



Tisková zpráva

Nákupní a spotřební chování českých domácností – Potraviny 2025

- ⊗ Nejčastěji Češi chodí nakupovat potraviny několikrát týdně, jedná se o více než polovinu (52 %) dotázaných. Necelá třetina chodí nakupovat jedenkrát týdně (32 %) a pouze 6 % nakupuje potraviny každý den.
- ⊗ Nejobvyklejší místa nákupů potravin jsou hypermarkety (99 % zde alespoň někdy nakupuje), menší obchody (91 %) a specializované prodejny jako je pekařství, řeznictví apod. (86 %). Nejméně časté jsou nákupy v bezobalových prodejnách (10 %). Z novějších forem nákupů využívá pětina dotázaných (20 %) aspoň občas dovoz nákupů (např. Rohlík.cz, Košík.cz, iTesco).
- ⊗ Z aktivit, které spíše přispívají k plýtvání potravinami, lidé nejčastěji nakupují potraviny, protože jsou ve slevě nebo ve výhodném balení (alespoň občas to dělá 92 % dotázaných) a nejméně často nakoupí potraviny, které nepotřebují (26 % dotázaných to alespoň občas udělá).
- ⊗ Nejčastěji praktikovanými činnostmi, které vnímáme jako prevenci plýtvání potravinami, je kontrola zásob ve spíži a lednici před cestou na nákup (83 % to alespoň občas udělá) a plánování jídel, která se budou z nakoupených potravin připravovat (81 %).

Zpracovala:

Monika Kyselá

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

Tel.: 210 310 587; e-mail: monika.kysela@soc.cas.cz



Ve výzkumu Potraviny 2025 CVVM SOÚ AV ČR zjišťovalo názory a postoje české veřejnosti k nakupování potravin. Respondenti uváděli, jaké aktivity a nákupní návyky jejich domácnosti mají, jakou částku na potraviny měsíčně vydají a podle jakých kritérií a kde nakupují. V další části výzkumu jsme se zaměřili na nákupní chování, které může přispívat nebo naopak působit jako prevence plýtvání potravinami.

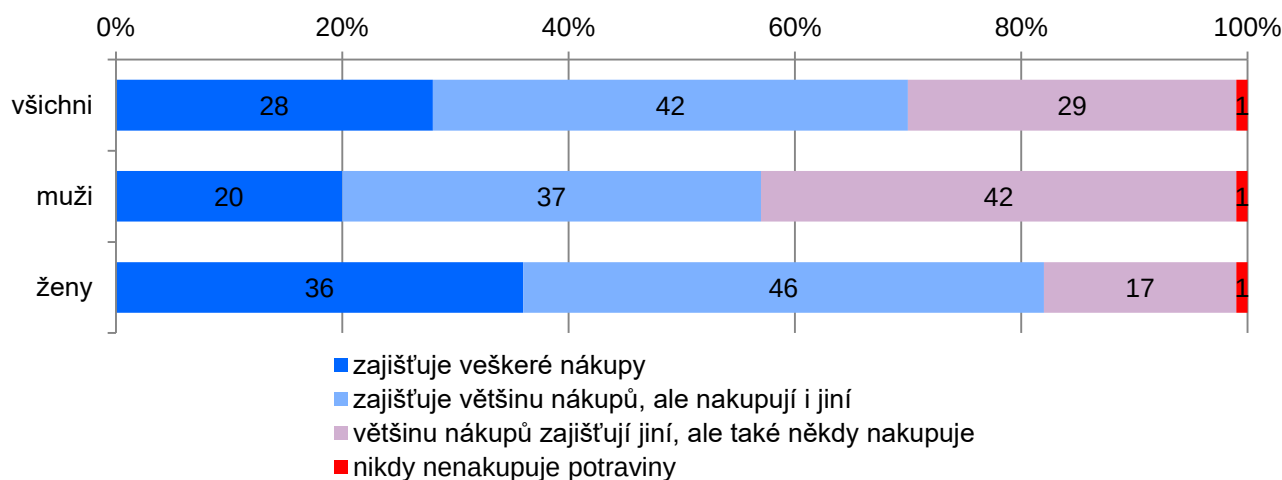
Nákupní a spotřební chování respondentů

V první části tiskové zprávy představujeme výsledky otázek, které se vztahují k nákupnímu a spotřebnímu chování respondentů.

