

Tisková zpráva

Způsob stravování, nakupování a chování české společnosti vzhledem k životnímu prostředí – Potraviny 2020

- ⊗ O problematiku obalů, ve kterých nakupujeme potraviny, se zajímá necelá čtvrtina (24 %) dotázaných, naopak tři čtvrtiny (75 %) se nezajímají.
- ⊗ Tři pětiny (60 %) lidí se nevyhýbají žádnému obalovému materiálu. Pokud ano, tak nejčastěji plastu (17 %).
- ⊗ Pro českou veřejnost je při nakupování potravin nejdůležitější cena a následně složení, naopak nejméně důležitý je obalový materiál.
- ⊗ Potraviny bez obalu nakupuje pouze přibližně šestina (16 %) dotázaných, z toho 12 % občas a 4 % často. Jejich hlavním motivem je snížení množství odpadu/obalu/materiálu a ochrana životního prostředí.
- ⊗ Naprostá většina (93 %) české veřejnosti se stravuje běžnou stravou bez žádného omezení, zbývajících 7 % dotázaných uvedlo jiný výživový směr.
- ⊗ Z prospěšných aktivit pro životní prostředí české domácnosti nejvíce třídí běžný odpad a na nákup si nosí vlastní tašku, naopak nejméně nakupují zeleninu a ovoce do tzv. „nekonečných sáčků“ a omezují jízdy autem.

Zpracovala:
Radka Hanzlová
Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
Tel.: 210 310 587; e-mail: radka.hanzlova@soc.cas.cz



Do speciálního výzkumu Potraviny 2020 jsme zařadili i několik otázek týkajících se problematiky obalových materiálů potravin, nakupování bez obalu, šetrného chování k životnímu prostředí nebo způsobu stravování, což jsou všechno oblasti, které zejména spolu, ale obecně i s plýtváním potravinami velmi úzce souvisí.

Zároveň všechny výše uvedené oblasti velmi úzce souvisí i s dlouhodobě velmi diskutovaným tématem, kterým je změna klimatu na Zemi.¹ Klimatická změna je způsobena rostoucí koncentrací skleníkových plynů v ovzduší, které vznikají zejména spalováním fosilních paliv, těžbou dřeva v deštných pralesích nebo intenzivnějším chovem hospodářských zvířat. Vyšší množství skleníkových plynů v ovzduší a následně v atmosféře zintenzivňuje skleníkový efekt, jehož hlavním důsledkem je globální oteplování (průměrná globální teplota je v současnosti o 0,85°C vyšší než ke konci 19. století).² Mezi další projevy změny klimatu patří tání ledovců, poškození oceánů, větší frekvence extrémních jevů (povodně, hurikány, požáry) nebo vymírání rostlin a živočichů.^{3 4}

Nedílnou součástí řešení problematiky změny klimatu a jejích negativních dopadů je nepochybně snižování emisí skleníkových plynů, ke kterému mohou výraznou měrou přispět sami lidé svým chováním (např. tím, jak se stravují, co, v čem a jak nakupují, jak cestují, jaké produkty v domácnostech používají atp.). Právě na toto téma jsme se zaměřily v našem speciálním výzkumu, jehož výsledky budeme prezentovat v této tiskové zprávě.

Nejdříve se budeme věnovat problematice obalových materiálů, ve kterých nakupujeme potraviny. Respondentům, kteří alespoň někdy nakupují potraviny, jsme položili otázku, zda se zajímají o to, v jakých obalech potraviny nakupují.⁵ Jak můžeme vidět z grafu 1, necelá čtvrtina (24 %) českých občanů se zajímá o problematiku obalů, ve kterých nakupuje potraviny, z toho 3 % se zajímají velmi a 21 % spíše. Oproti tomu tři čtvrtiny (75 %) dotázaných

¹ Co si o změně klimatu na Zemi myslí česká veřejnost můžete nalézt v tiskové zprávě s názvem: Postoje české veřejnosti ke změně klimatu na Zemi – červen 2020. Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a5249/f9/oe200805.pdf

² https://ec.europa.eu/clima/change/causes_cs

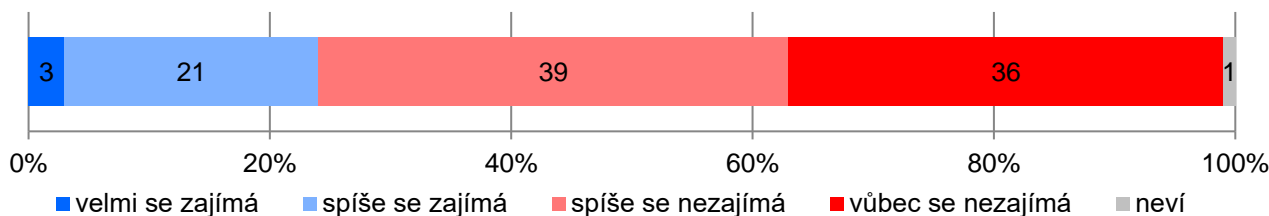
³ <https://www.klimatickazmena.cz/cs/vse-o-klimaticke-zmene/pruvodce-zmenou-klimatu/>

