



Tisková zpráva

Česká veřejnost o lokálních potravinách – Potraviny 2026

- ⊙ O téma lokálních potravin se v ČR zajímá téměř polovina (48 %) veřejnosti, naopak nadpoloviční většina (52 %) se spíše či vůbec nezajímá. Zájem o toto téma postupně roste.
- ⊙ Dvě třetiny (66 %) dotázaných uvedly, že alespoň občas při nákupu upřednostní lokální potravinu, z toho 2 % tak činí vždy, 21 % často a 43 % občas.
- ⊙ Nejčastějšími důvody pro nákup lokálních potravin je snaha podpořit místní zemědělce a vlastní region. Dalšími častými důvody je předpoklad, že jsou čerstvější, kvalitnější a lépe chutnají.
- ⊙ Názory na šíři nabídky lokálních potravin v místě bydliště a blízkém okolí rozdělil veřejnost téměř napůl, když 46 % lidí ji vnímá jako dostatečnou a 41 % naopak jako nedostatečnou.
- ⊙ Mezi nejčastěji nakupované potraviny lokálního původu patří ovoce a zelenina, vejce, med a pečivo.
- ⊙ Naprostá většina oslovených deklarovala ochotu koupit si lokální potravinu, i kdyby byla o něco dražší. Třetina (33 %) by akceptovala zvýšení ceny maximálně o desetinu, dvě pětiny (43 %) maximálně o čtvrtinu a pro 12 % by bylo přijatelné i více než čtvrtinové navýšení ceny.
- ⊙ Ze sortimentu lokálních potravin lidem nejvíce chybí zelenina (25 %), ovoce (23 %) a maso (20 %).
- ⊙ Nejčastějším omezením pro častější nákupy lokálních potravin jsou z pohledu dotázaných úzce související složitost organizace nákupu, nedostupnost těchto potravin a čas. Nemalou část veřejnosti pak odrazuje také jejich cena.
- ⊙ Podle absolutní většiny (94 %) dotázaných by se produkce lokálních potravin měla podporovat, v tom 44 % si to myslí rozhodně a 50 % spíše.
- ⊙ Největším problémem pro rozvoj produkce a prodeje lokálních potravin je podle české veřejnosti levná zahraniční konkurence (87 % ji pokládá za velký nebo střední problém), a konkurence velkých zemědělských podniků v ČR (83 %).

Zpracovala:

Naděžda Čadová

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

Tel.: 210 310 585; e-mail: nadezda.cadova@soc.cas.cz

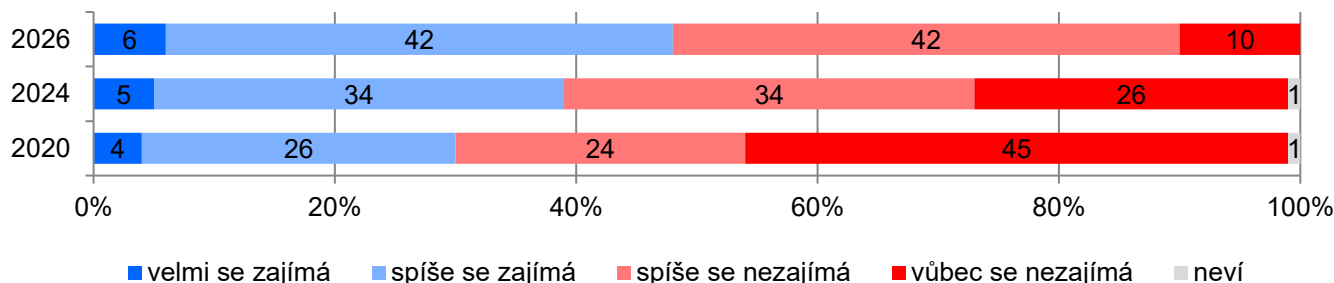


Do výzkumu Potraviny 2026, který byl součástí červencového výzkumu CVVM, jsme letos zařadili i velký blok otázek týkajících se lokálních potravin. V rámci výzkumu jsme například zjišťovali, jestli se respondenti zajímají o téma lokálních potravin, jestli tyto potraviny nakupují, a pokud ano, tak jaké a proč. Věnovali jsme se také názoru respondentů na dostupnost lokálních potravin v místě jejich bydliště, překážkám, které brání častějšímu nákupu lokálních potravin, nebo podpoře produkce lokálních potravin. Odpovědi nejen na výše uvedené otázky jsou tématem této tiskové zprávy.