Všech respondentů jsme se nejprve zeptali, zda chodí alespoň někdy nakupovat potraviny.¹ Více než čtvrtina dotázaných (28 %) uvedla, že veškeré nákupy potravin zajišťují oni, více než dvě pětiny (42 %) zajišťují většinu nákupů, ale nakupují i další členové jejich domácnosti, další necelé tři desetiny (29 %) sice někdy potraviny nakupují, ale většinu nákupů potravin obstarává jiný člen domácnosti. Pouze 1 % respondentů pak uvedlo, že oni osobně nikdy potraviny nenakupují.

¹ Znění otázky: „Chodíte někdy nakupovat potraviny?“ Varianty odpovědí: Ano, veškeré nákupy potravin zajišťujete Vy. Ano, většinu potravin nakupujete Vy, ale nakupují i jiní členové domácnosti. Ano, většinu nákupů zajišťují jiní členové domácnosti, ale Vy také nakupujete. Ne, nikdy potraviny nenakupujete.

Graf 1: Nákup potravin podle pohlaví (v %)

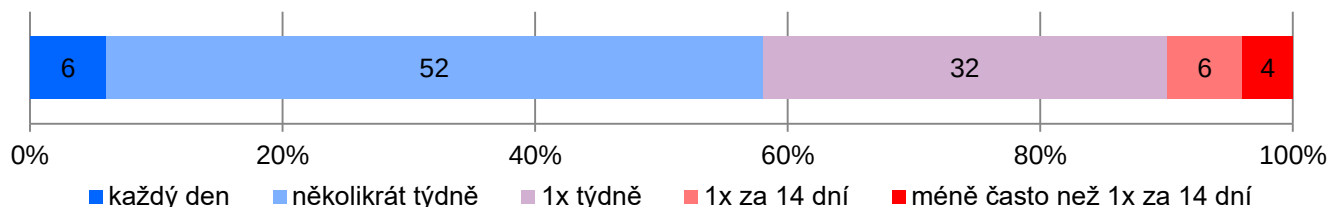


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2503, 1037 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

Analýza podle základních sociodemografických charakteristik ukázala, že rozdíly v tom, zda chodí člověk nakupovat, ale především v tom, zda je také hlavní osobou zajišťující nákup potravin pro celou domácnost, se diferencují zejména podle pohlaví. Více než třetina žen (36 %) zajišťuje dle svého vyjádření veškeré nákupy potravin v domácnosti, stejnou roli v domácnosti zastává naproti tomu pětina mužů (20 %). Zajišťování veškerých nákupů potravin je dále častější u lidí starších 65 let, což souvisí především s tím, že tito lidé častěji žijí v domácnosti sami.

Z nákupních zvyklostí nás dále zajímalo, jak často lidé potraviny nakupují. Jak ukazují výsledky v grafu 2, více než polovina (52 %) dotázaných uvedla, že chodí nakupovat několikrát týdně, téměř třetina (32 %) 1x týdně a v součtu desetina lidí uvedla, že chodí nakupovat méně často (6 % nakupuje 1x za 14 dní a 4 % dokonce méně často než 1x za 14 dní). Méně než desetina (6 %) dotázaných deklarovala, že chodí nakupovat každý den.

Graf 2: Frekvence nakupování (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)²



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2503, 1031 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI, kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny.

