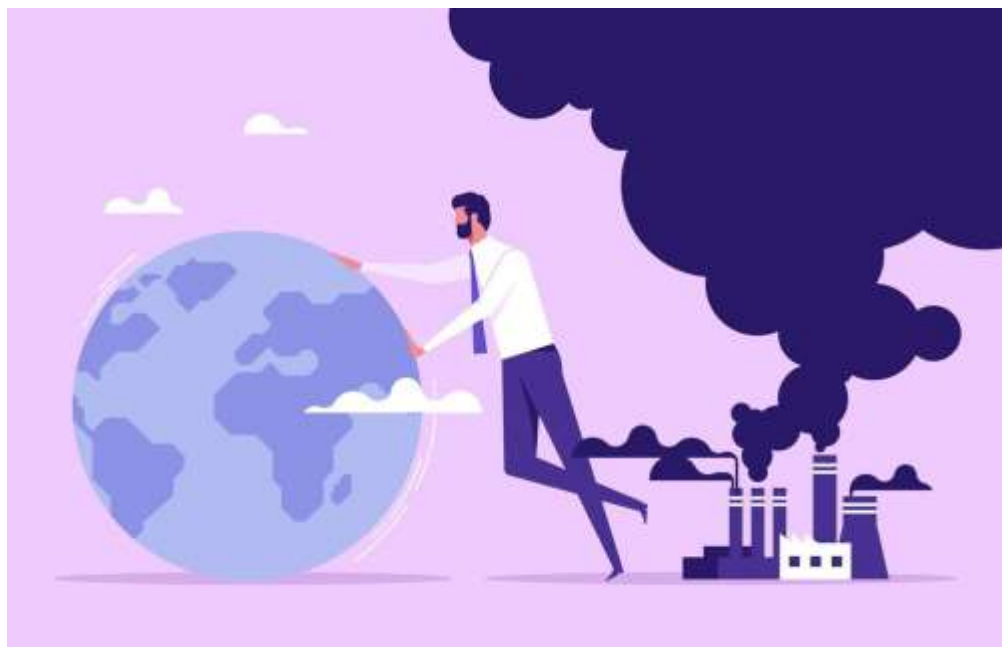
Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.216

V kolikšni meri se strinjate s trditvijo: Vlade sprejemajo potrebne ukrepe za skrb za okolje.



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research



PODJETJA IN KORPORATIVNA DRUŽBENA ODGOVORNOST

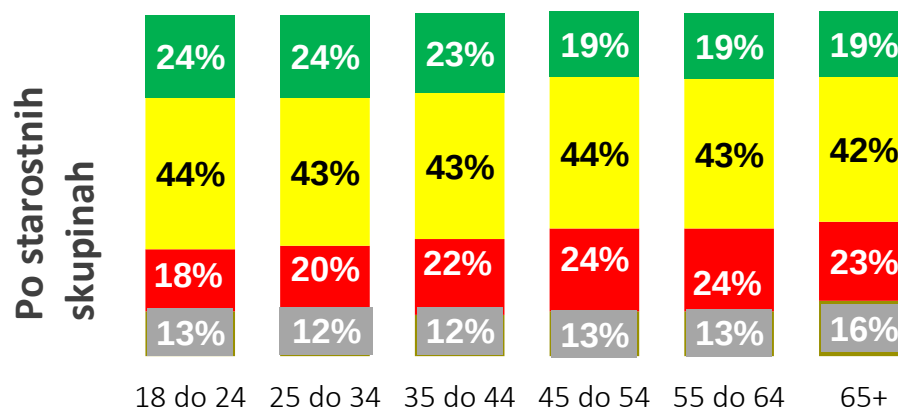
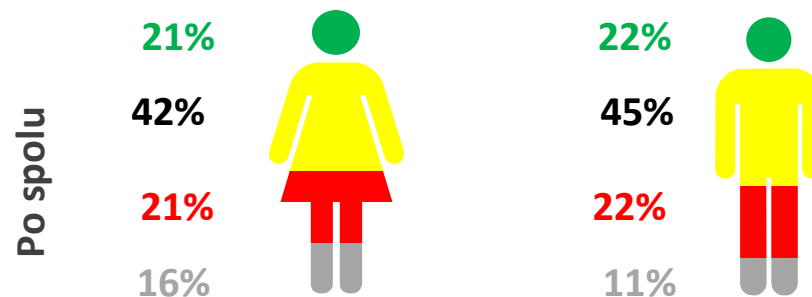
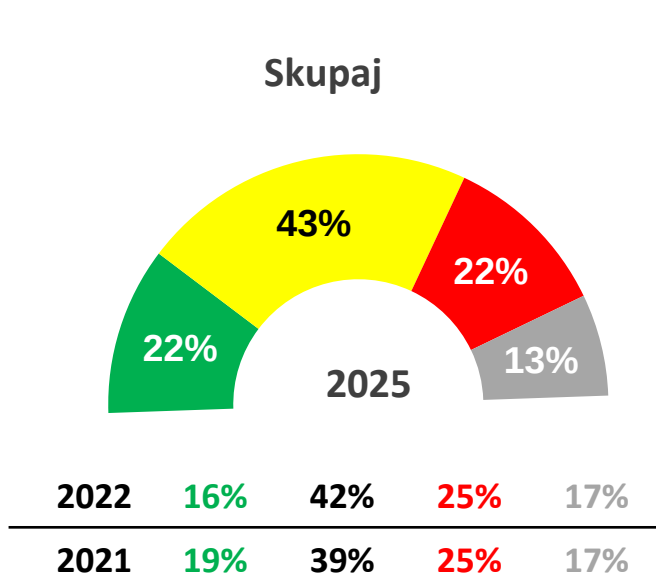


WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research

Trud za vzpostavitev in promocijo korporativne družbene odgovornosti

% znotraj celotne populacije



Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.515.

Katera od naslednjih treh trditev najbolje opisuje vaše mnenje o podjetjih in družbeni odgovornosti podjetij?

Trud za vzpostavitev in promocijo korporativne družbene odgovornosti

% znotraj celotne populacije



Po stopnji izobrazbe

Brez izobrazbe / nedokončana osnovna šola



Dokončana osnovna šola



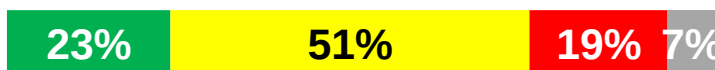
Dokončana srednja šola



Dokončana visoka šola



Več kot visoka šola (magisterij, doktorat, ...)

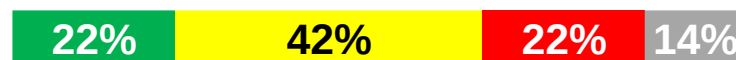


Po zaposlitvenem statusu

Zaposleni za polni delovni čas (tudi samozaposleni)



Zaposleni za skrajšan delovni čas



Nezaposleni



Študenti



Gospodinje



Upokojeni / invalidi



Večina podjetij resnično deluje družbeno odgovorno in trajnostno.

Večina podjetij v resnici ne deluje tako, gre le za vtis.

Večine podjetij družbena odgovornost ne zanima, osredotočajo se le na posel.

Ne vem, brez odgovora.

Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.515.

Katera od naslednjih treh trditev najboljše opisuje vaše mnenje o podjetjih in družbeni odgovornosti podjetij?

