

Kvalita potravin – jejich značení a vnímání / 2016

Závěrečná zpráva z kvantitativního výzkumu
Ivana Valentová | srpen 2016



Přehled kapitol

Hlavní zjištění

str. 3

Parametry projektu

str. 5

Značky kvality potravin

str. 6

Preference kvality a ceny

str. 14

Kvalita potravin

str. 19

České potraviny

str. 30

Hlavní zjištění

- **Znalost již roky sledované značky KLASA v posledních letech mírně klesá** a odráží se zde absence kvalitní propagace značky v poslední době, tato **značka však stále zůstává zdaleka nejznámější**
- Celkově dosáhly dobrých výsledků rovněž značky **Český výrobek** a **Regionální potravina**, za zmínku stojí rovněž výsledky **Evropského značení kvality**
- Asociace se značkami víceméně odpovídají jejich základnímu poslání
- Lze konstatovat, že **vliv značek kvality na spotřebitele je relativně vysoký, 2/3 populace** se díky jim více zajímají o kvalitu potravin, o české potraviny vůbec a snaží se značkami řídit
- Respondenti tvrdí, že **u potravin výrazně preferují čerstvost a kvalitu před cenou**, což však bývá v rozporu s reálným chováním, důvodem je snaha dotazované osoby ukázat se při výzkumu v lepším světle, lze proto předpokládat, že velká část příznivců ceny se skrývá také pod odpovědí „čerstvost“
- Pod **kvalitou potravin obecně** si lidé představují zejména **čerstvost a minimum chemie, umělých náhražek a konzervantů**
- Pokud jde o jednotlivé skupiny pak se jedná o **složení, obsah tuku a mléka** (u mléčných výrobků), **vysoký podíl masa, bez vody, složení** (u masných výrobků), **zralost** (u ovoce a zeleniny), **minimum chemie, umělých náhražek a konzervantů** (u nealkoholických nápojů), **měkké výrobky** (u pečiva) a **čerstvost** (u lahůdek)
- Obecně **kvalitu potravin určují** zejména **čerstvost, složení potravin a informace o něm** a ty jsou z logických důvodů **důležitými faktory při jejich nákupu** - společně s obecně deklarovanou kvalitou
- **Důležitost ceny** od minulého výzkumu **nepatrně poklesla**, stále je však **na stupnici důležitosti vysoko**
- **České potraviny preferuje zhruba polovina nakupujících** (což je od minulého měření pokles), jsou celkem **spokojeni s jejich kvalitou** a spíše jsou názoru, že se za poslední roky **kvalita zlepšila**; i když je rovněž většina přesvědčena, že **české potraviny jsou lepší než zahraniční**, toto přesvědčení má klesající tendenci



Hlavní zjištění

- Pokud se zaměříme na **obě skupiny spotřebitelů** – ty, kteří **preferují kvalitu** a ty, kteří **preferují cenu** – a rozdíly mezi nimi, zjistíme, že pokud jde o demografické složení, **liší se od sebe pouze vzděláním** (preferující kvalitu mají spíše vzdělání s maturitou a vyšší, preferující cenu vzdělání bez maturity a nižší) a **příjmem**

Spotřebitelé **preferující kvalitu**

- Mají **vyšší znalost značek** kvality (zejména Klasy)
- Jsou více orientovaní na české potraviny a **značky kvality na ně mají výrazně vyšší vliv**
- Charakteristikám určujícím kvalitu potravin přikládají větší váhu a **při nákupu se řídí zejména konkrétními parametry výrobku a dostupnosti informací** o něm na obalu
- **Výrazně preferují české potraviny (téměř 60%)** a s jejich kvalitou jsou spokojeni více než druhá skupina

Spotřebitelé **preferující cenu**

- Se jeví jako pasivnější, značky kvality znají méně
- I pokud je znají, spíše se jimi neřídí, a **vliv značek kvality je poměrně nízký**
- Z charakteristik určujících kvalitu potravin přikládají výrazně **větší váhu ceně** a **cenou či výhodnou akcí** se také **při nákupu řídí**
- **České potraviny preferuje pouze třetina** z nich a s jejich kvalitou jsou spokojeni méně

Obě skupiny pak kladou důraz na čerstvost



Parametry projektu

Metodika

Cíl projektu

- Pozice značek kvality
- Pozice značky KLASA v časové řadě
- Povědomí o reklamě, přínos komunikační strategie
- Vztah k českým potravinám a jejich kvalitě

Cílová skupina

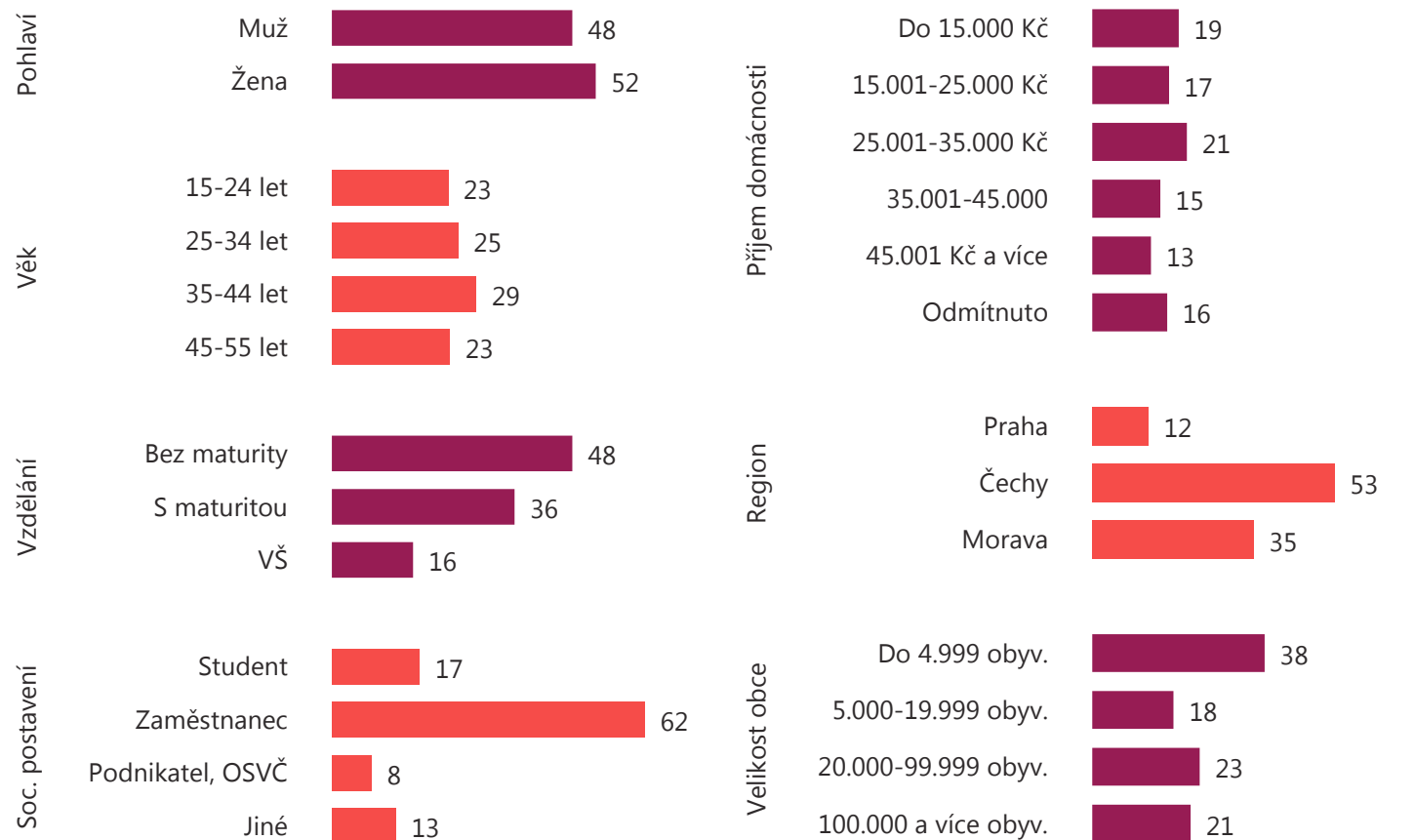
- Reprezentativní vzorek populace ČR ve věku 15-55 let

Detaily terénního šetření

- Metodika: kombinace osobního a online dotazování
- Počet realizovaných rozhovorů: 1043
- Termín sběru dat: 9. - 25. 7. 2016
- Výběr: kvótní
- Data: nevážená

Hodnoty v grafech zvýrazněné kroužkem nebo čtverečkem znamenají **statisticky významný rozdíl** v názoru respondentů, kteří **preferují kvalitu** a kteří **preferují cenu**.

Struktura vzorku



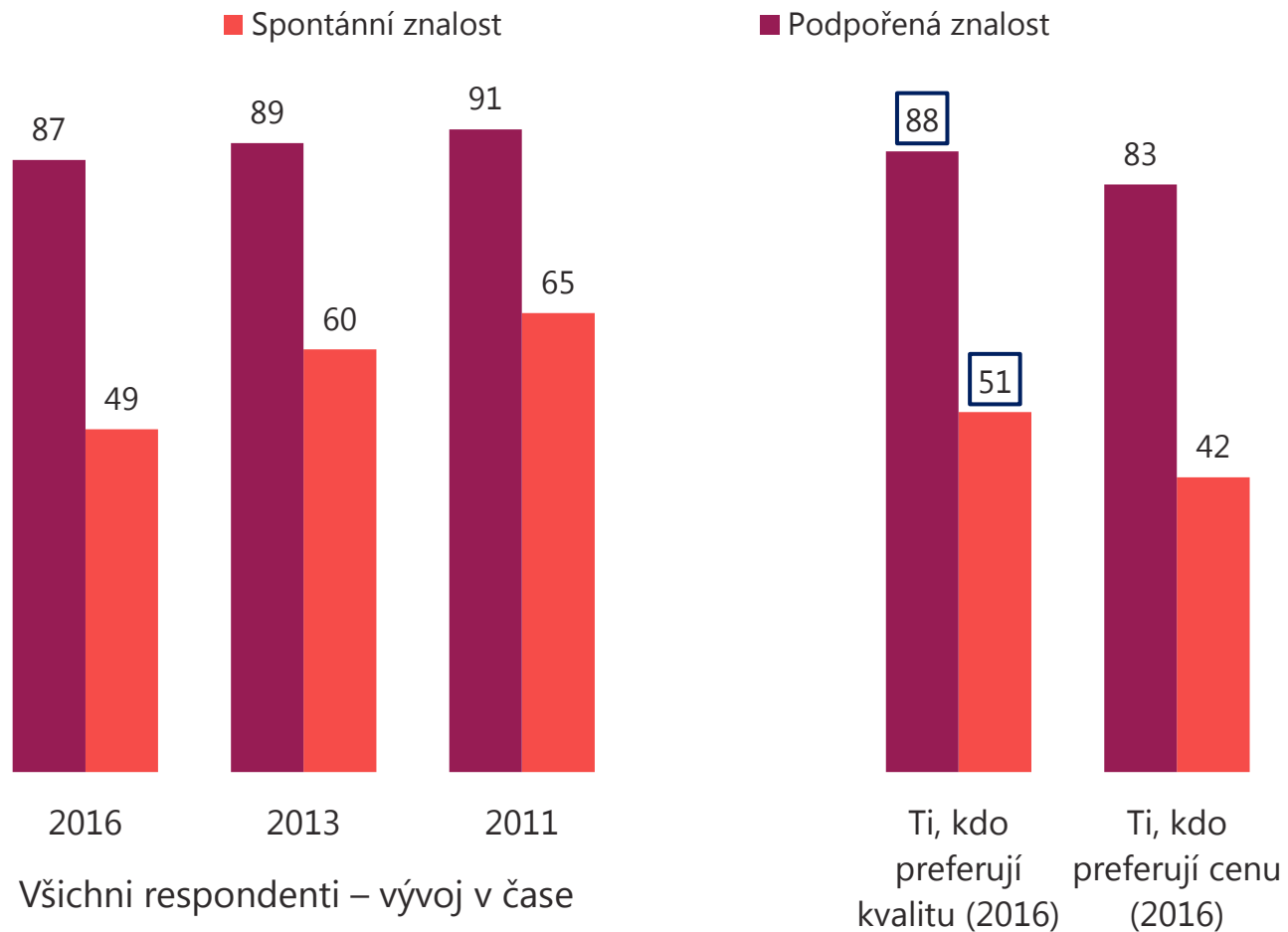
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]