Před začátkem dotazování byl respondentům upřesněn pojem „lokální potraviny“, tedy že se budeme dotazovat na potraviny, které pochází z jejich blízkého okolí, regionu či kraje a nemáme na mysli konkrétní značku „Regionální potravina“.

Na úvod celého bloku jsme zjišťovali zájem české veřejnosti o téma lokálních potravin.¹ Z grafu 1, kde je zachyceno srovnání letošních výsledků s rokem 2020 a 2024, je zřejmé, že se za posledních šest let významně zvýšil podíl lidí, kteří deklarují zájem o téma lokálních potravin. Zatímco v roce 2020 se o lokální potraviny dle svého vyjádření nezajímalo (69 %) dotázaných, v roce 2026 je to o 17 procentních bodů méně, tedy 52 %. Dále stojí za pozornost, že významně ubylo lidí, které téma vůbec nezajímá (ze 45 % na 10 %). Aktuálně se tak o téma lokálních potravin zajímá necelá polovina českých občanů (48 %), nezajímá se o málo více než polovina (52 %).

Graf 1: Zájem české veřejnosti o téma lokálních potravin v letech (%)

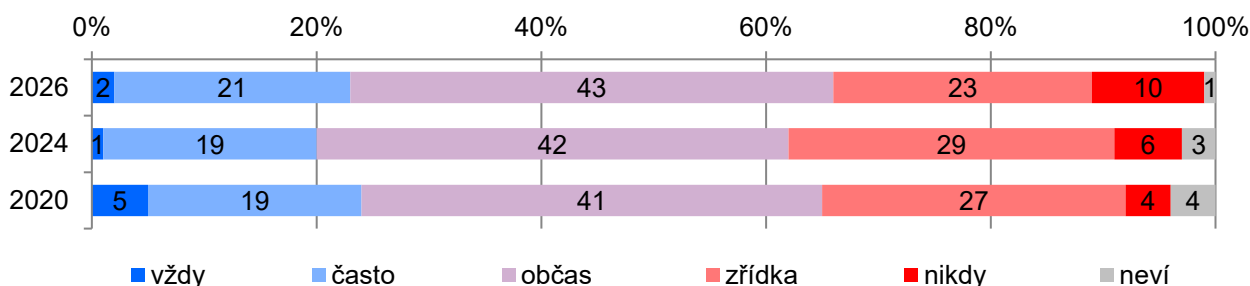


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny, Panel Naše společnost.

Podrobnější analýza ukázala, že zájem o téma lokálních potravin se zvyšuje s rostoucím věkem, mladou generaci téma příliš nezajímá, naopak u lidí středního věku a starších zájem vyjádřila nadpoloviční většina. Větší zájem rovněž vyjádřily ženy (zajímá se 53 % žen a 41 % mužů) a mírně zvýšený zájem vidíme rovněž mezi vysokoškolsky vzdělanými (55 %).

Všech respondentů jsme se dále zeptali, jak často dávají při nákupu přednost lokálním potravinám před těmi, které nepocházejí z jejich regionu či okolí. Více než dvě pětiny (43 %) respondentů uvedly, že lokálním potravinám dávají při nákupu přednost občas, další přibližně pětina (21 %) často a pouhá 2 % respondentů dokonce vždy. Naopak necelá čtvrtina (23 %) respondentů deklarovala, že lokálním potravinám před těmi, které nepocházejí z jejich regionu či okolí, dává při nákupu přednost pouze zřídka a desetina (10 %) nikdy. Zbývajících 1 % respondentů se přiklonilo k odpovědi „nevím“.

Graf 2: Jak často lidé dávají přednost lokálním potravinám (% , pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují lokální potraviny)²



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny, Panel Naše společnost.

Časové srovnání ukázalo, že přes deklaraci rostoucího zájmu o lokální potraviny se podíl lidí, kteří jim vždy nebo často dají při nákupu přednost, významně nemění. Naopak mezi lety 2020 a 2026 vidíme mírný nárůst (o 6 procentních bodů) podílu těch, kteří lokální potraviny při nákupu nikdy neupřednostní.

Nikdy lokální potraviny neupřednostňují častěji muži než ženy, mladí lidé ve věku do 20 let a obyvatelé Moravskoslezského kraje. Rozdílů podle velikosti obce, ve které respondent žije, jsou v případě této otázky statisticky nevýznamné.

