

Regionální potraviny a výrobky

Srpen 2017



Media audience
measurement



Marketing research
and data analysis



Advertising monitoring
and media analysis



Software for media
data processing



Metodologie výzkumu, cílová skupina a terénní sběr

03



Shrnutí

08



Výsledky průzkumu

11



Názory respondentů

26



Grafická příloha

28

Metodologie výzkumu

[Zpět na obsah](#)

CÍL PRŮZKUMU



Zjistit frekvenci nákupu regionálních produktů – potravin a lokálních řemeslných výrobků, způsoby pořízení a kritéria důležitosti při nákupu regionálních produktů, znalost loga regionálních značek a regionální potraviny.

METODOLOGIE



Výzkum byl realizován prostřednictvím internetového sběru (CAWI), respondenti byli vybíráni z Českého národního panelu.

CÍLOVÁ SKUPINA



Obecná populace ČR 18+.

VZOREK



Analýza dat byla uskutečněna na vzorku 1017 respondentů.

TERÉNNÍ SBĚR



Terénní sběr dat proběhl v době od 3. 8. do 9. 8. 2017.

VÝBĚROVÉ ZNAKY



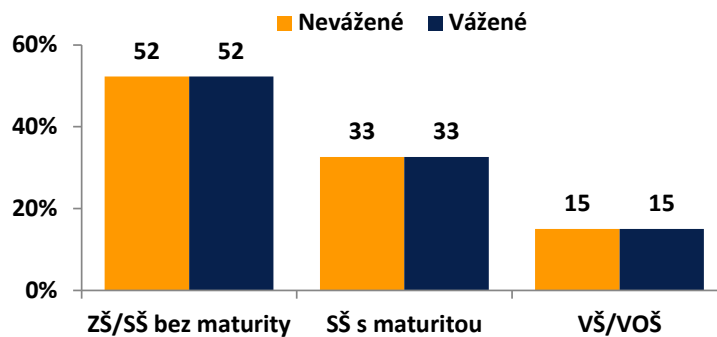
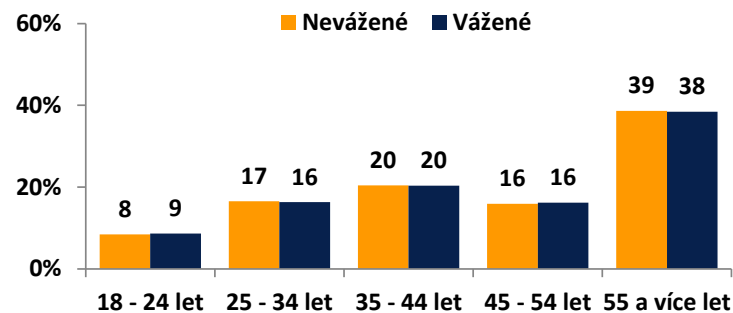
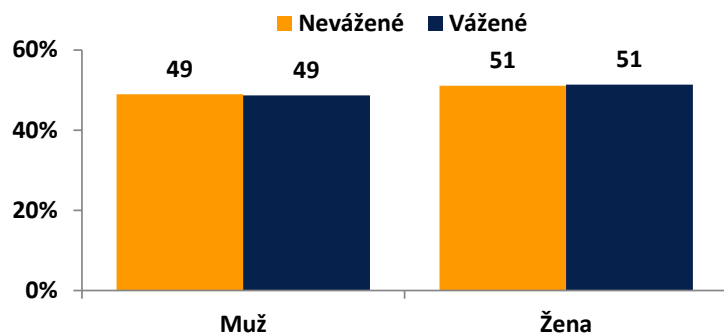
Výběrové a vážící kvóty: pohlaví, věk, vzdělání, kraj a velikost místa bydliště. Váhy jsou v intervalu: 0,95 – 1,08.

KVALITA



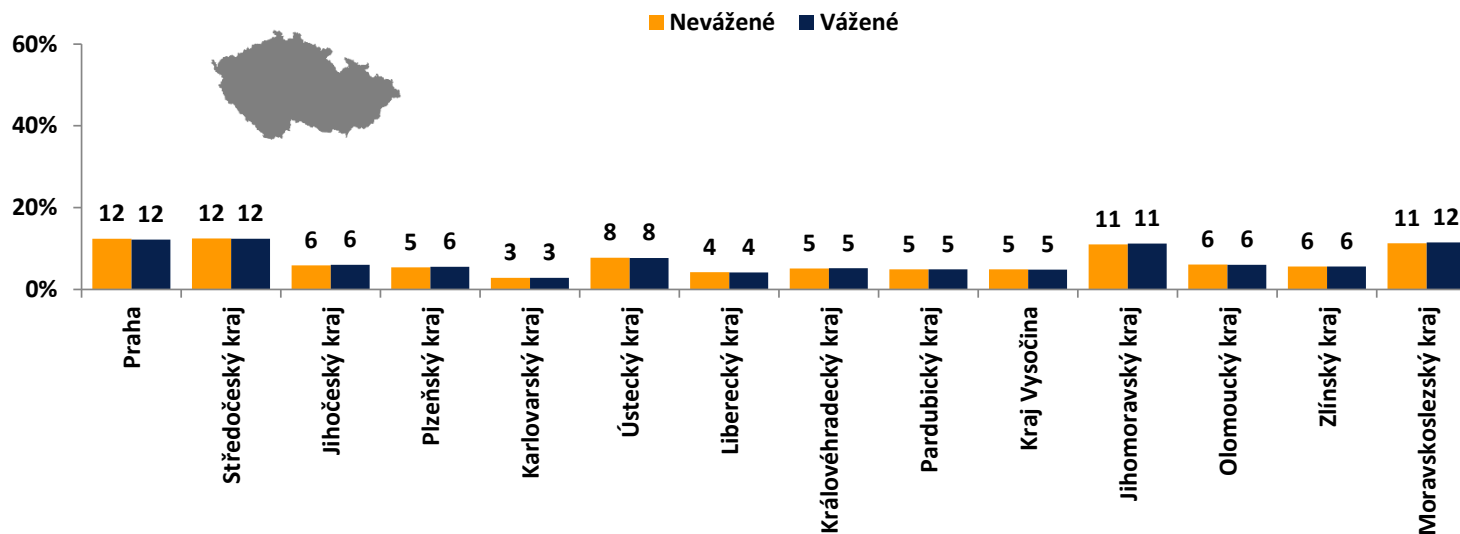
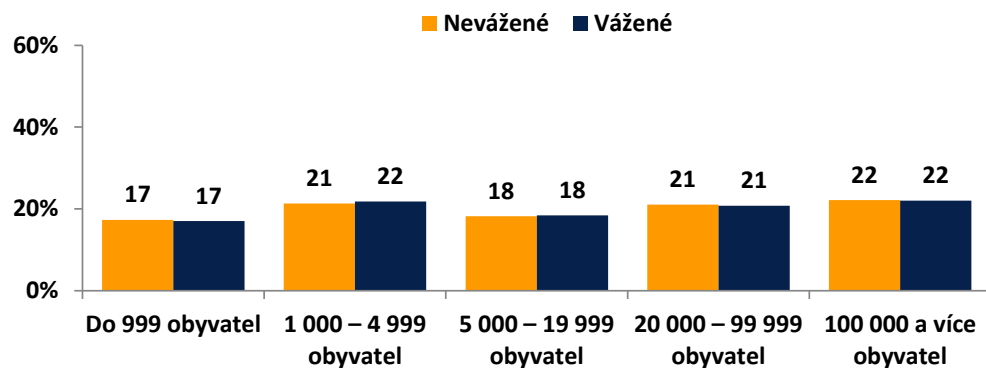
Dodržujeme standardy ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) a SIMAR (Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění).

Charakteristika výběrového vzorku



Základ: Celý vzorek, N=1017

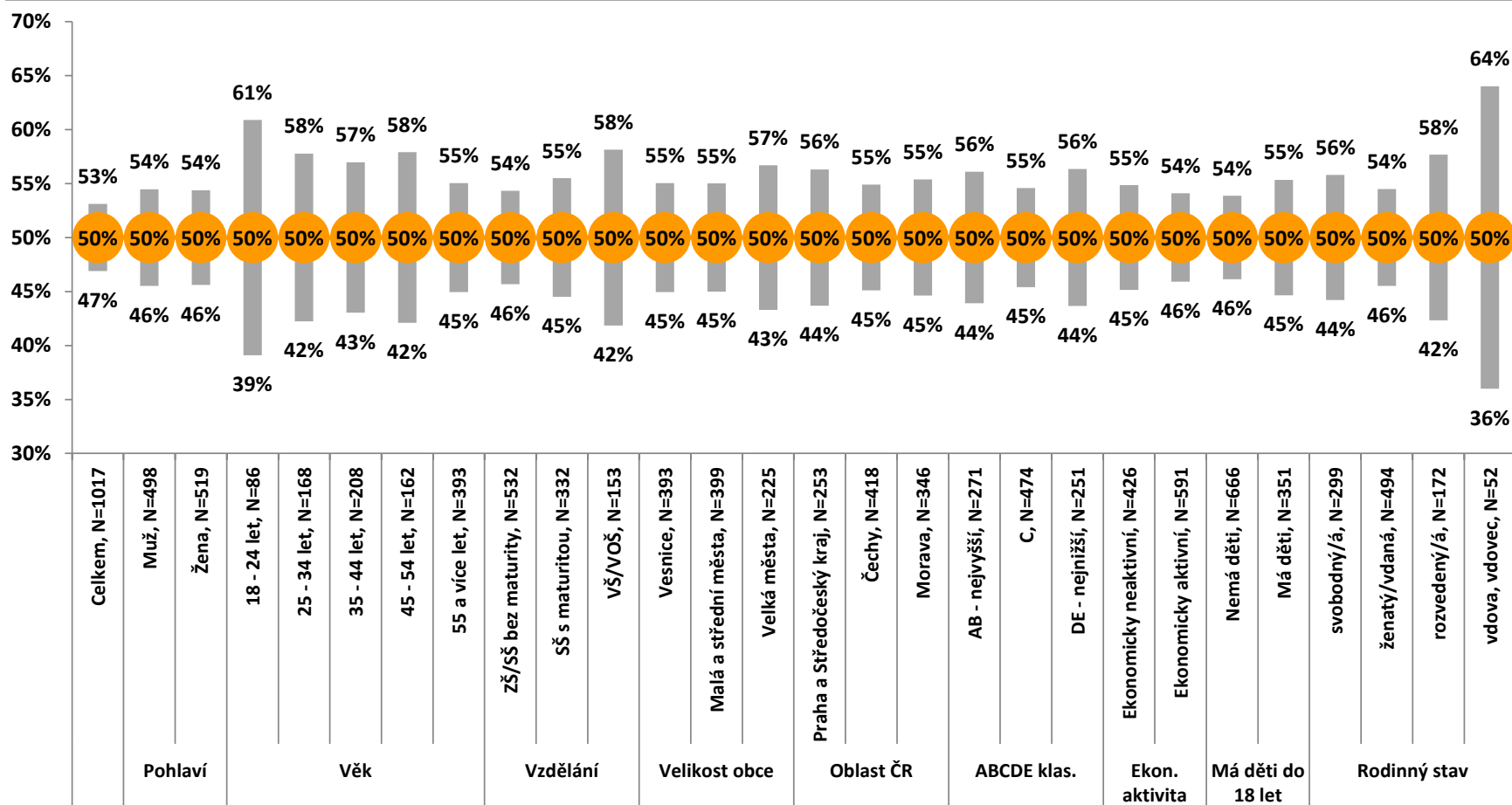
Charakteristika výběrového vzorku



Základ: Celý vzorek, N=1017

Statistická chyba

U jednotlivých sociodemografických proměnných je nutné **při malém vzorku pod 100 respondentů počítat s větší statistickou chybou**. Graf ilustruje, s jak velkou chybou máme u výsledků počítat, pokud je hodnota v cílových skupinách 50 %. Například pokud u otázky, na kterou odpovídal celý vzorek, vyšel **výsledek 50 %**, pak výsledek s vysokou pravděpodobností (95%) **leží v intervalu (47 %; 53 %)**.



[Podrobnější informace](#)

Shrnutí

[Zpět na obsah](#)



87 %
alespoň někdy
nakupuje **regionální
produkty.**

Základ: Celý vzorek

Typy regionálních produktů

TOP 7



83 %

Potraviny



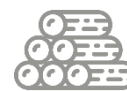
38 %

Nápoje



23 %

Vánoční zboží



15 %

Výrobky ze dřeva



15 %

Kosmetika



13 %

Keramika



11 %

Hračky

Základ: Alespoň někdy nakupuje lokální/regionální potraviny

Nejsympatičtější označení pro potraviny

TOP 6

37%

České

27%

Domácí

17%

Regionální

9%

Zdravé

5%

Lokální

2%

BIO

Základ: Celý vzorek

Asociace s regionálními produkty

TOP 6

53%

Tradice

47%

Kvalita

41%

Region

24%

Rodinné
podnikání

24%

Originalita

19%

Příroda

Základ: Celý vzorek

Lokální/regionální potraviny



5 z 10 dotázaných

nakupuje minimálně 1x
měsíčně regionální potraviny

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty



Nejčastější **průměrná měsíční**
útrata: **101 až 500 Kč.**

Způsoby pořízení

TOP 3

59%

Na příležitostných trzích
a festivalech v rámci mého regionu

58%

Na pravidelných farmářských
trzích v místě mého bydliště

48%

Při pobytu v jiném
regionu

Faktory při nákupu

TOP 5



66 %

Kvalita



50 %

Chuť



41 %

Přiměřená
cena



39 %

Dobrá
zkušenost



27 %

Původ
produktu

Základ: Alespoň někdy nakupuje lokální/regionální potraviny

Regionální řemeslné výrobky



1 z 10 dotázaných

nakupuje minimálně 1x měsíčně
regionální řemeslné výrobky

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty



Nejčastější **průměrná měsíční**
útrata: **101 až 500 Kč.**

Způsoby pořízení

TOP 3

61%

Na příležitostných trzích
a festivalech v rámci mého regionu

51%

Při pobytu v
jiném regionu

41%

Na pravidelných farmářských
trzích v místě mého bydliště

Faktory při nákupu

TOP 5



60 %

Kvalita



49 %

Přiměřená
cena



35 %

Dobrá
zkušenost



23 %

Návaznost
na tradici



21 %

Původ
produktu

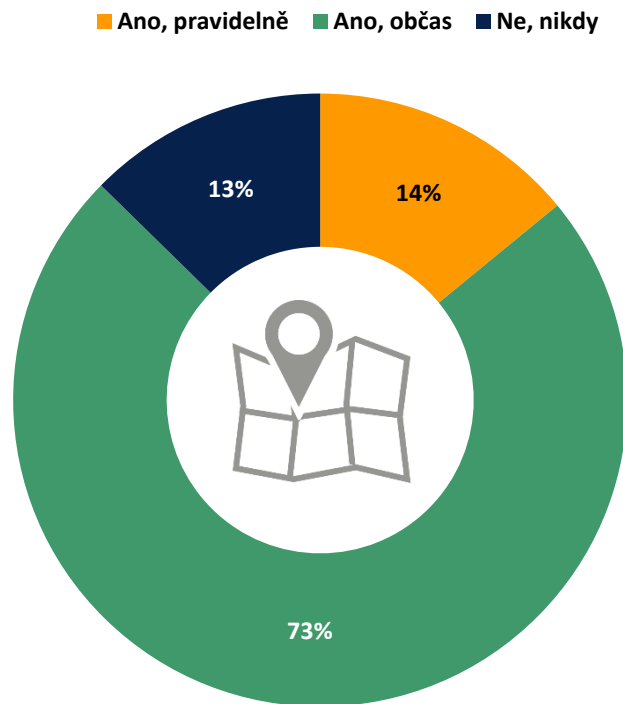
Základ: Alespoň někdy nakupuje regionální řemeslné výrobky

Výsledky průzkumu

[Zpět na obsah](#)

Nakupujete někdy regionální produkty?

