

Tisková zpráva

Zájem o bio potraviny v České republice a jejich spotřeba – červen 2017

- ⊗ Česká veřejnost se o informace spojené s bio potravinami příliš nezajímá. Většina respondentů (39 %) uvedla, že se o tyto informace spíše nezajímá a necelá třetina (32 %) deklarovala naprostý nezájem o tento typ informací.
- ⊗ Obdobně Češi bio potraviny výrazně nenakupují, přičemž 43 % dotázaných uvedlo, že je nakupuje zřídka, a 42 % lidí je nenakupuje nikdy.
- ⊗ Z lidí, kteří potraviny s označením „bio“ někdy nakupují, jim výrazná většina (37 %) dává před potraviny bez tohoto označení přednost pouze zřídka.
- ⊗ Pokud lidé v České republice bio potraviny nakupují, činí tak zejména z toho důvodu, že nejsou chemicky ošetřeny. Na prvním místě uvedly tento důvod více než dvě pětiny (44 %) respondentů.
- ⊗ Výrazně více se o bio potraviny zajímají ženy, které je také častěji nakupují. Oproti tomu zájem o ně nemají lidé, kteří hodnotí svoji životní úroveň jako špatnou.

Zpracovaly:

Lucie Černá, Jarmila Pilecká

Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.

Tel.: 210 310 583



V rámci bloku otázek týkajících se spotřebního chování dotázaných a plýtvání potravinami zařazeného do červnového šetření CVVM bylo respondentům předloženo i několik otázek týkajících se bio potravin. Byl zjišťován nejprve zájem respondentů o informace spojené s bio potravinami. Dále pak, zda lidé bio potraviny sami nakupují, jak často a z jakých důvodů to dělají. Položena byla rovněž otázka, jak často lidé dávají přednost potravinám s označením „bio“ před těmi, které toto označení nemají.

Jako bio potraviny¹ můžeme označit takové, které jsou produkovány na farmách, kde je kladen důraz na obnovitelné zdroje, ochranu půdy a vody ve snaze udržet co nejvyšší kvalitu životního prostředí pro příští generace. Zvířatům, jež produkují maso, vajíčka a mléčné produkty, nejsou podávána antibiotika ani růstové hormony. Potraviny zároveň nejsou pěstovány ani zpracovávány za pomoci pesticidů, syntetických hnojiv, kalů z odpadních vod, geneticky modifikovaných organismů nebo ionizujícího záření². V posledních letech lze zaznamenat rostoucí zájem o bio potraviny jak ze strany konzumentů, tak ze strany obchodníků. Jednu z příčin můžeme hledat v rostoucím počtu informací o tomto tématu, které lze zachytit v médiích, kde bývají často spojeny se zdravotními účinky pesticidů a s jejich dopadem na životní prostředí, s problematikou geneticky modifikovaných potravin a také s bezpečností potravin³. Obdobně spolu se zvyšujícím se povědomím o životním prostředí a o bezpečnosti potravin dochází k tomu, že se lidé začínají zajímat o moderní zemědělské praktiky⁴.

¹ V angličtině bývá používán termín „organic food“.

² Lee, H., Yun, Z (2014). Consumers' perceptions of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. Elsevier Ltd..

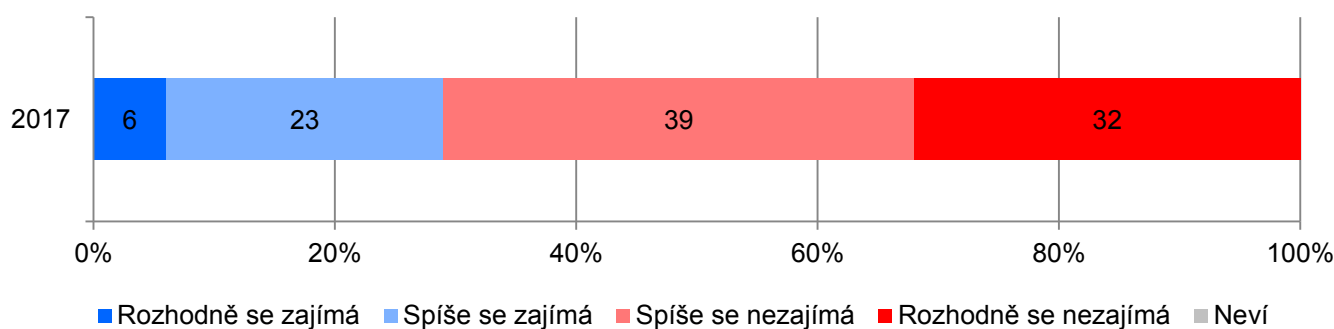
³ Hughner, R. S., et al. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*. John Wiley and Sons, Ltd.