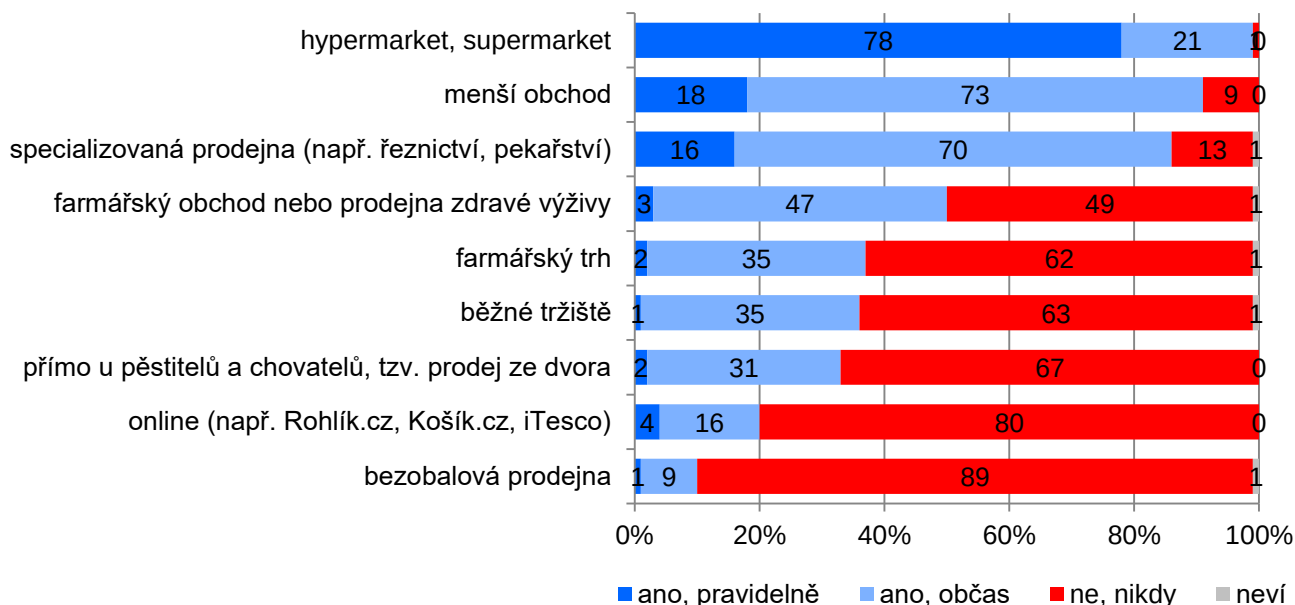
Ve frekvenci nákupů jsou rozdíly v závislosti na pohlaví jen malé, každý den chodí nakupovat mírně častěji ženy, zatímco muži nakupují méně často. Signifikantní rozdíly se objevují podle věkových skupin, kdy na každodenní nákupy chodí častěji než ostatní lidé z věkové skupiny 40 až 54 let a lidé, kteří mají početnější domácnosti s 5 a více členy. S velikostí domácnosti koresponduje do značné míry i zjištění, že domácnosti lidí nakupujících každý den patří častěji k těm, které vydávají za potraviny 12 000 Kč měsíčně nebo více.

V grafu 3 vidíme, kde respondenti nejčastěji nakupují potraviny (alespoň někdy potraviny nakupuje 99 % respondentů, 1 % na nákupy potravin nikdy nechodí). Nejvíce dotázaných nakupuje potraviny (pravidelně či občas) v hypermarketu/supermarketu (99 %), v menších obchodech (91 %) či specializovaných prodejnách typu řeznictví nebo pekařství (86 %), ostatní možnosti jsou výrazně méně časté, neboť pravidelně v nich nakupuje polovina nebo

² Znění otázky: „Jak často nakupujete potraviny? Každý den, několikrát týdně, 1x týdně, 1x za 14 dní, méně často než 1x za 14 dní.“

méně než polovina respondentů. Polovina (50 %) dotázaných chodí pravidelně či občas nakupovat do farmářského obchodu nebo prodejny zdravé výživy, na farmářský trh chodí více než třetina (37 %) a podobně i na běžný trh (36 %). Třetina (33 %) lidí také alespoň občas nakupuje přímo u pěstitelů a chovatelů. Přibližně každý pátý (20 %) dotázaný uvedl, že pravidelně či občas využívá online nákupů (např. Rohlík.cz, Košík.cz, iTesco). Desetina (10 %) lidí alespoň občas nakoupí v bezobalové prodejně.

Graf 3: Kde dotázaní nakupují potraviny (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)³



Pozn.: Položky seřazeny sestupně podle součtu odpovědí „ano, pravidelně“ a „ano, občas“.

