

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: Zemědělství

Studijní obor: Agroekologie

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Faktory ovlivňující výběr mléčných výrobků
spotřebiteli

Vedoucí práce: doc. Ing. Eva Samková, Ph.D.

Konzultant: MVDr. Lucie Hasoňová, Ph.D.

Autor: Lucie Vačlenová Macháčková

České Budějovice

2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lucie VAČLENOVÁ MACHÁČKOVÁ**
Osobní číslo: **Z16143**
Studijní program: **B4131 Zemědělství**
Studijní obor: **Agroekologie**
Název tématu: **Faktory ovlivňující výběr mléčných výrobků spotřebiteli**
Zadávající katedra: **Katedra potrav. biotechnologií a kvality zemědělských produktů**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Znalost faktorů souvisejících s výběrem potravin spotřebiteli je pro výrobce a jejich marketingová oddělení významným zdrojem informací, které mohou zároveň ovlivňovat ekonomiku podniku.

Cílem bakalářské práce bude pomocí krátkého dotazníkového šetření vyhodnotit vybrané faktory, které ovlivňují výběr mléčných produktů spotřebiteli a zároveň posoudit jejich významnost.

Bakalářská práce bude vypracována na základě pokynů (http://www.zf.jcu.cz/studium/dokumenty-studijniho-oddeleni/informace-pro-studujici/Jak_vypracovat_DP.pdf/view) podle následující osnovy:

1. Úvod - význam řešené problematiky včetně uvedení cílů práce
2. Literární přehled - přehled o druzích mléčných výrobků, jejich nabídce v tržní síti a faktorech, které ovlivňují jejich výběr
3. Materiál a metodika - charakteristika respondentů, popis použitých postupů a statistických metod
4. Výsledky a diskuse - tabulkové a grafické zpracování získaných dat, jejich statistické vyhodnocení a porovnání s dostupnými literárními údaji
5. Závěr - stručné shrnutí výsledků, návrhy a doporučení vyplývající z řešené problematiky
6. Summary - přehled a nejdůležitější výsledky včetně klíčových slov (v anglickém jazyce)
7. Seznam literatury - jednotný, podle platných citačních zásad.

Rozsah grafických prací: 5 - 10 stran (tabulky, grafy)

Rozsah pracovní zprávy: 30 - 35 stran textu

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

- Menrad K. (2003): Market and marketing of functional food in Europe. J. Food Eng., 181-188.
- Siro I. et al. (2008): Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance - A review. Appetite, 456-467.
- Databáze WOS, CASLIN, Česká zemědělská bibliografie, CAB Abstracts, PROQUEST, dostupné na www: <http://www.lib.jcu.cz/>
- Dokumenty, publikace a informace na internetových portálech <http://www.vyzivaspol.cz/>, <http://www.foodnet.cz/>, www.agronavigator.cz, www.mze.cz a www.czso.cz; dále odborné publikace v časopisech Výživa a potraviny, Mlékařské listy aj.
- Vyhláška MZe č. 397/2016, kterou se stanoví požadavky pro mléko a mléčné výrobky, mražené krémy a jedlé tuky a oleje.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Eva Samková, Ph.D.

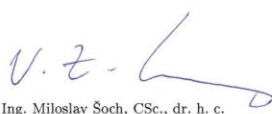
Katedra potrav. biotechnologií a kvality zemědělských produktů

Konzultant bakalářské práce: MVDr. Lucie Hasoňová, Ph.D.


Katedra potrav. biotechnologií a kvality zemědělských produktů

Datum zadání bakalářské práce: 27. března 2018

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2019


prof. Ing. Miloslav Soch, CSc., dr. h. c.
děkan


JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
studijní oddělení
Studentůvák 1888, 370 05 Česká Budějovice


Ing. Pavel Smetana, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 27. března 2018

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum 30. 4 2020

Podpis studenta

Poděkování

Mé poděkování patří především doc. Evě Samkové, Ph.D. za její cenné rady, připomínky a odbornou pomoc při psaní této bakalářské práce. Touto cestou bych chtěla poděkovat i mé rodině a přátelům, kteří mě po celou dobu studia podporovali.

Abstract

Cílem této bakalářské práce bylo pomocí vybraných faktorů (věk, pohlaví) zjistit preference ve výběru mléčných výrobků spotřebiteli. V literárním přehledu byly popsány druhy mléčných výrobků a faktory ovlivňující jejich výběr. Za účelem získání potřebných dat byl vytvořen jednoduchý anonymní dotazník, který byl předložen 101 respondentům. Zjištěné výsledky ukazují, že nejvíce oblíbeným mléčným výrobkem byl sýr, a to u mužů (45 %) i žen (53 %). Muži preferovali spíše mléko plnotučné (65 %), zatímco ženy polotučné (52 %). Věková kategorie 20 – 30 let preferovala polotvrdý sýr (58 %) před ostatními druhy. S přibývajícím věkem rostla oblíbenost sýra, zatímco oblíbenost jogurtů, jogurtových nebo zakysaných nápojů klesala. Zjištění výzkumu přinesl informace o oblíbě vybraných mléčných výrobků, o oblíbenosti tučnosti těchto výrobků a velikosti balení.

Klíčová slova

mléko, mléčné výrobky, spotřebitel, faktory ovlivňující výběr, dotazníkové šetření

Abstract

The aim of this bachelor's work was to identify preferences in the consumer's choice of dairy products using selected factors (age, sex). The literature review described the types of dairy products and the factors influencing their selection. A simple anonymous questionnaire was created to obtain the necessary data, which was submitted to 101 participants. The results show that cheese was the most popular dairy product, both in men (45%) and women (53%). Men preferred whole milk (65%), while women preferred semi skimmed milk (52%). The 20-30 age category preferred semi-hard cheese (58%) in comparison to other types of cheeses. The preference for cheese increased with age, while the popularity of yogurt and other fermented products decreased.

Keywords

milk, dairy products, factors influencing selection, survey

OBSAH

1	ÚVOD.....	9
2	LITERÁRNÍ PŘEHLED	10
2.1	ROZDĚLENÍ MLÉČNÝCH VÝROBKŮ	10
2.1.1	Konzumní mléka a smetany	10
2.1.2	Kysané nebo zakysané mléčné výrobky	12
2.1.3	Máslo a mléčné tuky	13
2.1.4	Sýry a tvarohy.....	14
2.1.5	Mléčné výrobky ostatní.....	17
2.2	Faktory ovlivňující výběr mléčných výrobků spotřebiteli	17
2.2.1	Tržní faktory	17
2.2.2	Faktory prostředí.....	18
2.2.3	Vlastnosti výrobků.....	19
2.2.4	Faktory týkající se spotřebitele	20
3	MATERIÁL A METODIKA.....	22
3.1	Cíl práce.....	22
3.2	Metodika dotazníkového šetření	22
3.3	Statistické vyhodnocení dat	23
4	VÝSLEDKY A DISKUZE.....	24
4.1	Vyhodnocení výsledků týkající se konzumace mléka a mléčných výrobků ...	24
4.2	Vyhodnocení výsledků týkající se konzumace vybraných druhů mléka	27
4.3	Vyhodnocení výsledků týkající se konzumace sýrů.....	33
4.4	Vyhodnocení výsledků týkající se konzumace jogurtů.....	39
5	ZÁVĚR	49
6	SEZNAM LITERATURY	50
6.1	ČASOPISY A KNIHY.....	50
6.2	ELEKTRONICKÉ ZDROJE	52

7	SEZNAM TABULEK	54
8	SEZNAM OBRÁZKŮ	55
9	PŘÍLOHY.....	57

1 ÚVOD

Zejména díky nezastupitelné výživové hodnotě, vysokému obsahu bílkovin, vitamínů a minerálních látek, patří mléčné výrobky mezi důležité potraviny, které řadí do svého jídelníčku velká část populace. Fermentované mléčné výrobky navíc posilují imunitní systém a pozitivně působí na střevní mikroflóru.

Na trhu se vyskytuje velké množství mléčných výrobků, které může uspokojit i náročného spotřebitele. Kromě mléčných výrobků vyráběných průmyslovým způsobem převážně z kravského mléka se na českém trhu prodávají i produkty malých výrobců nebo farmářů, které jsou často z mléka kozího nebo ovčího. Mezi velmi oblíbené mléčné výrobky patří především sýry a fermentované výrobky.

Při výběru mléčných výrobků působí na spotřebitele mnoho faktorů. Ovlivňují ho rodina, přátelé a společnost, ve které žije. Nezanedbatelný vliv na nákupní chování mají i další sociální a demografické faktory (věková struktura, pohlaví, vzdělání, zaměstnání aj).

Další z faktorů, které na spotřebitele působí, jsou faktory týkající se výrobků samotných. Jsou to např. cena, obal nebo nutriční složení. Ačkoliv to někteří spotřebitelé odmítají, působí na ně i marketingová propagace výrobků, včetně reklamy.

Cílem bakalářské práce proto bylo vyhodnotit faktory ovlivňující výběr mléčných výrobků spotřebiteli a posoudit jejich významnost.