⁴ Hsu, Ch.-L., Chen, M.-Ch. (2014). Explaining consumer attitudes and purchase intentions toward organic food: Contributions from regulatory fit and consumer characteristics. Elsevier Ltd.

Právě zájmu o informace věnované bio potravinám se věnovala první z otázek, která se tohoto tématu týkala, a na kterou odpovídali respondenti v červnovém výzkumu CVVM. Z výsledků lze říci, že česká veřejnost se o informace o bio potravinách stále spíše nezajímá. Pouze necelé tři desetiny dotázaných (29 %) uvedly, že se o informace spojené s bio potravinami zajímají. Z toho jen 6 % lidí zvolilo odpověď „rozhodně se zajímám“ a zbylých 23 % „spíše se zajímám“. Takřka dvě pětiny (39 %) se spíše nezajímají a necelá třetina (32 %) se rozhodně nezajímá. Téměř nikdo z oslovených neuvedl, že neví.

Podrobnější analýza dále ukázala, že významně větší zájem o informace o bio potravinách mají ženy (zájem o biopotraviny deklarovalo o polovinu více žen než mužů). Oproti tomu nejméně se o bio potraviny zajímají lidé se špatnou životní úrovní. Z hlediska věkové struktury projevují největší zájem o tyto informace respondenti ve věku 30 - 44 let.

Graf 1: Zájem české veřejnosti o informace o bio potravinách (%)⁵



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 983 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Zájem o bio potraviny je úzce spjat s problematikou geneticky modifikovaných potravin. Obecně se ukazuje, že pokud respondenti projevují zájem o bio potraviny, zajímají se i o další vlastnosti potravin jako je právě genetická úprava. Takoví lidé pak potraviny s označením „bio“ a potraviny, jejichž etiketa deklaruje, že k jejich výrobě nebyly použity geneticky modifikované ingredience, i častěji kupují. V zemích Evropské unie již po delší dobu existuje pravidlo povinného označování potravin s geneticky modifikovanými složkami. Oproti tomu v USA se toto nařízení v současnosti stále zavádí a je zde běžnější dobrovolné označování potravin bez geneticky modifikovaných složek.⁶

Konzumace bio potravin v sobě často odráží celkový způsob života. Vyrůstá z ideologie, která se projevuje v konkrétním hodnotovém systému, jenž se skládá z osobních měřítek, postojů a konzumního chování⁷. Právě konzumnímu chování se věnovaly další otázky červnového výzkumu, které byly zaměřeny na to, zda respondenti bio potraviny kupují a případně z jakých důvodů. Žádný z respondentů neuvedl, že by bio potraviny kupoval vždy (viz Graf 2). Desetina respondentů pak uvedla, že bio potraviny nakupuje často. Oproti tomu přes dvě pětiny respondentů (43 %) nakupuje bio potraviny pouze zřídka a srovnatelné množství lidí (42 %) uvedlo, že bio potraviny nenakupuje vůbec. Bio potraviny méně nakupují lidé, kteří hodnotí svoji životní úroveň jako špatnou, naopak větší pravděpodobnost jejich nákupu je u žen. Zároveň lidé, kteří se o biopotraviny obecně zajímají, je i častěji nakupují než ti, kteří deklarují, že je informace spojené s bio potravinami nezajímají.