¹ Znění otázky: „Zajímáte se Vy osobně o téma lokálních potravin? Velmi se zajímáte, spíše se zajímáte, spíše se nezajímáte, vůbec se nezajímáte.“

² Znění otázky: „Jak často dáváte při nákupu přednost lokálním potravinám před těmi, které nepocházejí z Vašeho regionu/okolí? Vždy, často, občas, zřídka, nikdy“

Všechny respondenty, kteří uvedli, že alespoň zřídka upřednostní potraviny ze svého regionu (N = 929) jsme dále požádali, aby vybrali 3 hlavní důvody, proč lokální potraviny nakupují. Výsledky jsou zobrazeny v tabulce 1. Dotázaní mohli vybrat až tři hlavní důvody z nabídky nebo uvést důvod jiný a celkem jsme takto získali 2 230 odpovědí.

Z výsledků v tabulce vidíme, že nejčastěji uváděné důvody, které lidi vedou k nákupu lokálních potravin, směřují spíše k lokálnímu patriotismu než k samotným potravinám. Konkrétně nejčastěji vybíranými důvody pro nákup lokálních potravin je snaha podpořit místní zemědělce (42 %) a vlastní region (37 %). Další důvody pak vyzdvihují vyšší kvality lokálních potravin, nakupující je považují za čerstvější (34 %), obecně kvalitnější (27 %) a chutnější (25 %). Přibližně desetina dotázaných volila důvody zdůrazňující přírodě bližší charakter lokálních potravin, tedy že jsou tyto potraviny v přirozené podobě (12 %), představují záruku toho, že zvířata byla chována v dobrých podmínkách (12 %), jsou bez chemického ošetření (11 %) a jejich produkce je šetrnější k životnímu prostředí (10 %). Pro více než desetinu nakupujících (11 %) je důvodem snaha o zdravější životní styl. Další důvody již vybrala méně než desetina respondentů. Konkrétně 7 % nakupuje lokální potraviny, protože nejsou geneticky modifikované, 5 % je upřednostňuje, protože jsou zralejší. Mezi dalším uváděnými důvody se objevovala motivace v podobě nižší ceny lokálních potravin a také omezení nutnosti dopravovat potraviny na velké vzdálenosti.

Tabulka 1: Důvody pro nákup lokálních potravin (pouze ti, kteří je alespoň zřídka upřednostní) ³

	Četnost	Procenta (%)
chci podpořit místní zemědělce	390	42
chci podpořit vlastní region	348	37
jsou čerstvější	312	34
jsou kvalitnější	255	27
lépe chutnají	232	25
jsou v přirozené podobě	111	12
jsou zárukou, že zvířata byla v dobrých podmínkách	106	12
jsou bez chemického ošetření	104	11
chci žít zdravě	100	11
jejich produkce je šetrnější k životnímu prostředí	93	10
nejsou geneticky modifikované	65	7
jsou zralejší	49	5
lidé v mém okolí si je kupují	13	1
jiný důvod	25	3
neví	27	3

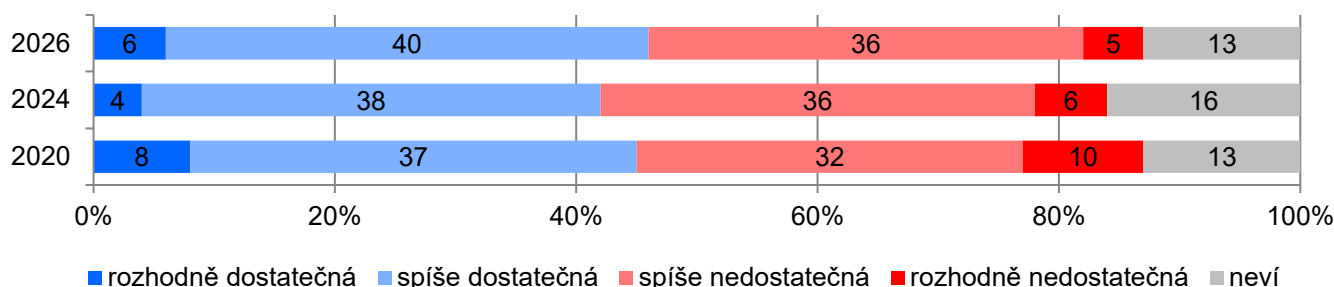
Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 17. 7. – 3. 8. 2026, 929 respondentů starších 15 let, kteří někdy upřednostní lokální potraviny, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