Značky kvality potravin

Znalost značky KLASA



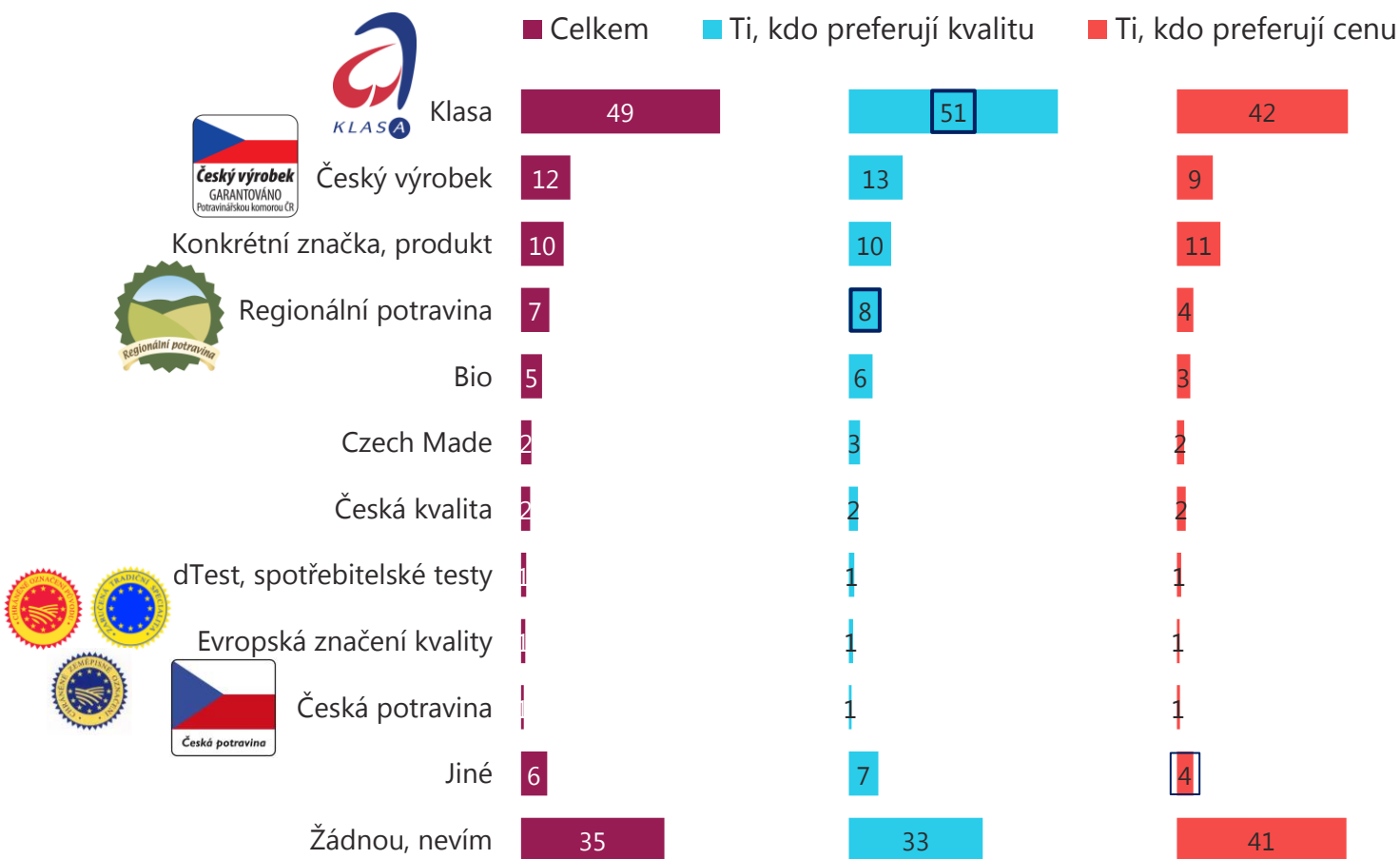
Znalost značky KLASA **vykazuje mírně klesající trend**, spontánní znalost klesá strměji než podpořená

- Spontánně klasu častěji zmínili respondenti orientovaní na kvalitu, ženy ve věku 25-55 let, lidé s maturitou a vysokoškoláci
- Podpořenou znalost **častěji deklarují pouze respondenti orientovaní na kvalitu**

Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]



Spontánní znalost značek kvality potravin



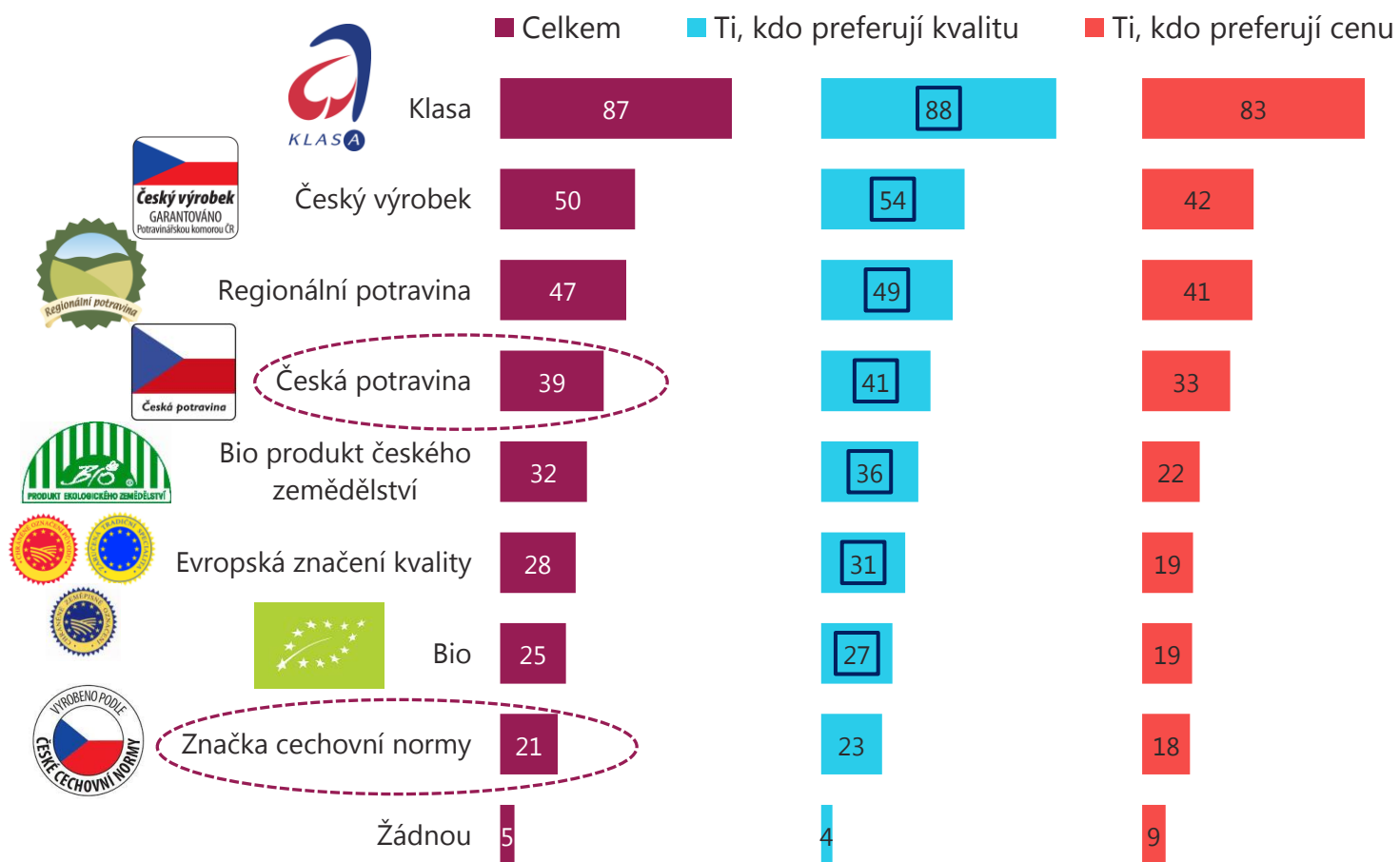
Klasa v ČR zůstává **nejznámější značkou** kvality potravin

- Respondenti orientovaní na kvalitu častěji znají KLASU a Regionální potravinu
- KLASU dále častěji uváděli respondenti s maturitou a vysokoškoláci

Které značky, kterými mohou být označeny potravinářské výrobky, pokud jde o kvalitu a původ, znáte?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]



Podpořená znalost značek kvality potravin



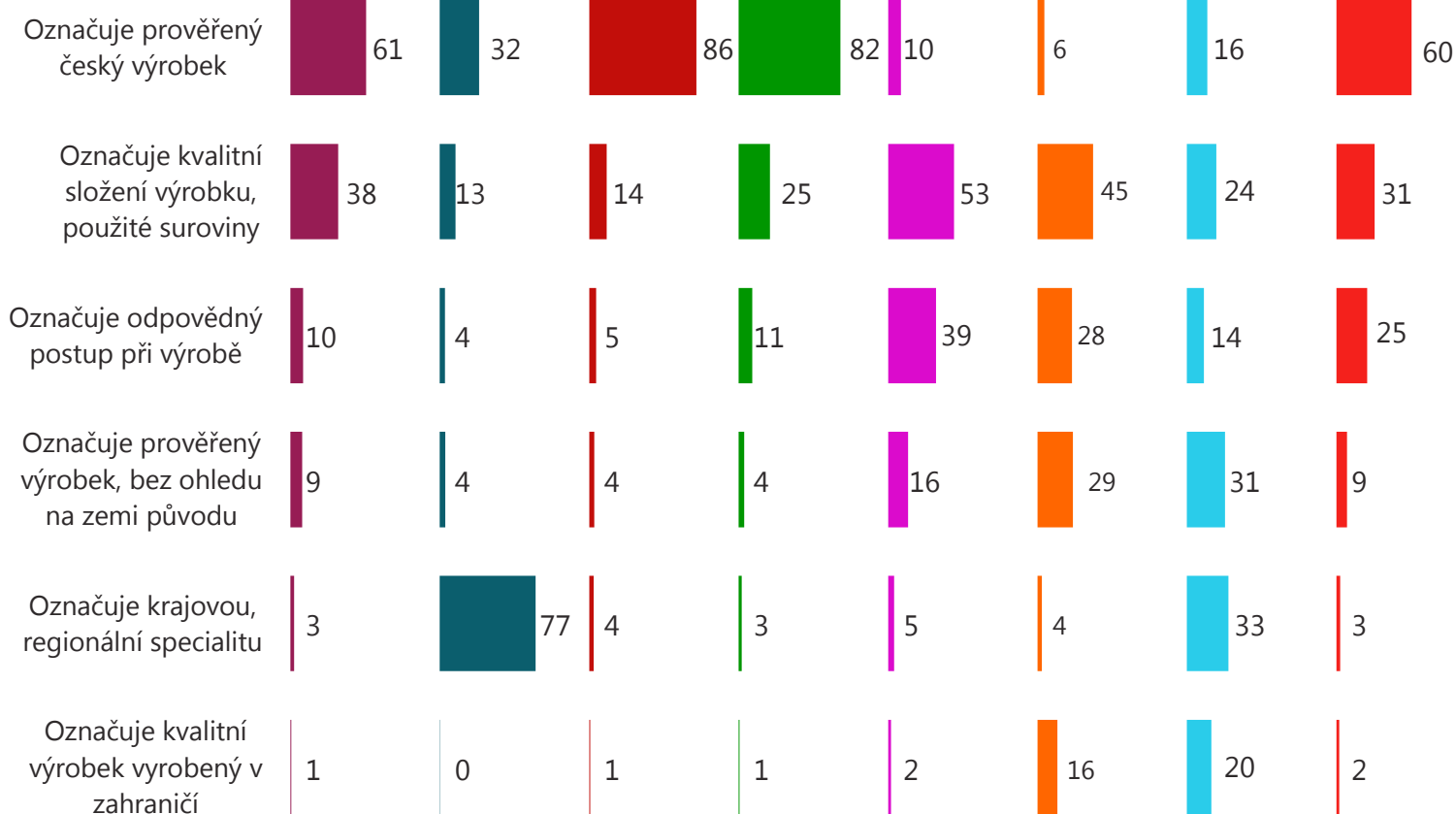
Klasa v ČR zůstává **nejznámější značkou** kvality potravin

- Respondenti **orientovaní na kvalitu** znají téměř všechny **značky kvality častěji**
- Znalost většiny ocenění roste společně se vzděláním respondenta

- Z výsledků je ovšem zřejmé, že značky **Česká potravina** a **Značka cechovní normy** spotřebitelé profitují – díky velmi podobnému designu – ze zavedené značky **Český výrobek** a lze s velkou pravděpodobností předpokládat, že je lidé za tuto značku zaměňují

Které značky, kterými mohou být označeny potravinářské výrobky, pokud jde o kvalitu a původ, znáte?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]