Základ: Celý vzorek, N=1017



Většina respondentů alespoň někdy nakupuje regionální produkty tj. potravinářský či řemeslný výrobek, který má jasnou a přímou vazbu na region svého vzniku. 14 % nakupuje pravidelně a téměř $\frac{3}{4}$ respondentů občas.

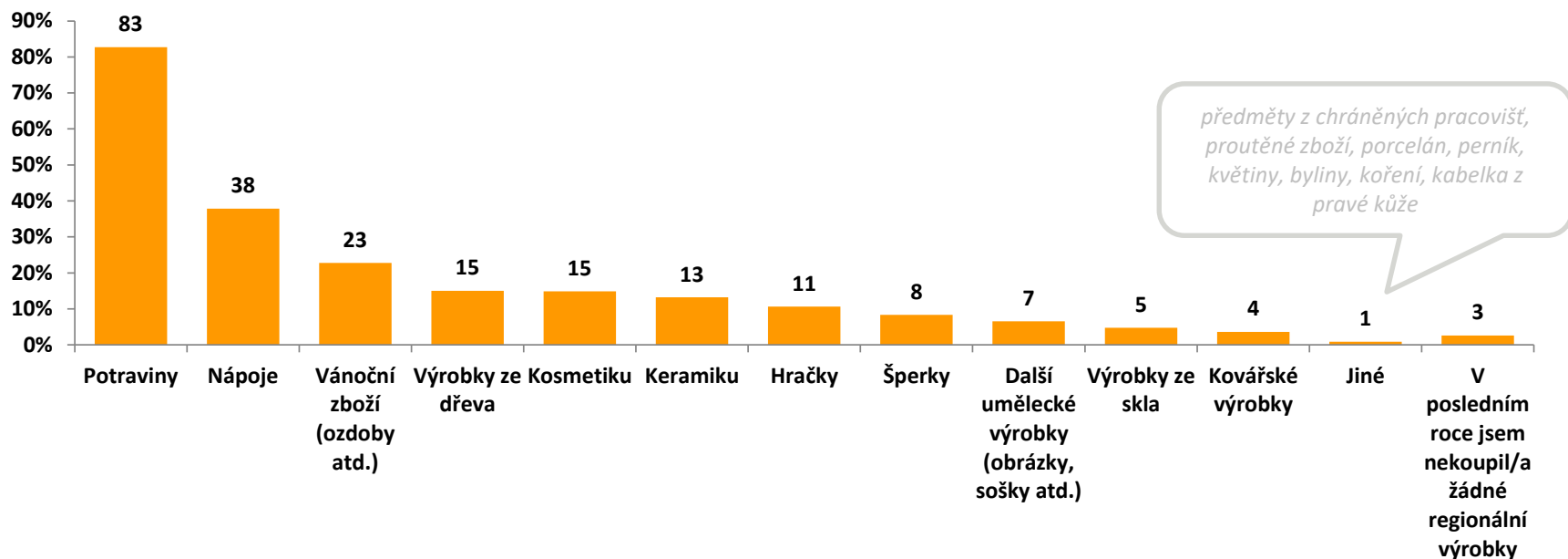
Regionální produkty pravidelně více nakupují lidé ve věku 25-44 let, vzdělanější lidé, lidé s vyšším socioekonomickým statusem a lidé s dětmi.

Detail
sociodemografie

Typy regionálních výrobků

Jaké typy regionálních výrobků jste v posledním roce koupil/a?

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty, N=888



Potraviny jsou z různých typů regionálních výrobků nejčastěji nakupovanou komoditou – v posledním roce je koupilo 8 z 10 lidí, kteří alespoň občas nakupují regionální produkty. Nápoje a vánoční zboží doplňují trojici nejčastěji nakupovaných regionálních výrobků.

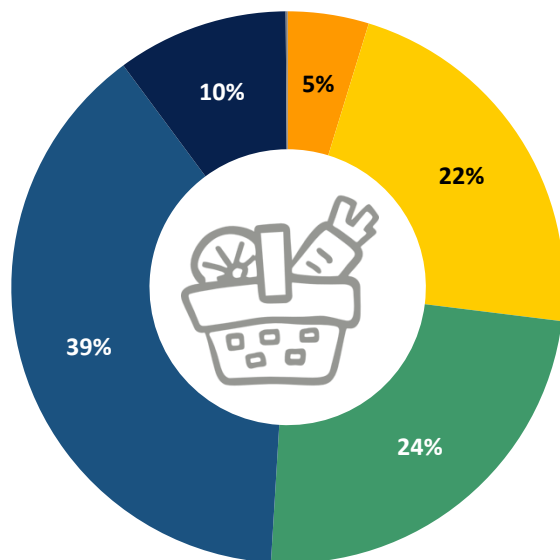
Detail
sociodemografie

Frekvence nákupu lokálních/regionálních potravin

Jak často nakupujete lokální/regionální potraviny?

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty, N=888

- Téměř denně
- Alespoň 1x týdně
- Alespoň 1x měsíčně
- Příležitostně – několikrát za rok
- Méně často
- Nikdy nekupuji



4 z 10 z těch, kteří alespoň občas nakupují regionální produkty, nakupují lokální nebo regionální potraviny příležitostně – několikrát za rok. Jedna čtvrtina nakupuje alespoň jednou měsíčně a jedna pětina alespoň jednou týdně. 5 % respondentů deklarovalo téměř denní nakupování lokálních/regionálních potravin.

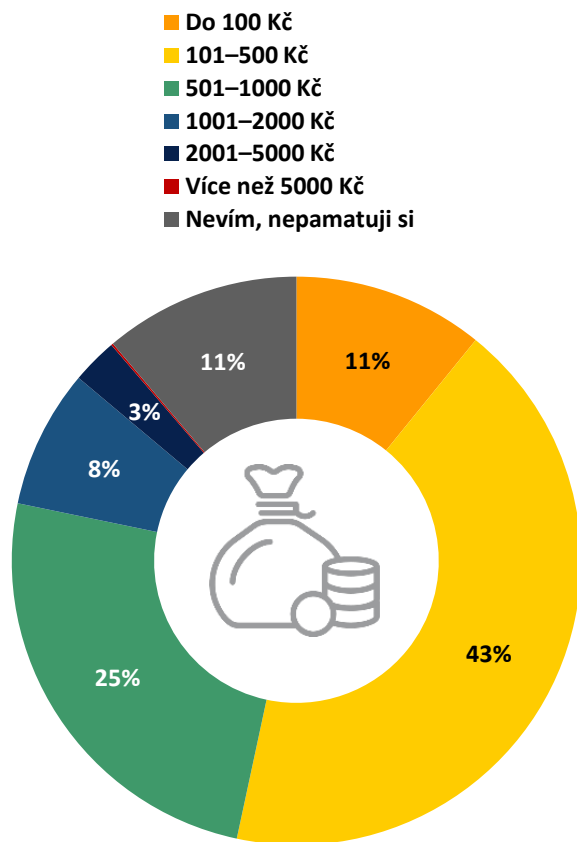
Častější frekvence nakupování lokálních/regionálních potravin je vidět více než u ostatních především u lidí ve věkové skupině 25-34 let.

Detail
sociodemografie

Průměrné útraty za lokální/regionální potraviny

Kolik peněz měsíčně průměrně utratíte za lokální/regionální potraviny?

Základ: Alespoň někdy nakupuje lokální/regionální potraviny, N=887



Nejčastěji lidé, kteří alespoň někdy nakupují lokální nebo regionální potraviny, průměrně měsíčně utratí v rozmezí 101 až 500 Kč. Jedna čtvrtina dotázaných utratí průměrně měsíčně částku 501 až 1000 Kč. Do 100 Kč v průměru utratí jedna desetina dotázaných.

Vyšší částky průměrně měsíčně utrácejí více než ostatní muži, lidé ve věku 25-44 let, lidé s vyšším socioekonomickým statusem, ekonomicky aktivní a lidé s dětmi.

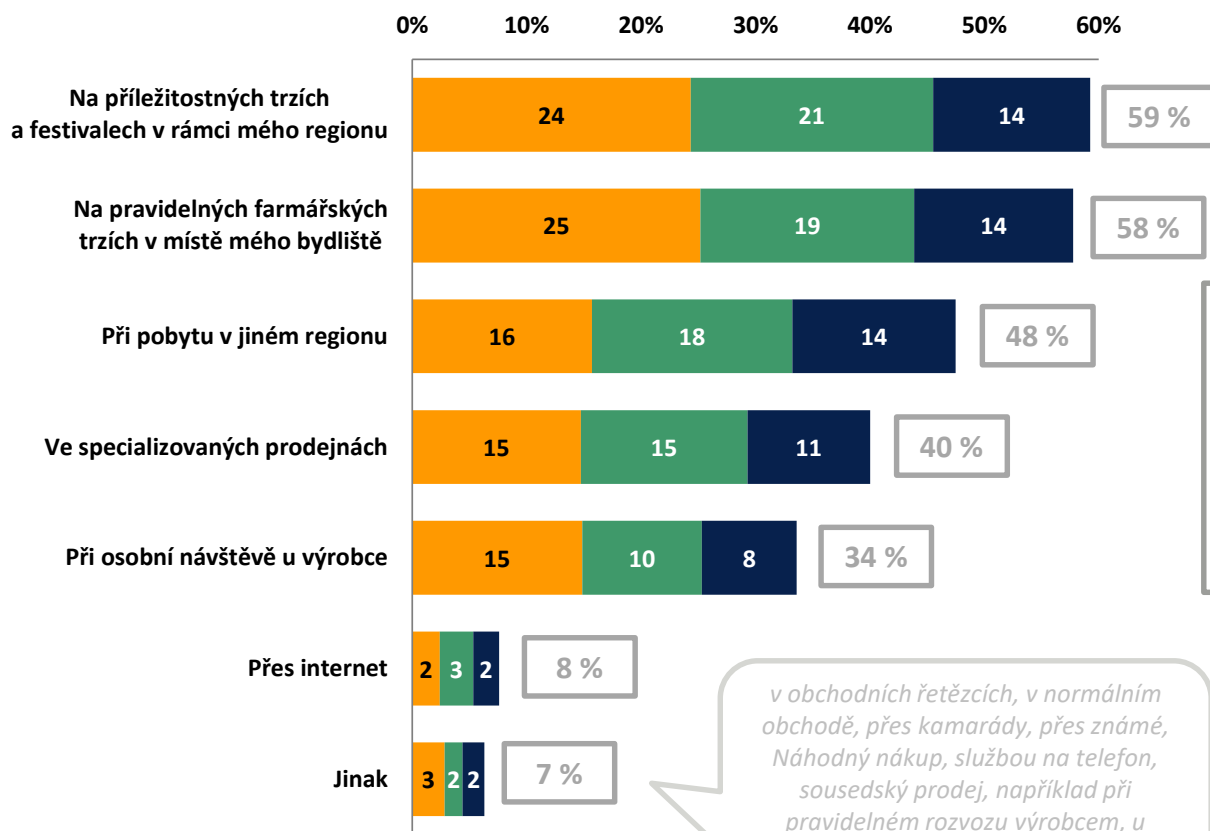
Detail
sociodemografie

Způsoby pořízení lokálních/regionálních potravin

Jak nejčastěji pořizujete lokální/regionální potraviny? (Maximálně 3 způsoby podle důležitosti)

Základ: Alespoň někdy nakupuje lokální/regionální potraviny, N=887

■ 1 - nejvíce důležitý ■ 2 - méně důležitý ■ 3 - nejméně důležitý



Nejčastěji respondenti pořizují lokální neboli regionální potraviny na příležitostných trzích a festivalech v rámci regionu (59 %) a taky na pravidelných farmářských trzích v místě jejich bydliště (58 %).

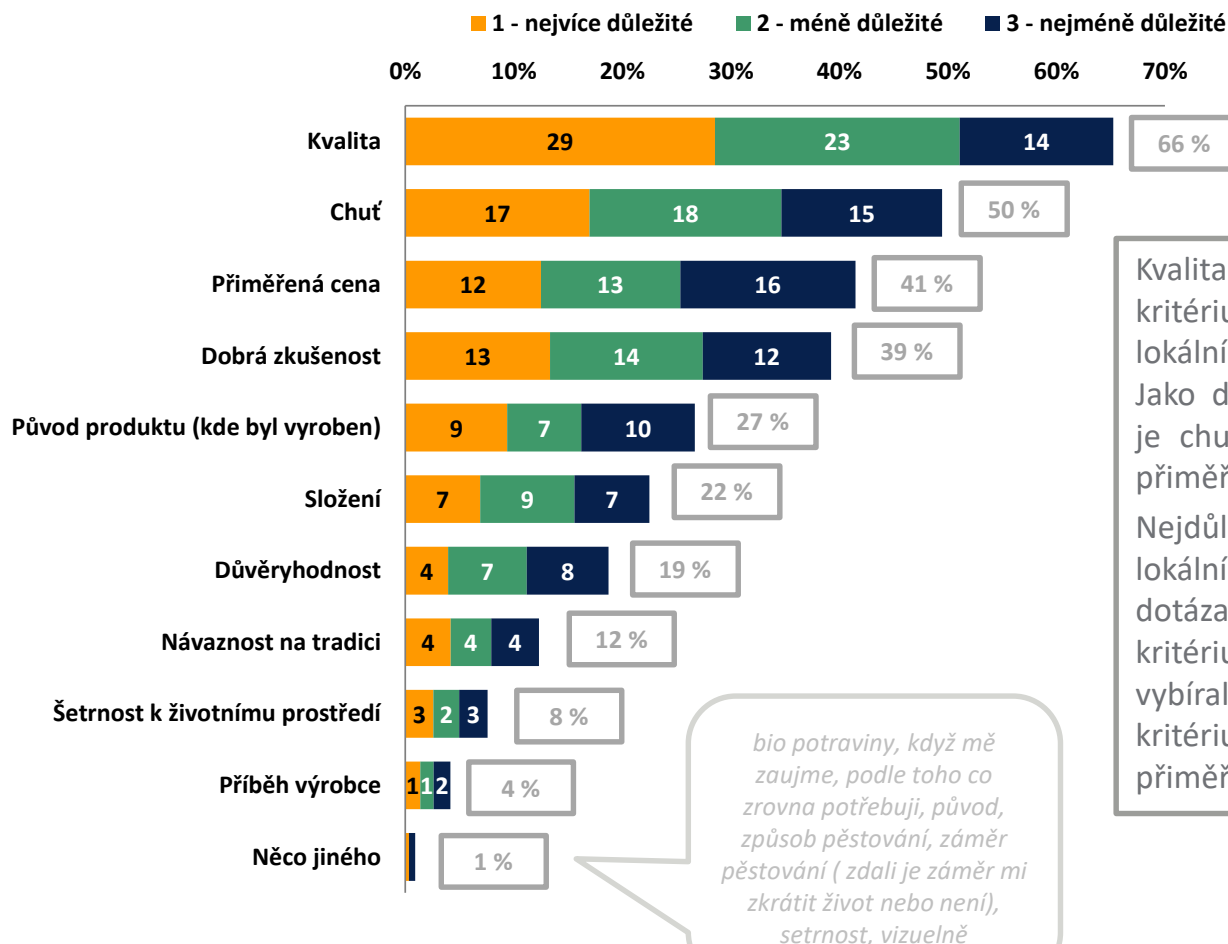
v obchodních řetězcích, v normálním obchodě, přes kamarády, přes známé, Náhodný nákup, službou na telefon, sousedský prodej, například při pravidelném rozvozu výrobcem, u automatu, pojízdna prodejna

Detail
sociodemografie

Kritéria při nákupu lokálních/regionálních potravin

Která z těchto kritérií jsou pro vás nejdůležitější při nákupu lokálních/regionálních potravin?
(Maximálně 3 kritéria podle důležitosti)

Základ: Alespoň někdy nakupuje lokální/regionální potraviny, N=887



Kvalita (66 %) je nejčastěji deklarované kritérium důležitosti při nákupu lokálních neboli regionálních potravin. Jako druhé nejvíce uváděné kritérium je chuť (50 %) a na třetím místě je přiměřená cena (41 %).