Ekologické důvody, tedy že produkce lokálních potravin je šetrnější k životnímu prostředí, jsou důležitější pro lidi ve věku 20 až 39 let, lidé ve věku 40 až 54 let jsou zase více motivováni snahou podpořit svůj region. Pro ženy je důležitější, že jde o potraviny bez chemického ošetření, další rozdíly mezi muži a ženami se v této otázce neobjevily. Vysokoškolsky vzdělaní pak více zdůraznili šetrnost produkce těchto potravin k životnímu prostředí, jejich přirozenost a také snahu podpořit svůj region.

V následující otázce měli dotázaní zhodnotit, zda je podle nich nabídka lokálních potravin v místě jejich bydliště a okolí dostatečná či nikoliv. V hodnocení nabídky lokálních potravin (viz graf 3) nepanuje u české veřejnosti shoda. Necelá polovina dotázaných uvedla, že nabídka je podle nich dostatečná (46 %), o málo méně ji označilo za nedostatečnou (41 %). Zbývajících 13 % dotázaných zvolilo variantu „nevím“. Současné hodnocení nabídky lokálních potravin je srovnatelné jako v roce 2020 a o něco málo pozitivnější než v roce 2024.

³ Znění otázky: „Vyberte, prosím, tři hlavní důvody, proč nakupujete lokální potraviny.“ Konkrétní možnosti odpovědí jsou uvedeny v tabulce 1.

Graf 3: Hodnocení nabídky lokálních potravin v místě bydliště a okolí (% , pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují lokální potraviny)⁴



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny, Panel Naše společnost.

Jako dostatečnou nabídku lokálních potravin častěji vnímají lidé ve věku 20 až 39 let, naopak lidé nad 65 let věku ji jako dostatečnou hodnotí méně často. Muži v porovnání se ženami častěji neuměli rozsah nabídky lokálních potravin posoudit. Obyvatelé větších a velkých měst (nad 50 tisíc obyvatel) tuto nabídku méně často označovali za nedostatečnou.

Již víme, jak často lidé lokální potraviny upřednostňují, i to, že se na dostatečnosti či nedostatečnosti jejich nabídky neshodnou. V následující otázce jsme zjišťovali, jaké potraviny lokálního původu lidé nejčastěji nakupují.⁵ Respondenti mohli uvést až 3 různé odpovědi a celkem jsme tak získali 2 246 odpovědí – viz tabulku 2.

Z potravin lokálního původu lidé zdaleka nejčastěji nakupují ovoce a zeleninu (64 %), které kupují skoro dvě třetiny lidí, kteří aspoň někdy upřednostní lokální potraviny. Přibližně třetina pak nakupuje vejce (39 %), med (37 %) a pečivo (37 %), ale i maso (33 %) a více než čtvrtina také mléko a mléčné výrobky (27 %). Nejméně často z lokálního sortimentu lidé nakupují zpracované potraviny (2 %) a obiloviny a luštěniny (1 %).

Tabulka 2: Nejčastěji nakupované lokální potraviny (pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují lokální potraviny)

	Četnost	Procenta (%)
ovoce a zelenina	590	64
vejce	363	39
med	342	37
pečivo	341	37
maso	308	33
mléko a mléčné výrobky	255	27
zpracované výrobky (zavařeniny, sterilované)	22	2
obiloviny a luštěniny	10	1
neví	15	2

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 17. 7. – 3. 8. 2026, 929 respondentů starších 15 let, kteří někdy upřednostní lokální potraviny, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