Asociace se značkami kvality potravin



KLASA nejčastěji evokuje prověřený český výrobek a kvalitní složení a suroviny

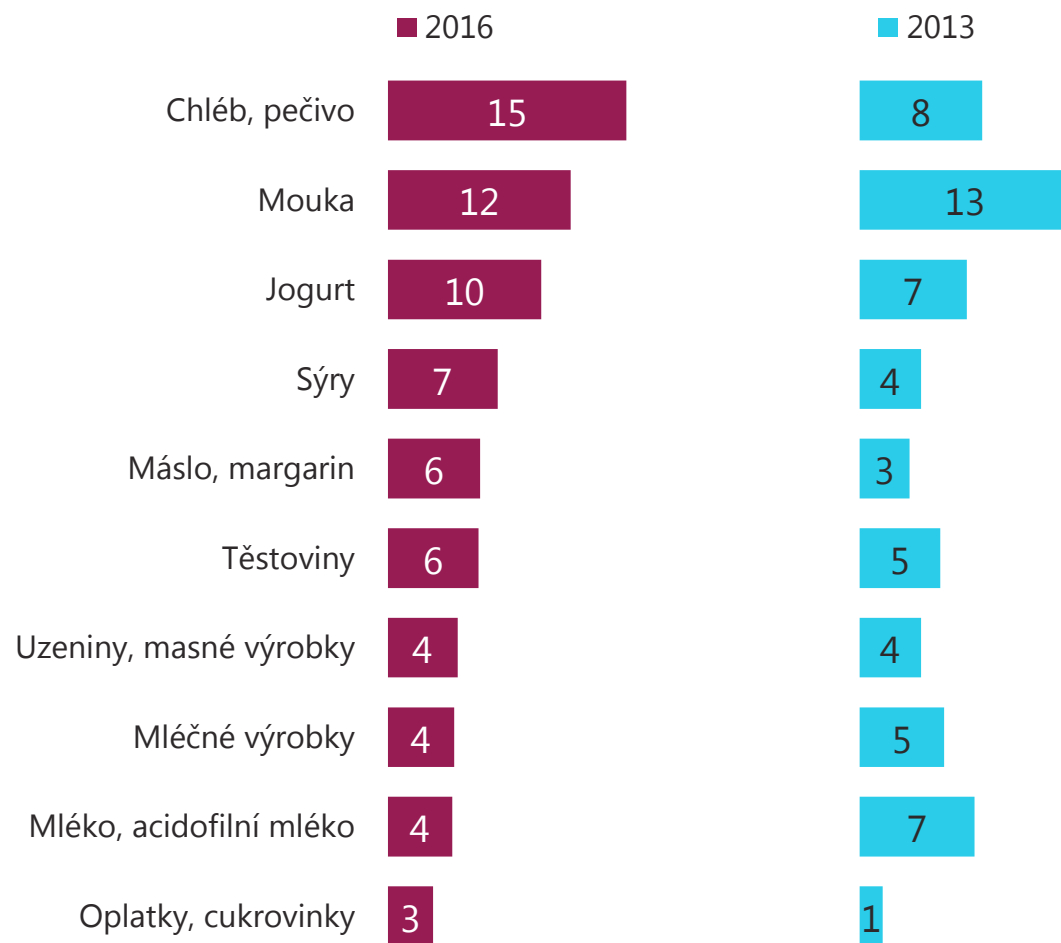
- **Český** původ více si respondenti spíše než KLASOU spojují s **Českou** potravinou a **Českým** výrobkem
- **Kvalitní** složení a suroviny více než KLASA navozují **Bio** produkt českého zemědělství a **Bio**
- Bio a Evropská značení ze všech ocenění nejvíce odpovídají zahraničním výrobkům

■ Klasa (n=894) ■ Regionální potravina (n=491)
 ■ Česká potravina (n=404) ■ Český výrobek (n=526)
 ■ Bio produkt českého zemědělství (n=338) ■ Bio (n=256)
 ■ Evropská značení kvality (n=294) ■ Značka cechovní normy (n=224)

Co Vás napadne, když tuto značku vidíte, co se Vám vybaví, s čím si ji spojujete
Respondenti, kteří znají značku, n=1043 [údaje v %]



Výrobky označené logem KLASA: TOP 10



Logo KLASA nejčastěji respondenti zaznamenali na **pečivu, mouce a jogurtech**, míra jmenování konkrétních produktů je ale minimální

47 % dotázaných neuvedlo **žádný výrobek**

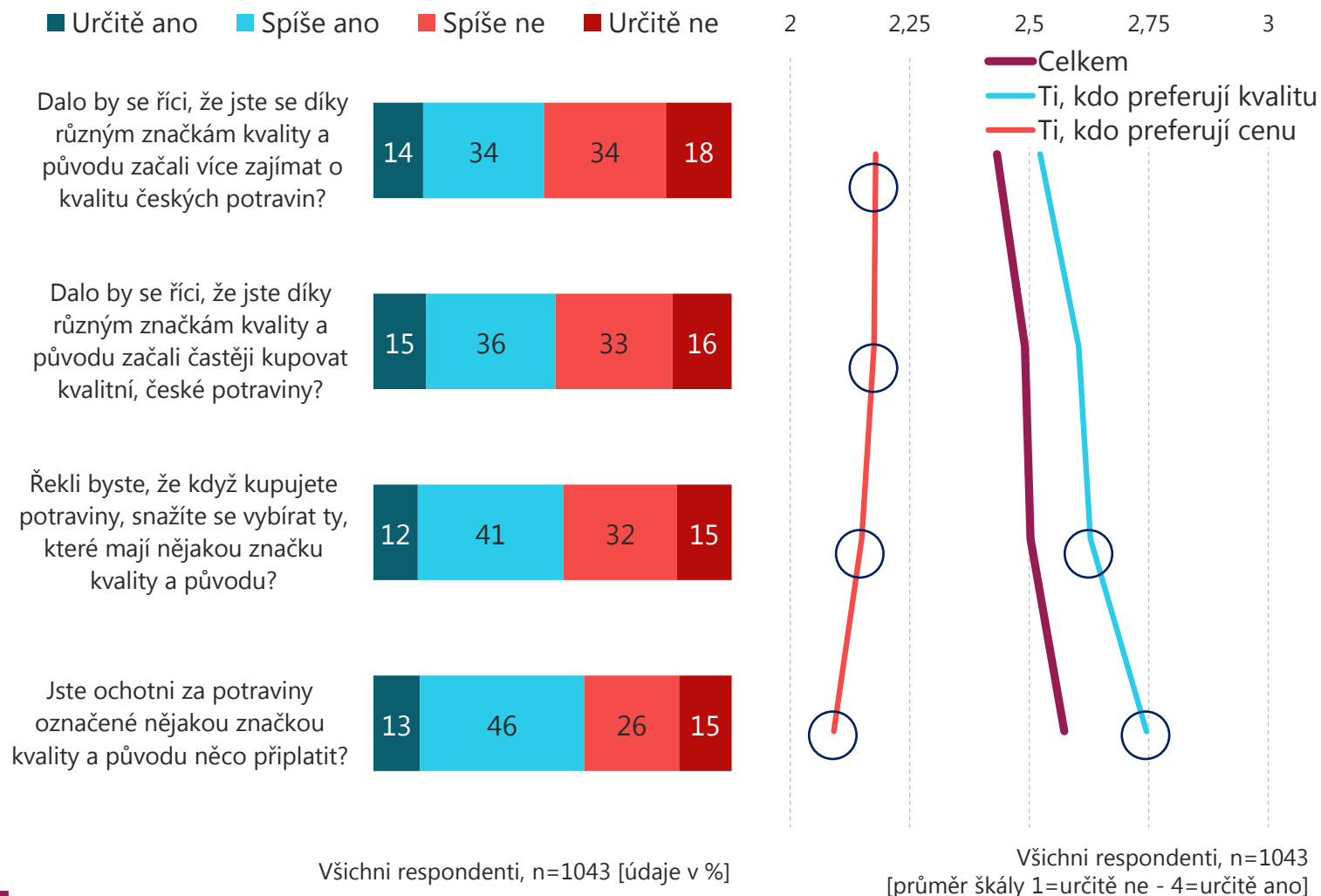
Konkrétní produkty / značky:

- **Hollandia / Selský jogurt – 1,7 %**
- Jihočeské mlékárny – 1,2 %
- Madeta – 1,2 %
- Bohemia Chips – 0,6 %
- Olma – 0,6 %
- Penam – 0,6 %
- Lipánek – 0,6 %
- Opavia – 0,6 %
- Tatranka / Horalka – 0,6 %

Vybaví se vám nějaké konkrétní výrobky označené logem KLASA?
Respondenti, kteří znají značku, n=1043 [údaje v %]



Vliv značek kvality potravin



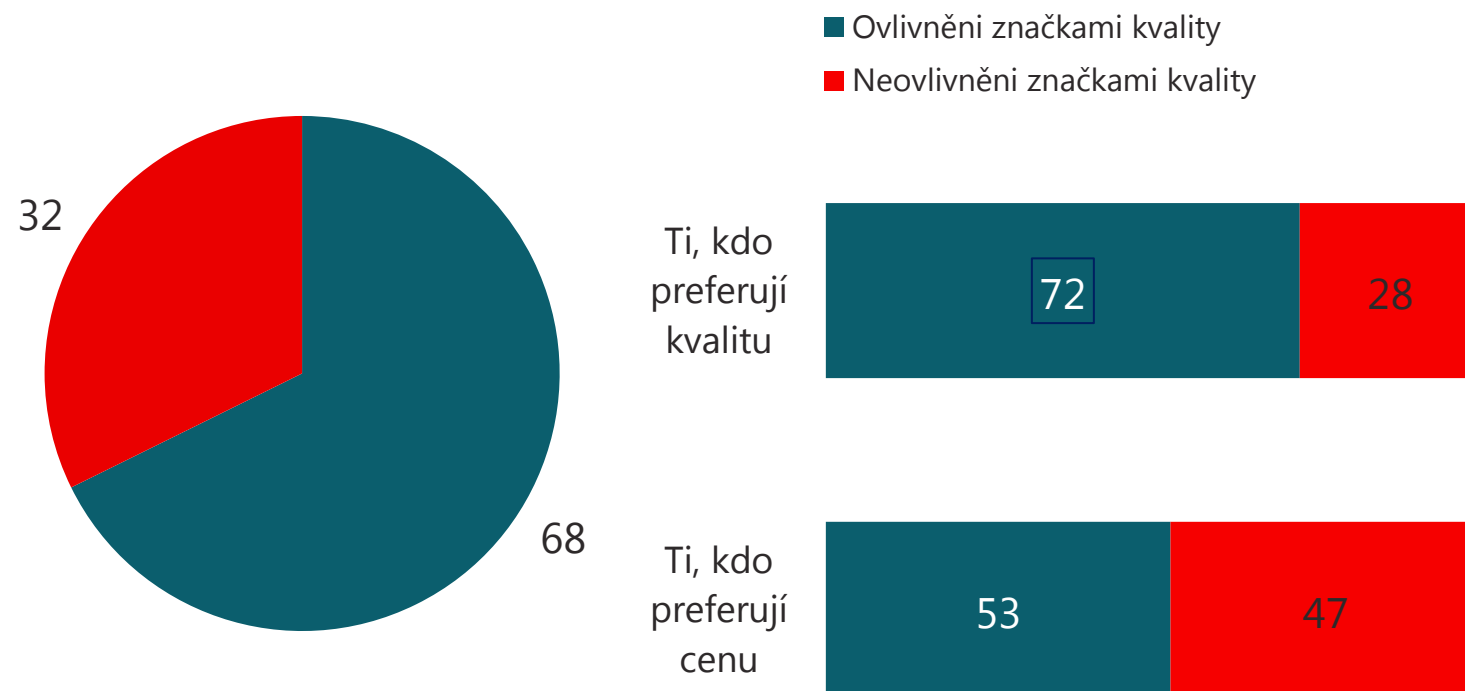
6 z 10 oslovených je ochotno si připlatit za potraviny označené oceněním kvality

Souhlas s testovanými výroky se pohybuje mezi 48 a 59 %, kategoricky souhlasících lidí je ale minimum

Podíl kategoricky nesouhlasících je srovnatelný až mírně vyšší, než podíl kategoricky souhlasících



Vliv značek kvality potravin



Na **respondenty preferující kvalitu** mají značky kvality potravin **viditelně a významně větší vliv**

- Ocenění mají větší vliv také **na ženy, vysokoškoláky** a respondenty žijící v domácnostech s **vysokým příjmem**
- Míra ovlivnění **narůstá společně s věkem** respondenta

Index vlivu ocenění kvality je zkonstruován z otázek:

- Dalo by se říci, že jste se díky různým značkám kvality a původu **začali více zajímat o kvalitu českých potravin?**
- Dalo by se říci, že jste díky různým značkám kvality a původu **začali častěji kupovat kvalitní, české potraviny?**
- Řekli byste, že když kupujete potraviny, snažíte se **vybírat ty, které mají nějakou značku kvality** a původu?

