

Výzkum: Jak se Češi staví k alkoholu a možným opatřením na omezení jeho dostupnosti?



Kvantitativní výzkum, forma dotazování CAWI

Sběr dat 10. až 15. dubna 2025

1000 lidí, reprezentativní vzorek online populace ČR

Zpracovatel průzkumu **Behavio**

Obsah



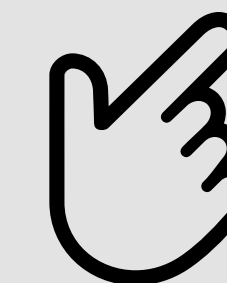
1. Jak lidé konzumují alkohol?
2. Jak lidé vnímají navrhovaná opatření na omezení dostupnosti?

1

Jak lidé
konzumují alkohol?



Alespoň párkrát za týden pije třetina lidí. Desetina abstínuje.



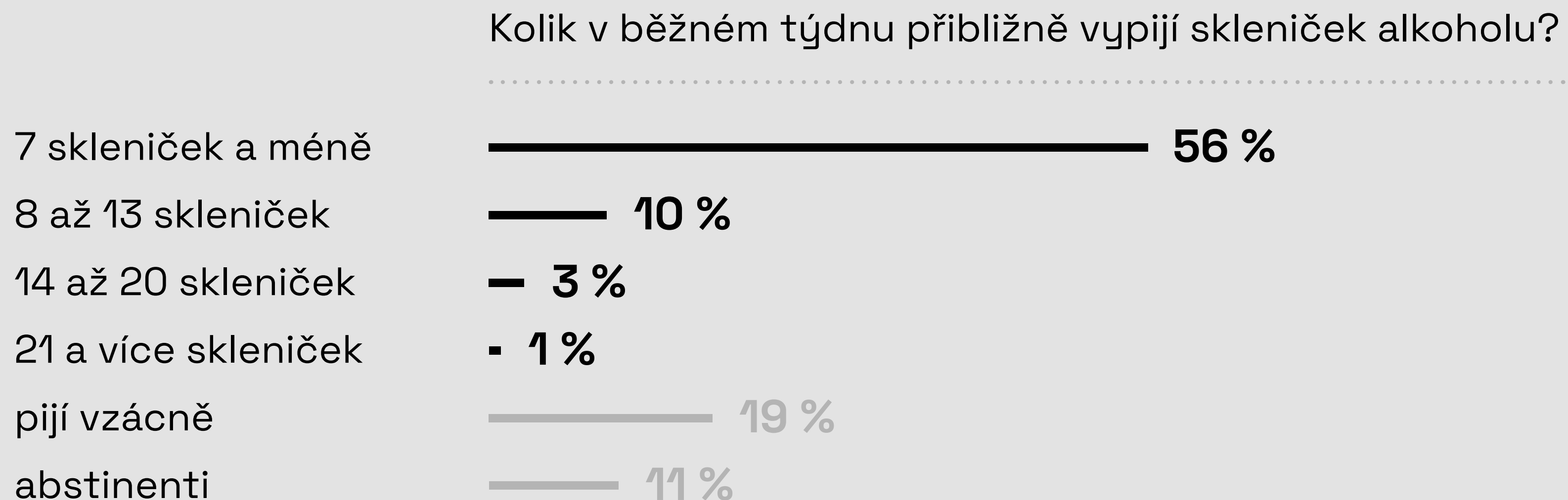
Párkrát za týden nebo dokonce každý den pijí častěji muži (39 %) oproti ženám (18 %). Méně často pijí zejména mladí lidé do 24 let (denně nebo párkrát za týden jen 18 % z nich).



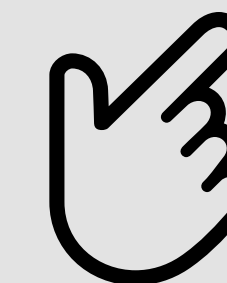
Většina lidí vypije týdně do 7 skleniček.
8 skleniček a více si dá 14 % lidí.



7 skleniček a méně častěji týdně pijí lidé ve věku 25 až 34 let a nad 65 let.