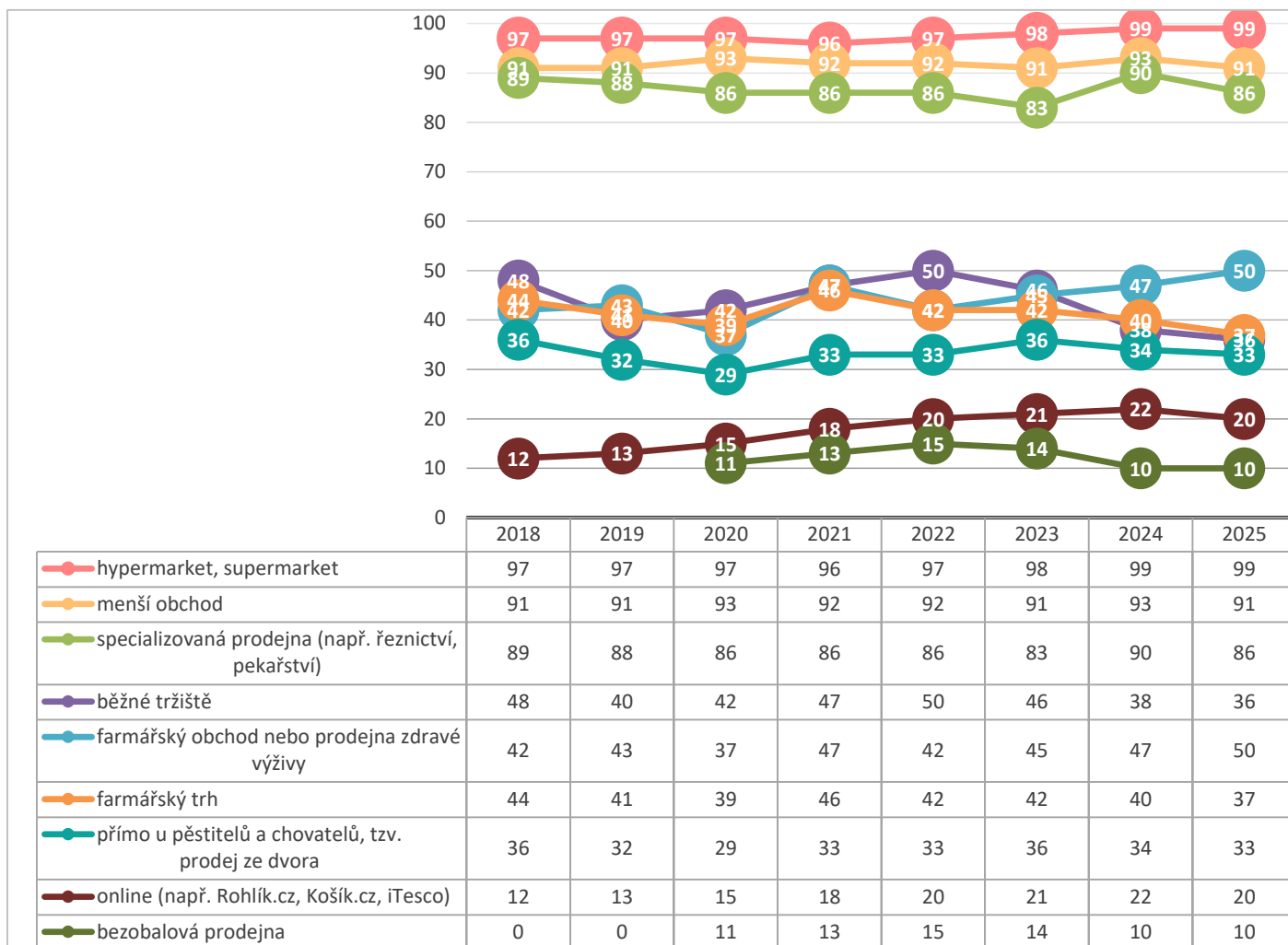
Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2503, 1031 respondentů starších 15 let., kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