Jestliže respondent uvedl **souhlas s alespoň jedním z výroků**, mají na něj ocenění vliv

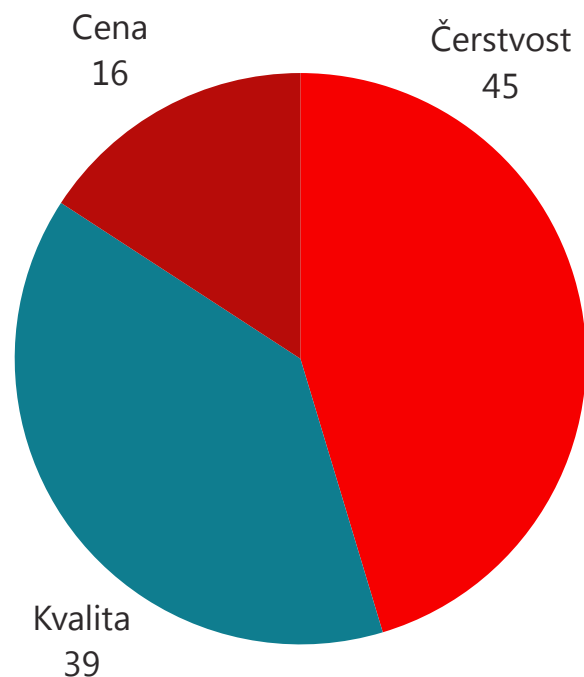
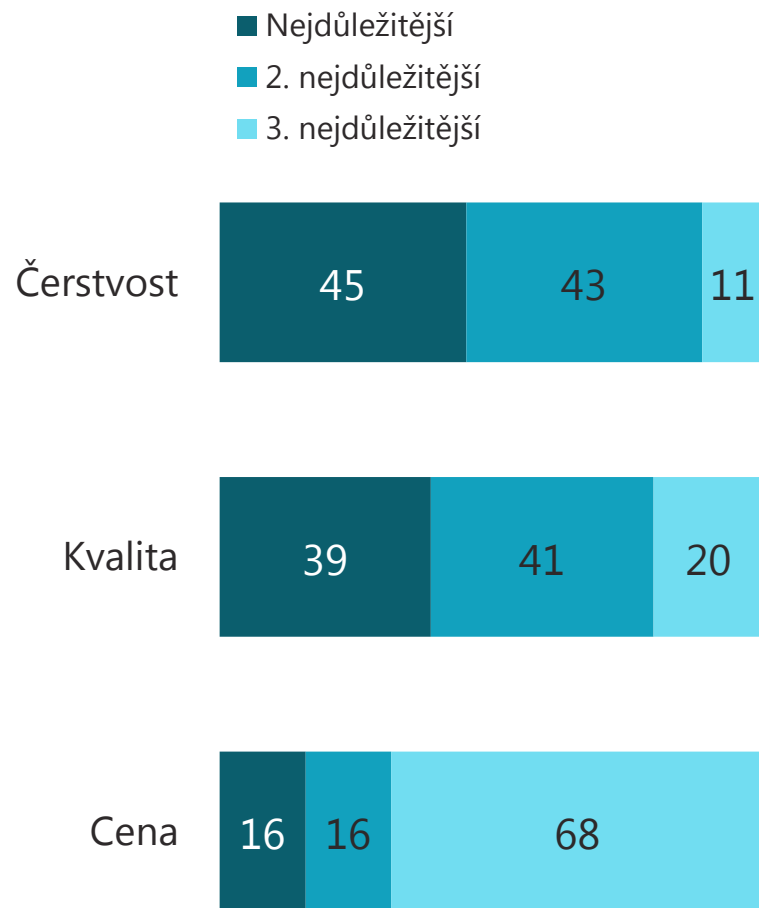
Respondenti, kteří znají ocenění, n=987 [údaje v %]





Preference kvality a ceny

Preference kvality a ceny



Seřadte tyto charakteristiky podle důležitosti
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]

Respondenti o sobě tvrdí, že u potravin výrazně preferují čerstvost a kvalitu před cenou

- Muži častěji preferují kvalitu, ženy naopak čerstvost

Respondenti sice **deklarují poměrně často preferenci kvality**, což je však často **v rozporu s jejich reálným chováním**.

Důvodem je **snaha dotazované osoby** (pozorovatelná u všech otázek tohoto typu) **ukázat se při výzkumu v lepším světle**, za jasnou preferenci ceny se lidé často stydí.

Lze proto předpokládat, že **velká část příznivců ceny se skrývá pod odpovědí „čerstvost“**, která jim dovolila nelhat a zároveň **nemuset veřejně přiznat pravou preferenci - cenu**



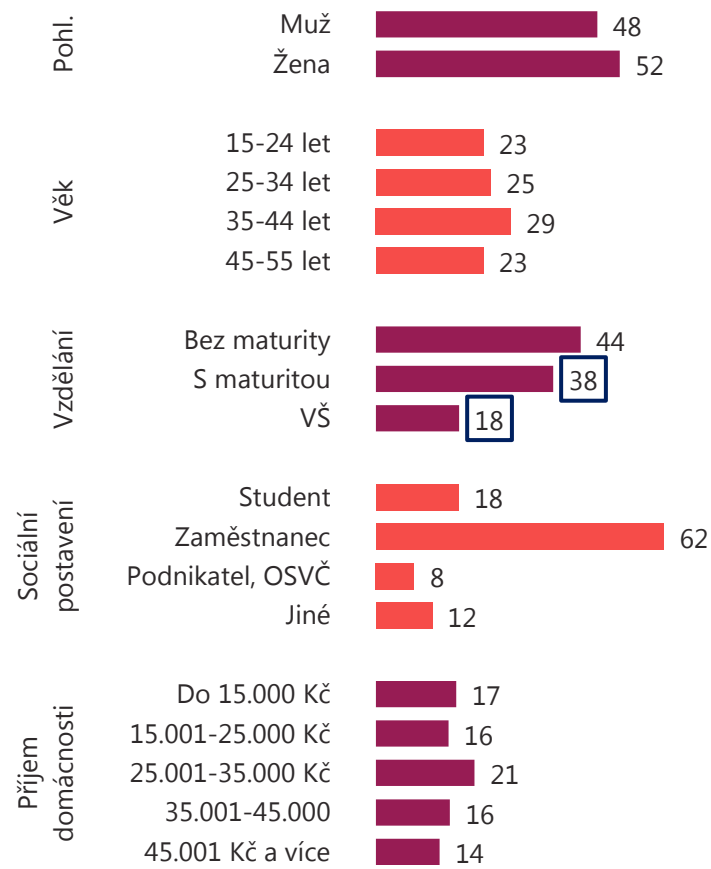
Preference kvality a ceny – kde je pravda?

- Jak je zřejmé z předchozího grafu, respondenti **deklarují poměrně často preferenci kvality**, což je však často **v rozporu s jejich reálným chováním**, naopak **cena dosáhla mnohem menšího podílu** (pokud sem nezahrnujeme i odpověď „čerstvost“, pod kterou se mohou skrývat ti, kteří veřejně nechtějí cenu přiznat)
- Podobné výsledky (dokonce i s mnohem výraznějším příklonem ke kvalitě) lze získat i z jiných výzkumů a jejich důvodem bývá neochota spotřebitelů nahlas říci, že na kvalitě jim nezáleží a řídí se zejména cenou
- Výsledky výzkumů však často - stejně jako v našem případě - neodpovídají zcela realitě, kdy je **proklamovaná minimální orientace na cenu**, ale zároveň se zhruba **polovina potravinářského zboží prodá v akci, tedy právě s orientací na cenu**
- **Problémem** je (kromě snahy respondentů se dělat „lepšími“) **pokřivenost trhu akcemi**:
- Spotřebitel se často dostává do situace, kdy **zboží mimo akci ani koupit nemůže**, neboť ho momentálně potřebuje, ale navštívený obchod má „jeho“ produkt pouze v akci a je lhostejné, zda nakupující obecně preferuje cenu nebo kvalitu, v tomto případě je **nucen k preferenci ceny a k využití akce**
- Řada produktů (zejména trvanlivějšího charakteru) se již dostala do fáze, kdy jsou **prodejně pouze v akci**, většině zákazníků došlo, že není důvod kupovat svůj konkrétní oblíbený výrobek za plnou cenu, když je jisté, že do týdne bude opět v akci - za polovinu
- Neznáme odpověď na otázku, **za co sami sebe považují „lovci akcí“**, kteří v akci nakupují a tedy **preferují cenu**, ovšem vlastně kupují často kvalitní (akční) výrobky – mohou se tedy považovat za ty, kdo **preferují kvalitu**; tito pak **uměle navyšují preference kvality** a pokud by se akční nabídky přestaly vyskytovat, dosud nakupované kvalitní výrobky by je přestaly bez akční nabídky zajímat a **orientace na cenu by jasně vyšla najevo**

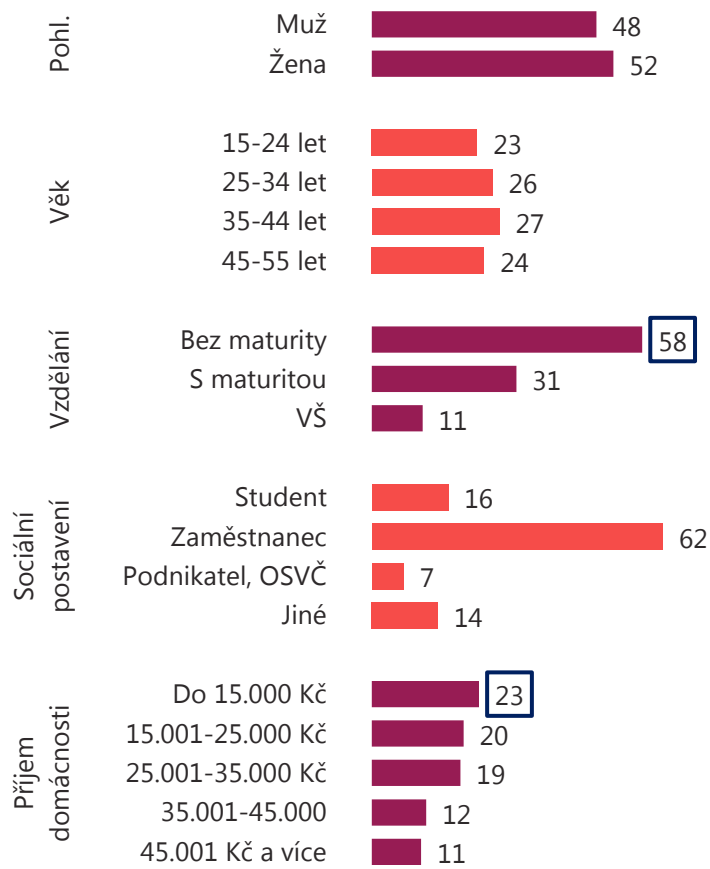


Profil respondenta podle preference

Preference kvality *)



Preference ceny *)



Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]

Kvalitě častěji dávají přednost lidé s maturitou, vysokoškoláci a dvoučlenné domácnosti

Cenu naopak častěji preferují respondenti bez maturity, jednočlenné domácnosti a také domácnosti s nejnižšími příjmy

*) Preference kvality:

- Kvalita na 1. místě, nebo
- Kvalita na 2. místě a zároveň cena na 3. místě

*) Preference ceny:

- Cena na 1. místě, nebo
- Cena na 2. místě a zároveň kvalita na 3. místě

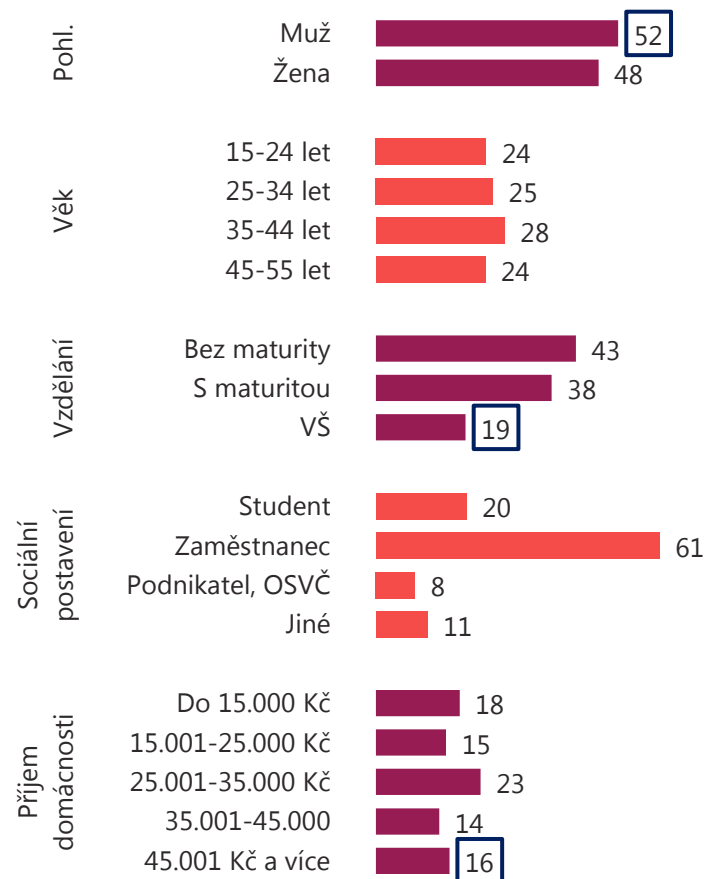
Výše uvedená konstrukce dvou důležitých **dílčích souborů**:

- těch, kdo **preferují kvalitu** a
 - těch, kdo **preferují cenu**
- byla použita pro výpočty výsledků za jednotlivé otázky

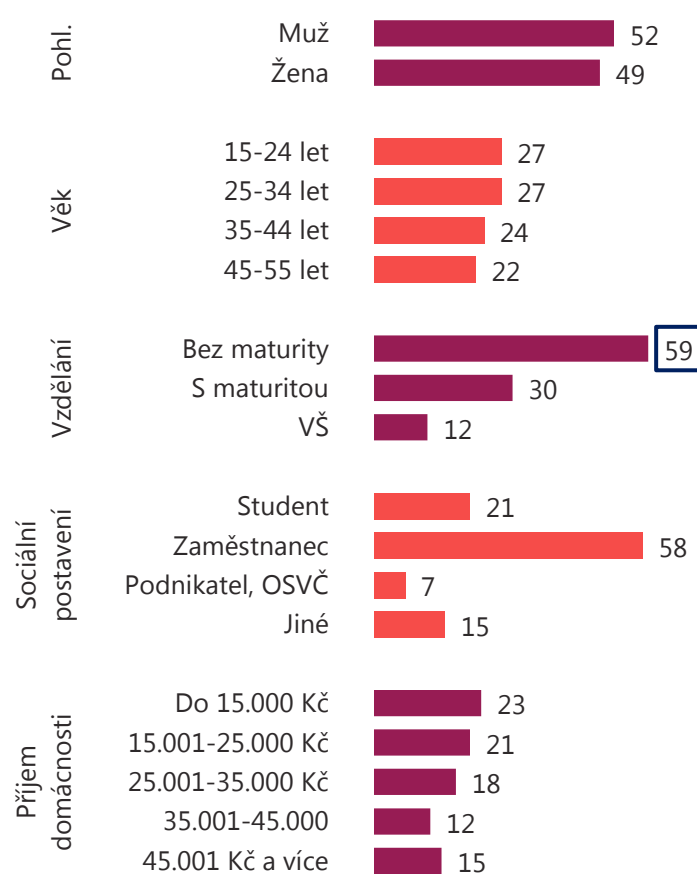


Profil respondenta podle preference - pouze 1. místo

Kvalita uvedena na 1. místě



Cena uvedena na 1. místě



Kvalitu na 1. místo častěji staví muži, domácnosti s nadprůměrným příjmem a lidé vysokoškolsky vzdělání

Naproti tomu cenu na prvním místě častěji mají respondenti bez maturity

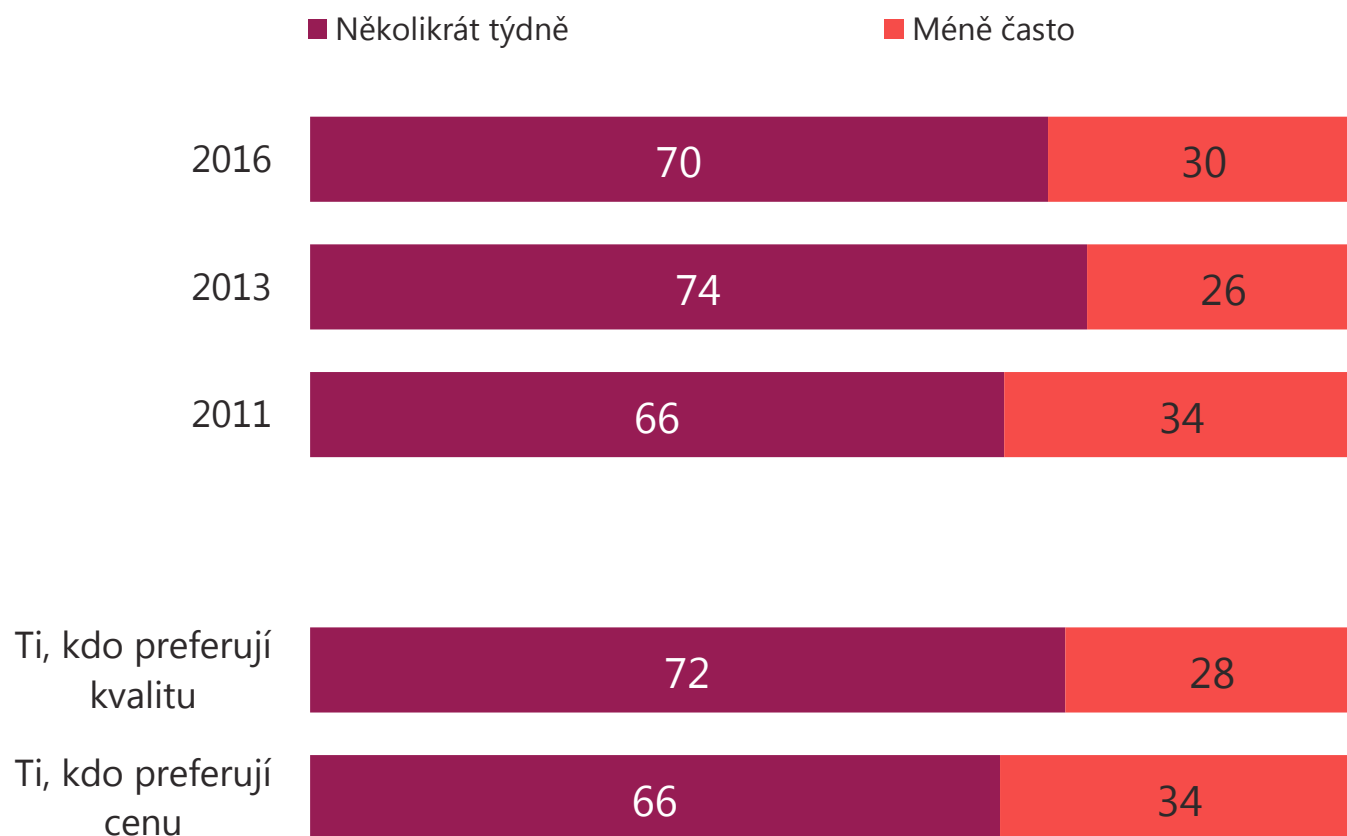
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]





Kvalita potravin

Frekvence nákupu potravin



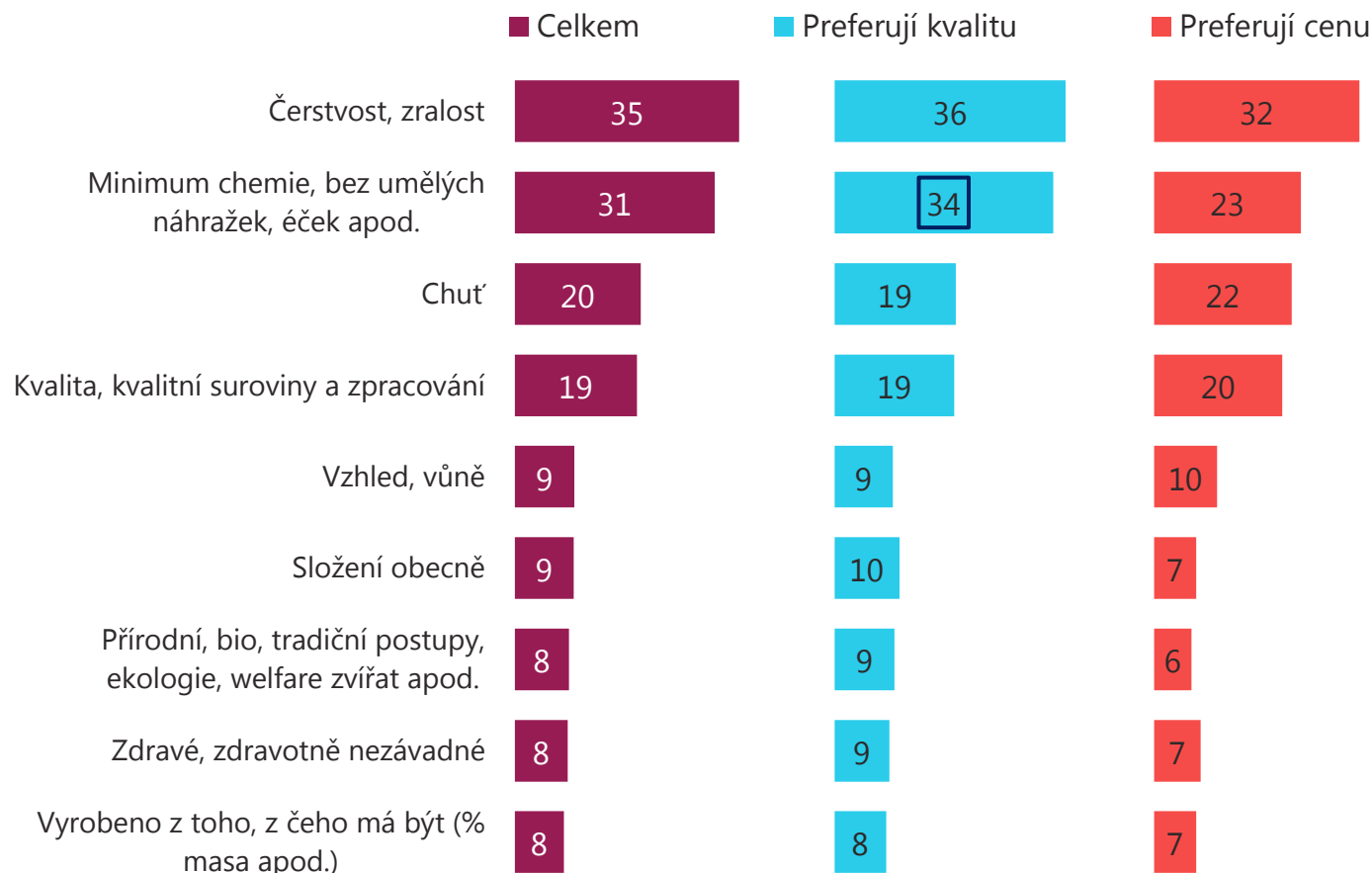
Frekvence nákupu potravin se v čase příliš nemění, aktuálně 7 z 10 dotázaných uvádí, že potraviny nakupují několikrát týdně

- Potraviny častěji nakupují ženy, lidé nad 45 let věku, vysokoškoláci, obyvatelé Prahy a dalších velkých měst, sezdané páry a lidé žijící s partnerem
- Nejméně často naopak nakupují lidé bez maturity, studenti, domácnosti s příjmem do 15 tis. Kč a svobodní

Jak často nakupujete potraviny?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]



Kvalita potravin obecně: TOP 10



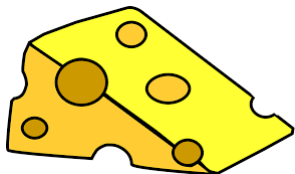
Co znamená kvalita potravin obecně pro Vás osobně, jaké vlastnosti si pod tím představíte?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]

Pod pojmem kvalita potravin si lidé nejčastěji představují **čerstvé a zralé výrobky bez zbytečné chemie, náhražek a přidaných látek**, důležitá je také chuť a kvalita zpracování či surovin

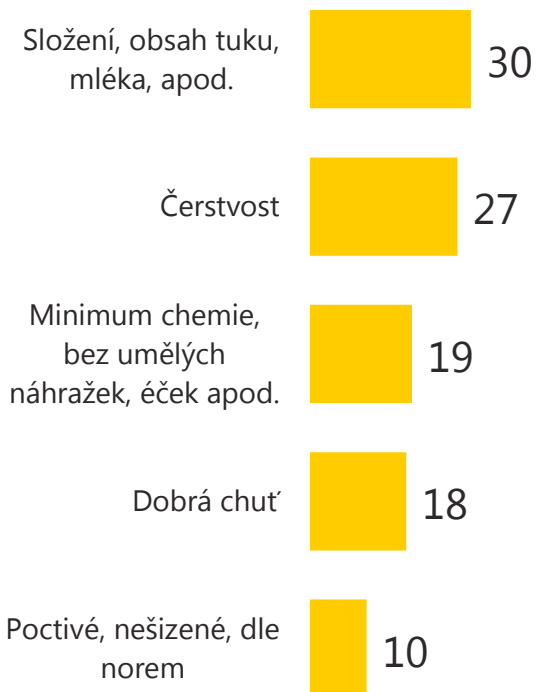
- Respondenti orientovaní na kvalitu častěji zdůrazňují absenci chemie
- Ženy častěji kladou důraz na čerstvost a zralost
- Domácnosti s dětmi častěji uváděly zdravotní prospěšnost / nezávadnost a požadavek, aby potraviny byly vyrobené z toho, z čeho mají být (vysoký podíl masa v uzeninách apod.)
- Vlastnosti, které respondenti uvedli u obecné kvality potravin, v zásadě odpovídají i požadavkům, které dále kladou na konkrétní typy potravin