⁴ Hollan. J. 2020. Příčiny a dopady globálního ohřívání Země a projevy jím vyvolané klimatické změny. CzechGlobe. Dostupné z: https://www.veronica.cz/klima/resilience/Hollan_climate_resilient.pdf

⁵ Znění otázky: „Zajímáte se o problematiku obalů, ve kterých nakupujete potraviny? Velmi se zajímáte, spíše se zajímáte, spíše se nezajímáte, vůbec se nezajímáte.“

uvodili, že se o problematiku obalů, ve kterých nakupují potraviny, nezajímají (39 % „spíše se nezajímá“, 36 % „vůbec se nezajímá“). Zanedbatelné 1 % dotázaných v této otázce „neví“.

Graf 1: Zájem české veřejnosti o problematiku obalů (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)



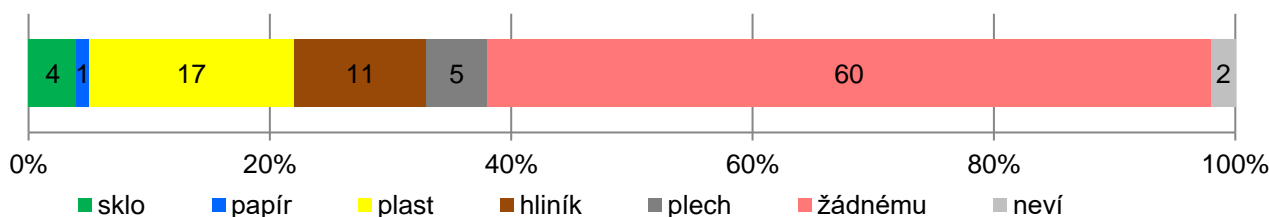
Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 902 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny, osobní rozhovor.

Detailní analýza ukázala, že zájem o problematiku obalů, ve kterých nakupujeme potraviny, se zvyšuje s rostoucím vzděláním a se zlepšující se životní úrovní vlastní domácnosti. Vyšší zájem vykazují také ženy (30 %, muži 18 %), dotázaní, kteří považují plýtvání potravinami za velký problém, respondenti, kteří se zajímají o téma biopotravin a kteří je často nakupují, a také lidé, pro které je při nákupu potravin „rozhodně důležitý“ dopad jejich výroby na životní prostředí.

Další otázkou jsme zjišťovali, zda se respondenti snaží některému obalovému materiálu vyhýbat.⁶ Tři pětiny (60 %) dotázaných uvedly, že se žádnému obalovému materiálu nevyhýbají. Konkrétní materiál uvedly necelé dvě pětiny (38 %) dotázaných, přičemž nejvíce uváděným byl plast (17 %), poté následoval hliník (11 %), plech (5 %), sklo (4 %) a nejméně papír (1 %).

Muži, lidé se základním vzděláním, dotázaní se špatnou životní úrovní vlastní domácnosti, ti, kteří se nezajímají o téma biopotravin a ani je nikdy nenakupují, a respondenti, pro které není důležitý dopad výroby potravin, které kupují, na životní prostředí, častěji uváděli, že není žádný obalový materiál, kterému by se vyhýbali. Naopak plastům se snaží více vyhýbat vysokoškolsky vzdělaní, dotázaní hodnotící životní úroveň své domácnosti jako dobrou, ti, co se zajímají o téma biopotravin a často nebo občas je nakupují, stejně tak jako občas či často nakupují potraviny bez obalu a lidé, kteří vnímají důležitost dopadu výroby potravin, které nakupují, na životní prostředí.

Graf 2: Vyhýbání se některému obalovému materiálu (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)