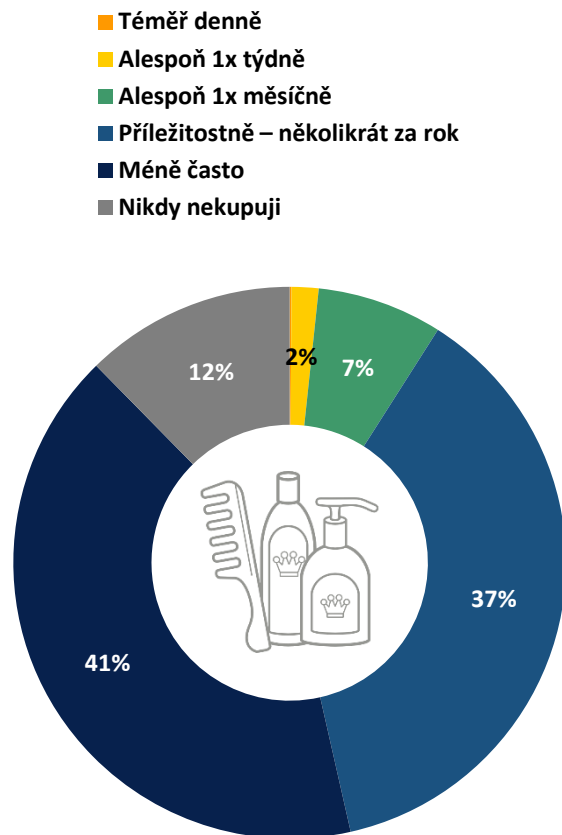
Nejdůležitějším kritériem při nákupu lokálních potravin je pro jednu třetinu dotázaných kvalita. Jako méně důležité kritérium respondenti opět nejvíce vybírali kvalitu. Jako nejméně důležité kritérium byla nejčastěji označovaná přiměřená cena.

Detail
sociodemografie

Frekvence nákupu řemeslných regionálních výrobků

Jak často nakupujete řemeslné regionální výrobky (šperky, hračky, kosmetiku aj.)?

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty, N=888



4 z 10 z těch, kteří alespoň občas nakupují regionální produkty, nakupují řemeslné regionální výrobky méně často. Příležitostně - několikrát za rok nakupuje tento typ produktů více než jedna třetina dotázaných. Zhruba jedna desetina z těch, kteří nakupují alespoň občas regionální produkty, nikdy nekupuje řemeslné regionální výrobky jako šperky, hračky, kosmetiku a jiné.

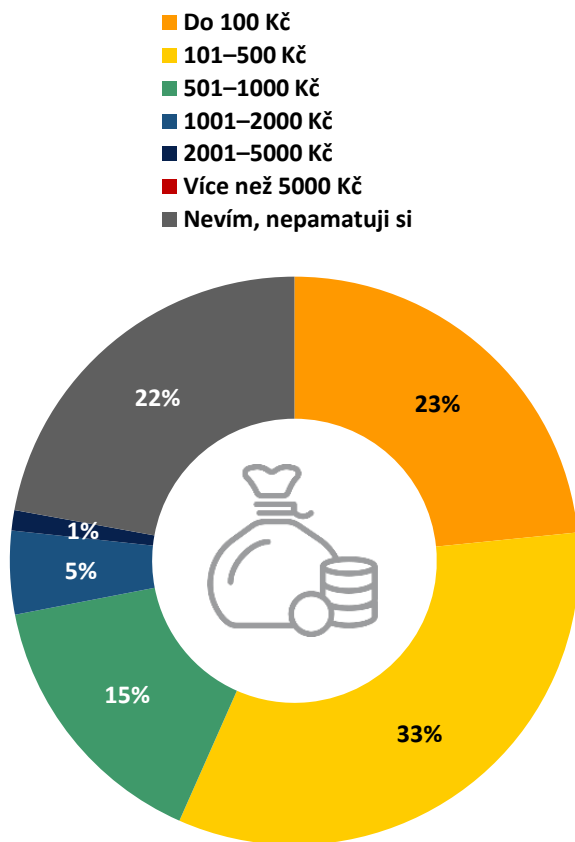
Řemeslné regionální výrobky alespoň někdy nakupují častěji ženy, lidé ve věku 35-44 let, lidé s vyšším vzděláním, z velkých měst, s vyšším socioekonomickým profilem a ti, co mají děti.

Detail
sociodemografie

Průměrné útraty za regionální řemeslné výrobky

Kolik peněz měsíčně průměrně utratíte za regionální řemeslné výrobky (šperky, hračky...)?

Základ: Alespoň někdy nakupuje regionální řemeslné výrobky, N=778



Jedna třetina z těch, kteří nakupují alespoň někdy regionální řemeslné výrobky, průměrně měsíčně utratí 101 až 500 Kč. 23 % dotázaných utratí za regionální řemeslné výrobky v průměru měsíčně do 100 Kč. Pro více než jednu desetinu respondentů se pohybují průměrné měsíčné útraty ve výšce 501 až 1000 Kč.

Nižší průměrné měsíčné částky za regionální řemeslné výrobky utrácejí více ženy, nejmladší a nejstarší věková skupina, ekonomicky neaktivní a lidé bez děti.

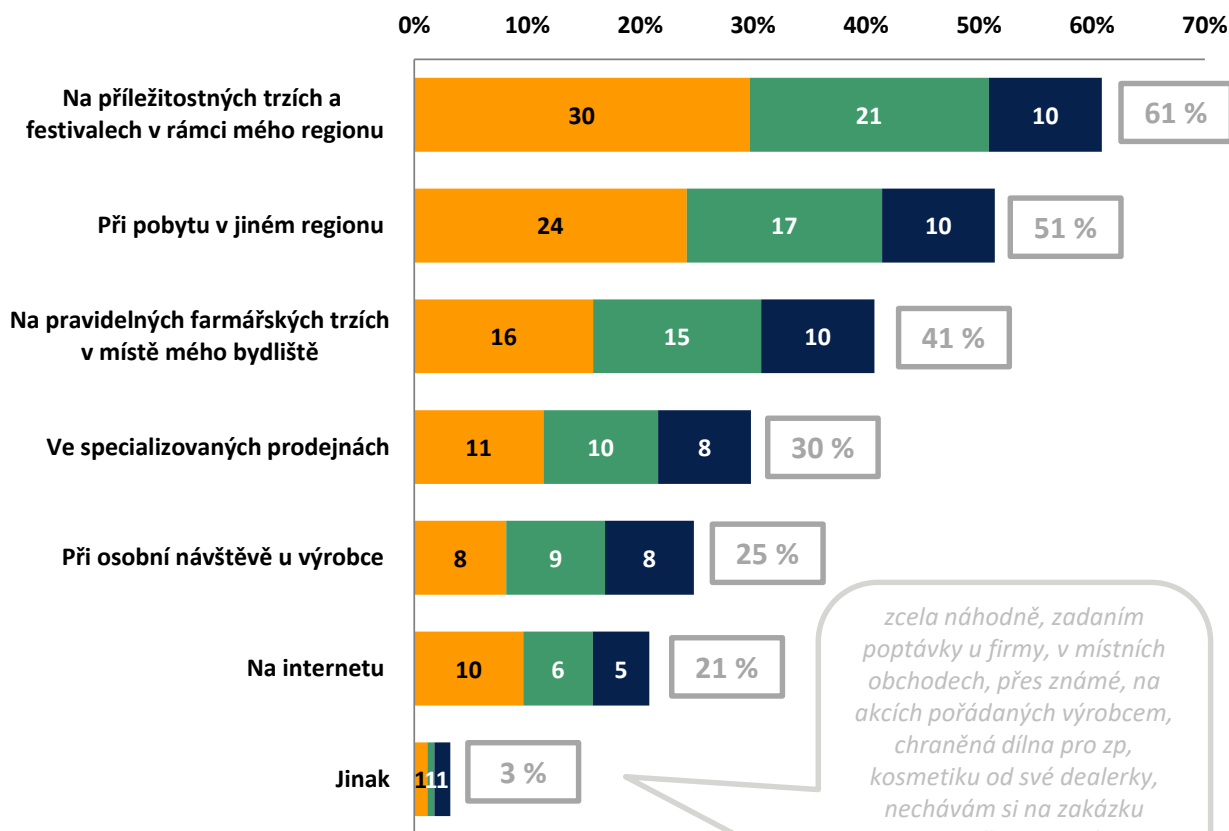
Detail
sociodemografie

Způsoby pořízení regionálních řemeslných výrobků

Jak nejčastěji pořizujete regionální řemeslné výrobky (šperky, hračky, kosmetiku aj.)?
(Maximálně 3 způsoby podle důležitosti)

Základ: Alespoň někdy nakupuje regionální řemeslné výrobky, N=778

1 - nejvíce důležitý 2 - méně důležitý 3 - nejméně důležitý



zcela náhodně, zadáním poptávky u firmy, v místních obchodech, přes známé, na akcích pořádaných výrobcem, chráněná dílna pro zp, kosmetiku od své dealerky, nechávám si na zakázku vyrobit šperk u svého příbuzného v původním místě bydliště

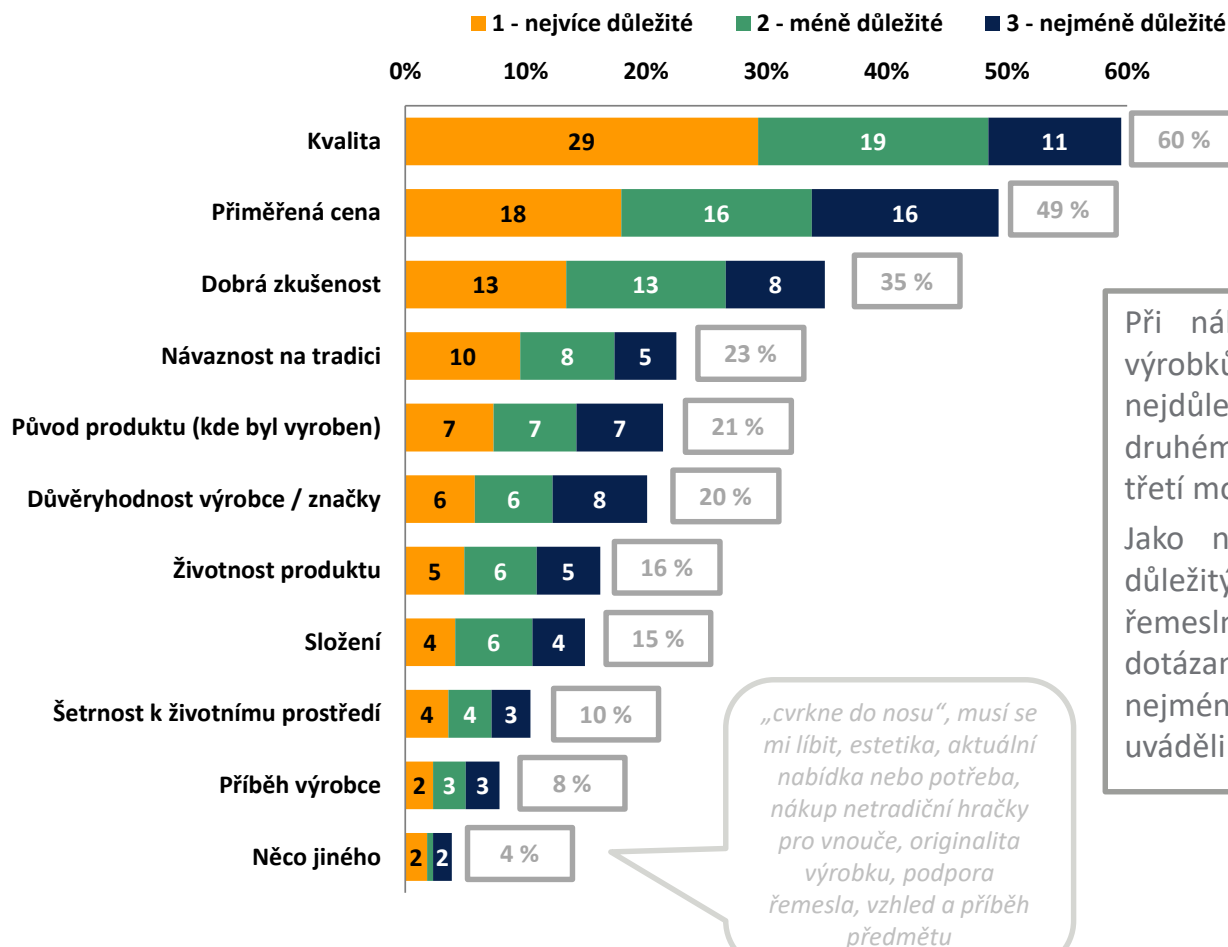
Regionální řemeslné výrobky nejčastěji respondenti pořizují na příležitostných trzích a festivalech v rámci regionu, jako druhá nejčastější volba je při pobytu v jiném regionu např. na dovolené. Nejvíce důležitý způsob a zároveň méně důležitý způsob pořízení řemeslných výrobků jsou příležitostné trhy a festivaly v rámci jejich regionu. Jako nejméně důležitý způsob pořízení regionálních řemeslných výrobků uváděli respondenti stejným poměrem pro příležitostné trhy a festivaly, pobyt v jiném regionu nebo na pravidelných farmářských trzích v místě jejich bydliště.

Detail
sociodemografie

Kritéria při nákupu regionálních řemeslných výrobků

Která z těchto kritérií jsou pro vás nejdůležitější při nákupu regionálních řemeslných výrobků?
(Maximálně 3 kritéria podle důležitosti)

Základ: Alespoň někdy nakupuje regionální řemeslné výrobky, N=778



Při nákupu regionálních řemeslných výrobků je pro respondenty nejdůležitějším kritériem kvalita, na druhém místě přiměřená cena a jako třetí možnost dobrá zkušenost.

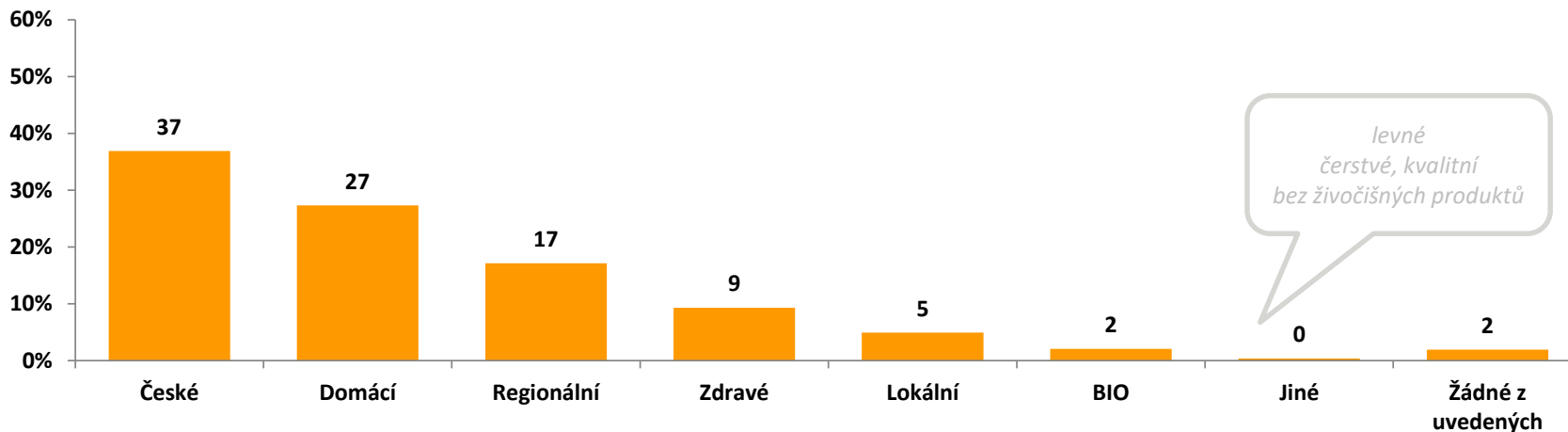
Jako nejvíce důležitý a také méně důležitý faktor při nákupu regionálních řemeslných výrobků deklarovali dotázaní nejčastěji kvalitu. Jako nejméně důležité kritérium nejvíce uváděli přiměřenou cenu.