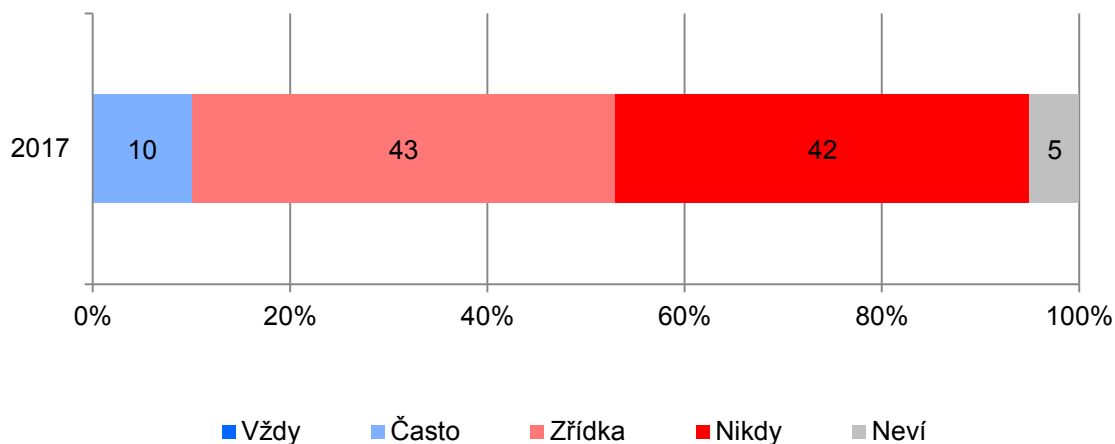
⁵ Znění otázky: „Zajímáte se Vy osobně o informace o biopotravinách? Rozhodně se zajímáte, spíše se zajímáte, spíše se nezajímáte, rozhodně se nezajímáte.“

⁶ Funk, C., Kennedy, B. (2016). The New Food Fights: U. S. Public Divides Over Food Science. *Pew Research Center*. Dostupné z:

<http://www.pewinternet.org/2016/12/01/the-new-food-fights/>

⁷ Hughner, R. S., et al. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*. John Wiley and Sons, Ltd.

Graf 2: Nakupování bio potravin (%)⁸

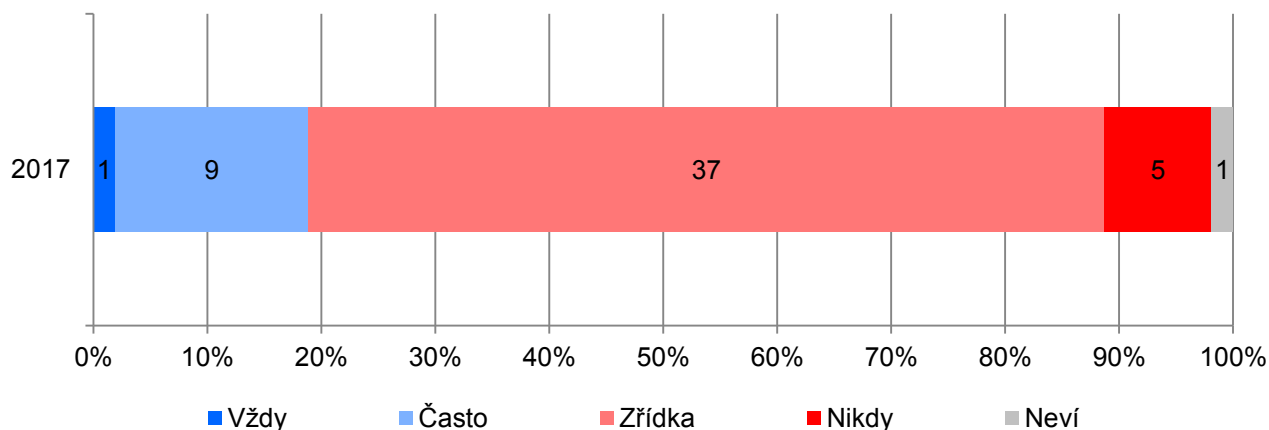


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 983 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Lidí, kteří ve výzkumu uvedli, že bio potraviny alespoň občas kupují, jsme se dále ptali, jak často dávají potravinám s označením „bio“ přednost před těmi, které toto označení nemají. Největší část respondentů, necelé dvě pětiny (37%), uvedla, že potravinám s označením bio dává přednost před těmi bez této známky pouze zřídka. Necelá desetina respondentů (9 %) jim dává přednost často, 5 % respondentů nikdy a pouhé 1 % dotázaných uvedlo, že bio potravinám dává přednost vždy. Stejně množství (tedy 1 %) respondentů zvolilo odpověď „nevím“.