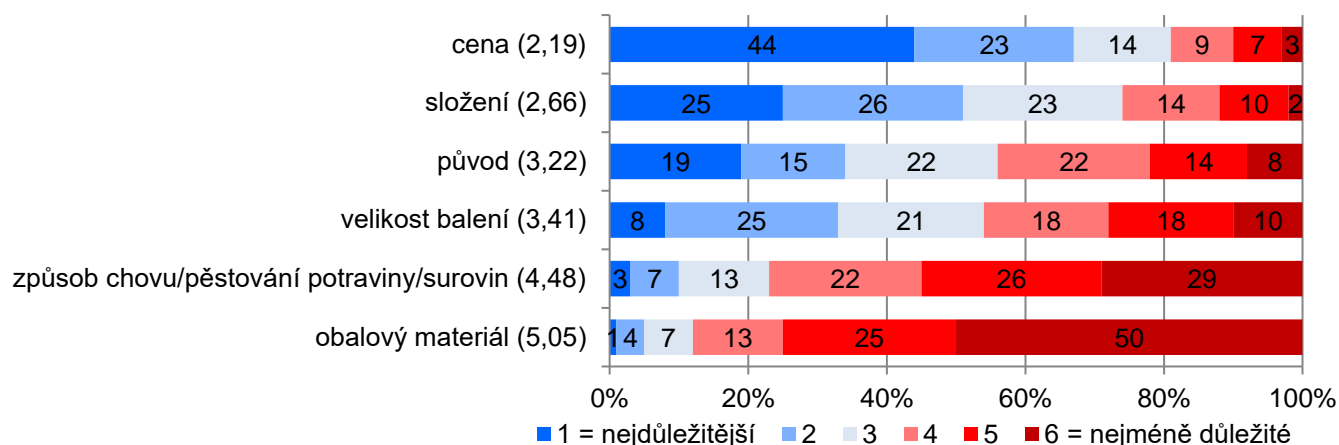
Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 902 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny, osobní rozhovor.

V rámci výzkumu jsme respondentům předložili šest hledisek, které měli seřadit podle toho, jak jsou pro ně při nakupování potravin důležité.⁷ Výsledky zobrazuje následující graf 3.

⁶ Znění otázky: „Snažíte se vyhýbat některému z těchto obalových materiálů? Pokud více materiálům, zajímá nás ten hlavní.“ Varianty odpovědí: sklo, papír, plast, hliník, plech, ne žádnému obalovému materiálu se nevyhýbáte.

⁷ Znění otázky: „Seřadte, prosím, následující možnosti podle toho, jak jsou pro Vás při nakupování potravin důležité. Postupujte, prosím, od nejvíce po nejméně důležité, kde 1 znamená nejdůležitější a 6 nejméně důležité.“ Možnosti odpovědí: a) původ, b) obalový materiál, c) cena, d) složení, e) velikost balení, f) způsob chovu/pěstování potravin nebo jejich surovin.

Graf 3: Pořadí důležitosti různých hledisek při nakupování potravin (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)



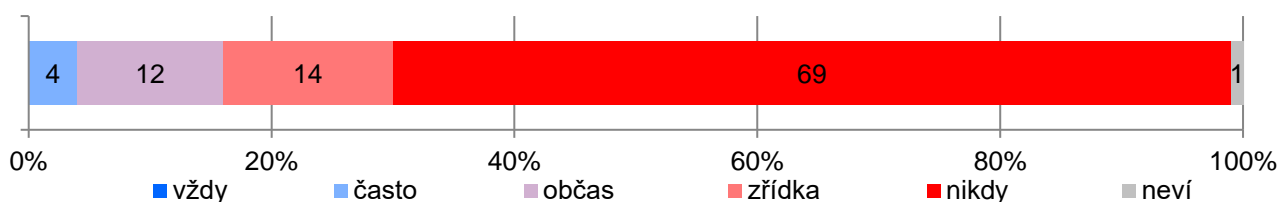
Pozn.: Položky jsou řazeny podle průměrného hodnocení (v závorkách) od nejnižší průměrné hodnoty po nejvyšší. Údaje v grafu představují rozložení odpovědí při vyloučení odpovědí „nevím“ tvořících 1 % v celém souboru.

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 902 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny, osobní rozhovor.

Jednoznačně nejdůležitějším hlediskem při nakupování potravin je jejich cena, kterou jako nejdůležitější označily více než dvě pětiny (44 %) dotázaných. Čtvrtina (25 %) dotázaných vidí při nakupování potravin jako nejvíce důležité jejich složení. Mezi další důležitá hlediska patří původ a velikost balení, u kterých je průměrná hodnota důležitosti přibližně 3,3 na škále 1 až 6, kde 1 znamená nejdůležitější a 6 nejméně důležité. Zbývajícím dvěma hlediskům – způsobu chovu/pěstování potravin nebo jejich surovin a obalovému materiálu – nepřikládají lidé při nakupování příliš velkou důležitost. To platí zejména pro obalový materiál, který jako „nejméně důležité“ označila polovina (50 %) dotázaných. Z výsledků je patrné, že pro českou veřejnost hrají při nakupování potravin hlavní roli ekonomické (cena) a kvalitativní (složení, původ) aspekty, zatímco etickým a ekologickým aspektům nepřikládají téměř žádnou důležitost.

