

**Univerzita Karlova**

**Filozofická fakulta**

Katedra sociologie

# **Diplomová práce**

Bc. Veronika Pešková

## **Koncept lokálních potravin: postoje a chování českých spotřebitelů**

Local food: attitudes and behaviours of Czech consumers

Praha 2018

Vedoucí práce: Mgr. Iva Zvěřinová

**Poděkování:**

Ráda bych poděkovala své vedoucí Mgr. Ivě Zvěřinové za odborné vedení této práce, za její věcné podněty, návrhy, opravy a za příležitost podílet se na velmi zajímavých výzkumech. Dále bych ráda poděkovala mamince Janě, sestře Martině, příteli Štefanovi a kamarádce Katce za psychickou podporu a pomoc při závěrečné revizi.

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 20. prosince 2018

Veronika Pešková

**Klíčová slova (česky)**

spotřeba, lokální potraviny, biopotraviny, životní prostředí, spotřebitelé, slow food, potravinové řetězce, postoje, chování

**Klíčová slova (anglicky):**

consumption, local food, organic food, environment, consumers, slow food, food chains, attitudes, behaviour

## Abstrakt (česky)

Diplomová práce se zabývá problematikou lokálních potravin a analýzou faktorů ovlivňujících nákupní chování českých spotřebitelů. V **teoretické části** se nejdříve zaměřuje na problémy souvisejícími s **definicí pojmu** lokální potravina, a to s oporou **taxonomie dimenzí blízkosti** dle Eriksenové (2013). Dále rozebírá souvislosti **zvýšeného zájmu** o lokální produkci, mezi které patří anti-globalizační trendy, otázky ochrany životního prostředí a další hodnotové změny ve společnosti. Představeny jsou významné zahraniční i české výzkumy lokální produkce a spotřebitelského chování. Na závěr teoretické části jsou popsány vybrané teorie pro vysvětlení nákupního chování lokálních potravin, které jsou zároveň vhodné k představení teoretického podkladu pro výzkumné otázky a cíle práce. Jedná se především o *Alphabet Theory* (Zepeda & Deal, 2009), která vychází z dřívějších teorií *Value-Belief-Norm Theory* (Stern, Dietz, Abel, Guagnano, & Kalof, 1999) a *Attitude-Behavior-Context Theory* (Guagnano, Stern, & Dietz, 1995).

**Empirická část** navazuje na teoretická východiska a obsahuje analýzu nákupního chování českého spotřebitele, kterou opírá jak o **kvalitativní polostrukturované rozhovory**, tak o **dotazníkové kvantitativní šetření** populace České republiky ve věku 18-65 let reprezentativního na základě socio-demografických charakteristik. Analýzy podávají vhled především do toho, co pro české spotřebitele znamená pojem lokální potravina, jak odlišně vnímají biopotraviny a jaké faktory ovlivňují frekvenci nákupu lokálních potravin. Výsledkem analytické části je, že pojem lokální potravina je vnímána českými spotřebiteli především jako potravina **regionální** a **ze zahrady** rodiny či známých. Porovnání s biopotraviny dále nabízí přesvědčivé důkazy o tom, že lokální potraviny jsou ve větší míře vnímány jako **čerstvější** a **chutnější** než biopotraviny, zatímco s biopotraviny si spotřebitelé častěji spojují témata související s ochranou životního prostředí. Nákupní chování významně ovlivňují některé **demografické ukazatele** (věk, příjem, ekonomický status) a **socio-psychologické aspekty** (pro-environmentální postoje spojené s osobními normami, kontextuální vlivy a zájem o původ potravin).

Závěr shrnuje odpovědi na výzkumné otázky a propojuje teoretickou a analytickou část diplomové práce.

### **Abstract (in English):**

The diploma thesis deals with the issue of local foods and analyses factors influencing the purchasing behavior of Czech consumers. The theoretical part focuses on the problems related to the **definition of local food**, relying on the **three domains of proximity taxonomy** as proposed by Eriksen (2013). It further examines the reasons of **increased interest** in local production, which include anti-globalization trends, environmental issues and other value changes in society. Significant foreign and Czech research of local production and Czech consumer behavior is presented. At the end of the theoretical part, selected theories suitable for explaining the purchasing behavior of local foods as well giving insight into the theoretical foundation and research of this thesis are described. This is primarily the *Alphabet Theory* (Zepeda & Deal, 2009), which is based on earlier theories of *Value-Belief-Norm Theory* (Stern et al., 1999) and *Attitude-Behavior-Context Theory* (Guagnano et al., 1995).

The **empirical part** builds on the theoretical basis and provides an analysis of the Czech consumer based on **qualitative semi-structured interviews** as well as a **quantitative survey** representative of Czech population aged 18 to 65 years in terms of selected sociodemographic characteristics. They give insight primarily into what the concept of local food means for Czech consumers, how they perceive organic foods differently, and what factors affect the frequency of local food purchases. The thesis concludes that the concept of local food is perceived by Czech consumers as **regional** or as food from family's or friends' **gardens**. Comparison with organic food also provides convincing evidence that local foods are perceived as **fresh** and **savory** more often than organic food, while organic food's perception is connected more to aspects related to environmental issues. Purchasing behaviors are significantly affected by certain **demographic indicators** (age, income, economic status) and **socio-psychological aspects** (pro-environmental attitudes associated with personal norms, contextual influences and interest in food origin).

The conclusion provides answers to the research questions and explains the connection between the theoretical and analytical parts of the thesis.

## OBSAH

<b>PŘEDMLUVA .....</b>	<b>9</b>
<b>1 CÍLE PRÁCE .....</b>	<b>1</b>
<b>2 POJEM LOKÁLNÍ POTRAVINA .....</b>	<b>1</b>
<b>2.1 DALŠÍ POJMY SOUVISEJÍCÍ S LOKÁLNÍMI POTRAVINAMI.....</b>	<b>2</b>
<b>3 HISTORICKÉ SOUVISLOSTI ZÁJMU SPOTŘEBITELŮ O LOKÁLNÍ POTRAVINY .....</b>	<b>4</b>
<b>3.1 LOKÁLNÍ POTRAVINY A DOPAD NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ .....</b>	<b>5</b>
<b>3.2 VZTAH MEZI LOKÁLNÍMI A BIO POTRAVINAMI .....</b>	<b>8</b>
<b>4 TEORIE VYSVĚTLUJÍCÍ SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ.....</b>	<b>12</b>
<b>4.1 NEW ENVIRONMENTAL PARADIGM.....</b>	<b>13</b>
<b>4.2 TEORIE VBN A ABC.....</b>	<b>14</b>
<b>4.3 ALPHABET THEORY .....</b>	<b>14</b>
<b>5 SITUACE V ČESKÉ REPUBLICE.....</b>	<b>18</b>
<b>5.1 SOUČASNÁ LEGISLATIVA A PODPŮRNÉ PROGRAMY .....</b>	<b>18</b>
<b>5.2 POTRAVINY TYPICKÉ PRO ČR .....</b>	<b>19</b>
<b>5.3 VÝZKUMY SPOTŘEBNÍHO CHOVÁNÍ V SOUVISLOSTI S LOKÁLNÍMI POTRAVINAMI V ČESKÉ REPUBLICE .....</b>	<b>20</b>
<b>6 EMPIRICKÝ VÝZKUM .....</b>	<b>23</b>
<b>6.1 PŘEDMĚT A CÍL VÝZKUMU .....</b>	<b>23</b>
<b>6.2 KVALITATIVNÍ POLO-STRUKTUROVANÉ ROZHOVORY.....</b>	<b>24</b>
6.2.1 <i>Metody výzkumu.....</i>	<i>24</i>
6.2.2 <i>Cíle kvalitativního šetření.....</i>	<i>25</i>
6.2.3 <i>Výběr respondentů .....</i>	<i>25</i>
6.2.4 <i>Struktura rozhovorů.....</i>	<i>26</i>
6.2.5 <i>Popis vzorku respondentů.....</i>	<i>26</i>
6.2.6 <i>Doplňující informace k analýze rozhovorů.....</i>	<i>27</i>
6.2.7 <i>Analýza odpovědí.....</i>	<i>27</i>
6.2.8 <i>Výsledky kvalitativního šetření .....</i>	<i>30</i>

<b>6.1</b>	<b>ANALÝZA DAT Z KVANTITATIVNÍHO ŠETŘENÍ .....</b>	<b>34</b>
6.1.1	<i>Představení výzkumu a jeho cíle .....</i>	34
6.1.2	<i>Popis výzkumného souboru.....</i>	35
6.1.3	<i>Struktura dotazníku.....</i>	36
6.1.4	<i>Analýza otázek týkající se spotřeby potravin .....</i>	37
6.1.5	<i>Vnímání lokálních potravin a biopotravin.....</i>	43
6.1.6	<i>Škála pro-environmentálního postoje.....</i>	66
6.1.7	<i>Sociodemografické a socioekonomické ukazatele .....</i>	74
6.1.8	<i>Logistická regrese – frekvence nákupu lokálních potravin .....</i>	78
6.1.9	<i>Výsledky kvantitativního šetření .....</i>	87
<b>7</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>90</b>
	<b>SEZNAM LITERATURY:.....</b>	<b>95</b>
	<b>SEZNAM ZKRATEK: .....</b>	<b>101</b>
	<b>PŘÍLOHA 1. KVALITATIVNÍ ŠETŘENÍ – FREKVENCE ODPOVĚDÍ .....</b>	<b>I</b>
	<b>PŘÍLOHA 2. KVANTITATIVNÍ ŠETŘENÍ – POPIS SOUBORU.....</b>	<b>V</b>
	<b>PŘÍLOHA 3. KVANTITATIVNÍ ŠETŘENÍ – VÝSTUPY ANALÝZ.....</b>	<b>VI</b>



## Předmluva

Pojem lokální potravina se v posledních několika desetiletích dostal v Evropě i v USA do poměrně velké obliby nejen v populární, ale i v akademické sféře. V odborné literatuře je spojován s antiglobalizačními trendy a **obratem spotřebitelů ke kvalitnějším a chutnějším potravinám** (Carroll & Fahy, 2015; Feldmann & Hamm, 2015; Zepeda & Deal, 2009). Dále je tento pojem zkoumán pro svůj přesah do problematiky **životního prostředí**, což je spojeno s představou, že emise skleníkových plynů jsou nižší (Edwards-Jones, 2010). Zvyšující zájem o lokální potraviny je také spojován s **nástupem ekologického zemědělství**. Konkrétně je vnímán jako odpověď spotřebitelů na negativní konotace, které jsou s biopotraviny, spojovány. Jedná se především o vysokou cenu a nedůvěru v oficiální certifikaci. Lokální produkce tak nabízí nejen protipól globální produkci, ale také alternativu pro tu ekologickou (Adams & Salois, 2010). **Definice** tohoto pojmu je však velmi široká a neexistuje ustálené pojetí významu, které je proto možné interpretovat velmi subjektivně (Eriksen, 2013).

Zmíněné trendy budou v práci blíže popsány a v empirické části budou analyzovány v kontextu nákupního chování českého spotřebitele. Konkrétně se práce zaměří na to, jak čeští spotřebitelé vnímají **významy a hodnoty**, které jsou s lokální produkcí spojovány (ochrana životního prostředí, nedůvěra, chuť aj.). Dále jak vnímají ekologickou produkci a v neposlední řadě jaké faktory **ovlivňují nákup** lokálních potravin. Zkoumán bude také aspekt **dopadu lokální produkce na životní prostředí**.

Socioekonomické souvislosti spotřeby lokálních potravin budou zkoumány v kontextu **taxonomie tří dimenzí blízkosti** (Eriksen, 2013) a *Alphabet Theory* (Zepeda & Deal, 2009). Analyzována budou data z kvalitativního i kvantitativního šetření.

V první kapitole budou představeny konkrétní **cíle této práce**, v druhé kapitole budou přiblíženy problémy spojené s **definicí lokálních potravin** a další pojmy, které se s tímto typem produkce pojí. Ve třetí kapitole budou dále popsány **faktory**, které mohou mít vliv na postoje spotřebitelů na lokální potraviny, jako je již zmíněné **životní prostředí**. Vyličen bude **vztah mezi lokální produkcí a biopotraviny**. Ve čtvrté kapitole pak budou popsány **sociálně-psychologické teorie**, které jsou vhodné pro zkoumání nákupního chování lokálních potravin. V páté kapitole bude nastíněna **situace v České republice a vybrané výzkumy**, které se lokální potravinou a českými spotřebiteli zabývaly. Šestá kapitola již bude zkoumat představené poznatky ve výsledcích **kvalitativního a kvantitativního šetření**, které nabídnou jednak hlubší analýzu získanou z polo-

strukturovaných rozhovorů a jednak statistickou analýzu pro populaci České republiky ve věku 18-65 let reprezentativního na základě socio-demografických charakteristik.

## 1 Cíle práce

Hlavním cílem této práce je zjistit, **jak čeští spotřebitelé vnímají** lokální potraviny a jaké **faktory ovlivňují nákupní chování ve vztahu k lokálním potravinám**. Konkrétně se práce bude zabývat tím, jak čeští spotřebitelé vnímají **významy** a **hodnoty**, které jsou spojované s pojmem lokální potravina. Dalším cílem je prozkoumat vztah mezi vnímáním lokálních potravin a **biopotravín**, tedy zjistit, co mají společné a v čem se naopak odlišují. V neposlední řadě je cílem přiblížit, jaké mají lokální potraviny dopad na **životní prostředí** a zda má tento vztah vliv na nákupní chování.

## 2 Pojem lokální potravina

Spojení **lokální potravina** v současné době nemá ustálenou definici. Tento pojem není zakotven v legislativně a ani v akademické sféře není používán jednotně. Jedná se totiž o termín, který může nabývat různých významů (Eriksen, 2013). Nejčastěji pojmem lokální bývají definovány produkty vyrobené v blízkosti spotřebitele. Ani tato definice však není dostatečně přesná a v odborné literatuře se můžeme setkat s různými vzdálenostmi. Pro jednoduchost se často uvažuje o hranicích autonomní země, ovšem například v USA se spíše odkazuje na hranice jednotlivých federálních států. Spotřebitelé však mohou lokální potraviny vnímat zcela jinak, často například do určitého okruhu kilometrů (např. 50 km od místa bydliště). Pro jiné pak nemusí tento pojem vůbec souviset s geografickým určením, ale například se způsobem, jakým jsou lokální výrobky získávány, např. od farmářů na trzích (Edwards-Jones, 2010).

Několik autorů poukazuje i na rozdílné vnímání tohoto pojmu v evropském a severoamerickém kontextu (Edwards-Jones, 2010; Fonte, 2008; Vecchio, 2009). Vecchio (2009) tento rozdíl vysvětluje tak, že zatímco v USA je lokální produkce vnímána v kontextu podpory lokálních ekonomik a státu, v Evropě se jedná spíše o návrat k tradičnímu zemědělství a způsobu spotřeby potravin ve spojení s hodnotovým žebříčkem.

V návaznosti na nekonzistentní snahy definovat „lokální“ ve spojení s potravinami přišla Eriksenová (2013) s **klasifikací** těchto definic **na základě tří dimenzí** blízkosti. Svou taxonomii založila na studiu literatury autorů, kteří se před ní snažili zachytit významy sousloví lokální potravina. Tyto poznatky shrnula a

propojila je v komplexní definici, která je postavena na třech základních dimenzích blízkosti:

- **Geografická blízkost**, tedy explicitně prostorová, ohraničená vzdáleností v patřičných jednotkách, popřípadě geopoliticky (oblast, místo, komunita), v rámci které probíhá výroba, zpracování, distribuce a spotřeba;
- **Relační blízkost**, která je definována v kontextu přímých vztahů mezi jednotlivými aktéry (producenty, distributory, prodávajícími, konzumenty), které jsou znovu spojeny skrze alternativní produkční a distribuční kanály, jako jsou například farmářské trhy, farmářské bedýnky, od známých apod.);
- **Hodnotová blízkost**, ve které se odráží různé hodnotové významy, které konzumenti jídlu připisují, jako je například autenticita, čerstvost, kvalita nebo prokazatelné určení původu.

### **2.1 Další pojmy související s lokálními potravinami**

Pojem, který se pojí s geografickou blízkostí, je *food miles*, který se do češtiny překládá jako potravinové míle (popř. kilometry), a jak už název napovídá, odkazuje na vzdálenost místa výroby dané potraviny od místa prodeje a spotřeby. Pojem se rozšířil v 90. letech minulého století a v diskuzi o lokálních potravinách je důležitý, neboť akcentuje problematiku dovozu a jeho dopad na životní prostředí. Slouží tak k vymezení pojmu lokální potravina s přesahem do tematiky životního prostředí (Carroll & Fahy, 2015; Edwards-Jones, 2010; Eriksen, 2013). Potravinové míle jsou vysvětlovány zpravidla tak, že potraviny na globálních trzích musí často překonat velmi dlouhé vzdálenosti, a právě procesy spojené s dopravou mají negativní dopad na životní prostředí. Ve svém základu tedy tento pojem představuje výpočet dopadu na životní prostředí zapříčiněný dopravními prostředky a funguje jako agitace v debatě o klimatických změnách pro udržitelné zemědělství (Eriksen, 2013).

Další dvě zmíněné dimenze blízkosti – relační a hodnotová – již tolik nesouvisí čistě jen se vzdáleností od místa výroby do místa spotřeby a zakládají se více na etice nebo komunitě. Je tedy důležité si uvědomit, že pojem lokální potravina zasahuje nejen do geografického kontextu ve smyslu určení vzdálenosti, nýbrž i do sociálního a hodnotového. Každý člověk však může tyto souvislosti

vnímat jinak a definice lokálních potravin se pak může lišit dle percepce jednotlivých zákazníků (Adams & Salois, 2010). I proto je zajímavé zkoumat, jak tyto souvislosti vnímají čeští spotřebitelé a jaké významy tomuto pojmu přiřkládají.

To, že se s pojmem lokální potravina pojí hodnotový rámec, dokazuje i skutečnost, že se v odborné literatuře ujal odvozený pojem *locavore*. Toto označení se začalo objevovat až na začátku 21. století a jeho popularita stále roste (Adams & Salois, 2010). Stentem et al. (2012) ho definují jako jedince, kteří kupují lokálně vypěstovanou produkci, Edward-Jones (2010) jako jedince, kteří preferují výběr lokálních potravin před nelokálními. Jedná se tedy o určitý alternativní hodnotový rámec, který určuje jejich spotřební chování.

Alternativní stravování podporuje také celosvětové hnutí *slow food*, které také apeluje na spotřebu lokální produkce. Hnutí vzniklo v kontradikci ke globálně rozšířenému stylu stravování známým pod pojmem *fast food*, které je spojováno s průmyslovou velkovýrobou a standardizací chutí chemickými aditivami. Hnutí naopak prosazuje pomalé a klidné stolování, ochranu místní produkce a klade důraz na kvalitu a čerstvost potravin. Vnímají potraviny jako hodnotu a apelují na určitý tradiční způsob zemědělství založený na lokálních potravinách a konzumaci jako společenské události (Slow Food International, b.r.).

S životním prostředím a lokální produkcí je také spojován pojem *organic food*, který je v českém kontextu chápán jako potraviny v bio kvalitě či biopotraviny. Potraviny s označením „bio“<sup>1</sup> jsou však na rozdíl od těch lokálních definovány v legislativě a odkazují na ekologickou produkci, kterou se rozumí „[...] používání způsobů produkce slučitelných s pravidly stanovenými tímto nařízením ve všech fázích produkce, přípravy a distribuce“ (Rada Evropské unie, 2007). Ačkoliv jsou definice lokálních a bio potravin odlišné, biopotraviny jsou s těmi lokálními často spojovány (Adams & Salois, 2010; Feldmann & Hamm, 2015; Winter, 2003). Jak odlišně vnímají čeští spotřebitelé biopotraviny a lokální potraviny bude rozebráno v analytické části.

---

<sup>1</sup> Nařízení Rady Evropské Unie (2007) udává, že „[...] odvozeniny nebo zdrobněliny jako „bio“ a „eko“ mohou být samostatně nebo v kombinaci používány kdekoli ve Společenství a ve kterémkoli jazyce Společenství při označování a propagaci produktu, který splňuje požadavky tohoto nařízení nebo požadavky z něj plynoucí.“

### 3 Historické souvislosti zájmu spotřebitelů o lokální potraviny

Zájem o lokální potraviny se v poslední době stabilně zvyšuje. Jejich popularitu dokládá např. růst počtu farmářských trhů, komunitních zahrad a dalších prodejních míst určených lokálním potravinám (Adams & Salois, 2010; Carroll & Fahy, 2015; Eriksen, 2013; Feldmann & Hamm, 2015). Zatímco v USA tento trend vrcholil v 90. letech, v Evropě se do diskurzu dostal až asi o dekádu později (Vecchio, 2009). Institucionalizace pojmu *locavore*, publikace mnohých knih a dokumentů na toto téma, popřípadě zanesení konceptu lokálně vyrobených produktů do marketingu velkých společností v Evropě i v USA jsou další náznaky tohoto trendu (Adams & Salois, 2010).

Lokální potraviny jsou zároveň součástí obecného trendu **hledání alternativních způsobů** výroby a spotřeby potravin, který se staví proti převažujícímu globalizovanému potravinovému systému, v němž se vzdálenosti mezi místem výroby a místem spotřeby neustále zvětšují a který se stal pro spotřebitele nedostatečně transparentní. Carroll a Fahy (2015) tento trend vnímají tak, že se jedná o obranu proti navyšujícím se vzdálenostem, a to nejen těch fyzických, ale i sociálních a psychologických.

Feldmann a Hamm (2015) analyzovali studie lokálních potravin z let 2000-2014. Zaměřili se na ty, které byly napsané v anglickém jazyce, přičemž výzkumy probíhaly v různých zemích, především však v USA, Anglii, Německu a Itálii. Na základě této analýzy si povšimli, že spotřebitelé se mnohdy vlivem menší transparentnosti spojené s globálním řetězcem přeorientovali na lokální výrobky, kde je cesta od výrobce kratší, popřípadě se jedná o výrobek přímo od výrobce. Důvody této změny ve spotřebním chování jsou spojovány jednak s představami **ochrany životního prostředí**, jak již bylo zmíněno, a jednak s hodnotami, které jsou spíše **hedonistického rázu**. Lokální potraviny jsou totiž považovány za čerstvější a zdravější než dovezené potraviny.

Winter (2003) nabízí historický pohled na lokální produkci v kontextu spotřebitelů z Velké Británie. Obrat k alternativním potravinovým systémům a rozšíření lokálnosti vidí jako důsledek zvyšující se péče konzumentů o zdraví, bezpečnost, životní prostředí, zacházení s farmářskými zvířaty a volný obchod. **Zdravotní aspekty** globalizovaného řetězce jsou spojené s růstem populace, a tedy tlakem na výrobu. Využívají se hormony, antibiotika, pesticidy, genetické

modifikace, chemické sloučeniny pro náhražku chuti a aroma nebo konzervační látky pro udržení trvanlivosti jídla, které často musí překonat, než se dostanou ke spotřebiteli. Lokální produkce naproti tomu dle Wintera (2003) nabízí „historicky prověřenou“ výrobu, které spotřebitelé **důvěřují**. Menší objem výroby umožňuje vyrábět kvalitnější potraviny bez chemických sloučenin, které se ještě čerstvé dostanou ke konzumentovi.

Za zvýšeným zájmem o lokální potraviny tedy autoři často staví dvě hlavní příčiny – jedna je spojena s **environmentálními hodnotami** udržitelnosti a snížením dopadu potravinového průmyslu na planetu a druhá se **sociálně-psychologickými aspekty**, transparentností výroby a důvěrou.

### **3.1 Lokální potraviny a dopad na životní prostředí**

Dopad na životní prostředí je častým argumentem proponentů lokálních potravin, a to především ve smyslu již zmíněných **potravinových milí**. Vzdálenost, kterou potraviny musí překonat od místa výroby ke spotřebiteli, představuje pro mnohé zbytečnou zátěž pro životní prostředí, což se odráží v médiích a veřejných diskuzích (Duram & Oberholtzer, 2010). Dle těchto úsudků by potraviny, které se dají vypěstovat v dané oblasti, neměly být dováženy, obzvláště z velmi vzdálených lokací. Tyto představy potom mohou mít vliv na postoje spotřebitele a jejich preferenci lokálních potravin před nelokálními.

V odborné literatuře se tyto představy odrážejí, ovšem pro pozitivní dopad lokální produkce na životní prostředí neexistují přesvědčivé důkazy (Avetisyan, Hertel, & Sampson, 2014; Duram & Oberholtzer, 2010; Edwards-Jones, 2010). Edwards-Jones (2010) ve své publikaci předkládá analýzu tvrzení, že spotřeba lokálních potravin vylučuje **menší množství skleníkových plynů**. Analýza tohoto autora se zakládá na třech hlavních oblastech, ve kterých se souvislosti lokálních výrobků a životního prostředí odrážejí: výroba, transport a skladování.

Ve fázi **výroby** záleží na konkrétní půdě a její kvalitě (každá půda vytváří na m<sup>2</sup> různé množství skleníkových plynů) a dále také na **počasí**, které ovlivňuje například množství použitých **pesticidů**. Vše, co je potřeba do půdy vložit, aby bylo dosaženo dostačující sklizně, tedy veškeré **vstupní zdroje**, má také za následek vypouštění škodlivých plynů do ovzduší, neboť je třeba vynaložit energii na jejich výrobu. V neposlední řadě také záleží obecně na způsobu, jakým se potraviny **sklízí a zpracovávají**. I **schopnosti a užívané metody** farmářů ovlivňují uhlíkovou

stopu. A jelikož se obvykle dopad jednotlivých potravin uvádí na kilogram či na litr a množství sklizně je závislé od **lokace** (tzn., pokud je půda kvalitnější, bude mít i bohatší sklizeň), ta stejná plodina bude mít různý dopad na různých místech za předpokladu, že všechny ostatní okolnosti jsou stejné (typ půdy, počasí/klima, schopnosti farmářů a úroveň vstupních zdrojů). Jen kombinace těchto faktorů ve fázi produkce vytváří vysokou variabilitu uhlíkové stopy a je tedy nutné uvažovat i nad touto fází jako důležitou při rozhodování o méně škodlivé variantě určité plodiny, která je vyrobena lokálně či ne (Edwards-Jones, 2010).

Co se týče **dopravy**, většinou jsou potravinové výrobky z místa produkce dále odvezeny do jednoho či více míst pro zpracování, prodeje a spotřeby. V průběhu tohoto procesu pak musíme uvažovat nad několika momenty, kdy se skleníkové plyny dostávají do ovzduší. Není to pouze přímé **spalování benzínu či nafty** v průběhu samotného převozu, ale je to i vše spojené s potřebami pro transport – od výroby **převravního prostředku** přes výrobu **paliva** až po **chlazení** uvnitř vozidel či plavidel. To vše komplikuje možnosti vypočítání uhlíkové stopy, a ne všechny kalkulace uvažují nad transportem takto holisticky (Edwards-Jones, 2010).

Na čem se však všechny kalkulace shodnou, je výpočet uhlíkové stopy na základě ujetých kilometrů a typu vozidla (počítáno jako množství kilogramů skleníkových plynů na jednu tkm).<sup>2</sup> Edward-Jones (2010) uvádí příkladné porovnání různých prostředků a jejich uhlíkovou stopu, přičemž **lodní doprava** se ukazuje jako nejekologičtější, zatímco **letecká doprava a transport dodávkami pod 3,5 tuny** jako nejškodlivější. Přitom uhlíková stopa z převozu nákladními vozidly je (v závislosti na hmotnosti vozidla) až o desetinu menší než letecká doprava či dodávka<sup>3</sup>. Jednoduché měření vzdálenosti na kilometry tedy nemusí být nutně důležitý faktor při posuzování uhlíkové stopy – záleží také na typu dopravního prostředku a a na tom, kolik je schopný naráz převézt (Edwards-Jones, 2010).

Posledním velkým zdrojem uhlíkové stopy je způsob **skladování**. Každá potravina vyžaduje jiný způsob skladování – některé jsou náročnější než jiné, ale

---

<sup>2</sup> Tuna kilometr (tkm) je jednotka užívaná v nákladní dopravě, která představuje tunu zboží převezenou daným dopravním prostředkem na jeden kilometr.

<sup>3</sup> Čím více nákladní vozidlo unese, tím menší má stopu na 1 tkm.



obecně lze říci, že většina potravin spotřebuje určité množství energie pro uchování před spotřebou, ať už je to **chlazení**, **zmražení** nebo **zabalení**. V případě, že se v průběhu celého roku spotřebovává výhradně lokálně vyrobené jídlo, je nutné ho po dobu před konzumací skladovat. Druhá možnost je konzumovat potraviny vyrobené nelokálně, a tedy dovést je ke spotřebě z jiného místa. Obě tyto varianty uvolňují skleníkové plyny do ovzduší a méně škodlivou variantu není jednoduché určit univerzálně. Někdy může být skladování výhodnější a někdy zase může být výhodnější potraviny dovézt (Edwards-Jones, 2010).

Edward-Jones (2010) dále uvádí příklad spotřeby jablek ve Velké Británii. Velká Británie nemá problém jablka vypěstovat v průběhu podzimní sezóny k přímé spotřebě. Pokud by však chtěla zásobit své občany po celý rok, musela by jablka po několik měsíců skladovat. Alternativu tvoří dovoz jablek z Nového Zélandu, kde v době, kdy Velká Británie jablka nemůže produkovat, Nový Zéland může poskytnout svou úrodu. Jelikož je mezi nimi lodní spojení, které má nízkou uhlíkovou stopu, je v případě Velké Británie environmentálně výhodnější, když budou jablka dovážet místo toho, aby je skladovali (Edwards-Jones, 2010).

V porovnávání lokálně a globálně vypěstované produkce však záleží na mnoha faktorech a výsledky mohou být různé příklad od příkladu. Zhodnocení dopadu lokálních potravin na životní prostředí může dopadnout v jiné zemi naopak. Jak vyplynulo například z analýzy z Německa, která se zaměřila na dopad konzumace lokálně vypěstované produkce jablek a dopad dovezených jablek z Nového Zélandu v jarním období, lokální jablka spotřebovaly méně energie, přestože byly skladovány po dobu pěti měsíců (Duram & Oberholtzer, 2010).

Uvedené souvislosti pouze demonstrují, jak komplexní problematiku spotřeba potravin představuje a jakou roli v ní mají lokální potraviny. Uvedené studie a další se shodují na tom, že **největší zdroj dopadu na životní prostředí leží v produkci** a doprava tvoří pouze okrajovou část, a mnohdy může být dokonce šetrnější volbou (Adams & Salois, 2010; Avetisyan et al., 2014; Duram & Oberholtzer, 2010; Edwards-Jones, 2010). Určitým řešením je **sezónní lokální produkce a spotřeba**. Jedním z důvodů je, že není třeba používat uměle vytvořené procesy, které nahrazují ty přírodní, jako je například **umělé zahřívání či osvětlení**, které spotřebovávají velké množství energie, a tím vylučují skleníkové plyny.

Dalším z důvodů je, že se potraviny nemusí dlouho **skladovat, zamrazit** apod., což by opět zvýšilo spotřebu energie (Macdiarmid, 2014).

Ačkoliv se nejedná o jediný důvod dopadu na životní prostředí, jak uvádím výše, potravinové míle představují stále velké téma, což je patrné i z různých populárních publikací (v ČR například analytické centrum Glopolis) a hnutí, jako jsou již zmíněné hnutí *slow food* nebo *locavores*. Existence mnoha akademických článků, včetně těch představených v této práci, jsou také důkazem toho, že lokální produkce je vnímána jako možné řešení environmentálních problémů spojených především s nadměrným množstvím skleníkových plynů v ovzduší.

Vliv environmentálních postojů na **spotřebitelské chování** se zkoumá více v souvislosti s biopotraviny než s lokálními potravinami, ovšem existují i studie, které tento vztah také analyzovaly a našly podporu pro vztah mezi environmentálními tématy a spotřebním chováním (Kumar & Smith, 2018; Thilmany, Bond, & Bond, 2008).

Jak bude nastíněno v dalších částech této práce, biopotraviny a lokální potraviny se často spojují, ať už pro jejich společné znaky či ty odlišující. V literatuře se objevují i názory, že lokálně vyrobené potraviny do jisté míry nahrazují biopotraviny právě pro sdílení pozitivních charakteristik, kterou je i šetrnost k životnímu prostředí, a naopak absenci těch negativních, jako je například vysoká cena či nedůvěra v certifikaci (Adams & Salois, 2010; Zepeda & Deal, 2009).

### **3.2 Vztah mezi lokálními a bio potravinami**

Jak vyplývá z předchozí kapitoly, lokální potraviny jsou v otázkách životního prostředí spojované především s problémem transportu. Problémy dopravy však dle odborníků není tak přímočarý, jak je mnohdy vnímán. Dopad dovážených potravin může být jen velmi malý, či dokonce menší než u lokální produkce. Naproti tomu **biopotraviny** řeší otázku **výroby**, která je odborníky vyzdvihovaná jako nejdůležitější složka v souvislosti s dopadem na životní prostředí a má daleko jasnější vymezení (Avetisyan et al., 2014; Duram & Oberholtzer, 2010; Edwards-Jones, 2010; Zepeda & Deal, 2009). Ekologické zemědělství totiž upravuje metody výroby a omezuje zemědělce v používání řady procedur, které nejsou šetrné k životnímu prostředí. Biopotraviny však nejsou

definovány vzdáleností místa výroby k místu spotřeby, jako tomu je do jisté míry u lokální produkce.

Lokální potraviny i biopotraviny s sebou pojí určité hodnoty a představy, které jsou do jisté míry individuální a do jisté míry obecné. **Lokální potraviny** jsou spojeny s menší vzdáleností od výrobce ke spotřebiteli (ať už geografickou, relační nebo hodnotovou), zatímco **biopotraviny** by měly být vyrobeny v souladu s pravidly ekologického zemědělství šetrného k životnímu prostředí. Oba tyto koncepty se mohou překrývat, neboť v některých případech může jít o tutéž potravinu, která je vyrobena lokálně v bio kvalitě.

**Lokální potraviny** mají širokou definici, která dává poměrně velkou možnost **vlastní interpretace a přisuzování hodnot** (viz kapitola 2 výše). Může se jednat jak o velkou korporaci, tak o malé farmáře, různé metody produkce, různé nástroje a látky. Naproti tomu **ekologické zemědělství** má **danou definici**, která je konkrétně omezena a vyžaduje určité **zásady**, které chrání jak **životní prostředí**, tak **zdraví spotřebitele**. Stejně jako lokální potravina však může být biopotravina vypěstovaná jak velkou korporací, tak malým farmářem. Rozdíl je v tom, že biopotraviny mohou být pouze potraviny, které byly vyprodukovány v souladu s legislativně stanovenými zásadami. Lidé však nemusí věřit výrobcům, že zásady dodržuje – obzvlášť, pokud se jedná o velkou korporaci. To vytváří **nedůvěru** a nevoli takové výrobky kupovat (Zepeda & Deal, 2009)

Adams & Salois (2010) se zabývali vztahem lokálních potravin a biopotravin a upozorňují na to, že **hranice mezi nimi** může být **nejasná a rozmazaná**. Jejich analýza studií věnovaná této problematice naznačuje, že spotřebitel často **zaměňuje významy** lokálních potravin a biopotravin, a ukazují to na příkladu ekologického zemědělství v USA.

Podobně jako u nás, také v USA existuje legislativa, která upravuje ekologické zemědělství a stanoví podmínky pro udělení certifikaci biopotravina (*organic*). Tato úprava vznikla na základě opozice průmyslovému zemědělství, které dle ochránců životního prostředí není šetrné k životnímu prostředí a zároveň využívá mnoho procesů, které mohou mít neblahé následky na zdraví člověka. **Logo biopotravin** pak mělo ujistit spotřebitele, že způsob, jakým byla potravina vyrobena, byl šetrný k životnímu prostředí, ke zdraví jeho samotného, ale i ke zvířatům a k místní komunitě. Tato legislativa tedy měla aspekty spojené s životním

prostředím, s kvalitou života a etickými i společenskými otázkami (Adams & Salois, 2010).

V USA však v důsledku **lobby korporátních společností** vešla v platnost úprava zákona, která snížila množství zakázaných substancí a procesů, a certifikace bio tak vyžadovala pouze nepoužívání pesticidů a tzv. geneticky modifikovaných organismů (dále jen „GMO“). Tento typ zemědělství pak autoři označovali jako odlehčené ekologické zemědělství (*organic lite*). Změna v legislativě zapříčinila to, že ekologické zemědělství spojené s certifikací bio představovalo ty samé problémy, jaké mělo zemědělství před tím, než hnutí za ekologickým zemědělstvím vzniklo (Adams & Salois, 2010).

Vlivem zapojení korporátních společností do obchodu s ekologicky vyrobenými potravinami se ztratil jeden z hlavních záměrů ekologického zemědělství – **lokálnost výroby**. Dle Adamse a Saloise (2010) byla **lokálnost** jedna z **podružných motivací** pro vznik ekologického zemědělství. V momentě, kdy se ekologické zemědělství přetvořilo v pouhý nástroj marketingu velkých zemědělských korporací, se lidé obrátili k lokálnímu zemědělství. Lokální produkce sice neobsahovala aspekt šetrnosti k životnímu prostředí ve smyslu výroby, ale nabízela aspekt **přímého vztahu mezi výrobcem a spotřebitelem**. Spotřebitelé v lokálních potravinách hledali náhražku ekologicky vypěstovaných potravin, a to především v konceptu blízkosti, který byl přeložen v potravinových mílich. Koncept krátké vzdálenosti pro některé představovaly lepší reprezentaci udržitelnosti než logo biopotravin (Adams & Salois, 2010).

Adams & Salois (2010) dále představili porovnání tří kategorií – **lokální** (*local*), **hluboce ekologický** (*deep organic*) a **odlehčeně ekologický** (*organic lite*), kterými rozlišuje typ zemědělského systému na základě jejich analýzy. Hluboce i odlehčeně ekologické zemědělství jsou charakteristické tím, že nepoužívají pesticidy ani GMO; hluboce ekologické zemědělství dále nepožívá ani řadu dalších chemických látek a obecně je velmi ekologicky orientované a udržitelné, zatímco odlehčený typ „pouze“ dodržuje legislativu v minimálním množství za účelem používání značky bio. Tyto tři kategorie byly porovnány na základě 11 dimenzí od metod výroby až po dopad na místní komunity a farmáře.