2 LITERÁRNÍ PŘEHLED

2.1 ROZDĚLENÍ MLÉČNÝCH VÝROBKŮ

2.1.1 Konzumní mléka a smetany

Konzumní mléka se rozdělují podle obsahu tuku a tepelného ošetření (trvanlivosti). Podle obsahu tuku se dělí mléka na odtučněné s 0,5 % tuku, polotučné s 1,5 – 1,8 % tuku a plnotučné s 3,5 % tuku. Podle tepelného ošetření (trvanlivosti) se dělí na čerstvá a trvanlivá mléka (KOPÁČEK, 2014).

Zatímco čerstvá mléka jsou ošetřena takzvanou šetrnou pasterací, mléko trvanlivé je ošetřeno vysokoteplotní pasterací, ultra-high temperature processing (UHT). Šetrnou pasterací se rozumí zahřátí mléka na teplotu nejméně 71,7°C po dobu nejméně 15 sekund. UHT je zahřátí mléka na teplotu nejméně 135°C po dobu nejméně jedné sekundy, s následným aseptickým balením do neprůsvitných obalů (např. Tetra Pak), (VYHLÁŠKA Č. 397/2016).

Rozdělení druhů mléka na našem trhu popisuje tabulka číslo 1.

Tab. č. 1 Rozdělení mléka na trhu v České republice

	Čerstvé mléko	Selské mléko	Trvanlivé mléko
Ošetření	pasterace	pasterace, UHT	UHT
Tučnost	0,5 – 3,5 %	bez úpravy tučnosti	0,5 – 3,5 %
Skladování	4 – 8 °C	4 - 8 °C, do 24 °C	do 24 °C
Trvanlivost	10 – 20 dní	do 10 dní, 6 měsíců	6 měsíců

Zdroj: KOPÁČEK (2014)

Smetanou se rozumí tekutý mléčný výrobek získaný fyzikální separací z mléka, ošetřený pasterací a s obsahem tuku nejméně 10 % hmotnostních ve formě emulze (VYHLÁŠKA Č. 397/2016).

Podobně jako mléka, také smetany dělíme na čerstvé a na trvanlivé. Čerstvé smetany mají trvanlivost do deseti dnů a skladují se při teplotě 4 – 8 °C. Trvanlivé smetany mají minimální trvanlivost 6 měsíců a mohou se skladovat až do 24 °C. Smetany také dělíme podle obsahu tuku (VYHLÁŠKA Č. 397/2016), (Tabulka č. 2).

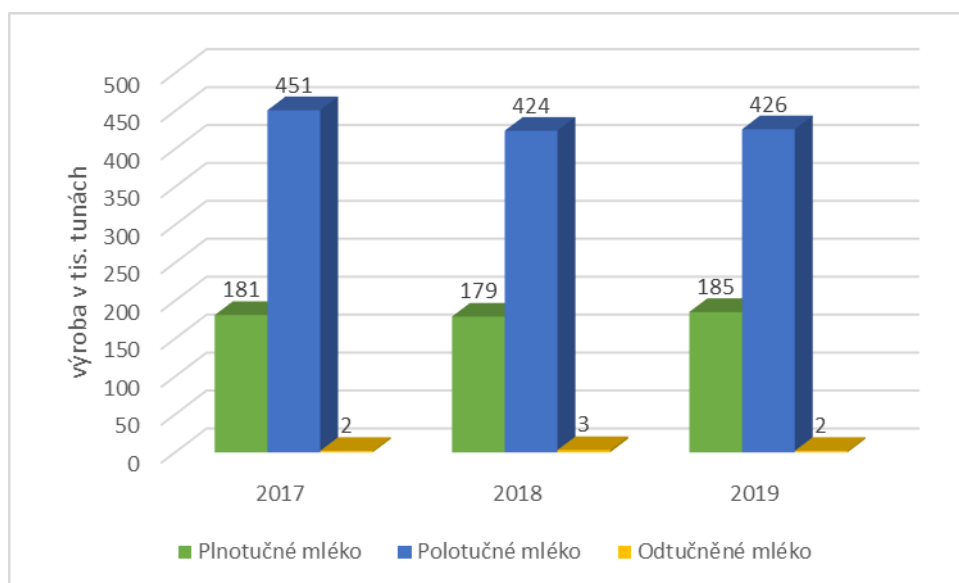
Tab. č. 2 Členění tekutých smetan podle obsahu tuku

Druh výrobku	Obsah tuku (v % hmot.)
Smetana	nejméně 10,0
Smetana ke šlehání	nejméně 30,0
Smetana vysokotučná	nejméně 35,0

Zdroj: VYHLÁŠKA Č. 397/2016

Následující obrázek č. 1 zobrazuje výrobu konzumního mléka v České republice za poslední tři roky. Z obrázku je patrné, že celková výroba konzumního mléka v daném období poklesla z 635,19 na 613,97 tisíc tun. Nejvíce je stále vyráběno mléko polotučné, nejméně mléko odtučněné. Výroba plnotučného mléka za rok 2019 vzrostla oproti roku 2018 o cca 3 %, mírně vzrostla i výroba polotučného mléka. Na druhé straně výroba odstředěného mléka v roce 2019 oproti předchozímu roku poklesla o cca 23 % (<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/>; staženo 5. 4. 2020).

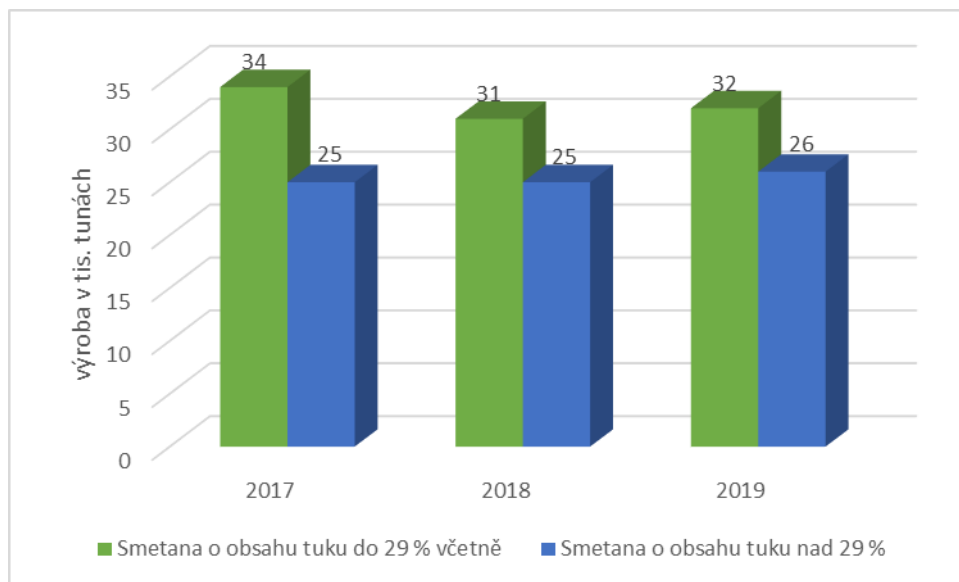
Obr. č. 1 Výroba konzumního mléka v České republice v letech 2017, 2018, 2019



V roce 2019 bylo celkem v České republice vyrobeno 59,56 tisíc tun konzumní smetany. V porovnání s rokem 2018 se výroba zvýšila o 4,79 %. Obrázek č. 2 porovnává výrobu konzumní smetany s obsahem tuku do 29 % a nad 29 % za poslední

tři roky (<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/>; staženo 5. 4. 2020).

Obr. č. 2 Výroba konzumní smetany v České republice v letech 2017, 2018, 2019



2.1.2 Kysané nebo zakysané mléčné výrobky

U těchto výrobků byla část mléčného cukru laktózy přeměněna účinkem bakterií mléčného kvašení na kyselinu mléčnou a vlivem zvýšení kyselosti došlo k vysrážení bílkovin. Zakysání neboli fermentace mléka je příkladem prodloužení trvanlivosti výrobků biologickou konzervací (KOPÁČEK, 2014).

Jogurt je tradiční fermentovaný výrobek pocházející z oblasti Balkánu. V roce 1905 objevil lékař Stamen Grigorov, že původcem přeměny mléka na jogurt je mikroorganismus *Lactobacillus bulgaricus* (KOPÁČEK, 2014).

Základní kritérium pro výrobek s označením jogurt je obsah nejméně deset miliónů živých mikroorganismů (symbiotická směs *Streptococcus thermophilus* a *Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus*) v jednom gramu na konci data trvanlivosti. U jogurtových výrobků mohou být kromě základní jogurtové kultury přidávány kmeny produkující kyselinu mléčnou a pomáhající dotvářet specifickou chuťovou nebo texturovou charakteristiku výrobku, avšak musí být zachován optimální poměr obou základních kmenů jogurtové kultury (VYHLÁŠKA Č. 397/2016). Při výrobě bílého (přírodního) jogurtu nejsou povoleny žádné přídatné látky.

Jogurty se dělí na přírodní a ochucené. Ochucené jogurty obsahují nemléčné složky jako je ovoce, koření, kakao, cereálie, aromata a barviva (KADLEC et al., 2009). Tabulka č. 3 zobrazuje rozdělení kysaných a zakysaných mléčných výrobků podle technologie výroby.