Z výsledků uvedených výše je rovněž zřejmé, že pro českou veřejnost není příliš důležité, jak a v čem jsou balené potraviny, které nakupují. To dokládají i odpovědi na otázku (viz graf 4), jestli dotázaní **nakupují potraviny bez obalu**, když většina (69 %) z nich uvedla, že potraviny bez obalu nikdy nenakupuje a další přibližně sedmina (14 %) zřídka. Naopak pouze přibližně šestina (16 %) dotázaných deklarovala, že potraviny bez obalu nakupuje, z toho 12 % je nakupuje občas a 4 % často. Zbývajícím zanedbatelné 1 % dotázaných konkrétně neodpovědělo a vybralo variantu „nevím“. Detailnější analýza ukázala, že potraviny bez obalu více nakupují ženy, dále ti, kteří se zajímají o bio i lokální potraviny, a také je častěji nakupují, a lidé, kteří se obecně se snaží chovat šetrně k životnímu prostředí.

Graf 4: Frekvence nakupování potravin bez obalu (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)⁸



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 902 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny, osobní rozhovor.

Dotázaných, kteří uvedli, že alespoň zřídka nakupují potraviny bez obalu, jsme se dále pomocí otevřených otázek doptávali, proč a kde je nakupují. Na obě otázky odpovídali dotázaní vlastními slovy a měli možnost uvést dvě odpovědi. U obou otázek se odpovědi opakovali, proto jsme vytvořili kódovací klíče, podle kterých jsme jednotlivé odpovědi zařadili. Analýza na otázku „Proč nakupujete potraviny bez obalu?“ ukázala, že hlavním motivem lidí

⁸ Znění otázky: „Nakupujete potraviny bez obalu (tj. do vlastních nádob, sáčků)?“ Varianty odpovědí: vždy, často, občas, zřídka, nikdy.

k nákupu těchto potravin je snížení množství odpadu, obalů či materiálu (23 %) a ekologický aspekt, ochrana životního prostředí a přírody (19 %). Dále respondenti uváděli, že kupují potraviny bez obalu kvůli jejich kvalitě (10 %) a také proto, že mají možnost výběru množství či velikosti potraviny/produktu (7 %). Ostatní důvody jsou výrazně méně časté (viz tabulku 1). Téměř čtvrtinu (23 %) odpovědí nešlo zařadit do žádné kategorie, protože se často nevztahovaly konkrétně k důvodům a neodpovídaly přímo na otázku. Z těchto „jiných“ odpovědí lze jako příklad uvést mám/nosím vlastní tašky/obaly nebo nejsou sáčky na prodejně.

Tabulka 1: Důvody pro nákup bez obalu (pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují potraviny bez obalu)

	Četnost	Procenta (%)
šetření/eliminace odpadu, obalů, materiálu	84	23
ekologie, ochrana životního prostředí/přírody	72	19
kvalita potravin	37	10
množství a výběr podle potřeby	27	7
plast (respondent konkrétně uvedl)	20	5
lepší cena, ekonomické, neplatím za obal	15	4
hygiena	9	2
dobrý pocit	4	1
jiný důvod	85	23
neví	23	6
Celkem	376	100

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 376 odpovědí, 274 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny a alespoň zřídka nakupují potraviny bez obalu, osobní rozhovor. osobní rozhovor.

Na otázku „Kde potraviny bez obalu nejčastěji nakupujete?“ respondenti nejvíce odpovídali, že v supermarketu či hypermarketu (viz tabulku 2). Z této odpovědi lze usuzovat, že si lidé pod nákupem potravin bez obalu představují zejména nákup ovoce a zeleniny, případně pečiva, které v běžných obchodech lze nebalené běžně najít. Z konkrétních obchodů dotázaní nejčastěji zmiňovali Kaufland a Lidl. Tento úsudek potvrzují i další odpovědi, když přibližně sedmina dotázaných uvedla, že potraviny bez obalu nakupuje nejčastěji ve specializované prodejně (15 %), jiném menším obchodě (14 %) nebo na trhu, tržnici či farmářském trhu (12 %). Pouze 4 % dotázaných shodně uvedla, že potraviny bez obalu nakupuje ve farmářské prodejně či prodejně zdravé výživy nebo v bezobalovém obchodě, což jsou místa, kde lze nakoupit široký sortiment potravin bez obalu a nikoliv pouze ovoce či zeleninu a pečivo.

Tabulka 2: Nejčastější místa nákupu potravin bez obalu (pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují potraviny bez obalu)

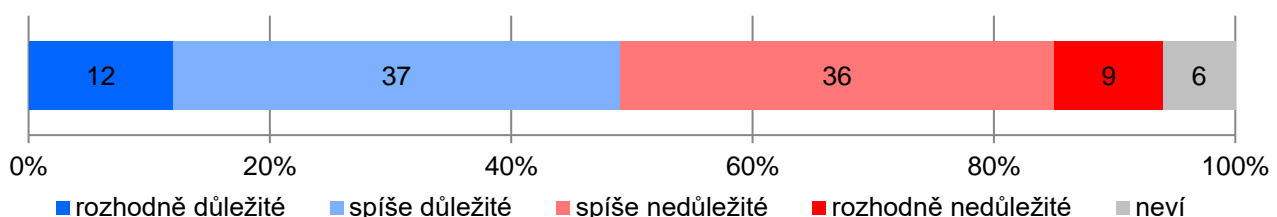
	Četnost	Procenta (%)
supermarket/hypermarket	126	31
specializovaná prodejna (např. řeznictví, pekařství)	61	15
jiný menší obchod (např. Hruška, Flop)	55	14
trh, tržnice, farmářský trh	50	12
farmářská prodejna, prodejna zdravé výživy	14	4
bezobalový obchod/prodejna	14	4
jinde	49	12
neví	32	8
Celkem	401	100