První dvě kategorie (*local* a *deep organic*) mají hodně společných znaků – u obou kategorií se jedná o místní potraviny, nemají žádnou formální certifikaci a

často ani označení, mají blízký vztah k zákazníkovi, krátké potravinové míle a pozitivní dopad na místní komunity, farmáře, etické zacházení se zvířaty atd. V těchto charakteristikách se zároveň vyhraňuje od třetí kategorie odlehčeně ekologického zemědělství. Jediná dimenze, kde se výrazně odlišují všechny tři dimenze (kromě metod výroby, které je charakterizují jako kategorie) je **dopad na životní prostředí**. Hluboce ekologické zemědělství je motivováno šetrností k životnímu prostředí, v čemž se liší od lokálních potravin, které mají ve své podstatě stejný dopad na životní prostředí jako průmyslové zemědělství. Odlehčeně ekologické zemědělství je sice také motivováno šetrností k životnímu prostředí, ale jelikož zákon v USA není tak striktní, má tento typ zemědělství podobný dopad jako průmyslové zemědělství s výjimkou menšího znečištění vinou pesticidů (Adams & Salois, 2010).

Adams & Salois (2010) tedy posun v percepci lokálních potravin vidí v opozici k odlehčenému ekologickému zemědělství, respektive **industrializaci tohoto trendu**, který měl zůstat lokální a v malém měřítku. Tento trend dokazují mnohými studii, které se zaměřovaly na biopotraviny, lokální potraviny nebo obojí a kvantifikovali ho skrze ochotu platit (anglicky *willingness to pay*, neboli „WTP“), respektive částky, kterou je spotřebitel ochoten zaplatit za určité zboží. Na rozdíl od biopotravin nejsou lokální potraviny považovány spotřebiteli za drahé, přesto jsou však spotřebitelé ochotni si připlatit za lokální potraviny oproti potravinám, které běžně nakupují (Feldmann & Hamm, 2015).

Do konce 90. let minulého století studie zaměřené na lokální a ekologické produkty v USA často došly k závěru, že biopotraviny jsou vnímány pozitivněji než lokální potraviny, alespoň co se týče ochrany životního prostředí, zdraví nebo obecných charakteristik potravin, jako je cena, chuť, vzhled nebo čerstvost. Od konce 90. let se však tento trend obrátil, alespoň dle dostupných studií, a to nejen v USA, ale i v evropských zemích. S tím se zároveň zvýšila ochota připlatit si za lokální potraviny, a to právě pro hodnoty, které jim spotřebitelé přikládali – kvalita, čerstvost apod. Kromě těchto charakteristik se také začaly objevovat důkazy o tom, že **lokálním potravinám** lidé přisuzují i **pozitivní dopad na životní prostředí** a další společenské fenomény (Winter, 2003).

## 4 Teorie vysvětlující spotřební chování

Teorií vysvětlující spotřební chování je mnoho, avšak pro účely této práce budou zmíněny pouze ty, které spojují nákupní chování s **environmentálními postoji** a dalšími hodnotami asociovanými s konceptem lokálních potravin, popřípadě se přímo zabývají problematikou lokálních potravin. Dále budou zmíněny teorie, ze kterých vycházeli autoři výzkumu INHERIT, který tato práce také analyzuje.

S lokálními potravinami se pojí mnoho konceptů, jak je zřetelné z diskuzí, které jsou s tímto pojmem spojené. Jejich **definice** není jednoznačná, což umožňuje vytvořit si vlastní názor a spojovat si s nimi různé hodnoty a představy, které vyplývají z konotací nastíněných v předchozích kapitolách. Svým charakterem lokální potraviny představují jakýsi protipól globalizovanému trhu, který často v lidech vzbuzuje nepříjemné pocity odloučení a netransparentnosti. Lokální potraviny pak nabízí nejenom větší **transparentnost** a **blížeší vztah k producentovi**, ale také určitý návrat k ověřené **tradici**, které je možné **důvěřovat**. Kromě pocitové blízkosti nabízí také blízkost geografickou a vzbuzují představu, že jsou tím **šeternější k životnímu prostředí**. Aspekty ochrany životního prostředí, důvěry a další hodnoty spojované s lokální produkcí se mohou odrážet i v nákupním chování českých spotřebitelů, což bude konkrétněji analyzováno v empirické části.

Z těchto poznatků je dále zřejmé, že motivace ke koupi lokálních potravin mohou být jednak **hodnotově a relačně orientované** (blízkost, transparentnost, tradice, zdraví apod.), jednak orientované **pro-environmentálními postoji** (menší množství emisí, menší množství škodlivých látek v půdě apod.). V obou případech se jedná o soubor postojů, hodnot, představ a norem, které se mohou či nemusí projevit na skutečném spotřebním chování. Do rozhodování o koupi vstupuje totiž mnoho dalších faktorů a pro pochopení spotřebního chování je potřeba vysvětlit co největší variabilitu v tomto rozhodování.

Nesoulad mezi postoji (hodnotami, představami atd.) a chováním je častým předmětem vědeckého zkoumání, a existuje tedy mnoho teorií, které se zabývají vysvětlením spotřebního chování, např. *Theory of Reasoned Action* (Fishbein, 1979), *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *Theory of Practices* (Spaargaren, 2011), a to dokonce ve spojitosti s životním prostředím, např. *Attitude-*

*Behavior-Context Theory* (dále také jako „ABC teorie“ (Guagnano et al., 1995), *Value-Belief-Norm Theory* (dále také jako „VBN teorie“ (Stern et al., 1999), popřípadě *Alphabet Theory* (Zepeda & Deal, 2009), která spojuje tyto dvě teorie do jedné a obohacuje je o další prvky. Jelikož problematika lokální produkce úzce souvisí s představami o **ochraně životního prostředí**, pro další analýzy zvoleny ty teorie, které vytváří celistvější pohled na lokální produkci ve spojení s životním prostředím, tedy, VBN teorie, ABC teorie a *Alphabet Theory*. Všechny zmíněné teorie však vychází z tzv. nového environmentálního paradigmatu (dále také jako „NEP“) (Dunlap & Van Liere, 1978), proto je třeba nejdříve nastínit toto paradigma.

#### 4.1 *New Environmental Paradigm*

Nové ekologické paradigma vzniklo v 70. letech dvacátého století v reakci na tehdejší dominantní anti-ekologické společenské paradigma, které bylo spojené s **oddaností ekonomickému růstu** a prosperitě na úkor životního prostředí. S rozeznáním rizika se začalo mluvit o nutnosti **omezení růstu**, zachování rovnováhy s přírodou a odmítnutí antropocentrické představy, že příroda existuje pouze pro uspokojení lidských potřeb. Dunlap & Van Liere (1978) se proto zaměřili na to, jakým způsobem lidé vnímají a přijímají rizika ekologické katastrofy, která sice byla rozeznána akademickou obcí, ale nebylo jasné, jakým způsobem je přijímala obecná populace. Pro tento účel koncipovali škálu o 12 položkách jako nástroj pro měření souhlasu s novým ekologickým paradigmatem. Výroky měřily tři klíčové aspekty NEP – **postoj k limitu růstu, rovnováhu s přírodou a antropocentrický pohled na životní prostředí**.

Autoři dále úspěšně otestovali validitu škály jako vhodnou pro predikci environmentálního chování. NEP škála se ustálila jako nástroj pro měření ekologického smýšlení, a to nejen pro měření výhradně témat spojených s novým environmentálním paradigmatem, ale i dalších ekologických témat. Zároveň však autoři upozorňují na **rozdíl mezi postoji a chováním**, tedy že pro-environmentální postoj neurčuje angažovanost v pro-environmentálním chování. Tento aspekt ve své práci však dále nerozvíjí a ani svou teorii nezasazuje do sociálně psychologických teorií postojů a chování. O to se později pokusili další autoři, kteří formulovali zmíněné teorie – VBN teorie, ABC teorie nebo *Alphabet Theory* (Guagnano et al., 1995; Stern, 2000; Zepeda & Deal, 2009).

#### 4.2 *Teorie VBN a ABC*

*Value-Belief-Norm Theory*, neboli VBN teorie (Stern et al., 1999) se zabývá obecně pro-environmentálním chováním a je používána k vysvětlení **různých typů chování**, jako je aktivismus, aktivity ve veřejné sféře (např. podpora politických opatření), aktivity v soukromém životě (např. recyklace, nákup biopotravin) a chování v rámci organizace (např. prosazování energetických úspor).

Stern et al. svou teorii založili na třech teoriích – první z nich je již zmíněná teorie *New Environmental Paradigm* Dunlapa a Van Lierra (1978) (viz výše) a dvě další jsou teorie Schwartze *Value Theory* (1994) a *Norm-Activation Theory* (1977). *Value Theory* tvrdí, že hodnoty jsou základem chování. *Norm-Activation Theory* pracuje s konceptem aktivace morálních norem jedince ve spojitosti s **uvědoměním si důsledků** (*awareness of consequences AC*) pro jedince samotného a jeho okolí a **přijetí zodpovědnosti** (*ascription of responsibility AR*) za to, že jeho činy mohou zvrátit tyto důsledky. Spojením těchto teorií vznikla *Value-Belief-Norm theory*, která představuje kauzální vztah mezi aspekty z výchozích teorií, které vysvětlují vytváření postojů. **Hodnoty** (*values - V*) přímo ovlivňují **představy** (*beliefs B* – ty souhrnně zastupují poznatky z NEP a *Norm-Activation Theory*), které zpětně ovlivňují osobní **normy** (*norms - N*), které následně určují chování.

Tato teorie byla dále empiricky otestována, a přestože se ukázalo, že vysvětluje pro-environmentální chování lépe než jednotlivé teorie zvlášť, variabilitu spotřebitelského chování byla schopná vysvětlit pouze z jedné pětiny (Stern et al., 1999). Mezeru mezi postojovými složkami a chováním Stern (2000) vysvětluje tak, že postoje určují chování pouze za předpokladu, že neexistují žádné externí překážky či naopak usnadnění sledovaného chování. Sílu VBN teorie tak vidí v predikci pro-environmentálních postojů a pro predikci chování nabízí již zmíněnou *Attitude-Behaviour-Context Theory* (Guagnano et al., 1995). Dle ABC teorie postoje ovlivňují chování pouze v případě, že **kontextové složky** jsou **neutrální**. Jinými slovy, kontext může být důležitý oslabující faktor, který přepisuje důležitost postojů. Kontextem se zde míní např. politická opatření, regulace, náklady a další externí faktory.

#### 4.3 *Alphabet Theory*

Autoři *Alphabet Theory* (Zepeda & Deal, 2009) se ve svém výzkumu rozhodli otestovat relevanci obou zmíněných teorií *Value-Belief-Norm Theory*



(VBN) a *Attitude-Behavior-Context (ABC)* a odpovědět na otázku, co spotřebitele vede ke koupi lokálních či biopotravin, kterým se v poslední době dostává mnoho pozornosti a zvyšuje se jejich podíl na trhu. Autory zajímalo, jaké motivace je ke koupi těchto produktů vedou – **zdravotní** (především v případě biopotravin), **environmentální** (v obou případech) nebo **ekonomické** či **společenské** (především u lokálních potravin).

Pro vysvětlení motivací nákupu lokálních či biopotravin autoři provedli 25 polo-strukturovaných rozhovorů a respondentů se na jejich motivace zeptali. Respondenty následně rozdělili podle tří kategorií množství biopotravin, které obvykle nakoupí:

1. spotřebitel kupující **velké množství** biopotravin,
2. spotřebitel kupující **menší množství** biopotravin,
3. spotřebitel, který nekupuje **žádné** biopotraviny nebo velmi málo.

S respondenty diskutovali nad důvody kupovat či nekupovat, zdravotními aspekty, stereotypy, farmářskými trhy a dalším. Důvody koupě biopotravin byla především **absence pesticidů a hormonů**, dále například **kvalita a chuť**, boj proti úbytku půdy nebo vyšší nutriční hodnota. Naproti tomu nejčastější důvod proti koupi byla **vysoká cena**, dále **nedůvěra** v označení biopotravin, neznalost a další. Důvody koupě lokálních potravin byly rozmanitější, přičemž se jednalo převážně o **podporu lokální ekonomiky**, **nedůvěru** ve velké korporace, problémy spojené s dovozem, **kvalita a čerstvost** a další již méně diskutovaná témata, jako je bezpečnost, zacházení se zvířaty a pracovníky a další. Všichni respondenti této studie také navštívili **farmářské trhy**, a to především z důvodu přímého kontaktu s farmářem a čerstvosti nabízených potravin.

Výsledkem jejich analýzy bylo spojení elementů dvou zmíněných teorií (**VBN**: *value – V, belief – B, norms – N*; **ABC**: *attitude – A, behaviour – B, context – C*) a přidání dalších na základě jejich výzkumu **demografické ukazatele** (*demographics - D*), **znalosti** (*knowledge - K*), **hledání informací** (*information seeking - IS*) a **zvyk** (*habit - H*), což dohromady tvoří *VBN-ABC-D-K-IS-H*, neboli *Alphabet Theory*.

VBN a ABC teorie se v tomto případě ukázaly nápomocné, a to především v důvodech koupě/nekoupě biopotravin či lokálních potravin – nedůvěra v biopotraviny a velké korporace (VBN) a nedostupnost či vysoká cena (ABC).

Nedůvěra ve velké korporace se demonstrovala především v představě nekvalitního jídla, neboť korporace je dle jejich názoru hnaná pouze ziskem, neprojevuje zájem o životní prostředí, komunitu apod.

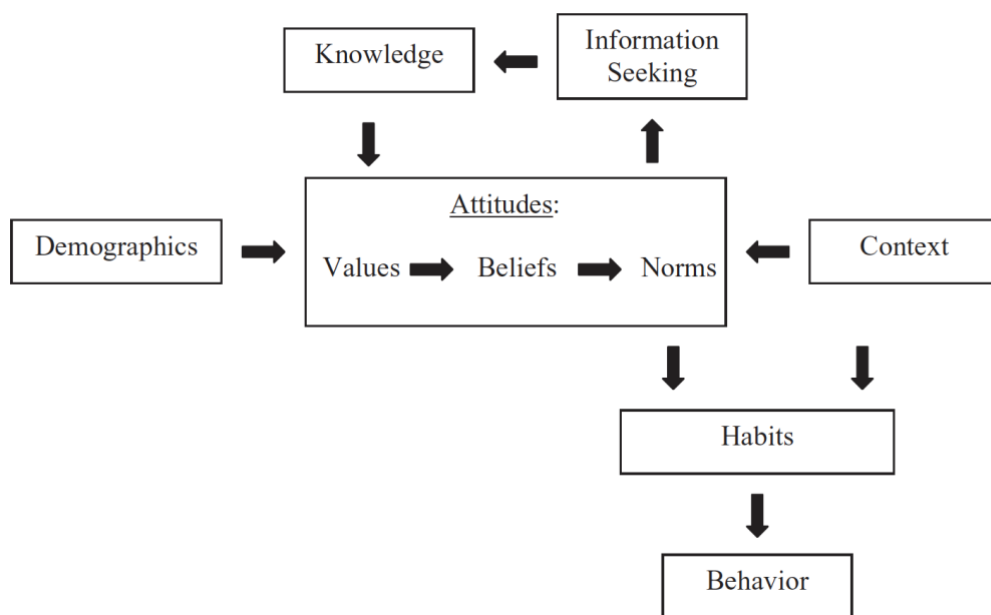
Celkově byla lokální produkce velmi **pozitivně vnímána**, což bylo založeno především na hodnotách, představách a normách (čerstvost, podpora komunity, lepší zacházení s pracovníky a se zvířaty). V některých případech se to pak odráželo i ve **větší ochotě platit** (WTP), což je v kontextu vysoké ceny za lokálních potravin zajímavé, neboť v případě biopotravin se tato ochota neprojevila. Tento aspekt tedy obzvlášť rozděloval biopotraviny a lokální potraviny, jelikož respondenti se odvolávali na lokální producenty s velkou důvěrou, zatímco biopotraviny pro ně představovaly velké korporace, kterým se nedá důvěřovat. Autoři dále přidali aspekt **znalosti a hledání informací**, který se v případě biopotravin ukázal jako podpora postojů (na rozdíl od vysoké ceny) a posiluje pro-environmentální postoje. Naproti tomu ti, kteří biopotraviny nekupují, o nich neprojevili příliš velkou znalost, což svědčí o tom, že znalost má vliv na spotřební chování.

**Demografické ukazatele** byly zkoumány především v souvislosti s WTP a znalostí. Autoři se zajímali o to, zda bude cena představovat menší problém pro **vysoko-příjmové** skupiny, což se však neprokázalo. Dále zkoumali vztah mezi stupněm **vzdělání** a znalostí. Kromě znalosti se autoři také zaměřili na vliv **zvyku**, který se projevoval v počtu navštěvovaných obchodů s potravinami, omezením ve stravě (vegetariánství, veganství apod.), ve stylu přípravy pokrmů (pokud vaří, případně kdy se naučili vařit – v dětství či v dospělosti, pro koho vaří apod.).

Zepedová a Deal (2009) úspěšně svůj model použili pro predikci motivace spotřebitele pro koupi lokálních a biopotravin (Obrázek 1). Zároveň se jim podařilo zvýšit predikční sílu předchozích modelů přidáním nových prvků.

Tento model sloužil jako inspirace k vytvoření dotazníku kvalitativního i kvantitativního šetření a bude dále využit při **vysvětlení nákupu lokálních potravin** v analytické části této práce jako podklad k výběru předpokladů nákupu lokálních potravin. Tato práce však nemá aspiraci model otestovat, jelikož výzkumná část vychází z dvou výzkumů, které nebyly explicitně zaměřeny na problematiku lokálních potravin, ale souvislosti s lokální produkcí byly přidány ve spolupráci s autorkou této práce.

Obrázek 1: Konceptuální rámec *Alphabet Theory* (Zepeda & Deal, 2009)



Demografické ukazatele nezmiňovali pouze autoři *Alphabet Theory*, ale i jiní výzkumníci. Ve spojitosti s demografickými ukazateli pak vykreslují spotřebitele lokálních potravin jako spotřebitele **staršího, bohatšího** a z **rustálních oblastí** (Feldmann & Hamm, 2015). Co se týče **věku**, vysvětlovali to hlavně tím, že starší lidé mají hlubší vztah ke svému rodnému regionu a jejich preference lokálních potravin je spojená i s vymezením vůči mladším ročníkům, kteří naopak preferují konvenční produkci. Dalším významným faktorem ovlivňujícím nákupní chování byl **gender** – u žen byl nákup pravděpodobnější, ovšem u mužů se ukázala větší ochota si za lokální potraviny připlatit (WTP) než u žen.

## 5 Situace v České republice

Koncept lokálních potravin je úzce spjatý s národní ekonomikou, jak vyplývá z již představené z taxonomie podle Eriksenové (2013), která geopolitické ohraničení vnímá jako příklad geografické blízkosti. V případě České republiky by tak lokální produkce znamenala výrobky vyrobené na území České republiky, popřípadě výrobky pro něj typické, a tedy výrobky s dlouhou tradicí.

### 5.1 *Současná legislativa a podpůrné programy*

Určení původu potravin je centrem diskuzí odborníků i veřejnosti, jelikož finální výrobek prochází několika fázemi, které mohou být vykonány na různých místech, a tedy i v různých zemích (například u masa mohou být zvířata chována v Německu, porážena v Polsku a zpracována v Česku). Ministerstvo zemědělství i z tohoto důvodu uděluje producentům různé **značky**, které spotřebiteli mají usnadnit orientaci ve velkém množství nabízených produktů (např. Klasa, Česká potravina, Regionální potravina nebo Biopotravina) (Ministerstvo zemědělství, b.r.). Označení **Česká a Regionální potravina** jsou pak ty, které se původem zabývají (na rozdíl od značky Klasa či Biopotravina, které se více zaměřují na kvalitu). Mimo zmíněných českých značek existují také evropské značky udělované Evropskou unií (Zaručená tradiční specialita, Chráněné označení původu, Chráněné zeměpisné označení).

Označení **Česká potravina** se uděluje dobrovolně jednak nezpracovaným produktům, které jsou ze 100 % z České republiky, jednak zpracovaným výrobkům, které jsou v součtu alespoň ze 75 % z českých surovin (Ministerstvo zemědělství, 2016). Nálepka **Regionální potravina** se uděluje na základě pravidelně vyhlašované soutěže a pro její získání daný výrobek musí „[...] být vyroben v příslušném regionu ze surovin z daného regionu, případně je-li to z objektivních důvodů nutné z tuzemských surovin. Podíl těchto surovin musí tvořit minimálně 70 %. Hlavní surovina musí být ze 100 % tuzemského původu. [...]“ (Ministerstvo zemědělství, 2012).

Značky jako Česká nebo Regionální potravina jsou využívány Ministerstvem zemědělství také pro propagaci českých výrobků a podporu české ekonomiky, což svědčí o tom, že naproti tomu, co tvrdí Vecchio (2009), i v Evropě se objevují snahy podpořit lokální ekonomiku skrze lokální potraviny. Mezi

kampaněmi se například objevoval apel na české občany podpořit české zemědělce v době, kdy bylo v Rusku na dovoz výrobků z EU uvaleno embargo a zemědělci hledali odbyt pro své výrobky (ČTK, 2014). Lokální výrobky byly také spojované se snížením nezaměstnanosti (Tiscali.cz, 2010). V souladu s tvrzením Vecchia (2009) ovšem kampaně často apelují na návrat k tradicím, přírodě a komunitě (např. kampaň Poznej svého farmáře).

Podmínky označení Česká či Regionální potravina jsou tak pravděpodobně nejbližší k definování lokálních potravin v českém kontextu, jiné legislativní vymezení v souvislosti s lokálními potravinami zatím není.

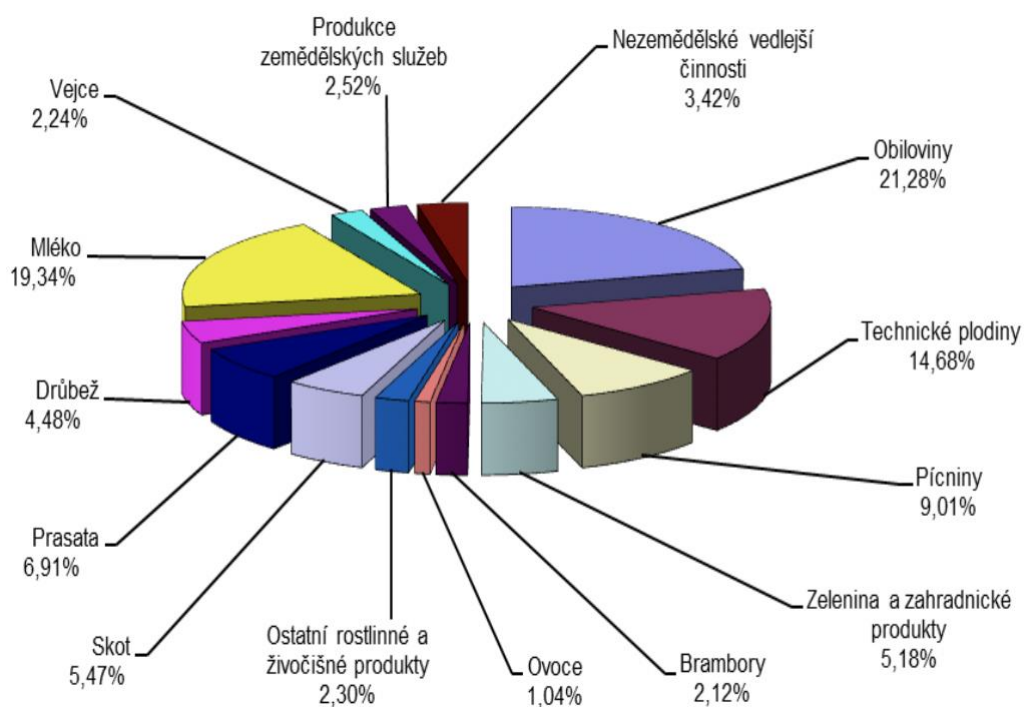
## **5.2 Potravin typické pro ČR**

V podmínkách České republiky, a tedy mírného pásma, jsme schopni vypěstovat jen některé produkty, přičemž v roce 2017 tvořily největší část produkce obiloviny (21 %), mléko (19 %) a technické plodiny (15 %). Z masa v podobné míře prasata (7 %), skot (6 %) a drůbež (5 %). Ze zeleniny a ovoce se nejvíce pěstovaly brambory (2 %), ovoce tvořilo pouze 1 % produkce (Obrázek 2). Z ovoce se konkrétně se v Čechách nejvíce spotřebuje jablek, švestek, broskví, hroznového vína a hrušek (ČSÚ, 2018b). Kromě brambor se u nás nejvíce pěstuje zelí, cibule, mrkev, okurky nakladačky, rajčata a další.<sup>4</sup> Zmíněné produkty by se tedy daly považovat za příklady potravin typické pro oblast Česka.

---

<sup>4</sup> Celer, petržel, hrách dřeňový, okurky salátové, kedlubny, květák a brokolice, kapusta, česnek.

**Obrázek 2: Struktura produkce zemědělského odvětví v ČR v roce 2017**



Zdroj: <https://www.czso.cz/csu/czso/souhrnny-zemedelsky-ucet-predbezne-vysledky-2017>

Jiné produkty se buď nedají vypěstovat v podmínkách klimatického pásma, popřípadě se jejich výroba nevyplatí. Obecně se po vstupu do Evropské Unie snížila poptávka po tuzemských výrobcích a nedá se říct, že by Česká republika byla soběstačná ve výrobě potravin a často se spoléhá na dovoz z jiných zemí, a to i pro výrobky, které je schopna vyprodukovat (ČSÚ, 2018a). Právě soběstačnost je často diskutovaným tématem a absence soběstačnosti je jedním z argumentů pro lokální produkci.

### **5.3 Výzkumy spotřebního chování v souvislosti s lokálními potravinami v České republice**

Lokální potraviny nejsou v České republice častým předmětem výzkumu veřejného mínění či většího výzkumu, ovšem i tak se téma lokálních potravin ve výzkumu objevuje. Ze strany akademického výzkumu, tedy především z výzkumů Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu, AV ČR, v.v.i., bylo téma potravin sice poměrně obsáhle zkoumáno, ovšem spíše v kontextu biopotravin, plýtvání potravin nebo dokonalých tvarů potravin. Tyto výzkumy vznikly v rámci výzkumného programu „Šetření postojů veřejnosti k problematice plýtvání potravinami“ podpořeného Strategii Akademie věd AV21 (AV ČR, v.v.i., b.r.).

Hnutí DUHA si v roce 2015 nechalo vyhotovit průzkum společností TNS Opinion na téma lokálních potravin, ovšem zajímavé je, že pro účely průzkumu definovali lokální potraviny jako „potraviny vyprodukované v místní oblasti způsobem šetrným k přírodě (za použití méně pesticidů, umělých hnojiv atd.).“ Není pak překvapivé, že došli například k závěru, že 62 % českých spotřebitelů si myslí, že lokální produkce je ekologická. Zároveň však došli i k závěru, že 65 % lidí si myslí, že místní produkce je příliš drahá nebo že 62 % lidí tvrdí, že nemají dostatek možností nakupovat místní jídlo či o tom nemají dost informací. Zároveň si 83 % myslí, že by vláda měla podporovat produkci a distribuci místních potravin (Hnutí DUHA, 2015).

Výzkumná agentura Nielsen Admosphere se v roce 2017 o lokální produkci také zajímala, přičemž v rámci výzkumu řešitelé porovnávali podíl lokálních a globálních značek u největších potravinových kategoriích v letech 2012 až 2017 a překvapivě došli k závěru, že se podíl příliš nezměnil. Je však nutno podotknout, že nebyly zařazeny kategorie jako pečivo nebo ovoce a zelenina, kde by se větší obliba českých produktů mohla prokázat více. „Z dvaceti kategorií zvýšilo podíl lokálních značek jen pět (máslo, mléko, jogurty, müsli tyčinky a těstoviny).“ (Hemolová, 2018).

Další výzkumná agentura, která se zaměřuje na průzkum trhu a která se zabývala tématem lokálních potravin, byla agentura IPSOS. Ta ve svém výzkumu z roku 2016 zjistila, že z českých produktů se kupují nejvíce takové potraviny, které jsou určené pro další zpracování (např. mouka, vejce, maso) nebo pro konzumaci (např. sýry, pivo, marmelády) – obojí se pohybuje kolem 70 %. Lokální ovoce a zeleninu kupuje nejčastěji 58 %. Dále tyto závěry rozvíjí s tím, že lidé u lokálních potravin dají hlavně na čerstvost, proto je to pro ně důležité u málo trvanlivých produktů. Silný faktor nákupu lokálních potravin je dle jejich výzkumu podpora místních producentů (62 %), případně znalost o původu (45 %), kvalita (36 %) nebo snižování uhlíkové stopy (15 %). Výzkum IPSOSu také naznačuje, že lokální potraviny jsou dražší než ostatní potraviny, což ovlivňuje jejich preference (IPSOS Ltd, b.r.). V rámci tohoto výzkumu se řešitelé odkazovali k fenoménu lokálních potravin různými způsoby. Jednak to bylo označení jako „tuzemský výrobek“, nákupy na „farmářských a regionálních trzích“, dále „potraviny z českých surovin či vyrobené v ČR“, či „místní plodiny (rajčata, meruňky, jablka, česnek apod.) v

čase sklízě, vlastní produkty“ a jednak jako „produkty od českých výrobců“ (IPSOS Ltd, b.r.). Tato různorodost definic je zajímavá, neboť to mohlo ovlivnit respondenty v jejich odpovědích a výsledky tak nemusí měřit ten samý konstrukt ve všech odpovědích.

Kromě výhradně českých výzkumů se tematika lokálních potravin objevila i v mezinárodním výzkumu Eurobarometer, a to ve více otázkách, ovšem relevantní pro tuto práci byla otázka na nákup lokální produkce v souvislosti s klimatickými změnami (TNS Opinion & Social, 2013). Respondenti byli tázáni, zda podnikli v posledních šesti měsících kroky k zamezení klimatických změn, přičemž jedna z položek byla zaměřená výhradně na lokální produkci či sezónní potraviny, na což kladně odpovědělo 29 % českých respondentů, což je o sedm procentních bodů méně než unijní průměr. V roce 2012 Eurobarometer obsahoval otázku na to, jak moc jsou různé faktory důležité při nákupu potravin, přičemž 73 % (65 % unijní průměr) českých spotřebitelů považovalo za velmi důležitý faktor kvalitu, 96 % považovalo za velmi důležitý faktor cenu (91 % unijní průměr) a 80 % považovalo důležité geografický **původ potravin** (unijní průměr 71 %). Zároveň pouze 15 % dotázaných kontroluje vždy značku kvality na potravinách (oproti 22 % unijní průměr) (TNS Opinion & Social, 2012).



## 6 Empirický výzkum

### 6.1 Předmět a cíl výzkumu

Cílem empirické části bylo především prozkoumat **významy a hodnoty**, které si čeští spotřebitelé s pojmem lokální potravina spojují. Dále porovnat tyto významy s vnímáním **biopotravin** a zhodnotit, do jaké míry jsou si tyto koncepty podobné. A nakonec prozkoumat vztah mezi **nákupem lokálních potravin** a vybranými faktory, které vyplývají z teoretické části (pro-environmentální postoj, zájem o původ potravin, vnímání kontextu, přisuzování různých hodnot, důvěra a demografické ukazatele).

Konkrétněji jsou cíle formulovány ve výzkumných otázkách.

- *Výzkumná otázka 1: Jaké významy čeští konzumenti přikládají pojmu lokální potravina?*
  - *A: Jak vnímají pojem lokální potravina.*
  - *B: Jak vnímají hodnoty spojované s lokální potravinou.*
- *Výzkumná otázka 2: Nakupují v ČR spotřebitelé častěji lokální potraviny než biopotraviny?*
- *Výzkumná otázka 3: Jsou s lokálními potravinami v ČR spojovány pozitivní významy, zatímco s biopotravinami spíše negativní?*
- *Výzkumná otázka 4: Souvisí vybrané demografické a socio-psychologické ukazatele s frekvencí nákupu lokálních potravin?*

Pro zodpovězení výzkumných otázek o tom, jak čeští spotřebitelé vnímají lokální produkci, bylo postupováno ve dvou fázích. **První fáze** byla explorativního kvalitativního charakteru, přičemž byly provedeny **polo-strukturované rozhovory** za účelem získání hlubší znalosti o problematice. **Druhá fáze** byla již kvantitativního charakteru, přičemž analyzována byla data z **dotazníkového šetření** populace České republiky ve věku 18-65 let reprezentativního na základě vybraných socio-demografických charakteristik (věk, kraj, velikost města bydliště, vzdělání, gender). Obě fáze probíhaly ve spolupráci s Centrem pro otázky životního prostředí (dále již „COŽP“), které provedlo dvě šetření zabývající se alespoň částečně tématem potravin. V prvním případě se jednalo o testování webové aplikace pro výpočet nutriční stopy přípravy a spotřeby potravin. V druhém případě o mezinárodní výzkum v rámci projektu INHERIT, který obecně řeší problematiku

spotřeby potravin, dopravu, životní prostředí a další témata týkající se udržitelné budoucnosti (Zvěřinová, Ščasný, & Máca, 2018). Analyzována byla pouze data pro ČR. Blíže budou tyto fáze popsány v odpovídajících kapitolách.

## 6.2 *Kvalitativní polo-strukturované rozhovory*

### 6.2.1 Metody výzkumu

Kvalitativní rozhovory se uskutečnily v období mezi červnem a zářím 2017 jako součást výzkumného projektu „Metodika stanovení nutriční stopy pro vyjádření environmentálních a zdravotních aspektů spotřeby potravin v ČR“ zaměřeného na šíření informací o environmentální stopě související s přípravou potravin (Kapitulčinová, Jelínková, Havránek, & Zvěřinová, 2017).<sup>5</sup> Rozhovor probíhal na základě polo-strukturovaného dotazníku na různá témata o aspektech spotřeby potravin, přičemž součástí dotazníku byly i **otázky související s lokální produkcí**, a to zejména na to, co pro dotázané lokální produkce znamená (o co se dle nich jedná, jak ji vnímají – pozitivně či negativně, jestli takové potraviny nakupují apod.). Dále byly zkoumány jejich názory na životní prostředí a jeho souvislost s produkcí, faktory ovlivňující nákup potravin a další otázky podrobně popsány a analyzovány v další kapitole.

Rozhovory byly nahrávány v audio podobě a následně přepsány do šablony v tabulkovém procesoru, kam byla přepsána shrnutí odpovědí respondenta ke každé otázce, případně doplňující komentáře či doslovné citace dotazovaného. Odpovědi týkající se lokální produkce byly dále podrobně analyzovány prostřednictvím procesu **kódování**, tedy na základě přiřazených klíčových slov pro snadnější práci s většími významovými celky, popřípadě dalšími technikami vhodnými pro analýzu kvalitativních dat, jako je barvení textu pro rozdělení pozitivně, negativně

---

<sup>5</sup> Projekt měl za cíl vyvinout online aplikaci výpočtu nutriční stopy s názvem „Kalkulačka nutriční stopy“ („Nutriční stopa - O projektu“, b.r.), která by umožnila vypočítat environmentální stopu receptu na základě uživatelem vložených hodnot. Jedná se o vzdělávací nástroj, který umožňuje i běžným uživatelům spočítat dopad výběru a přípravy konzumovaných potravin na životní prostředí. Před představením aplikace veřejnosti bylo nutné tento nástroj otestovat, což spočívalo ve vyzkoušení si webové aplikace – prohlédnutí si jednotlivých částí, zadání vlastního receptu a výpočtu jeho nutriční stopy pro odhalení případných problémů a nejasností pro dokončení vývoje tohoto nástroje. Před tímto testováním proběhl s každým testerem (respondentem) rozhovor o různých aspektech spotřeby potravin. Rozhovorů s testováním bylo uskutečněno celkem 17, přičemž část byla provedena autorkou této práce a část dalším tazatelem COŽP.

a neutrálně laděných odpovědí (Miovský, 2006). Důraz byl dáván především **různorodosti témat a pohledů** na lokální potraviny a souvisejícím konceptům, které by mohly ovlivňovat nákupní chování. Kódy odpovědí byly následně agregovány v obecnější celky (jako je např. ochrana životního prostředí, podpora lokální ekonomiky apod.).

### 6.2.2 Cíle kvalitativního šetření

Hlavním cílem dotazníkové části pro účely této práce bylo získat představu o tom, jak čeští spotřebitelé vnímají témata spojená s lokálními potravinami a životním prostředím. Konkrétně zjistit, co pro ně znamená pojem lokální potravina a co si o těchto potravinách myslí. Dále jak vnímají dopad potravin na životní prostředí obecně, ekologické zemědělství a další relevantní témata. Hlubkové rozhovory umožnily získat hodnotné poznání pro zodpovězení výzkumných otázek a tyto poznatky byly také využity při formulaci otázek do dotazníku kvantitativního šetření.

### 6.2.3 Výběr respondentů

Projekt, v rámci kterého rozhovory proběhly, byl zaměřen především na pedagogy základních a středních škol. Z tohoto důvodu bylo testování rozděleno do dvou fází – v první fázi kalkulačku testovali pedagogičtí pracovníci a v druhé fázi se zapojili spotřebitelé z obecné populace České republiky. Respondenti byli v první fázi vybíráni dle jejich afiliace k environmentální problematice – cílem bylo oslovit hlavně učitele středních škol, konkrétně školní koordinátory environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty, kteří by mohli tento nástroj použít při výuce. Jednalo se o specifickou skupinu odborníků, kteří měli dobrou představu o tématech spojených s životním prostředím, a jejich názory tak mohou být velmi odlišné od běžné populace. Odpovědi respondentů z této fáze proto analyzovány nebyly (celkem sedm rozhovorů), ovšem v potaz byly brány jejich připomínky k samotné formulaci otázek a obsahu odpovědí.

Ve druhé fázi byli respondenti vybíráni na základě čtyř kritérií – vzdělání, věk, místo bydliště a pohlaví. Cílem bylo najít co nejvíce různorodější respondenty dle těchto kritérií, aby se pokryla co nejvyšší názorová variabilita, která může být ovlivněna právě těmito charakteristikami. Celkem se jedná o deset rozhovorů a odpovědi z této fáze jsou analyzovány v dalších částech této práce.