Tab. č. 3 Rozdělení kysaných a zakysaných mléčných výrobků podle technologie výroby

Druh výrobku	Technologie výroby
Jogurt s nerozmíchaným koagulátem	Fermentace probíhá ve spotřebitelském obalu
Jogurt, jogurtová a zakysaná mléka s rozmíchaným koagulátem	Fermentace probíhá v procesním tanku
Koncentrovaný mléčný výrobek	Obsah mléčných bílkovin je navýšen před nebo po fermentaci na nejméně 5,6 %

Zdroj: KOPÁČEK, 2014 a VYHLÁŠKA Č. 397/2016

Do skupiny kysané nebo zakysané mléčné výrobky patří také kysané mléko, smetanový zákys, kysané podmásli, kysaná nebo zakysaná smetana, acidofilní mléko, jogurtové mléko, kefir, kefirové mléko a kysaný mléčný výrobek s bifido kulturou (VYHLÁŠKA Č. 397/2016).

2.1.3 Máslo a mléčné tuky

Máslo je obecně koncentrovaný mléčný tuk vyrobený z kravského mléka, kde tuk tvoří souvislou fázi, ve které je velmi jemně rozptýlená voda (KOPÁČEK, 2004). Označení máslo může nést výrobek jen z tučností nejméně 80 % mléčného tuku, obsah netuků (např. laktózy, mléčných bílkovin, minerálních látek) do 2 % a normovaný obsah vody je maximálně 16 % (VYHLÁŠKA Č. 397/2016).

Máslo se vyrábí ze sladké, vysoce pasterované smetany. Česká legislativa rozlišuje tzv. čerstvé máslo s trvanlivostí maximálně do 20 dnů od výroby, které se uchovává při 4 - 8 °C, dále stolní máslo, které bylo skladováno v mrazárnách po dobu až 24 měsíců, a máslo se smetanovým zákysem, ke kterému se během výroby přidává smetanová kultura (VYHLÁŠKA Č. 397/2016).

Tradiční pomazánkové je původní český produkt vyrobený ze zakysané smetany s přídavkem sušeného mléka, dříve označovaný jako „pomazánkové máslo“. Tento výrobek obsahuje mléčný tuk v rozmezí 31 - 36 % hmotnostních a minimálně 42 % sušiny. Vyrábí se tradiční technologií vysokotlaké homogenizace smetanové směsi, poté následuje prokysání směsi a termizace a následně homogenizace před plněním do obalu (VYHLÁŠKA Č. 397/2016).

2.1.4 Sýry a tvarohy

Sýr je potravina s plnohodnotným obsahem bílkoviny živočišného původu. Má vysokou energetickou hodnotou, vyšší obsah tuku, ale je také zdrojem mnoha minerálních látek a vitamínů, proto se řadí mezi důležité potraviny zdravého jídelníčku (ŠUSTOVÁ, 2018).

Sýrem se rozumí mléčný výrobek vyrobený vysrážením mléčné bílkoviny z mléka působením syřidla nebo jiných vhodných koagulačních činidel, prokysáním a oddělením podílu syrovátky (VYHLÁŠKA Č. 397/2016).

Základní skupiny sýrů jsou sýry přírodní, tavené, tavený sýrový výrobek, tavený mléčný výrobek, syrovátkový sýr. Podle obsahu tuku v sušině se sýry rozdělují na: vysokotučný, plnotučný, polotučný, nízkotučný, odtučněný (VYHLÁŠKA Č. 397/2016), (Tabulka č. 4).

Tab. č. 4 Rozdělení sýrů podle obsahu tuku v sušině

Kategorie sýra	Tuk v sušině (v % hmot.)
Vysokotučný	nejméně 60,0
Plnotučný	nejméně 45,0 a méně než 60,0
Polotučný	nejméně 25,0 a méně než 45,0
Nízkotučný	nejméně 10,0 a méně než 25,0
Odtučněný	méně než 10,0

Zdroj: VYHLÁŠKA Č. 397/2016

Přírodní sýry dělíme na čerstvé, zrající, zrající pod mazem, zrající v celé hmotě, s plísní na povrchu, s plísní uvnitř hmoty, dvouplísňové, v solném nálevu, bílé pařené. Sýry je možné také rozdělit podle obsahu vody v tukuprosté hmotě sýra (VYHLÁŠKA Č. 397/2016), (Tabulka č. 5).

Tab. č. 5 Rozdělení sýrů podle obsahu vody v tukuprosté hmotě sýra

Sýr	Obsah vody v tukuprosté hmotě sýra (v % hmot.)
Extra tvrdý	nejvíce 51
Tvrdý	49 – 56
Polotvrdý	54 – 63
Poloměkký	61 – 69
Měkký	nejméně 67

Zdroj: VYHLÁŠKA Č. 397/2016

Nejčastější dělení sýru je dle Obermaiera a Čejny (2013) podle charakteristických výrobních technologických znaků, a to podle způsobu výroby a zrání na:

a) **Čerstvé sýry** jsou sýry nezrající s jemně nakyslou mléčnou chutí a s vůní po tvarohu. Konzumují se bezprostředně po výrobě a často se vyrábí s různými příchutěmi. Do této skupiny výrobků patří Žervé, Krémový sýr, Smetanový a Máslový sýr, Cottage, Riccota. Trvanlivost těchto sýrů se může prodloužit termizací a poté vznikají termizované sýry, například Lučina.

b) **Měkké sýry** jsou sýry zrající, s měkkou, soudržnou, drobivou nebo roztíratelnou konzistencí. Patří sem sýry zrající pod mazem (Romadúr, Dezertní sýry), sýry zrající v chladu (Blatácké zlato) nebo sýry zrající v solném nálevu (Balkánský sýr, Akawi, Feta).

c) **Plísňové sýry** je skupina měkkých až polotvrdých sýrů, kde se při procesu zrání podílí i speciální ušlechtilé plísně, nejčastěji se používá rod *Penicillium*. Plíseň ovlivňuje chuť, vzhled, konzistenci a vůni sýrů. Také se účastní rozkladu bílkovin a mléčného tuku. Tuto skupinu sýrů rozlišujeme na sýry s plísní na povrchu (Hermelín, Camembert, Brie) a sýry s plísní v těstě (Niva, Roquefort, Gorgonzola).

d) **Polotvrdé sýry** jsou sýry tužší, s dobře krájitelnou konzistencí. Dělí se na lisované (Eidam, Gouda, Madeland), nelisované (Tylžský sýr) a sýry s mletou sýřeninou (Čedar).

e) **Sýry tvrdé** mají tvrdou konzistenci a vyrábějí se buď s tvorbou ok (Ementál, Primátor, Montana) nebo bez tvorby ok (Moravský bochník, Gruyère) a extra tvrdé sýry s charakteristickou zrnitou strukturou (Parmesan, Grana Padano a v České

republiky Gran Moravia). Doba zrání může být od několika měsíců až po několik let. Poté sýry získávají výraznou až pronikavou vůni, sytě žlutou barvu se zrnitou texturou s velmi doznívající chutí.

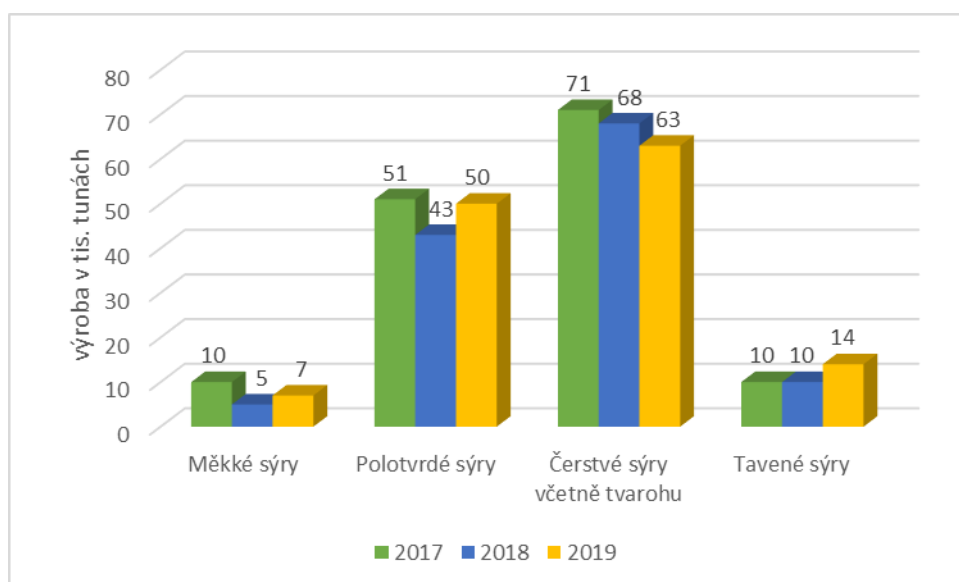
f) **Sýry pařené** mají tuhou konzistenci s vláknitou strukturou a čerstvě mléčnou chutí. Do této skupiny patří slovenské Korbáčky, Parenica a Oštěpok.

g) **Tavené sýry** jsou samostatnou kategorií. Vyrábí se roztavením přírodních sýrů za pomoci tavících solí a působením vysoké teploty.

Tavené sýry jsou původem ze Švýcarska a pro svou jemnou chuť jsou velice oblíbené (STEIS a KŘIVÁNEK, 1966).