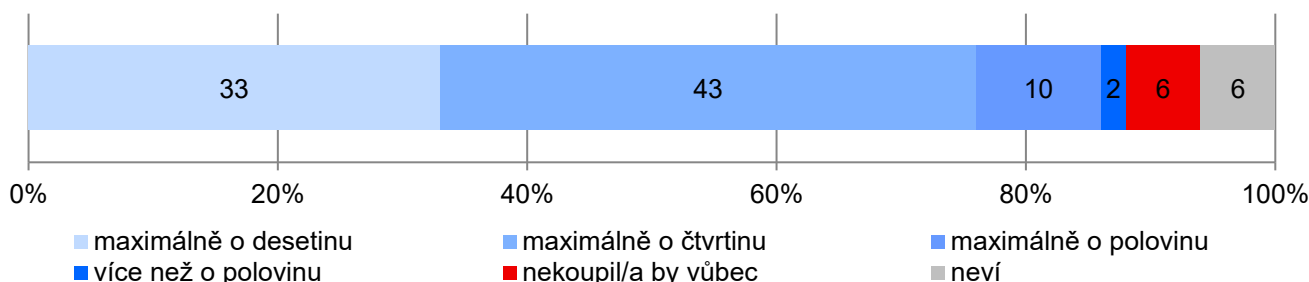
V druzích nakupovaných lokálních potravin se objevily zajímavé rozdíly mezi respondenty žijícími v různě velkých obcích a městech. Konkrétně lidé z malých vesnic (do 2 tisíc obyvatel) méně nakupují ovoce a zeleninu, kterou naopak vyhledávají především lidé z měst o velikosti od 20 do 200 tisíc obyvatel. Mezi lidmi z nejmenších obcí je naopak výrazně častější nákup masa lokálního původu, které méně nakupují lidé z měst od 20 tisíc obyvatel výše. Kromě masa pak lidé z vesnic častěji nakupují z lokálních zdrojů med.

⁴ Znění otázky: „Jak hodnotíte nabídku lokálních potravin v místě Vašeho bydliště a okolí? Je podle Vás:“ Možnosti odpovědí: rozhodně dostatečná, spíše dostatečná, spíše nedostatečná, rozhodně nedostatečná.

⁵ Znění otázky: „Jaké potraviny lokálního původu nejčastěji nakupujete? Můžete vybrat 3 možné odpovědi.“ Konkrétní možnosti odpovědí jsou uvedeny v tabulce 2.

Lokální potraviny mohou, ale také nemusí být dražší než potraviny, které nepochází z okolí, kde lidé bydlí, nebo obecně z České republiky. V rámci výzkumu nás zajímalo, zda by lidé dali při nákupu přednost lokální potravíně, pokud by byla dražší, a případně jaké navýšení ceny by byli ochotni akceptovat.⁶

Graf 4: O kolik více je ochoten zaplatit za lokální potravinu? (%)



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 17. 7. – 3. 8. 2026, 1032 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

Výsledky ukazují, že velká část české veřejnosti deklaruje, že by byla ochotná si za lokální potraviny připlatit. Konkrétně třetina (33 %) by byla ochotná si připlatit maximálně desetinu ceny, více než dvě pětiny (43 %) by byly ochotné zaplatit maximálně o čtvrtinu více, desetina (10 %) by koupila takovou potravinu, pokud by nebyla dražší o více než polovinu a 2 % deklarovala ochotu zaplatit i více než polovinu ceny navíc. Dražší lokální potravinu by dle svých slov nekoupilo pouze 6 % respondentů, dalších 6 % nevědělo, jak by se v dané situaci chovalo. Názor, že by si dražší lokální potravinu nebyl vůbec ochoten koupit, se častěji objevil u mužů a lidí se základním vzděláním nebo vyučených.

Od respondentů jsme dále zjišťovali, jaký sortiment lokálních potravin v místě jejich bydliště nejvíce postrádají (viz tabulku 3). Jednalo se o otevřenou otázku bez předdefinovaných možností odpovědí. Respondenti většinou uvedli jednu, méně často dvě a výjimečně více odpovědí. Z nejčastějších odpovědí jsme vytvořili kódovací klíč, podle kterého jsme jednotlivé odpovědi zařadili. Celkem jsme získali 576 odpovědí. Více než polovina respondentů na otázku neodpověděla a pravděpodobně si tak nevybavila nic, co by jim v sortimentu lokálních potravin v místě bydliště chybělo.

Tabulka 3: Jaký sortiment lokálních potravin chybí?⁷

	Četnost	Procenta (%)
zelenina	144	25
ovoce	136	23
maso	116	20
mléčné výrobky, sýry	37	6
masné výrobky, uzeniny	22	4
ryby, mořské plody	21	4
pečivo	21	4
vejce	18	3
mléko	12	2
med	4	1
jiná odpověď	16	3
vše	18	3
nic	11	2
Celkem	1514	100

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 17. 7. – 3. 8. 2026, 1032 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

⁶ Znění otázky: „Byl byste si ochoten lokální potravinu koupit, kdyby byla dražší.“ Nabídka odpovědí: maximálně o desetinu, maximálně o čtvrtinu, maximálně o polovinu, více než o polovinu, vůbec bych ji nekoupil.