#### 6.2.4 Struktura rozhovorů

Rozhovor probíhal dle předem připravené struktury, která však nebyla pevná. Jednalo se tedy o polo-strukturovaný rozhovor a respondenti měli prostor pro komentáře. Rozhovor měl několik částí – první část rozhovoru byla zaměřená na otázky ohledně spotřeby potravin a spotřebních návyků respondentů. V druhé části se respondenti seznamovali s aplikací ve webovém rozhraní internetového prohlížeče. Druhá část sloužila pro řešitele projektu a nebude v rámci této práce dále analyzována.

Témata se v první části zaměřovala především na tyto oblasti:

- **faktory ovlivňující výběr** potravin při nákupu a přípravě pokrmů,
- **lokální potraviny** (povědomí, vnímání významu, spotřební chování),
- **ekologické zemědělství, biopotraviny** (povědomí, percepce, spotřební chování),
- **obecně dopad spotřeby potravin na životní prostředí** (povědomí o dopadu, řetězec spotřeby, individuální pocit zodpovědnosti),
- **další témata**, která v této práci dále nebudou pro jejich nízkou relevanci cílům práce analyzována (chov zvířat, pěstování rostlin, maso a další).

#### 6.2.5 Popis vzorku respondentů

Celkem bylo osloveno deset respondentů z obecné populace, čtyři ženy a šest mužů ve věkovém rozmezí 18-58 let. Průměrný věk respondentů byl 35 let (Tabulka 1).

**Tabulka 1: Charakteristiky respondentů z kvalitativního šetření**

ID	Kraj	Pohlaví	Věk	Nevyšší dosažené vzdělání
P1	Jihomoravský	Žena	24	SOŠ s maturitou a konzervatoře
P2	Jihočeský	Žena	38	VŠ (Mgr., Ing.)
P3	Vysočina	muž	30	SOŠ s maturitou a konzervatoře
P4	Vysočina	muž	27	VŠ (Mgr., Ing.)
P5	Pardubický	muž	48	Vyučení bez maturity
P6	Praha	žena	25	VŠ (Mgr., Ing.)
P7	Praha	muž	18	ZŠ
P8	Praha	muž	33	VŠ (Bc.)
P9	Středočeský	muž	50	Vyučení bez maturity
P10	Ústecký	žena	58	SOŠ s maturitou a konzervatoře

#### 6.2.6 Doplnující informace k analýze rozhovorů

Rozhovor byl vždy uveden tak, že se jedná o otázky týkající se spotřeby potravin obecně. Zaměření na lokální potraviny nebylo explicitně zmíněno, a ne všechny otázky byly zaměřeny výlučně na lokální produkci. Výsledky z rozhovorů jsou brány spíše jako orientační výzkum před provedením kvantitativního šetření a nerepresentují názory obecné populace. Nevýhody kvalitativního přístupu zahrnuje to, že výstupy nelze systematicky popisovat, ověřovat či klasifikovat. Epistemologický postoj výzkumníka pak zahrnuje interpretování reality, kterou s respondentem spoluvytváří. Na druhou stranu má potenciál nacházet nové a netradiční myšlenky z hlubokých a bohatých dat (Miovský, 2006).

Odpovědi jsou strukturovány dle pokládaných otázek. Obvykle respondenti nehovořili o tématech, které by v dotazníku nebyly obsaženy, ovšem ne zřídka se zmiňovali o začleněných tématech sami od sebe, přestože nebyli v daný moment na téma přímo tázáni. Mezi tato témata se řadila především: **lokální potraviny a doprava** (problémy související s dovozem potravin ze zahraničí), **plýtvání potravin** nebo **zbytečné plastové obaly** na potraviny. K zodpovězení otázek přistupovali respondenti různě, někteří své odpovědi sami od sebe do hloubky rozebírali a někteří pouze stručně odpovídali na dané otázky a neměli zájem své odpovědi rozvíjet. Výpis otázek a stručný výpis jejich odpovědí se nachází v příloze 1 (Tabulka 17).

#### 6.2.7 Analýza odpovědí

Respondenti byli na začátek dotázáni, **čím se řídí při výběru a přípravě potravin**. Co se týče nákupu, jednoznačně nejvíce byla zmiňovaná **cena**, dále pak

**původ, složení a vzhled.** V přípravě jídla se respondenti řídí především **chutí, zdravím, složením, dostupností** nebo **tím, pro koho vaří.** Méně častěji byly zmiňovány faktory jako **kvalita, sezónnost** či **náročnost přípravy.** Již zde se tedy objevil koncept související s aspektem lokálnosti, a to zájem o **původ** potravin.

V další otázce již byli respondenti na lokální produkci dotázáni přímo, a to konkrétně na to, **zda o lokální či místní produkci slyšeli a co si o ní myslí.** Je zajímavé, že všichni respondenti o lokálních potravinách slyšeli. Zároveň se vyjadřovali velmi pozitivně, přičemž se často odvolávali k **tradici, podpoře lokální ekonomiky** či **ochraně životního prostředí** (respondent P2: „[...] v práci to propagujeme spolu s ochranou životního prostředí a podporou místních českých zemědělců.“). Dále je označovali za **dobré, správné, prospěšné** či **hezké.** Tři respondenti se vyjádřili odlišně, avšak ne negativně. Spíše neutrálně poznamenali, že kdysi to bylo běžné, nebo že dnes je **problém s dostupností** a hledat lokální potraviny **zabere čas.**

Další otázka byla zaměřená na to, **co pro ně samotné znamená, když se mluví o lokálních potravinách.** Nejčastěji by respondenti za lokální potraviny označili produkty **typické pro oblast** (např. brambory nebo jablka). Pokud zmínili geografické ohraničení, v největší míře šlo o **kraj** či **okres**, místo bydliště v **okruhu desítek kilometrů** nebo celou **Českou republiku.** V jednom případě respondent zmínil **potraviny přímo od farmáře.** Kromě tří také všichni potraviny z **lokální produkce kupují,** pokud mají příležitost.

Když se respondenti měli vyjadřovat **o ekologickém zemědělství či biopotravinách,** byli o něco kritičtější. Čtyři respondenti se vyjádřili kladně, přičemž dva z nich odkazovali na stránku **udržitelnosti** tohoto typu zemědělství pro budoucí generace, jeden to hodnotil jako dobrou **alternativu k mainstreamovému zemědělství** a jeden zmínil **vyšší kvalitu** potravin bez chemického ošetření. Zbytek respondentů měl na biopotraviny a ekologické zemědělství rozpolcený názor. I přesto, že vnímali některé kladné aspekty biopotravin (**vyšší kvalitu, etické zacházení se zvířaty, bez chemikálií, zdravější**) a myšlenku biopotravin jako takovou vesměs chválili, zmínili také ty negativní (**vyšší cena, nepravdivé označování potravin, které nejsou bio, dlouho neudržitelné**) a vyjádřili pochybnost v biopotraviny celkově. Čtyři odpovědi byly explicitně negativní. Všichni tito respondenti vyjádřili k

biopotravinám **nedůvěru**, a to především v tom smyslu, že nevěřili tomu, že výrobky neobsahují chemikálie (respondent P2: „Biopotraviny rozhodně nejsou zdravější než normální potraviny, obsahují spoustu mikro toxinů a dalších látek. Ve velkém množství se o biopotravinách nedá mluvit – rozdíl je vypěstování na vlastní zahradě.“, respondent P5: „Nevěřím tomu, musí se používat chemie“, respondent P9: „Je to mýlka lidí – zemědělci používají chemii, aby to dostalo nálepkou bio.“, respondent P3: „[...] je jedno, jestli je to bio, chemie se do toho dostane i deštěm.“).

Dále byli respondenti dotázáni, **zda biopotraviny kupují**. Pouze dva respondenti biopotraviny nakupují cíleně, zbylí respondenti je buď nenakupují vůbec, nebo je nakupují pouze příležitostně. Důvodem je především **vysoká cena**. Pokud je nakupují, potom spíše svátečně, popřípadě pouze některé potraviny, jako bio citrony, z nichž je možné použít k přípravě pokrmů chemicky neošetřenou kůru.

V závěru rozhovoru následoval blok otázek, který se týkal **dopadu potravin na životní prostředí obecně**. Nikdo z respondentů dopady potravin nijak nepopíral či nezlehčoval, jeden se však o nich vyjádřil jako o neodvratných. Konkrétní příčiny dopadu potravin na životní prostředí, které zmiňovali, byly různorodé. Nejčastěji **plýtvání potravin** (zbytečné vyhazování) spojené s vysokou spotřebou v západních zemích, **dopravu** (dovoz potravin z dalekých zemí), **ošetřování půdy, sjednocování plodin na polích** (nízká diverzifikace), vliv na **život zvířat** (vymírání druhů), problémy spojené s **velkochovy** a další.

Další otázka směřovala na informovanost respondentů ohledně **dopadu spotřeby na životní prostředí**, respektive o jakých tématech v souvislosti s tímto tématem slyšeli či četli. Zde se do jisté míry opakovala témata z předchozí otázky, dále **maso, exotické plodiny, GMO, řepka** a další. Pro doplnění byli respondenti požádáni, aby se zamysleli nad tím, které potraviny mají negativnější dopad než jiné. Nejčastěji bylo opět zmiňováno maso, dále se opakoval problém **dovozu exotických potravin**.

Kromě dopadu spotřeby potravin obecně byla ještě zařazena otázka na **dopad jednotlivých částí řetězce potravin**, tedy proces od výroby, přes distribuci až po spotřebu potravin. Pět respondentů se nevyjádřilo konkrétně či o dopadu jednotlivých částí řetězce nic neslyšeli. Tři respondenti jmenovali **dopravu** jako nejzávažnější část řetězce a zbylí respondenti jmenovali po jednom další důvody, jako maximální využití půdy, velkovýroba, chemické postřiky, maso, distribuce,

dopad na kvalitu života producentů potravin či oddělení jednotlivých částí řetězce, tedy že se vyrábí se jinde, než se zpracuje, distribuuje a spotřebovává.

Poslední dvě otázky z tohoto bloku se zaměřovaly na možná řešení, a tedy snížení dopadu potravin na životní prostředí. V první z těchto otázek byli respondenti dotázáni, **zda by bylo možné dopad nějak snížit, popřípadě jak**. Kromě jednoho respondenta o tom byli všichni přesvědčeni, přičemž kromě jednoho se všichni vyjádřili i k tomu, kde by měla ležet iniciativa ke změně. Jeden respondent zodpovědnost přisuzoval **státu**, další očekával konání od **producentů či distributorů** a dva od **spotřebitelů samotných**. Zbylí respondenti viděli změnu **v soběstačnosti lokální produkce**, a tedy jak ze strany spotřebitele, tak ze strany producenta. Stát by v tomto případě fungoval jako podpůrná síť, která by pomáhala komunitám soběstačnost udržet. V této otázce se tedy opět ukázal aspekt lokální produkce jako určitá cesta k omezení negativního dopadu na životní prostředí. Sedm respondentů vidělo možnost snížení dopadu ve větším **důrazu na lokální produkci**, spotřebu potravin v místě výroby, soběstačnost apod. Druhým nejčastějším návrhem bylo **hospodárnější využití a neplýtvání potravinami** (efektivnější distribuce), poučení spotřebitelů, omezení škodlivých látek ve výrobě a další.

Poslední otázka byla zaměřena konkrétně na **příspěvní jednotlivce k řešení environmentálních problémů spojených se spotřebou potravin**, přičemž většina respondentů zastávala názor, že přispět mohou, avšak tři z nich poznamenali, že změna musí přijít na celospolečenské úrovni. Jeden respondent nevěřil tomu, že by jedinec měl jakýkoliv vliv na řešení tohoto problému.

Pokud uvedli respondenti nějaký způsob, jak by jedinci mohli přispět, jednalo se ve stejné míře po dvou respondentech o cestu **lepšího hospodaření a nakupování lokálních potravin**. Jako možné síly proti byly zmíněny **protichůdné názory expertů a ekonomika**, která řídí produkci. Druhé jmenované však souvisí s tím, že je nutná změna na celospolečenské úrovni, a tedy i ze strany politické reprezentace, tak ze strany producentů či distributorů.

#### 6.2.8 Výsledky kvalitativního šetření

Přestože rozhovor nebyl primárně o lokálních potravinách a ani tak nebyl respondentům prezentován, témata úzce související s lokálními potravinami se objevovala často v rámci celého rozhovoru, a to i samovolně u otázek, které se



explicitně lokální produkci nevěnovaly. Postoje k potravinám vyrobené lokálně byly většinou velmi pozitivní a často také tento typ produkce a spotřeby figuroval jako jedna z možností řešení problému dopadu potravin na životní prostředí.

Rozhovory také nabídly cenné poznatky k některým výzkumným otázkám, a to především k otázce **vnímání lokálních potravin a porovnání s biopotravinami**. Dále také k tématu dopravy a potravinových milí či jak je lokální produkce spojena s otázkami ochrany životního prostředí.

- Výzkumná otázka 1: Jaké významy čeští konzumenti přikládají konceptu lokálních potravin?

- A: Jak vnímají pojem lokální potravina.

I na takto malém vzorku se ukázalo, že spotřebitelé přikládají pojmu lokálních potravin odlišné významy. Respondenti považují za lokální potraviny vypěstované podle **geografické určení**, přičemž jmenovali různé vzdálenosti, ať už pevně dané (kraj, okruh desítek kilometrů, hranice České republiky) či relativní (produkty typické pro oblast). Pouze v jednom případě byla zmíněna **relační dimenze** lokálních potravin v podobě výrobků „přímo od farmáře“.

- B: Jak vnímají hodnoty spojované s lokální potravinou.

Co se týče **hodnot**, které lokálním potravinám přikládají, nejčastěji se objevovala **tradice, podpora lokální ekonomiky** či **ochrana životního prostředí**, a to hlavně v kontextu potravinových milí. Obecně měli téměř všichni dotázaní pozitivní postoj k lokální produkci a někteří ji zmiňovali jako jeden z nástrojů ochrany životního prostředí, přičemž kromě problému dopravy dále vyzdvihovali šetření plastových obalů, které u lokální produkce nejsou tak potřebné.

- Výzkumná otázka 3: Jsou s lokálními potravinami v ČR spojovány pozitivní hodnoty a postoje, zatímco s biopotravinami spíše negativní (např. nedůvěra)?

Zatímco u lokální produkce projevovali všichni respondenti vesměs pozitivní postoje, u biopotravin byli respondenti vyhraněnější a část z nich je vnímala spíše negativně. V případě lokálních potravin vesměs všichni respondenti jmenovali převážně pozitivní hodnoty, jako je **tradice, podpora lokální ekonomiky** či **ochrana životního prostředí**. Dále je obecně hodnotili pozitivně jako **dobré, správné, prospěšné** či dokonce **hezké**. Ani jeden z dotázaných neměl k lokálním potravinám negativní postoj, a pokud nebyl vyloženě pozitivní, byl spíše

nevyhraněný a týkal se kontextuálních problémů spojených s lokální produkcí, jako je **špatná dostupnost** lokálních potravin.

Biopotravinám byly také přikládány pozitivní vlastnosti odkazující především ke **zdraví** a **ochraně životního prostředí**, ovšem názory byly v tomto případě vyhraněnější než v případě lokálních potravin. Respondenti většinou chválili samotný koncept biopotravin, ale nesouhlasili s tím, jakým způsobem funguje jejich certifikace a vyjadřovali **pochybnosti** ohledně jejich označení a složení.

Nedá se tedy říct, že by lokální potraviny byly protipólem či náhražkou biopotravin, avšak dá se mluvit o menší **vyhraněnosti názorů** u lokálních potravin a **nedůvěře** v institucionalizaci biopotravin (značky, certifikace), alespoň co se týče respondentů tohoto šetření. Důvody koupě lokálních potravin se v odpovědích respondentů příliš nezaměňovaly s důvody pro koupi biopotravin. Ochrana životního prostředí souvisela v případě lokálních potravin především s otázkou dovozu, který byl jmenován většinou respondentů v průběhu rozhovoru. Ostatní zmíněné významy byly spíše obecné (dobré, správné), což značí o obecně pozitivním vztahu k lokálním potravinám, který není jasně definovaný objektivními charakteristikami, jako spíš pocity a představami.

Porovnání biopotravin a lokálních potravin je shrnuto v tabulce (Tabulka 2).

**Tabulka 2: Srovnání lokálních potravin a biopotravin dle výsledků kvalitativních rozhovorů**

	<b>Lokální potraviny</b>	<b>Biopotraviny</b>
Vnímání významu konceptu	potraviny vyrobené v daném kraji či okresu, okruhu desítek kilometrů, v České republice přímo od farmáře	potraviny vyrobené bez pesticidů a chemikálií alternativa k mainstreamovému zemědělství
	pozitivní percepce	vyhraněnost názorů
Hodnoty a postoje, jmenované klady a záporny	+ tradice, ochrana životního prostředí (není potřeba překonávat vzdálenosti, neoddělují se části řetězce), prospěšnost, podpora lokální ekonomiky, obecně podpůrné postoje (dobré, správné), národní soběstačnost  - špatná dostupnost, hledání zabírá čas	+ udržitelnost, vysoká kvalita, zdraví, etické  - příliš drahé, nedůvěra (označení, složení)
Nákupní chování	ano, pokud je to možné	pouze svátečně či vybrané zboží (citrony)
Souhrn	méně vyhraněné názory = abstraktnější postoje více pozitivních vlastností	vyhraněnější názory = konkrétnější postoje více negativních vlastností
	větší důvěra	větší nedůvěra

## 6.1 *Analýza dat z kvantitativního šetření*

V této části budou představeny vybrané výsledky dotazníkového šetření pro populaci České republiky ve věku 18-65 let reprezentativního na základě vybraných socio-demografických charakteristik (věk, kraj, velikost města bydliště, vzdělání, gender). Nejdříve bude blíže popsán výzkum, ze kterého tato práce vychází. Následně bude pokračovat samotná analýza dat zaměřená na problematiku lokálních potravin a přidružených témat, která byla představena v teoretické části. Pro tento účel bude využito různých statistických metod, které zahrnují především deskriptivní statistiky, shlukovou analýzu, explorační a konfirmační faktorovou analýzu, neparametrické testy stejnosti průměru a rozptylu a logistickou regresi.

### 6.1.1 Představení výzkumu a jeho cíle

Výzkum INHERIT (*INter-sectoral Health Environment Research for InnovaTions*) je mezinárodní projekt financovaný Evropskou Unií a jeho hlavním cílem je určit možnosti změn v životních stylech a vzorcích chování pro podpoření přeměny společností ve zdravější, rovnější a udržitelnější (Zvěřinová et al., 2018). Jako krok ke splnění tohoto cíle bylo v období mezi červencem a srpnem 2018 provedeno dotazníkové šetření v pěti evropských zemích – v České republice, Španělsku, Lotyšsku, Portugalsku a Velké Británii. Výsledkem jsou data pro populaci těchto zemí ve věku 18-65 let reprezentativního na základě vybraných socio-demografických charakteristik (věk, kraj, velikost města bydliště, vzdělání, gender). Obsahují odpovědi na různorodá témata z oblasti **spotřeby potravin, dopravy a ochrany životního prostředí**.

Pro účely této práce byly do dotazníku zahrnuty i některé **otázky týkající se lokálních potravin**, ovšem jelikož se jednalo o tematicky velmi obsáhlý dotazník, tvořily spíše okrajovou část výzkumu. Nejedná se tedy o výzkum zaměřený pouze na toto téma, a následující analýza tak také netvoří komplexní pohled na lokální potraviny. Spíše nabízí **vhled do vybraných oblastí**, které byly zmiňovány v teoretické části, jako je **vnímání významu, porovnání s biopotraviny, zájem o původ potravin, souvislosti s životním prostředím** aj. Analýza je zaměřená pouze na data za Českou republiku a na specifické otázky spojené s cíli této práce. Použité metody zahrnují jednorozměrné i vícerozměrné statistické techniky vhodné pro kvantitativní analýzu, které byly provedeny téměř

výhradně ve statistickém programovacím jazyku **R**. Graficky byla data zpracována také v tomto prostředí, popřípadě v softwaru **Tableau**.

### 6.1.2 Popis výzkumného souboru

Kompletních dotazníků bylo sebráno celkem 2138 (212 v pilotní studii a 1926 v hlavní vlně), z čehož bylo pro účel co nejvyšší kvality dat vyřazeno 119 dotazníků, které měly příliš krátký celkový čas vyplnění<sup>6</sup> (Zvěřinová et al., 2018) (Tabulka 3).

**Tabulka 3: Počet vyplněných dotazníků**

Typ	počet dotazníků
Pilotní studie	212
Hlavní vlna	1926
Vyloučené dotazníky ( <i>speeders</i> )	-119
<b>Celkem (bez <i>speeders</i>)</b>	<b>2019</b>

Pro výběr respondentů byl zvolen **kvótní výběr**. Tento způsob výběrového šetření je obecně poměrně problematický, ovšem byl zvolen především z toho důvodu, že finanční náročnost je výrazně nižší než u stratifikovaného pravděpodobnostního výběru.<sup>7</sup> Jako kvótní znaky byly zvoleny následující demografické charakteristiky: **věk, kraj, velikost místa bydliště, gender a vzdělání**. Výsledný datový soubor respondentů pro Českou republiku odpovídal kvótnímu výběru pro ČR dle Eurostatu<sup>8</sup>, a nebylo proto nutné použití vah. Rozdělení datového souboru do kvót se nachází v příloze 2 (Tabulka 18).

<sup>6</sup> Respondenti s příliš krátkým časem vyplnění dotazníku (tzv. *speeders*) byli autory definováni jako ti, kteří měli čas vyplnění kratší než 48 % mediánu intervalů vyplnění všech dotazníků rozdělených do skupin dle země, kategorizovaného věku a kategorizovaného vzdělání. Dále také podle toho, zda se jednalo o dotazník před či po zkrácení. Zkrácení se uskutečnilo v průběhu šetření z důvodu velmi obsáhlého dotazníku (Zvěřinová et al., 2018).

<sup>7</sup> U kvótního výběru sice také vybíráme dle stratifikačních proměnných, tzv. kvótních znaků, ovšem na rozdíl od stratifikovaného (oblastního) pravděpodobnostního výběru nevybíráme uvnitř oblastí náhodně. Výběr, který není náhodný, pak s sebou nese mnohé komplikace, jako je tzv. skupinkový efekt, efekt vychýlení aj. (Řehák, 1979).

<sup>8</sup> Kvóty byly stanoveny dle Eurostatu pro rok 2017 (Zvěřinová et al., 2018).

Pro zaznamenání odpovědí byl použit **webový dotazník**, který poskytuje možnost komplikovanějších experimentálních návrhů a randomizací.<sup>9</sup> Z použité metody však vyplývají určité limity, které je třeba zmínit. Webové nástroje jednak znemožnily zapojení respondentů bez internetu, který byl pro vyplnění potřeba. Šetření INHERIT se vzhledem k cíli výzkumu zjistit potenciál a bariéry změny spotřebních vzorců do vzdálenější budoucnosti zaměřilo pouze na respondenty ve věku 18-65 let, u kterých je pravděpodobnost přístupu k internetu obecně velmi vysoká.<sup>10</sup>

### 6.1.3 Struktura dotazníku

Dotazník na začátku obsahoval otázky pro kvótní výběr a pokračoval otázkami rozdělenými do několika větších tematických celků – **doprava a pohyb, stravování, životní styly, budoucí scénáře a životní prostředí**. Na konci dotazníku byly pak otázky na další sociodemografické a socioekonomické ukazatele, které již nebyly obsaženy v kvótách. Otázky, které budou v této práci dále analyzovány, se nacházely především v sekci stravování a životní prostředí. Kompletní struktura dotazníku a další informace k otázkám jsou dostupné v oficiální výzkumné zprávě s názvem *Barriers and Potential for Adopting Healthier, More Equitable and Environmentally Friendly Solutions Identified in a Five-Country Survey* (Zvěřinová et al., 2018).

Pro svou obsáhlou byl dotazník v průběhu výzkumu rozdělen do dvou verzí, přičemž část dotazníku byla oběma verzím společná a část dotazníku byla pouze v jedné či druhé verzi. Asi polovina respondentů odpovídala na otázky z první verze a druhá polovina na otázky z té druhé. Část otázek týkajících se lokální produkce byla ve společné části obou verzí, část byla pouze v jedné z nich. Verze byly

---

<sup>9</sup> Ze zadávací dokumentace projektu: „Rekrutace respondentů byla provedena z aktivně spravovaného panelu pro příslušnou zemi, tj. panelu, ve kterém je identita respondentů ověřována při rekrutaci a případně během účasti respondenta v panelu (např. otázky ve výzkumu, které kontrolují některé z ukazatelů uvedených v registračním dotazníku, probíhá telefonická kontrola nebo kontrola unikátnosti uváděného čísla bankovního účtu), a ve kterých je kontrolováno, že každý respondent může uskutečnit nejvýše 2 průzkumy týdně, celkově však maximálně 36 průzkumů ročně.“ (Univerzita Karlova, 2018)

<sup>10</sup> V České republice je penetrace uživatelů ve věku do 65 let obecně velmi vysoká – Eurostat v roce 2017 zkoumal používání internetu a došel k závěru, že 91 % jedinců ve věku mezi 25 a 64 lety a 98 % jedinců ve věku mezi lety 20 a 24 lety použili internet v intervalu tří měsíců předcházejících datu měření (Eurostat, 2018).

respondentům náhodně přiřazeny na začátku dotazníku a obě vyhovují kvótnímu výběru (Tabulka 18 v příloze 2).

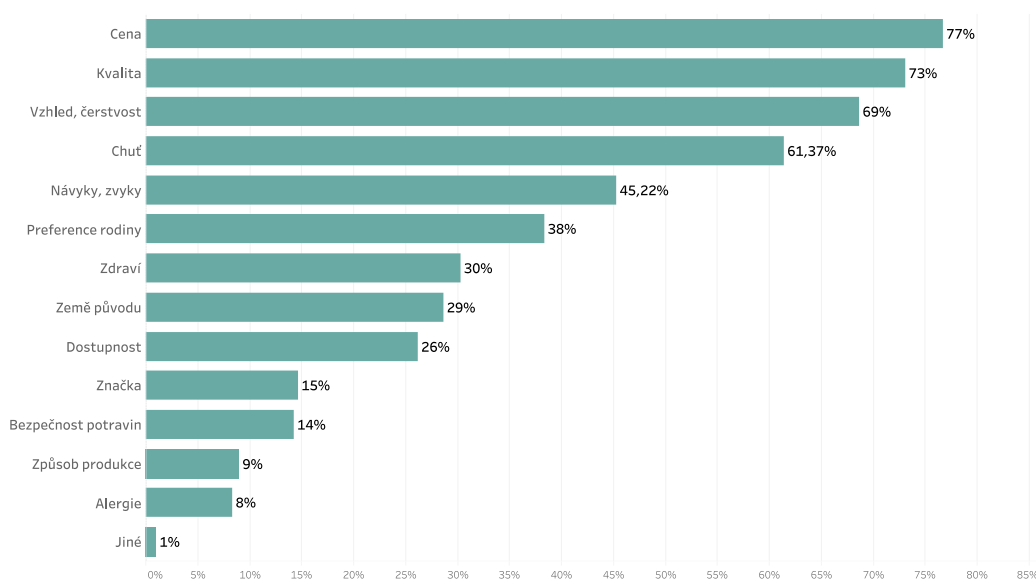
#### 6.1.4 Analýza otázek týkající se spotřeby potravin

V této kapitole budou popsány otázky týkající se spotřeby potravin obecně a otázky týkající se spotřeby lokálních potravin. Otázky byly formulovány podobně jako v dotazníku polo-strukturovaných rozhovorů. Nejednalo se však o otevřené otázky, nýbrž o uzavřené. Sady možností odpovědí byly nastavené dle odpovědí z kvalitativních rozhovorů nebo dle designu celého dotazníku. Respondenti byli tázáni obecně na to, **podle čeho se řídí** při nakupování potravin a **jak často nakupují** lokální a jiné potraviny.

##### 6.1.4.1 Faktory výběru potravin

Respondenti byli dotázáni na to, **co je nejvíce ovlivňuje při výběru potravin**. Podobně jako tomu bylo v rozhovorech, nejvíce jmenovaným faktorem byla **cena** (77 %). Další nejvíce jmenované faktory byly **kvalita** (73 %), **vzhled** (69 %) a **chut'** (61 %). Již méně respondenti jmenovali faktory jako návyky, preference rodiny, zdraví, země původu potravin nebo dostupnost potravin (ve všech případech méně než polovina dotázaných). Nejméně jmenované faktory (méně než třetina respondentů) byly značka, bezpečnost, způsoby produkce nebo alergie.

**Graf 1: Faktory výběru potravin<sup>11</sup>**



V průměru respondenti označovali pět různých faktorů, které je při nákupu ovlivňují (většina jmenovala mezi čtyřmi a šesti faktory). Pouze jedno procento respondentů volilo možnost „jiné“, což svědčí o dostatečném výčtu uzavřených možností odpovědí.

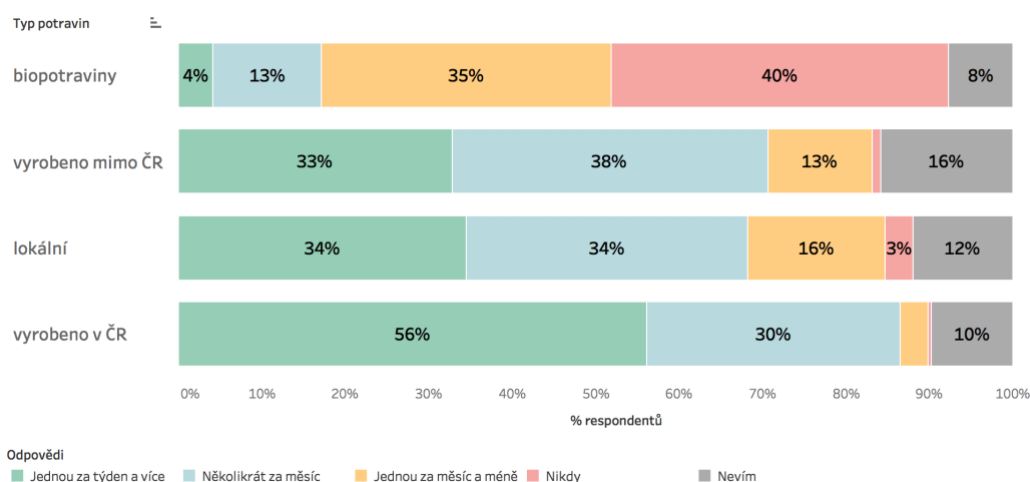
#### 6.1.4.2 Frekvence nákupu různých potravin

Pro stanovení toho, **jak často respondenti kupují** různé typy potravin, byly jejich odpovědi zaznamenány na škále „nikdy“, „jednou za měsíc a méně“, „několikrát za měsíc“ a „jednou za týden a více“. V každé otázce však mezi osmi a šestnácti procenty z dotázaných volilo odpověď „nevím“. Grafické znázornění odpovědí se nachází v grafu (Graf 1).

<sup>11</sup> Plné znění otázky: „Když nakupujete potraviny, které faktory nejvíce ovlivňují Váš výběr?“ (kód otázky v dotazníku – QA1, N = 2019). Některé možnosti odpovědí jsou zkráceny pro lepší přehlednost. Plné znění odpovědí: „Cena“, „Chuť“, „Kvalita“, „Návyky, zvyky“, „To, co rodina preferuje“, „Zdraví Vás a členů Vaší rodiny“, „Způsoby produkce potravin – ekologické zemědělství“, „Jak potraviny vypadají, jestli jsou čerstvé“, „Značka“, „Bezpečnost potravin“, „Dostupnost potravin“, „Země původu potravin“, „Vyhýbání se alergiím z potravin“, „Jiné“, „Nevím“.



**Graf 2: Frekvence nákupu různých typů potravin<sup>12</sup>**



Nejčastěji respondenti kupují **produkty z České republiky** (více než polovina dotázaných kupuje české výrobky alespoň jednou za týden, čtvrtina alespoň několikrát za měsíc). **Lokální potraviny** čeští spotřebitelé nakupují také poměrně často, ovšem méně často než ty české. Zde je tedy patrný náznak toho, že české výrobky nevnímají respondenti totožně jako lokální výrobky. Tento rozdíl ovšem může být také způsobem zněním položené otázky, která se ptala zvlášť na české a zvlášť na lokální, čímž implicitně naváděla k tomu, že jsou to dva odlišné koncepty. Výrobky **vyrobené mimo Českou republiku** jsou kupovány podobně často jako lokální potraviny (v zastoupení v jednotlivých kategoriích odpovědí), ovšem mají o něco větší zastoupení odpovědi „nevím“, což by mohlo například naznačovat, že se o původ potravin nezajímají a výrobky z konkrétních oblastí nevyhledávají.

Naopak nejméně často respondenti vnímají svůj nákup **biopotravin**, u kterých obecně na rozdíl od zbylých typů potravin převažují kategorie „jednou za měsíc a méně“ (35 %) a „nikdy“ (40 %). Pouze asi jedna pětina nakupuje biopotraviny častěji a zbylých 8 % respondentů zvolilo kategorii „nevím“. Již z těchto dat je patrné (především z dominantní kategorie „nikdy“), že na biopotraviny mají lidé vyhraněnější názor než na jiné typy potravin, jako to bylo také zjištěno v kvalitativních rozhovorech. Respondenti následně nebyli dotázáni na okolnosti koupě či nekoupě daného typu potravin, tudíž nelze stanovit, co je

<sup>12</sup> Plné znění otázky: „Jak často nakupujete lokální potraviny, biopotraviny, potraviny vyrobené v České republice, potraviny vyrobené mimo Českou republiku?“ (kód otázky v dotazníku – QA5, N=2019)

vedlo k jejich odpovědi, ovšem rozdíl mezi frekvencí nákupu lokálních potravin a biopotravin je evidentní.

V dotazníku byly i otázky na to, kolik peněz respondenti přibližně utratili za potraviny v obchodech obecně a kolik utratili za biopotraviny.<sup>13</sup> Obě otázky se vztahovaly pouze na útratu v červnu 2018, tedy v posledním ukončeném měsíci v době, kdy probíhal sběr dotazníků. Z těch, co odpověděli, většina (přibližně 90 %) utratí za **potraviny obecně** 10 tisíc a méně, asi polovina utratí 5 tisíc a méně. Vážený průměr odpovědí byl téměř šest tisíc. V případě **biopotravin** téměř polovina respondentů sdělila, že neutratí vůbec nic, což přibližně odpovídá odpovědím v otázce na frekvenci nákupu biopotravin. Zbylé částky u biopotravin nebyly až na výjimky příliš vysoké, jen asi každý desátý utratil tisíc korun a více. Vážený průměr odpovědí na tuto otázku byl asi 300 korun. U obou otázek asi čtvrtina respondentů nevěděla či nechtěla odpovědět, zmíněná procenta i průměry se tedy vztahují pouze k těm, kteří nějakou částku uvedli (včetně nuly).

#### *6.1.4.2.1 Vztah frekvence nákupu lokálních potravin a biopotravin*

Vztah lokálních potravin a biopotravin byl zmiňován v teoretické části (Adams & Salois, 2010; Zepeda & Deal, 2009) a kontrast mezi nimi byl zřetelný i v kvalitativních rozhovorech. Adams a Salois (2010) mluvili o zaměnitelnosti významů, Zepedová a Deal (2009) o vyšší ochotě platit za lokální potraviny. Určitý vztah mezi nimi bychom tedy mohli předpokládat. Pro prozkoumání vztahu mezi frekvencí nákupu byla provedena Goodman-Kruskalova statistika pro ordinální proměnné (Agresti, 2002). Vztah mezi frekvencí nákupu biopotravin a lokálních potravin je sice signifikantní na hladině významnosti  $\alpha = 0,05$ , ale síla vztahu není dle gamma koeficientu příliš velká (Goodman-Kruskalovo gamma = 0,24 – Tabulka 19 v příloze 3).

Standardizovaná adjustovaná rezidua v kontingenční tabulce, která měří diskrepanci mezi reálnými četnostmi a očekávanými četnostmi, však naznačují určité náznaky linearity – čím častěji nakupují lokální potraviny, tím častěji nakupují i biopotraviny. Jen v případě biopotravin se jedná o nižší stupeň frekvence

---

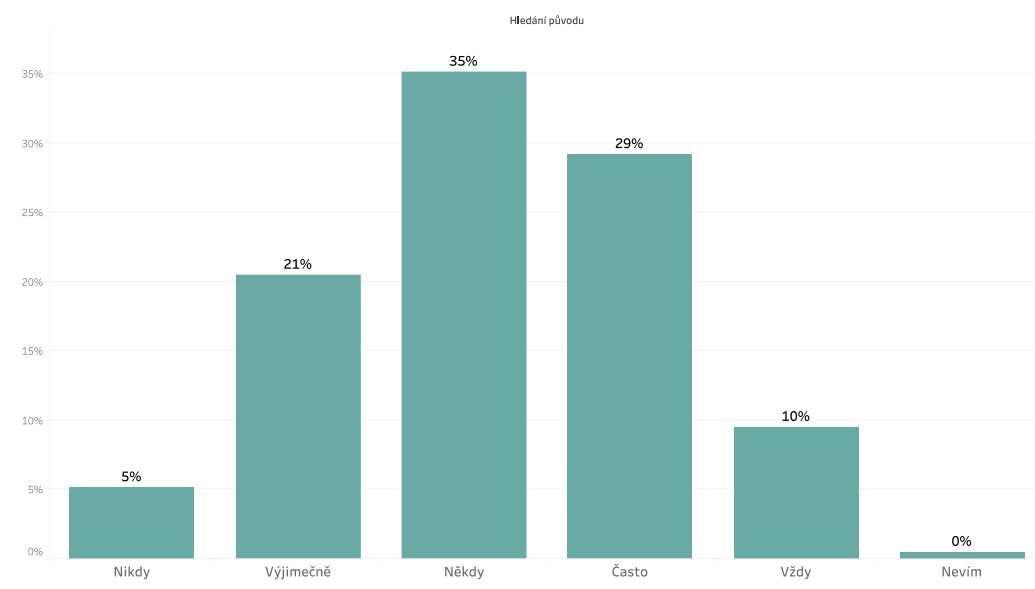
<sup>13</sup> Plné znění otázek: „Kolik peněz Vaše domácnost přibližně utratila za potraviny v supermarketech, obchodech s potravinami, farmářských trzích a e-shopech v červnu?“ (kód otázky v dotazníku – QA7, N=2019); „Kolik peněz Vaše domácnost přibližně utratila za biopotraviny?“ (kód otázky v dotazníku – QA8b, N=2019).

nákupu (Tabulka 20 v příloze 3). Zde by se mohl projevit společný faktor ceny, který se projevil i u lokálních potravin, jak bude dále zmíněno.