Následující obrázek č. 3 zobrazuje výrobu měkkých sýrů, polotvrdých sýrů, tavených sýrů a čerstvých sýrů včetně tvarohu v České republice za předchozí roky 2017, 2018 a 2019. V roce 2017 bylo vyrobeno celkem přírodních sýrů z kravského mléka 133,29 tisíc tun, v roce 2018 výroba sýrů poklesla na 130,76 tisíc tun. V roce 2019 výroba znovu vzrostla na 134,31 tisíc tun, ale z obrázku č. 3 je patrné, že výroba přírodních sýrů (měkkých, polotvrdých a čerstvých sýrů včetně tvarohů) za poslední roky spíše klesá, kromě tavených sýrů, kde výroba za rok 2019 vzrostla (<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/>; staženo 10. 4. 2020).

Obr. č. 3 Výroba sýrů a tvarohů v České republice v letech 2017, 2018, 2019



Tvarohem se rozumí nezrající sýr, získaný kyselým srážením, nebo u kterého převládá kyselé srážení nad srážením pomocí syřidla (VYHLÁŠKA Č. 397/2016). Tvaroh je sraženina mléka zbavená podstatné části vody, má čistou, mírně kyselou chuť (KADLEC et al., 2009). Tabulka č. 6 uvádí rozdělení tvarohů podle obsahu tuku.

Tab. č. 6 Rozdělení tvarohů podle obsahu tuku

Tvaroh	Tuk v sušině (v % hmot.)
Tučný	nejméně 38,0
Polotučný	15,0 – 25,0
Nízkotučný nebo jemný	nejvíce 15,0
Odtučněný nebo měkký nebo tvrdý	nejvíce 5,0

Zdroj: VYHLÁŠKA Č. 397/2016

2.1.5 Mléčné výrobky ostatní

Mezi tyto potravinové výrobky se řadí produkty, které jako jednu z hlavních složek mají právě mléčné komponenty. K jejich výrobě se používá hlavně tvaroh s velmi jemnou konzistencí a další ingredience jako je smetana, cukr, ochucující přísada, k aromatizaci a přibarvení přírodní i umělá aromata a barviva. Při výrobě se nepoužívají žádné konzervační látky. Do této kategorie patří Lipánek, Tvaroháček, Pribináček aj. (KOPÁČEK, 2014).

2.2 Faktory ovlivňující výběr mléčných výrobků spotřebiteli

KOTLER (1992) dělí faktory ovlivňující výběr výrobků spotřebitelem na tržní faktory a faktory prostředí. Mezi tržní faktory zahrnuje výrobek, cenu, místo a propagaci a mezi faktory prostředí zahrnuje faktory ekonomické, technologické, politické a kulturní. Blíže budou popsány tržní faktory, vlastnosti výrobků budou popsány v samostatné kapitole. Dále budou popsány faktory prostředí a faktory týkající se spotřebitele.

2.2.1 Tržní faktory

Reklama je forma propagace s velkým vlivem na spotřebitele. Málokdo dokáže nepodlehout reklamě, která informuje o tom, že daný výrobek je nejlevnější,

nejvýhodnější nebo při koupi tří výrobků zaplatí pouze dva. Na spotřebitele rovněž působí i místo nákupu. Místo svého nákupu si spotřebitel vybírá například podle prostředí prodejny, čerstvosti a kvality prodávaného zboží, možnosti parkování, obsluhy nebo zastoupení českých výrobků. Čerpá rovněž z doporučení svých přátel, internetu a letáků (HES et al., 2010).

Ženy při výběru místa nákupu nejvíce ovlivňuje šířka sortimentu (39 %) a jeho kvalita, dále jim záleží i na vzdálenosti místa nákupu od bydliště. Ochota personálu je pro ženy důležitější než pro muže (HES et al., 2010).

Mezi důležité faktory ovlivňující spotřebitele patří nutriční vlastnosti výrobku, složení výrobku nebo jeho zdravotní nezávadnost (BAYARRI et al., 2010). Kvalitu výrobků a doporučení dalších spotřebitelů považuje za klíčový parametr při nákupu potravin také ONDRÁČKOVÁ (2015). Dlouhodobě mezi rozhodující faktory výběru potravin patří cena, jakost, značka a marketing (HES, 2008), přičemž i tyto faktory ovlivňují odlišně ženy a muže. Slevy jsou například důležitější pro ženy (65 %) než pro muže (46 %), (HES et al., 2010).

2.2.2 Faktory prostředí

Podle SALOMONA (2006) se faktory ovlivňující nákupní chování spotřebitelů dělí na společenské, situační a kulturní. Společenským faktorem, který působí na spotřebitele je rodina. Kupní chování spotřebitele může například změnit narození vlastního potomka (HUBINKOVÁ, 2008). Dalším společenským faktorem ovlivňujícím spotřebitele je skupina přátel nebo spolupracovníků. Uvedené skupiny jsou schopny kromě nákupních preferencí ovlivnit i životní styl spotřebitele (KOTLER, 1992).

Mezi faktory situační náleží ekonomické faktory, které zahrnují např. změny v příjmu spotřebitele, výdaje, úspory a úvěry spotřebitele. Také sem jsou zařazovány technologické faktory, ty mají vliv na výrobní postupy, jejich úroveň, s jakou rychlostí se mění a jak působí na změnu samotného výrobku. Politické faktory jsou zákony, legislativní opatření a prosazování zákonů vládními agenturami. Obchodní zákony chrání firmy před konkurencí, ochraňují spotřebitele a celou společnost. Kulturní faktory jsou faktory společnosti, ve které se spotřebitel nachází, ve které vyrůstal a které budou vytvářet jeho názory a hodnoty (KOTLER, 1992, 2007).

2.2.3 Vlastnosti výrobků

Mezi faktory ovlivňující výběr potravin spotřebiteli se řadí fyzikální a chemické vlastnosti výrobků, sensorické vlastnosti a balení výrobků (POHJANHEIMO a SANDELL, 2009).

Fyzikální a chemické vlastnosti zahrnují např. v případě mléčných výrobků obsah mléčného tuku, obsah mléčného cukru – laktózy, obsah bílkovin (DUPAL a MICHALOVÁ, 2018). Spotřebitelé hledají výrobky s vysokou výživovou hodnotou, kam lze zařadit i mléčné výrobky s vysokým obsahem bílkovin (KOPÁČEK, 2017).

Barva, chuť a textura výrobku patří mezi sensorické vlastnosti ovlivňující výběr spotřebitele. Je známo, že obsah tuku je jedním z důležitých faktorů ovlivňujících výběr sýra spotřebiteli (CHILDS a DRAKE, 2009), a to nejen s ohledem na skutečnost, že obsah tuku významnou měrou ovlivňuje barvu, texturu, chuť a další významné vlastnosti sýra (KÜÇÜKÖNER a HAQUE, 2003; JASINSKA et al., 2007; FOX et al., 2017). Při hodnocení vůně u sýrů typu Eidam byl preferován sýr s nižším obsahem tuku (SAMKOVÁ et al., 2018), záleží ale na stáří hodnoceného vzorku, protože sensorické vlastnosti sýra Eidam se v průběhu zrání mění (MOLIMARD et al., 2018).

Složení výrobků je základní informací, která ovlivňuje spotřebitele, a na kterou je třeba se zaměřit při označování výrobků (DUPAL a MICHALOVÁ, 2018). Důležitou informací jsou výživové údaje, které informují o energetické hodnotě a živinách ve výrobku obsažených. Etikety na potravinách by měly být srozumitelné, snadno čitelné a měly by poskytovat informaci o přítomnosti přídatných a pomocných látek (NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY Č. 1169/2011). Obal by měl vzbudit u zákazníka pozornost a může také přesvědčit k nákupu nebo jej naopak odradit (HES et al., 2008). Také původ potraviny je pro mnohé spotřebitele stěžejní informací pro výběr potravin. V České republice spravují veřejné instituce takzvané značky kvality, které se vztahují k původu výrobku (DUPAL a MICHALOVÁ, 2018).

Mezi značky kvality patří národní značka kvalitních potravin – KLASA. Označení uděluje ministr zemědělství kvalitním domácím potravinářským a zemědělským výrobkům a spravuje ji Státní zemědělský intervenční fond. Regionální potravina je celostátní projekt Ministerstva zemědělství na podporu malých a středních pěstitelů a výrobců v krajích České republiky. Chráněné označení původu (CHOP) anebo Chráněné zeměpisné označení (CHZO) jsou evropské značky pro výrobky

s chráněným zeměpisným označením. Pro získání CHOP musí všechny fáze produkce výrobku proběhnout v dané zeměpisné oblasti a jeho vlastnosti musí vycházet z jeho zeměpisného původu. Pro zapsání názvu CHZO musí být splněna podmínka, že alespoň jedna fáze produkce se musí uskutečnit v dané oblasti a spojení s dotyčnou oblastí může být odůvodněno zvláštní jakostí, pověstí nebo jinou vlastností spojenou s touto zeměpisnou oblastí. Další evropskou značkou je Zaručená tradiční specialita (ZTS). Tuto značku obdrží zemědělský produkt nebo potravin, které jsou produkovány za použití tradičních surovin nebo tradičním způsobem nebo má tradiční složení. Potravinářská komora ČR spravuje další značku - Vyrobeno podle České cechovní normy. U těchto produktů výrobce deklaruje shodu s normou zavedenou oborově Potravinářskou komorou ČR (DUPAL a MICHALOVÁ, 2018).