Kvalita typů potravin: TOP 5



Mléko a mléčné výrobky



Maso a masné výrobky



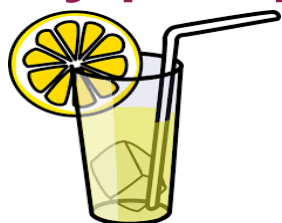
Ovoce, zelenina



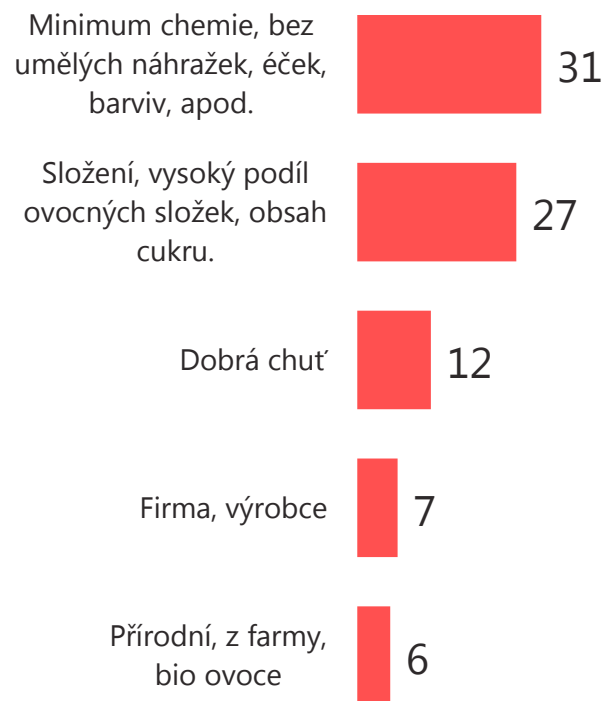
Co pro Vás znamená kvalita u těchto typů potravin?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]



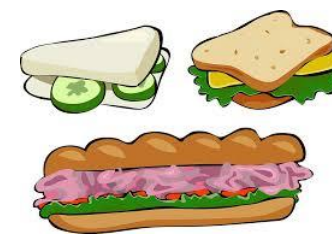
Kvalita typů potravin: TOP 5



Nealko



Pečivo



Lahůdky

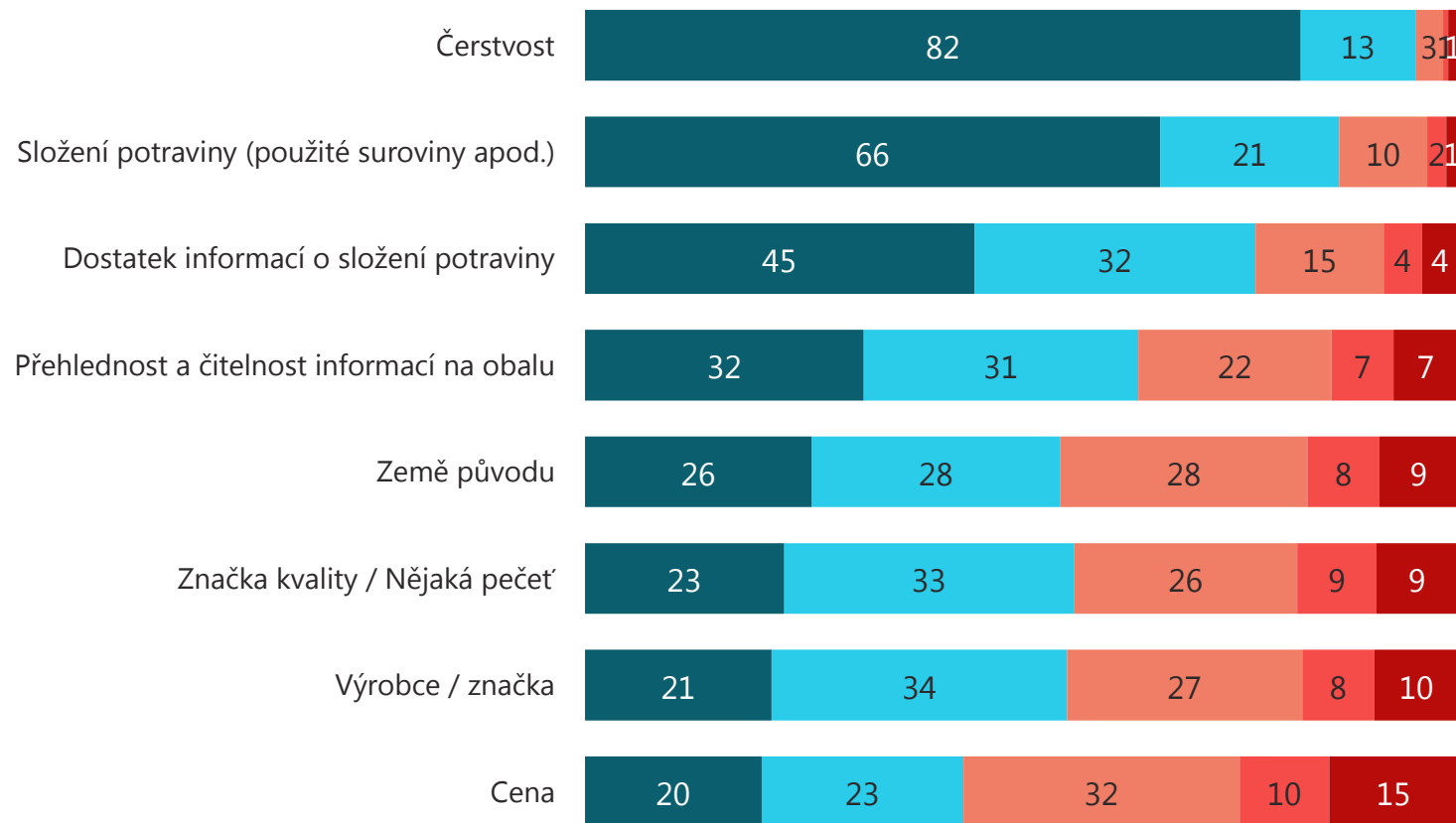


Co pro Vás znamená kvalita u těchto typů potravin?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]



Charakteristiky určující kvalitu potravin

■ Velmi určuje ■ Spíše určuje ■ Ani tak, ani tak ■ Spíše neurčuje ■ Vůbec neurčuje



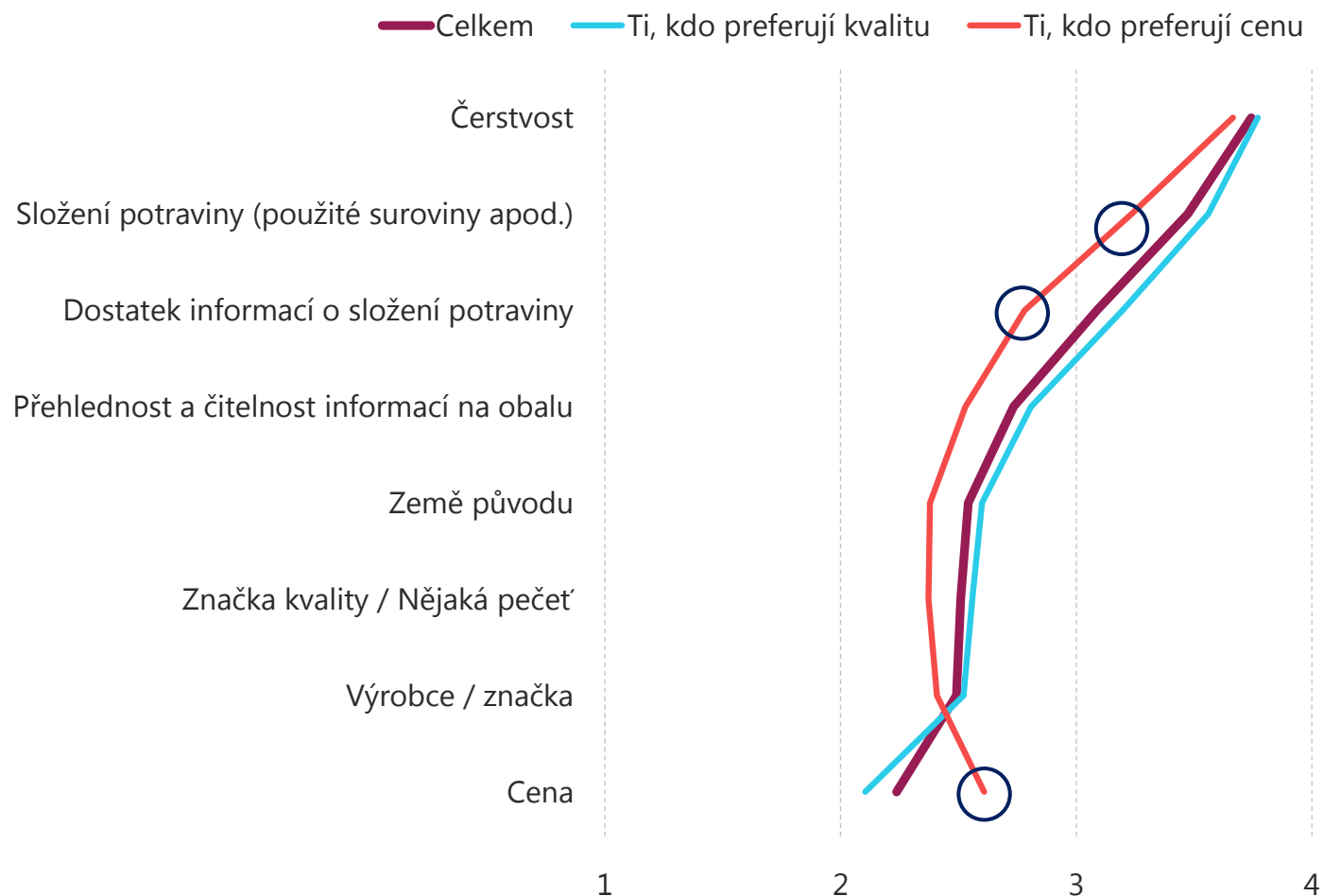
Hlavní charakteristiky kvalitních potravin:

- **Čerstvost**
- **Složení**
- Dostatek přehledných informací
- Lidé nad 45 let věku častěji uváděli zemi původu
- Vysokoškoláci častěji považují za určující složení výrobku
- Mladí lidé a studenti kladou viditelně menší důraz na informace

Do jaké míry tyto charakteristiky podle Vás určují kvalitu potravin?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]



Charakteristiky určující kvalitu potravin



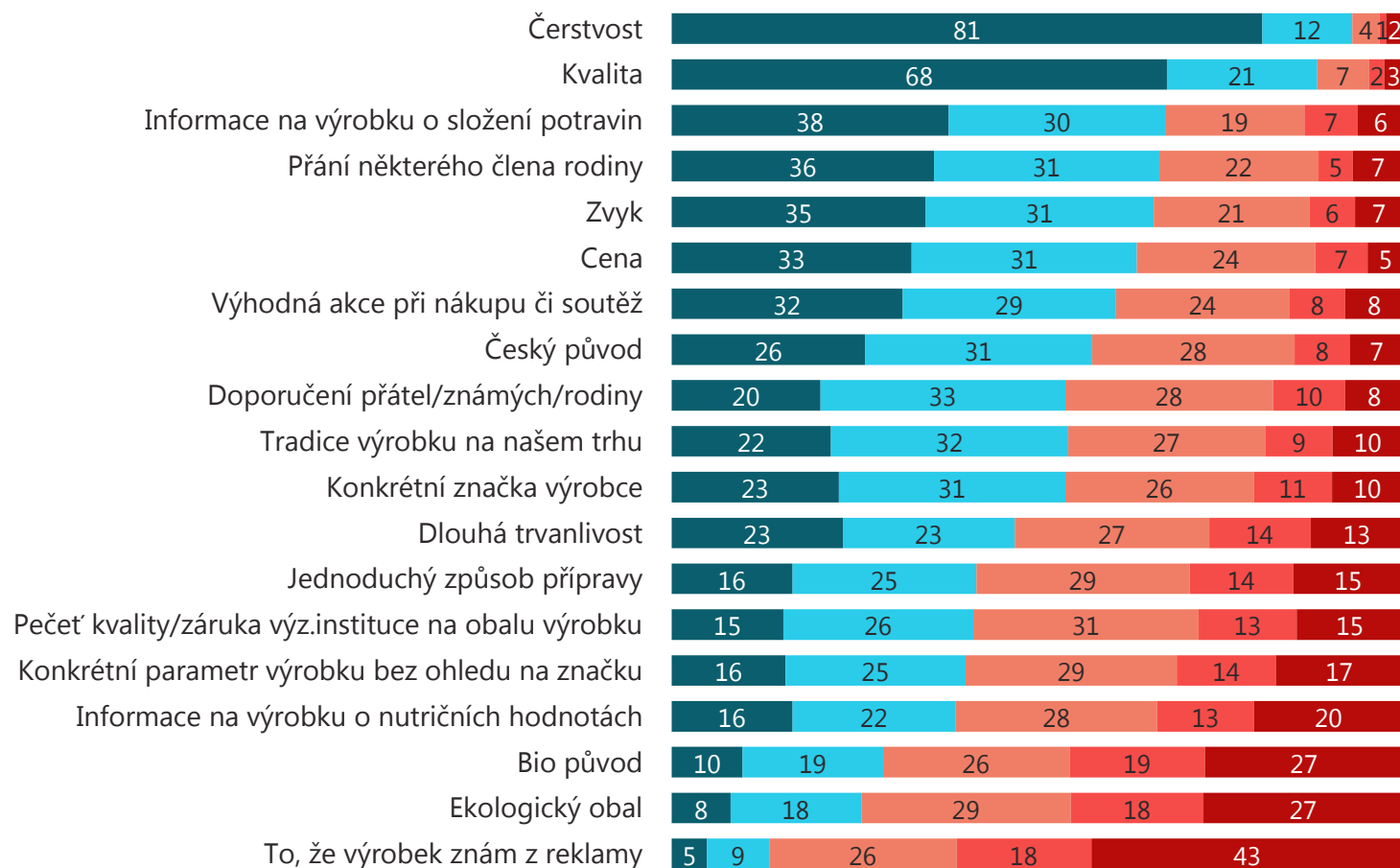
Respondenti orientovaní na cenu potravin významně méně často pokládají za určující složení potravin a dostatek informací