### 6.1.4.3 Zájem o původ potravin při nákupu

Model *Alphabet Theory* (Zepeda & Deal, 2009) zahrnuje hledání informací jako důležitý faktor ovlivňující spotřební chování. V dotazníku byla otázka na to, zda se při nákupu dívají, **odkud potraviny pochází**. Odpovědi jsou znázorněny v grafu (Graf 3).

**Graf 3: Frekvence zjišťování původu potravin při nákupu<sup>14</sup>**



Asi čtvrtina na tuto otázku odpověděla spíše negativně („nikdy“ nebo „výjimečně“) oproti 39 % respondentům, kteří odpověděli pozitivně („často“ nebo „vždy“). Zbytek respondentů zvolilo střední kategorii „někdy“. Tendence je tedy spíše původ kontrolovat, ovšem celá čtvrtina respondentů se o původ nezajímá, či se zajímá výjimečně. Nemůžeme však předpokládat, že všichni respondenti škálu vnímali stejným způsobem – například kategorie „někdy“ pro někoho může často znamenat jednou za měsíc a pro jiného jen pro určitý typ produktů. Pro účel dalších analýz budeme pracovat s touto otázkou hlavně dichotomicky, přičemž kategorie „často“ a „vždy“ budou interpretovány v tom smyslu, že se daný respondent o původ potravin zajímá. Bylo tak postupováno z toho důvodu, že u těchto variant

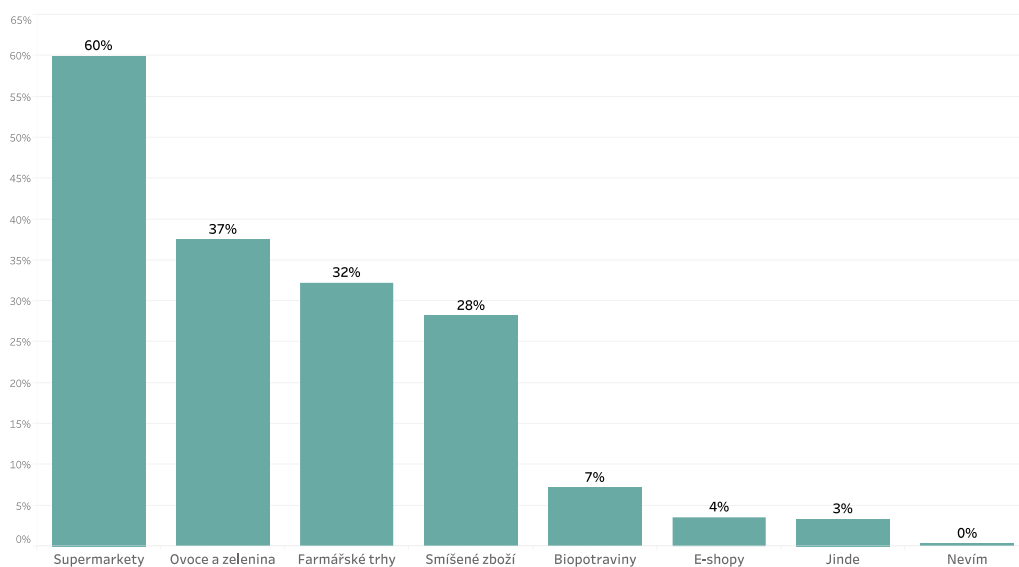
<sup>14</sup> Plné znění otázky: „Když nakupujete potraviny, díváte se na to, odkud pochází?“ (kód otázky v dotazníku – QA9, N = 2019).

můžeme předpokládat určitý aktivní zájem či zvyk, zatímco zbylé kategorie zájem v tomto smyslu nepředstavují.

#### 6.1.4.4 Místo nákupu lokálních potravin

Respondenti byli dotázáni i na to, kde potraviny kupují, tentokrát však pouze lokální potraviny (Graf 4).

**Graf 4: Místo pro nákup lokálních potravin<sup>15</sup>**



Nejvíce respondentů lokální potraviny kupuje **ve velkých obchodech** (supermarkety apod.) – téměř dvě třetiny respondentů zvolilo tuto možnost. Dále asi dvě pětiny nakupuje lokální potraviny **v obchodech s ovocem a zeleninou** a asi třetina nakupuje na **farmářských trzích** a **ve smíšeném zboží**. Pouze necelá desetina vyhledává lokální potraviny **v obchodech s biopotravinami**. Na **e-shopu** či **jinde** lokální potraviny příliš nenakupují. Z těch, co nakupují lokální potraviny jinde, také většina doplnila konkrétní příklady – většinou se jednalo o kategorii, kterou bychom mohli pracovně pojmenovat jako „**přímo od výrobce**“ (příklady odpovědí: „přímo od chovatele a pěstitele na farmě“, „od samovýrobce“, „z domácí zahrádky“, „přímo na farmách“ apod.). Kdyby tato kategorie byla obsažená v možnostech, nelze vyloučit, že by ji zvolilo více respondentů. V průměru volili respondenti dvě možnosti.

Z odpovědí je zřetelné, že lokální potraviny jsou dle zkušenosti většiny respondentů k dostání na poměrně běžných místech. V kvalitativních rozhovorech

<sup>15</sup> Plné znění otázky: Kde nakupujete lokální potraviny? (QA6, N=2019)

však zaznívala špatná dostupnost lokálních potravin jako důvod, proč je nenakupují. To však může být také vysvětleno subjektivním vnímáním lokálních potravin, případně konkrétní situací spotřebitele – jaké typy obchodů má blízko a jakou mají nabídku.

#### 6.1.5 Vnímání lokálních potravin a biopotravin

Lokální potravina jako pojem má velmi různorodé definice, jak bylo popsáno v teoretické části, a proto je zajímavé zkoumat, jak tento pojem vnímají čeští spotřebitelé. Pro tento účel byly do dotazníku začleněny dvě otázky na to, **co je to lokální potravina**. Tyto otázky obsahovaly různá tvrzení a sedmibodovou škálu souhlasu jako možnosti odpovědí. Pro úplnost je třeba připomenout, že některé části dotazníku byly položeny pouze části respondentů, proto je vzorek asi poloviční (stále však reprezentativní pro danou populaci, jak je popsáno v příloze – Tabulka 18 v příloze 2).

Položky otázek byly formulovány na základě poznatků z teorie a kvalitativního šetření. První výzkumná otázka této práce se zabývá tím, jak čeští spotřebitelé vnímají lokální potraviny, které však mají různé **dimenze blízkosti** (Eriksen, 2013) – geografickou, relační a hodnotovou. Tyto dimenze představovaly jakési záchytné body při přípravě otázek do dotazníku a opíraly se o výsledky z kvalitativního šetření a výzkumu spotřebního chování v souvislosti s lokálními potravinami, především *Alphabet Theory* Zepedové a Deala (2009).

První otázka se týkala především prvních dvou dimenzí blízkosti, které určují to, jak respondenti vnímají pojem lokální potraviny a co vše pro ně znamená. Co se týče **geografického** určení lokálních potravin, v kvalitativním šetření se nejčastěji objevovaly významy ve smyslu celé ČR, okruhu několik desítek km či regionu, případně produkty typické pro danou oblast. **Relační** blízkost, u které se jedná o produkty, kde se může projevit vliv vztahu s producentem, byla v rozhovorech zmíněna především jako potraviny od farmáře. Tyto významy byly respondentům dotazníkového šetření představeny a ti měli uvést, do jaké míry s tvrzeními souhlasí či nesouhlasí.

Druhá otázka byla zaměřena více na **hodnotovou** blízkost, která představuje významy, které spotřebitelé lokálním potravinám přiřkládají. V tomto případě se nejedná tolik o to, jak tento pojem respondent vnímá, jako spíše o to, jaké hodnoty si s ním spojuje. V kvalitativních rozhovorech se objevovaly hodnoty jako zdraví,

ochrana životního prostředí, nedůvěra apod. Hodnoty v souvislosti s nákupním chováním potravin zmiňovali i Zepedová a Deal (2009). Ve své *Alphabet Theory* uváděli prvky v návaznosti na VBN teorii (čerstvost, nedůvěra) a ABC teorii (nedostupnost, vysoká cena). Podobné hodnoty zaznívaly i v kvalitativních rozhovorech.

K prozkoumání těchto aspektů lokálních potravin budou analyzovány zmíněné dvě otázky. První je zaměřená tedy především na vnímání toho, co pro respondenty představuje pojem lokální potravina v geografické a relační blízkosti. Druhá zkoumá to, jaké hodnoty respondenti lokální potravině přisuzují a jak vnímají sílu kontextuálních vlivů (vysoká cena, kazivost nebo dostupnost). Analogicky budou analyzovány dále i otázky týkající se **biopotravin** pro porovnání toho, jak odlišně tyto dva koncepty respondenti vnímají.

Respondentům byly v první otázce<sup>16</sup> předloženy různé definice pojmu (celkem osm tvrzení<sup>17</sup>), se kterými mohli souhlasit či nesouhlasit na sedmibodové škále od rozhodně nesouhlasím (1) až po rozhodně souhlasím (7). Kromě okrajů škály nebyly možnosti dále označeny slovně (respondenti viděli pouze čísla), což alespoň částečně omezilo chyby a interpretační problémy spojené s různým pochopením jednotlivých bodů škály. Druhá otázka byla formulována podobně.<sup>18</sup> Nabídnuto bylo celkem deset tvrzení<sup>19</sup>, se kterými mohli souhlasit či nesouhlasit na stejné škále jako v předchozí otázce.

---

<sup>16</sup> Plné znění otázky: Lokální potraviny jsou potraviny ...“ (kód otázky v dotazníku – QA10, N = 1239).

<sup>17</sup> Nabídnutá tvrzení: „typické pro daný region (např. brambory, jablka atd.)“, „vyrobené v České republice“, „ze zahrady mé rodiny, příbuzných nebo přátel“, „vyrobené v okruhu do 50 km od místa prodeje“, „označené jako regionální“, „koupené přímo od farmářů či na farmářském trhu“, „vyrobené v daném regionu“, „označené jako biopotraviny“.

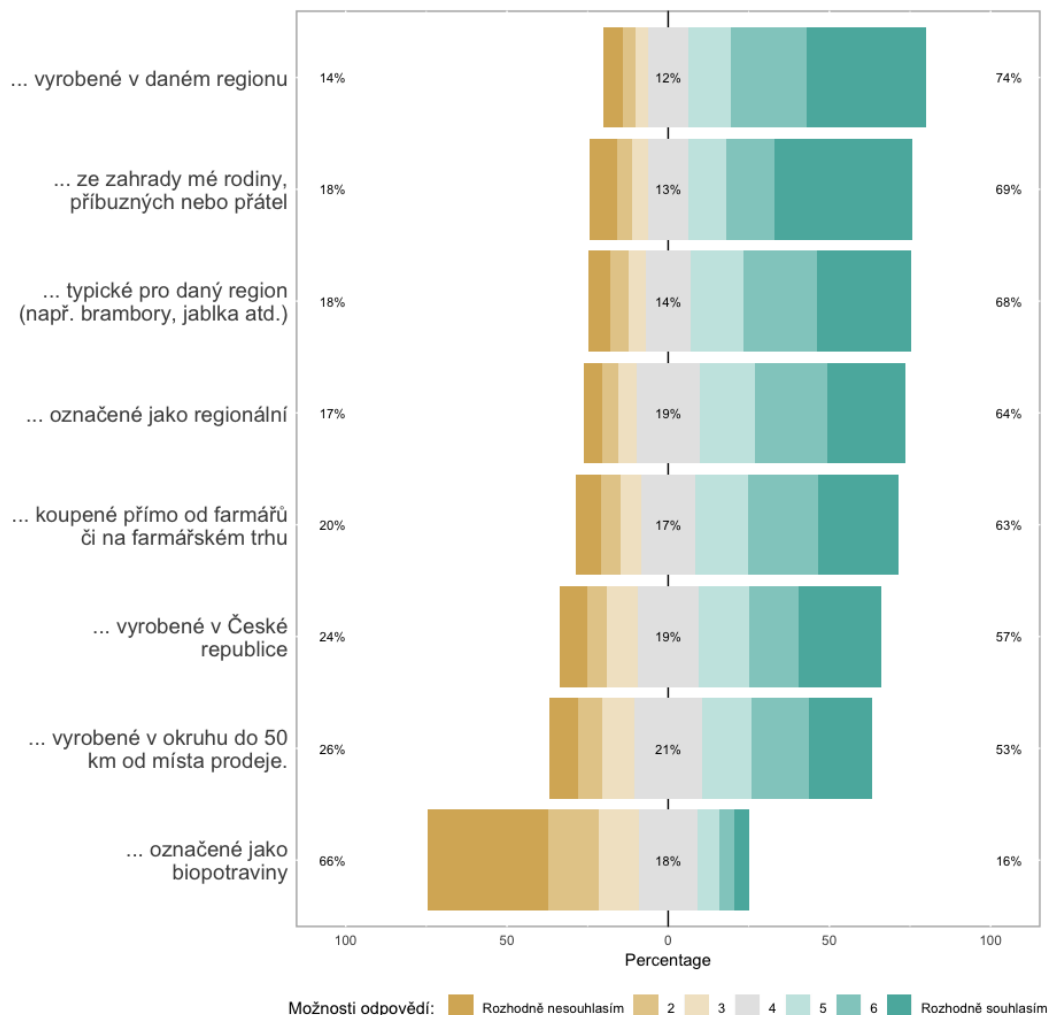
<sup>18</sup> Plné znění otázky: Lokální potraviny ... (kód otázky v dotazníku – QA11 N = 1239).

<sup>19</sup> Nabídnutá tvrzení: „jsou těžko dostupné“, „jsou čerstvější“, „jsou dražší“, „jsou chutnější“, „neobsahují pesticidy“, „jsou zdravější“, „jsou vyrobeny způsobem, který je šetrnější k životnímu prostředí“, „se rychleji kazí“, „prodávané jako lokální nejsou ve skutečnosti lokální“, „jsou reklamní trik“.

### 6.1.5.1 Lokální potraviny – vnímání významu

První otázka se zaměřila hlavně na geografickou určení a relační aspekt. Jednotlivé položky a jejich míry souhlasu jsou zobrazeny v grafu (Graf 5).

**Graf 5: Vnímání významů lokálních potravin**



Co se týče individuálního geografického určení lokální potraviny, dalo by se předpokládat, že se zde projeví určité odstupňování v geografické blízkosti – čím blíže k místu výroby, tím spíše bude produkt označen za lokální. Toto odstupňování však v datech není příliš evidentní. Nejužší konkrétně definovaný okruh (a v kontextu potravinových milí také s největší zárukou lokálnosti), tedy **okruh 50 km** („vyrobené v okruhu do 50 km od místa výroby“) měl v porovnání s dalšími položkami geografického určení (i dalšími položkami kromě „označení jako

biopotravina“) nejnižší součet kladných odpovědí<sup>20</sup> (53 %) a položka „**vyrobené v České republice**“ pouze o čtyři procentní body více (57 %).

Naopak největší součet souhlasných odpovědí měla položka „**vyrobené v daném regionu**“ (74 %). Podobná položka, která však byla formulovaná jako „**typické pro daný region (např. brambory, jablka atd.)**“ měla již o několik procentních bodů méně než předchozí jmenovaná položka (68 %). Třetí položka odkazující k regionu, tentokrát ve smyslu „**označené jako regionální**“ měla o další čtyři procentní body méně (resp. o deset procentních bodů méně než prvně jmenovaná). To by mohlo značit určitou nedůvěru v označení potravin etiketou regionální potravina. Obecně však můžeme říct, že aspekt regionálních potravin ve vnímání respondentů dobře rezonuje, což může být spojeno s podpůrnými kampaněmi Ministerstva zemědělství zaměřené na regionální potravinu a regionální výrobu, které si pak spojují s pojmem lokální.

Relačně laděné položky, které odkazovaly buď k potravinám „**ze zahrady mé rodiny, příbuzných nebo přátel**“ nebo „**koupené přímo od farmářů či na farmářském trhu**“ měly také podobný podíl souhlasných odpovědí (69 a 63 %), ovšem položka odkazující na potraviny z vlastní zahrady či zahrady známých měla celkově největší podíl odpovědí „rozhodně souhlasím“ (43 %). Relační blízkost v podobě potravin od blízkých či farmáře jsou tedy také s pojmem lokální potravina u českých spotřebitelů úzce spojeny.

Celkově se jednotlivé položky od sebe v součtu souhlasných odpovědí příliš nelišily kromě položky „**označené jako biopotraviny**“. Tato položka měla největší podíl nesouhlasných odpovědí – dvě třetiny respondentů nesouhlasilo s tím, že lokální potraviny jsou označeny jako biopotraviny. Tento výsledek pouze dokresluje rozdílnost ve vnímání lokálních potravin a biopotravin, a nevypadá to, že by respondenti tyto pojmy zaměňovali. Jak bylo zmíněno v teoretické části, tyto pojmy se nevyklučují a reálně to tak i často může být.

Zajímavé je, že položky označující přesné vymezení lokálních potravin („vyrobené v České republice“ a „vyrobené v okruhu do 50 km od místa prodeje“)

---

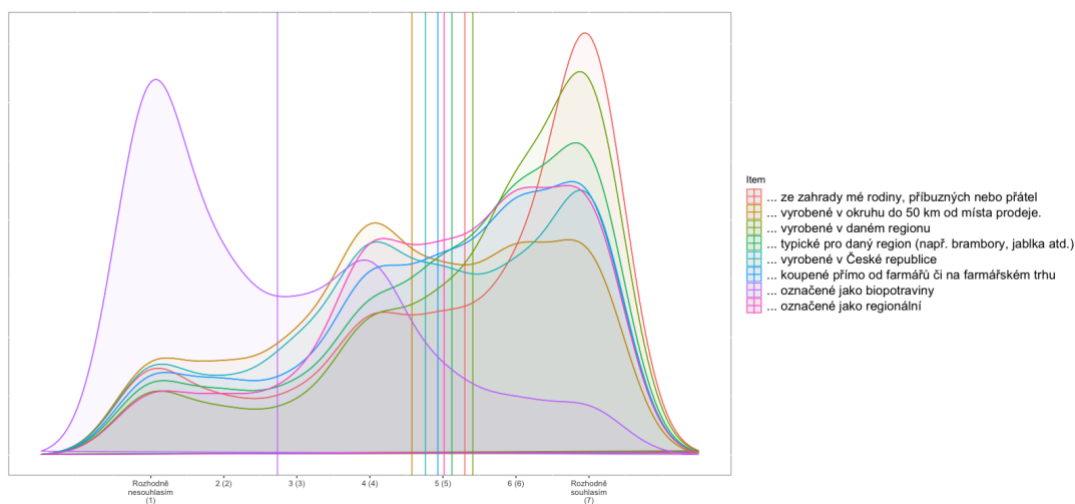
<sup>20</sup> Součtem kladných či souhlasných odpovědí se rozumí součet tří krajních bodů na pravé straně škály, tedy odpovědi 5, 6 a rozhodně souhlasím (v grafu označeny různými odstíny zelené barvy). Naopak součtem záporných či nesouhlasných odpovědí se rozumí součet prvních tří odpovědí na levé straně škály, tedy rozhodně nesouhlasím, 2 a 3. Zobecněné označení „souhlas“ či „nesouhlas“ pak také odkazuje k tomuto chápání.



měly také jeden z nejmenších součtů souhlasných odpovědí. Čeští spotřebitelé vnímají tedy lokálnost nejsilněji jako **regionální záležitost** než jako označení pro české výrobky či jako pouze okruh od místa výroby.

Ještě viditelnější porovnání položek nabízí graf hustoty (Graf 6) – položka biopotravin má zcela jinou distribuci než zbytek položek, u zbytku položek je vidět vcelku podobná distribuce, která je navýšená v menším rozsahu u nesouhlasného konce škály, o něco více u střední hodnoty (hodnota čtyři ze sedmibodové škály) a nejvíce u souhlasného konce škály. Dalo by se tedy říct, že všechny položky kromě biopotravin fungují v českém kontextu jako označení lokálních potravin, přičemž nejrozhodnější byli respondenti u potravin ze zahrady a potravin vyrobených z regionu.

**Graf 6: Vnímání lokálních potravin – graf hustoty**



Jelikož se otázky týkají především vnímání vzdáleností (ať už geografických či relačních), mohla by se zde projevit **velikost místa bydliště** respondenta a **kraj**. Ve velkých městech mohou vnímat definici širěji než na venkově, kde jsou vzdálenosti k zemědělským oblastem zpravidla menší. Tyto vztahy byly prozkoumány pomocí dvourozměrných kontingenčních tabulek a Pearsonova  $X^2$  testu nezávislosti, který ověří, zda mezi dvěma veličinami existuje statisticky významný vztah. V tomto případě byl však vztah většinou nesignifikantní či nejasný v interpretaci.

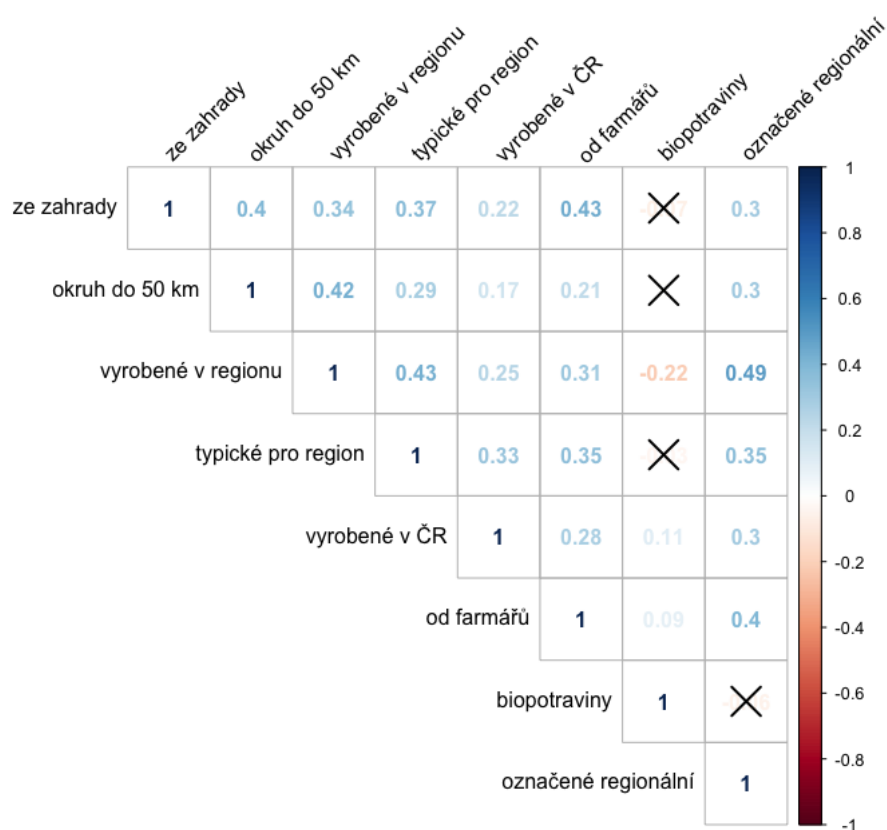
#### 6.1.5.1.1 Reliabilita škály a faktorová analýza

K analýze reliability a vnitřní konzistence škály bylo použito **Cronbachovo  $\alpha$**  a Spearmanova korelační matice vhodná pro ordinální proměnné (pomocí funkce „alpha“ v balíčku „psych“ v R). Výsledné Cronbachovo  $\alpha$  0,72 by byla ještě

přijatelná hodnota, ovšem analýza ukázala na nízkou korelaci položky o biopotravinách, která reliabilitu škály snižuje. Po vyloučení položky se Cronbachovo  $\alpha$  zvýšilo na 0,78.

Poznatek z analýzy reliability je možné sledovat v **korelační matici** (Spearmanův koeficient pořadové korelace) (Graf 7). Všechny položky jsou vcelku těsně korelované kromě položky biopotravin. Další méně korelované položky s dalšími jednotlivými položkami jsou „vyrobené v České republice“ a „okruh do 50 km“. Všechny korelace, které nejsou označeny černým křížkem, jsou signifikantní na hladině významnosti  $\alpha$  0,05. Pozitivní korelace jsou vypsány modře, negativní červeně. Síla korelace je znázorněna barevným spektrem.

**Graf 7: Korelační matice geografických a relačních významů lokálních potravin<sup>21</sup>**



Analýza reliability nevypovídá o multidimenzionalitě škály, tedy o možné existenci latentních proměnných za jednotlivými položkami. K tomu byla zvolena **explorační faktorová analýza** (dále tako jako „EFA“), která však má své předpoklady, jako jsou spojitá vstupní data (Izenman, 2008). Jelikož se však jedná

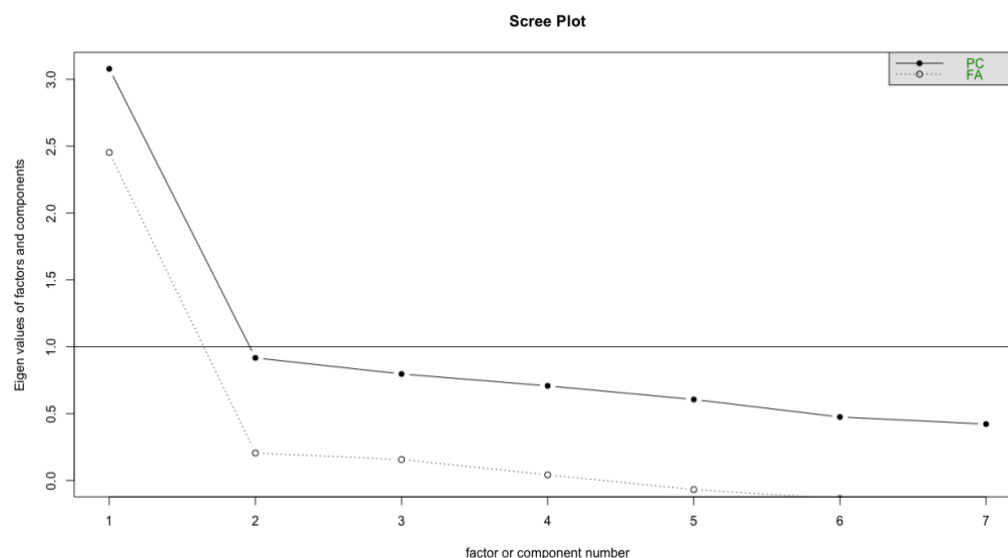
<sup>21</sup> Názvy položek jsou zkráceny pro lepší přehlednost grafu. Křížkem jsou označeny nesignifikantní korelace na hladině významnosti  $\alpha$  0,05. Síla vztahu je znázorněna pomocí barevné škály, která je na pravé straně grafu.

o poměrně širokou škálu, faktorová analýza byla provedena. Dalším předpokladem je korelace položek, které jsou popsány výše (Graf 7). Po vyřazení nekorelované položky se dá tento předpoklad považovat za splněný.

K matematickému určení splnění předpokladů pro faktorovou analýzu byly zvoleny dva nástroje – **Kaiser-Meyer-Olkinova míra (KMO)**, která testuje vhodnost výběru a **Bartlettův test sféricity**, který testuje nulovou hypotézu, že korelační matice je jednotková (tzn. korelační matice obsahuje jedničky na diagonále a nuly ve zbytku pozic). KMO míra vyšla v hodnotě 0,79, což je přijatelná hodnota pro provedení faktorové analýzy, avšak výsledky KMO testu naznačují, že po odstranění položky o biopotravinách by se tato hodnota zvýšila (míra pro jednotlivé položky se pohybovala kolem 0,8 kromě položky o biopotravinách, která byla více než o polovinu menší, konkrétně 0,34, což je pro faktorovou analýzu nepřijatelná hodnota). Po odstranění nekorelované položky se KMO míra zvýšila na hodnotu 0,82 a u všech položek byla nejméně 0,8. Výsledek Bartlettova testu zůstal stále signifikantní. Faktorová analýza tedy byla provedena bez této nekorelované položky.

Pro stanovení počtu faktorů byl vykreslen **sutinový graf** pro vlastní čísla korelační matice pro faktorovou analýzu (FA) a analýzu hlavních komponent (PC). Na základě grafu (Graf 8) vidíme, že vlastní číslo prvního faktoru je dominantní a zbytek faktorů/komponent mají vlastní číslo asi třikrát menší a nedosahují vlastního čísla nad jedna dle Kaiserova pravidla, a to jak v případě analýzy hlavních komponent (PC), tak v případě faktorové analýzy (FA).

**Graf 8: Sutinový graf pro určení počtu faktorů**



Dle teorie bychom však mohli očekávat více dimenzí, které by se do konceptu lokálních potravin mohly promítat. Pro úplnost byla tedy provedena explorační faktorová analýza se dvěma faktory, která však opět neznačila, že by se za manifestními položkami skrývaly latentní faktory (výsledky EFA: Tabulka 21 v příloze 3).

Dle frekvencí souhlasných odpovědí a faktorové analýzy je zjevné, že:

- 1) Vnímané jako lokální jsou nejvíce potraviny **vyrobené v daném regionu** a potraviny **ze zahrady**, u kterých byli respondenti také nejrozhodnější (v souhlasné rovině).
- 2) Celkově se **vnímání možných definic neliší**, kromě položky s biopotraviny. Nejmenší souhlas má položka okruh 50 km, se kterou však stále souhlasila polovina respondentů. Rozdíly v nabídnutých položkách tedy nejsou příliš viditelné a nedá se tvrdit, že je některá z nabídnutých definic pro české spotřebitele skutečně dominantní.
- 3) Položka **označené jako biopotravina** má velmi odlišnou strukturu odpovědí od zbytku položek, nesvědčí to tedy o tom, že by respondenti lokální potraviny a biopotraviny brali jako zaměnitelné.
- 4) Položky jsou kromě položky s biopotraviny **vnitřně konzistentní** a měří jeden koncept. V baterii se **neskrývají latentní proměnné**, které by vysvětlovaly korelace mezi položkami.

#### *6.1.5.1.2 Vztah frekvence nákupu lokálních potravin a vnímání významu lokálních potravin*

Kontingenční tabulky frekvence nákupu lokálních potravin a jednotlivých položek vnímání významu potravin nenaznačují silné vztahy. Signifikantní (na hladině významnosti  $\alpha 0,05$ ), avšak ne silný vztah se ukázal jen v případě položky „jsou typické pro daný region (např. brambory, jablka atd.)“. Lokální statistika adjustovaných reziduí nenaznačovala žádný specifický vztah. Vlivem nízké diferenciací škály je však tento závěr vcelku očekávaný a nenaznačuje, že by rozdílná definice měla vliv na frekvenci nákupu lokálních potravin.

#### *6.1.5.1.3 Shluková analýza*

Dosavadní výsledky prozatím nenaznačovaly rozdíly mezi položkami, ovšem v datech by se mohly objevit určité podmnožiny respondentů, pro které

znamená lokální potravina něco jiného bez nutnosti vysvětlující proměnné. Pro tento účel byla zvolena **shluková analýza**, která představuje pro analýzu důležitou součást znázornění a segmentace dat (Hebák, 2013).

Shluková analýza vyžaduje data, která neobsahují žádné **chybějící hodnoty**, které však v datech v této otázce byly (průměrně asi 40 hodnot v každé otázce). Pro účely provedení klastrové analýzy byly proto tyto hodnoty nahrazeny pomocí funkce „aregImpute“ v balíčku „Hmisc“ v R, která chybějící odpovědi nahradila statisticky dle dostupných hodnot.<sup>22</sup> Tento postup byl zvolen jako výhodnější oproti vymazání všech pozorování s alespoň jednou chybnou hodnotou. V případě vymazání pozorování bychom přišli i o platné odpovědi a znemožnilo by to použití těchto pozorování pro další analýzy (především pro logistickou regresi v další části této práce).

Počet klastrů není z analýzy příliš zjevný, proto bylo postupováno iterativně – nejdřív se dvěma klastry a následně postupným přidáváním dalšího klastru až do momentu, kdy se snížila interpretační síla. V prvních třech alternativách (počet shluků – 2, 3, 4) se celkovým průměrům v jednotlivých položkách (tedy v průměrech uvnitř jednotlivých klastrů, nikoliv mezi nimi) odchylovala pouze položka biopotravin. Ve čtvrté a páté alternativě s pěti a šesti shluky se již v rámci některých klastrů odlišovaly i další položky (ze zahrady a z ČR). Další alternativa již nenabízela lepší interpretaci, proto byla zvolena možnost s šesti klastry<sup>23</sup>, jejichž průměry ukazuje tabulka (Tabulka 4).

**Tabulka 4: Shluky respondentů a jejich průměry v jednotlivých položkách<sup>24</sup>**

vlastnosti	průměr	N	zahrada	50 km	R - vyr.	R - typ.	ČR	farmáři	bio	R - ozn.
1 nejvíce bio nejistý u 50 km a bio vše (vč. bio)	2,4	102	2,3	2,7	2	2,1	2,5	2,1	3,4	2,1
2 bio	4,5	238	5,8	3,5	4,3	5,2	5	4,9	3,3	4
3 bio	6,0	279	6,4	5,7	6,2	6,1	6,1	6,3	5	6,1
4 bio	5,5	319	6,5	5,6	6,5	6	6	5,7	1,6	5,8
5 bio	4,6	200	6,4	5,1	6,2	4,7	2,4	4,9	1,4	5,3
6 bio	4,1	101	2,8	3,8	5,3	4,7	4,6	4,1	2,5	4,9

<sup>22</sup> Nejedná se o jednotné nahrazení např. mediánem, ale o iterativní proces nahrazení chybných hodnot na základě metod aditivní regrese, bootstrappingu a prediktivní shody průměru.

<sup>23</sup> Suma čtverců mezi klastry / celková suma čtverců = 47,3 %.

<sup>24</sup> Názvy položek byly zkráceny pro lepší orientaci v tabulce. „R“ označuje region.

Na základě tohoto rozdělení byly vytvořeny pracovní názvy pro jednotlivé shluky:

- 1) *Nesouhlasní*, lokální jsou nejvíce biopotraviny (spíše ženy).
- 2) *Průměrní* (s ohledem na další shluky, nejistí u okruhu 50 km a bio).
- 3) *Souhlasní* u všeho **včetně biopotravin** (vzdělanější, starší, s vyšším příjmem, spíše muži).
- 4) *Souhlasní* u všeho **kromě biopotravin**.
- 5) *Souhlasní kromě ČR a biopotravin* (středně vzdělání).
- 6) *Souhlasní kromě zahrady a biopotravin* (méně vzdělání, s nižším příjmem, mladší).

Klastry se liší v sociodemografických a socioekonomických ukazatelích (rozdíly jsou u klastrů označeny v závorce). V případě **vzdělání** Pearsonův  $X^2$  test zamítl hypotézu o nezávislosti, Cramerovo  $V$  0,11. Adjustovaná rezidua nabízí větší vzhled do vztahů mezi klastry a vzděláním. V šestém klastru je více než očekávaně více lidí s nižším stupněm vzdělání, v pátém se středním a ve třetím s vyšším. Analogicky byla provedena analýza vztahu mezi klastry a **příjmem**, přičemž i zde vyšel test jako signifikantní a ve třetím klastru vidíme neočekávaně více lidí s příjmem nad 30 tisíc a v šestém klastru naopak více lidí s příjmem do 25 tisíc. Analýza vztahu mezi shluky a **věkem** – první a šestý klaster mají statisticky větší zastoupení mladších respondentů (do 34 let), naopak třetí klaster více respondentů nad 50 let. Co se týče **genderu**, v prvním klastru je statisticky více žen, ve třetím více mužů. Další charakteristiky, které byly analyzovány, avšak nebyl zde nalezen vztah, byly: kraj, velikost místa bydliště, počet dětí.

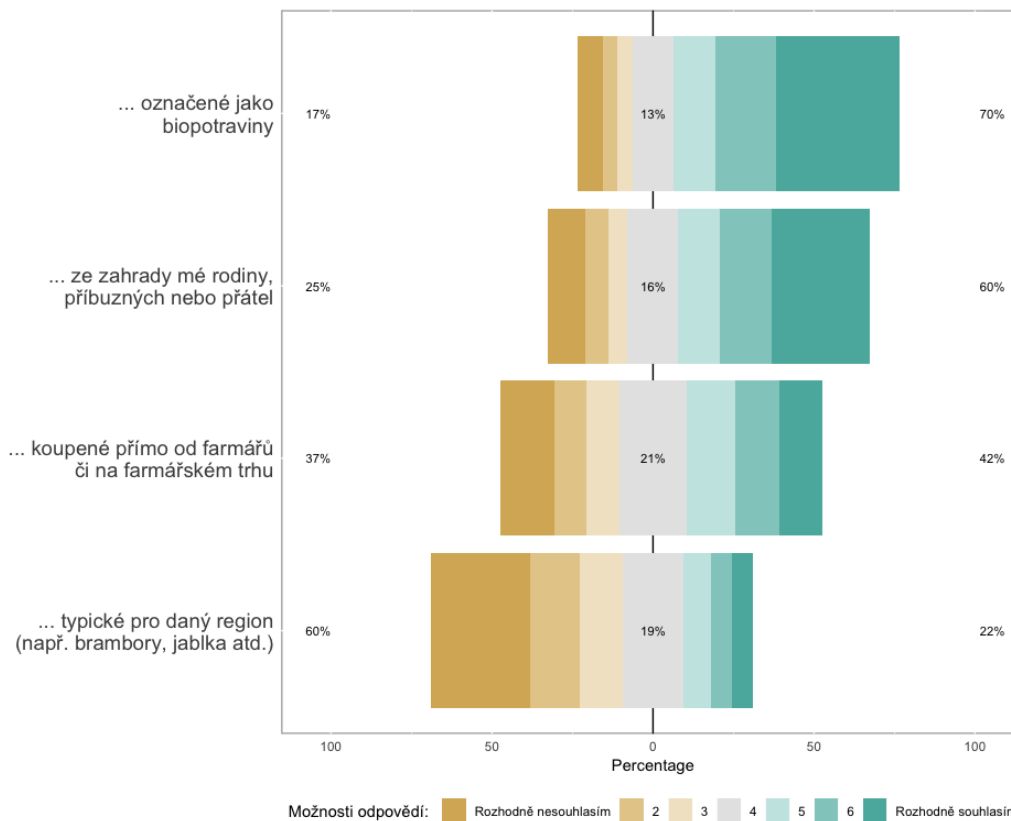
Tyto shluky naznačují pouze slabé rozdělení respondentů, a to jak interpretačně, tak statisticky v podílu sumy čtverců mezi klastry a sumou čtverců celkovou. Nenaznačuje to tedy, že by se významy příliš lišily mezi různými skupinami respondentů, ovšem určité rozdíly jsou i přesto viditelné, a proto budou klastry dále využity v analýzách.