Inovace je dalším z kritérií, která spotřebitele při výběru produktů mohou ovlivňovat. Ve světě byl mezi lety 2015/2016 zaznamenán 14% nárůst počtu novinek potravin a nápojů s nápisem „bez přídavných a/nebo konzervačních látek“ a 18% nárůst novinek potravin označených jako „faremní výrobek“. Počet novinek potravin s označením „nízký obsah cukru“ narostl mezi lety 2012/2016 o 28 % a v tomto období vzrostl také počet výrobků potravin slazených stévií o 20 % (KOPÁČEK, 2017).

Průzkum provedený firmou KANTAR prokázal velký zájem spotřebitelů o zdravotní aspekty potravin. Nutriční složení potravin se umístilo se 42 % na 4. místě a seznam surovin a přísad obsažených v potravinách s 39 % na 6. místě. Potravin s pozitivním účinkem na zdraví byly preferovány u 74 % dotázaných osob a 73 % osob preferovalo potraviny bez jakýchkoli umělých barviv a konzervačních látek. Potravin vyrobené v blízkém regionu preferovalo 56 % dotázaných (PŘIBILOVÁ, 2018).

2.2.4 Faktory týkající se spotřebitele

K faktorům týkajícím se spotřebitele řadí NOVOTNÝ a DUSPIVA (2014) osobní faktory a VYSEKALOVÁ (2011) psychologické faktory.

K osobním faktorům jako je věk, pohlaví, osobnost spotřebitele řadí NOVOTNÝ a DUSPIVA (2014) ještě příjem a bydliště spotřebitele. Lidé během života mění své spotřebitelské návyky (KOTLER, 2004). S věkem například klesá obliba konzumního mléka, ale preference sýrů mírně roste (SAMKOVÁ et al., 2014).

Osobnost spotřebitele je často definována prostřednictvím rysů, jako je sebevědomí, samostatnost, poddajnost, dominantnost, opatrnost, družnost nebo schopnost přizpůsobit se (KOTLER, 2013). Kupní chování spotřebitele také ovlivňuje zaměstnání a příjem ze zaměstnání (HAWKINS, 1989).

Mezi psychologické faktory ovlivňující výběr výrobků patří motivace, vnímání, učení, paměť, přesvědčení a postoj spotřebitele (VYSEKALOVÁ, 2011). Motivace je založena na potřebách a cílech spotřebitele. Vnímáním lidé vybírají a řadí informace k získání obrazu okolí. Učení vyvolává změny v chování jedince způsobené zkušenostmi a za přesvědčení se považuje mínění jedince o určité skutečnosti.

Postoj určuje, jak se bude spotřebitel chovat (KANUK, 2004; KOTLER, 2007). Každý spotřebitel – zákazník je jiný, proto se také při nakupování každý rozhoduje jinak, pod vlivem konkrétní situace a nabídky (FORET, 2005).

3 MATERIÁL A METODIKA

3.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce bylo pomocí krátkého dotazníkového šetření vyhodnotit vybrané faktory, které ovlivňují výběr mléčných výrobků spotřebiteli a zároveň posoudit jejich významnost.

3.2 Metodika dotazníkového šetření

Za účelem získání potřebných informací o oblíbenosti jednotlivých mléčných výrobků a vybraných faktorech, které ovlivňují jejich výběr, byl vytvořen krátký anonymní dotazník. Celkem bylo během března 2020 vyplněno 101 dotazníků, které byly respondentům (tabulka č. 7) předloženy v elektronické podobě.

Tab. č. 7 Charakteristika respondentů v závislosti na pohlaví a věku

Faktor	Kategorie	Počet*	Četnost v %
Pohlaví	Muž	21	21
	Žena	79	78
Věk	20-30 let	12	12
	30-40 let	34	34
	41-50 let	40	40
	Nad 50	14	14

* jeden respondent na otázku neodpověděl

Dotazník se skládal z 11 otázek (Příloha 1) rozdělených do okruhů:

- otázky týkající se spotřeby a preferencí mléčných výrobků
- otázky týkající se vlastností mléčných výrobků rozhodujících o jejich výběru (např. otázky na velikost balení, tučnost výrobků)
- otázky identifikační

3.3 Statistické vyhodnocení dat

Data získaná dotazníkovým šetřením byla vyhodnocena za použití programů Microsoft Office Excel 2013 a Statistica 12 (StatSoft ČR). Četnosti jsou vyjádřeny (pokud není v textu uvedeno jinak) vždy k celkovému počtu odpovědí v dané skupině. Pro posouzení vybraných faktorů (věk, pohlaví) byly využity kontingenční tabulky a Pearsonův chí-kvadrát (χ^2) test s obvyklými hladinami významnosti ($P < 0,05$; 0,01; 0,001).

4 VÝSLEDKY A DISKUZE

Bakalářská práce se týkala zpracování výsledků dotazníkového šetření a byla rozdělena do čtyř kapitol. První kapitola se zabývá vyhodnocením výsledků týkajících se konzumace mléčných výrobků, další kapitoly pak výsledků týkajících se konzumace mléka, sýrů a jogurtů.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 101 respondentů, 78 % žen a 21 % mužů. Věk respondentů se pohyboval od 23 do 69 let a většina respondentů byla ve věku 41 – 50 let.

4.1 Vyhodnocení výsledků týkající se konzumace mléka a mléčných výrobků

Mléčné výrobky jsou nejlépe vyvážené potraviny a patří mezi vysoce hodnotnou složku lidské výživy. Mají vysoký obsah bílkovin, vitamínů a minerálních látek, které jsou dobře stravitelné pro lidský organismus (LUKÁŠOVÁ A SMRČKOVÁ, 2003).

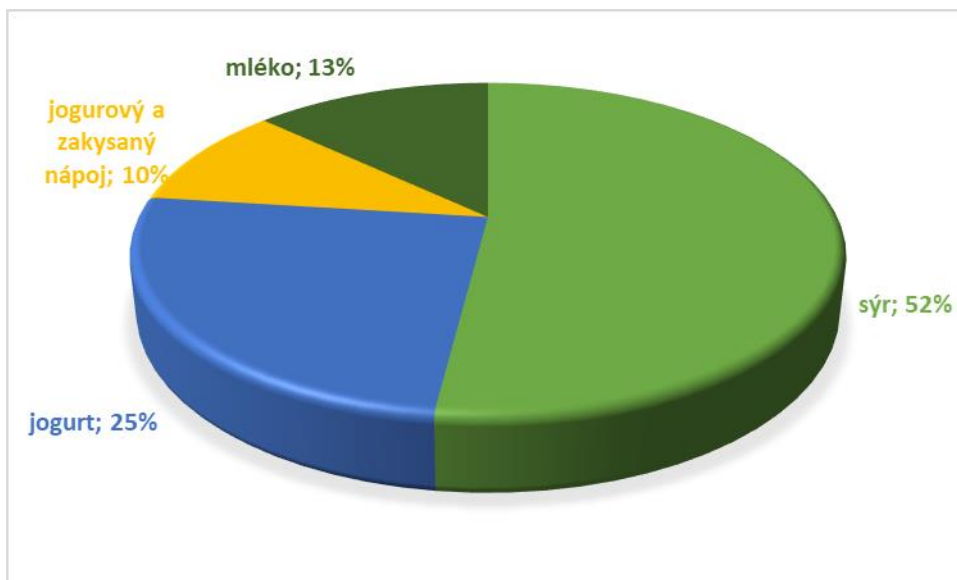
Spotřeba mléčných výrobků v České republice v roce 2018 klesla o 0,3 % na 245,8 kg/osobu/rok bez započítání másla (tzv. mléčný ekvivalent) oproti roku 2017 (246,5 kg/osobu/rok). Jogurtů a zakysaných mléčných nápojů Češi spotřebovali kolem 15 kg/osobu/rok. Samotná spotřeba mléka byla v roce 2018 nižší (59,7 kg/osobu/rok) než v roce 2017 (61,3 kg/osobu/rok). Naopak spotřeba sýrů z roku 2017 (13,2 kg/osobu/rok) vzrostla na 13,4 kg/osobu/rok v roce 2018 (<https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2018>, staženo 5. 4. 2020).

Na otázku, zda konzumují mléčné výrobky, odpověděli příznivě všichni respondenti. Dále bylo zjišťováno, které mléčné výrobky preferují. Ve sledované skupině bylo zjištěno (Obrázek č. 4), že respondenti dávali přednost především sýrům (52 %). Oblíbené byly také kysané mléčné výrobky (35 %), tj. jogurty a jogurtové a zakysané nápoje. Je známo, že právě kysané mléčné výrobky patří mezi velmi oblíbené mléčné výrobky (KOPÁČEK, 2011). Důvodem může být skutečnost, že mají pozitivní účinek na zdraví člověka, posilují imunitní systém a příznivě působí na střevní mikroflóru. Přítomnost živých kultur pomáhá vstřebávání vitamínů a minerálních látek (KOPÁČEK, 2018).

V preferencích mužů a žen byly zjištěny největší rozdíly v případě mléka. To upřednostňovalo 25 % mužů v porovnání s 10 % žen. Sýry preferovalo 53 % žen a

45 % mužů. Preference v konzumaci jogurtu byla u žen a mužů vyrovnaná (25 %) (Tabulka č. 7, Obrázek č. 5).