⁷ Znění otevřené otázky: „Jaký sortiment lokálních potravin Vám v místě Vašeho bydliště nejvíce chybí? Můžete uvést 2 odpovědi.“

Z konkrétních odpovědí respondenti nejčastěji uváděli, že postrádají zeleninu (25 %) a ovoce (23 %). Pětina (20 %) těch, kteří na otázku odpověděli, by také uvítala větší nabídku masa. Další odpovědi se pak objevovaly už výrazně méně často, explicitně však respondenti uváděli, že jim schází také lepší nabídka mléčných výrobků a sýrů (6 %), masných výrobků a uzenin (4 %), ryb a mořských plodů (4 %), pečiva (4 %), vajec (3 %), mléka (2 %) a medu (1 %).

Mimo konkrétní sortiment lokálních potravin, který respondentům v místě jejich bydliště nejvíce chybí, jsme rovněž zjišťovali i důvody či překážky, které jim brání v tom, aby lokální potraviny více či častěji nakupovali.⁸ Respondenti v této otázce mohli vybrat nejvýše 3 odpovědi z nabídky nebo uvést odpověď vlastní. Celkem jsme tak získali 2544 odpovědí.

Jak můžeme vidět z výsledků v tabulce 4, mezi dva hlavní důvody, které respondentům brání více/častěji kupovat lokální potraviny patří větší složitost při organizaci nákupů a nedostupnost lokálních potravin, které mezi 3 hlavní důvody vybraly více než dvě pětiny respondentů. Necelé dvě pětiny od nákupu odrazuje cena lokálních potravin a pro více než čtvrtinu je překážkou vyšší časová náročnost nákupu a nedostatek času. Problém s přizpůsobením se odběru má téměř pětina veřejnosti. Další důvody již byly relevantní jen pro malou část oslovených, 6 % pociťuje nedůvěru k prodávajícím a 2 % mají pochybnosti ohledně hygieny. Mezi jinými důvody se nejčastěji objevovalo to, že lidé lokální potraviny nezajímají a vůbec téma nechtějí řešit, případně že mají vlastní zdroje potravin.

Tabulka 4: Důvody bránící nákupu lokálních potravin (pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují lokální potraviny)

	Četnost	Procenta (%)
složitost organizace nákupu	466	45
nedostupnost	447	43
cena	386	37
čas	291	28
nutnost přizpůsobit se odběru	201	19
nedůvěra prodávajícím	58	6
hygiena	24	2
jiný důvod	30	3
neví	28	3
Celkem	2544	

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny 17. 7. – 3. 8. 2026, 1032 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

Rozdíly v důvodech bránících lidem v nákupu lokálních potravin existovaly podle pohlaví, věku i vzdělání. Muži jako důvod častěji zmiňovali čas a ženy nedostupnost. Cena je problémem častěji pro věky ve věku 15 až 39 let, pro lidi 30 až 39 let je častěji problémem také složitost organizace nákupu. Vysokoškolsky vzdělaní pak častěji zmiňovali časové důvody a složitost organizace nákupu.

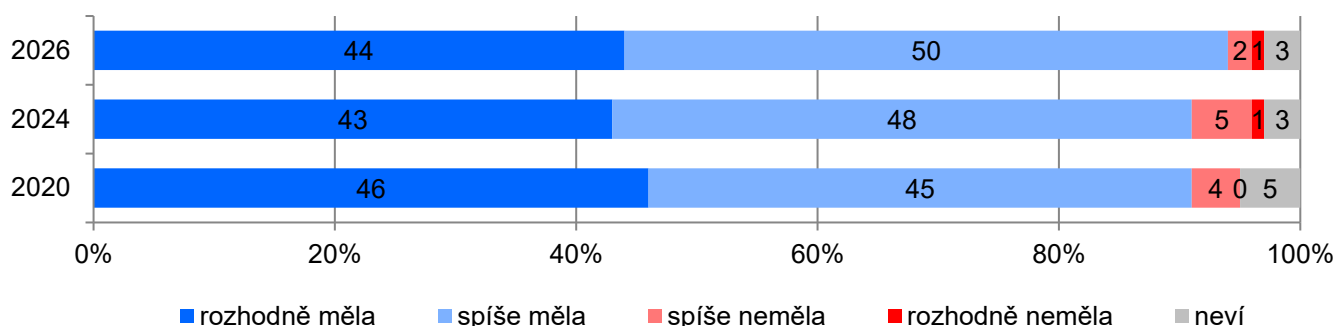
Ve zbývajících částech této zprávy se budeme věnovat tématu podpory produkce lokálních potravin, konkrétně zda by se podle dotázaných měla, nebo neměla tato produkce podporovat a také jaké okolnosti podle české veřejnosti představují v rozvoji produkce a prodeje lokálních potravin problém.