#### **6.1.5.2 Biopotraviny – vnímání významu pojmu**

Podobně jako u lokálních potravin, i u biopotravin byla v dotazníku zahrnuta otázka na to, jak respondenti vnímají význam pojmu biopotravina, avšak zahrnuty byly pouze relevantní položky (Graf 9). Je zajímavé, že více než dvě

třetiny dotázaných souhlasí s tím, že biopotraviny jsou potraviny označené jako biopotraviny a asi pětina naopak s tímto tvrzením nesouhlasí (osm procent rozhodně nesouhlasí). Možné vysvětlení pro nesouhlas s tímto výrokem by mohla být nedůvěra v označování potravin, podobně jako by tomu mohlo být při označení lokálních potravin jako regionálních.

**Graf 9: Vnímání významu pojmu biopotravina<sup>25</sup>**



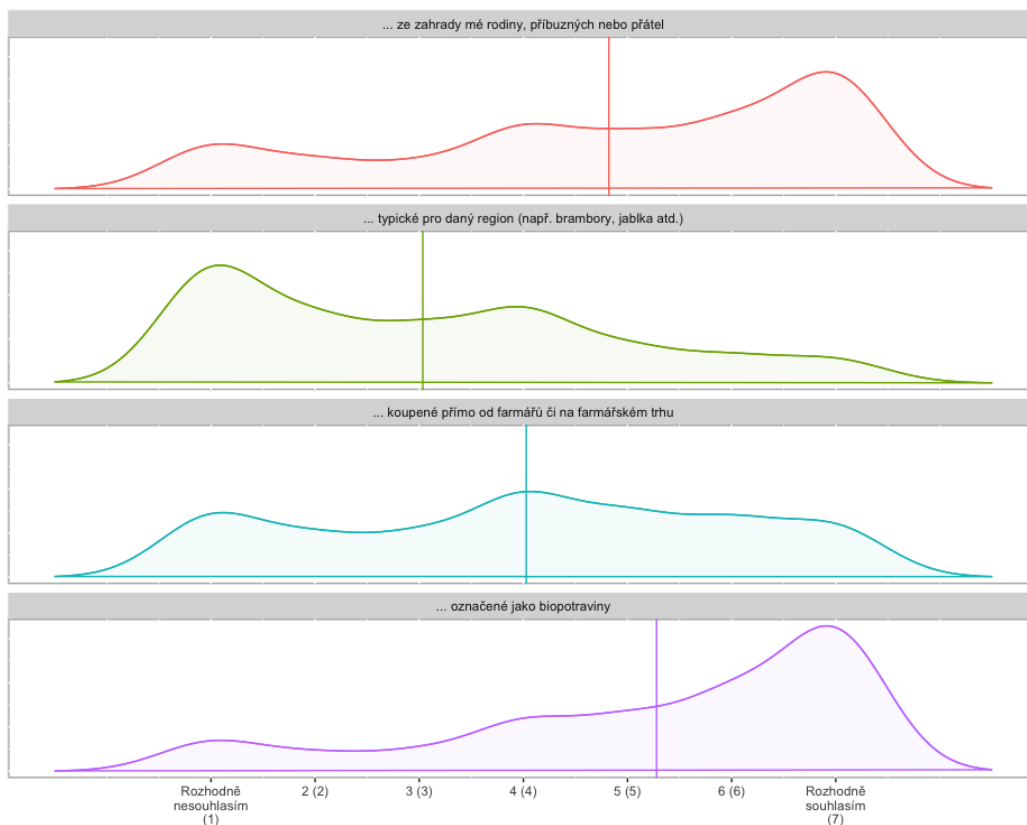
V podobné míře jako u lokálních potravin jsou biopotraviny vnímány i jako „potraviny **ze zahrady** rodiny, příbuzných nebo přátel“ (60 %). Ukazuje to na širší definice biopotravin, která je sice legislativně spojena s oficiální certifikací, ale lidé ji spojují s konceptem ekologického zemědělství i jako produkci ze zahrady rodiny či přátel. V tomto významu by se tedy dalo hovořit o určitém průniku biopotravin a lokálních potravin.

V daleko menší míře než produkty ze zahrady jsou biopotraviny vnímány jako potraviny „koupené **přímo od farmářů** či na farmářském trhu“ asi dvě pětiny v součtu odpovědí souhlasí oproti dvěma pětinám, které nesouhlasí. Farmářské trhy tak čeští spotřebitele mají spojené spíše s lokálností nežli s biopotravinami. Z grafů

<sup>25</sup> Plné znění otázky: „Biopotraviny jsou potraviny ...“ (kód otázky v dotazníku – QA12, N = 1239).

hustoty (Graf 10) je ještě lépe vidět, že odpovědi respondentů na položku týkající se farmářů a farmářských trhů byly distribuované dosti rovnoměrně. Není tak znát, k jakému konci škály se respondenti přiklánějí – mohlo by to být existencí podskupin, popřípadě nevyhraněností názorů. U zbylých položek jsou tyto většinové tendence daleko ztelnější.

**Graf 10: Vnímání biopotravin – grafy hustoty jednotlivých položek**



Nejméně biopotraviny respondenti ztotožňovali s potravinami typickými pro oblast – necelé dvě třetiny respondentů s tímto tvrzením nesouhlasilo (polovina z nich rozhodně nesouhlasila). Potraviny typické pro oblast tak spíše souvisí s lokálností nežli s ekologickým zemědělstvím.



### 6.1.5.3 Lokální potraviny – percepce atributů, kontextu a důvěry

Vnímání dalších charakteristik lokálních potravin bylo v dotazníku měřeno deseti položkami, se kterými respondenti mohli opět souhlasit či nesouhlasit na sedmibodové škále. Tyto položky odkazují k tomu, co Eriksenová (2013) pojmenovala jako hodnotovou blízkost a k čemu se odvolávali Zepedová a Deal (2009) ve své *Alphabet Theory* v návaznosti na teorie VBN a ABC.

Položky byly vytvořeny za účelem sledování tří konstruktů:

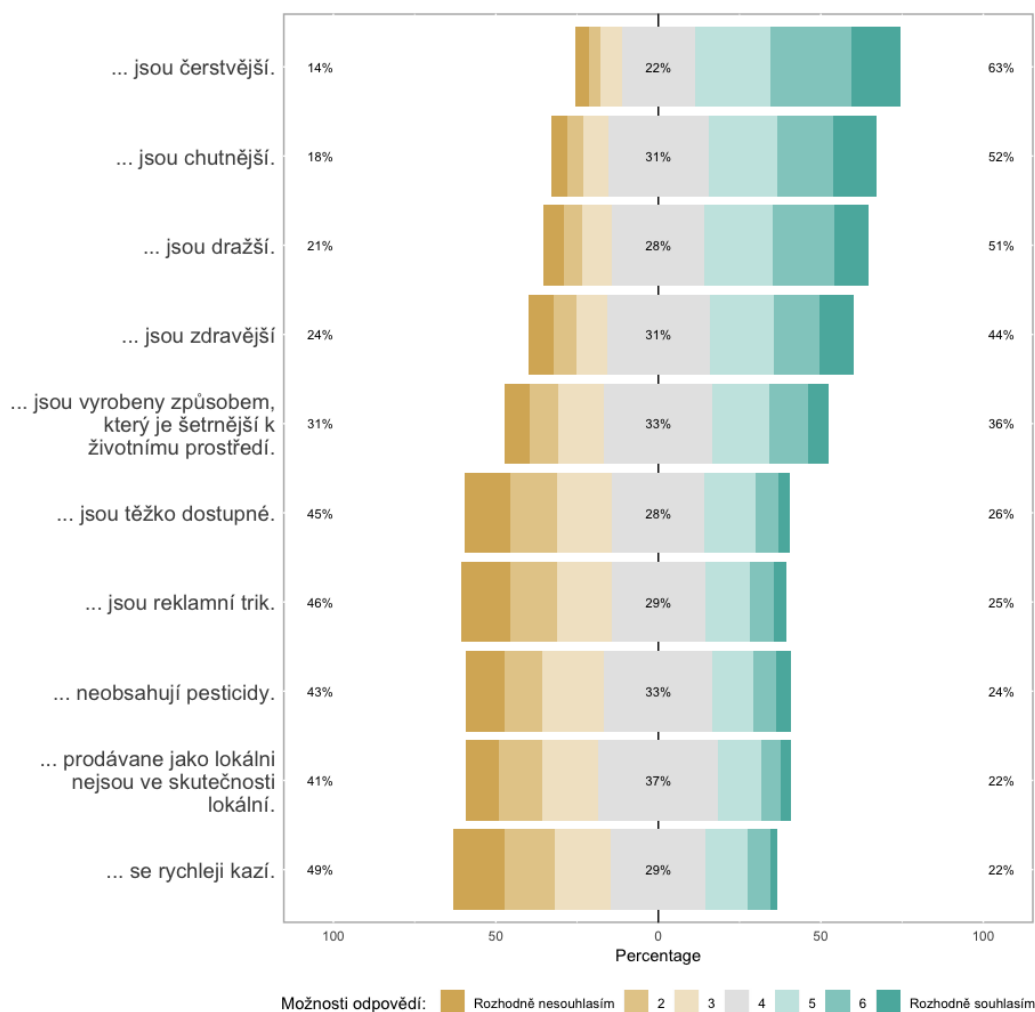
- 1) **ATRIBUTY: vnímání obecných charakteristik a hodnot spojovaných s lokálními potravinami** v souladu VBN teorií (V) (čerstvější, chutnější, zdravější, bez pesticidů, vyrobené způsobem šetrným k životnímu prostředí).
- 2) **KONTEXT: vnímání kontextuálních překážek** v souladu s ABC teorií (C) (nedostupné, dražší, rychleji se kazí).
- 3) **DŮVĚRA: vnímání představ** v souladu s VBN teorií (B) (prodávané jako lokální nejsou ve skutečnosti lokální, jsou reklamní trik).

Polovina byla formulovaná pozitivně, a tedy v případě souhlasu by se jednalo o pozitivní vnímání charakteristiky lokálních potravin, a polovina naopak negativně.<sup>26</sup> Formulace i hodnoty odpovědí v případě negativně laděných položek byly v případě analýz otočeny a označeny znaménkem „(-)“, aby vyšší hodnoty bodů škály měřily **přisuzování pozitivních charakteristik, menší kontextuální překážky** (například z „jsou těžko dostupné“ na „(-) NEjsou těžko dostupné“) a **větší důvěru** (např. z položky „jsou reklamní trik“ na „(-) NEjsou reklamní trik). Po otočení škály je postoj k lokálním potravinám jednoznačnější (Graf 11).

---

<sup>26</sup> Pozitivně laděné významy byly: „jsou čerstvější“, „jsou chutnější“, „neobsahují pesticidy“, „jsou zdravější“, „jsou vyrobeny způsobem, který je šetrnější k životnímu prostředí“. Negativně laděné významy byly: „jsou těžko dostupné“, „jsou dražší“, „se rychleji kazí“, „prodávané jako lokální nejsou ve skutečnosti lokální“, „jsou reklamní trik“.

Graf 11: Významy spojené s lokálními potravinami (otočené škály u negativních položek)<sup>27</sup>



Většina položek měla v součtu souhlasných odpovědí nad 40 % kromě tří – položka „jsou vyrobeny způsobem, který je šetrnější k životnímu prostředí“ (36 %), „neobsahují pesticidy“ (24 %) a překvapivě i „(-) NEjsou dražší“ (21 %). V teorii i kvalitativních rozhovorech přitom byla cena identifikovaná jako rozlišující faktor při nákupu lokálních potravin. Cenu respondenti zmiňovali jako odrazující aspekt pouze u biopotravin.

Poměrně nízká míra souhlasu u položek vztahující se k životnímu prostředí („jsou vyrobeny způsobem, který je šetrnější k životnímu prostředí“) a pesticidům („neobsahují pesticidy“) naznačuje, že respondenti celkově v těchto aspektech spíše nevnímají pozitivní vztah mezi ochranou životního prostředí a lokálními potravinami v takové míře, jako bychom mohli dle odborné literatury i

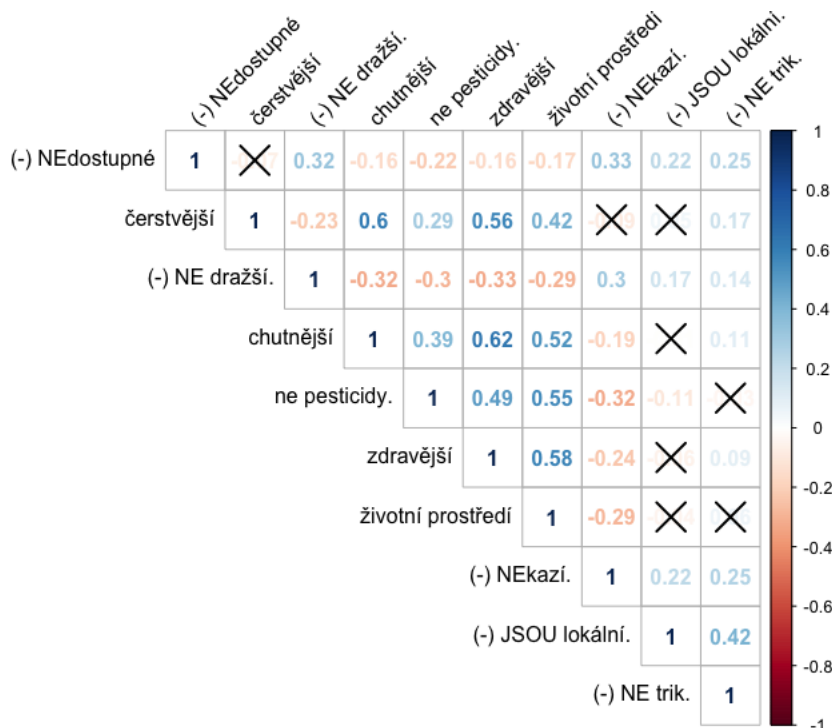
<sup>27</sup> Otočené položky začínají znakem „(-)“ a jejich slovní význam je otočen i slovně, což je označeno pomocí velkých písmen.

kvalitativních rozhovorů očekávat. I přesto 36 % respondentů souhlasilo (umístili svou odpověď na souhlasnou stranu škály) s tím, že jsou lokální potraviny vyrobeny způsobem, který je **šetrnější k životnímu prostředí** oproti 31 % respondentům, kteří s tímto tvrzením nesouhlasili. Na rozdíl od položky s pesticidy zde tedy stále převládá míra souhlasu. Lokální produkce šetrnější způsob výroby negarantuje, přesto více než třetina respondentů důvěřuje této charakteristice.

Je třeba však poznamenat, že oproti otázce na vnímání lokálních potravin je v jednotlivých položkách obecně větší část středních odpovědí, a to průměrně vždy asi třetina respondentů s výjimkou položky „jsou **čerstvější**“, kde byli respondenti také nejrozhodněji v souhlasu. Převládající míra souhlasu je patrná i u položek „jsou **chutnější**“ a „(-) se rychleji **NEkazi**“. Důvěra v lokální potraviny se projevila v položce „(-) **NEjsou reklamní trik**“, kde téměř polovina (46 %) respondentů nesouhlasila s tím, že by lokální potraviny představovaly reklamní trik. Asi dvě pětiny respondentů také souhlasily s tím, že potraviny prodávané jako lokální jsou skutečně lokální oproti jedné pětině, která s tím nesouhlasila.

**Korelační matice** jednotlivých položek je zobrazena v grafu (Graf 12). Celkově neočekáváme silnou korelaci mezi všemi položkami, jelikož by se mělo jednat o tři odlišné konstrukty. Mezi položkami jednotlivých konstruktů však poměrně silné korelace vidíme. Například položka „(-) prodávané jako lokální **JSOU ve skutečnosti lokální**“ nemá signifikantní korelace se čtyřmi položkami, má však poměrně silnou korelaci s poslední položkou – „(-) **NEjsou reklamní trik**“.

**Graf 12: Korelační matice položek významů spojených s lokálními potravinami<sup>28</sup>**



Pro ověření reliability a vnitřní konzistence jednotlivých konstruktů (atributy, kontext, důvěra) bylo opět použito Cronbachovo  $\alpha$  a Spearmanova korelační matice vhodná pro ordinální proměnné (funkce „alpha“ z balíčku „psych“ v R). V případě konstruktů **kontextu** je Cronbachovo  $\alpha$  0,59, což nevypovídá o příliš velké vnitřní konzistenci (Tabulka 22 v příloze 3). V případě **atributů** je již Cronbachovo  $\alpha$  v přijatelnější hodnotě 0,85 (Tabulka 23 v příloze 3). Vyřazení jakékoliv z položek by tuto hodnotu pouze snížila, což svědčí o tom, že je škála pro tento konstrukt vnitřně konzistentní. Poslední konstrukt **důvěry** má stejnou výslednou hodnotu jako kontext, tedy 0,59, což není ideální, ovšem pro účely další analýzy to bude v obou případech bráno jako dostačující (Tabulka 24 v příloze 3). Pro ověření existence tří konstruktů, respektive zda je modelovaná struktura konzistentní s naměřenými korelacemi, byla zvolena nejdříve **konfirmační faktorová analýza** (dále i jako „CFA“) a následně **explorační faktorová analýza** pro doplnění a zjištění důvodů existence korelací mezi proměnnými. Kombinace těchto dvou metod byla zvolena z toho důvodu, že jsme nejdříve chtěli ověřit

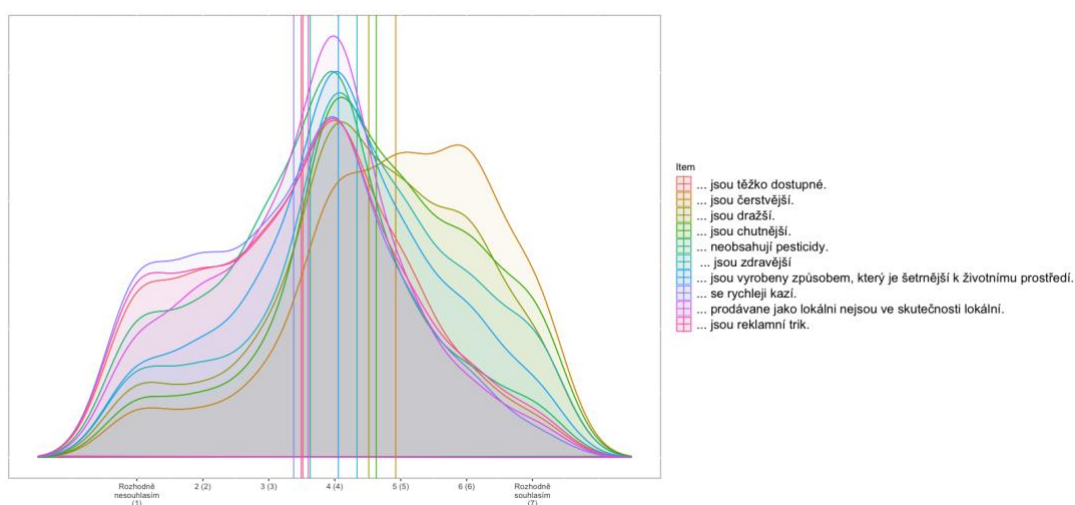
<sup>28</sup> Znaménko minus na konci názvu proměnné značí, že její škála byla otočena do pozitivních hodnot. Názvy položek byly zkráceny pro větší přehlednost tabulky.

strukturu položek (CFA) a následně tyto poznatky doplnit explorativně (EFA) (Hebák, 2013).

#### 6.1.5.3.1 Konfirmační faktorová analýza

Pro začátek by bylo dobré zmínit, že předpoklady pro konfirmační faktorovou analýzu nejsou stoprocentně splněny především s ohledem na normální rozdělení položek (Graf 13). Tento předpoklad nebyl zcela naplněn, proto je třeba výsledky brát s ohledem na toto porušení. Na druhou stranu zde nejsou odlehlá pozorování, což je dáno designem otázky a data nejsou až na jednu položku dominantně zešikmeny na jednu stranu.

**Graf 13: Rozdělení odpovědí na jednotlivé položky vnímání lokálních potravin**



Při konstrukci konfirmační faktorové analýzy bylo postupováno tak, že nejdříve byl otestován **model s globálním faktorem** (M1), který obsahoval všechny položky, následně do **tří faktorů dle konstruktů** (M2, M3). Modely se třemi faktory byly následně modifikovány a analyzovány podrobněji, na základě čehož byly vytvořeny další (M4-M7). Všechny byly nakonec porovnány a zhodnoceny s ohledem na to, jak jsou vhodné k datům. Testované modely byly:

- **M1: Globální faktor**
- **M2: Tři faktory bez vzájemné korelace**
- **M3: Tři faktory se vzájemnou korelací**
- **M4-M7: zlepšení modelu dle analýzy**

K otestování modelů byly zvoleny různé nástroje jeho měření. Prvním je hypotéza o vhodnosti modelu pro testovaná data ( $X^2$  statistika – test dobré shody) a koeficienty se zvolenými žádoucími intervaly CFI (>0,9), TLI, (>0,9) RMSEA (>0,07), SRMR (>0,08). Konfirmační faktorová analýza byla opět provedena v R

(funkce „cfa“ v balíčku „lavaan“) a ve všech variantách zamítla hypotézu o vhodnosti modelu ( $p$  hodnota  $< 0,001$ ), což značí, že modely nerepresentují data dokonale. S ohledem na počet pozorování je však tato statistika poměrně citlivá, a pokusíme se tak přesto interpretovat výsledky CFA.

**První model** (M1) poukázal na nevhodnost položek konstruktů důvěry v globálním modelu, jinak byly všechny položky statisticky signifikantní na hladině  $\alpha 0,05$ . Standardizované zátěže byly negativní pro položky konstruktů atributů a pozitivní v případě konstruktů kontextu. **Druhý model** (M2) byl konstruován již se třemi faktory, a to tak, aby faktory nebyly korelované (ortogonální model). **Třetí model** (M3 – Tabulka 5) korelaci umožnil a v porovnání s předchozími modely byl uspokojivější (nižší  $X^2$  statistika, vyšší CFI a nižší RMSEA). Položky pro jednotlivé faktory byly signifikantní ( $\alpha 0,001$ ), zátěže položek jednotlivých faktorů byly podobně vysoké u všech položek, avšak míra nevysvětlené variability byla také poměrně vysoká.

**Tabulka 5: Model s třemi faktory s povolenou korelací (M3)<sup>29</sup>**

	Odhad	SE	z-hodnota	P(> z )	Std.lv	Std.all
<b>Kontext</b> =~						
dostupnost	1				1	,604
cena	0,979	0,05	19,571	,000	0,979	,616
kazivost	0,927	0,05	18,582	,000	0,927	,587
<b>Atributy</b> =~						
čerstvost	1				1	,675
chuť	1,192	0,038	31,385	,000	1,192	,778
pesticity	0,946	0,042	22,527	,000	0,946	,615
zdraví	1,324	0,039	33,927	,000	1,324	,818
šetrnost	1,123	0,039	28,541	,000	1,123	,730
<b>Důvěra</b> =~						
pravdivost	1				1	,668
trik	1,128	0,06	18,796	,000	1,128	,689

Vysvětlivky: =~ náležitost k faktoru

Dalším postupem bylo tedy zlepšit třetí model (M3), k čemuž posloužila technika **indexů změn**, která otestovala, jak by změny v modelu (např. přidání vztahu mezi položkami, popřípadě přesunutí položky do jiného faktoru) zlepšily statistiku  $X^2$ , a tedy snížily devianci a zdokonalily tak model.

Návrhy možných změn jsou obsaženy v tabulce (Tabulka 6), přičemž změna v devianci se nachází ve stejnojmenném sloupci. Tyto změny jsou vybrané jako

<sup>29</sup> Faktory byly zastoupeny první proměnnou v modelu (odhad = 1).

deset změn s nejvyšší hodnotou, tj. na začátku seznamu jsou ty, u kterých test vyhodnotil její největší snížení. Ve sloupci „vztah“ je obsažen charakter vztahu, který by měl být do modelu přidán („~~“ znamená přidání vzájemné korelace do modelu, což znamená, že položky jsou si podobné a jejich komunalita je vyšší než to, co je obecně sdílené mezi faktory, „=~“ znamená náležitost k faktoru). Tabulka tedy například značí, že pokud bychom přidali korelace mezi proměnnými čerstvost a chuť, deviance by se snížila o 73,817.

**Tabulka 6: Navržené změny pro snížení deviance modelu (M3)**

element	vztah	element 2	deviance
čerstvost	~~	chuť	72,817
pesticidy	~~	šetrnost	72,391
čerstvost	~~	pesticidy	43,211
Kontext	=~	pesticidy	39,343
Atributy	=~	dostupnost	29,502
chuť	~~	pesticidy	28,225
Důvěra	=~	pesticidy	27,652
Důvěra	=~	čerstvost	23,243
Atributy	=~	pravdivost	22,859
Atributy	=~	trik	22,206
čerstvost	~~	šetrnost	20,905
Atributy	=~	cena	20,361
kazivost	~~	pesticidy	16,301
kazivost	~~	šetrnost	14,281
Důvěra	=~	cena	14,11

Vysvětlivky: ~~ korelace, =~ náležitost k faktoru

První změnu jsme přidali, respektive vytvořili **model čtvrtý (M4)**, který skutečně strukturu signifikantně vylepšil. Stejný postup byl opakován pro další dvě změny (M5 a M6), přičemž v každé se model signifikantně zlepšil. Čtvrtá změna v tabulce (M7), tedy přidání pesticidů do konstruktů kontextu, byla sice také signifikantní s ohledem na snížení deviance, ovšem tato změna by znamenala, že pesticidy by patřily do dvou faktorů, což není pro účely analýzy žádoucí. V případě, že byla položka pesticidy přidána do jiného faktoru a z konstruktů atributů byla vyjmuta, model se výrazně zhoršil. Proto jako nejlepší model byl vyhodnocen model šestý (M6). Porovnání všech zmíněných modelů nabízí tabulka (Tabulka 7).

**Tabulka 7: Porovnání modelů CFA**

	Popis modelu	NPAR	CHISQ	DF	CFI	RMSEA	SRMR	TLI
M1	Globální model	20	877,326	35	,763	,143	,114	,695
M2	Dva faktory, bez korelací	27	696,002	38	,815	,121	,143	,781
M3	Dva faktory, s korelacemi	20	301,663	35	,925	,081	,064	,903
M4	M2 + návrh změny 1	24	215,780	31	,948	,071	,052	,925
M5	M4 + návrh změny 2	25	166,720	30	,962	,062	,052	,942
M6	M5 + návrh změny 3	26	155,536	29	,964	,061	,051	,945
M7	M6 + návrh změny 4	27	118,365	28	,975	,052	,043	,959

Výsledný model (M6) je tedy celkem uspokojivý, ovšem podíl vysvětlené variance není u většiny položek příliš vysoký – především položky, které patří do konstruktů důvěry a kontextu (Tabulka 8). Jelikož by však model nebyl lepší v případě, že by se jakákoliv položka přesunula do jiného faktoru, budeme pokračovat s třemi latentními faktory a pro doplnění provedeme explorační faktorovou analýzu.

**Tabulka 8: Podíl vysvětlené variance třemi latentními faktory**

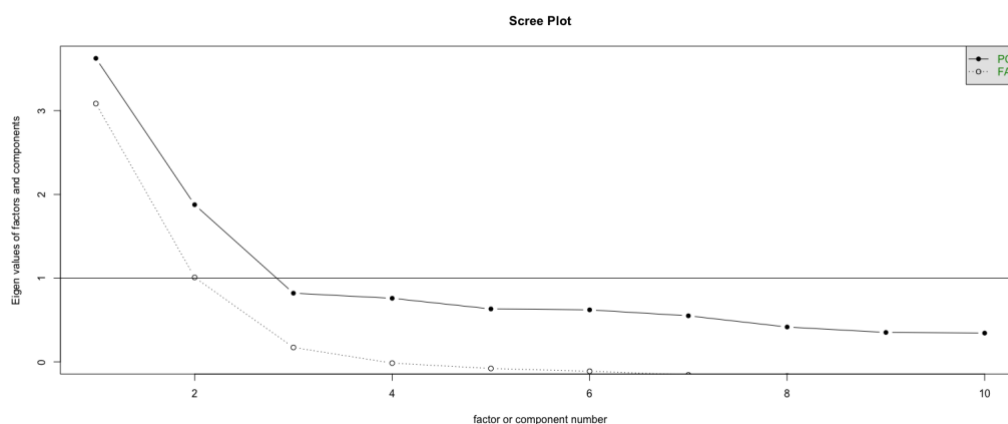
konstrukt	položka	R <sup>2</sup>
<b>Kontext</b>	dostupnost	28,2%
	cena	36,9%
	kazivost	33,7%
<b>Atributy</b>	čerstvost	46,3%
	chuť	56,9%
	pesticity	37,1%
	zdraví	70,8%
	šetrnost	50,9%
<b>Důvěra</b>	pravdivost	32,4%
	trik	53,3%

#### 6.1.5.3.2 Explorační faktorová analýza

Před provedením explorační faktorové analýzy byly nejdříve matematicky otestovány předpoklady provedení, tedy KMO míra a Bartlettův test sféricity, jak bylo popsáno v předešlé části. KMO je na přijatelné hodnotě 0,84 a Bartlettův test vychází jako signifikantní, z toho pohledu je tedy předpoklad pro faktorovou analýzu splněn. Sutinový graf ukazuje spíše na dva faktory než na tři.



**Graf 14: Sutinový graf pro určení počtu faktorů vnímání potravin**



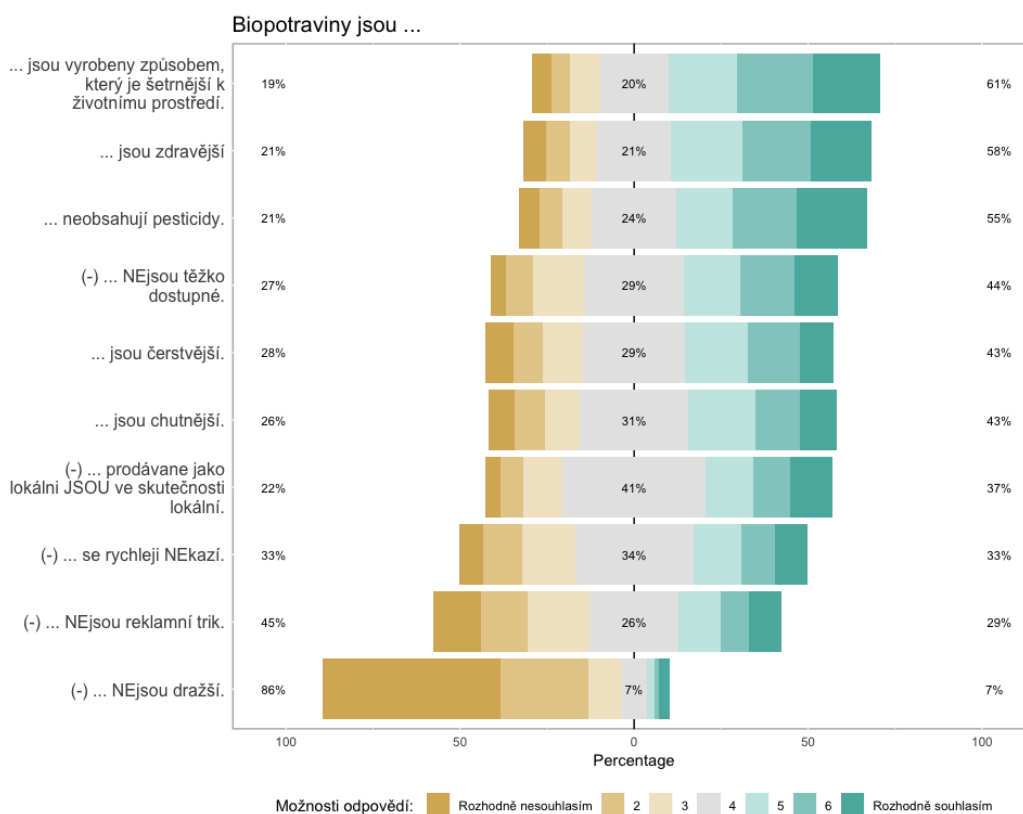
Explorační faktorová analýza (funkce „fa“ v balíčku „psych“ v R, rotace oblmin) byla provedena nejdříve se třemi a následně se dvěma faktory, přičemž v obou případech byl jeden z faktorů sycen zátěžemi položek konstruktů kontextu i důvěry. Položky vyjadřující souhlas s atributy sytily v případě EFA o třech faktorech dva faktory – první faktor položky čerstvosti, chuti a zdraví a druhý faktor položky pesticidů a šetrnost k životnímu prostředí. Tyto faktory však byly vysoce korelované (Tabulka 25 v příloze 3). V případě faktorové analýzy se dvěma faktory sytily faktor stejný a druhý faktor sytil položky konstruktů atributů a důvěru (Tabulka 26 v příloze 3). Výsledky EFA existenci tří konstruktů nenaznačují, nýbrž naznačují dimenze dvě. Atributy jako samostatná dimenze a důvěra a kontext jako druhá dimenze.

Výsledky obou faktorových analýz tedy naznačují určité problémy s konstrukty kontextu a důvěry, ovšem s ohledem na CFA, která neodhalila problémy, které by představovaly kritickou překážku použití těchto konstruktů, bude dále s konstrukty nakládáno tak, jak bylo zamýšleno s vědomím toho, že nejsou vyčerpávajícím zastoupením teoretickým konceptům.

#### 6.1.5.4 Biopotraviny – percepce atributů, kontextu a důvěry<sup>30</sup>

Stejně jako u lokálních potravin, i u biopotravin byli respondenti vyzváni, aby vyjádřili svůj názor v podobě deseti položek, se kterými mohli souhlasit či nesouhlasit na sedmibodové škále. Formulace položek byla stejná jako u lokálních potravin a u negativních položek byly hodnoty odpovědí i slovní významy opět otočeny, aby souhlas znamenal příznivé vnímání jednotlivých konstruktů (kontext, atributy, důvěra).

**Graf 15: Biopotraviny – hodnotové a kontextuální významy**



V případě biopotravin je patrné (Graf 15), že charakteristiky, které se biopotravinám dle definice běžně přisuzují (**šetrnější k prostředí, zdravější, bez pesticidů**) jsou také nejvýše v součtu souhlasných odpovědí. Stále však asi pětina respondentů u každé položky s těmito výroky nesouhlasila, což je podobné procento jako v případě odpovědí na položku z předchozí otázky těch, kteří nevnímají potraviny „označené jako biopotraviny“ jako biopotraviny.

Naopak největší míru nesouhlasu má tvrzení „**jsou dražší**“ s otočenou škálou, jinými slovy 86 % dotázaných souhlasí s tím, že biopotraviny jsou dražší

<sup>30</sup> Plné znění otázky: „Biopotraviny ...“ (kód otázky v dotazníku – QA13, N = 1239).

(51 % rozhodně souhlasí, 25 % zvolilo druhou nejvyšší míru souhlasu a 10 % třetí nejvyšší). V případě lokálních potravin to bylo v součtu všech souhlasných odpovědí 51 %.

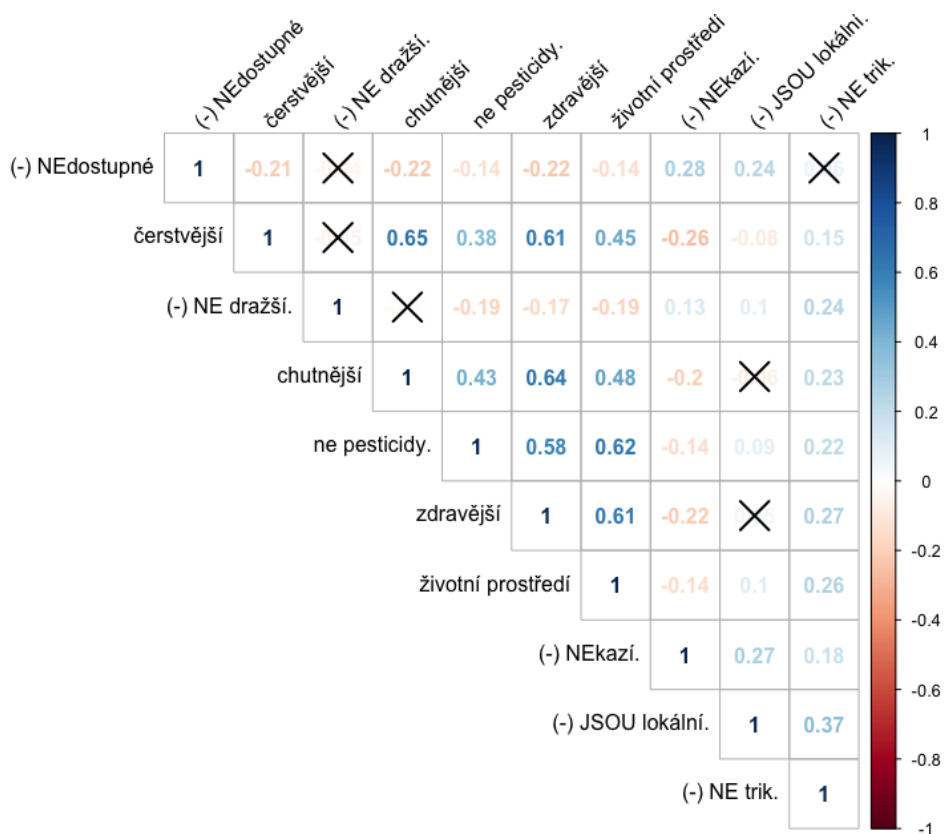
Lepší chuť přisuzují biopotravinám dvě pětiny respondentů, zatímco u lokálních potravin je to asi polovina (tedy o téměř deset procentních bodů více). Podobné je to u čerstvosti, kterou biopotravinám přisuzují asi dvě pětiny (43 %), zatímco u lokálních potravin jsou to tři pětiny (63 %). Zajímavé porovnání s lokálními potravinami je i v položce „(-) NEjsou reklamní trik“ – téměř polovina respondentů si myslí, že biopotraviny jsou jen reklamní trik oproti čtvrtině u lokálních potravin, tedy téměř dvakrát více.