Detail
sociodemografie

Označení pro potraviny

Které z těchto označení pro potraviny je vám nejsympatičtější?

Základ: Celý vzorek, N=1017



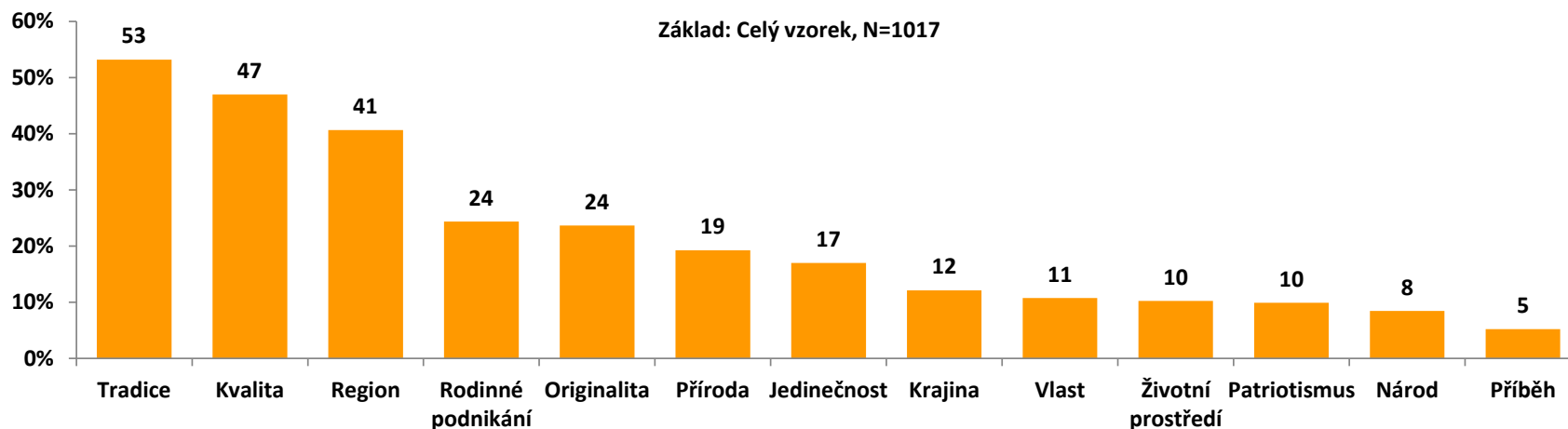
Jako nejsympatičtější označení pro potraviny více než jedna třetina respondentů uvedla slovo „České“. 27 % dotázaných považuje označení „Domácí“ jako nejsympatičtější a téměř jedna pětina volila označení „Regionální“. Nejméně je lidem sympatické označení BIO.

Označení „České“ považují jako nejsympatičtější označení pro potraviny více lidé nad 55 let a lidé s nižším socioekonomickým statusem. Označení „Domácí“ uváděli častěji než ostatní především ti, kteří mají děti a lidé ve věku 45-54 let. Označení „Regionální“ uváděli ve větší míře lidé s vyšším socioekonomickým profilem a vysokoškoláci.

Detail
sociodemografie

Spojení s regionálními produkty

Která z těchto slov si spojujete s regionálními produkty?
(Maximálně 3 slova)



Nejčastěji se lidem se spojením regionální produkty asociují slova Tradice, Kvalita a Region.

Kvalita je slovo, které se spojuje s regionálními produkty ve větší míře lidem nad 55 let, lidem s nižším vzděláním a lidem s nižším socioekonomickým statusem. Jedinečnost je asociace více u lidí s vysokoškolským vzděláním, u věkové skupiny 35-44 let a u respondentů s vyšším socioekonomickým profilem. Slovo Příroda se spojuje s regionálními produkty více než ostatním právě ženám, lidem ve věku 24-34 let a lidem, kteří mají děti.

Detail
sociodemografie

Názory respondentů

[Zpět na obsah](#)

Názory respondentů

„Já si myslím, že naše vláda by měla podporovat regionální produkty, jak potraviny, tak i jiné. Jednak se jedná o naši národní hrdost a jsou i kvalitnější, než co se dováží..“

„Podpora produktů české kvality je nutná.“

„Rád podporuji České výrobce svým nákupem jejich výrobků.“

„Mám ráda české, regionální potraviny i výrobky. Pokud si mohu vybrat, zda koupím zahraniční nebo české potraviny, určitě zvolím české..“

„Naším českým - regionálním produktům budu vždy dávat přednost před dováženým zbožím..“



„Nesnáším označení BIO. Je to zavádějící a nepravdivé označení. “

„Vadí mě do marketů dovážená zelenina a ovoce a tím pádem zánik našich ovocných sadů a poškozování dovozem našich zemědělců..“

„Regionální potravinou jsou u nás hlavně uzeniny od Krejcarů, pivo ze Svijan, housky a chleba ze Semil a dalších pekáren, mošty z Lažan, značka potravin z ČESKÉHO RÁJE. Bohužel nejsou u nás prodejny pouze s českými výrobky, ale prodávají se i české výrobky. Škoda, že již nejsou domácí prodejny jako byla Jednota, družstvo Včela, atd..!“

Grafická příloha

[Zpět na obsah](#)

Tabulka statistických chyb

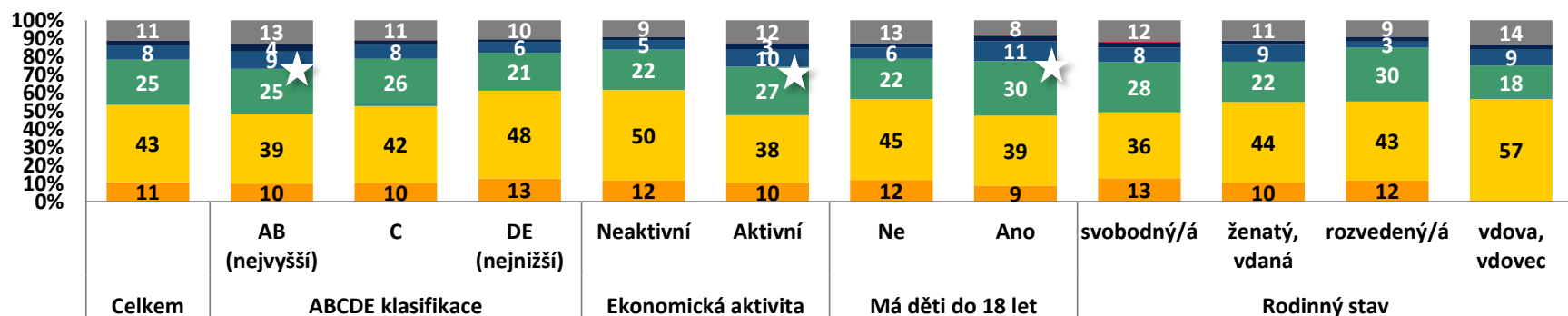
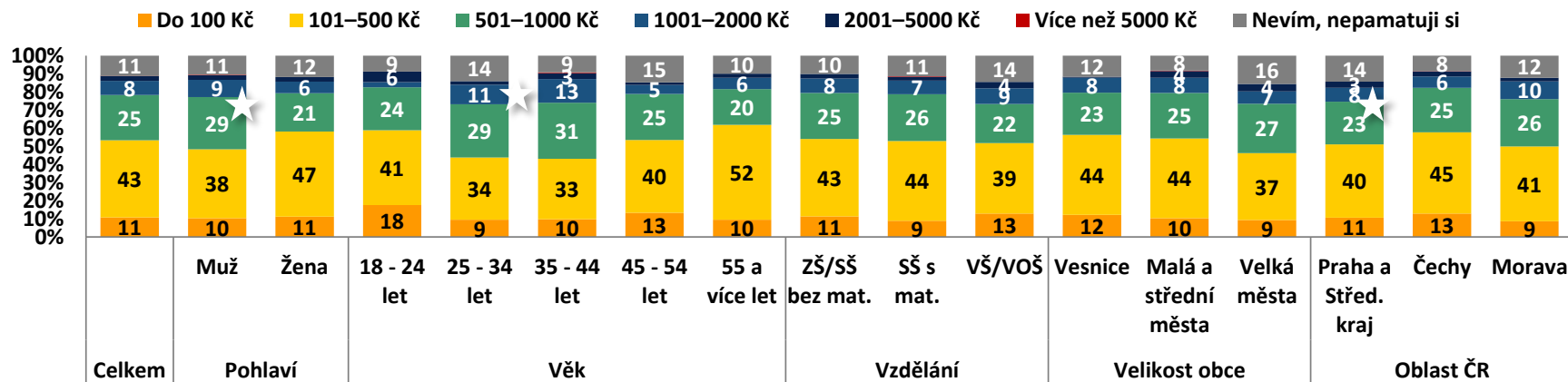
		velikost vzorku (N)	procento populace																			
			5%		10%		15%		20%		25%		30%		35%		40%		45%		50%	
			dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice	dolní hranice	horní hranice
Celkem	Celkem	1017	3,8%	6,6%	8,3%	12,0%	12,9%	17,4%	17,6%	22,6%	22,4%	27,8%	27,2%	32,9%	32,1%	38,0%	37,0%	43,1%	41,9%	48,1%	46,9%	53,1%
Pohlaví	Muž	498	3,3%	7,4%	7,6%	13,1%	12,0%	18,5%	16,6%	23,8%	21,3%	29,1%	26,0%	34,3%	30,8%	39,4%	35,7%	44,5%	40,6%	49,5%	45,5%	54,5%
	Žena	519	3,4%	7,3%	7,6%	13,0%	12,1%	18,4%	16,7%	23,8%	21,4%	29,0%	26,1%	34,2%	30,9%	39,3%	35,8%	44,4%	40,7%	49,4%	45,6%	54,4%
Věk	18 - 24 let	86	1,7%	12,6%	4,9%	18,8%	8,5%	24,7%	12,4%	30,3%	16,6%	35,7%	20,8%	41,0%	25,2%	46,1%	29,8%	51,1%	34,4%	56,1%	39,1%	60,9%
	25 - 34 let	168	2,4%	9,8%	6,1%	15,8%	10,1%	21,5%	14,4%	27,0%	18,8%	32,4%	23,3%	37,6%	27,9%	42,8%	32,6%	47,9%	37,4%	52,8%	42,2%	57,8%
	35 - 44 let	208	2,6%	9,2%	6,4%	15,1%	10,6%	20,8%	14,9%	26,2%	19,4%	31,6%	24,0%	36,8%	28,6%	41,9%	33,4%	47,0%	38,2%	52,0%	43,0%	57,0%
	45 - 54 let	162	2,4%	9,9%	6,0%	15,9%	10,1%	21,7%	14,3%	27,2%	18,7%	32,5%	23,2%	37,8%	27,8%	42,9%	32,5%	48,0%	37,2%	53,0%	42,1%	57,9%
	55 a více let	393	3,1%	7,8%	7,3%	13,5%	11,7%	19,0%	16,2%	24,4%	20,9%	29,6%	25,6%	34,8%	30,3%	40,0%	35,2%	45,0%	40,0%	50,1%	45,0%	55,0%
Vzdělání	ZŠ/SŠ bez maturity	532	3,4%	7,3%	7,6%	12,9%	12,1%	18,4%	16,7%	23,7%	21,4%	28,9%	26,2%	34,1%	31,0%	39,2%	35,8%	44,3%	40,7%	49,3%	45,7%	54,3%
	SŠ s maturitou	332	3,0%	8,1%	7,1%	13,9%	11,4%	19,4%	15,9%	24,8%	20,5%	30,1%	25,2%	35,3%	29,9%	40,4%	34,7%	45,5%	39,6%	50,5%	44,5%	55,5%
	VŠ/VOŠ	153	2,3%	10,1%	5,9%	16,2%	9,9%	21,9%	14,2%	27,4%	18,5%	32,8%	23,0%	38,0%	27,6%	43,2%	32,3%	48,2%	37,0%	53,2%	41,9%	58,1%
Velikost obce	Vesnice	393	3,1%	7,8%	7,3%	13,5%	11,7%	19,0%	16,2%	24,4%	20,9%	29,6%	25,6%	34,8%	30,3%	40,0%	35,2%	45,0%	40,0%	50,1%	45,0%	55,0%
	Malá a střední města	399	3,2%	7,7%	7,3%	13,5%	11,7%	19,0%	16,3%	24,3%	20,9%	29,6%	25,6%	34,8%	30,4%	39,9%	35,2%	45,0%	40,1%	50,0%	45,0%	55,0%
	Velká města	225	2,7%	9,0%	6,5%	14,9%	10,7%	20,5%	15,1%	26,0%	19,6%	31,3%	24,2%	36,5%	28,9%	41,7%	33,6%	46,7%	38,4%	51,8%	43,3%	56,7%
Oblast ČR	Praha a Středočeský kraj	253	2,8%	8,7%	6,7%	14,5%	11,0%	20,1%	15,4%	25,6%	19,9%	30,9%	24,5%	36,1%	29,2%	41,3%	34,0%	46,3%	38,8%	51,4%	43,7%	56,3%
	Čechy	418	3,2%	7,7%	7,4%	13,4%	11,8%	18,9%	16,3%	24,2%	21,0%	29,5%	25,7%	34,7%	30,5%	39,8%	35,3%	44,9%	40,2%	49,9%	45,1%	54,9%
	Morava	346	3,0%	8,0%	7,1%	13,8%	11,5%	19,3%	16,0%	24,7%	20,6%	30,0%	25,3%	35,2%	30,0%	40,3%	34,8%	45,4%	39,7%	50,4%	44,6%	55,4%
ABCDE klasifikace	AB - nejvyšší	271	2,8%	8,5%	6,8%	14,4%	11,1%	19,9%	15,5%	25,4%	20,0%	30,7%	24,7%	35,9%	29,4%	41,0%	34,2%	46,1%	39,0%	51,1%	43,9%	56,1%
	C	474	3,3%	7,5%	7,5%	13,1%	12,0%	18,6%	16,5%	23,9%	21,2%	29,2%	25,9%	34,4%	30,7%	39,5%	35,6%	44,6%	40,5%	49,6%	45,4%	54,6%
	DE - nejnižší	251	2,8%	8,7%	6,7%	14,6%	10,9%	20,2%	15,3%	25,6%	19,9%	30,9%	24,5%	36,1%	29,2%	41,3%	33,9%	46,4%	38,8%	51,4%	43,7%	56,3%
Ekonomická aktivita	Ekonomicky neaktivní	426	3,2%	7,6%	7,4%	13,3%	11,8%	18,8%	16,4%	24,2%	21,0%	29,4%	25,7%	34,6%	30,5%	39,8%	35,3%	44,8%	40,2%	49,9%	45,2%	54,8%
	Ekonomicky aktivní	591	3,4%	7,2%	7,8%	12,8%	12,3%	18,2%	16,9%	23,5%	21,6%	28,7%	26,4%	33,9%	31,2%	39,0%	36,0%	44,1%	41,0%	49,1%	45,9%	54,1%
Má děti do 18 let	Nemá děti	666	3,5%	7,0%	7,9%	12,6%	12,4%	18,0%	17,1%	23,3%	21,8%	28,5%	26,6%	33,7%	31,4%	38,8%	36,3%	43,8%	41,2%	48,9%	46,1%	53,9%
	Má děti	351	3,1%	8,0%	7,2%	13,7%	11,5%	19,3%	16,0%	24,7%	20,6%	29,9%	25,3%	35,1%	30,1%	40,3%	34,9%	45,4%	39,7%	50,4%	44,7%	55,3%
Rodinný stav	svobodný/á	299	2,9%	8,3%	7,0%	14,1%	11,3%	19,7%	15,7%	25,1%	20,3%	30,4%	24,9%	35,6%	29,7%	40,7%	34,4%	45,8%	39,3%	50,8%	44,2%	55,8%
	ženatý/vdaná	494	3,3%	7,4%	7,6%	13,1%	12,0%	18,5%	16,6%	23,9%	21,3%	29,1%	26,0%	34,3%	30,8%	39,4%	35,7%	44,5%	40,6%	49,5%	45,5%	54,5%
	rozvedený/á	172	2,4%	9,7%	6,1%	15,7%	10,2%	21,4%	14,5%	26,9%	18,9%	32,3%	23,4%	37,5%	28,0%	42,7%	32,7%	47,8%	37,5%	52,8%	42,3%	57,7%
	vdova, vdovec	52	1,1%	15,9%	3,8%	22,3%	7,1%	28,2%	10,7%	33,8%	14,5%	39,2%	18,5%	44,5%	22,7%	49,6%	27,0%	54,5%	31,4%	59,3%	36,0%	64,0%

[Zpět na tabulku chyb](#)

Průměrné útraty za lokální/regionální potraviny - sociodemografie

Kolik peněz měsíčně průměrně utratíte za lokální/regionální potraviny?