Co se týká obecného názoru dotázaných na podporu produkce lokálních potravin (viz graf 5), naprostá většina (94 %) je přesvědčena o tom, že by se podporovat měla (44 % rozhodně, 50 % spíše). Pouze 3 % dotázaných se domnívají, že by se produkce lokálních potravin podporovat neměla (2 % spíše neměla, 1 % rozhodně neměla). Zbývajících 3 % v této otázce „neví“.

Rozložení názorů veřejnosti se v této otázce významně nemění a zůstává od roku 2020 v podstatě beze změn.

⁸ Znění otázky: „Co Vám brání v tom, abyste více/častěji nakupoval lokální potraviny? Vybte nejvýše 3 odpovědi.“ Konkrétní možnosti odpovědí jsou uvedeny v tabulce 4.

Graf 5: Náзор na podporu produkce lokálních potravin (% , pouze ti, kteří alespoň zřídka nakupují lokální potraviny)⁹

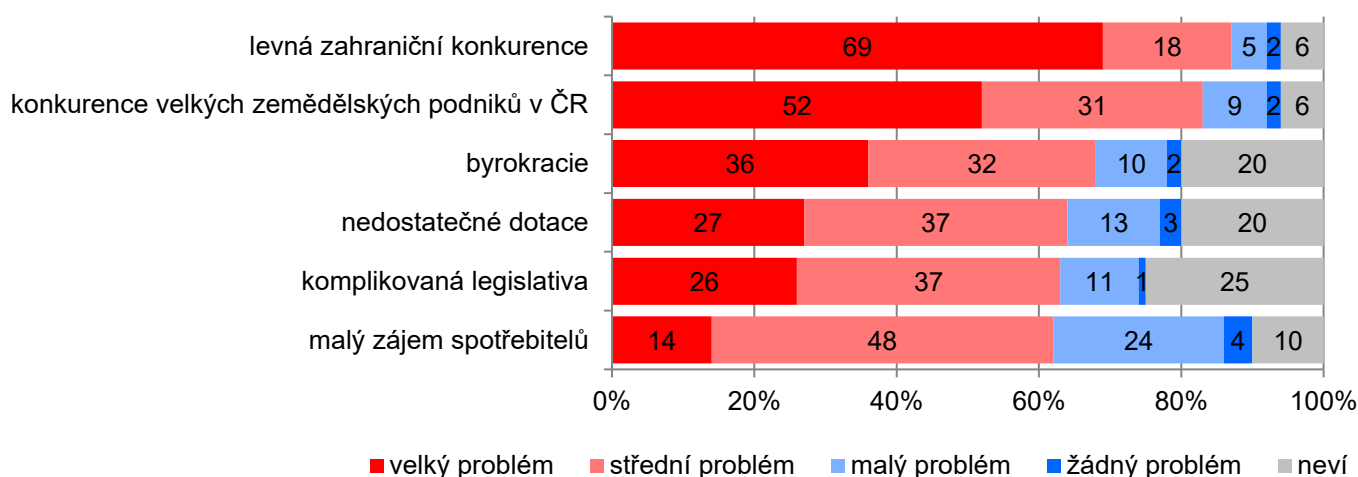


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Potraviny, Panel Naše společnost.

Názor, že by se produkce a prodej lokálních potravin rozhodně měl podporovat, se častěji objevoval u žen, lidí ve věku 55 až 64 let a voličů SPD.