Z hlediska dalších charakteristik respondentů jsme nezaznamenali rozdíly na základě věku, životní úrovně či vzdělání. Naopak rozdíly vidíme mezi muži a ženami, přičemž potravinám s označením „bio“ dávají o něco častěji přednost ženy.

Graf 3: Jak často lidé dávají přednost bio potravinám (%)⁹



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 522 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Otázka byla položena pouze těm, kteří v předchozí otázce uvedli, že někdy bio potraviny nakupují.

⁸ „Jak často nakupujete bio potraviny? Vždy, často, zřídka, nikdy.“

⁹ Znění otázky: „Jak často dáváte při nákupu přednost potravinám, které mají označení „bio“ před těmi, které toto označení nemají? Vždy, často, zřídka, nikdy“

K nákupu bio potravin jsou lidé přirozeně motivováni různými aspekty. V zahraničních studiích nejčastěji převažuje zdůvodnění, že bio potraviny jsou zdravější než potraviny bez tohoto označení (např. chemicky ošetřené), jelikož používání pesticidů je vnímáno jako věc s dlouhodobými a zatím nejasnými účinky na lidské zdraví¹⁰. Celkově převažovaly důvody konzumace bio potravin, které lze označit jako egoistické (např. osobní zdraví či výživová hodnota) spíše než altruistické (např. zájem o životní prostředí a životní podmínky zvířat)¹¹. Tomu odpovídají i výsledky našeho výzkumu, kdy respondentům, kteří uvedli, že alespoň občas nakupují bio potraviny, byla položena také otázka zjišťující důvody, které je k nákupu těchto potravin vedou. Respondenti vybírali z nabídky tři pro ně nejvýznamnější důvody k nákupu bio potravin.

Nejčastěji uváděné důvody lze spojit právě se zmíněným osobním zdravím. Zdaleka nejvíce zastoupeným důvodem byla skutečnost, že bio potraviny jsou bez chemického ošetření, které na prvním místě uvedly více než dvě pětiny (44 %) respondentů. Více než desetina (15 %) dotázaných uvedla, že důvodem pro nákup těchto potravin je v první řadě snaha žít zdravě, shodně 9 % lidí na prvním místě jmenovalo zdůvodnění, že bio potraviny jsou kvalitnější a že jsou zárukou dobrých podmínek života zvířat. 7 % respondentů na prvním místě uvedlo, že biopotraviny jsou šetrnější k životnímu prostředí, a že nejsou geneticky modifikované. 5 % respondentů uvedlo na prvním místě důvod, že biopotraviny lépe chutnají. Důvody „lidé v okolí je kupují“ a „jiný důvod“ nebyly zastoupeny takřka vůbec.