Základ: Alespoň někdy nakupuje lokální/regionální potraviny, N=887



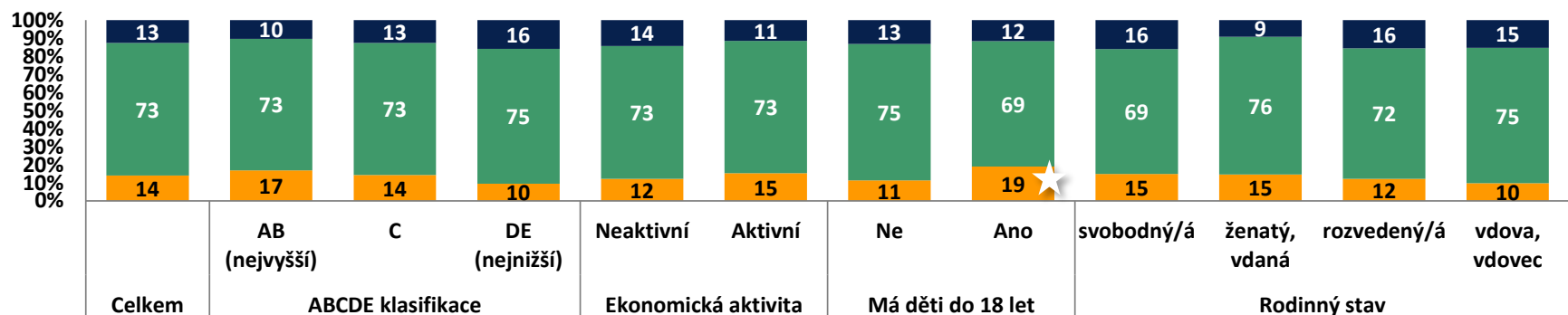
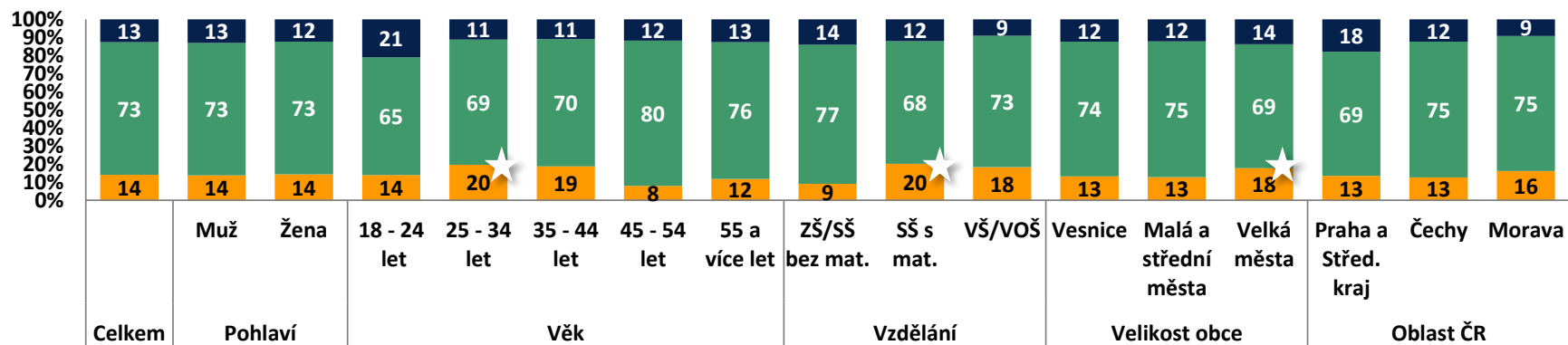
[Zpět na základní graf](#)

Nákup regionálních produktů - sociodemografie

Nakupujete někdy regionální produkty?

Základ: Celý vzorek, N=1017

■ Ano, pravidelně ■ Ano, občas ■ Ne, nikdy



[Zpět na základní graf](#)

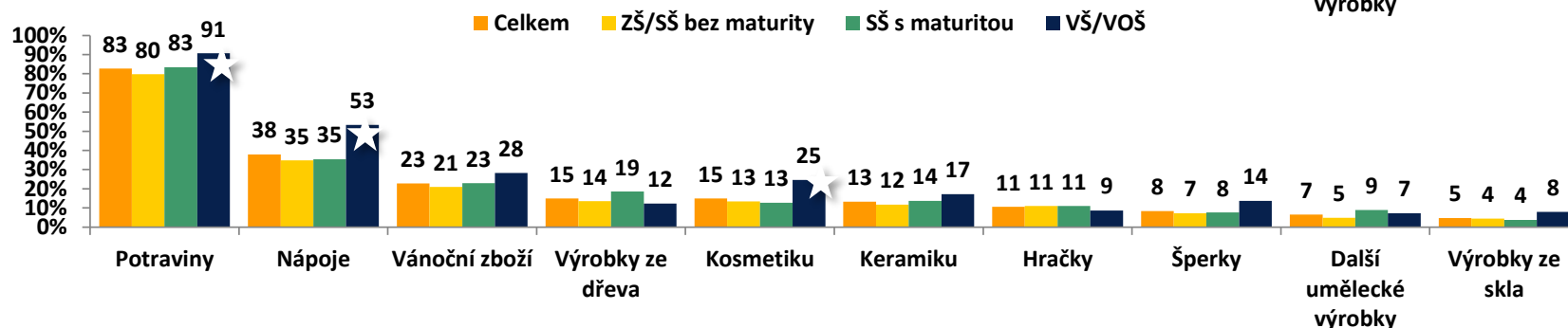
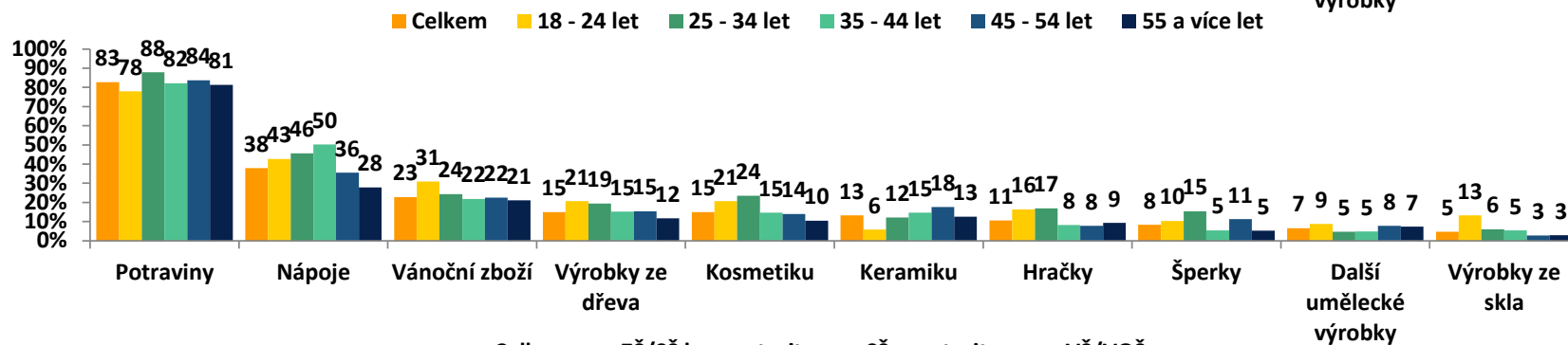
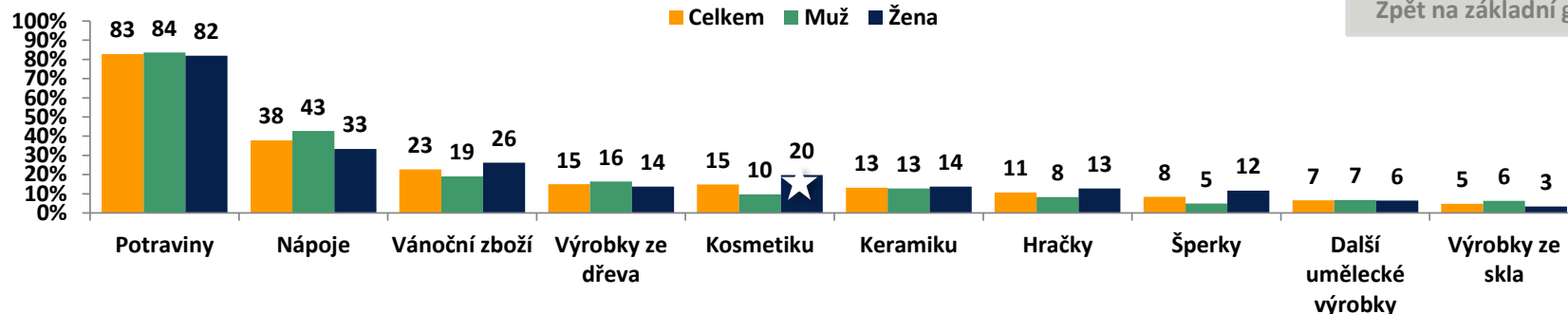
Typy regionálních výrobků - sociodemografie

Jaké typy regionálních výrobků jste v posledním roce koupil/a?

TOP 10

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty, N=888

[Zpět na základní graf](#)



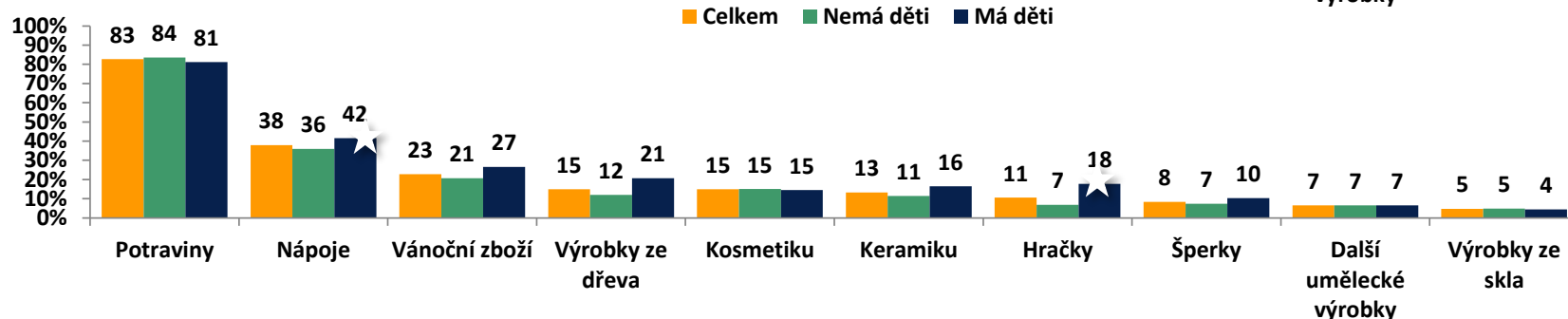
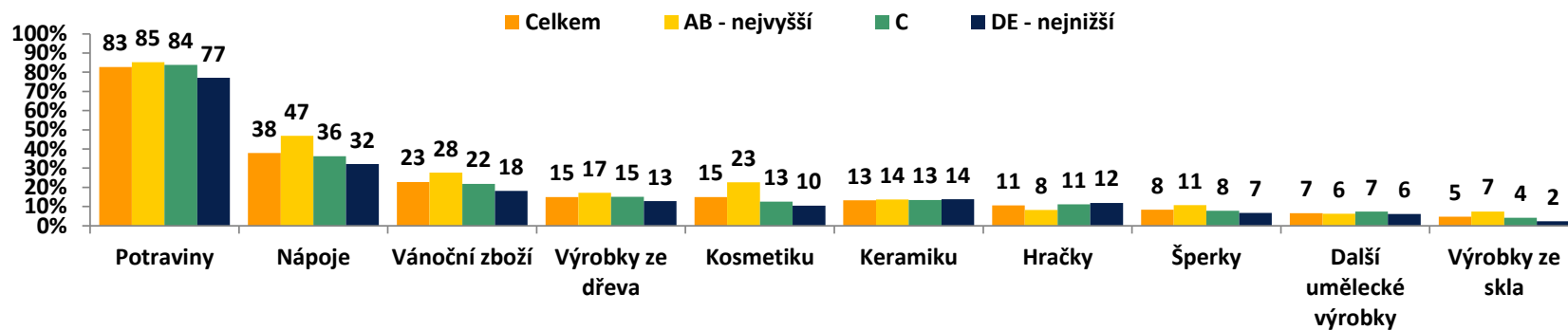
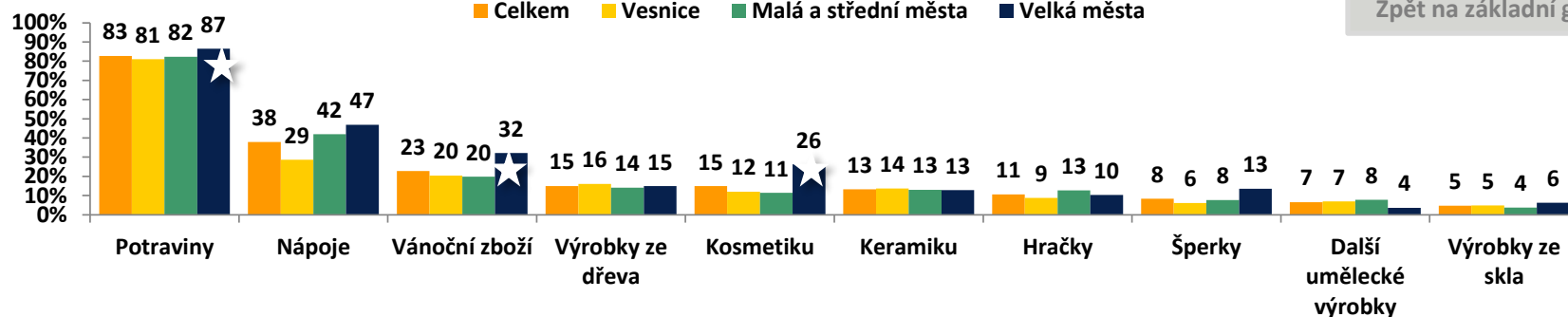
Typy regionálních výrobků - sociodemografie

Jaké typy regionálních výrobků jste v posledním roce koupil/a?