Z časového srovnání od roku 2018, které nabízí graf 4, vidíme, že mezi roky 2018 až 2020 nedošlo meziročně v odpovědích respondentů až na několik výjimek k žádným statisticky významným posunům a výsledky tak lze považovat za relativně konstantní. V dalším výzkumu v roce 2021 však v porovnání s předchozím výzkumem ze srpna 2020 došlo k několika významným posunům, konkrétně vzrostl podíl lidí, kteří alespoň občas nakupují potraviny ve farmářském obchodě nebo prodejně zdravé výživy (meziročně nárůst o 10 procentních bodů), na farmářském trhu (nárůst o 7 procentních bodů), na běžném tržišti (nárůst o 5 procentních bodů) a přímo od pěstitelů a chovatelů (nárůst o 4 procentní body). Mezi roky 2021 a 2022 došlo pouze ke dvěma změnám, a to konkrétně k poklesu podílu těch, kteří uvedli, že nakupují ve farmářském obchodě či prodejně zdravé výživy (o 5 procentních bodů) a na farmářském trhu (o 4 procentní body). Mezi lety 2022 až 2023 jsme zaznamenávali stabilní podíly u většiny dotazovaných míst nákupů. Z delší časové perspektivy je patrný trend postupného nárůstu podílu lidí, kteří nakupují online (mezi lety 2018 a 2025 celkový nárůst o 8 procentních bodů), který se ale v posledních letech zastavil. V případě bezobalových prodejen vidíme nárůst (mezi lety 2020 a 2022) a opětovný pokles (2022 až 2024) nákupů v bezobalových prodejnách, kde se v tomto roce situace vrátila zpět na úroveň roku 2020.

Aktuální výsledky jsou téměř ve všech případech statisticky srovnatelné s výzkumem z roku 2024, což platí i pro dlouhodobější perspektivu.

³ Znění otázky: „Nakupujete potraviny na následujících místech? a) V hypermarketu, v supermarketu, b) v menším obchodě, c) ve specializované prodejně (např. řeznictví, pekařství), d) ve farmářském obchodě nebo prodejně zdravé výživy, e) na farmářském trhu, f) na běžném tržišti, g) přímo u pěstitelů a chovatelů, tzv. prodej ze dvora, h) online (např. Rohlík.cz, Košík.cz, i) v bezobalové prodejně.“ Varianty odpovědí: ano, pravidelně, ano, občas, ne.

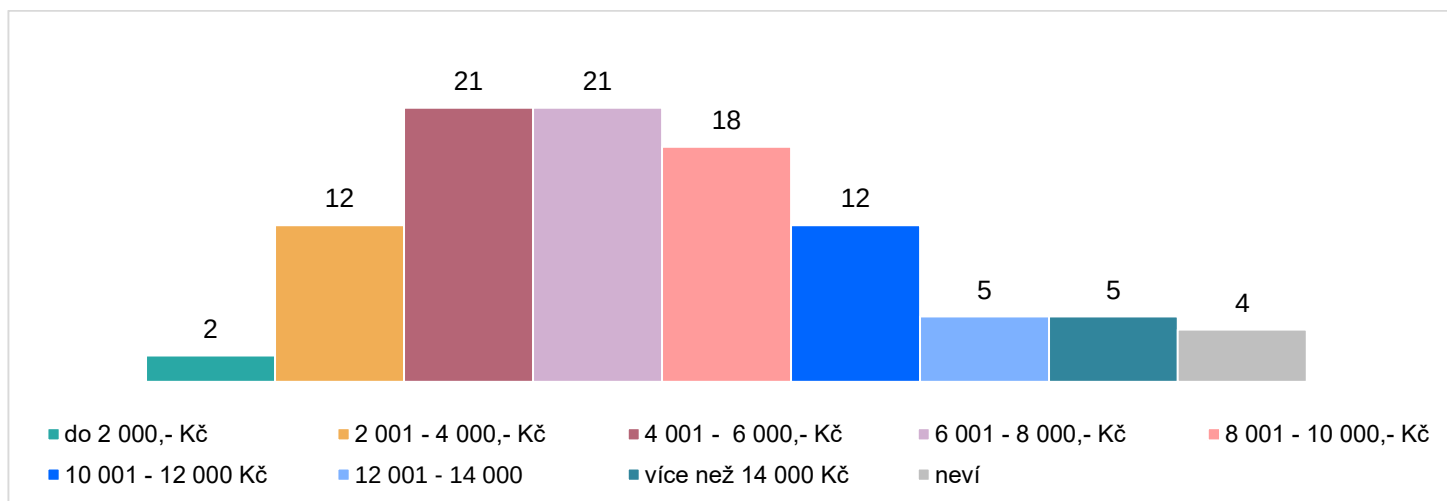
Graf 4: Kde dotázaní nakupují potraviny (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny) – časové srovnání