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 401 odpovědí, 274 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny a alespoň zřídka nakupují potraviny bez obalu, osobní rozhovor. osobní rozhovor.

V souvislosti se snižováním emisí se setkáváme s pojmem **uhlíková stopa**⁹, což je suma vypuštěných skleníkových plynů vyjádřená v CO₂ ekvivalentech. Nejčastěji se tento ukazatel používá ve spojitosti s výrobky, ale může se týkat i jedince nebo akce.¹⁰ Nás konkrétně nejvíce zajímá uhlíková stopa potravin. Ta v sobě zahrnuje množství emisí skleníkových plynů, které vzniknou během jejich celého životního cyklu, tedy od produkce potraviny/suroviny, přes jejich zpracování, dopravu až po emise z likvidace jejich obalů.¹¹

V našem výzkumu nás proto zajímalo, jestli dotázaní považují za důležité, nebo nedůležité, jaký dopad na životní prostředí má výroba potravin, které nakupují.¹² Dle výsledků v grafu 5 vidíme, že téměř polovina (49 %) dotázaných uvedla souhlasný názor, tedy že dopad výroby potravin, které kupují, na životní prostředí je pro ně při nákupu důležitý, z toho pro 12 % rozhodně a pro 37 % spíše. Opačný názor, tedy že dopad výroby nakupovaných potravin není důležitý, vyjádřilo 45 % dotázaných, z toho pro 36 % je spíše nedůležitý a pro 9 % rozhodně nedůležitý. Zbývajících 6 % dotázaných nedokázalo odpovědět a zvolilo variantu „nevím“.

Graf 5: Důležitost dopadu výroby potraviny na životní prostředí (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 902 respondentů starších 15 let, kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny, osobní rozhovor.

Velmi jednoduchý a měřitelný způsob jak každý člověk může snížit svou vlastní uhlíkovou stopu jídla, je volba potravin, které konzumuje, jinými slovy způsob stravování. Největší uhlíkovou stopu má maso a mléčné produkty. Například na 1 kg hovězího masa se vyprodukuje 20-60 kg CO₂, u vajec 5-15 kg CO₂ a u luštěnin, veganských náhražek masa či zeleniny je to okolo 1-5 kg CO₂.¹³ Velmi názorně to dokládají výsledky studie¹⁴, kterou realizovala společnost Arnika na obyvatelích Prahy. Ukazuje se, že lidé, kteří konzumují stravu bohatou na maso a mléčné výrobky, mají uhlíkovou stopu 2 624,4 kg CO₂e/ob/rok, ti, co konzumují průměrně maso a mléčných výrobků 2 055,0 kg CO₂e/ob/rok, lidé s nízkou spotřebou masa a mléčných výrobků 1 704,6 kg CO₂e/ob/rok, ti, kteří z masa jedí pouze ryby už jen 1 427,2 kg CO₂e/ob/rok, vegetariáni 1 390,7 kg CO₂e/ob/rok a nejméně lidé, kteří dodržují veganskou stravu (1 054,9 kg CO₂e/ob/rok). Ke stejným závěrům dochází i zahraniční studie^{15 16}, ze kterých plyne hlavní sdělení, že do budoucna by mělo lidstvo výrazně snížit spotřebu živočišných a mléčných produktů, protože přechod na rostlinnou stravu představuje účinný nástroj pro boj s klimatickou změnou.

Celosvětově popularita vegetariánství a veganství v posledních letech roste. Ne nadarmo byl proto rok 2019 označen časopisem *The Economist* rokem veganství.¹⁷ V srpnu 2018 agentura IPSOS realizovala velký celosvětový výzkum zaměřený na stravovací režimy. Výsledky ukázaly, že na světě je 73 % všežravců, 14 % flexitariánů (lidé, kteří občas konzumují maso nebo ryby), 5 % vegetariánů, 3 % veganů a 3 % pescetariánů (lidé, kteří nejí maso, ale ryby ano).¹⁸ Nejnovější statistika pak uvádí, že v září 2020 bylo na světě přibližně 78 milionů veganů.¹⁹

⁹ Někdy se používá anglická zkratka LCA (life cycle assessment).