TOP 10

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty, N=888

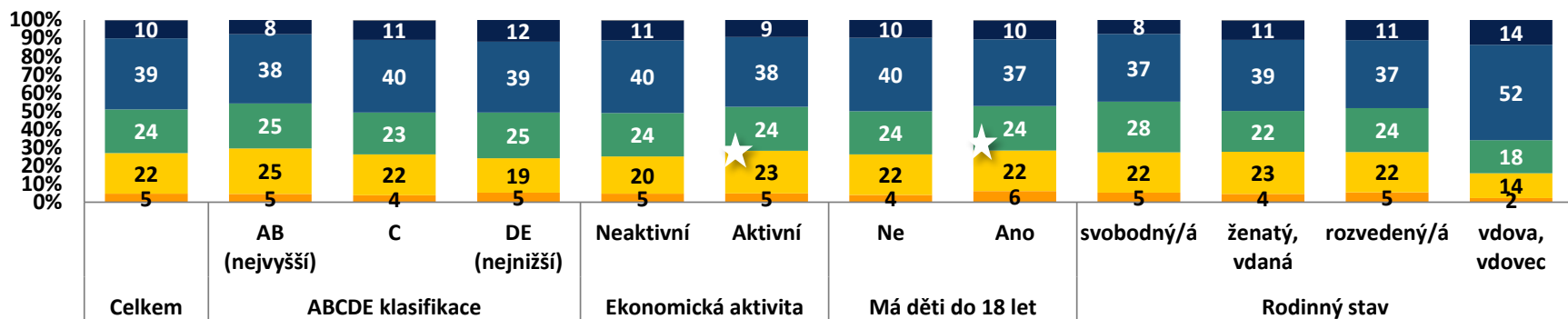
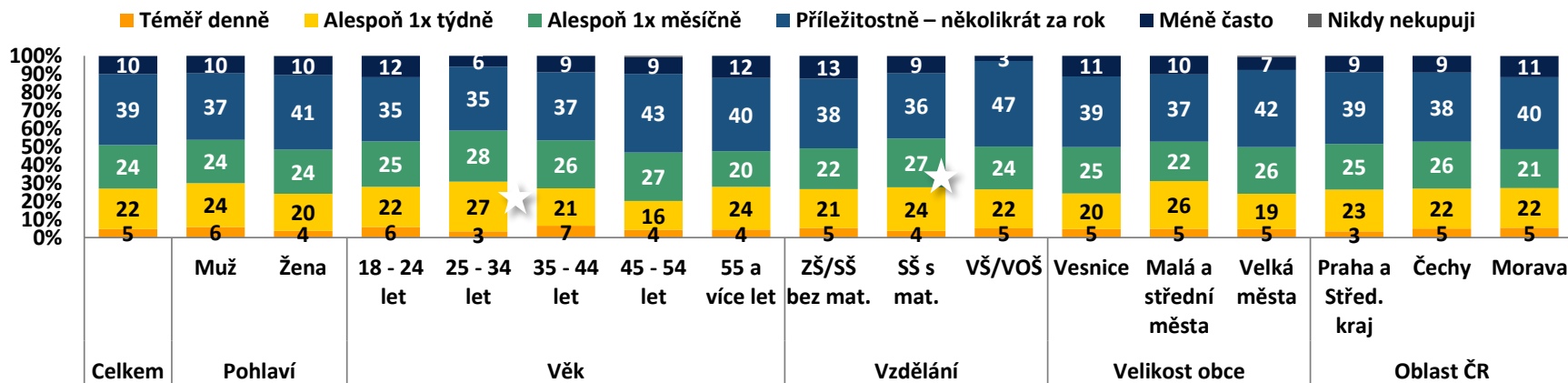
[Zpět na základní graf](#)



Frekvence nákupu lokálních/regionálních potravin - sociodemografie

Jak často nakupujete lokální/regionální potraviny?

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty, N=888



[Zpět na základní graf](#)

Způsoby pořízení lokálních/regionálních potravin - sociodemografie

Průměrná hodnota 1 = nejvíce důležitý 3 = nejméně důležitý		Jak nejčastěji pořizujete lokální/regionální potraviny? (Maximálně 3 způsoby podle důležitosti)						
Základ: Alespoň někdy nakupuje lokální/regionální potraviny, N=887		Při osobní návštěvě u výrobce	Na pravidelných farmářských trzích v místě mého bydliště	Na příležitostných trzích a festivalech v rámci mého regionu	Ve specializovaných prodejnách	Při pobytu v jiném regionu	Přes internet	Jinak
		N=297	N=513	N=526	N=355	N=421	N=67	N=56
Celkem	Celkem	1,80	1,80	1,82	1,90	1,97	1,98	1,86
Pohlaví	Muž	1,81	1,84	1,78	1,90	1,98	1,97	1,86
	Žena	1,80	1,77	1,85	1,90	1,96	1,99	1,86
Věk	18 - 24 let	1,86	2,20	1,70	2,04	1,70	1,91	1,60
	25 - 34 let	1,62	2,03	1,93	1,93	1,97	1,90	1,71
	35 - 44 let	1,77	1,78	1,82	2,06	2,05	2,12	2,02
	45 - 54 let	1,87	1,84	1,85	1,93	1,85	1,50	1,99
	55 a více let	1,89	1,66	1,78	1,73	2,04	2,21	1,87
Vzdělání	ZŠ/SŠ bez maturity	1,89	1,79	1,77	1,84	1,96	1,94	2,00
	SŠ s maturitou	1,76	1,85	1,87	1,89	1,96	1,88	1,82
	VŠ/VOŠ	1,63	1,74	1,86	2,06	2,03	2,20	1,00
Velikost obce	Vesnice	1,74	1,82	1,75	1,94	1,94	1,71	1,89
	Malá a střední města	1,88	1,84	1,86	1,74	1,96	2,00	1,95
	Velká města	1,80	1,73	1,87	2,09	2,05	2,19	1,49
Oblast ČR	Praha a Středočeský kraj	1,86	1,67	1,81	1,97	2,08	2,15	1,86
	Čechy	1,80	1,83	1,79	1,80	1,91	1,99	1,88
	Morava	1,78	1,88	1,86	1,98	1,95	1,83	1,83
ABCDE klasifikace	AB - nejvyšší	1,78	1,85	1,89	2,01	1,91	2,05	1,69
	C	1,82	1,86	1,81	1,91	2,00	2,00	1,88
	DE - nejnižší	1,80	1,67	1,74	1,78	2,01	1,78	1,89
Ekonomická aktivita	Ekonomicky neaktivní	1,85	1,73	1,76	1,78	1,97	2,00	2,00
	Ekonomicky aktivní	1,78	1,85	1,87	1,97	1,97	1,97	1,70
Má děti do 18 let	Nemá děti	1,85	1,73	1,83	1,88	1,98	1,97	1,95
	Má děti	1,74	1,95	1,81	1,94	1,96	1,99	1,65
Rodinný stav	svobodný/á	1,75	1,95	1,85	1,93	1,94	1,85	1,76
	ženatý/vdaná	1,79	1,78	1,83	1,92	1,98	2,20	1,90
	rozvedený/á	1,98	1,67	1,82	1,80	2,00	1,60	1,72
	vdova, vdovec	1,66	1,81	1,52	1,83	2,00	2,49	2,33

[Zpět na základní graf](#)

Kritéria při nákupu lokálních/regionálních potravin - sociodemografie

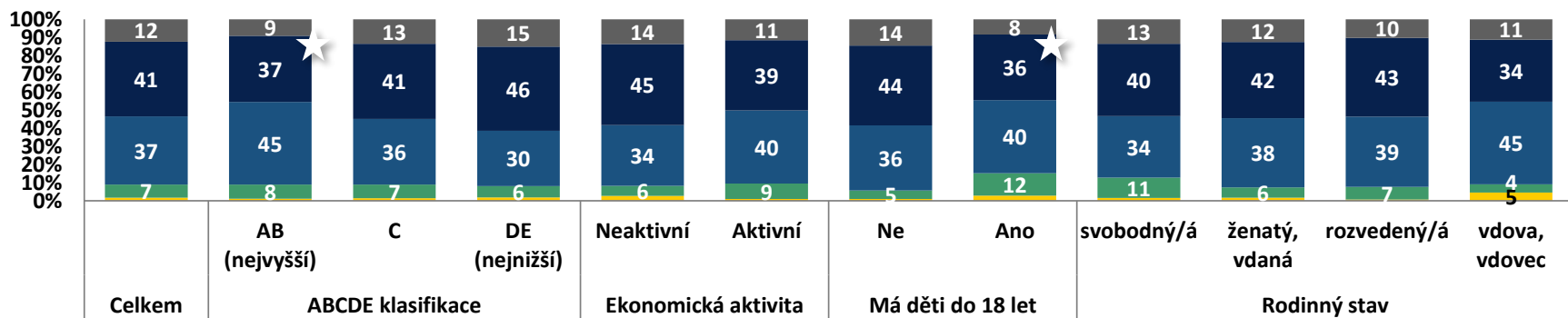
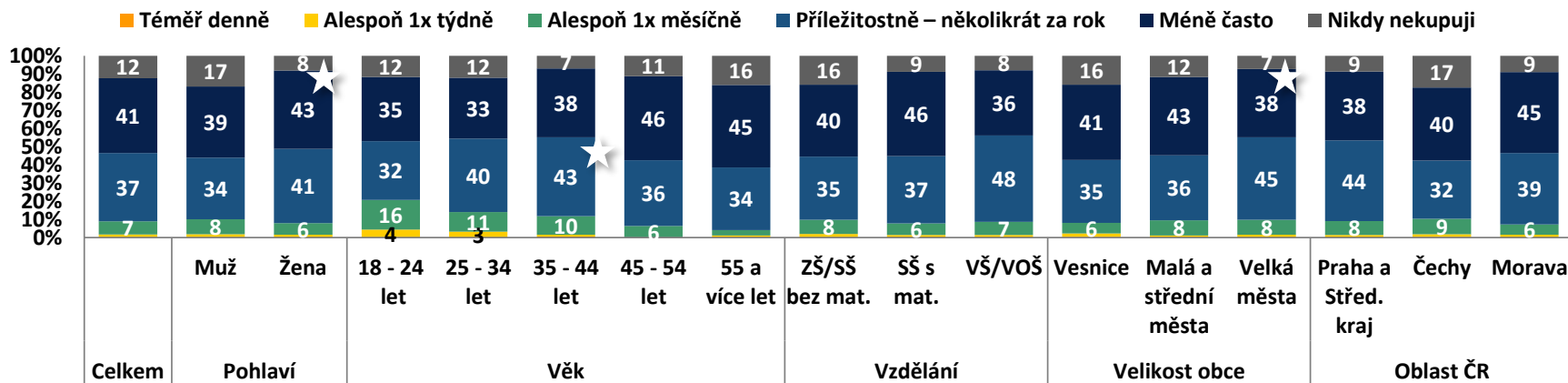
Průměrná hodnota <i>1 = nejvíce důležité 3 = nejméně důležité</i>		Která z těchto kritérií jsou pro vás nejdůležitější při nákupu lokálních/regionálních potravin? (Maximálně 3 kritéria podle důležitosti)										
Základ: Alespoň někdy nakupuje lokální/regionální potraviny, N=887		Kvalita	Chuť	Dobrá zkušenost	Složení	Šetrnost k životnímu prostředí	Návaznost na tradici	Původ produktu (kde byl vyroben)	Příběh výrobce	Přiměřená cena	Důvěryhodnost	Něco jiného
		N=579	N=439	N=348	N=199	N=67	N=109	N=237	N=37	N=368	N=166	N=8
Celkem	Celkem	1,78	1,96	1,96	2,00	2,00	2,02	2,04	2,05	2,09	2,19	2,26
Pohlaví	Muž	1,80	1,94	1,93	1,92	2,06	2,26	1,97	2,24	2,09	2,21	2,21
	Žena	1,76	1,97	1,98	2,08	1,95	1,79	2,10	1,89	2,09	2,18	2,35
Věk	18 - 24 let	1,79	1,95	1,88	1,95	2,33	1,78	1,94	,00	2,17	2,44	3,00
	25 - 34 let	1,79	1,88	2,11	1,96	1,82	1,89	2,15	2,14	2,24	2,19	3,00
	35 - 44 let	1,85	1,98	1,83	2,07	1,81	2,23	2,05	2,11	2,11	2,08	,00
	45 - 54 let	1,78	2,00	1,89	1,87	1,42	2,21	2,07	1,42	2,09	2,36	2,03
	55 a více let	1,73	1,96	2,01	2,07	2,35	1,93	2,01	2,28	2,01	2,13	2,01
Vzdělání	ZŠ/SŠ bez maturity	1,80	1,95	1,96	1,98	1,97	2,17	2,03	1,93	2,05	2,13	2,26
	SŠ s maturitou	1,72	1,96	1,98	2,07	2,25	1,94	2,04	2,37	2,11	2,25	,00
	VŠ/VOŠ	1,85	1,96	1,90	1,94	1,83	1,77	2,07	1,99	2,18	2,27	,00
Velikost obce	Vesnice	1,83	2,01	1,88	2,00	2,04	2,28	2,06	1,99	2,02	1,97	1,00
	Malá a střední města	1,75	1,89	1,99	1,99	2,04	1,82	1,97	2,10	2,16	2,42	2,35
	Velká města	1,75	1,96	2,05	2,02	1,91	1,93	2,14	2,06	2,08	2,15	3,00
Oblast ČR	Praha a Středočeský kraj	1,82	1,98	2,06	1,88	1,65	1,90	2,23	2,00	2,06	2,07	,00
	Čechy	1,78	1,91	1,89	2,02	1,88	2,05	1,99	2,08	2,20	2,21	2,02
	Morava	1,75	2,00	1,99	2,06	2,39	2,04	1,97	2,05	1,98	2,26	3,00
ABCDE klasifikace	AB - nejvyšší	1,83	1,86	1,95	2,15	2,07	2,14	1,97	2,20	2,09	2,27	1,00
	C	1,77	2,01	1,93	1,98	1,94	2,00	2,07	2,08	2,10	2,17	3,00
	DE - nejnižší	1,76	1,91	2,06	1,91	2,05	1,96	2,09	1,67	2,04	2,16	2,35
Ekonomická aktivita	Ekonomicky neaktivní	1,76	1,97	2,06	1,82	2,14	1,81	2,03	2,10	2,08	2,15	2,35
	Ekonomicky aktivní	1,80	1,95	1,89	2,10	1,90	2,15	2,05	2,03	2,09	2,23	2,03
Má děti do 18 let	Nemá děti	1,79	1,92	1,99	2,04	1,98	2,02	2,06	2,26	2,02	2,21	1,81
	Má děti	1,77	2,02	1,91	1,93	2,04	2,03	2,00	1,71	2,20	2,14	3,00
Rodinný stav	svobodný/á	1,91	1,90	2,03	1,97	1,91	2,00	2,02	2,07	2,12	2,08	3,00
	ženatý/vdaná	1,72	1,91	1,94	2,02	2,26	1,98	2,04	2,18	2,13	2,24	1,67
	rozvedený/á	1,79	2,19	1,94	2,07	1,68	2,33	2,05	1,65	1,87	2,07	2,35
	vdova, vdovec	1,59	2,12	1,90	1,49	2,01	1,61	2,12	2,00	2,24	2,55	,00

[Zpět na základní graf](#)

Frekvence nákupu řemeslných regionálních výrobků - sociodemografie

Jak často nakupujete řemeslné regionální výrobky (šperky, hračky, kosmetiku aj.)?