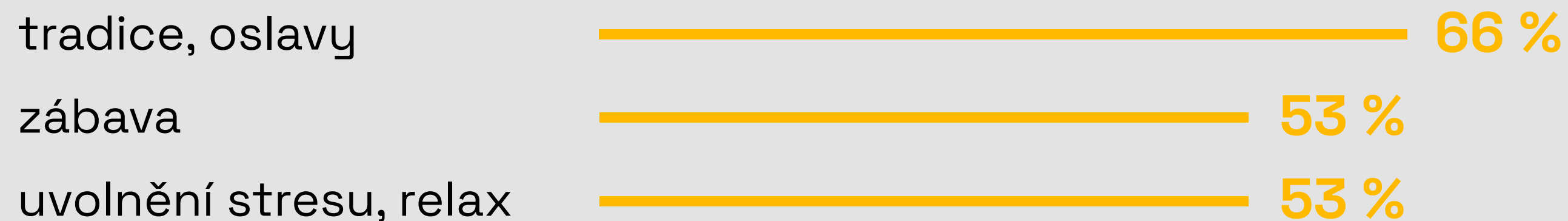


Co si s alkoholem spojí? Alkohol vnímají především jako součást oslav a zábavy.

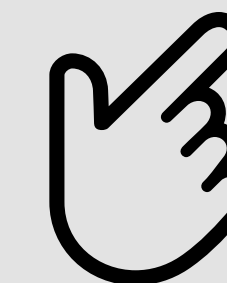


Mezi abstinenty jsou nejsilnější asociace rizikové chování, ztráta sebekontroly (58 %) a závislost na alkoholu (58 %).

Co z toho si obecně s pitím alkoholu spojí?

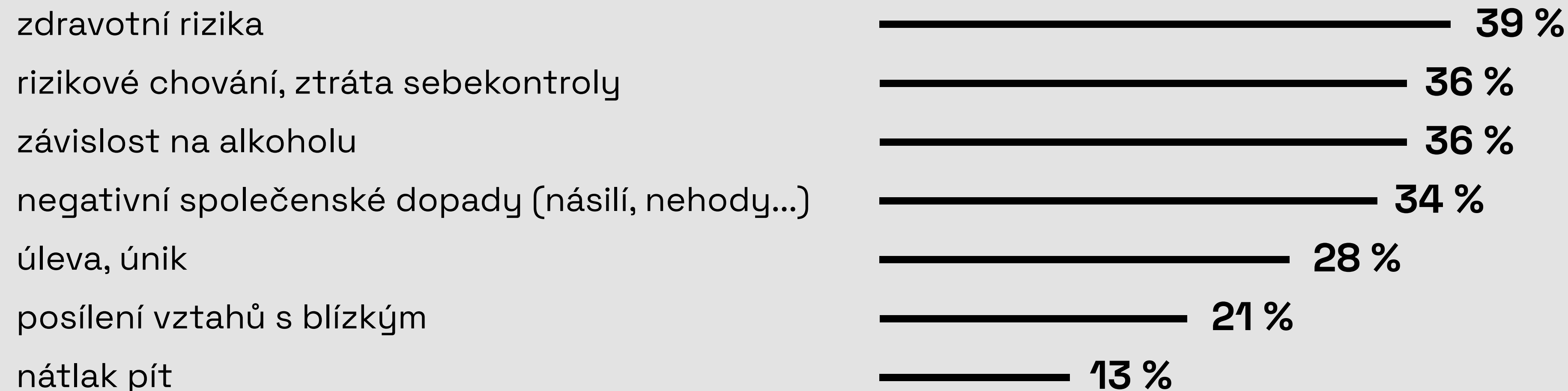


Negativní asociace si lidé s alkoholem spojují slaběji.

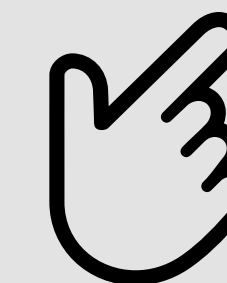


Častěji si je s alkoholem spojí abstinenti, lidé s VŠ vzděláním a lidé do 34 let.