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

Jako další součást bloku otázek na nákupní zvyklosti měli respondenti uvést, jaké jsou měsíční výdaje celé jejich domácnosti za nákup potravin. Z grafu 5 vidíme, že nejčastěji domácnosti podle svého odhadu utratí za nákup potravin částku v intervalu od 4 do 10 tisíc korun, což platí pro 60 % domácností. Konkrétně více než desetina (12 %) utratí 2 001 až 4 000 Kč, přibližně pětina (21 %) pak 4 001 až 6 000 Kč, stejný podíl (21 %) 6 001 až 8 000 Kč a necelá pětina (18 %) 8 001 až 10 000 korun. Další více než pětina část (22 %) uvedla, že jejich domácnost měsíčně za nákup potravin utratí více než 10 000 Kč. Pouze 2 % dotázaných se domnívá, že jejich domácnost měsíčně za potraviny utratí do 2 000 Kč. Zbývajících 4 % dotázaných na tuto otázku nechtěla či nedokázala odpovědět a zvolila variantu „nevím“.

Graf 5: Měsíční útrata celé domácnosti za nákup potravin (v %)⁴



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2503, 1037 respondentů starších 15 let, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

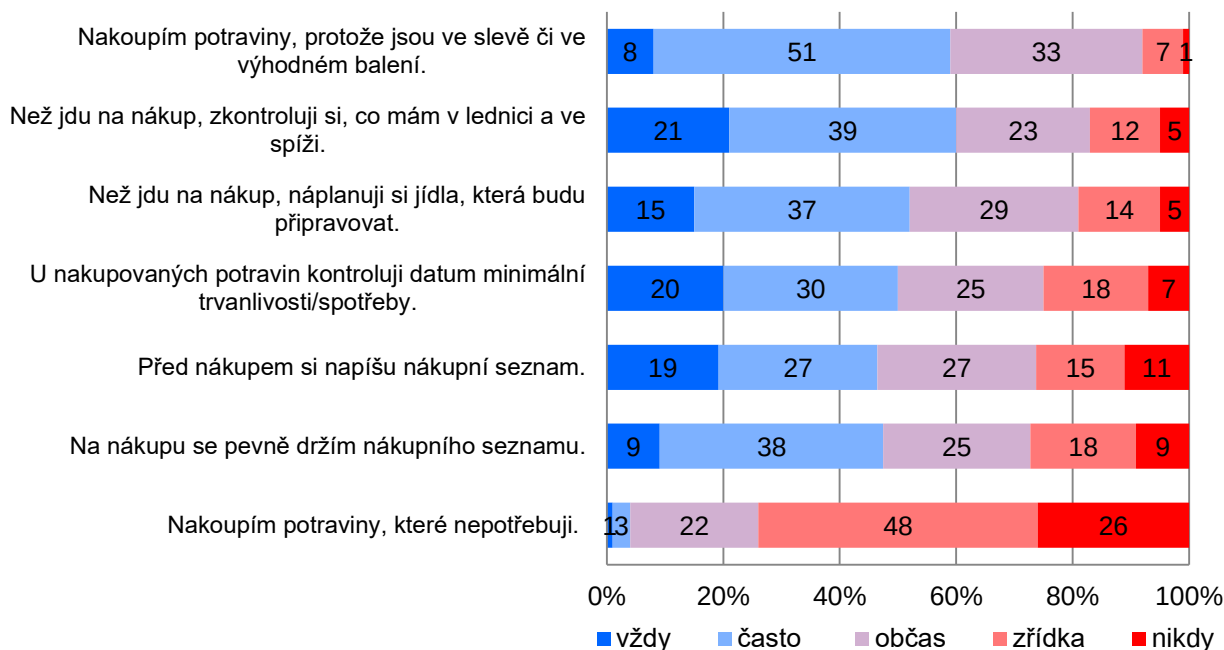
Měsíčně za nákup potravin v domácnosti méně utratí lidé starší 65 let, důchodci invalidní i starobní, dotázaní hodnotící životní úroveň své domácnosti jako špatnou, domácnosti bez dětí a ti, kdo považují plýtvání potravinami za velký problém. Výdaje větší než 10 000 Kč pak častěji uváděli lidé na mateřské/rodičovské dovolené a domácnosti se třemi či více dětmi. Muži výrazně častěji neví, kolik měsíčně jejich domácnost za potraviny utratí. Se zvyšujícím počtem členů domácnosti se úměrně zvyšuje i částka utracená za nákupy potravin. Co se týká velikosti domácnosti, tak jednočlenná domácnost utratí měsíčně za potraviny nejčastěji 2 až 6 tisíc korun (67 %), dvoučlenná domácnost pak 4 až 8 tisíc korun (54 %), domácnost se třemi členy mezi 6 až 10 tisíci korun (48 %) a výdaje domácností se čtyřmi členy se více než v polovině případů měsíčně pohybují od 8 tisíc korun výše (55 %). U domácností s více než čtyřmi členy jsou měsíční výdaje za potraviny ještě vyšší.