Základ: Alespoň občas nakupuje regionální produkty, N=888

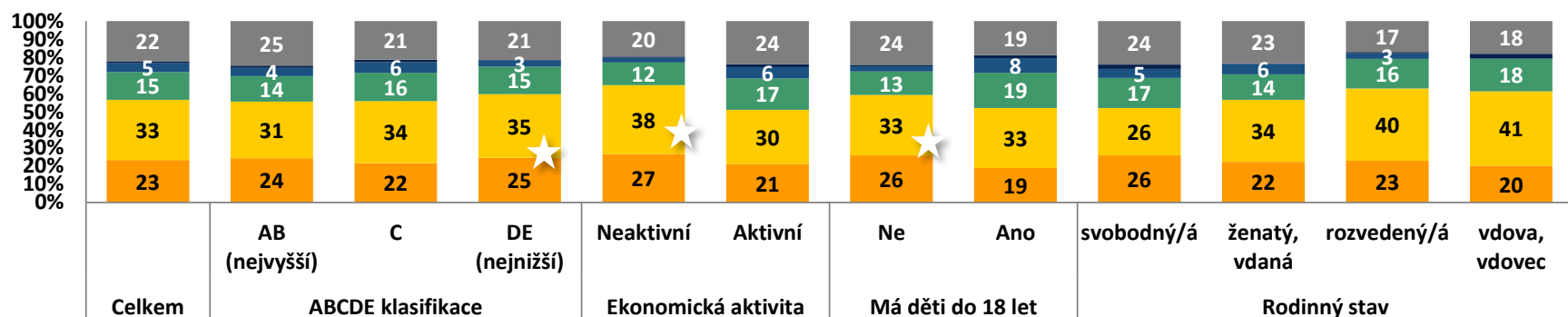
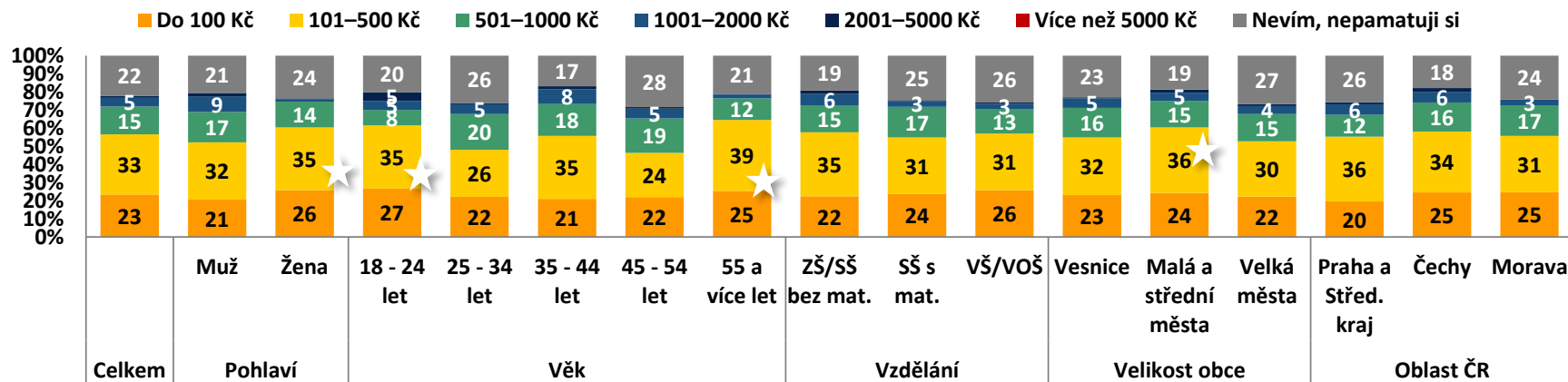


[Zpět na základní graf](#)

Průměrné útraty za regionální řemeslné výrobky - sociodemografie

Kolik peněz měsíčně průměrně utratíte za regionální řemeslné výrobky (šperky, hračky...)?

Základ: Alespoň někdy nakupuje regionální řemeslné výrobky, N=778



[Zpět na základní graf](#)

Způsoby pořízení regionálních řemeslných výrobků - sociodemografie

Průměrná hodnota 1 = nejvíce důležitý 3 = nejméně důležitý		Jak nejčastěji pořizujete regionální řemeslné výrobky (šperky, hračky, kosmetiku aj.)? (Maximálně 3 způsoby podle důležitosti)						
Základ: Alespoň někdy nakupuje regionální řemeslné výrobky, N=778		Na příležitostných trzích a festivalech v rámci mého regionu	Při pobytu v jiném regionu	Na internetu	Na pravidelných farmářských trzích v místě mého bydliště	Ve specializovaných prodejnách	Při osobní návštěvě u výrobce	Jinak
		N=474	N=400	N=162	N=317	N=232	N=192	N=25
Celkem	Celkem	1,68	1,72	1,78	1,86	1,89	1,99	2,08
Pohlaví	Muž	1,71	1,71	1,79	1,84	1,86	2,06	1,79
	Žena	1,65	1,74	1,77	1,87	1,93	1,91	2,51
Věk	18 - 24 let	1,88	1,72	1,58	1,95	1,96	2,09	1,00
	25 - 34 let	1,85	1,80	1,70	1,96	2,07	1,74	1,99
	35 - 44 let	1,78	1,71	1,78	1,98	1,86	1,94	2,00
	45 - 54 let	1,74	1,59	2,00	1,82	1,72	2,08	1,83
	55 a více let	1,50	1,76	1,94	1,76	1,88	2,06	2,31
Vzdělání	ZŠ/SŠ bez maturity	1,70	1,71	1,79	1,90	1,80	2,04	2,50
	SŠ s maturitou	1,65	1,77	1,74	1,79	1,85	2,05	1,37
	VŠ/VOŠ	1,66	1,67	1,80	1,86	2,32	1,69	2,00
Velikost obce	Vesnice	1,66	1,66	1,81	1,78	1,90	2,04	2,13
	Malá a střední města	1,66	1,72	1,79	1,80	1,89	2,05	2,13
	Velká města	1,74	1,82	1,73	2,10	1,90	1,75	1,67
Oblast ČR	Praha a Středočeský kraj	1,69	1,72	1,58	1,93	2,03	2,18	2,00
	Čechy	1,68	1,72	1,67	1,77	1,84	2,01	2,39
	Morava	1,67	1,73	2,03	1,91	1,85	1,87	1,62
ABCDE klasifikace	AB - nejvyšší	1,68	1,77	1,79	1,96	1,89	1,85	2,00
	C	1,68	1,73	1,80	1,81	1,93	2,02	1,99
	DE - nejnižší	1,69	1,63	1,66	1,84	1,87	2,13	2,34
Ekonomická aktivita	Ekonomicky neaktivní	1,61	1,80	1,83	1,77	1,77	1,98	2,34
	Ekonomicky aktivní	1,73	1,68	1,74	1,93	1,96	1,99	1,93
Má děti do 18 let	Nemá děti	1,59	1,72	1,77	1,82	1,91	2,02	2,10
	Má děti	1,82	1,73	1,79	1,94	1,87	1,94	2,00
Rodinný stav	svobodný/á	1,84	1,78	1,67	1,95	1,94	1,94	1,49
	ženatý/vdaná	1,63	1,68	1,97	1,80	1,87	2,05	2,18
	rozvedený/á	1,70	1,68	1,48	1,89	1,86	1,97	2,13
	vdova, vdovec	1,28	2,01	2,15	1,90	1,83	1,80	2,49

[Zpět na základní graf](#)

Kritéria při nákupu regionálních řemeslných výrobků - sociodemografie

Průměrná hodnota 1 = nejvíce důležité 3 = nejméně důležité		Která z těchto kritérií jsou pro vás nejdůležitější při nákupu regionálních řemeslných výrobků? (Maximálně 3 kritéria podle důležitosti)										
Základ: Alespoň někdy nakupuje regionální řemeslné výrobky, N=778		Kvalita	Návaznost na tradici	Dobrá zkušenost	Přiměřená cena	Šetrnost k životnímu prostředí	Původ produktu (kde byl vyroben)	Složení	Životnost produktu	Příběh výrobce	Důvěryhodnost výrobce / značky	Něco jiného
		N=463	N=175	N=271	N=384	N=81	N=167	N=116	N=126	N=61	N=156	N=30
Celkem	Celkem	1,69	1,80	1,85	1,95	1,96	1,99	2,02	2,02	2,06	2,10	1,93
Pohlaví	Muž	1,62	1,94	1,85	1,96	2,00	1,97	2,00	2,11	2,00	2,20	1,73
	Žena	1,75	1,68	1,85	1,94	1,94	2,01	2,03	1,93	2,15	2,03	2,05
Věk	18 - 24 let	1,56	1,89	1,95	2,03	2,00	1,87	1,84	2,16	2,25	2,23	1,00
	25 - 34 let	1,49	2,05	1,93	1,98	1,92	2,08	2,05	2,04	2,00	2,37	2,24
	35 - 44 let	1,81	1,98	1,70	1,91	1,83	1,98	2,04	2,11	1,99	2,12	2,14
	45 - 54 let	1,65	1,76	1,98	1,95	2,44	1,85	2,00	1,88	2,07	2,09	1,67
	55 a více let	1,78	1,63	1,83	1,95	1,91	2,03	2,10	1,95	2,20	2,00	1,76
Vzdělání	ZŠ/SŠ bez maturity	1,74	1,85	1,81	1,93	2,10	1,98	2,03	2,09	2,05	2,12	2,22
	SŠ s maturitou	1,65	1,80	1,95	1,98	1,87	2,04	2,03	1,95	2,12	2,04	1,61
	VŠ/VOŠ	1,63	1,71	1,74	1,96	1,78	1,96	1,95	1,94	2,00	2,25	1,99
Velikost obce	Vesnice	1,71	1,75	1,82	1,94	2,16	1,90	1,98	2,02	2,19	2,13	1,38
	Malá a střední města	1,73	1,84	1,84	1,91	1,87	1,99	2,06	2,09	1,85	2,14	2,20
	Velká města	1,59	1,83	1,93	2,03	1,79	2,15	2,00	1,93	2,17	2,00	2,00
Oblast ČR	Praha a Středočeský kraj	1,72	1,84	2,00	1,94	1,91	1,97	2,00	1,81	2,06	2,00	2,16
	Čechy	1,71	1,79	1,81	1,92	1,86	2,07	2,12	2,05	2,05	2,06	1,92
	Morava	1,66	1,80	1,80	1,99	2,09	1,94	1,90	2,18	2,08	2,21	1,84
ABCDE klasifikace	AB - nejvyšší	1,61	1,83	1,85	2,02	1,84	2,07	2,06	2,07	1,96	2,17	1,60
	C	1,70	1,82	1,89	1,90	2,03	1,91	1,96	2,06	2,13	2,08	2,30
	DE - nejnižší	1,75	1,74	1,83	2,01	1,89	2,12	2,04	1,90	2,14	2,03	2,02
Ekonomická aktivita	Ekonomicky neaktivní	1,75	1,64	1,81	1,94	2,06	2,00	2,04	1,98	2,23	2,00	2,02
	Ekonomicky aktivní	1,66	1,91	1,88	1,96	1,89	1,99	2,00	2,05	2,02	2,18	1,91
Má děti do 18 let	Nemá děti	1,69	1,73	1,82	1,95	1,83	2,04	2,09	2,04	2,39	2,07	1,95
	Má děti	1,71	1,96	1,91	1,95	2,21	1,91	1,93	2,00	1,73	2,15	1,90
Rodinný stav	svobodný/á	1,61	1,95	1,83	1,99	1,74	1,98	1,99	2,10	2,04	2,35	2,10
	ženatý/vdaná	1,71	1,76	1,89	1,90	2,12	1,95	2,05	2,07	2,14	2,04	1,67
	rozvedený/á	1,75	1,78	1,87	2,00	2,07	2,16	1,83	1,80	1,50	2,04	2,20
	vdova, vdovec	1,83	1,59	1,63	2,16	1,79	2,01	2,25	2,01	3,00	1,84	3,00

[Zpět na základní graf](#)

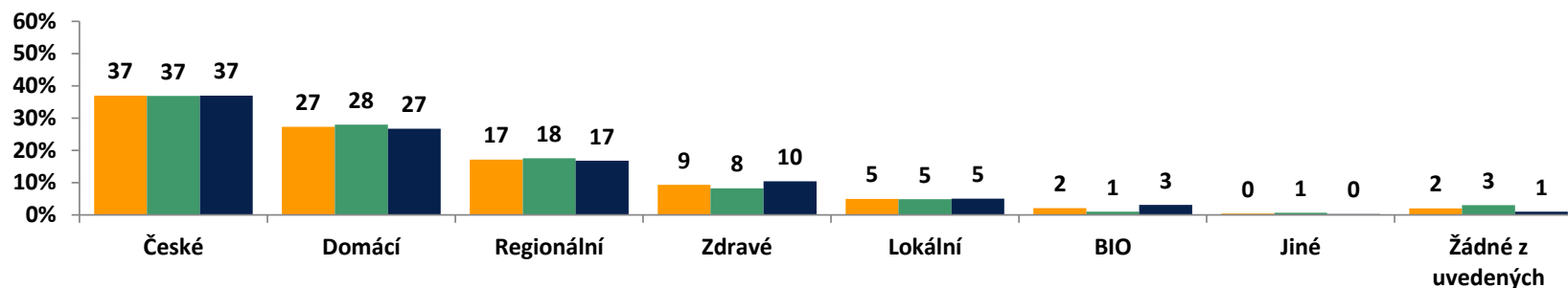
Označení pro potraviny - sociodemografie

Které z těchto označení pro potraviny je vám nejsympatičtější?