Co z toho si obecně s pitím alkoholu spojí?



Čím je alkohol rizikový? Nejčastěji lidé vidí jako problém rizika spojená s pitím při těhotenství a závislostí na alkoholu.



Která zdravotní rizika vnímají jako velký problém?

komplikace při těhotenství

84 %

vývojové poruchy u dětí kvůli pití při těhotenství

82 %

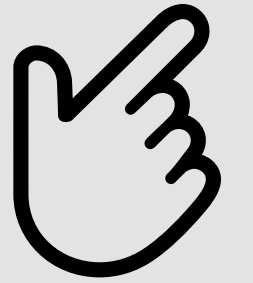
závislost na alkoholu

81 %

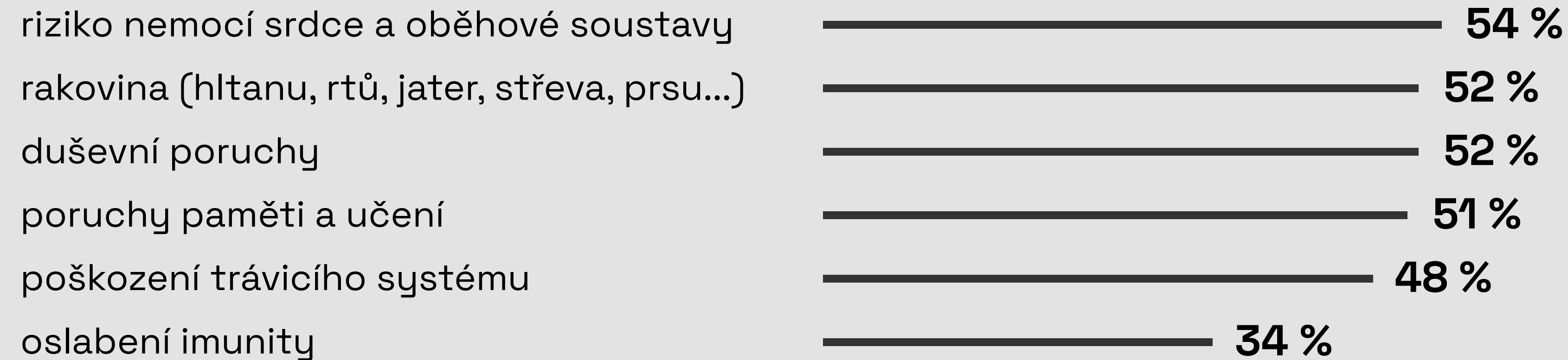
poškození jater

81 %

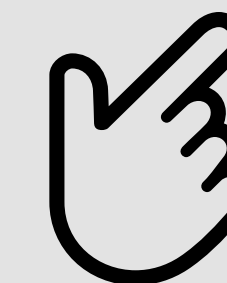
Další rizika vnímá jako problémové
jen polovina populace.