Největší podíl středních odpovědí (označení hodnoty čtyři na škále) měla položka „(-) prodávané jako lokální JSOU **ve skutečnosti lokální**“. Zde je však možné, že si respondenti nevěděli příliš rady, neboť si biopotraviny a lokální produkci nemusí příliš spojovat, popřípadě neměli pocit, že se to biopotravin týká. Je však nutné dodat, že podobné rozdělení odpovědí měly i lokální potraviny.

#### *6.1.5.4.1 Analýza reliability a faktorová analýza*

Pro ověření reliability a vnitřní konzistence konstruktů bylo použito Cronbachovo  $\alpha$  (funkce „alpha“ z balíčku „psych“ v R). V případě atributů bylo na stejné úrovni jako u lokálních potravin (0,87 – Tabulka 27 v příloze 3). V případě kontextu bylo velmi nízké (0,36 – Tabulka 28 v příloze 3), přičemž po vyřazení položky o ceně by se zvýšilo, avšak pouze o jednu desetinu (0,46). A v případě důvěry o něco nižší, avšak na podobné úrovni jako u lokálních potravin (0,56 – Tabulka 29 v příloze 3). Z **korelační matice** (Graf 16) jsou tyto souvislosti do jisté míry patrné – vyřazené položky mají malou a často nesignifikantní míru koeficientu korelace. Položka lokální má sice také mnoho takových položek, ovšem s položkou „(-) NEjsou reklamní trik“ má poměrně těsný vztah.

Graf 16: Korelační matice položek hodnotových významů spojených s biopotravinami



Obdobně jako u lokálních potravin (otázky se stejnou škálou) byly splněny předpoklady KMO míry (0,81) a zamítnutí nulové hypotézy Bartlettova testu sféricity. I v tomto případě sutinový graf a Kaiserovo pravidlo značí spíše dva než tři faktory. Výsledky explorační faktorové analýzy jsou také podobné jako u stejných položek na lokální potraviny – první faktor je sycen položkami percepcie atributů, zatímco druhý faktor je sycen kombinací položek z konstruktu kontextu a důvěry, přičemž položky důvěru sytí více než položky kontextu (Tabulka 30 a Tabulka 31 v příloze 3). CFA pro biopotraviny nebyla provedena, neboť výsledky z této otázky slouží především k porovnání s lokálními potravinami a dále nejsou hlouběji analyzovány.

#### 6.1.6 Škála pro-environmentálního postoje

Environmentální souvislosti byly v dotazníku obsaženy na několika místech v souvislosti s dalšími tématy výzkumu, ovšem v nejkompexnější podobě byl tento aspekt obsažen v otázce s tvrzeními, které by se souhrnně daly obecně označit jako výroky o tom, jak různí aktéři mohou přispět k zabránění dopadům lidských činností na životní prostředí.

V této otázce autoři výzkumu operacionalizovali konstrukty ze zmíněné VBN teorie: *ascription of responsibility (AR)*<sup>31</sup> a *personal norm (PN)*<sup>32</sup>. První z nich, tedy přijetí zodpovědnosti (AR), se týkal příspěvku jednotlivce k řešení environmentálních problémů, respektive vnímání respondenta, zda je možné přispět jako jednatel k řešení těchto otázek. Druhý konstrukt, tedy osobní normy (PN), v podstatě měřil také příspěvek k řešení environmentálních problémů, ovšem tentokrát byly aktéry obecné zájmeno „my“, popřípadě stát, podniky nebo EU (Graf 17).

Tyto koncepty byly zahrnuty i v kvalitativních rozhovorech, kde se objevovaly názory, že bychom měli zakročit proti ničení životního prostředí, ať už by měl být aktérem této změny jedinec, stát, podniky či komunita („my“). Zároveň se tyto názory objevovaly ve spojení s lokální produkcí.<sup>33</sup> Dalo by se tedy předpokládat propojení těchto položek s lokální produkcí.

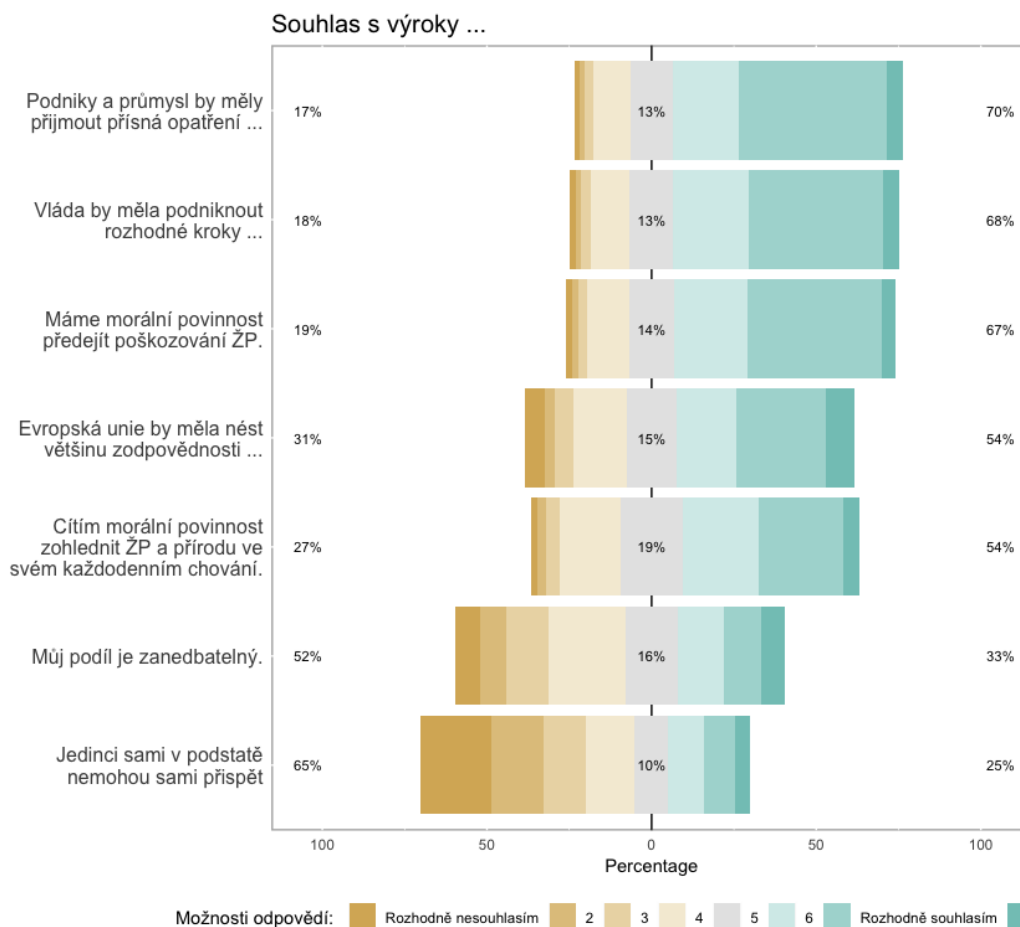
---

<sup>31</sup> Plné znění otázky: „Na škále od 1 do 7 prosím uveďte, nakolik souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími tvrzeními.“ Tvrzení: „Můj podíl na problémech životního prostředí je zanedbatelný.“, „Jedinci sami v podstatě nemohou sami přispět ke snížení poškozování životního prostředí.“

<sup>32</sup> Plné znění otázky: „Na škále od 1 do 7 prosím uveďte, nakolik souhlasíte či nesouhlasíte s následujícími tvrzeními.“ Tvrzení: „Máme morální povinnost vůči budoucím generacím udělat cokoli je v našich silách, abychom předešli poškozování životního prostředí.“, „Cítím morální povinnost zohlednit životní prostředí a přírodu ve svém každodenním chování.“, „Podniky a průmysl by měly přijmout přísná opatření, aby pomohly předejít poškozování životního prostředí.“, „Vláda by měla podniknout rozhodné kroky vedoucí k zamezení poškozování životního prostředí.“, „Evropská unie by měla nést většinu zodpovědnosti za kroky vedoucí k prevenci poškozování životního prostředí.“

<sup>33</sup> Konkrétně se zmiňovali **obecně o snížení dopadu** na životní prostředí. Respondent P7: „[...] jíst víc lokálně, produkovat primárně lokálně [...]“; P10: „[...] hlavně spotřebou výrobků přímo na místě. Nemusí se převážet, kácet nějaký lesy, vozit po celém světě.“; P4: „[...] to, co vyrobíme, abychom spotřebovali, nevozili jinam a nespalovali [...]“; a **příspěvní jedince**: P2 „mohou, pokud budou kupovat místní, lokální výrobky“, P9 „preferovat lokální prodejce a pěstitele“).

**Graf 17: Škála měřící osobní normy a přijetí zodpovědnosti v souvislosti s životním prostředím**

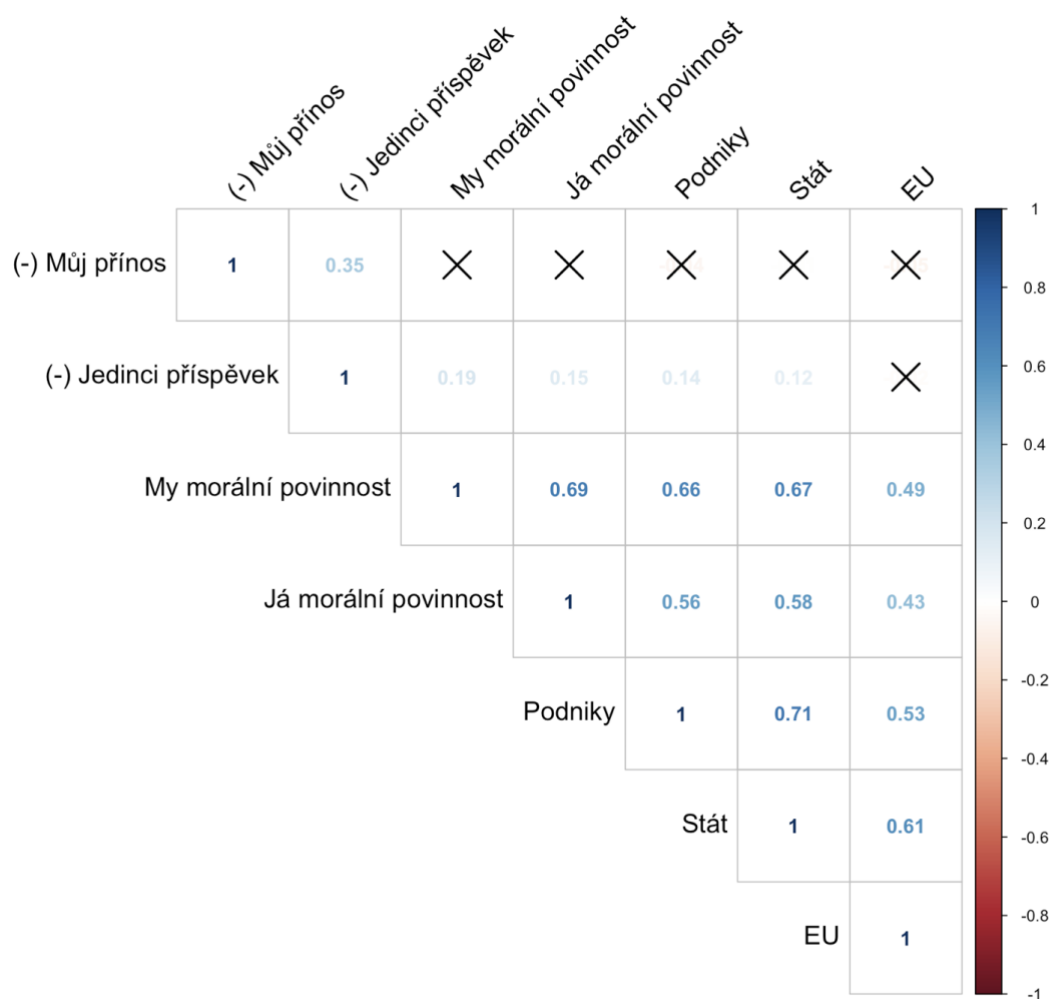


Průměr všech platných odpovědí je 5,6 což je vcelku vysoký průměr, který je v případě PN položek ještě o pár desetin vyšší.<sup>34</sup>

Korelační matice (Graf 18) ukazuje na poměrně silné korelace mezi položkami jednotlivých konstruktů, což svědčí o tom, že každý konstrukt měří něco jiného. V případě konstruktů PN jsou korelace silnější než v případě AR.

<sup>34</sup> Řádky s chybějícími odpověďmi nebyly zařazeny do výpočtu, tj. jedná se pouze o průměr respondentů, kteří měli vyplněné všechny odpovědi. Hodnoty negativně formulovaných položek byly otočeny.

**Graf 18: Korelační matice konstruktů PN a AR v souvislosti s životním prostředím<sup>35</sup>**



<sup>35</sup> Názvy položek jsou zkráceny pro lepší orientaci v grafu. Jelikož jsou mírně odlišně formulované a zkrácené v velké míře, jsou zde popsány podrobně:

„(-) **Můj přínos**“: „Můj podíl na problémech životního prostředí je zanedbatelný.“,

„(-) **Jedinci příspěvek**“: „Jedinci sami v podstatě nemohou sami přispět ke snížení poškozování životního prostředí.“,

„**My morální povinnost**“: „Máme morální povinnost vůči budoucím generacím udělat cokoliv je v našich silách, abychom předešli poškozování životního prostředí.“,

„**Já morální povinnost**“: „Cítím morální povinnost zohlednit životní prostředí a přírodu ve svém každodenním chování.“,

„**Podniky**“: „Podniky a průmysl by měly přijmout přísná opatření, aby pomohly předejít poškozování životního prostředí.“,

„**Stát**“: „Vláda by měla podniknout rozhodné kroky vedoucí k zamezení poškozování životního prostředí.“,

„**EU**“: „Evropská unie by měla nést většinu zodpovědnosti za kroky vedoucí k prevenci poškozování životního prostředí.“

Pro stanovení vnitřní konzistence jednotlivých konstruktů bylo opět použito Cronbachovo  $\alpha$ . V prvním případě (AR) bylo pouze v hodnotě 0,51, což pro škálu není uspokojivé. V druhém případě (PN) je již Cronbachovo  $\alpha$  v hodnotě 0,86 a všechny položky jsou z pohledu tohoto nástroje dostatečně silné (neexistuje položka, která by Cronbachovo  $\alpha$  výrazně zvýšila po jejím vyřazení).

Pro ověření existence konstruktů a prozkoumání latentní struktury položek byla provedena CFA a EFA. V případě CFA je však třeba upozornit, že předpoklad normality nebyl dokonale naplněn, analýza by tedy mohla být touto skutečností výrazně ovlivněna.

Postup byl stejný jako v případě vnímání lokálních potravin, od obecnějšího modelu ke specifitějšímu. Testované modely byly:

- **M1: Globální faktor**
- **M2: Dva faktory bez korelace**
- **M3: Dva faktory s korelací**
- **M4-M6: zlepšení modelu dle analýzy**

K otestování modelu byly zvoleny stejné nástroje jako v případě lokálních potravin –  $X^2$  test, CFI (>0,9), TLI, (>0,9) RMSEA (>0,07), SRMR (>0,08).

**Globální faktor** (M1) nenabízí dobrý model (vybrané ukazatele jsou mimo stanovené intervaly), ovšem to je v souladu s našimi předpoklady. Globální model bude použit převážně pro porovnání s dalšími modely. **Ortogonální řešení** (M2) nabízí již lepší model, co se týče vybraných ukazatelů pro ohodnocení struktury modelu. Tento model nepovoluje korelaci latentních faktorů. **Třetí možnost** (M3) měla zmíněné míry horší než druhá (M2), což tedy znamená, že pro model je lepší, pokud korelace mezi faktory nebude povolena. Druhé řešení tedy bylo dále analyzováno a pozměněno dle návrhů testu dalších kombinací, které by se mohly do modelu přidat.

Vzhledem ke snížení deviance by bylo nejprospěšnější přidat korelaci mezi položkami PN „Máme morální povinnost ...“, a „Cítím morální povinnost ...“. Tyto dvě položky jsou si velmi podobné a povolit korelaci mezi nimi by mohlo strukturu lépe vysvětlit. Další model (M4) byl tedy konstruován s tímto příspěvkem, přičemž sledované hodnoty se skutečně významně zlepšily (otestováno pomocí ANOVA).

Další změnou, která by významně model zlepšila (respektive snížila devianci  $X^2$  statistiky), bylo přidat korelaci mezi položky odkazující k zákroku státu



a EU, což tedy opět značí o podobnosti těchto položek. Tento model (M5) byl opět o něco lepší, ovšem stále byla zamítnuta hypotéza o tom, že by model odpovídal datům. Vybrané ukazatele však byly v žádoucích intervalech, proto bylo pokračováno k analýze jednotlivých položek.

Položky prvního faktoru neměly příliš vysoké standardizované zátěže a zbývající variabilita nevysvětlená modelem byla oproti ostatním položkám poměrně vysoká. Podobné však můžeme říct o položce vztahující zodpovědnost k EU z druhého faktoru. Nejlépe na tom z pohledu standardizovaných zátěží byly položky apelující na podniky a stát (aby zakročili proti environmentálním problémům). Tyto položky měly nejvyšší zátěže (přes 0,8) a nejnižší zbývající podíl nevysvětlené variability (pod 0,35). Zbývající položky, které odkazovaly k morálce, byly v porovnání s dalšími položkami na střední úrovni.

Hodnoty zátěží a nevysvětlené variance v pátém modelu naznačují, že by mohla v položkách existovat jiná struktura, která pojí položky v rámci konstruktů PN (morálka a instituce – s výjimkou EU, která poněkud vybočuje). Pro účely otestování této hypotézy byl tedy zkonstruován model, který dělil strukturu do tří latentních faktorů – **AR** (stejně jako doposud), **morálka** (položky „Máme morální povinnost ...“ a „Cítím morální povinnost ...“) a **instituce** (položky měřící postoj k tvrzení, že by různé instituce měly zakročit – podniky, stát a EU), přičemž korelace faktorů v modelu byla opět nepovolená. Tato struktura skutečně zvýšila standardizované zátěže položek k latentním faktorům a snížila množství standardizované nevysvětlené variability, a to především u položek „Cítím morální povinnost ...“ (zde dokonce vyšel nesignifikantní test variance, který testuje, zda podíl nevysvětlené variance je nulový a položka je tedy zcela vysvětlena faktorem) a položky vztahující se ke státu, ovšem u podniků ji naopak snížila, sledované hodnoty kvality modelu se dostaly mimo přijatelnou hodnotu (CFI, TLI, RMSEA, SRMR) a deviance  $X^2$  statistiky se významně zvýšila. Navržené změny pak obsahovaly především vložení hodnot z konstruktů morálky do instituce a naopak.

**Tabulka 9: Porovnání modelů CFA pro konstrukty AR a PN v souvislosti s životním prostředím**

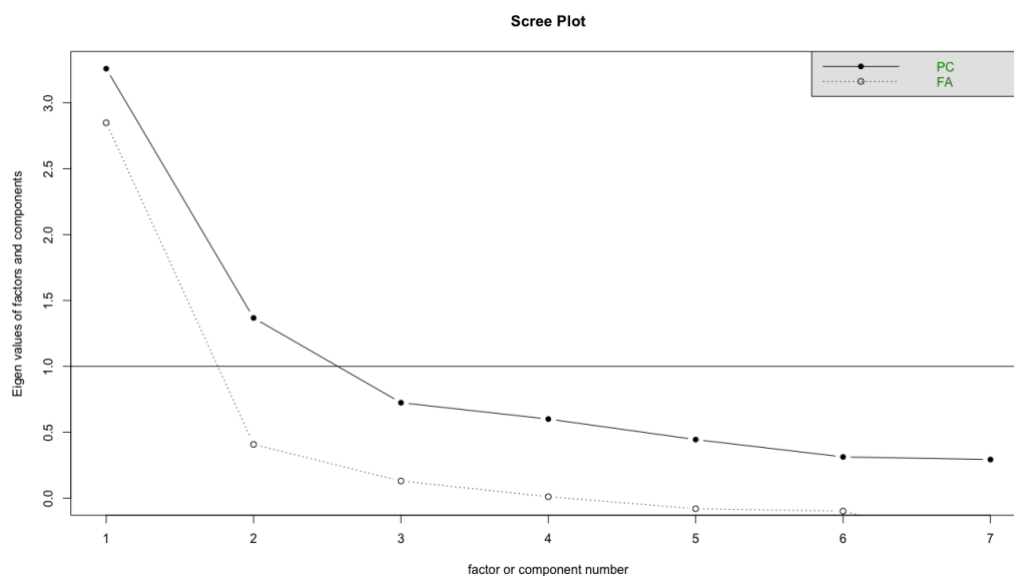
	Popis modelu	NPA			RMS			TLI
		R	CHISQ	DF	CFI	EA	SRMR	
M1	Globální model	14	487,824	14	,892	,142	,078	,838
M2	Dva faktory, bez korelací	12	299,438	16	,935	,102	,075	,915
M3	Dva faktory, s korelacemi	13	296,262	15	,936	,105	,074	,910
M4	M2 + návrh změny 1	14	124,848	14	,975	,068	,050	,962
M5	M4 + návrh změny 2	15	94,973	13	,981	,061	,055	,970
M6	Tři faktory	11	1343,97	17	,700	,210	,260	,630

CFA tedy celkově nepodala dostatek důkazů o tom, že by struktura dat odpovídala konstruktům. Především u konstruktů AR podala velmi slabé hodnoty, což nesevředly o tom, že by tyto položky měřily společný konstrukt. V případě konstruktů PN již byly položky uspokojivější, ovšem ne všechny sytily latentní faktor stejnou měrou. Navržený model se třemi faktory pak sice zlepšil hodnoty zátěží u jednotlivých faktorů, ovšem jako celek byl horší než ten předchozí (M5).

První tři modely (M1-M3) se významně nelišily (test ANOVA), čtvrtý model byl z pohledu  $X^2$  statistiky již signifikantně lepší než třetí a tento vztah platí i pro pátý model. Poslední model (M6) vykazoval nedostatečné hodnoty zvolených nástrojů měření kvality modelu. Je však třeba zdůraznit, že hypotéza o vhodnosti modelu pro data byla zamítnuta v každém případě. Vzhledem k hodnotám zvolených indikátorů však můžeme konstatovat, že předposlední model (M5) byl poměrně uspokojivý.

Pro doplnění byla dále provedena EFA, která ukazuje na silný první faktor dle Kaiserova kritéria, ovšem to není vzhledem k charakteristice explorační faktorové analýzy překvapivé. Analýza hlavních komponent by naproti tomu ukázala na dva. Analýza byla tedy provedena se dvěma faktory, přičemž první faktor sytil položky konstruktů PN a druhý faktor sytil položky AR (Tabulka 32 v příloze 3). EFA tedy potvrdila sílu faktoru PN a rozdělení těchto dvou konstruktů, ovšem u druhého konstruktů byla položka „Jedinci sami nemohou přispět“ výrazně slabší než všechny ostatní položky ve velikosti zátěží. Naznačuje to tedy problém této položky, která nejspíše ohrožuje konstrukt AR jako takový. Možným řešením by tedy bylo položku přeformulovat či přidat další pro otestování.

Graf 19: Sutinový graf pro otázky měřící konstrukty PN a AR



Konstrukt AR byl na základě této analýzy shledán jako nestabilní a nevhodný pro další analýzy, a to jak z pohledu Cronbachova  $\alpha$ , tak z pohledu CFA a EFA. Konstrukt PN byl shledán jako uspokojivý ve všech třech analýzách.

#### 6.1.6.1 Konstrukt PN a frekvence nákupu lokálních potravin

Pro prozkoumání vztahu mezi PN konstruktem a frekvencí nákupu lokálních potravin byl zvolen nepárový neparametrický Mann-Whitney/Wilcoxonův test (funkce „compare\_means“ s metodou „wilcox.test“ v balíčku „ggpubr“ v R) pro porovnání mediánu (Agresti, 2002). Tento test byl zvolen z důvodu nesplnění předpokladu normálního rozdělení pro parametrické testy.

Vnímaná frekvence nákupu lokálních potravin byla pro účely testu rozdělena do dvou kategorií. Vznikla tím dichotomická proměnná, která označovala jedničkou velmi častý nákup a nulou všechny ostatní kategorie z otázky na frekvenci nákupu. Velmi častým nákupem byla v tomto případě vnímaná frekvence nákupu **alespoň jednou týdně**. Tato varianta byla zvolena z toho důvodu, že u ní můžeme očekávat reálnější zájem o lokální potraviny naznačující určitý zvyk. Uvedený postup byl preferován především z toho důvodu, že na lokální potraviny nejsou příliš vyhraněné názory, jak vyplynulo z kvalitativních rozhovorů, a zároveň pro asi polovinu respondentů znamenají českou produkci, kterou kupují ještě častěji než tu lokální (kapitola 6.1.4.2). Mohlo by se tak například stát, že zvolili častější odpověď, přestože lokální produkci nevyhledávají – ve smyslu, že předpokládají,

že tyto potraviny kupují, což je ale dáno pouze možnostmi výběru v českých obchodech. Krajní kategorie frekvence tuto možnost nevylučuje, ale mohlo by to snížit počet podobných případů.

Mann-Whitney/Wilcoxonův test zamítl nulovou hypotézu na hladině významnosti  $\alpha$  0,0001 o stejnosti průměrů pro dvě skupiny respondentů, kteří nakupují lokální potraviny alespoň jednou za týdně (průměr 5,8) a ti, kteří je nakupují méně často (průměr 5,4). Pro doplnění byly provedeny i testy pro jiná rozdělení kategorií. Stejný test zamítl nulovou hypotézu i v případě rozdělení respondentů na ty, co kupují lokální potraviny alespoň několikrát za měsíc a více a na ty, kteří nakupují lokální potraviny méně často. Tentokrát na hladině významnosti  $\alpha=0,001$ . I ti, kteří nakupují alespoň několikrát za měsíc, mají statisticky odlišný průměr od respondentů, kteří nakupují méně často. Nakonec byl proveden i Kruskal-Wallisův test pro více skupin (v našem případě pro jednotlivé odpovědi frekvence nákupu lokálních potravin), který také vyšel signifikantní na hladině  $\alpha=0,0001$ . Tyto výsledky tedy naznačují významný vztah mezi frekvencí nákupu lokálních potravin a osobními normami v souvislosti s životním prostředím.

#### 6.1.7 Sociodemografické a socioekonomické ukazatele

V další kapitole bude představena logistická regresní analýza, která se pokusí nastínit vliv představených konceptů na frekvenci nákupu lokálních potravin. Sociodemografické a socioekonomické charakteristiky jsou důležitou součástí zkoumání takové analýzy, neboť některé další souvislosti mohou být vysvětleny skrze tyto ukazatele. Mnohé analýzy na toto téma demografické ukazatele zahrnovaly (viz Feldmann & Hamm, 2015), Zepedová a Deal (2009) je ve svém výzkumu dokonce začlenili do svého modelu – konkrétně vzdělání a příjem. U **vzdělání** předpokládali souvislost se znalostí, respektive s hledáním informací, což má dle jejich modelu vliv na chování spotřebitelů. Jinými slovy, vyšší vzdělání ovlivňuje nákupní chování tím, že se spotřebitelé více zajímají o to, jaký výrobek kupují, a vyhledávají si o něm informace.

Vzdělání bylo v dotazníku INHERIT nabízeno v 11 kategoriích.<sup>36</sup> Vztah mezi frekvencí nákupu lokálních potravin a vzděláním byl otestován ve dvourozměrné kontingenční tabulce a Pearsonův  $X^2$  test vyšel jako signifikantní na hladině  $\alpha$  0,01. Adjustovaná rezidua ukázala na významný vztah kategorie „nikdy“ u frekvence nákupu a nižších vzdělanostních skupin („neúplné základní a bez vzdělání.“ a „vyučení bez maturity.“). Dále také v kategorii frekvence nákupu „několikrát za měsíc“ a dosažené vzdělání „vysokoškolské magisterské, inženýrské“ (Tabulka 33 v příloze 3). Pro účely logistické regresní analýzy bude kategorizováno několika způsoby – nejdříve do tří kategorií – nižší (základní a střední bez maturity), střední (střední s maturitou a vyšší odborné) a vyšší (vysokoškolské – bakalářský titul a vyšší), posléze do dvou kategorií, a to dvojím způsobem – bez maturity/s maturitou a bez VŠ diplomu/s VŠ diplomem.

Druhou charakteristiku představoval **příjem**, který dle autorů má především zprostředkovaný vliv na to, jak důležitý faktor je pro nákup potravin cena. Zepedová a Deal (2009) předpokládali, že pro vysoko-příjmové skupiny nebude hrát cena tak významný faktor, a spíše tak budou nakupovat biopotraviny, které jsou pokládány za dražší. Z představených dat o lokálních potravinách z výzkumu INHERIT je podobná tendence patrná i v případě lokálních potravin, tedy že jsou považovány spíše za dražší (kapitola 6.1.5.1), a příjem by se tak také mohl prokázat jako významný faktor frekvence nákupu.

V analyzovaném datovém souboru je příjem zaznamenán ve 12 intervalech.<sup>37</sup> Vztah mezi příjmem a frekvencí lokálních potravin byl stejně jako u vzdělání otestován v kontingenční tabulce (Tabulka 34 v příloze 3). Vztah je signifikantní na hladině  $\alpha$  0,01. přičemž lokální statistika adjustovaných reziduí

---

<sup>36</sup> Plné znění otázky: „Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“ Možnosti odpovědí: „Neúplné základní a bez vzdělání.“, „Základní.“, „Vyučení bez maturity.“, „Střední odborné bez maturity.“, „Vyučení s maturitou“, „Střední odborné s maturitou (SŠ) a konzervatoře.“, „Střední všeobecné s maturitou (gymnázium)“, „Vyšší odborné (VOŠ - DiS., pomaturitním specializační studium)“, „Vysokoškolské bakalářské“, „Vysokoškolské magisterské, inženýrské.“, „Postgraduální vzdělání (Ph.D., CSc., Th.D., apod.).“

<sup>37</sup> Plné znění otázky: Jaký je celkový čistý měsíční příjem Vaší domácnosti ze všech zdrojů po odečtení daní a odvodů? Možnosti odpovědí: „Méně než 12 000 Kč“, „12 000 až 18 000 Kč“, „18 001 až 22 000 Kč“, „22 001 až 25 000 Kč“, „25 001 až 28 000 Kč“, „28 001 až 31 000 Kč“, „31 001 až 34 000 Kč“, „34 001 až 38 000 Kč“, „38 001 až 45 000 Kč“, „45 001 až 55 000 Kč“, „55 001 Kč až 70 000 Kč“, „Více než 70 000 Kč“, „Nevím.“, „Nechci odpovídat.“

naznačuje významný vztah mezi odpovědí „nikdy“ na nákup potravin a nejnižšími příjmovými kategoriemi (tj. do 18 tisíc).

Kromě těchto dvou ukazatelů, které zahrnula *Alphabet Theory* existují další, které se ve studiích objevovaly a které by se mohly v kontextu lokálních potravin ukázat jako zajímavé. Prvním z nich je **velikost místa bydliště** (Carroll & Fahy, 2015), respektive rozdělení na městské a venkovské spotřebitele. Předpoklad je takový, že lidé z venkova mají bližší vztah k produkci potravin, jelikož mají větší pravděpodobnost dostat se do kontaktu se zemědělským průmyslem, což zvyšuje znalost o původu potravin, relační blízkost s producenty a také dostupnost lokálních potravin (resp. více možností pro nákup).

Velikostních kategorií místa bydliště bylo v dotazníku INHERIT nabídnuto celkem šest.<sup>38</sup> Pro účely otestování hypotézy vztahu mezi frekvencí nákupu lokálních potravin a velikosti místa bydliště byla proměnná kategorizovaná do dvou typů velikosti – venkov (do 5000 obyvatel) a město (5000 a víc). Vztah mezi touto kategorizovanou veličinou a frekvencí nákupu lokálních potravin byla otestována hypotézou o nezávislosti za pomoci Pearsonova  $X^2$  testu ve dvourozměrné kontingenční tabulce, která však nebyla zamítnuta (Tabulka 35 v příloze 3).

Další prediktor, který bude zahrnut do logistické regrese v další kapitole bude i **počet lidí a dětí v domácnosti**, jelikož preference rodiny jsou častým faktorem nákupu, jak je vidět z grafu v kapitole 6.1.4.1, a tyto názory se objevovaly i v kvalitativní části. **Pohlaví** by se také mohlo odrazit v nákupním chování, což naznačovaly některé studie (Feldmann & Hamm, 2015). Rozdíly by mohly být vysvětleny i **krajem**. Pro kontrolu vlivu konkrétního příjmu, kteří respondenti sdělili, bude zařazen i **subjektivně vnímaný příjem**.<sup>39</sup> Ten byl vyjádřen ve smyslu toho, jak snadno jako domácnost uspokojí své potřeby. V čistém příjmu může hrát roli to, jaké mají náklady (kolik lidí musí živit, zda žijí v pronájmu nebo ve svém, jak je drahé jídlo v jejich místě bydliště apod.). Dále také **zaměstnanecký status** (studenti mohou mít jiné představy než důchodci, osoby výdělečně činné – dále jako „OSVČ“, jiné než zaměstnanci) a v neposlední řadě také **věk**, který byl

<sup>38</sup> Možnosti byly: "Do 999", "1 000 až 4 999", "5 000 až 19 999", "20 000 až 49 999", "50 000 až 999 999", "1 milion nebo více (Praha)".

<sup>39</sup> Plné znění otázky: „Co se týče celkového měsíčního příjmu Vaší domácnosti, řekl/a byste, že Vaše domácnost dokáže vyjít ...“. Možnosti odpovědí: „s velkými obtížemi“, „s menšími obtížemi“, „poměrně snadno“, „snadno“.

v dotazníku jako kardinální proměnná, ovšem histogram věku v jednotlivých kategoriích frekvence nákupu naznačil, že v kategorii „jedenkrát týdně a víc“ je poněkud větší zastoupení starších ročníků (distribuce je zešikmená zleva). Naopak v kategorii „jednou za měsíc a méně“ je víc mladších ročníků. Na základě toho tedy bude věk pro účely logistické regrese rozdělen do tří kategorií.

### 6.1.8 Logistická regrese – frekvence nákupu lokálních potravin

Pro prozkoumání toho, jak představené faktory vysvětlují nákup lokálních potravin, byla zvolena **binomická logistická regrese**, což je analogický nástroj k mnohonásobné regresi a ANOVĚ, přičemž rozdíl je v datovém typu závislé proměnné – místo spojitě se jedná o dichotomickou proměnnou. Rovnice logistické regrese má tvar  $\log[\pi/(1-\pi)] = \beta_1 + \beta_2 x$ , přičemž levá část rovnice ( $\log[\pi/(1-\pi)]$ ) se nazývá logit, který je interpretovatelný jako logaritmus šancí (Dobson, 2002). Logitem se rozumí přirozená transformační funkce pro střední hodnotu v případě binomického rozdělení. Odhad parametrů se stanoví pomocí metody maximální věrohodnosti (Hebák, 2013).

**Závislá proměnná**, která bude určovat, zda respondenti kupují lokální potraviny či nekupují, byla vytvořena z proměnné měřící frekvenci nákupu lokálních potravin (kapitola 6.1.4.2). Jak již bylo popsáno v analýze vztahu frekvence nákupu lokálních potravin a konstruktů AR a PN, sledovaná závislá proměnná bude „**kupuje alespoň jednou týdně**“. Důvodem je představa, že lokální potraviny většina respondentů kupuje, a pokud se zaměříme na ty, kteří nakupují lokální potraviny alespoň jednou za týden, dá se předpokládat odlišující zájem o lokální potraviny či zvyk je nakupovat, který by mohl být vysvětlen představenými prediktory. Pro tento účel byla vytvořena tzv. *dummy* proměnná<sup>40</sup> s pracovním názvem „**nakupuje často**“, která určuje referenční kategorii pro binární logistickou regresi.

Interpretace logistické regrese je dána tak, že jednotková změna  $j$ -té vysvětlující proměnné znamená v průměru  $e^{\beta_j}$ -násobnou změnu šance nastoupení sledovaného jevu, zůstanou-li hodnoty všech ostatních vysvětlujících proměnných stejné. V případě kategoriálních proměnných se jedná o navýšení šancí v referenční kategorii. Konstanta (*intercept*) udává velikost logitu pro nulové hodnoty všech prediktorů (má tedy největší devianci od saturovaného modelu, což je model dosahující dokonalé shody (Hebák, 2013))

V lineárních regresních modelech se běžně pro vysvětlení modelu používá tzv. koeficient determinace ( $R^2$ ), který vyplývá z metody odhadnutí parametrů

---

<sup>40</sup> Umělá proměnná neboli indikátor rozdělí jednotlivé objekty veličiny na nuly a jedničky, přičemž jedničkou se označí výskyt nominální proměnné – v případě více než jedné kategorie (K) se vytvoří  $K - 1$  indikátorů, přičemž zbývající kategorie (referenční) je vyjádřena jako lineární funkce ostatních (Hebák, 2013).



funkce (metoda nejmenších čtverců). V logistické regresi však jeho použití není možné, jelikož parametry jsou odhadovány metodou maximální věrohodnosti, proto se podobně formulované koeficienty nazývají „pseudo  $R^2$ “ – např. Cox-Snell nebo Nagelkerkeova statistika, přičemž druhá jmenovaná je výhodnější, jelikož hodnoty nabývají intervalu mezi 0 a 1. Porovnání modelu je možné sledováním snížení deviance s přidáním další proměnné – pokud se nesníží významně, komplikovanější model není vhodný (Hebák, 2013).

Klasifikační schopnost modelu je možné prozkoumat čtyřpolní klasifikační tabulkou se správně a nesprávně zařazenými jednotkami – zde je však otázka, kde zvolíme hranici dobrého a špatného modelu (obvykle 0,5). Objektivnější možností je ROC křivka, která znázorňuje senzitivitu (pravděpodobnost správného zařazení do jedné skupiny) a specifitu (pravděpodobnost nesprávného zařazení do druhé skupiny) (Hebák, 2013).

V případě použití modelu s alespoň jednou spojitou proměnnou (tzn. není splněna podmínka pro asymptotické rozdělení deviance) je třeba použít Hosmerův-Lemeshowův test, který bychom neměli zamítnout, neboť to by signalizovalo špatnou shodu obdrženého modelu s daty (Hebák, 2013). Jeden z hlavních předpokladů pro provedení regrese je to, že data nemají odlehlá pozorování. Dále se v datech nesmí vyskytovat multikolinearita mezi prediktory (korelace mezi prediktory by neměly přesáhnout hodnotu 0,9 (Tabachnick & Fidell, 2013)). VIF, neboli faktor zvětšení rozptylu, by měl být mezi 1 – 5.