Poslední otázka v našem bloku věnovanému lokálním potravinám se týkala hodnocení okolností, které mohou být problematické a bránit tak v rozvoji produkce a prodeje lokálních potravin.¹⁰ Za největší problém dotázaní označují levnou zahraniční konkurenci, kterou jako „velký problém“ uvedly více než dvě třetiny (69 %) dotázaných a další necelá pětina (18 %) jako „střední problém“. Konkurenci velkých zemědělských podniků v ČR pak vnímají jako velký či střední problém více než čtyři pětiny (83 %) dotázaných (52 % velký, 31 % střední). Přibližně dvě třetiny veřejnosti označily jako velký nebo střední problém také přílišnou byrokracii (36 % velký, 32 % střední), nedostatečné dotace (27 % velký, 37 % střední) a komplikovanou legislativu (26 % velký, 37 % střední). Nejmenší problém pro rozvoj produkce a prodeje lokálních potravin je podle dotázaných malý zájem ze strany spotřebitelů, který ale stále téměř dvě třetiny (14 % velký, 48 % střední) vnímají jako problematický. Za upozornění stojí rovněž velké rozdíly v podílu odpovědí „nevím“. Zatímco ke konkurenci ze zahraničí nebo ze strany velkých domácích podniků se naprostá většina oslovených dokázala bez problémů vyjádřit, vliv byrokracie a dotací neuměla posoudit pětina oslovených, komplikovanost legislativy pak čtvrtina.

Graf 6: Hodnocení problematických okolností pro rozvoj produkce a prodeje lokálních potravin (%)



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2607, 17. 7. – 3. 8. 2026, 1032 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

⁹ Znění otázky: „Myslíte si, že by se měla, nebo neměla produkce lokálních potravin nějakým způsobem podporovat?“ Možnosti odpovědí: rozhodně měla, spíše měla, spíše neměla, rozhodně neměla.

¹⁰ Znění otázky: „Do jaké míry představují následující okolnosti problém pro rozvoj produkce a prodeje lokálních potravin? A) nedostatečné dotace, b) byrokracie, c) komplikovaná legislativa, d) levná zahraniční konkurence, e) konkurence velkých zemědělských podniků v ČR, f) malý zájem ze strany spotřebitelů.“ Možnosti odpovědí: velký problém, střední problém, malý problém, žádný problém.

Tabulka 5: Hodnocení problematických okolností pro rozvoj produkce a prodeje lokálních potravin (%)

	velký + střední/malý+ žádný problém	
	2024	2026
levná zahraniční konkurence	80/16	87/7
konkurence velkých zemědělských podniků v ČR	72/21	83/11
byrokracie	73/14	68/12
nedostatečné dotace	60/27	64/16
komplikovaná legislativa	69/15	63/12
malý zájem spotřebitelů	56/37	62/28

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2607, 17. 7. – 3. 8. 2026, 1032 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

Tabulka 5 nabízí srovnání s předchozím výzkumem z roku 2024 a jsou z ní patrné poměrně výrazné posuny. U české veřejnosti za poslední 2 roky vzrostlo přesvědčení, že problém pro rozvoj produkce a prodeje lokálních potravin představuje především levná zahraniční konkurence, ale i konkurence velkých zemědělských podniků v ČR. Mírně častěji pak problémy připisují také malému zájmu spotřebitelů a nedostatečným dotacím. Méně často než v roce 2024 byla naopak za střední či velký problém označována byrokracie a komplikovaná legislativa. Zde ale došlo především k nárůstu podílu respondentů, kteří je nedokázali posoudit, a zvolili odpověď „nevím“.

Technické parametry výzkumu

Výzkum:	Potraviny 2026 (Panel Naše společnost, PNS_2607)
Realizátor:	Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v. v. i.
Projekt:	Strategie AV21 „Potraviny pro budoucnost“
Termín terénního šetření:	17. 7. – 3. 8. 2026
Výběr respondentů:	Vicestupňový stratifikovaný náhodný výběr
Strata:	Kraj (NUTS 3), velikost místa bydliště
Opora výběru:	Registr sčítacích obvodů a budov
Vážení dat:	Designové váhy zohledňující počet osob v domácnosti a post stratifikační váhy na křížení velikosti místa bydliště proti NUTS2, a dále na věk, vzdělání, pohlaví
Zdroj dat pro vážení:	Český statistický úřad
Reprezentativita:	Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let
Počet dotázaných:	1032 (998 CAW + 34 CAPI)
Metoda sběru dat:	Online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI
Výzkumný nástroj:	Standardizovaný dotazník
Otázky:	PL_57, PL_60, PL_61, PL_64, PL_65, PL_67, PL_70, PL_71, PL_73, PL_74
Kód zprávy:	or261001
Zveřejněno dne:	1. října 2026
Zpracovala:	Naděžda Čadová

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.

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 Strategií Akademie věd AV21 v rámci výzkumného programu „Potraviny pro budoucnost“.
<http://www.potravinyav21.cz/>