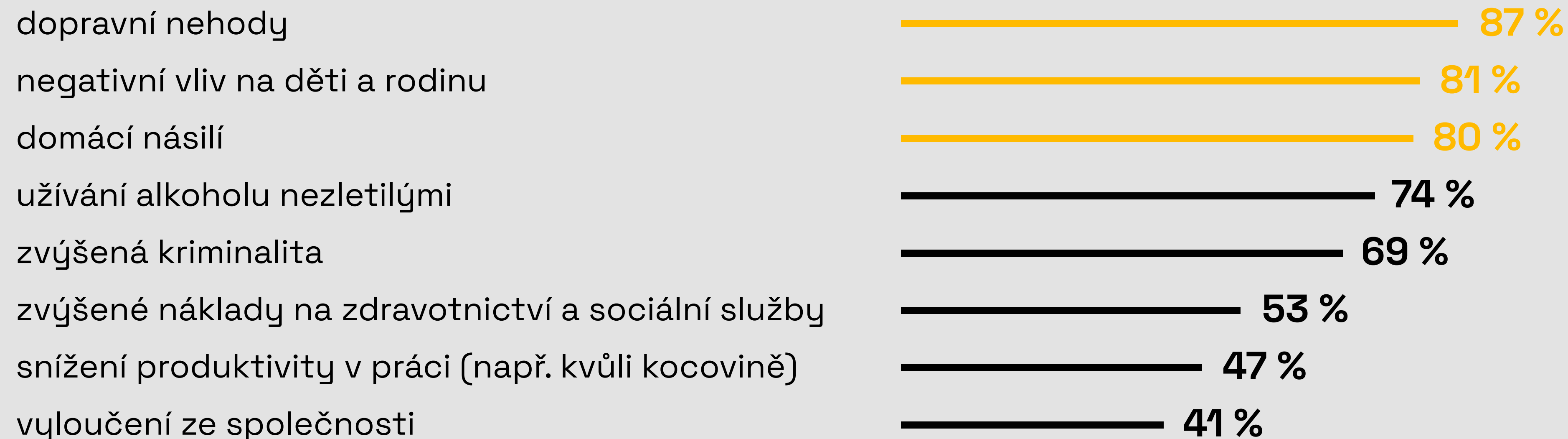
Která zdravotní rizika vnímají jako velký problém?



Ze společenských rizik nejvíc lidí vnímá jako problém dopravní nehody, negativní vliv na děti a domácí násilí.



Která společenská rizika vnímají jako velký problém?



Dvě třetiny lidí si myslí, že by regulace alkoholu v ČR mohla být přísnější.



Častěji si to myslí ženy (72 %) než muži (55 %). Lidé, kteří pijí rizikově, si to myslí méně často (52 %).

regulace je nedostatečná

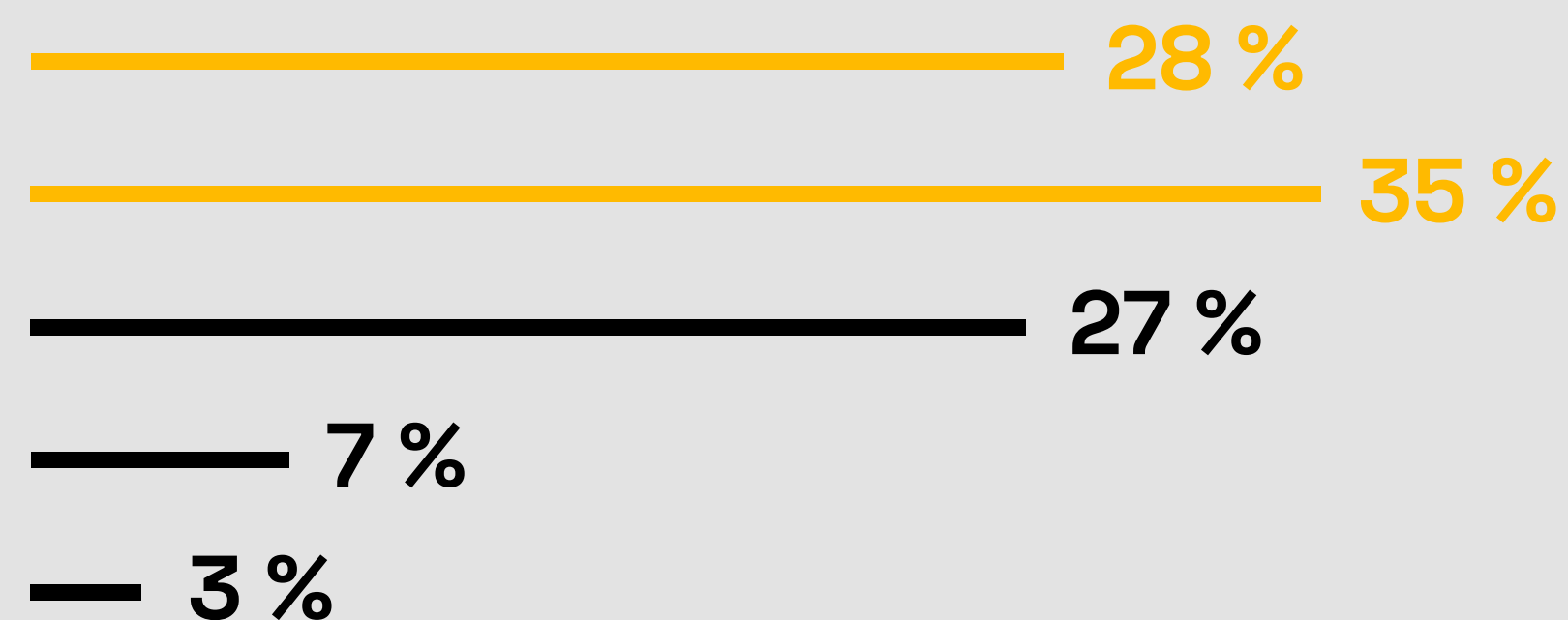
regulace je dobrá, ale mohla by být přísnější