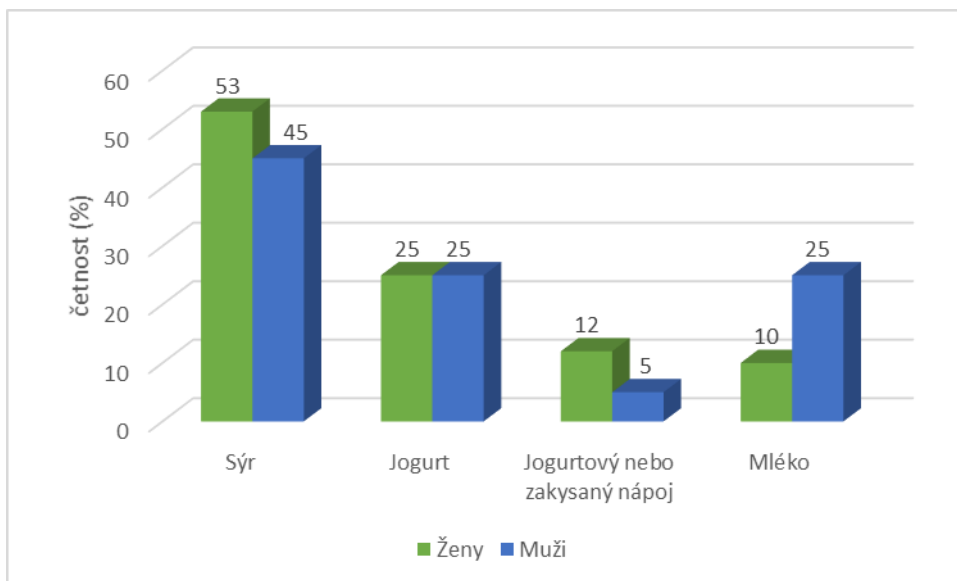
Obr. č. 4 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 97)



Tab. č. 8 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

	Sýr		Jogurt		Jogurtový nebo zakysaný nápoj		Mléko	
	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)
Pohlaví (P = 0,3303)								
Ženy	41	53	19	25	9	12	8	10
Muži	9	45	5	25	1	5	5	25
Věk (P = 0,8388)								
20-30	5	46	4	36	0	0	2	18
30-40	14	44	8	25	5	16	5	15
41-50	23	58	10	25	4	10	3	7
nad 50	8	57	3	22	1	7	2	14

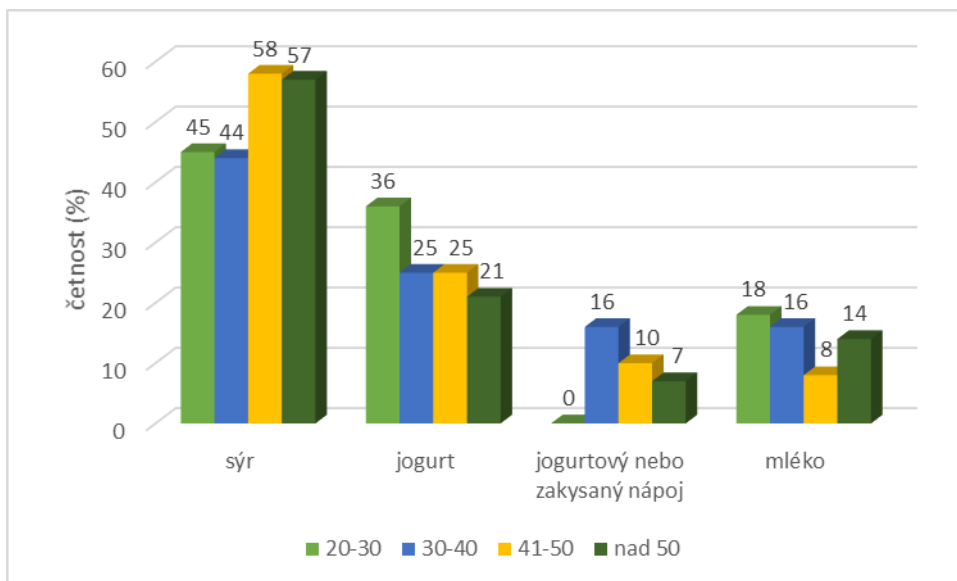
Obr. č. 5 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 97)



Starší věkové kategorie (41 – 50 let a nad 50 let) dávaly více přednost konzumaci sýrů (> 55 %) než mladší respondenti (< 50 %), avšak rozdíly nebyly statisticky významné (Tabulka č. 7, Obrázek č. 6).

S přibývajícím věkem tedy ve sledované skupině respondentů rostla oblíbenost sýrů, zatímco oblíbenost jogurtů, jogurtových nebo zakysaných nápojů klesala (Obrázek č. 6). Vzhledem k vlastnostem a pozitivním účinkům fermentovaných výrobků na zdraví lze naše zjištění označit spíše za méně uspokojivé. K obdobným výsledkům dospěli i SAMKOVÁ et al. (2014), kteří zjistili, že se zvyšujícím se věkem klesá obliba konzumního mléka a že přednost mléku dává větší procento mužů (78 %) než žen (67 %).

Obr. č. 6 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost“ v závislosti na věku (n = 97)



4.2 Vyhodnocení výsledků týkající se konzumace vybraných druhů mléka

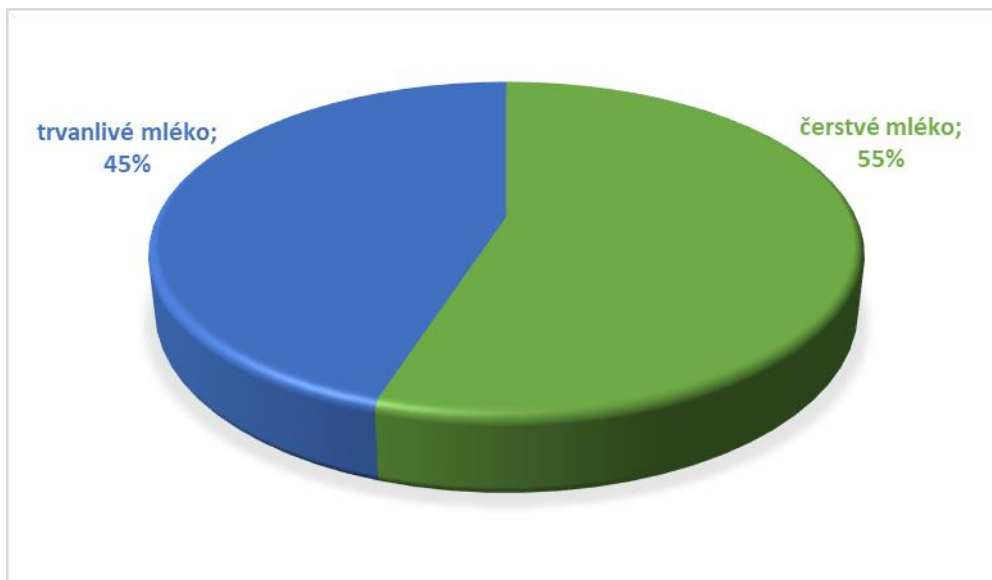
Mléko je téměř dokonalou potravinou obsahující mimo jiné plnohodnotné bílkoviny, vitamíny a minerální látky, z nichž je nejvýznamnější vápník. Ve světě je pak nejvíce využíváno mléko kravské (WATZKOVÁ et al., 2010).

Dalšími otázkami proto byly zjišťovány postoje spotřebitelů k této komoditě. Výsledky, zda respondenti upřednostňují mléko čerstvé nebo trvanlivé, jsou uvedeny v Tabulce č. 8 a na Obrázku č. 7. Z výživového hlediska není zásadní rozdíl mezi mlékem čerstvým a trvanlivým. Tepelným ošetřením se z mléka ztrácí maximálně 10 % vitamínů. Zřejmý rozdíl je především v sensorických vlastnostech (KOPÁČEK, 2014).

Většina respondentů uvedla, že upřednostňuje čerstvé mléko (55 %) oproti trvanlivému (45 %). Zjištěné výsledky byly rozdílné oproti výrobě čerstvého a trvanlivého mléka. V roce 2019 bylo vyrobeno čerstvého mléka 123 tisíc litrů a trvanlivého mléka 471 tisíc litrů (http://eagri.cz/public/web/file/647507/Komoditni_karta_Mleko_unor_2020.pdf; staženo: 29. 4. 2020).

Při sledování vlivu pohlaví bylo zjištěno, že čerstvému mléku dávali přednost především muži (60 %) v porovnání se ženami (53 %). Trvanlivé mléko preferovalo 47 % žen a 40 % mužů (Obrázek č. 8).