Trud za vzpostavitev in promocijo korporativne družbene odgovornosti

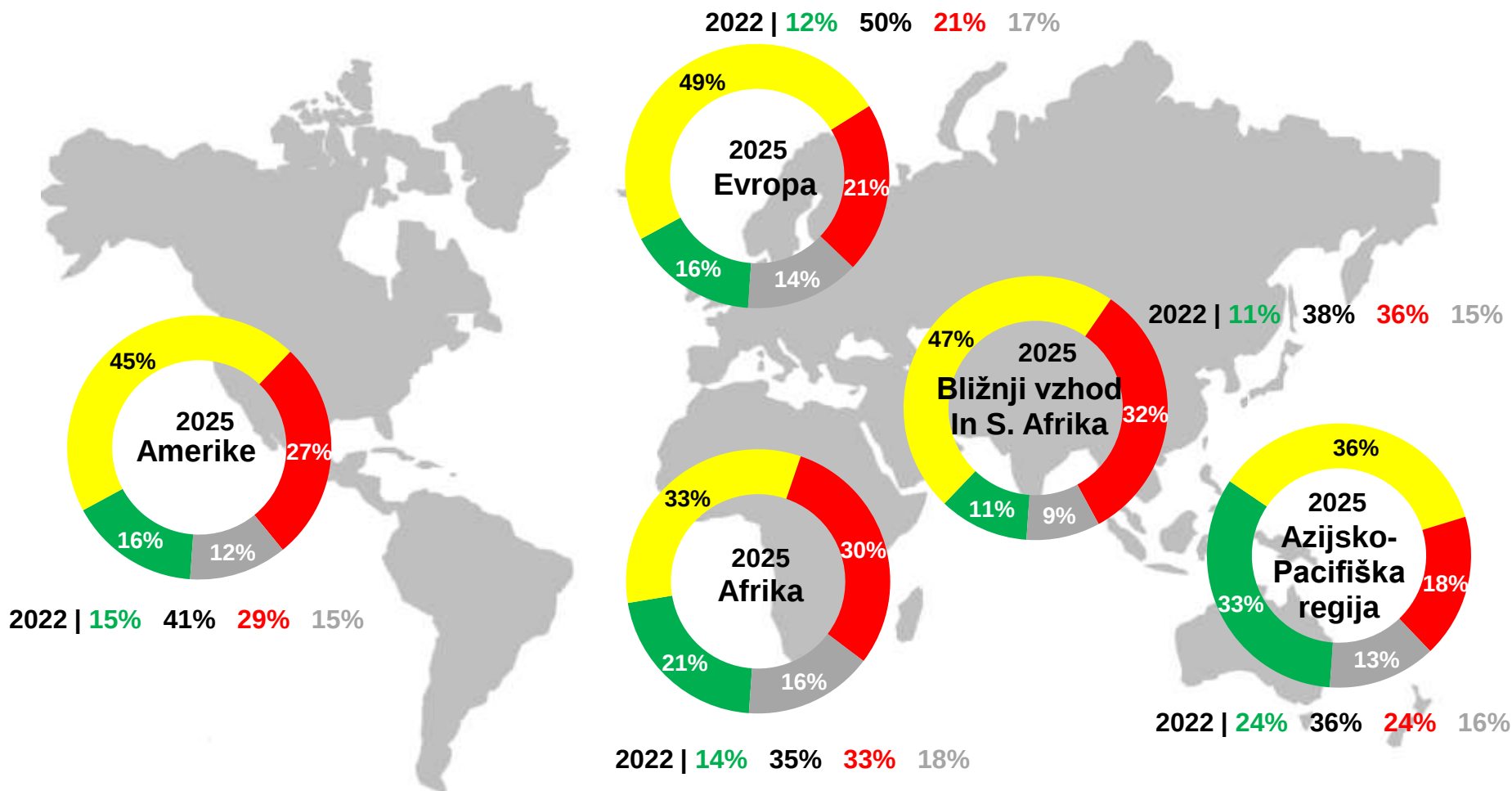
% znotraj celotne populacije

**Večina podjetij
resnično deluje
družbeno
odgovorno in
trajnostno.**

**Večina podjetij v
resnici ne deluje
tako, gre le za
vtis.**

**Večine podjetij
družbena
odgovornost ne
zanima,
osredotočajo se
le na posel.**

**Ne vem, brez
odgovora.**



Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.515.

Katera od naslednjih treh trditev najbolj opisuje vaše mnenje o podjetjih in družbeni odgovornosti podjetij?