regulace je dostatečná

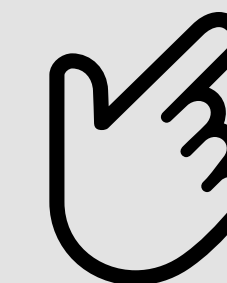
regulace je dobrá, ale mohla by být méně přísná

regulace je příliš přísná

Jak hodnotí, jakým způsobem je v Česku regulována konzumace, dostupnost, prodej a reklama alkoholu?



Resumé



Alkohol konzumuje většina populace, vnímají ale jen část rizik.

Frekvence konzumace: Polovina lidí vypije méně jak 7 skleniček týdně. Více než polovina lidí se napije párkrát za měsíc nebo častěji.

Co si s konzumací alkoholu spojí: S alkoholem si nejsilněji spojují pozitivní aspekty jako tradici (66 %), zábavu (53 %) a uvolnění stresu, relax (53 %).

Jak vnímají rizika: Ze zdravotních rizik nejčastěji hodnotí jako závažná rizika spojená s pitím alkoholu při těhotenství (89 %), ale i závislost na alkoholu (81 %) a poškození jater (81 %). Ostatní rizika vnímá jako závažná polovina lidí.

Ze společenských rizik nejvíce lidí vnímá jako problém dopravní nehody (87 %), negativní vliv na děti (81 %) a domácí násilí (80 %).

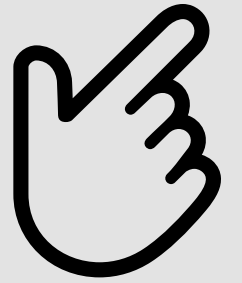
Dvě třetiny lidí si myslí, že by regulace alkoholu v České republice mohla být přísnější.

2

Jak lidé vnímají
navrhovaná opatření?



Která opatření jsme testovali?



Omezení reklamy na alkohol v digitálním prostředí

Reklama na alkohol by se na internetu zakázala podobně jako u tabáku. Nebyla by povolena na sociálních sítích, v článcích, videích ani jako placené příspěvky. Propagace influencerů i cílená reklama podle věku či zájmů by byla také zakázána.

Zákaz reklamy na alkohol na sportovních a kulturních akcích

Reklama na alkohol by nebyla povolena na sportovních a kulturních akcích.

Zákaz propagace alkoholu na akcích pro mladistvé a zákaz akcí, her a soutěží podporujících jeho prodej

Zakáže se propagace alkoholických nápojů na sportovních a kulturních akcích, které se zaměřují na děti a mládež. Zároveň se zakáže pořádání marketingových akcí, her a soutěží podporujících prodej alkoholických nápojů.

Omezení reklamy ve venkovním prostoru

Reklamu na alkohol by nebylo možné umisťovat na žádné venkovní reklamní plochy: billboardy, zastávky, městský mobiliář nebo v prostředcích MHD.

Povinné zdravotní varování na etiketách alkoholických nápojů

Na obalu alkoholického nápoje by muselo být zdravotní varování na etiketě, podobně jako je tomu u cigaretových obalů.

Pravidelná valorizace spotřební daně na alkohol

Spotřební daň na alkohol by se každoročně upravovala podle inflace, podobně jako u tabákových výrobků.