¹⁰ https://cs.wikipedia.org/wiki/Uhl%C3%ADkov%C3%A1_stopa

¹¹ <https://udrzitelnyzivot.cz/uhlikova-stopa-potravin-proc-se-o-ni-zajimat/>

¹² Znění otázky: „Je pro Vás při nákupu potravin důležité, nebo nedůležité, jaký je dopad jejich výroby na životní prostředí?“ Varianty odpovědí: rozhodně důležité, spíše důležité, spíše nedůležité, rozhodně nedůležité.

¹³ <https://www.greenpeace.org/czech/clanek/4490/co-je-uhlikova-stopa-potravin/>

¹⁴ <https://arnika.org/moje-uhlikova-stopa>

¹⁵ Poore, J., & T. Nemecek. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science* 360, 987-992. Dostupné z:

<https://science.sciencemag.org/content/360/6392/987/tab-pdf>

¹⁶ Chai, B. C., et al. (2019). Which Diet Has the Least Environmental Impact on Our Planet? A Systematic Review of Vegan, Vegetarian and Omnivorous Diets.

Sustainability, 11(15), 4110. <https://doi.org/10.3390/su11154110>

¹⁷ <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/veganu-v-cesku-pribyva-daleko-silnejsi-je-ale-trend-reduktar/r--a8ca82ec1d9b11eaa24cac1f6b220ee8/>

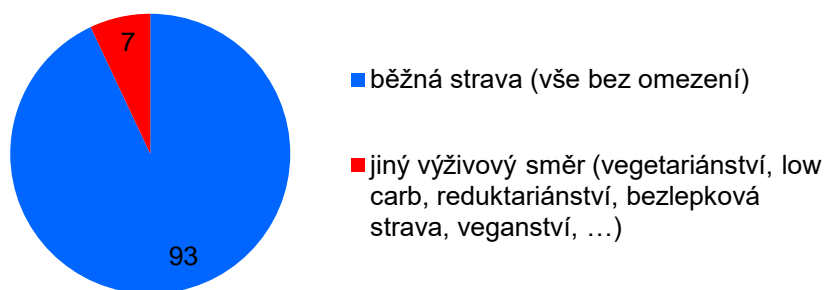
¹⁸ Ipsos. (2018). An exploration into diets around the world. Dostupné z: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-09/an_exploration_into_diets_around_the_world.pdf

¹⁹ <https://wtvox.com/lifestyle/2019-the-world-of-vegan-but-how-many-vegans-are-in-the-world/>

Zájem o rostlinné alternativy masa a mléčných produktů roste i v České republice, jak vyplývá z ankety ČTK mezi obchodníky.²⁰ Jaký je přesný počet veganů a vegetariánů v ČR však nevíme. V našem výzkumu jsme proto položili dotázaným otázku, jakým výživovým směrem se stravují.²¹ Výsledky ukázaly, že naprostá většina (93 %) české veřejnosti se stravuje běžnou stravou bez všech omezení a zbývajících 7 % dotázaných uvedlo jiný výživový směr. Konkrétně shodně 2 % vegetariánství a low carb (omezení sacharidů) a po 1 % pak reduktariánství/flexitariánství, bezlepkovou stravu a jiný alternativní směr (dia, bez laktózy, veganství, paleo strava, makrobiotická strava). Tuto otázku jsme položili v našem výzkumu poprvé, proto nemůžeme analyzovat vývoj. Nicméně v dalších letech tento ukazatel určitě budeme sledovat.

Těch respondentů, kteří uvedli, že se nestravují běžnou stravou, jsme se dále zeptali, proč se pro tento způsob stravování rozhodli.²² Pro dotázané, kteří označili, že se stravují low carb nebo bez lepku, bylo hlavním důvodem vlastní zdraví, zatímco u vegetariánů a reduktariánů převažují důvody etické a ekologické, objevili se ale i respondenti, které k odlišnému stravovacímu režimu vedou náboženské důvody.

Graf 6: Jak se stravují Češi? (%)



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 979 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