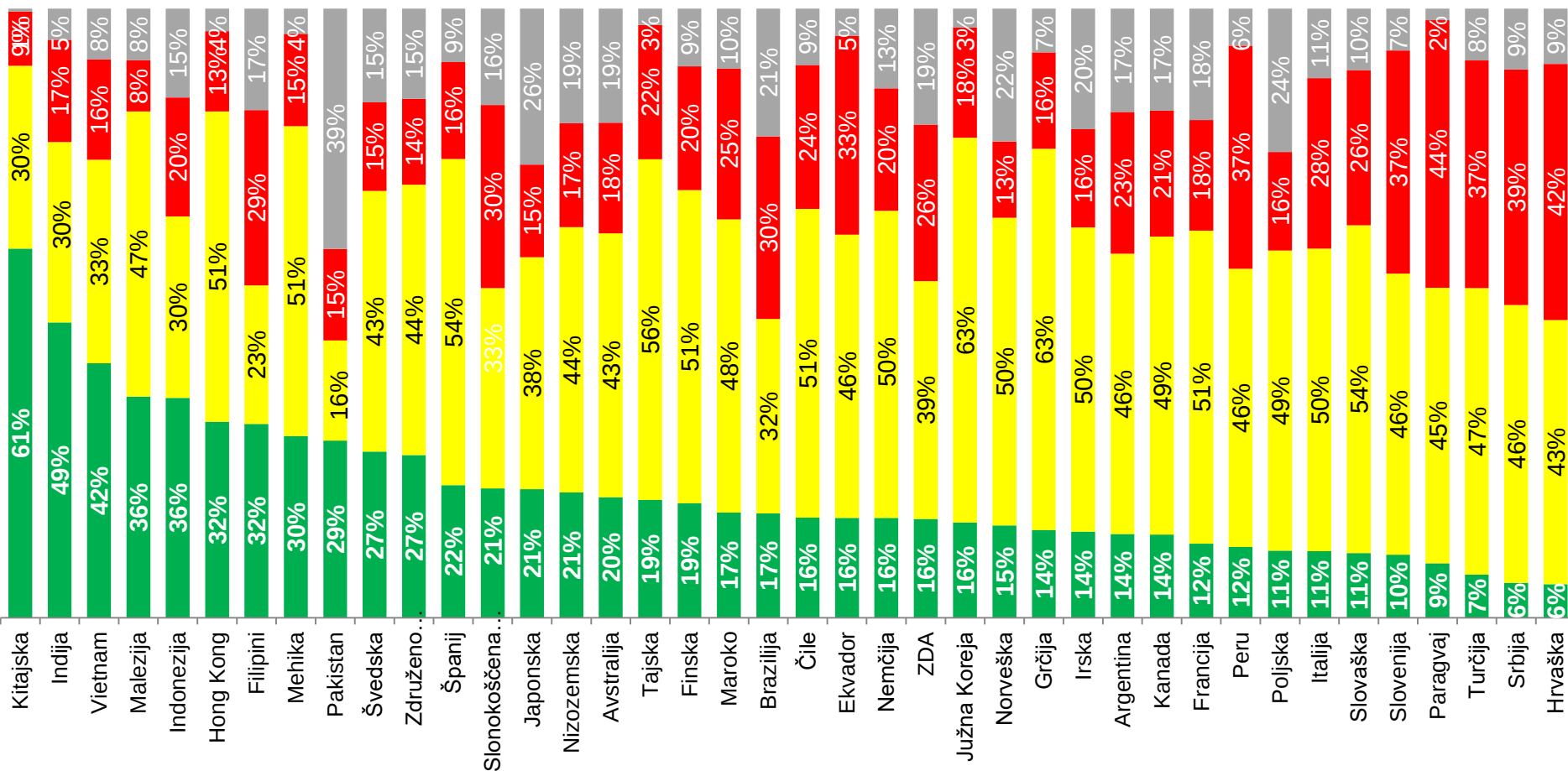
Trud za vzpostavitev in promocijo korporativne družbene odgovornosti % znotraj celotne populacije

**Večina podjetij
resnično deluje
družbeno
odgovorno in
trajnostno.**

**Večina podjetij v
resnici ne deluje
tako, gre le za
vtis.**

**Večine podjetij
družbena
odgovornost ne
zanima,
osredotočajo se
le na posel.**

**Ne vem, brez
odgovora.**



Vir: WIN 2025. Vzorec: 35.515.

Katera od naslednjih treh trditev najbolj opisuje vaše mnenje o podjetjih in družbeni odgovornosti podjetij?