Omezení nočního prodeje alkoholu v obchodech

Prodej alkoholu v obchodech by byl povolen pouze mezi 8:00 a 22:00. Toto omezení by se nevztahovalo na restaurace, bary a hospody.

Omezení reklamy na alkohol v TV a rádiu na noční hodiny

Reklamy na alkohol by nebylo možné vysílat před, během ani po pořadech určených pro děti a mladistvé. Reklamy na alkohol by se zároveň mohly vysílat pouze mezi 22:00 a 8:00.

Omezení prodeje alkoholu na benzínových pumpách, v automatech a v okolí škol

Alkohol by nebylo možné zakoupit na čerpacích stanicích, v samoobslužných prodejnách bez personálu ani v blízkosti škol a dětských hřišť.

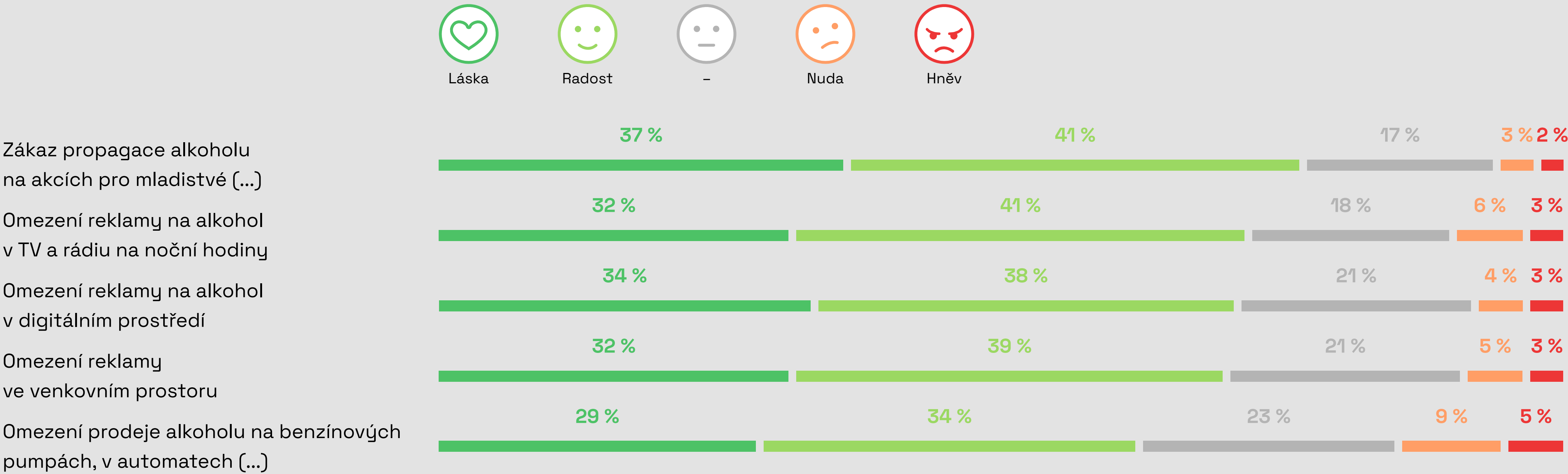
Zrušení daňové výjimky pro tichá vína a cidery

Na tichá vína (nešumivá, neperlivá) a cidery v tuto chvíli platí 0% spotřební daň. (Pro srovnání například na půllitr 10° piva je nyní spotřební daň 1,6 Kč, na skleničku vína 0 Kč). Nově by tichá vína a cidery podléhaly stejné spotřební dani jako ostatní alkoholické nápoje.

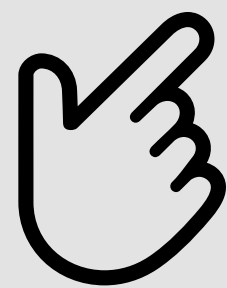
Největší podporu mají opatření, která regulují reklamu na alkohol.