Do jaké míry tyto charakteristiky podle Vás určují kvalitu potravin?
Všichni respondenti, n=1043 [průměr škály 1=vůbec neurčuje - 4=velmi určuje]



Důležitost faktorů při nákupu potravin

■ Velmi důležité ■ Spíše důležité ■ Neutrální ■ Spíše nedůležité ■ Zcela nedůležité



Čerstvost a kvalita jsou nejdůležitějšími faktory při nákupu potravin

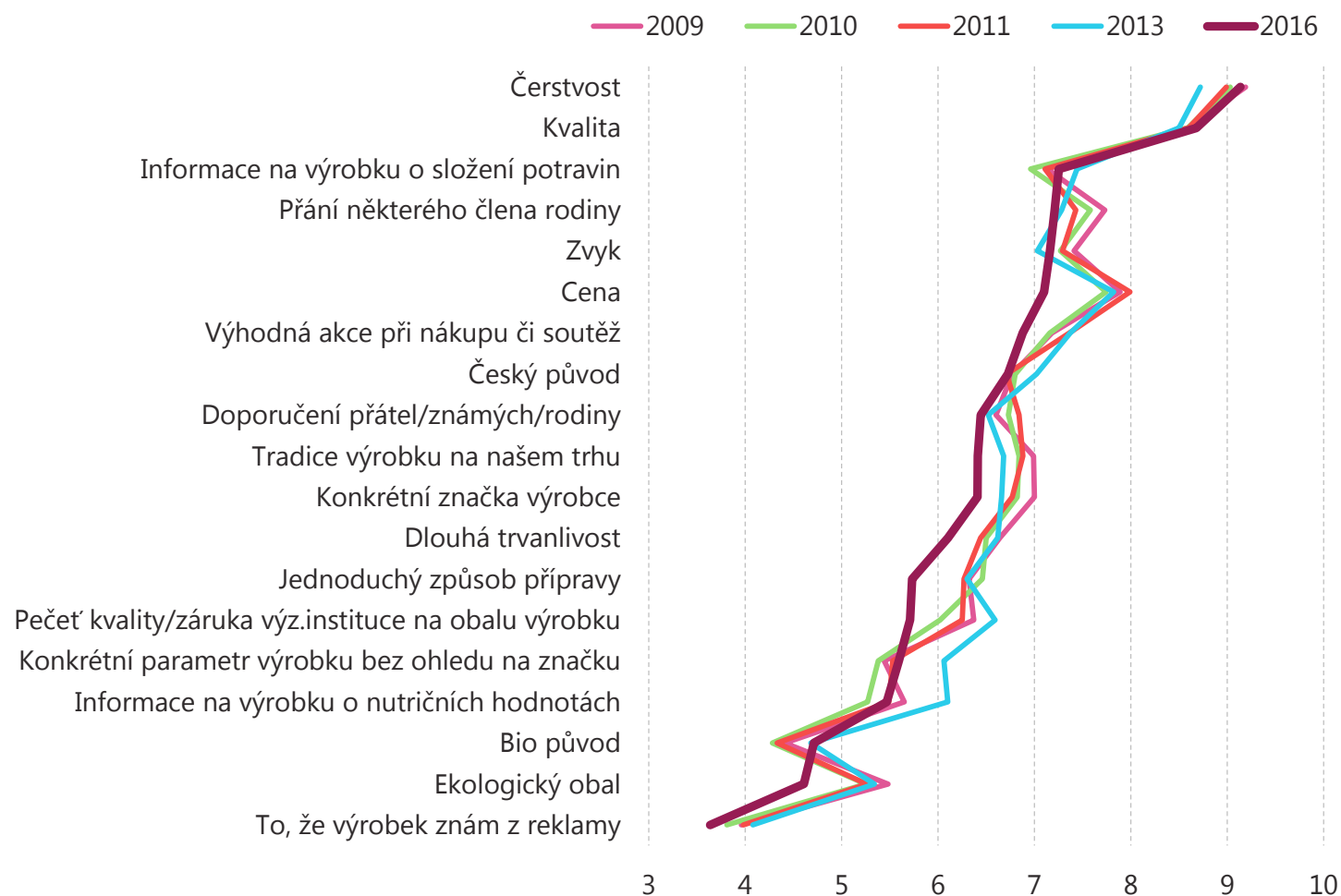
Nejméně důležité jsou reklama, ekologický obal a bio původ

- Ženy ve věku 25-55 let častěji kladou důraz na kvalitu, český původ, tradici a ocenění kvality
- Pro vysokoškoláky je častěji důležitý bio původ
- Pražané a obyvatelé velkých měst se častěji rozhodují podle kvality

Jak důležité jsou pro vás tyto oblasti při nákupu potravin?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]



Důležitost faktorů při nákupu potravin

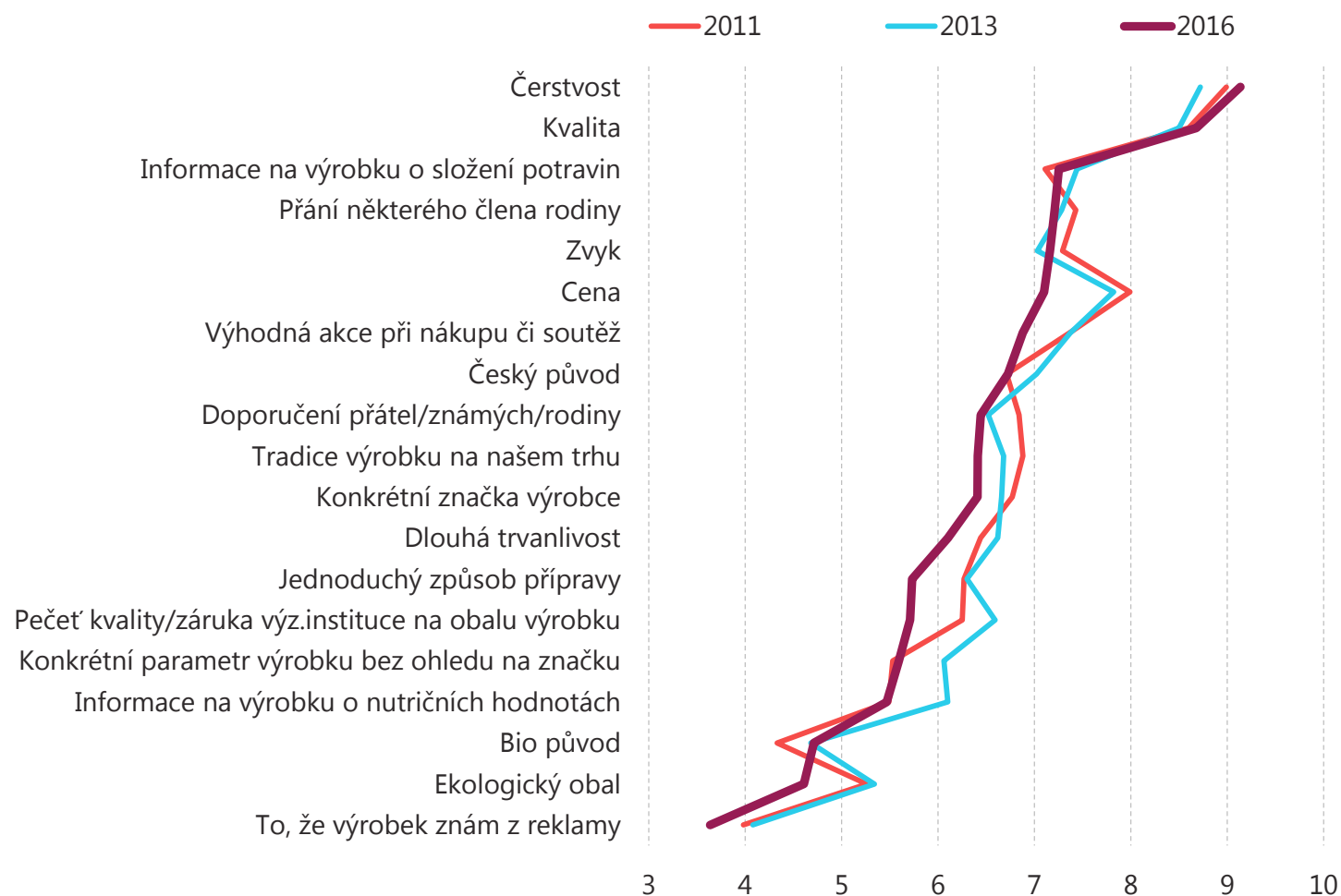


Proti minulým letům došlo ke snížení důležitosti ceny a výhodné akce, jednoduchosti přípravy a ekologičnosti obalu

Jak důležité jsou pro vás tyto oblasti při nákupu potravin?
Všichni respondenti, n=1043 [průměr škály 1=nejnižší důležitost - 10=nejvyšší důležitost]



Důležitost faktorů při nákupu potravin

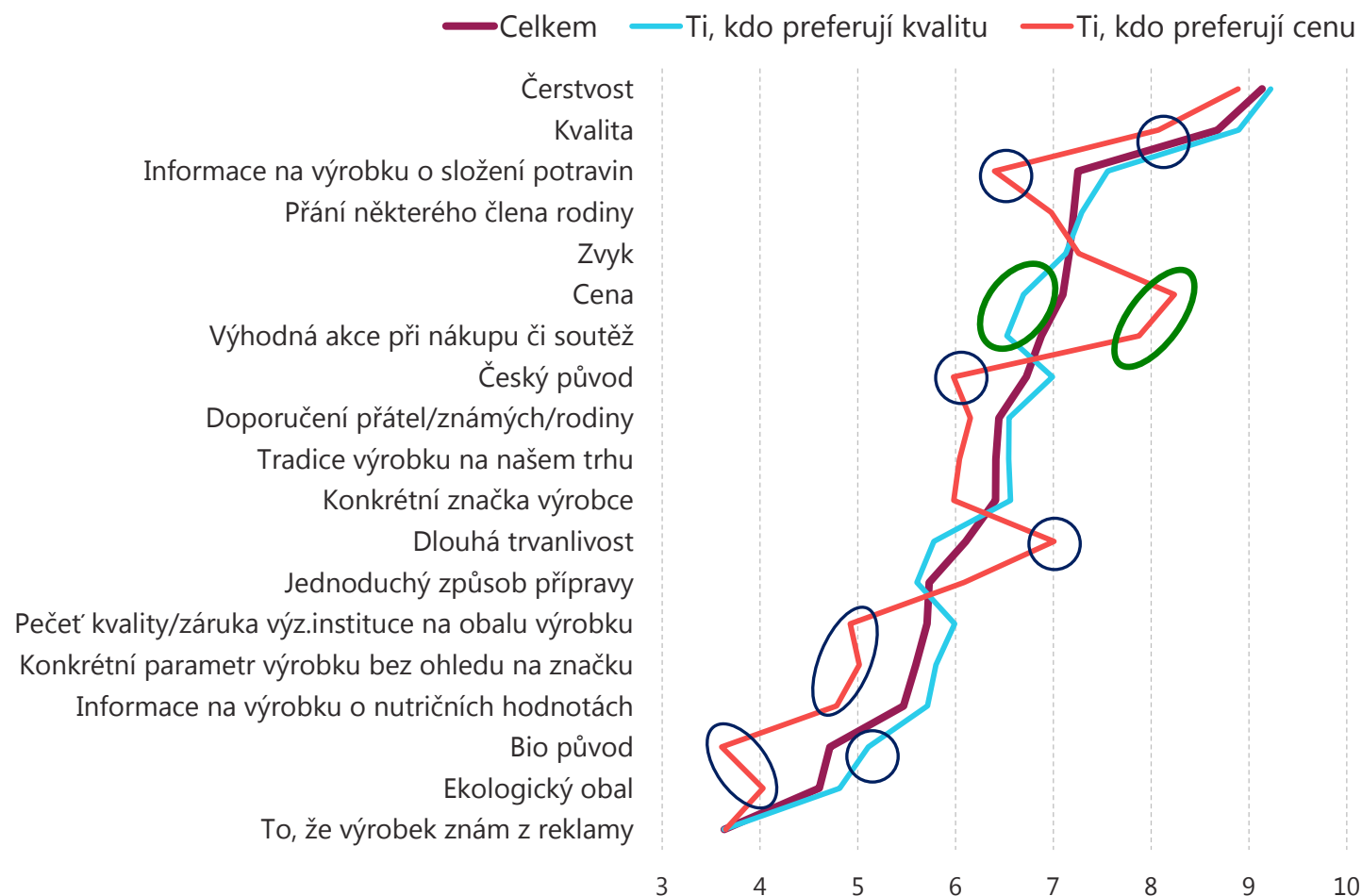


Proti minulým letům došlo ke snížení důležitosti ceny a výhodné akce, jednoduchosti přípravy a ekologičnosti obalu