METODOLOGIJA

	Država	Ime podjetja	Metodologija	Vzorec	Pokritost	Datumi izvedbe
1	Argentina	Voices Research & Consultancy	CAWI	1027	nacionalna	30 Dec 2024 – 9 Jan 2025
2	Avstralija	Luma Research	Spletni panel	500	nacionalna	20-24 Januar 2025
3	Brazilija	Market Analysis Brazil	CAWI	1032	nacionalna	16-23 Januar 2025
4	Kanada	LEGER	CAWI	1000	nacionalna	9-19 Januar 2025
5	Slonokoščena obala	EMC	CAPI	569	nacionalna	13-25 februar 2025
6	Čile	Activa Research	CAWI	1095	nacionalna	10-27 Januar 2025
7	Kitajska	WisdomAsia	CAWI	1000	urbana	Week 1-2 Januar 2025
8	Hrvaška	Institute for market and media research, Mediana Fides	CAWI	531	nacionalna	17-23 Januar 2025
9	Ekvador	Centro de Estudios Y Datos - CEDATOS	CAPI	708	nacionalna	1-3 februar 2025
10	Finska	Taloustutkimus Oy	Spletni panel	1112	nacionalna	16-24 Januar 2025
11	Francija	BVA Xsight	CAWI / Online Panel	1001	nacionalna	6-7 februar 2025
12	Nemčija	Produkt+Markt	CAWI	1000	nacionalna	20 Dec 2024 – 6 Jan 2025
13	Grčija	Alternative Research Solutions	CAWI	500	nacionalna	5-20 December 2024
14	Hong Kong	Consumer Search Group (CSG)	Spletni panel	516	teritorij	31 Dec 2024 -10 Jan 2025
15	Indija	DataPrompt Internacionalna Pvt. Ltd.	CAWI	1000	nacionalna	19 Dec 2024 - 20 Jan 2025
16	Indonezija	DEKA	Face to Face	1000	nacionalna	12-25 December 2024
17	Irska	RED C Research & Marketing Ltd	CAWI	1013	nacionalna	9-15 Januar 2025
18	Italija	BVA Doxa	CAWI	995	nacionalna	13-16 December 2024
19	Japonska	Nippon Research Center, LTD.	CAWI	1131	nacionalna	22-27 Januar 2025
20	Malezija	Central Force Internacionalna	Spletni panel	1008	nacionalna	2-9 December 2024
21	Mehika	Brand Investigation S.A.de C.V	Prek spleta	800	nacionalna	9-18 Januar 2025

METODOLOGIJA

	Država	Ime podjetja	Metodologija	Vzorec	Pokritost	Datumi izvedbe
22	Maroko	Integrate Consulting SARL	Prek spleta	509	nacionalna	21-24 Januar 2025
23	Norveška	Opinion AS	CAWI	1031	nacionalna	13-21 Januar 2025
24	Pakistan	Gallup Pakistan	CATI	1000	nacionalna	3 Dec 2024 -2 Jan 2025
25	Paragvaj	ICA Consultoría Estratégica	CATI	500	nacionalna	8-31 Januar 2025
26	Peru	Datum Internacional	F2F	1204	nacionalna	31 Jan – 7 Feb 2025
27	Filipini	Philippine Survey and Research Center, Inc. (PSRC)	CAPI	1000	nacionalna	14-31 Januar 2025
28	Poljska	Mareco Polska	CAWI	1080	nacionalna	18-22 December 2024
29	Srbija	Institute for market and media research, Mediana Adria	CAWI	536	nacionalna	17-23 Januar 2025
30	Slovaška	Go4insight	CAWI	500	nacionalna	17-22 Januar 2025
31	Slovenija	Institute for market and media research, Mediana	CAWI	700	nacionalna	17-21 Januar 2025
32	Južna Koreja	Gallup Korea	CAWI	1085	nacionalna	16-24 Januar 2025
33	Španij	Instituto DYM	CAWI	1014	nacionalna	16-20 Januar 2025
34	Švedska	DEMOSKOP AB	CAWI	1004	nacionalna	21 Dec 2024 – 23 Jan 2025
35	Tajska	INFOSEARCH LIMITED	F2F	500	nacionalna	22 Dec 2024 – 18 Jan 2025
36	Nizozemska	Motivaction Internacionalna B.V.	CAWI	1023	nacionalna	6-18 December 2024
37	Turčija	Barem	CATI	775	nacionalna	24-28 Januar 2025
38	Združeno kraljestvo	ORB Internacionalna	CAWI	1000	nacionalna	19-23 Dec 2024
39	ZDA	LEGER	CAWI	1000	nacionalna	9-19 Januar 2025
40	Vietnam	Indochina Research (Vietnam) Ltd	CAPI	900	Hanoi, Ho Chi Minh city, Da Nang, Can Tho - Urbana populacija	18 Dec 2024 – 10 Jan 2025