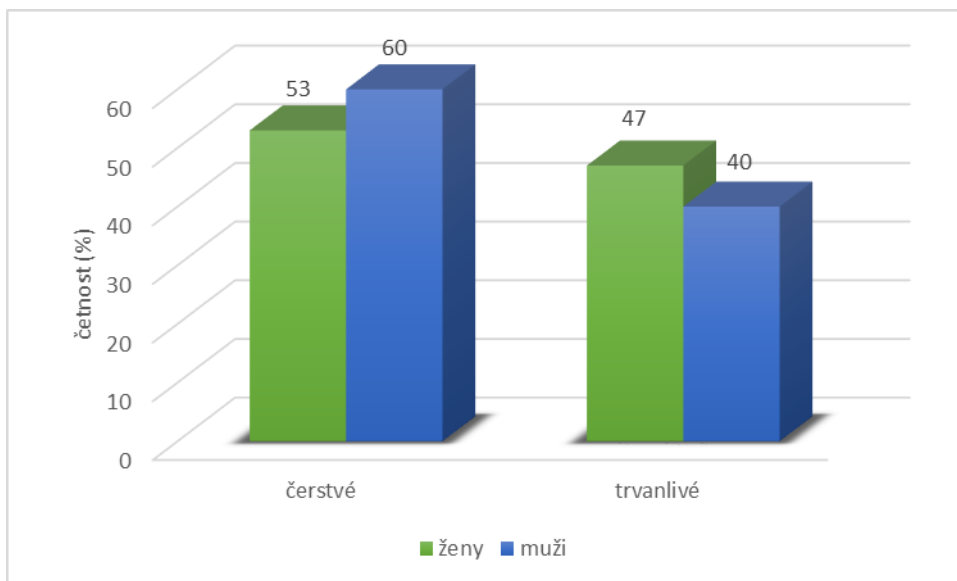
Obr. č. 7 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléku dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 99)



Tab. č. 9 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléku dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

	Čerstvé mléko		Trvanlivé mléko	
	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)
Pohlaví (P = 0,5834)				
Ženy	42	53	37	47
Muži	12	60	8	40
Věk (P = 0,5870)				
20-30	5	42	7	58
30-40	17	50	17	50
41-50	23	59	16	41
nad 50	9	64	5	36

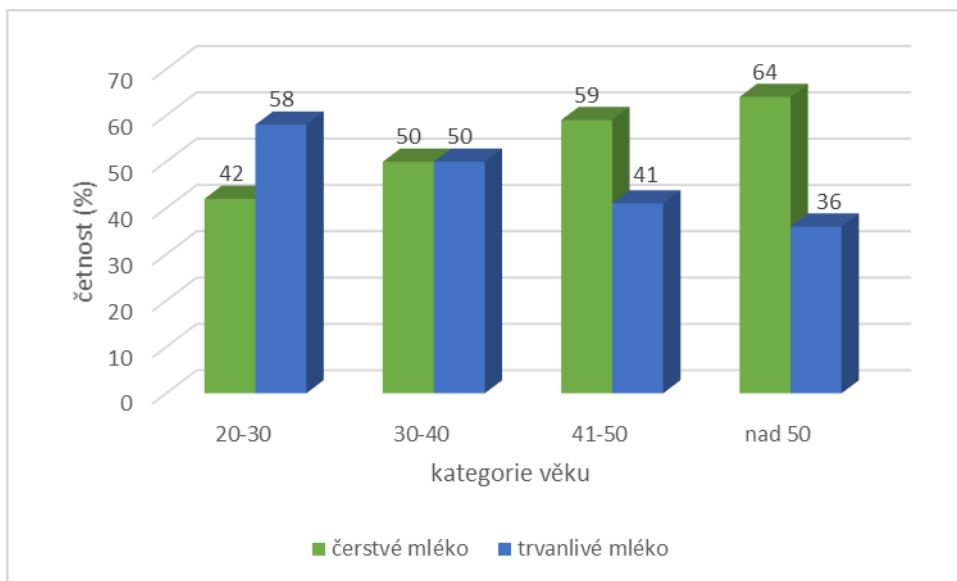
Obr. č. 8 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléku dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 99)



Zajímavé výsledky byly zjištěny při sledování vlivu věku. Nejvyšší četnost (64 %) u mléka čerstvého byla zjištěna v kategorii respondentů ve věku nad 50 let. Věková kategorie 20 - 30 let nejvíce preferovala (58 %) trvanlivá mléka. Z daného kontextu je patrné, že s přibývajícím věkem stoupá obliba čerstvého mléka (Obrázek č. 9).

Podle Jankovské (2008) prodej čerstvého mléka klesá na úkor UHT mléka, což je dáno distribucí mléka, která je převážně směřována na obchodní řetězce. Jedním z dalších faktorů růstu spotřeby UHT mléka může být vyšší komfort pro spotřebitele s ohledem na prodlouženou trvanlivost a možnost skladování při pokojové teplotě (<https://ekolist.cz/cz/>; staženo: 27. 4. 2020). Také zvyšující se výroba UHT mléka je způsobena snižováním nákladů výrobců na jeho výrobu a balení (<https://www.tetrapak.com/cz/>; staženo: 29. 4. 2020).

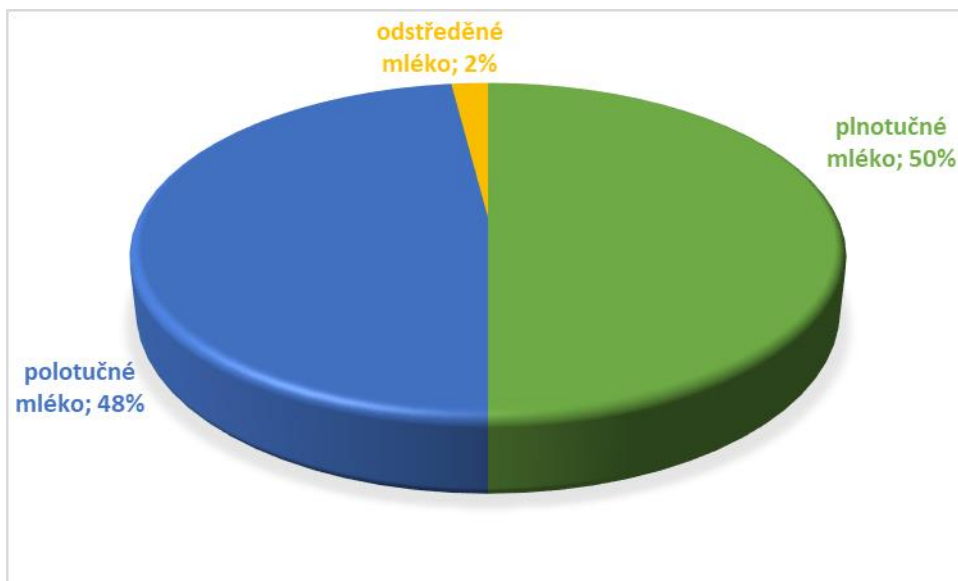
Obr. č. 9 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléku dáváte přednost“ v závislosti na věku (n = 99)



Další otázka zjišťovala preference oblíbenosti mléka na základě jeho tučnosti (Tabulka č. 9, Obrázek č. 10). Z uvedených četností byla zřejmá oblíbenost jak mléka plnotučného (50 %), tak mléka polotučného (48 %). Oproti tomu u odstředěného mléka byla preference jen 2 %.

Výše popisovaná celková vyrovnanost v preferencích mezi mlékem plnotučným a polotučným byla pravděpodobně způsobena velmi odlišnými preferencemi mezi muži a ženami. Plnotučnému mléku dávalo přednost více mužů (60 %) než žen (46 %). U mléka polotučného pak byl zjištěn opačný trend, 52 % žen mu dávalo přednost, zatímco mužů jen 35 % (Obrázek č. 11).

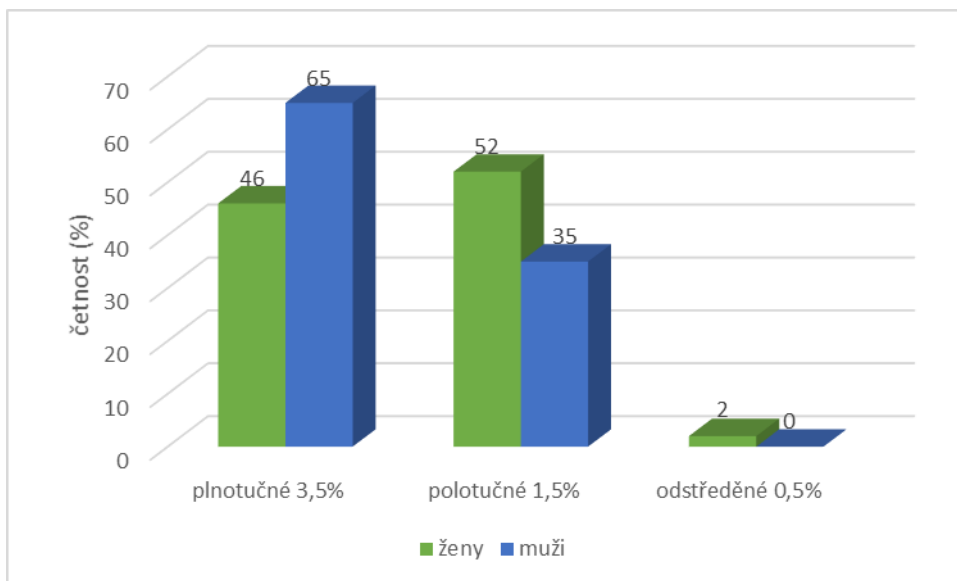
Obr. č. 10 Četnosti odpovědí na otázku „Jaký obsah tuku u mléka preferujete“ ve sledované skupině respondentů (n = 99)



Tab. č. 10 Četnosti odpovědí na otázku „Jaký obsah tuku u mléka preferujete“ v závislosti na pohlaví a věku

	Plnotučné mléko		Polotučné mléko		Odstředěné mléko	
	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)
<i>Pohlaví (P = 0,5012)</i>						
Žena	36	46	41	52	2	2
Muž	13	65	7	35	0	0
<i>Věk (P = 0,7236)</i>						
20-30	6	50	6	50	0	0
30-40	18	55	14	42	1	3
41-50	16	40	23	58	1	2
nad 50	9	64	5	36	0	0