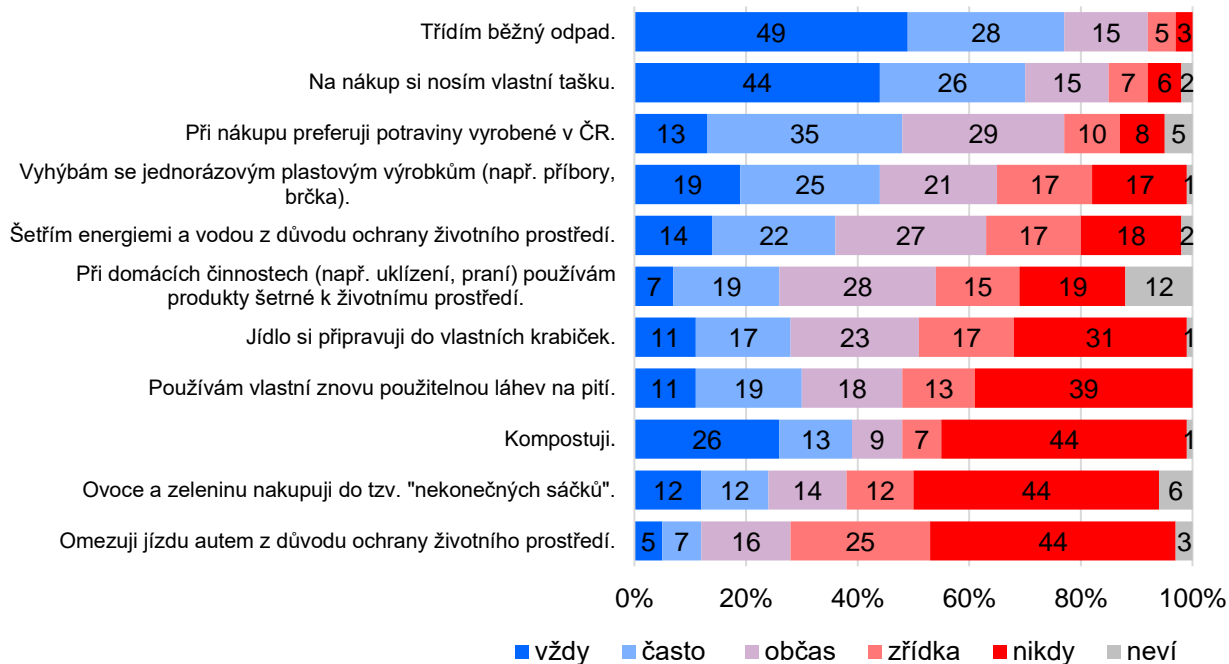
V rámci výzkumu jsme se zaměřili i na konkrétní aktivity, respektive chování respondentů a jejich domácností vzhledem k životnímu prostředí (viz graf 7). Absolutní většina českých domácností třídí běžný odpad (alespoň občas 92 %). Co se týká nakupování, tak naprostá většina českých nakupujících si alespoň občas na nákup nosí vlastní tašku (85 %) a při nákupu preferuje potraviny vyrobené v České republice (77 %). Další dvě aktivity, které alespoň občas dělají přibližně dvě třetiny dotázaných, se vztahují k ochraně životního prostředí, konkrétně se jedná o vyhýbání se jednorázovým plastovým výrobkům (65 %) a šetření energiemi a vodou (63 %). Nadpoloviční většina dotázaných dále uvedla, že minimálně občas při domácích činnostech (např. uklízení, praní) používá produkty šetrné k životnímu prostředí (54 %) a že se věnuje přípravě jídla do vlastních krabiček (51 %). Z dalších aktivit šetrných k životnímu prostředí lidé alespoň občas používají vlastní znovu použitelnou láhev na pití a kompostují (shodně 48 %). Necelé dvě pětiny (38 %) respondentů uvedly, že alespoň občas nakupují ovoce a zeleninu do tzv. „nekonečných sáčků“. Nejméně často z důvodu ochrany životního prostředí lidé omezují jízdu autem, konkrétně 28 % uvedlo, že tak činí alespoň občas. Obecně se ukázalo, že všechny aktivity dělají častěji ženy, většinu aktivit pak i lidé s vysokoškolským vzděláním.

²⁰ https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/retezce-sleduji-vyssi-zajem-o-vegetarianske-a-veganske-potraviny/1939756?fbclid=IwAR2kNIXQ0iBwYtZR3FteNjzQTmkJbKvFDzG6GiY9_jqpPKUQsLu4j6qsIM

²¹ Znění otázky: „Uvedte, prosím, hlavní výživový směr charakteristický pro Váš způsob stravování?“ Možnosti odpovědí: běžná strava (vše bez omezení), vegetariánství (bez masa), veganství (čistě rostlinná strava bez všech živočišných produktů), reduktariánství (omezení konzumace živočišných produktů), bezlepková strava, paleo strava, low carb (omezení sacharidů), makrobiotická strava, raw strava (tzv. „živá strava“, neprochází tepelnou úpravou nad 42 stupňů Celsia), jiný.

²² Znění otázky: „Jaký je hlavní důvod, proč jste se rozhodl pro tento způsob stravování?“ Varianty odpovědí: etický, ekologický, zdravotní, jiný.

Graf 7: Aktivitty domácností vzhledem k životnímu prostředí (%)²³



Pozn.: Položky seřazeny sestupně podle součtu odpovědí „vždy“, „často“ a „občas“.