Dále jsme respondentům položili baterii otázek, která byla zaměřená na různé aktivity související s nakupováním potravin, které se doporučují (ne)dělat jako prevence proti plýtvání. Cílem bylo zjistit, zda a případně jak často lidé tyto aktivity dělají, či nedělají.

Z grafu 6 je zřejmé, že z aktivit, které k plýtvání potravinami spíše přispívají, lidé nejčastěji nakupují potraviny, protože jsou ve slevě nebo ve výhodném balení (alespoň občas to dělá 92 % dotázaných) a nejméně často nakoupí potraviny, které nepotřebují (26 % dotázaných to alespoň občas udělá). Výsledky u zbývajících aktivit, které se naopak doporučují dělat jako prevence proti plýtvání, jsou povzbudivé, neboť všechny aktivity dělá více než sedm z deseti dotázaných. Nejčastěji si lidé si před odchodem na nákup kontrolují zásoby v lednici a spíži (83 % alespoň občas), srovnatelně často si lidé plánují jídla, která budou z nakoupených potravin připravovat (81 %), a dále u nakupovaných potravin kontrolují datum minimální trvanlivosti/spotřeby (75 %). Přibližně sedm z deseti dotázaných si před nákupem napíše nákupní seznam (73 %) a srovnatelný podíl z těch, kteří si píšou nákupní seznam, uvádí, že se ho aspoň občas také pevně drží (72 %).

⁴ Znění otázky: „Kolik korun měsíčně utratí celá Vaše domácnost za nákup potravin? Do 2 000,- Kč; 2 001 – 4 000,- Kč; 4 001 – 6 000,- Kč; 6 001 – 8 000,- Kč; 8 001 – 10 000,- Kč; 10 001 – 12 000,- Kč; 12 001 – 14 000,- Kč; více než 14 000,- Kč.“

Graf 6: Frekvence aktivit souvisejících s nakupováním potravin (v %, pouze ti, kteří nakupují potraviny)⁵



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

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Panel Naše společnost PNS_2503, 1031 respondentů starších 15 let., kteří uvedli, že alespoň někdy pro svou domácnost nakupují potraviny, online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI.