**Nezávislé proměnné** představují prediktory, které byly zmíněné v předchozích kapitolách (Tabulka 10). V prvním modelu budou zařazeny pouze **sociodemografické a socioekonomické ukazatele**, které byly zmiňovány v teoretické části, kvalitativních rozhovorech či vyplynuly z analýzy dat. Tyto ukazatele také mohou dále zprostředkovávat další vlivy, proto je dobré zkoumat jejich vliv samostatně. Druhý testovaný model již zahrnuje položky související s vnímáním lokálních potravin, obecně řečeno **socio-psychologické**, do kterého budou přidány i další faktory, které by mohly mít predikční schopnost vzhledem k teoretické části (především *Alphabet Theory* a VBN teorii).

**Tabulka 10: Popis prediktorů pro logistickou regresi**

Model	Teoretická východiska	N
<b>M1: Sociodemografické a socioekonomické faktory</b>	Alphabet Theory	2019
Vzdělání		
Příjem		
Subjektivně vnímaný příjem		
Venkov / město		
Gender		
Region		
Věk		
Počet členů domácnosti		
Ekonomické postavení (OSVČ, student)		
Počet dětí/členů v domácnosti		
<b>M2: Sociopsychologické faktory</b>	Alphabet Theory, VBN Theory	1239
Shluky pro vnímání významu pojmu		
Vnímání ATRIBUTŮ lokálních potravin		
Vnímání KONTEXTU lokálních potravin		
Vnímání DŮVĚRY lokálních potravin		
Zajímá se o původ potravin		
Vnímání osobních norem (PN)		

Některé otázky z druhého modelu byly kladeny pouze asi polovině respondentů, proto budou data pro tento model čítat pouze asi poloviční vzorek. V případě prvního modelu toto omezení není, proto bude začleněn vzorek celý. V obou modelech byla data nejprve rozdělena do dvou částí – první pro vytvoření modelu (70 %) a druhá pro otestování úspěšnosti klasifikace (30 %). Druhá část sloužila pro změření přesnosti predikční schopnosti modelu.

#### (i) Vybrané sociodemografické a socioekonomické ukazatele (M1)

Některé vybrané proměnné by spolu mohly příliš souviset (např. počet členů domácnosti a počet dětí), což by ohrozilo jejich predikční schopnost a jedná se také o jeden z předpokladů logistické regrese (**multikolinearita** byla s každým testem kontrolována pomocí funkce „vif“ v balíčku „car“ v R). Proto byly tyto skupiny proměnných do modelu přidávány postupně (vždy jen jedna z nich). Stejný postup byl zvolen pro různé kategorizace (např. vzdělání se třemi či dvěma kategoriemi). V případě dalších proměnných bylo postupováno tak, že první iterace obsahovala všechny prediktory, které byly následně postupně odstraněny z modelu dle jejich p hodnoty či koeficientu pro zjištění závažnosti multikolinearity (VIF).

Model se všemi relevantními proměnnými, resp. těmi, které nezpůsobovaly multikolinearitu nebo se navzájem nepřekrývaly (jako různé kategorizace), je zobrazen v tabulce (Tabulka 11). Většina prediktorů je nesignifikantní pro model (p hodnota > 0,05), a nejedná se tedy o dobré prediktory závislé proměnné.

**Tabulka 11: Výsledky logistické regrese (M1) – koeficienty (všechny relevantní faktory)**

Prediktory	b	Std. Odchylka	z hodnota	Pr(> z )		exp(b)
(Intercept)	-1,6719	0,4206	-3,9700	,000	***	
gender Muž	0,2053	0,1465	1,4000	,161		1,228
kraj Jihočeský	0,5077	0,3283	1,5500	,122		1,661
kraj Jihomoravský	0,3203	0,2717	1,1800	,238		1,377
kraj Karlovarský	-0,0560	0,4393	-0,1300	,899		0,946
kraj Královéhradecký	0,0158	0,3514	0,0500	,964		1,016
kraj Liberecký	0,2106	0,3636	0,5800	,563		1,234
kraj Moravskoslezský	0,2601	0,2694	0,9700	,334		1,297
kraj Olomoucký	0,2676	0,3276	0,8200	,414		1,307
kraj Pardubický	0,2116	0,3520	0,6000	,548		1,236
kraj Plzeňský	0,3734	0,3425	1,0900	,276		1,453
kraj Středočeský	0,1050	0,2742	0,3800	,702		1,111
kraj Ústecký	0,1256	0,3117	0,4000	,687		1,134
kraj Vysočina	-0,1227	0,3580	-0,3400	,732		0,885
kraj Zlínský	0,1448	0,3363	0,4300	,667		1,156
vzdělání střední	0,1350	0,1494	0,9000	,366		1,145
vzdělání vyšší	-0,0796	0,1977	-0,4000	,687		0,923
příjem – nechtěl/odmítl	0,8732	0,2675	3,2600	,001	**	2,395
příjem – více než 18 tisíc	0,5253	0,2120	2,4800	,013	*	1,691
věk 35-49 let	0,2413	0,1837	1,3100	,189		1,273
věk 50-65 let	0,5563	0,2033	2,7400	,006	**	1,744
ES HPP	-0,2922	0,2966	-0,9900	,325		0,747
ES invalidní důchod	0,3853	0,3604	1,0700	,285		1,470
ES jiné	-0,0846	0,9915	-0,0900	,932		0,919
ES mateřská	0,3499	0,3878	0,9000	,367		1,419
ES nezaměstnaný	0,0567	0,4798	0,1200	,906		1,058
ES OSVČ	-0,8738	0,4295	-2,0300	,042	*	0,417
ES student	-0,5618	0,4434	-1,2700	,205		0,570
ES v domácnosti	-0,0596	0,6979	-0,0900	,932		0,942
ES více než jedno	0,2146	0,3504	0,6100	,540		1,239
ES VPP	0,0069	0,4197	0,0200	,987		1,007
subj. příjem - s menšími obtížemi	0,2123	0,1477	1,4400	,151		1,237
subj. příjem - s velkými obtížemi	-0,2136	0,2324	-0,9200	,358		0,808
subj. příjem - snadno	0,1577	0,2220	0,7100	,478		1,171

Hladiny významnosti: 0 '\*\*\*' 0,001 '\*\*' 0,01 '\*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Podrobné výsledky pro nezávislé proměnné v modelu (M1):

- **Gender** nevyšel jako signifikantní v žádné variantě modelu.
- **Kraj** se neukázal jako signifikantní v rámci celého modelu, jako samostatný prediktor byl signifikantní pouze v případě Jihočeského kraje. Predikční schopnost se však snížila po přidání dalších faktorů. Neúspěšný prediktor byla i **velikost místa bydliště**, která nebyla signifikantní v žádné podobě (zařazení všech kategorií do modelu, zařazení pouze kategorií venkov a město, rozdělení na Praha a zbytek).
- **Vzdělání** nebylo signifikantní ani v jedné variantě kategorizace (tři kategorie – nízká, střední, vysoká; dvě kategorie ve dvou variantách – s maturitou a bez/s VŠ a bez).
- **Příjem** rozdělen na tři kategorie (příjem do 18 tisíc, nad 18 tisíc a kategorie odmítl odpovědět/nevěděl) byl signifikantní v kategorii do 18 000 a odmítl odpovědět/nevěděl). Respondenti s více než 18 tisíci mají cca 2,2krát vyšší šanci ( $e^{0,78}$ ) nakupovat lokální potraviny alespoň jednou týdně (resp. vnímat frekvenci nákupu). U těch, co odmítli odpovědět či nevěděli, je tato šance o něco menší, 1,7krát vyšší šance ( $e^{0,53}$ ).
- **Věk** jako kardinální proměnná signifikantní byl, avšak lepší interpretaci nabízela kategorizovaná proměnná, a to v případě věkové kategorie 50-65 let (referenční proměnná 15-34 let), u které je cca 1,9krát vyšší šance nákupu alespoň jednou za týden ( $e^{0,66}$ ). Věkové rozdělení v kategoriích frekvence nákupu lokálních potravin tento trend naznačovala.
- **Počet dětí** nebyl signifikantní faktor (varianty jako kardinální nezávislá proměnná, dichotomická – má či nemá děti, má či nemá více než jedno dítě). Podobně tomu bylo i v případě **počtu členů domácnosti**.
- **Socioekonomický status** v modelu byl signifikantní pouze v kategorii OSVČ, přičemž tento prediktor naopak snižuje šanci nákupu lokálních potravin alespoň jednou týdně asi o polovinu ( $e^{-0,87}$ ). Dalším krokem tedy bylo vytvořit *dummy* proměnnou

pouze pro kategorii OSVČ, tedy jednička značící výskyt a nula absenci výskytu.

Po vyřazení nesignifikantních proměnných zůstaly všechny signifikantní prediktory stále signifikantní ( $p < 0,05$ ) a střední věková kategorie (35-49 let) je v tomto modelu také signifikantní (Tabulka 12).

**Tabulka 12: Výsledky logistické regrese (M1) – koeficienty (pouze signifikantní prediktory)**

Prediktory	<i>b</i>	Std. Odchylka	z hodnota	Pr(> z )		exp(b)
(Intercept)	-1,495	0,208	-7,2	,000	***	
příjem – nechtěl/odmítl	0,788	0,247	3,19	,001	**	2,199
příjem – více než 18 tisíc	0,528	0,189	2,8	,005	**	1,696
věk 35-49 let	0,333	0,155	2,14	,032	*	1,395
věk 50-65 let	0,72	0,161	4,47	,000	***	2,054
OSVČ	-0,723	0,323	-2,24	,025	*	0,485

Hladiny významnosti: 0 '\*\*\*' 0,001 '\*\*' 0,01 '\*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Všechny prediktory jsou zároveň signifikantní z pohledu modelu jako celku a přispívají tedy významně na snížení deviance, přičemž v obou případech je nejvýraznější faktor věk (Tabulka 13).

**Tabulka 13: Výsledky logistické regrese (M2) - analýza deviance (ANOVA)**

Prediktory	Df	Deviance	Resid.Df	Resid.Dev	Pr(>Chi)	
NULL	1199	1533				
příjem	2	8,06	1197	1525	,018	* **
věk	2	20,1	1195	1505	,000	*
OSVČ	1	5,58	1194	1499	,018	*

Hladiny významnosti: 0 '\*\*\*' 0,001 '\*\*' 0,01 '\*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Žádné další sociodemografické či socioekonomické položky ani kombinace než ty, co jsou uvedené v tabulce (Tabulka 13), tedy v tomto modelu nemají na častý nákup významný vliv. Úspěšnost zařazení je 63 %, ROC křivka s plochou pod křivkou 0,543 neukazuje na příliš úspěšné zařazení (Graf 20 v příloze 3), Nagelkerkeova statistika je velmi nízká (0,04). Na základě modelu s pouze signifikantními faktory (Tabulka 12) však můžeme konstatovat, že za předpokladu, že všechny ostatní proměnné zůstanou konstantní, respondenti, kteří odmítli sdělit svůj příjem či ho nevěděli, mají 2,2krát větší šanci nakupovat lokální potraviny jednou týdně a více, lidé s příjmem nad 18 tisíc 1,7krát větší, lidé ve věku 35-49 let 1,4krát větší a 50-65 let 2,1krát větší. Lidé pracující jako osoby samostatně

výdělečně činné naopak asi o polovinu nižší šanci. Nejvíce devianci snižuje věk, další dvě proměnné ji snižují pouze minimálně a v porovnání s nulovým modelem (pouze s konstantou) není snížení deviance příliš viditelné ani v jednom případě.

## (ii) Vybrané socio-psychologické prediktory (M2)

Druhý model se zaměřil na socio-psychologické faktory, tedy především na konstrukty přisuzování **atributů**, **kontextu**, **důvěry**, **osobních norem (PN)** v souvislosti s ŽP a **hledání původu potravin**. Tento model bude uvažovat pouze pozorování asi z poloviny dotazníků, jelikož otázky vnímání potravin byly součástí zkrácené části dotazníku.

Jelikož druhý model obsahuje kardinální proměnné, je třeba provést **Hosmerův-Lemeshowův test**, tedy seskupení několika intervalů, které jsou zhruba stejně obsazeny a porovnání hodnot s modelovými četnostmi, které jsou vypočítané jako průměr odhadnutých pravděpodobností jednotek, které do dané skupiny patří. Zamítnutí tohoto testu signalizuje, že má model dobrou shodu s daty (Hebák, 2013). Tento test byl proveden ihned po vytvoření každého modelu a nebyl ani jednou zamítnut, což znamená, že nemáme důkaz o tom, že by model neseděl na data.

Druhý model (Tabulka 14) obsahoval jako prediktory jednak shluky vytvořené z položek otázky pro **vnímání významu pojmu** lokální potravina (kapitola 6.1.5.1), dále konstrukty vnímání hodnot spojovaných s lokálními potravinami, tedy **kontext**, **atributy** a **důvěru** (kapitola 6.1.5.3), **zájem o původ** potravin (kapitola 6.1.4.3) a vnímání **osobních norem (PN)** (kapitola 6.1.6). Vnímaná **přijímaná zodpovědnost (AR)** z téže kapitoly byla zahrnutá pro úplnost, ovšem s vědomím, že tento konstrukt se ukázal jako problematický v CFA i EFA. Navíc byla zahrnutá otázka na to, jak **zdravá** je respondentova současná **strava**.<sup>41</sup> Tato otázka byla přidána z toho důvodu, že lokální potraviny jsou často považovány za zdravější (Feldmann & Hamm, 2015).

---

<sup>41</sup> Plné znění otázky: „Jak zdravá nebo nezdravá myslíte, že Vaše současná strava je, na škále od velmi nezdravá až po velmi zdravá?“ (kód otázky v dotazníku – QE2\_a, N=2019).

Tabulka 14: Výsledky logistické regrese (M2) – koeficienty

Prediktory	<i>b</i>	Std. Odch.	z hodnota	Pr(> z )		exp(b)
(Intercept)	-3,846	0,801	-4,800	,000	**	
kontext	0,256	0,090	2,859	,004	**	1,292
atributy	0,141	0,082	1,722	,085	.	1,152
důvěra	-0,117	0,074	-1,580	,114		0,889
hledá původ	0,360	0,177	2,031	,042	*	1,434
PN	0,264	0,077	3,437	,001	**	1,302
AR	-0,039	0,057	-0,687	,492		0,962
zdravý jídelníček	0,127	0,081	1,578	,115		1,136
shluk 2	0,073	0,322	0,228	,820		1,076
shluk 3	-0,028	0,399	-0,070	,944		0,973
shluk 4	0,174	0,330	0,528	,597		1,190
shluk 5	-0,004	0,311	-0,014	,989		0,996
shluk 6	0,058	0,337	0,173	,863		1,060

Hladiny významnosti: 0 '\*\*\*' 0,001 '\*\*' 0,01 '\*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1

Konkrétní výsledky u jednotlivých prediktorů:

- Konstrukt **kontextu** byl signifikantní v kombinaci se všemi prediktory na hladině  $\alpha$  0,05.
- Konstrukt **atributů** vyšel v modelu se všemi prediktory jako nesignifikantní, ovšem v případě odebrání PN se přes hranici hladiny významnosti 0,05, dostal.
- Konstrukt **důvěry** byl signifikantní pouze na hladině  $\alpha$  0,1 a v různých kombinacích byl nestabilní.
- **Hledání původu** (často nebo vždy) se ukázalo jako signifikantní faktor na hladině  $\alpha$  0,05.
- Aritmetický průměr škály pro každého respondenta pro konstrukt **přijetí zodpovědnosti (AR)** a **osobních norem (PN)** byl přidáván do modelu postupně – nejdříve pouze položky AR, posléze pouze položky PN a nakonec obě dohromady. Položky PN byly na signifikantní hladině (0,001) v obou případech, zatímco položky AR ani v jednom. Vzhledem k výsledkům CFA (6.1.6) tento výsledek není překvapivý, do modelu byla tato položka přidána spíše pro úplnost výsledků. Položka PN byla následně ještě rozdělena do položek týkajících se **nás všech (my)** a **institucí (vláda, podniky,**

EU), které byly přidány samostatně do modelu. V obou případech vyšly v modelu jako signifikantní, přičemž v případě institucí byla p hodnota nižší a odhad šance vyšší. Nejlepší výsledek však představovala škála dohromady – jak co se týče p hodnoty, tak odhadu šance, tak snížení deviance.

- **Zdravý jídelníček** (škála subjektivního vnímání stravy z hlediska zdraví) nebyl v modelu se všemi prediktory signifikantní, po odebrání nejslabších prediktorů se dostal pouze na signifikanci na hladině významnosti 0,1.
- **Shluky** z kapitoly o významech lokálních potravin také nejsou signifikantní. Jednotlivé položky významů lokální produkce (co to pro respondenty znamená) byly následně také zahrnuty do modelu. Položka ze zahrady naznačila určitou predikční sílu, ovšem pouze v modelu s konstrukty atributy a kontext a v případě *dummy* kategorizace pro odpověď rozhodně souhlasím. Po přidání proměnných hledá původ a osobní normy již prediktor signifikantní nebyl.

Výsledný model (Tabulka 15) se tedy skládá z konstruktů kontextu, hledání původu a PN ( $p < 0,05$ ). Konstrukty atributů a zdravého jídelníčku mají mírně vyšší p hodnoty, a jsou tedy signifikantní pouze na hladině  $\alpha$  0,1. Nejstabilnější a nejsilnější prediktor je konstrukt PN (vzhledem k p hodnotě a množství snížené deviance – Tabulka 16). Za předpokladu, že zůstanou zbývající proměnné konstantní, se každou zvýšenou jednotkou na škále PN zvýší šance nákupu jednou za týden a více 1,3krát. Analogicky u kontextu 1,2krát, u atributů (pokud bychom přijali hladinu významnosti 0,1) je to 1,1krát a u zdravého jídelníčku 1,2krát. Pokud respondent hledá původ často nebo vždy, zvýší se šance 1,4krát (Tabulka 15).

**Tabulka 15: Výsledky logistické regrese (M2) – koeficienty (pouze signifikantní prediktory)**

Prediktory	<i>b</i>	Std. Odch.	z hodnota	Pr(> z )		exp(b)
(Intercept)	-4,0612	0,7312	-5,55	,000	***	0,0
kontext	0,1768	0,078	2,27	,023	*	1,2
atributy	0,129	0,0745	1,73	,084	.	1,1
hledá původ	0,362	0,1718	2,11	,035	*	1,4
PN	0,2471	0,0749	3,3	,001	***	1,3
zdravý jídelníček	0,1389	0,0784	1,77	,077	.	1,1

Hladiny významnosti: 0 '\*\*\*' 0,001 '\*\*' 0,01 '\*' 0,05 '.' 0,1 ' ' 1



Nagelkerkeova statistika je oproti modelu se sociodemografickými charakteristikami mírně vyšší (0,07). Analýza deviance, tedy jak si model vede oproti tzv. nulovému modelu (pouze s konstantou), vyzdvihuje především příspěvek konstrukt PN a hledání původu (Tabulka 16). Úspěšnost modelu, tedy správné zařazení testovacích dat, je 66 %, plocha pod ROC křivkou 0,593 (Graf 21 v příloze 3).

**Tabulka 16: Výsledky logistické regrese (M2) - analýza deviance (ANOVA)**

Prediktory	Df	Deviance	Resid.Df	Resid.Dev	Pr(>Chi)
NULL	663	861			
kontext	1	3,98	662	857	,046 *
atributy	1	6,34	661	850	,012 *
hledá původ	1	8,24	660	842	,004 **
PN	1	12,67	659	829	,000 ***
zdravý jídelníček	1	3,18	658	826	,075 .

Hladiny významnosti: 0 '\*\*\*' 0,001 '\*\*' 0,01 '\*' 0,05 '.' 0,1 '.' 1

V prvním modelu se jako nejsilnější prediktory ukázaly **věk** a **příjem**, v druhém konstrukt **osobních norem (PN)** a **zájem o původ** potravin, ani v jednom případě však hodnota snížené deviance nebyla příliš velká, byť významná. Jak již bylo řečeno v úvodu empirické části, výzkum INHERIT nebyl zaměřen explicitně na lokální potraviny, a výsledná analýza tak není zdaleka komplexní. Pokud bychom se řídili výzkumem Zepedové a Deala (2009), chybí v modelu především reálný kontext (ne pouze vnímaný) a hlubší zpracování znalosti a hledání informací (ne pouze hledání původu).

#### 6.1.9 Výsledky kvantitativního šetření

Analýza dat z dotazníkového šetření projektu INHERIT poskytla odpovědi na výzkumné otázky, které byly definovány na začátku kapitoly 6.

- **Výzkumná otázka 1: Jaké významy čeští konzumenti přikládají pojmu lokální potravina?**
  - **A: Jak vnímají pojem lokální potravina?**

Dle výsledků nemají čeští spotřebitelé příliš vyhraněné názory na pojem lokální potravina a přikládají tomuto pojmu vícero významů. Obecně se však dá konstatovat, že aspekt **regionu** dobře s tímto pojmem rezonuje, stejně jako potraviny **ze zahrady** rodiny či známých. Překvapivě málo respondentů o lokálních

potravinách přemýšlí v kontextu **okruhu 50 km**, což by se dalo předpokládat v souladu s tématem potravinových milí, které je poměrně dost diskutované jak v akademických článcích, tak v populární literatuře. Dalším překvapivým zjištěním byl fakt, že **české potraviny** pro spotřebitele nepředstavují lokální produkci, což bylo vidět jak z otázky na významy pojmu (kapitola 6.1.5.1), tak v odlišném rozdělení odpovědí na frekvenci nákupu různých potravin (kapitola 6.1.4.2). Přitom hranice státu jsou častou volbou definice lokálních potravin (Eriksen, 2013). Významy se příliš neliší v závislosti na různé demografické ukazatele ani na frekvenci nákupu lokálních potravin. Zmíněné poznatky tedy obecně nenaznačují existenci jednotné definice lokálních potravin a potvrzují šíři definice.

○ ***B: Jak vnímají hodnoty spojené s lokální potravinou?***

Podobně jako v kvalitativních rozhovorech se i zde ukázalo vcelku **pozitivní vnímání** lokálních produktů. Zároveň je však čeští spotřebitelé vnímají jako **drahé**, což bylo vzhledem k poznatkům z teorie a kvalitativních rozhovorů překvapivé. Hodnoty spojené s ochranou životního prostředí nebyly vnímány jako spojené s lokální produkcí ve velké míře, přestože někteří respondenti lokální produkci připisují **šetrnější způsob výroby**. **Obecné pozitivní charakteristiky** však byly lokálním potravinám přisuzovány již většinou respondentů, a to především co se týče **čerstvosti** a lepší **chuti**. Zároveň respondenti vyjádřili v lokální produkci poměrně velkou **důvěru**, což je v souladu s předchozími výzkumy (Zepeda & Deal, 2009).

• ***Výzkumná otázka 2: Nakupují v ČR spotřebitelé častěji lokální potraviny než biopotraviny?***

Z frekvence nákupu lokálních potravin a biopotravin je zřejmé, že **lokální produkci** respondenti nakupují daleko **častěji**. Biopotraviny nakupuje častěji jen velmi nízké procento, což je pravděpodobně dáno vysokou cenou, která byla v případě biopotravin zmiňována ve větší míře a rozhodněji. Zároveň je však z dat patrný pozitivní lineární vztah mezi lokálními potravinami a biopotravinami – pokud respondent nakupuje lokální produkci často, je pravděpodobnější, že bude také nakupovat biopotraviny. V případě nižšího nákupu biopotravin lze uvažovat zejména o vysoké ceně a nedůvěře, kterou respondenti zmiňovali v rámci určení definice a v kvalitativních rozhovorech.

- ***Výzkumná otázka 3: Jsou s lokálními potravinami v ČR spojovány pozitivní významy, zatímco s biopotravinami spíše negativní?***

Z frekvencí odpovědí na lokální potraviny a biopotraviny se nedá říct, že by respondenti hodnotili lokální produkci celkově pozitivně a tu ekologickou negativně. Je však zřejmá podobná tendence jako v případě kvalitativních rozhovorů – u biopotravin respondenti vnímají silně otázku ochrany životního prostředí a zdravější stravy, zatímco u lokální produkce jsou to spíše obecnější charakteristiky a důvěra v tyto produkty. Nedá se říct, že by lokální produkce biopotraviny nahrazovala v otázkách životního prostředí a zdraví.

- ***Výzkumná otázka 4: Souvisí vybrané socio-demografické a socio-psychologické ukazatele s preferencí lokálních potravin či biopotravin?***

Demografické prediktory určující častý nákup lokálních potravin (alespoň jednou týdně) byly povětšinou slabé nebo nesignifikantní. Logistická regrese však potvrdila jako prediktory **věk, příjem a samostatnou výdělečnou činnost**, přičemž první dva prediktory šance častého nákupu zvyšují a poslední jmenovaný prediktor ji naopak snižuje. Socio-psychologické faktory také neprokázaly silnou predikční schopnost, ovšem určitý vztah byl prokázán u vnímání **kontextuálních složek** (cena, dostupnost, kazivost), **osobních norem** (PN) v souvislosti s životním prostředím a častý **zájem o původ potravin** při nákupu. Tyto prediktory tedy významně ovlivňují nákup lokálních potravin, ovšem ne příliš silně, což může být dáno tím, že lokální produkce není příliš vymezená, a to ani významově, ani postojově.

## 7 Závěr

Diplomová práce popisuje téma lokální produkce a analyzuje spotřební chování českého spotřebitele ve vztahu k lokálním potravinám. Jak bylo představeno v teoretické části, zvýšený zájem o lokální potraviny se pojí zejména s antiglobalizačním trendem, péčí o životní prostředí a obratem spotřebitelů ke kvalitnějším potravinám. Přes tento zvýšený zájem však práce dospívá závěru, že pojetí lokálních potravin zůstává poněkud abstraktní, a ani v odborné literatuře neexistuje shoda v otázce jeho definice. Za nejkompaktnější definici si autorka diplomové práce vybrala **taxonomii tří dimenzí blízkosti** (Eriksen, 2013), která významy pojmu dělí na tři oblasti – geografickou, relační a hodnotovou. Tato klasifikace upozornila na to, že diskuze o definici lokálních potravin nejsou omezeny jen geografickým určením, ale přesahují i do sociálně-psychologických aspektů.

Sociální aspekty mohou být dvojího charakteru, jak si povšimli Feldmannová a Hamm (2015) při studiu dostupných výzkumů na toto téma. V jedné rovině to mohou být aspekty hedonistického charakteru, které se pojí s již zmíněným obratem spotřebitelů k hledání kvalitnějších potravin. Lokální potraviny pak naplňují tento zájem vzhledem k tomu, že se s nimi pojí představy o čerstvosti a vysoké kvalitě. Druhá rovina je pak spojena s otázkou **ochrany životního prostředí**, jelikož lokální produkce je často popisována v souvislosti s menším množstvím emisí skleníkových plynů do ovzduší (Edwards-Jones, 2010). Jak však bylo v práci popsáno, lokální produkce šetrnost k životnímu prostředí negarantuje a mnohdy představuje z hlediska vylučování emisí škodlivější variantu k produkci globální. V tomto kontextu bývá v odborné literatuře porovnávána s ekologickou produkcí, která naopak menší dopad na životní prostředí zaručuje. Lokální a ekologický způsob produkce potravin pak představují zajímavý kontrast, který je často analyzován především s ohledem na spotřební chování. Produkty ekologického zemědělství, tedy biopotraviny, jsou totiž často považovány za příliš drahé a někteří spotřebitelé nedůvěřují systému jejich certifikace. Někteří autoři pak vnímají lokální potraviny jako určitou alternativu k biopotravinám. Lokální potraviny na rozdíl od biopotravin vnímají jako levnější a důvěřují tomu, že je to způsob šetrný k životnímu prostředí. Navíc lokální produkci přisuzují další hodnoty

a pozitivní vlastnosti, jako je čerstvost nebo pozitivní vliv na lokální ekonomiku (Adams & Salois, 2010).

Komplexněji nákupní chování lokálních potravin zkoumali ve svém výzkumu autoři *Alphabet Theory* (Zepeda & Deal, 2009). Teorie zahrnuje již zmíněné postojové složky (pro-environmentální postoj, obecné představy a hodnoty spojované s lokálními potravinami), kontextuální složky, znalost, hledání informací a demografické ukazatele, které společně ovlivňují zvyk a následně chování. Tito autoři navázali na teorie VBN a ABC, které souhrnně předkládají vliv hodnot a kontextu na spotřební chování.

Na uvedená teoretická východiska tato práce navázala v empirické části, přičemž si kladla za cíl především prozkoumat to, jak čeští spotřebitelé vnímají lokální potraviny a jaké faktory ovlivňují jejich spotřební chování. K tomuto účelu byla provedena analýza **kvalitativních rozhovorů a dotazníkového šetření** pro populaci České republiky ve věku 18-65 let reprezentativního na základě vybraných socio-demografických charakteristik (věk, kraj, velikost města bydliště, vzdělání, gender). Pro sběr dotazníků byl zvolen kvótní výběr a **webový dotazník**, který poskytuje možnost komplikovanějších experimentálních návrhů a randomizací. Rozhovory nabídly hlubší analýzu a pochopení šíře významů a možných faktorů ovlivňující spotřební chování. Poznatky z kvalitativního šetření byly následně otestovány na datech z dotazníkového šetření pomocí vícerozměrných statistických metod. Použité metody byly různého charakteru. Pro ověření existence předpokládaných konstruktů byla použita konfirmační a explorační faktorová analýza, pro analýzu možných rozdílů ve vnímání významu lokálních potravin mezi respondenty byla zvolena shluková analýza a v neposlední řadě pro prozkoumání vlivných faktorů na nákupní chování byla použita logistická regrese. Prediktory pro logistickou regresi byly zvoleny v souladu se zmíněnou *Alphabet Theory* a souvisejícími teoriemi. Konkrétně se jednalo o **hodnotové** složky (vnímání významů a hodnot lokálních potravin), **kontextuální** složky (vnímání kontextuálních překážek, jako je vysoká cena, dostupnost či kazivost), **pro-environmentální** postojové složky a **sociodemografické ukazatele**. Výsledky tohoto šetření lze shrnout ve třech hlavních částech: (i) **vnímání významu pojmu** lokální potravina, (ii) porovnání lokálních potravin a **biopotravin**, a (iii) významné **faktory ovlivňující nákup** lokálních potravin.

### (i) Vnímání významu pojmu lokální potravina

Jedním z hlavních cílů této práce bylo zjistit, jak čeští spotřebitelé vnímají pojem lokální potraviny a jaké významy mu přiřkládají. Z kvalitativních rozhovorů bylo zřejmé, že tento pojem vnímají velmi různorodě. Poskytnuté odpovědi z kvalitativní části byly následně předloženy respondentům v dotazníkovém šetření. Z dat vyplynulo, že nejvíce čeští spotřebitelé vnímají lokální potraviny jako **regionální** (74 %) nebo **ze zahrady** rodiny či známých (69 %). Daleko méně respondentů (o něco více než polovina) pak tento pojem vnímalo jako **česká** potravina. Obecně však dávají tomuto pojmu různé významy, jelikož většina respondentů za lokální potraviny považuje více či méně rozhodně všechna nabídnutá tvrzení s výjimkou označení jako biopotraviny.

Co se týče hodnot, které lokálním potravinám spotřebitelé přisuzují, většina jim přiřkládá větší **čerstvost** (63 %) a lepší **chut'** (52 %). I v případě českých respondentů jsou tak lokální potraviny vnímány vcelku pozitivně v těchto spíše hedonistických charakteristikách. Spotřebitelé také vcelku lokální produkci **důvěřují** (asi polovina nesouhlasí s tím, že se jedná o reklamní trik oproti čtvrtině těch, kteří tento názor zastávají). Obecně u všech charakteristik, na které měli respondenti reagovat, viditelně převažovalo pozitivnější vnímání nad tím negativnějším. Výjimkou byly položky, které se vztahovaly k **ochraně životního prostředí** a k **vysoké ceně**. U těchto položek byly míry pozitivního a negativního vnímání buď víceméně vyrovnané, nebo negativní vnímání převažovalo nad tím pozitivním. Tyto tendence tedy nepotvrzují předpoklad, že by se lokálním potravinám přisuzovaly podobné charakteristiky, jaké mají biopotraviny. Zároveň asi polovina českých spotřebitelů obecně vnímá lokální potraviny jako dražší.

### (ii) Porovnání lokálních potravin a biopotravin

Z porovnání lokálních potravin a biopotravin vyšly najevo zajímavé poznatky. Oba typy produkce jsou v podobné míře považovány za potraviny **ze zahrady** rodiny či známých (60 % u biopotravin a 69 % u lokálních potravin).

Největší kontrast naopak vidíme v potravinách **typických pro region** (22 % u biopotravin a 68 % u lokálních potravin).

Rozdílnost lokálních potravin a biopotravin je znatelná zejména z analýzy hodnot k těmto pojmům přisuzovaným. Rozdělují se hlavně ve vnímání charakteristik týkajících se **životního prostředí** (šetrná výroba, zdravější, bez pesticidů) a **důvěry**. V případě otázek životního prostředí se tedy neprokázala záměnnost hodnotových významů, jak naznačovali Adams a Salois (2010). V případě položky důvěry, reprezentovanou vnímáním daného typu produkce jako reklamní trik, je však rozdíl celkem znatelný. Můžeme tedy konstatovat, že lokálním potravinám v tomto smyslu čeští spotřebitelé důvěřují víc (téměř polovina respondentů důvěřuje lokální produkci oproti asi třetině u biopotravin). Obecné hedonistické charakteristiky (čerstvost, chuť) jsou v případě lokálních potravin přisuzovány ve větší míře než u biopotravin (u **čerstvosti** tři pětiny oproti dvěma pětina a u **chuti** polovina oproti dvěma pětina). U obou typů produkce je dominantní vnímání vysoké **ceny**, avšak zatímco biopotraviny považuje za dražší 86 %, lokální potraviny pouze 51 %.

Jednoznačně nejznatelnější rozdíl mezi těmito dvěma typy produkce je však ve frekvenci nákupu. Čeští spotřebitelé kupují lokální potraviny daleko častěji než biopotraviny – asi třetina nakupuje lokální produkci alespoň jednou za týden, zatímco u biopotravin pouze čtyři procenta.

Celkově k porovnání můžeme říct, že vnímání lokálních potravin je daleko méně vyhraněné než u biopotravin, což naznačovalo i kvalitativní šetření. Biopotraviny jsou vnímány pozitivněji v otázkách ochrany životního prostředí, zatímco lokální potraviny jsou vnímány pozitivně především pro svou čerstvost a chuť.

### (iii) Významné faktory ovlivňující nákup lokálních potravin

Výsledky logistické regrese přinesly zajímavá zjištění o vlivných faktorech častého nákupu lokálních potravin (alespoň jednou za týden). V případě **sociodemografických ukazatelů** se jako statisticky nejsilnější prediktory ukázaly **věk a příjem**, přičemž zajímavý byl vztah ve věkové kategorii 50-65 let (lidé z této kategorie mají cca 2krát větší šanci nákupu alespoň jednou týdně) a příjmové

skupiny nad 18 tisíc (1,7krát větší). Další vlivy se ukázaly i v případě věkové skupiny 35-49 let (1,4krát větší šance), osob samostatně výdělečně činných (2krát menší šance) a skupiny, která svůj příjem nechtěla sdělit či ho nevěděla (2,2krát větší). V případě **socio-psychologických faktorů** pak významně predikovala především škála měřící vnímané **osobní normy** (PN) v souvislosti s životním prostředím, přičemž s každou jednotkou se šance častého nákupu zvýšila 1,3krát. Silným prediktorem byl také **zájem o původ** potravin. Zajímá-li se spotřebitel o původ potravin často nebo vždy, zvýší se šance 1,4krát. Vnímání **kontextuálních složek** se také ukázalo jako významný prediktor – čím méně vnímá spotřebitel kontextuální složky (cenu, dostupnost a kazivost), tím větší je šance nákupu (s každou jednotkou škály 1,2krát).

Uvedený výzkum poskytl mnoho zajímavých poznatků k problematice lokálních potravin a faktorům nákupu. Vysvětlení spotřebního chování však představuje komplikovanou úlohu, kterou tato práce neměla ambice vyřešit. Pro komplexní analýzu by bylo potřeba provést obsáhlejší šetření zaměřené na tematiku lokálních potravin a zahrnout další otázky, které vysvětlí mezeru mezi postoji a chováním v kontextu lokálních potravin. *Alphabet Theory*, která vytvořila nosnou oporu pro empirický výzkum, obsahuje další složky, které ve výzkumu nebyly měřeny. Začlenění těchto složek by umožnilo otestovat navržený model a lépe popsat spotřební chování.



## Seznam literatury:

- Adams, D. C., & Salois, M. J. (2010). Local versus organic: A turn in consumer preferences and willingness-to-pay. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(04), 331–341. <https://doi.org/10.1017/S1742170510000219>
- Agresti, A. (2002). *Categorical data analysis* (2nd ed). New York: Wiley-Interscience.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211.
- AV ČR, v.v.i. (b.r.). Publikace | av21.cz. Získáno 2. prosinec 2018, z <https://www.potravinav21.cz/publikace/>
- Avetisyan, M., Hertel, T., & Sampson, G. (2014). Is Local Food More Environmentally Friendly? The GHG Emissions Impacts of Consuming Imported versus Domestically Produced Food. *Environmental and Resource Economics*, 58(3), 415–462. <https://doi.org/10.1007/s10640-013-9706-3>
- Carroll, B. E., & Fahy, F. (2015). Locating the locale of local food: The importance of context, space and social relations. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 30(06), 563–576. <https://doi.org/10.1017/S1742170514000404>
- Ministerstvo zemědělství. (2016). Pravidla pro dobrovolné označování „Česká potravina“ a použití loga. Získáno 20. září 2018, z <http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/znacky-kvality-potravin/ceska-potravina/>
- ČSÚ. (2018a). Co ovlivňuje, za kolik koupíme brambory | Statistika&My - měsíčník Českého statistického úřadu. Získáno 20. září 2018, z

<http://www.statistikaamy.cz/2018/02/co-ovlivnuje-za-kolik-koupime-brambory/>

ČSÚ. (2018b). Kolik ovoce vypěstujeme a sníme | Statistika&My - měsíčník Českého statistického úřadu. Získáno 20. září 2018, z <http://www.statistikaamy.cz/2018/02/kolik-ovoce-vypestujeme-a-snime/>

ČTK. (2014, 10). Kupujte české potraviny, vyhrajete auto, láká nová kampaň - Aktuálně.cz. Získáno 20. září 2018, z <https://zpravy.aktualne.cz/finance/nakupovani/kupujte-ceske-potraviny-vyhrajete-auto-laka-nova-kampan/r~0ac56b7a5b8611e4bdad0025900fea04/?redirected=1517738567>

Dobson, A. J. (2002). *An introduction to generalized linear models* (2nd ed). Boca Raton: Chapman & Hall/CRC.

Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). The “New Environmental Paradigm”. *The Journal of Environmental Education*, 9(4), 10–19. <https://doi.org/10.1080/00958964.1978.10801875>

Duram, L., & Oberholtzer, L. (2010). A geographic approach to place and natural resource use in local food systems. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(02), 99–108. <https://doi.org/10.1017/S1742170510000104>

Edwards-Jones, G. (2010). Does eating local food reduce the environmental impact of food production and enhance consumer health? *Proceedings of the Nutrition Society*, 69(4), 582–591.

Eriksen, S. N. (2013). Defining local food: constructing a new taxonomy – three domains of proximity. *Acta Agriculturae Scandinavica, Section B - Soil & Plant Science*, 63(sup1), 47–55. <https://doi.org/10.1080/09064710.2013.789123>

- Eurostat. (2018). *Digital economy and society statistics - households and individuals* (s. 15). Získáno z <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/33472.pdf>
- Feldmann, C., & Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 40, 152–164. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.014>
- Fishbein, M. (1979). A theory of reasoned action: Some applications and implications. *Nebraska Symposium on Motivation*, 27, 65–116.
- Fonte, M. (2008). Knowledge, Food and Place. A Way of Producing, a Way of Knowing. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 200–222. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00462.x>
- Guagnano, G. A., Stern, P. C., & Dietz, T. (1995). Influences on Attitude-Behavior Relationships: A Natural Experiment with Curbside Recycling. *Environment and Behavior*, 27(5), 699–718. <https://doi.org/10.1177/0013916595275005>
- Hebák, P. (2013). *Statistické myšlení a nástroje analýzy dat*. Praha: Informatorium.
- Hemolová, J. (2018, červen 13). Nielsen: Češi preferují lokální výrobky, jejich podíl na spotřebním koši se ale příliš nemění. Získáno 2. prosinec 2018, z <https://www.zboziaprodej.cz/2018/06/13/nielsen-cesi-preferuji-lokalni-vyrobky-jejich-podil-na-spotrebnim-kosi-se-ale-prilis-nemeni/>
- Hnutí DUHA. (2015, únor 4). Lokální potraviny. Co si Češi opravdu myslí. Získáno 20. listopad 2018, z <http://hnutiduha.cz/publikace/infografika-lokalni-potraviny-co-si-cesi-opravdu-mysli>
- IPSOS Ltd. (b.r.). Regionální produkty a lokální producenti. Získáno 20. listopad 2018, z <https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017->

12/vysledky\_pruzkumu\_regionalni\_produkty\_a\_lokalni\_producenti\_media.pdf

- Izenman, A. J. (2008). *Modern Multivariate Statistical Techniques*. New York, NY: Springer New York. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-78189-1>
- Kapitulčinová, D., Jelínková, I. Z., Havránek, M. M., & Zvěřinová, M. I. (2017). Metodika stanovení Nutriční stopy a její praktické využití v podmínkách ČR, 36.
- Kumar, A., & Smith, S. (2018). Understanding Local Food Consumers: Theory of Planned Behavior and Segmentation Approach. *Journal of Food Products Marketing*, 24(2), 196–215. <https://doi.org/10.1080/10454446.2017.1266553>
- Macdiarmid, J. I. (2014). Seasonality and dietary requirements: will eating seasonal food contribute to health and environmental sustainability? *Proceedings of the Nutrition Society*, 73(03), 368–375. <https://doi.org/10.1017/S0029665113003753>
- Ministerstvo zemědělství. (2012). Regionální potravina - informace pro spotřebitele. Získáno 20. září 2018, z <http://www.regionalnipotravina.cz/pro-spotrebitele/spoty-vidoa/>
- Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada.
- Rada Evropské unie. (2007). Úřední věstník Evropské unie, L 189, 20. červenec 2007. *Úřední věstník Evropské unie*, (189), 1–23.
- Řehák, J. (1979). Kvótní výběr. *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, 15(6), 601–614.

- Slow Food International. (b.r.). Slow Food International. Získáno 2. duben 2018, z <https://www.slowfood.com/>
- Spaargaren, G. (2011). Theories of practices: Agency, technology, and culture. *Global Environmental Change*, 21(3), 813–822. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.03.010>
- Stanton, J. L., Wiley, J. B., & Wirth, F. F. (2012). Who are the locavores? *Journal of Consumer Marketing*, 29(4), 248–261. <https://doi.org/10.1108/07363761211237326>
- Stern, P. C. (2000). Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues*, (56), 407–424.
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T. D., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 18.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed). Boston: Pearson Education.
- Thilmany, D., Bond, C. A., & Bond, J. K. (2008). Going Local: Exploring Consumer Behavior and Motivations for Direct Food Purchases. *American Journal of Agricultural Economics*, 90(5), 1303–1309. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8276.2008.01221.x>
- Tiscali.cz. (2010, 8). Jak snížit nezaměstnanost? Kupujte české produkty apeluji firmy. Získáno 20. září 2018, z <https://www.nasepenize.cz/jak-snizit-nezamestnanost-kupujte-ceske-produkty-apeluji-firmy-7306>
- TNS Opinion & Social. (2012). *European's Attitudes Towards Food Security, Food Quality and the Countryside* (Special Eurobarometer No. 389). Eurobarometer. Získáno z

[http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs\\_389\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_389_en.pdf)

TNS Opinion & Social. (2013). *Climate change* (Special Eurobarometer No. 409).

Eurobarometer. Získáno z

[http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs\\_409\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_409_en.pdf)

Univerzita Karlova. (2018). Veřejné zakázky - EZAK Karlova univerzita. Získáno

18. prosinec 2018, z [https://zakazky.cuni.cz/contract\\_display\\_1000.html](https://zakazky.cuni.cz/contract_display_1000.html)

Vecchio, R. (2009). European and United States farmers' markets: similarities, differences and potential developments. *Paper Prepared for Presentation at the 113th EAAE Seminar, Chania, Crete, Greece, 12.*

Winter, M. (2003). Embeddedness, the new food economy and defensive localism.

*Journal of Rural Studies*, 19(1), 23–32. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00053-0](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00053-0)

Zepeda, L., & Deal, D. (2009). Organic and local food consumer behaviour:

Alphabet Theory. *International Journal of Consumer Studies*, 33(6), 697–705. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00814.x>

Ministerstvo zemědělství. (b.r.). Značky kvality potravin. Získáno 20. září 2018, z

<http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/znacky-kvality-potravin/>

Zvěřinová, I., Ščasný, M., & Máca, V. (2018). *Barriers and Potential for Adopting Healthier, More Equitable and Environmentally Friendly Solutions Identified in a Five-Country Survey* (s. 96). Charles University Environment Center.

## Seznam zkratk:

GMO	Geneticky modifikované organismy
VBN	Value-Belief-Norm
ABC	Attitude-Behavior-Context
LP	Lokální potravina
ČR	Česká republika
CFA	Konfirmační faktorová analýza
EFA	Explorační faktorová analýza

## Příloha 1. Kvalitativní šetření – frekvence odpovědí

Tabulka 17: Přehled odpovědí na otázky v kvalitativním rozhovoru

téma	frekvence odpovědí
<b>1. Čím se hlavně řídíte při výběru potravin, které kupujete?</b>	
cena	7
původ, výrobce	4
složení (nutriční hodnota, éčka)	3
známé potraviny/zvyk, doporučení	1
vzhled	3
kvalita	1
chuť	1
balení (po kusech)	1
<b>2. Čím se hlavně řídíte při výběru jídel, která si doma připravujete?</b>	
chuť	3
zdraví	3
děti, rodina (pro koho se vaří)	2
složení, éčka	2
náročnost přípravy	1
kuchařský um	1
dostupnost	2
cena	1
balení (po kusech)/bez odpadu	1
<b>3. Slyšel/a jste někdy o tzv. lokálních, či místních potravinách? Co si o nich myslíte?</b>	
dobré, správné, hezké, prospěšné	2
snažím se nakupovat, často nakupuji	1
dobré pro místní producenty, podpora	2
problém dostupnosti, bere to čas	1
ochrana ŽP	2
<b>3.a. Jaké potraviny považujete za lokální?</b>	
typické produkty pro oblast	6
ČR	1
místo bydliště, okruh km (destíky km)	3
okres, kraj	4
<b>3.b. Kupujete takové lokální potraviny?</b>	
ano (co se dá, co je dostupné, potraviny, co se u nás dají sehnat), ano snažím se	5
příležitostně	1
ne, ne cíleně	3
často	1
<b>4. Pěstujete nějaké rostliny či chováte zvířata?</b>	
rostliny (bylinky, zelenina, citrus)	5
zvířata (kočky, psi)	1



obojí	2
ne	2
<b>5. Co si myslíte o ekologickém zemědělství a biopotravinách?</b>	
drahé (konkurenceschopnost špatná, pro českého spotřebitele)	1
pro udržitelnou budoucnost	3
nafouknutá bublina (nejsou zdravější)	3
dobry	1
etické pro zvířata	1
přirozené tvary	1
menší zemědělci	1
ve velkém to nejde	1
špatné recenze	1
nepřirozené, nedobré pro přírodu	1
<b>5.a. Kupujete biopotraviny?</b>	
příležitostně, pouze něco (biocitróny kvůli kůře), ochutnat (svátečně), drahé	4
ano (co se dá, co je dostupné, potraviny, co se u nás dají sehnat), ano snažím se	2
ne, ne cíleně	3
vlastní zahrádka	1
<b>6. Jak často jíte maso?</b>	
1-3 za týden	4
4-6 za týden	2
každý den	2
méně než jednou za týden	2
<b>3. a. Jaký je Váš názor na snižování spotřeby masa, vegetariánství a veganství?</b>	
měla by se snížit	3
člověk je všežravec a má jíst všechno	2
nepodporuji vegetariánství ani veganství	2
pokud je strava vyvážená, je to ok	1
nedostatek živin bez masa	2
každý se má rozhodovat sám, co jí	1
vegetariánství - zdravé	2
odpůrce velkochovů	1
důležité pro udržitelný rozvoj	1
<b>7. Co si osobně myslíte obecně o dopadu spotřeby potravin na životní prostředí?</b>	
zbytečné plýtvání (vyhazuje se)	5
příliš vysoká spotřeba v západních zemích, měla by se snížit	2
je zásadní (obecně bez konkretizace)	1
ošetřování půdy zemědělci, práškování	1
zvýšení populace, nelze se vyhnout dopadu na ŽP	1
sjednocování plodin na polích	1
ovlivňuje to zvířata (umírají motýli)	1
nevyužívá se pastevní chov, velkochovy	1

globální trhy	1
<b>7.a. Co jste slyšel/a či četl/a o dopadu různých potravin na životní prostředí?</b>	
hovězí (spotřeba vody) / maso obecně	3
nic/nepamatuje si	3
exotické potraviny, potraviny ze třetího světa, dovážené potraviny	1
GMO	1
řepka	2
velkochovy	1
odpad	1
chemie	1
extenzivní zemědělství	1
<b>7.a. Doplnující otázka: Které potraviny, či jídla myslíte, že mají větší dopad na životní prostředí než jiné? Proč?</b>	
maso	5
z dovozu	2
exotické potraviny	1
palma olejná	2
<b>7.b. Co jste slyšel/a či četl/a o dopadu různých částí řetězce od produkce, přes distribuci po spotřebu potravin na životní prostředí?</b>	
slyšeli pouze částečně/málo/nic/nic konkrétního	5
doprava, dovážené potraviny	3
maximální využití krajiny/půdy	1
obaly, balení	1
maso	1
distribuce	1
dopad na kvalitu života producentů potravin	1
oddělení jednotlivých částí řetězce (výroba jinde, zpracování jinde, spotřeba jinde)	1
<b>8. Bylo by možné nějak snížit dopad spotřeby potravin na životní prostředí, či nikoliv?</b>	
ano, komunita (místní soběstačnost, jak producenti, tak spotřebitelé) = lokální produkce	4
ano (na nikoho neukazuje)	1
ano, spotřebitel	2
ano, producent/zemědělec	1
ano, stát (úroveň nad jedince)	1
ne	1
<b>8a. Jak snížit dopad spotřeby potravin na životní prostředí?</b>	
státní kvóty pro lokální produkci, nedovážet, soběstačnost, využívání lokálních zdrojů	7
hospodárnější využití, neplýtvat	3
poučený spotřebitel	2
snížit balené potraviny	2
snížit spotřebu masa	1
<b>8b. Mohou jednotlivci přispět k řešení environmentálních problémů spojených se spotřebou potravin?</b>	
mohou (obecně)	6

mohou přispět, část musí být na celospolečenské rovině (stát, firmy), je to globální problém	3
ne	1
<b>8c. Jak mohou jednotlivci přispět k řešení environmentálních problémů spojených se spotřebou potravin?</b>	
kupovat lokální/místní potraviny	2
Nevyhazovat (lépe hospodařit s jídlem)	2

---

## Příloha 2. Kvantitativní šetření – popis souboru

Tabulka 18: Rozdělení respondentů dle kvótních charakteristik<sup>42</sup>

	Celý vzorek	% celého vzorku	Verze 1	% verze 1
<b>Gender</b>				
Muž	993	49%	611	49%
Žena	1026	51%	628	51%
<b>Velikost místa bydliště</b>				
Do 999	327	16%	199	16%
1 000 až 4 999	446	22%	270	22%
5 000 až 19 999	478	24%	297	24%
20 000 až 49 999	306	15%	186	15%
50 000 až 999 999	220	11%	136	11%
1 milion nebo více (Praha)	242	12%	151	12%
<b>Kraj</b>				
Jihočeský	119	6%	74	6%
Jihomoravský	227	11%	147	12%
Královéhradecký	102	5%	68	5%
Karlovarský	62	3%	32	3%
Liberecký	84	4%	45	4%
Moravskoslezský	238	12%	147	12%
Olomoucký	114	6%	71	6%
Pardubický	100	5%	61	5%
Hlavní město Praha	244	12%	151	12%
Plzeňský	112	6%	70	6%
Středočeský	247	12%	154	12%
Ústecký	157	8%	97	8%
Vysočina	98	5%	52	4%
Zlínský	115	6%	70	6%
<b>Vzdělání (kategorie)</b>				
Základní a střední bez maturity	869	43%	543	44%
Střední s maturitou a vyšší odborné	411	20%	251	20%
Vysokoškolské (Bc., Mgr./Ing., PhD atd.)	739	37%	445	36%
<b>Věk</b>				
18-34	633	31%	388	31%
35-49	771	38%	480	39%
50-65	615	30%	371	30%
<b>Celkem</b>	<b>2019</b>		<b>1239</b>	

<sup>42</sup> Verze 1 odkazuje ke zkrácení dotazníku, který se uskutečnil v průběhu šetření pro zkrácení doby dotazování. Je zde uvedena jen tato verze, jelikož otázky z druhé verze zde nejsou analyzovány.

## Příloha 3. Kvantitativní šetření – Výstupy analýz

Tabulka 19: Goodman-Kruskalův test závislosti frekvence nákupu lokálních potravin a biopotravin

Goodman-Kruskalovo gamma	Z	p-hodnota	konfidenční interval (95 %)
0,242	7,438	,000	0,179 0,304

Tabulka 20: Kontingenční tabulka frekvence nákupu lokálních potravin a biopotravin

Frekvence nákupu biopotravin	Frekvence nákupu lokálních potravin					Řádkové četnosti
	Nikdy	Jednou za měsíc a méně	Několikrát za měsíc	Jednou za týden a více	Nevím	
<b>Nikdy</b>						
Četnosti	47	17	3	1	0	68
Očekávané četnosti	27,45	23,61	8,89	2,76	5,29	
Řádková procenta	69,12%	25,00%	4,41%	1,47%	0,00%	3,37%
Sloupcová procenta	5,77%	2,43%	1,14%	1,22%	0,00%	
Procenta v celé tabulce	2,33%	0,84%	0,15%	0,05%	0,00%	
Adjust.stand.rezidua	<b>4,92</b>	-1,71	-2,16	-1,1	-2,44	
<b>Jednou za měsíc a méně</b>						
Četnosti	171	117	27	5	13	333
Očekávané četnosti	134,42	115,62	43,54	13,52	25,89	
Řádková procenta	51,35%	35,14%	8,11%	1,50%	3,90%	16,49%
Sloupcová procenta	20,98%	16,69%	10,23%	6,10%	8,28%	
Procenta v celé tabulce	8,47%	5,79%	1,34%	0,25%	0,64%	
Adjust.stand.rezidua	<b>4,47</b>	0,17	-2,94	-2,59	-2,89	
<b>Několikrát za měsíc</b>						
Četnosti	239	290	100	22	31	682
Očekávané četnosti	275,3	236,79	89,18	27,7	53,03	
Řádková procenta	35,04%	42,52%	14,66%	3,23%	4,55%	33,78%
Sloupcová procenta	29,33%	41,37%	37,88%	26,83%	19,75%	
Procenta v celé tabulce	11,84%	14,36%	4,95%	1,09%	1,54%	
Adjust.stand.rezidua	-3,48	<b>5,26</b>	1,51	-1,36	-3,87	
<b>Jednou za týden a více</b>						
Četnosti	241	228	129	53	44	695
Očekávané četnosti	280,55	241,31	90,88	28,23	54,04	
Řádková procenta	34,68%	32,81%	18,56%	7,63%	6,33%	34,42%
Sloupcová procenta	29,57%	32,52%	48,86%	64,63%	28,03%	
Procenta v celé tabulce	11,94%	11,29%	6,39%	2,63%	2,18%	
Adjust.stand.rezidua	-3,78	-1,31	<b>5,3</b>	<b>5,88</b>	-1,76	
<b>Nevím</b>						
Četnosti	117	49	5	1	69	241
Očekávané četnosti	97,28	83,68	31,51	9,79	18,74	
Řádková procenta	48,55%	20,33%	2,07%	0,41%	28,63%	11,94%
Sloupcová procenta	14,36%	6,99%	1,89%	1,22%	43,95%	
Procenta v celé tabulce	5,79%	2,43%	0,25%	0,05%	3,42%	
Adjust.stand.rezidua	2,76	-5	-5,4	-3,06	<b>12,88</b>	
Sloupcové četnosti	815	701	264	82	157	2019
	40,37%	34,72%	13,08%	4,06%	7,78%	

Poznámka: Adjustovaná standardizovaná rezidua nad hodnotu 1,96 jsou zvýrazněna tučně.

Pearsonův chí kvadrát test nezávislosti: p = ,000

**Tabulka 21: Výsledky EFA s dvěma faktory na vnímání pojmu lokální potraviny**

LP významy - 2 faktory		
Tucker Lewis Index faktorové reliability	0,866	
položky	Standardizované zátěže	
	F1	F2
ze zahrady	0,47	
okruh 50 km	0,26	0,3
vyrobeno v reg.		0,9
typické pro reg.	0,49	
vyrobeno v ČR	0,53	
od farmáře	0,66	
označeno bio	0,38	-0,45
označeno reg.	0,39	0,33
faktory	Metriky pro faktory	
Vlastní číslo	1,67	1,43
Podíl variance	0,21	0,18
Kumulativní variance	0,21	0,39
Podíl vysvětlené variance	0,54	0,46
Kumulativní podíl	0,54	1
Korelace mezi faktory	1	0,52
	0,52	1

Poznámky: standardizované zátěže větší než -0,3 a větší než 0,3 jsou vynechány pro lepší orientaci v tabulce.

**Tabulka 22: Analýza reliability konstruktů kontext v měření vnímání lokálních potravin**

KONTEXT							
škála jako celek	<b>Cronbachovo <math>\alpha</math></b>		<b>0,59</b>				
	<b>Guttmanovo Lambda 6</b>		<b>0,49</b>				
položky	deskripce				změny po vymazání položky		
	N	raw.r	std.r	missing	raw.alpha	std.alpha	G6
dostupnost	1208	0,75	0,75	3%	0,49	0,49	0,32
vysoká cena	1214	0,75	0,75	2%	0,49	0,49	0,32
kazivost	1199	0,74	0,74	3%	0,51	0,51	0,34

Vysvětlivky: N = počet pozorování, raw.r = korelace s celkovým skóre, std.r = standardizované raw.r, missing = procento chybějících pozorování, raw.alpha = alfa založená na kovarianci, std.alpha = standardizovaná alfa založená na korelacích, G6 = Guttmanovo Lambda 6

**Tabulka 23: Analýza reliability konstruktů atributy v měření vnímání lokálních potravin**

ATRIBUTY							
škála jako celek	<b>Cronbachovo <math>\alpha</math></b>		<b>0,85</b>				
	<b>Guttmanovo Lambda 6</b>		<b>0,83</b>				
položky	deskripce				změny po vymazání položky		
	N	raw.r	std.r	missing	raw.alpha	std.alpha	G6
čerstvost	1215	0,76	0,77	2%	0,83	0,83	0,79
chuť	1216	0,82	0,82	2%	0,81	0,8	0,77
bez pesticidů	1206	0,72	0,72	3%	0,84	0,84	0,81
zdravější	1214	0,85	0,84	2%	0,79	0,79	0,76
šetrná výroba	1213	0,8	0,8	2%	0,81	0,81	0,78

Vysvětlivky: N = počet pozorování, raw.r = korelace s celkovým skóre, std.r = standardizované raw.r, missing = procento chybějících pozorování, raw.alpha = alfa založená na kovarianci, std.alpha = standardizovaná alfa založená na korelacích, G6 = Guttmanovo Lambda 6

**Tabulka 24: Analýza reliability konstruktů důvěry v měření vnímání lokálních potravin**

DŮVĚRA							
škála jako celek	<b>Cronbachovo <math>\alpha</math></b>		<b>0,59</b>				
	<b>Guttmanovo Lambda 6</b>		<b>0,42</b>				
položky	deskripce				změny po vymazání položky		
	N	raw.r	std.r	missing	raw.alpha	std.alpha	G6
opravdu lokální	1208	0,83	0,84	3%	0,42	0,42	0,18
reklamní trik	1205	0,86	0,84	3%	0,18	0,42	

Vysvětlivky: N = počet pozorování, raw.r = korelace s celkovým skóre, std.r = standardizované raw.r, missing = procento chybějících pozorování, raw.alpha = alfa založená na kovarianci, std.alpha = standardizovaná alfa založená na korelacích, G6 = Guttmanovo Lambda 6

**Tabulka 25: Výsledky EFA se třemi faktory**

LP hodnoty - 3 faktory			
Tucker Lewis Index faktorové reliability	0,971		
položky	Standardizované zátěže		
	F1	F2	F3
dostupnost			0,44
čerstvost	0,86		
vysoká cena			0,37
chuť	0,74		
bez pesticidů		0,73	
zdravější	0,55	0,32	
šetrná výroba		0,67	
kazivost		-0,38	0,37
opravdu lokální			0,58
reklamní trik			0,68
faktory	Metriky pro faktory		
Vlastní číslo	1,88	1,59	1,31
Podíl variance	0,19	0,16	0,13
Kumulativní variance	0,19	0,35	0,48
Podíl vysvětlené variance	0,39	0,33	0,27
Kumulativní podíl	0,39	0,73	1
Korelace mezi faktory	1	0,69	0,02
	0,69	1	-0,21
	0,02	-0,21	1

Poznámky: standardizované zátěže větší než -0,3 a větší než 0,3 jsou vynechány pro lepší orientaci v tabulce.

**Tabulka 26: Výsledky EFA se dvěma faktory**

LP hodnoty - 2 faktory		
Tucker Lewis Index faktorové reliability	0,918	
položky	Standardizované zátěže	
	F1	F2
dostupnost		0,48
čerstvost	0,71	
vysoká cena	-0,38	0,39
chuť	0,79	
bez pesticidů	0,6	
zdravější	0,82	
šetrná výroba	0,73	
kazivost		0,44
opravdu lokální		0,55
reklamní trik		0,66
faktory	Metriky pro faktory	
Vlastní číslo	3,01	1,39
Podíl variance	0,3	0,14
Kumulativní variance	0,3	0,44
Podíl vysvětlené variance	0,68	0,32
Kumulativní podíl	0,68	1
Korelace mezi faktory	1	-0,12
	-0,12	1

Poznámky: standardizované zátěže větší než -0,3 a větší než 0,3 jsou vynechány pro lepší orientaci v tabulce.

**Tabulka 27: Analýza reliability konstruktů atributy u biopotravin**

ATRIBUTY								
škála jako celek	<b>Cronbachovo <math>\alpha</math></b>		<b>0,87</b>					
	<b>Guttmanovo Lambda 6</b>		<b>0,85</b>					
položky	deskripce				změny po vymazání položky			
	N	raw.r	std.r	missing	raw.alpha	std.alpha	G6	
čerstvost	1213	0,79	0,79	2%	0,84	0,84	0,82	
chuť	1214	0,81	0,81	2%	0,84	0,84	0,81	
bez pesticidů	1219	0,77	0,76	2%	0,85	0,85	0,82	
zdravější	1219	0,87	0,87	2%	0,81	0,81	0,79	
šetrná výroba	1215	0,81	0,8	2%	0,84	0,84	0,81	

Vysvětlivky: N = počet pozorování, raw.r = korelace s celkovým skóre, std.r = standardizované raw.r, missing = procento chybějících pozorování, raw.alpha = alfa založená na kovarianci, std.alpha = standardizovaná alfa založená na korelacích, G6 = Guttmanovo Lambda 6

**Tabulka 28: Analýza reliability konstruktů kontext u biopotravin**

KONTEXT								
škála jako celek	<b>Cronbachovo <math>\alpha</math></b>		<b>0,59</b>					
	<b>Guttmanovo Lambda 6</b>		<b>0,49</b>					
položky	deskripce				změny po vymazání položky			
	N	raw.r	std.r	missing	raw.alpha	std.alpha	G6	
dostupnost	1209	0,69	0,67	2%	0,243	0,24	0,14	
vysoká cena	1229	0,56	0,59	1%	0,456	0,46	0,3	
kazivost	1214	0,74	0,72	2%	0,059	0,06	0,03	

Vysvětlivky: N = počet pozorování, raw.r = korelace s celkovým skóre, std.r = standardizované raw.r, missing = procento chybějících pozorování, raw.alpha = alfa založená na kovarianci, std.alpha = standardizovaná alfa založená na korelacích, G6 = Guttmanovo Lambda 6



**Tabulka 29: Analýza reliability konstruktů důvěra u biopotravin**

DŮVĚRA							
škála jako celek	<b>Cronbachovo <math>\alpha</math></b>		<b>0,56</b>				
	<b>Guttmanovo Lambda 6</b>		<b>0,39</b>				
položky	deskripce				změny po vymazání položky		
	N	raw.r	std.r	missing	raw.alpha	std.alpha	G6
opravdu lokální	1211	0,81	0,83	2%	0,39	0,39	0,15
reklamní trik	1215	0,86	0,83	2%	0,15	0,39	

Vysvětlivky: N = počet pozorování, raw.r = korelace s celkovým skóre, std.r = standardizované raw.r, missing = procento chybějících pozorování, raw.alpha = alfa založená na kovarianci, std.alpha = standardizovaná alfa založená na korelacích, G6 = Guttmanovo Lambda 6

**Tabulka 30: Výsledky EFA s třemi faktory položek z otázky na hodnoty spojené s biopotravinami**

BP hodnoty - 3 faktory			
Tucker Lewis Index faktorové reliability	0,939		
položky	Standardizované zátěže		
	F1	F2	F3
dostupnost	-0,36	0,32	
čerstvost	0,78		
vysoká cena			-0,52
chuť	0,82		
bez pesticidů	0,58		0,34
zdravější	0,82		
šetrná výroba	0,64		0,34
kazivost	-0,33	0,45	
opravdu lokální		0,64	
reklamní trik		0,66	
faktory	Metriky pro faktory		
Vlastní číslo	3,06	1,25	0,66
Podíl variance	0,31	0,13	0,07
Kumulativní variance	0,31	0,43	0,5
Podíl vysvětlené variance	0,62	0,25	0,13
Kumulativní podíl	0,62	0,87	1
Korelace mezi faktory	1	0,1	0,2
	0,1	1	0,02
	0,2	0,02	1

Poznámky: standardizované zátěže větší než -0,3 a větší než 0,3 jsou vynechány pro lepší orientaci v tabulce.

**Tabulka 31: Výsledky EFA s dvěma faktory položek z otázky na hodnoty spojované s biopotravinami**

BP hodnoty - 2 faktory		
Tucker Lewis Index faktorové reliability	0,824	
položky	Standardizované zátěže	
	F1	F2
dostupnost		0,33
čerstvost	0,72	
vysoká cena		
chuť	0,75	
bez pesticidů	0,68	
zdravější	0,86	
šetrná výroba	0,74	
kazivost		0,46
opravdu lokální		0,64
reklamní trik		0,63
faktory	Metriky pro faktory	
Vlastní číslo	3,12	1,2
Podíl variance	0,31	0,12
Kumulativní variance	0,31	0,43
Podíl vysvětlené variance	0,72	0,28
Kumulativní podíl	0,72	1
Korelace mezi faktory	1	0,07
	0,07	1

Poznámky: standardizované zátěže větší než -0,3 a větší než 0,3 jsou vynechány pro lepší orientaci v tabulce.

**Tabulka 32: Výsledky EFA pro konstrukty měřící PN a AR**

PN a AR - 2 faktory		
Tucker Lewis Index faktorové reliability	0,824	
položky	Standardizované zátěže	
	F1	F2
můj přínos		0,44
jedinci nemohou přispět		0,9
my máme morální povinnost	0,85	
ja mám morální povinnost	0,74	
podniky mají zakročit	0,85	
vláda má zakročit	0,89	
EU hlavní zodpovědnost	0,69	
faktory	Metriky pro faktory	
Vlastní číslo	3,26	1,05
Podíl variance	0,47	0,15
Kumulativní variance	0,47	0,62
Podíl vysvětlené variance	0,76	0,24
Kumulativní podíl	0,76	1
Korelace mezi faktory	1	0,14
	0,14	1

Poznámky: standardizované zátěže větší než -0,3 a větší než 0,3 jsou vynechány pro lepší orientaci v tabulce.

Tabulka 33: Frekvence nákupu LP a úroveň vzdělání

Vzdělání (kategorie)	Frekvence nákupu lokálních potravin					Řádkové četnosti
	Nikdy	Jednou za měsíc a méně	Několikrát za měsíc	Jednou za týden a více	Nevím	
Nižší						
<i>Četnosti</i>	41	142	272	298	116	869
<i>Očekávané četnosti</i>	29,27	143,33	293,54	299,14	103,73	
<i>Řádková procenta</i>	4,72%	16,34%	31,30%	34,29%	13,35%	43,04%
<i>Sloupcová procenta</i>	60,29%	42,64%	39,88%	42,88%	48,13%	
<i>Procenta v celé tabulce</i>	2,03%	7,03%	13,47%	14,76%	5,75%	
<i>Adjust.stand.rezidua</i>	<b>2,92</b>	-0,16	-2,05	-0,11	1,7	
Sřřední						
<i>Četnosti</i>	18	117	252	271	81	739
<i>Očekávané četnosti</i>	24,89	121,89	249,63	254,39	88,21	
<i>Řádková procenta</i>	2,44%	15,83%	34,10%	36,67%	10,96%	36,60%
<i>Sloupcová procenta</i>	26,47%	35,14%	36,95%	38,99%	33,61%	
<i>Procenta v celé tabulce</i>	0,89%	5,79%	12,48%	13,42%	4,01%	
<i>Adjust.stand.rezidua</i>	-1,76	-0,61	0,23	1,62	-1,03	
Vyšší						
<i>Četnosti</i>	9	74	158	126	44	411
<i>Očekávané četnosti</i>	13,84	67,79	138,83	141,48	49,06	20,36%
<i>Řádková procenta</i>	2,19%	18,00%	38,44%	30,66%	10,71%	
<i>Sloupcová procenta</i>	13,24%	22,22%	23,17%	18,13%	18,26%	
<i>Procenta v celé tabulce</i>	0,45%	3,67%	7,83%	6,24%	2,18%	
<i>Adjust.stand.rezidua</i>	-1,48	0,93	<b>2,24</b>	-1,8	-0,86	
Sloupcové četnosti	68	333	682	695	241	2019
	3,37%	16,49%	33,78%	34,42%	11,94%	

Poznámka: Adjustovaná standardizovaná rezidua nad hodnotu 1,96 jsou zvýrazněna tučně.

Pearsonův chí kvadrát test nezávislosti:  $p = ,017$

Tabulka 34: Frekvence nákupu LP a příjmové kategorie

Frekvence nákupu biopotravin	Frekvence nákupu lokálních potravin					Řádkové četnosti
	Nikdy	Jednou za měsíc a méně	Několikrát za měsíc	Jednou za týden a více	Nevím	
Do 25 tisíc						
<i>Četnosti</i>	31	89	204	181	58	563
<i>Očekávané četnosti</i>	18,96	92,86	190,18	193,8	67,2	
<i>Řádková procenta</i>	5,51%	15,81%	36,23%	32,15%	10,30%	27,89%
<i>Sloupcová procenta</i>	45,59%	26,73%	29,91%	26,04%	24,07%	
<i>Procenta v celé tabulce</i>	1,54%	4,41%	10,10%	8,96%	2,87%	
<i>Adjust.stand.rezidua</i>	<b>3,31</b>	-0,52	1,45	-1,34	-1,41	
25-38 tisíc						
<i>Četnosti</i>	13	98	175	206	68	560
<i>Očekávané četnosti</i>	18,86	92,36	189,16	192,77	66,84	
<i>Řádková procenta</i>	2,32%	17,50%	31,25%	36,79%	12,14%	27,74%
<i>Sloupcová procenta</i>	19,12%	29,43%	25,66%	29,64%	28,22%	
<i>Procenta v celé tabulce</i>	0,64%	4,85%	8,67%	10,20%	3,37%	
<i>Adjust.stand.rezidua</i>	-1,61	0,76	-1,49	1,38	0,18	
Nad 38 tisíc						
<i>Četnosti</i>	17	108	226	216	66	633
<i>Očekávané četnosti</i>	21,32	104,4	213,82	217,9	75,56	
<i>Řádková procenta</i>	2,69%	17,06%	35,70%	34,12%	10,43%	31,35%
<i>Sloupcová procenta</i>	25,00%	32,43%	33,14%	31,08%	27,39%	
<i>Procenta v celé tabulce</i>	0,84%	5,35%	11,19%	10,70%	3,27%	
<i>Adjust.stand.rezidua</i>	-1,15	0,46	1,24	-0,19	-1,41	
Nevěděl/odmítl						
<i>Četnosti</i>	7	38	77	92	49	263
<i>Očekávané četnosti</i>	8,86	43,38	88,84	90,53	31,39	
<i>Řádková procenta</i>	2,66%	14,45%	29,28%	34,98%	18,63%	13,03%
<i>Sloupcová procenta</i>	10,29%	11,41%	11,29%	13,24%	20,33%	
<i>Procenta v celé tabulce</i>	0,35%	1,88%	3,81%	4,56%	2,43%	
<i>Adjust.stand.rezidua</i>	-0,68	-0,96	-1,66	0,2	<b>3,59</b>	
Sloupcové četnosti	68	333	682	695	241	2019
	3,37%	16,49%	33,78%	34,42%	11,94%	

Poznámka: Adjustovaná standardizovaná rezidua nad hodnotu 1,96 jsou zvýrazněna tučně.

Pearsonův chí kvadrát test nezávislosti:  $p = ,002$

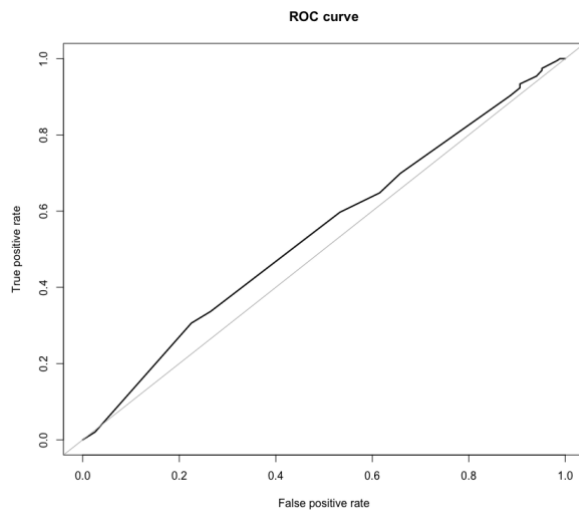
**Tabulka 35: Kontingenční tabulka velikosti místa bydliště a frekvence nákupu lokálních potravin**

Místo bydliště	Frekvence nákupu lokálních potravin					Řádkové četnosti
	Nikdy	Jednou za měsíc a méně	Několikrát za měsíc	Jednou za týden a více	Nevím	
<b>Město</b>						
Četnosti	44	194	433	417	158	1246
Očekávané četnosti	41,97	205,51	420,89	428,91	148,73	
Řádková procenta	3,53%	15,57%	34,75%	33,47%	12,68%	61,71%
Sloupcová procenta	64,71%	58,26%	63,49%	60,00%	65,56%	
Procenta v celé tabulce	2,18%	9,61%	21,45%	20,65%	7,83%	
Adjust.stand.rezidua	0,52	-1,42	1,17	-1,15	1,31	
<b>Jednou za měsíc a méně</b>						
Četnosti	24	139	249	278	83	773
Očekávané četnosti	26,03	127,49	261,11	266,09	92,27	
Řádková procenta	3,10%	17,98%	32,21%	35,96%	10,74%	38,29%
Sloupcová procenta	35,29%	41,74%	36,51%	40,00%	34,44%	
Procenta v celé tabulce	1,19%	6,88%	12,33%	13,77%	4,11%	
Adjust.stand.rezidua	-0,52	1,42	-1,17	1,15	-1,31	
Sloupcové četnosti	68	333	682	695	241	2019
	3,37%	16,49%	33,78%	34,42%	11,94%	

Poznámka: Adjustovaná standardizovaná rezidua nad hodnotu 1,96 jsou zvýrazněna tučně.

Pearsonův chí kvadrát test nezávislosti:  $p = ,27$

**Graf 20: ROC křivka sociodemografického modelu (M1)**



**Graf 21: ROC křivka socio-demografického modelu (M2)**