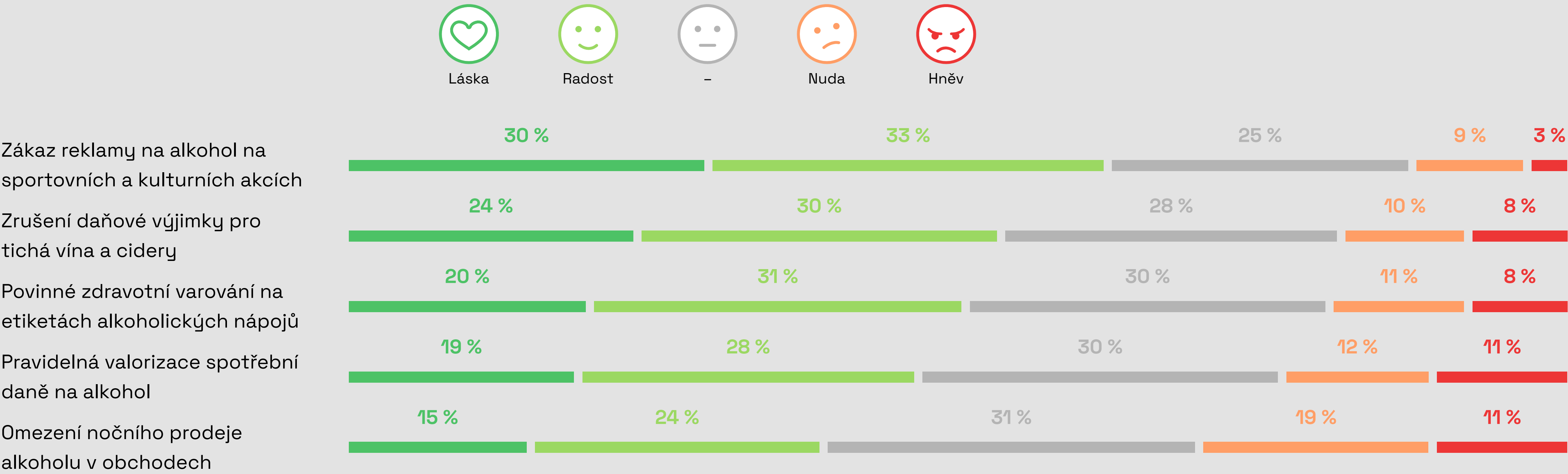
U omezení propagace lidé často zmiňují, že mladiství by reklamu na alkohol vidět neměli (ať už na akcích, v TV či digitálním prostředí).



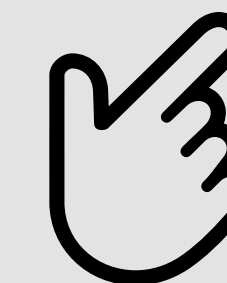
Nejméně lidé souhlasí s omezením nočního prodeje.



I mezi abstinenty je pro toto opatření podpora jen 50 %. U nočního prodeje mají lidé pochyby o dopadu opatření, považují ho za zbytečné. U valorizace zmiňují, že už nyní vnímají alkohol jako drahý.



Resumé



Největší podporu mají opatření týkající se reklamy a ochrany mladistvých.

Z navrhovaných opatření jsou lidé nejvíce nakloněni opatřením, která regulují reklamu na alkohol. Většina má dobrý pocit z opatření „Zákaz propagace alkoholu na akcích pro mladistvé a zákaz akcí, her a soutěží podporujících jeho prodej“ a z opatření týkajících se omezení reklamy na alkohol v TV a rádiu, v digitálním prostředí a ve venkovním prostoru.

O něco menší podpora (avšak stále nad 60 %) je u opatření týkajících se omezení prodeje alkoholu na benzínových pumpách apod. a u zákazu reklamy na alkohol na sportovních a kulturních akcích.

I opatření s nejmenší podporou týkající se zvýšení zdanění a úpravy etiket mají pozitivní odezvu u zhruba poloviny respondentů. K omezení nočního prodeje alkoholu v obchodech vyjadřuje pozitivní emoci 39 % dotazovaných, 31 % má neutrální a 30 % negativní postoj.

 **ministr
zdraví**