Rozdíly v nákupních zvyklostech existují podle věku, velikosti domácnosti, typu ekonomické aktivity a životní úrovně domácnosti. Potraviny ve slevách nakupují častěji lidé ve věku 20 až 39 let, zejména se jedná o ekonomicky aktivní, a to jak zaměstnance, tak OSVČ, dále i studenti a příslušníci 3 až 4 členných domácností. Jídla si před nákupem plánují častěji lidé starší 55 let. Nejčastěji si před nákupem plánují přípravu konkrétních jídel lidé pobírající důchod, ať už starobní či invalidní, nejméně často naopak studenti. Ti, kdo uvedli, že si jídla plánují, zároveň deklarují menší podíl vyhozených potravin a vyšší zájem o problematiku obalů. Kontrolu zásob potravin před nákupem praktikují častěji lidé nad 55 let, nezaměstnaní či důchodci. Z hlediska velikosti domácnosti tuto činnost dělají lidé z 2 až 4 členných domácností a lidé, kteří také utrácejí za nákupy potravin pro domácnost měsíčně mezi 6 a 12 tisíci Kč. Kontrolu data spotřeby u nakupovaných potravin provádí nejméně často lidé do 30 let a studenti, naopak nejčastěji data kontrolují příslušníci 2 až 3 členných domácností. Nákupní seznam si připravují nejčastěji lidé nad 65 let a důchodci. Připraveného nákupního seznamu se taktéž nejčastěji drží důchodci, nejméně naopak lidé z jednočlenných domácností.

⁵ Znění otázky: „Jak často děláte následující aktivity, které souvisí s nakupováním potravin? a) Před nákupem si napíšete nákupní seznam., b) Než jdete na nákup, zkontrolujete si, co máte v lednici a ve spíži., c) Než jdete na nákup, naplánujete si jídla, která budete připravovat., d) Na nákupu se pevně držíte nákupního seznamu., e) U nakupovaných potravin kontrolujete datum minimální trvanlivosti/spotřeby., f) Nakoupíte potraviny, protože jsou ve slevě či ve výhodném balení., g) Nakoupíte potraviny, které nepotřebujete.“ Varianty odpovědí: nikdy, zřídka, občas, často, vždy.

Technické parametry výzkumu

Výzkum:	Panel Naše společnost, PNS_2503
Realizátor:	Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v. v. i.
Projekt:	Strategie AV21 „Udržitelná produkce a spotřeba potravin“
Termín terénního šetření:	14. 3. 2025 – 26. 3. 2025
Výběr respondentů:	Vícestupňový stratifikovaný náhodný výběr
Strata:	Kraj (NUTS 3), velikost místa bydliště
Opora výběru:	Registr sčítacích obvodů a budov
Zdroj pro vážení dat:	Designové váhy zohledňují počet osob v domácnosti a kalibrační váhy zohledňující křížení velikosti místa bydliště proti NUTS2, a dále věk, vzdělání, pohlaví
Zdroj dat pro vážení:	Český statistický úřad
Reprezentativita:	Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let
Počet dotázaných:	1037
Metoda sběru dat:	Online dotazování CAWI + osobní dotazování CAPI
Výzkumný nástroj:	Standardizovaný dotazník
Otázky:	PL_14, PL_41, PL_15, PL_40, PL_43
Kód tiskové zprávy:	or250604
Zveřejněno dne:	4. června 2025
Zpracoval:	Monika Kyselá

Slovníček pojmů:

Popis výběru respondentů do Panelu naše společnost – Respondenti panelu jsou získáváni pomocí vícestupňového stratifikovaného výběru skupin s opakováním. Oporou výběru je Registr sčítacích obvodů a budov (RSO). Strata výběru jsou kraje ČR křížené s velikostí obce (66 strat). V rámci každého strata je primární jednotka výběru obec. Při výběru obce je zohledňován její počet obyvatel (větší obec má větší pravděpodobnost výběru) a výběr umožňuje opakování výběru obce. V rámci obce je vždy vybráno náhodně 6 adres budov opět s pravděpodobností podle počtu obyvatel budovy (s opakováním). V budově je náhodně vybrána jedna domácnost (bez opakování) a v domácnosti je náhodně vybrán jeden její člen. Tento postup společně s designovými vahami zohledňujícími počet obyvatel domácnosti a post-stratifikačními vahami zajišťuje reprezentativitu výběru vzhledem k cílové populaci.

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 SOÚ 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 „Udržitelná produkce a spotřeba potravin“. <http://www.potravinav21.cz/>