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 15. – 31. 8. 2020, 979 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

²³ Znění otázky: „Pokud jde o Vaši domácnost, jak často děláte následující aktivity? a) Na nákup si nosíte vlastní tašku., b) Ovoce a zeleninu nakupujete do tzv. „nekonečných sáčků“, c) Používáte vlastní znovu použitelnou láhev na pití., d) Při domácích činnostech (např. uklízení, praní) používáte produkty šetrné k životnímu prostředí., e) Při nákupu preferujete potraviny vyrobené v České republice., f) Jídlo si připravujete do vlastních krabiček., g) Vyhýbáte se jednorázovým plastovým výrobkům (např. příbory, brčka), h) Omezujete jízdu autem z důvodu ochrany životního prostředí., i) Šetříte energiemi a vodou z důvodu ochrany životního prostředí., j) Třídíte běžný odpad., k) Kompostujete.“ Varianty odpovědí: nikdy, zřídka, občas, často, vždy.

Technické parametry výzkumu

Výzkum:	Potraviny 2020
Realizátor:	Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
Projekt:	Strategie AV21 „Potraviny pro budoucnost“
Termín terénního šetření:	15. 8. – 31. 8. 2020
Výběr respondentů:	Kvótní výběr
Kvóty:	Kraj (oblasti NUTS 3), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání
Vážení dat:	Vzdělání X NUTS 2, věk X NUTS 2, pohlaví X kraj, velikost místa bydliště X věk, vzdělání X věk
Zdroj dat pro kvótní výběr a vážení dat:	Český statistický úřad
Reprezentativita:	Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let
Počet dotázaných:	979
Počet tazatelů:	161
Metoda sběru dat:	Osobní rozhovor tazatele s respondentem – kombinace dotazování CAPI a PAPI
Výzkumný nástroj:	Standardizovaný dotazník
Otázky:	PL.46, PL.47, PL.48, PL.49, PL.50, PL.51, PL.52, PL.53, PL.55, PL.56
Kód zprávy:	OR201118
Zveřejněno dne:	18. listopadu 2020
Zpracovala:	Radka Hanzlová

Slovníček pojmů:

Kvótní výběr – napodobuje strukturu základního souboru (u nás je to obyvatelstvo České republiky starší 15 let) pomocí nastavení velikosti vybraných parametrů, tzv. kvót. Jinými slovy kvótní výběr je založen na stejném procentuálním zastoupení vybraných vlastností. Pro tvorbu kvót používáme údaje z Českého statistického úřadu. V našich výzkumech jsou stanoveny kvóty na pohlaví, věk, vzdělání, region a velikost obce. Vzorek je tedy vybrán tak, aby procentuální podíl např. mužů a žen ve vzorku odpovídal procentuálnímu podílu mužů a žen v každém kraji ČR. Podobně je zachován procentuální podíl obyvatel jednotlivých krajů ČR, občanů různých věkových kategorií, lidí s různým stupněm dosaženého vzdělání a z různých velikých obcí.

Reprezentativní výběr je takový výběr z celé populace, z jehož vlastností se dá platně usuzovat na vlastnosti celé populace. V našem případě to tedy znamená, že respondenti jsou vybráni tak, abychom zjištěné údaje mohli zobecnit na obyvatele České republiky starší 15 let.

Vážení dat – způsob zvýšení reprezentativity souboru vzhledem k vybraným charakteristikám populace pomocí přiřazení váhy každému respondentovi. Váhy jsou vytvářeny pomocí metody iterativního proporčního vážení a pohybují se v rozsahu 0,333 až 3.

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) je výzkumným oddělením Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.. Jeho historie sahá do roku 1946, kdy jako součást Ministerstva informací začal fungovat Československý ústav pro výzkum veřejného mínění. Současné Centrum vzniklo v roce 2001 převedením svého předchůdce (IVVM) z Českého statistického úřadu do Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.. Včlenění do vědecké instituce zaručuje kvalitní odborné zázemí a kredit pracoviště; jako součást akademického prostředí musí CVVM SÚ AV ČR splňovat veškeré nároky a dosahovat tak té nejvyšší odborné úrovně. Hlavní náplní práce oddělení je výzkumný projekt Naše společnost, v jehož rámci je prováděno deset šetření ročně. Jedná se o průzkum veřejného mínění na reprezentativním vzorku české populace od 15 let, kterého se vždy účastní přibližně 1000 respondentů. Omnibusová podoba dotazníku umožňuje pokrýt velkou šíři námětů, a do šetření jsou proto pravidelně řazena politická, ekonomická i další obecně společenská témata. Jsou využívány jak opakované otázky, které umožňují sledovat vývoj zkoumaných jevů, tak náměty nové, reagující na aktuální dění. Díky dlouhodobému a kontinuálnímu charakteru je tento vědecký projekt zkoumání veřejného mínění v České republice ojedinělý.

„Aktivita byla podpořena Strategii Akademie věd AV21 v rámci výzkumného programu „Potraviny pro budoucnost“.
<http://www.potravinav21.cz/>