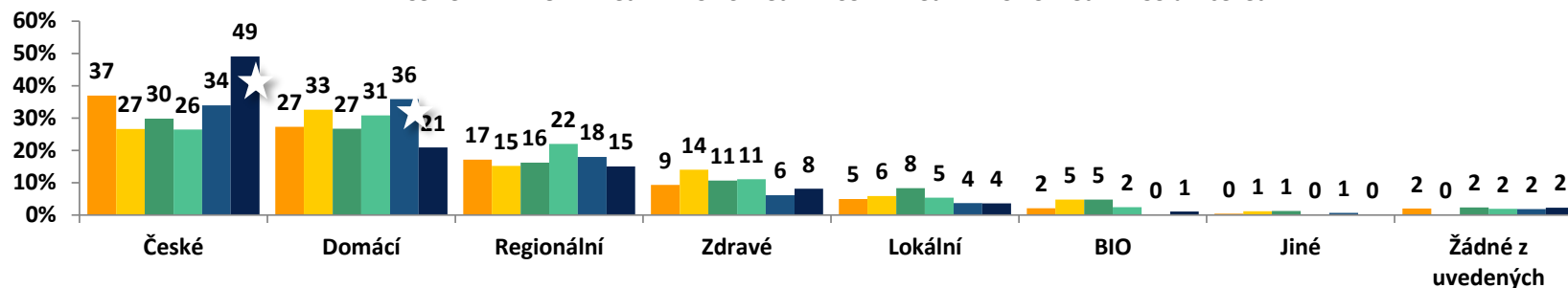
[Zpět na základní graf](#)

Základ: Celý vzorek, N=1017

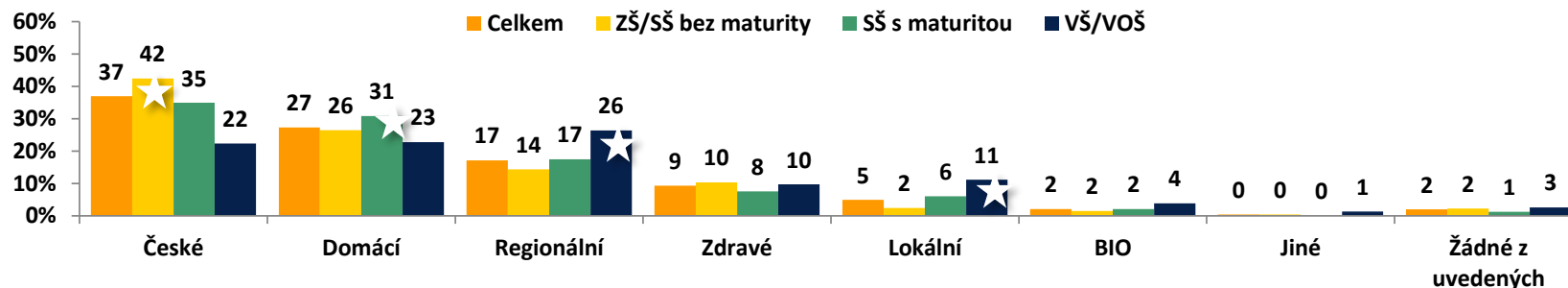
■ Celkem ■ Muž ■ Žena



■ Celkem ■ 18 - 24 let ■ 25 - 34 let ■ 35 - 44 let ■ 45 - 54 let ■ 55 a více let



■ Celkem ■ ZŠ/SŠ bez maturity ■ SŠ s maturitou ■ VŠ/VOŠ

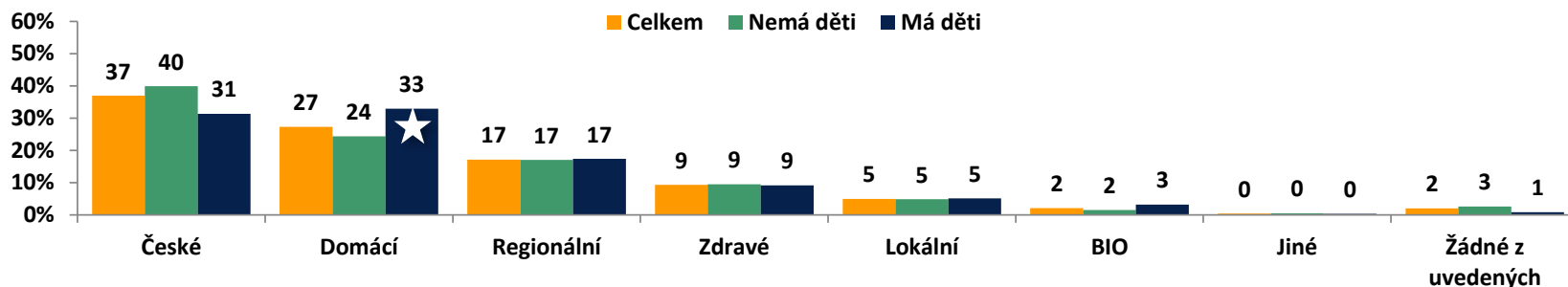
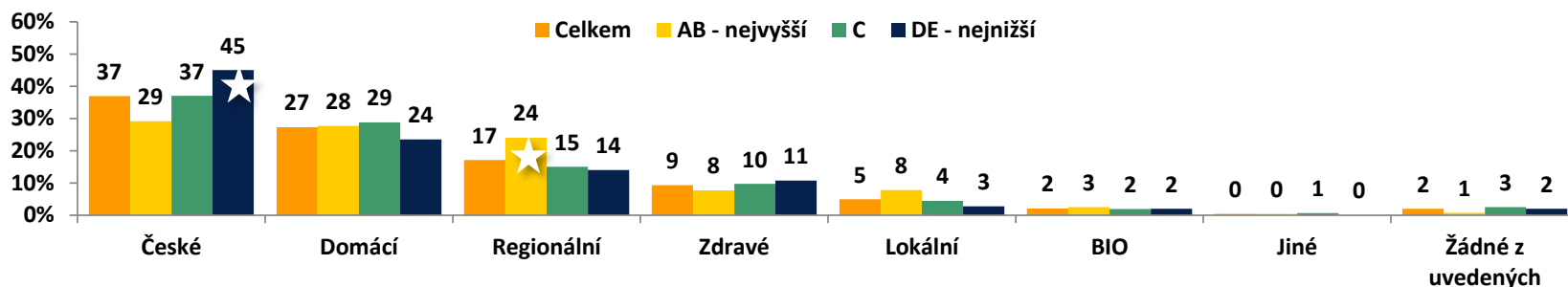
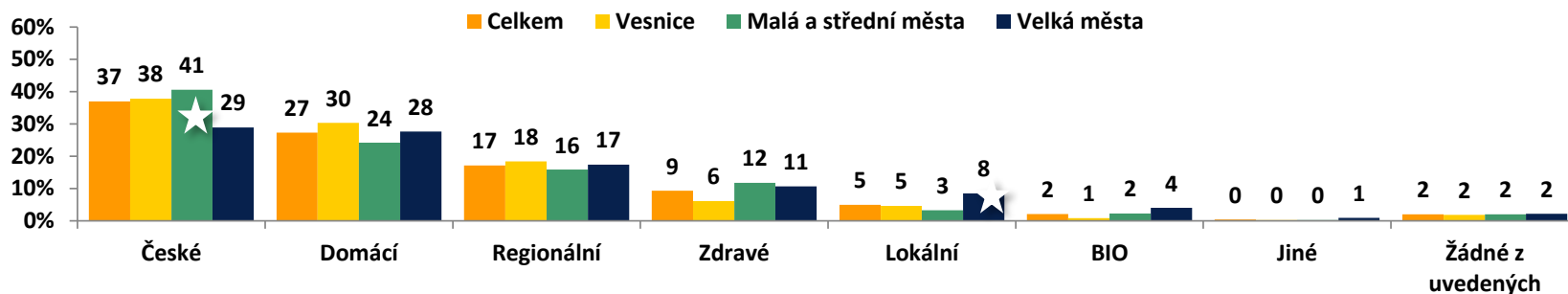


Označení pro potraviny - sociodemografie

Které z těchto označení pro potraviny je vám nejsympatičtější?

[Zpět na základní graf](#)

Základ: Celý vzorek, N=1017

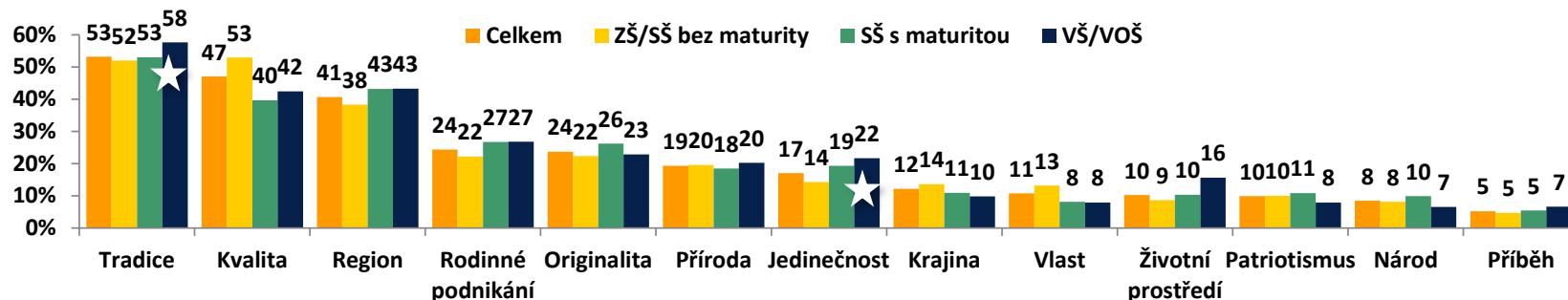
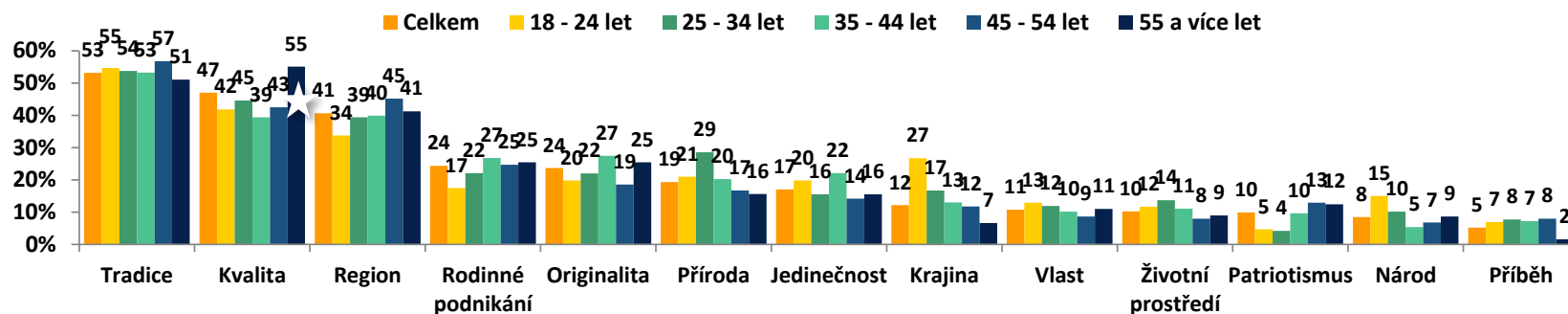
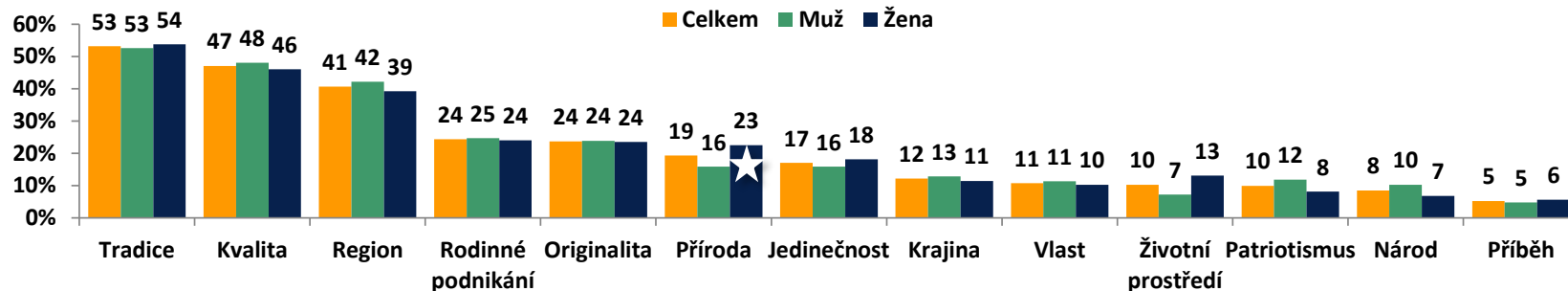


Spojení s regionálními produkty - sociodemografie

Která z těchto slov si spojujete s regionálními produkty?
(Maximálně 3 slova)

[Zpět na základní graf](#)

Základ: Celý vzorek, N=1017

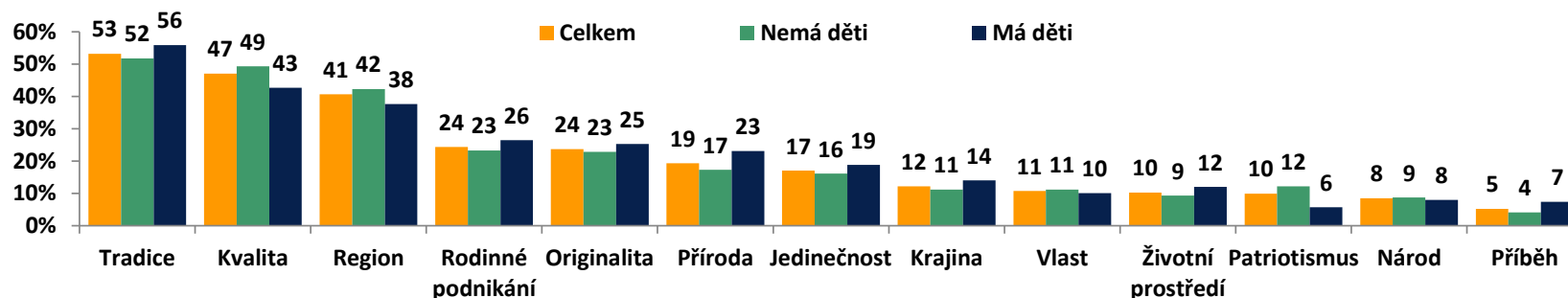
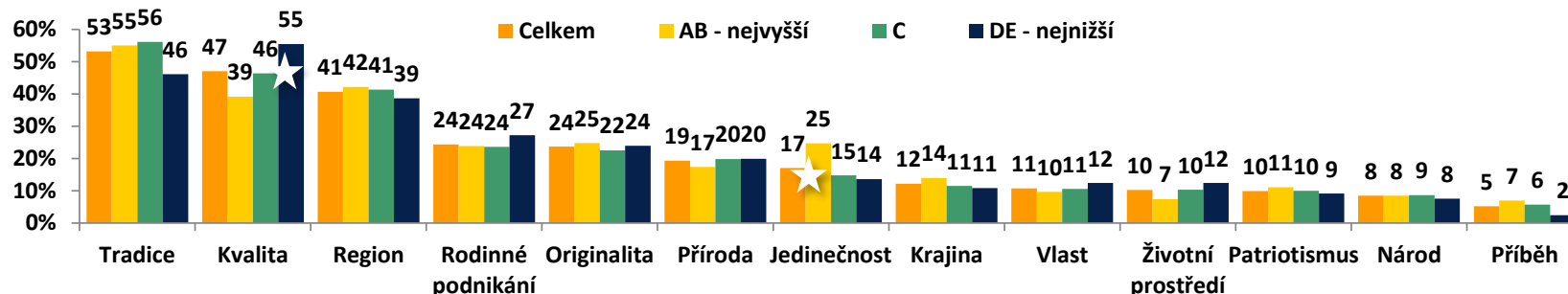
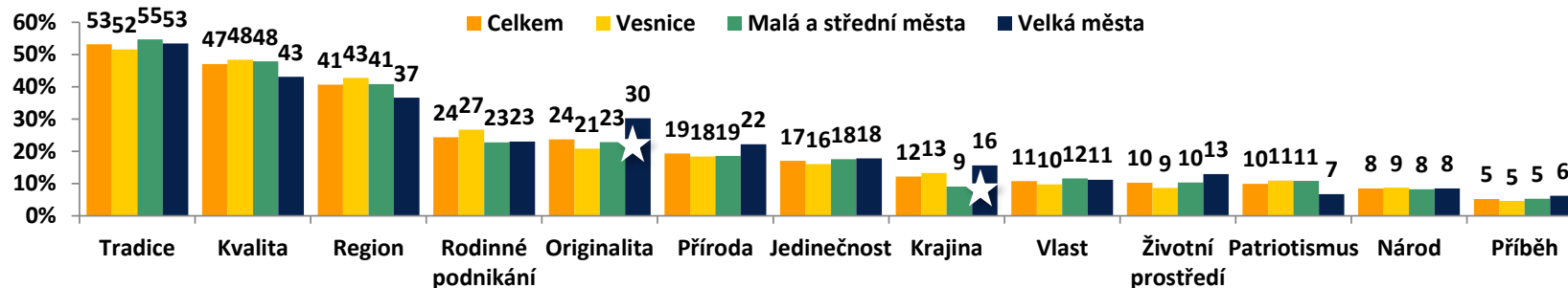


Spojení s regionálními produkty - sociodemografie

Která z těchto slov si spojujete s regionálními produkty?
(Maximálně 3 slova)

[Zpět na základní graf](#)

Základ: Celý vzorek, N=1017



Výzkum byl realizován v rámci projektu Bohatství našich regionů,
který byl podpořen ze státního rozpočtu ČR z programu Ministerstva zemědělství ČR



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ
ČESKÉ REPUBLIKY

Hana Friedlaenderová
Senior Research and Insights Manager
Mobil: +602 265 277
E-mail: hana.friedlaenderova@admosphere.cz