Jak důležité jsou pro vás tyto oblasti při nákupu potravin?
Všichni respondenti, n=1043 [průměr škály 1=nejnižší důležitost - 10=nejvyšší důležitost]



Důležitost faktorů při nákupu potravin



Lidé preferující kvalitu častěji považují za důležitý bio původ

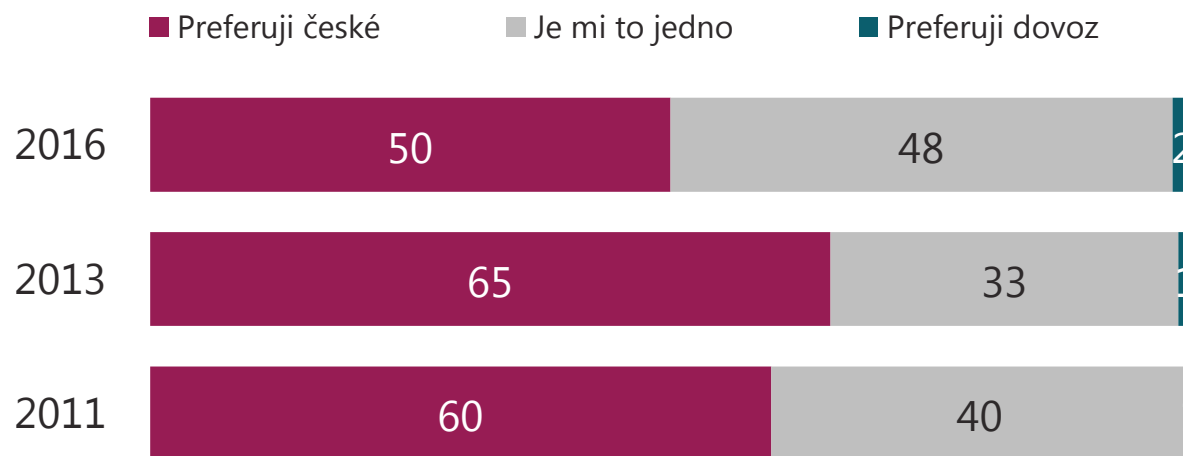
Naopak respondenti orientovaní na cenu častěji kladou důraz na výhodné akce a trvanlivost potravin

Jak důležité jsou pro vás tyto oblasti při nákupu potravin?
Všichni respondenti, n=1043 [průměr škály 1=nejnižší důležitost - 10=nejvyšší důležitost]



České potraviny

Preference českých potravin



Proti předchozím rokům výrazně poklesl podíl respondentů, kteří preferují české potraviny

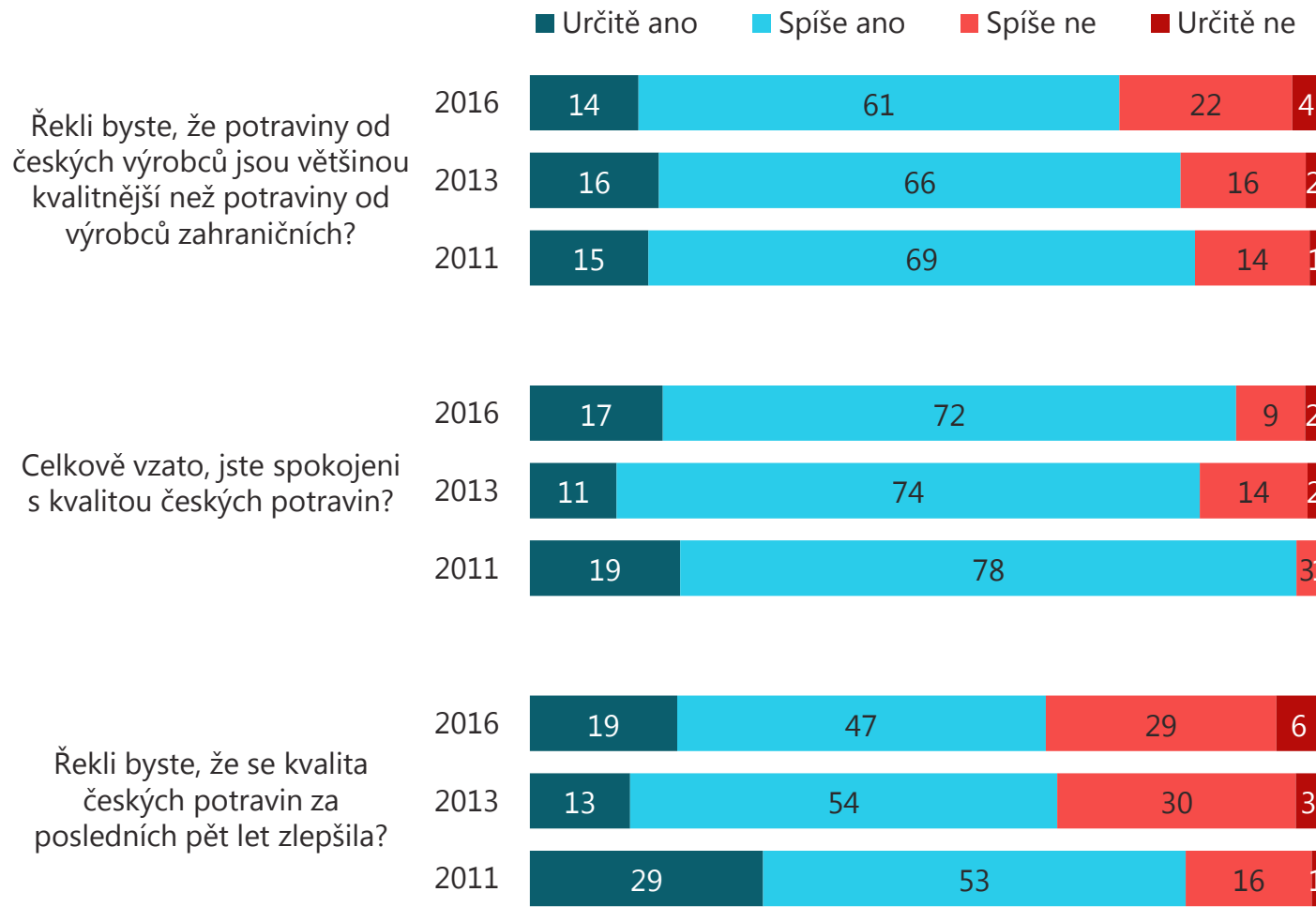
- České potraviny častěji preferují respondenti orientovaní na kvalitu, ženy ve věku 25-55 let, lidé nad 35 let, vysokoškoláci, obyvatelé malých obcí a Češi
- Domácnosti s nejvyššími příjmy naopak dvakrát častěji než ostatní dávají přednost potravinám z dovozu



Dáváte při nákupu potravin přednost domácím nebo dováženým potravinám?
Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]



Postoj k českým potravinám



Všichni respondenti, n=1043 [údaje v %]

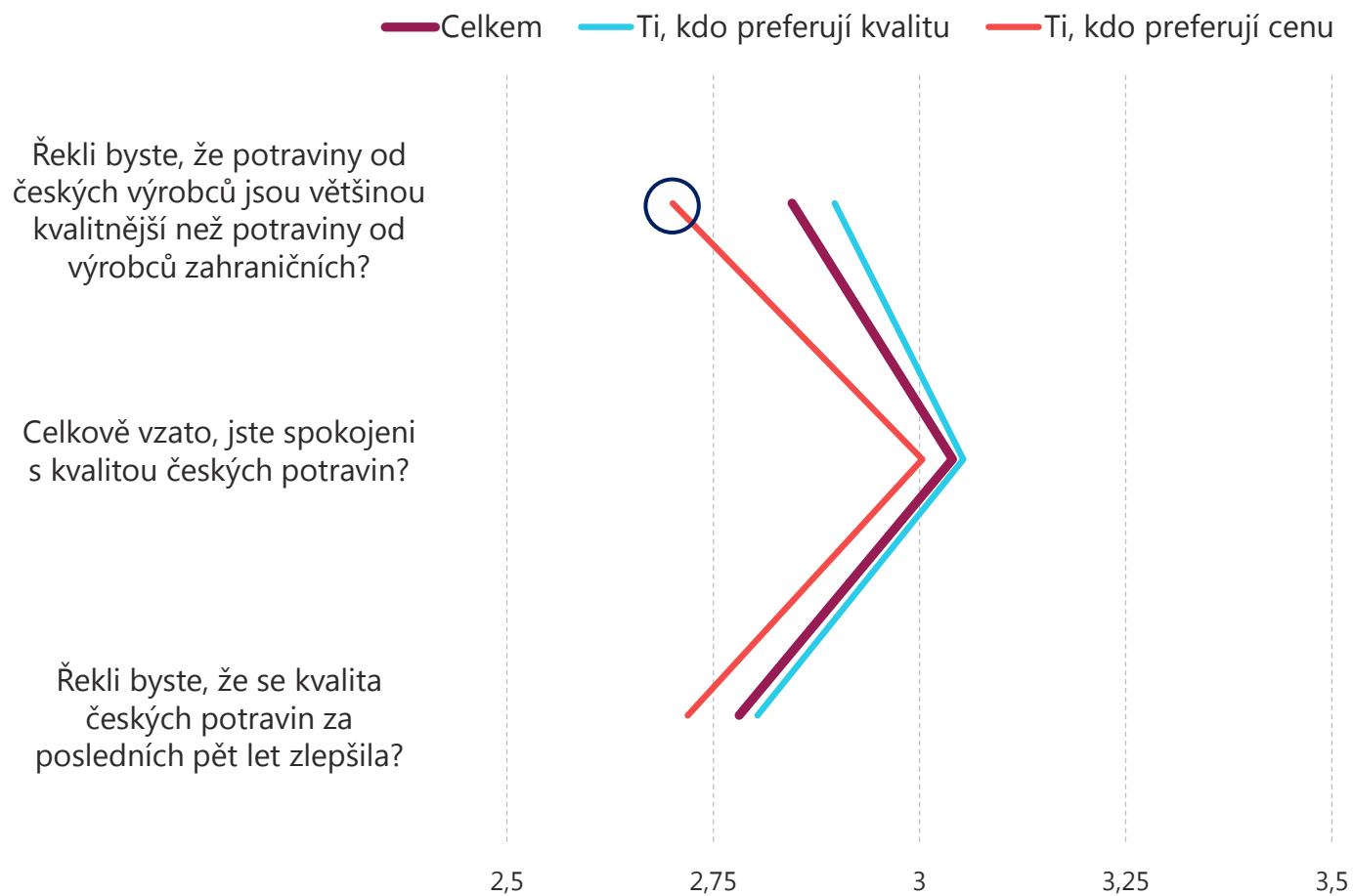
Proti roku 2013 mírně poklesl podíl respondentů, kteří se domnívají, že české potraviny jsou kvalitnější než zahraniční

Mírně vzrostl podíl spokojených s kvalitou českých potravin

O něco se zvýšil i podíl respondentů, kteří kategoricky souhlasí s tvrzením, že kvalita českých potravin se v poslední době zlepšuje



Postoj k českým potravinám



Respondenti preferující cenu významně méně často souhlasí s tvrzením, že české potraviny jsou kvalitnější než zahraniční

Všichni respondenti, n=1043 [průměr škály 1=určitě ne - 4=určitě ano]