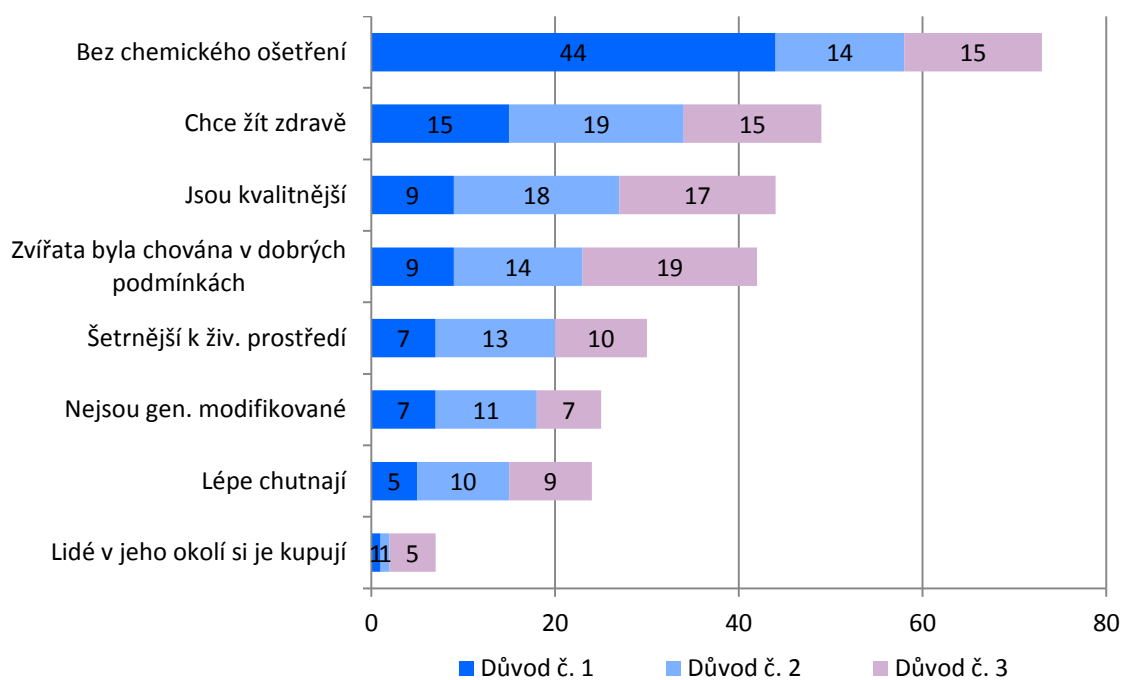
Na druhém místě zmiňovali respondenti nejčastěji jako důvod k nákupu biopotravin zdravý životní styl (19 %) a to, že tyto potraviny považují za kvalitnější (18 %). Shodný podíl dotázaných (14 %) pak na druhém místě označil jako důvod pro nákup bio potravin to, že jsou bez chemického ošetření a že jsou zárukou dobrých podmínek pro chov zvířat. Zhruba desetina lidí, pak uvádí na druhém místě šetrnost k životnímu prostředí (13 %), že tyto potraviny nejsou geneticky modifikované (11 %) a že lépe chutnají (10 %). Pouze pro 1 % respondentů je důvodem č. 2 to, že si lidé v jejich okolí tyto potraviny také kupují.

Jako třetí důvod uvádějí dotázaní nejčastěji (19 %) to, že dle jejich názoru označení bio garantuje dobré životní podmínky pro zvířata. Přibližně šestina respondentů uvádí na třetím místě kvalitu těchto potravin (17 %), že chtějí žít zdravě, a proto je kupují (15 %), a že jsou bez chemického ošetření (15 %). Desetina a méně pak uvádí šetrnost k životnímu prostředí (10 %), lepší chuť (9 %) a že nejsou geneticky modifikovány (7 %). Pro 5 % dotázaných pak hraje na třetím místě roli to, zda tyto potraviny nakupují i lidé v jejich okolí.

¹⁰ Hammit, J. K. (1990). Risk perception and food choice: An exploratory analysis of organic versus conventional produce buyers. *Risk Analysis*, 10: 367-374.

¹¹ Hughner, R. S., et al. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*. John Wiley and Sons, Ltd

Graf 4: Výběr tří hlavních důvodů pro nákup bio potravin (%)¹²



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 507 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

¹² Znění otázky: „Vyberte, prosím, tři hlavní důvody, proč nakupujete bio potraviny.“

Technické parametry výzkumu

<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost, v17-06</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>5. – 18. 6. 2017</i>
<i>Výběr respondentů:</i>	<i>Kvótní výběr</i>
<i>Kvóty:</i>	<i>Kraj (oblasti NUTS 3), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání</i>
<i>Zdroj dat pro kvótní výběr:</i>	<i>Český statistický úřad</i>
<i>Reprezentativita:</i>	<i>Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
<i>Počet dotázaných:</i>	<i>983</i>
<i>Počet tazatelů:</i>	<i>239</i>
<i>Metoda sběru dat:</i>	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem- kombinace dotazování CAPI a PAPI</i>
<i>Výzkumný nástroj:</i>	<i>Standardizovaný dotazník</i>
<i>Otázky:</i>	<i>PL.33, PL.34, PL.35, PL.36</i>
<i>Kód zprávy:</i>	<i>OR170810</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>10. srpna 2017</i>
<i>Zpracovaly:</i>	<i>Lucie Černá, Jarmila Pilecká</i>

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 velkých 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.

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 SOÚ AV ČR, v.v.i., 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 „Šetření postojů veřejnosti k problematice plýtvání potravinami“ <http://www.potravinav21.cz/>.