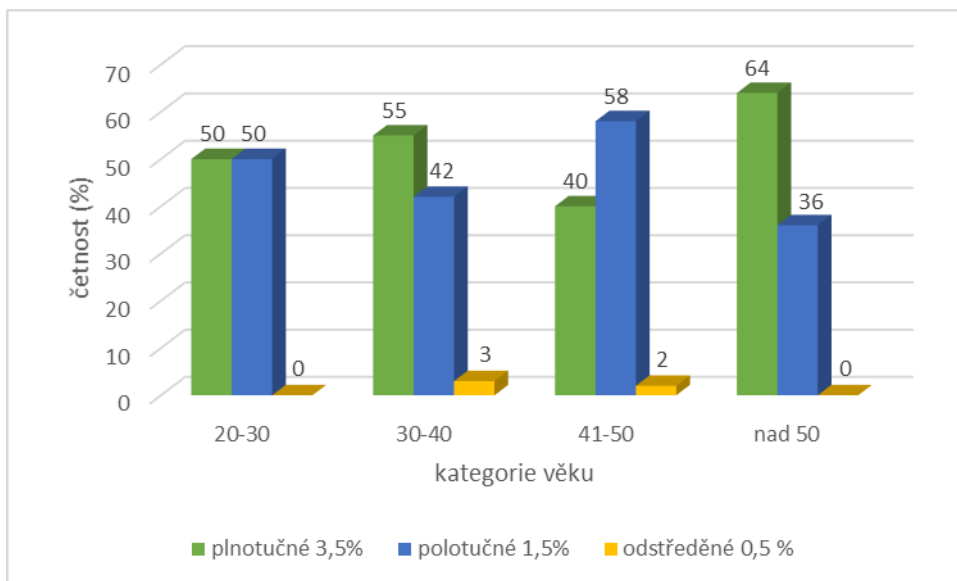
Obr. č. 11 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký obsah tuku u mléka preferujete“ v závislosti na pohlaví (n = 99)



V preferenci u věkových kategorií byl zjištěn největší rozdíl u věkové kategorie nad 50 let, kdy oblíbenost plnotučného mléka byla 64 % a oblíbenost polotučného mléka jen 36 %. V kategorii 41 – 50 let byla větší oblíbenost polotučného mléka (58 %) v porovnání s plnotučným (40 %). Je překvapivé, že odstředěná mléka preferovala jen 2 % dotázaných (Obrázek č. 12). Z průzkumu je patrné, že i přes osvětu v oblasti zdravého stravování, která doporučuje snižování množství tuku ve stravě, dávají lidé u mléka přednost vyššímu obsahu tuku. Na tuto skutečnost má pravděpodobně vliv skutečnost, že mléčný tuk je nositelem chuti a proto má plnotučné mléko lepší chuť než mléko odstředěné (<http://web2.mendelu.cz/>, staženo: 27. 4. 2020).

Zjištěné výsledky o preferencích vztahujících se k tučnosti mléka jsou v souladu s výrobou mléka v České republice. V roce 2019 bylo plnotučného mléka vyrobeno 57 tisíc tun čerstvého a 129 tisíc tun trvanlivého. Polotučného mléka bylo vyrobeno 59 tisíc tun čerstvého a 367 tisíc tun trvanlivého. Odstředěného mléka bylo vyrobeno pouze 2 tisíce tun (<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/>; staženo 5. 4. 2020).

Obr. č. 12 Četnosti odpovědí (%) na otázku „ Jaký obsah tuku u mléka preferujete“ v závislosti na věku (n = 99)



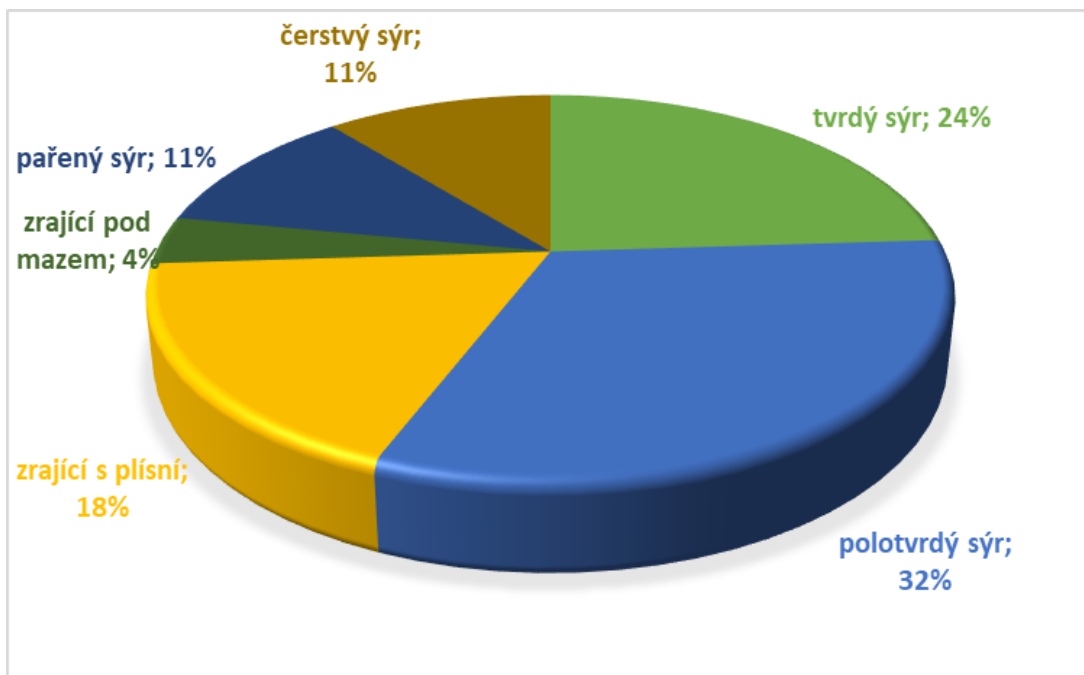
4.3 Vyhodnocení výsledků týkající se konzumace sýrů

Další otázka dotazníku zněla „Jakému sýru dáváte přednost“. Respondenti měli na výběr z šesti možností (tvrdý sýr, polotvrdý, čerstvý, zrající s plísní, zrající pod mazem, pařený sýr), u kterých byly pro lepší orientaci vypsány i konkrétní zástupci dané skupiny sýrů.

K nejvíce preferovaným skupinám sýrů patřily polotvrdé (32 %) a tvrdé sýry (24 %). Naopak nejnižší preference měly sýry zrající pod mazem (4 %), (Obrázek č. 13, Tabulka č. 10). Všeobecná obliba polotvrdých sýrů je zřejmě dána i tím, že do této skupiny sýrů patří sýr Eidam, který je jedním z nejčastěji kupovaných sýrů v České republice (KOPÁČEK, 2018).

Zjištěné preference ohledně konzumace sýrů žen a mužů měly obdobné výsledky (Obrázek č. 14). Polotvrdé sýry upřednostňovalo 35 % mužů a 32 % žen. Tvrdým sýrům dávalo přednost 25 % žen, zatímco mužů jen 20 %. Nejnižší preference u žen měly sýry zrající pod mazem (3 %), a u mužů čerstvé nezrající sýry (5 %).

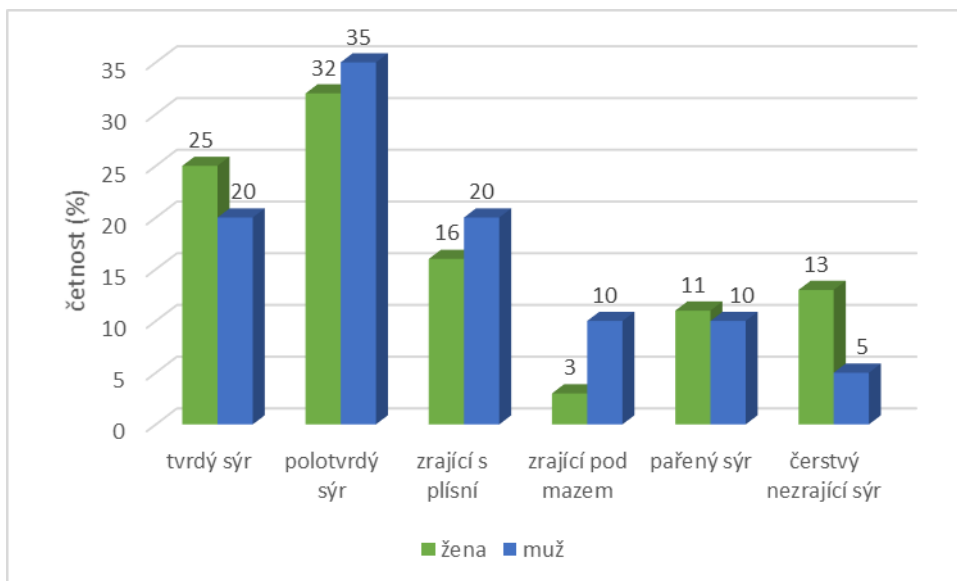
Obr. č. 13 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému sýru dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 100)



Tab. č. 11 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému sýru dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

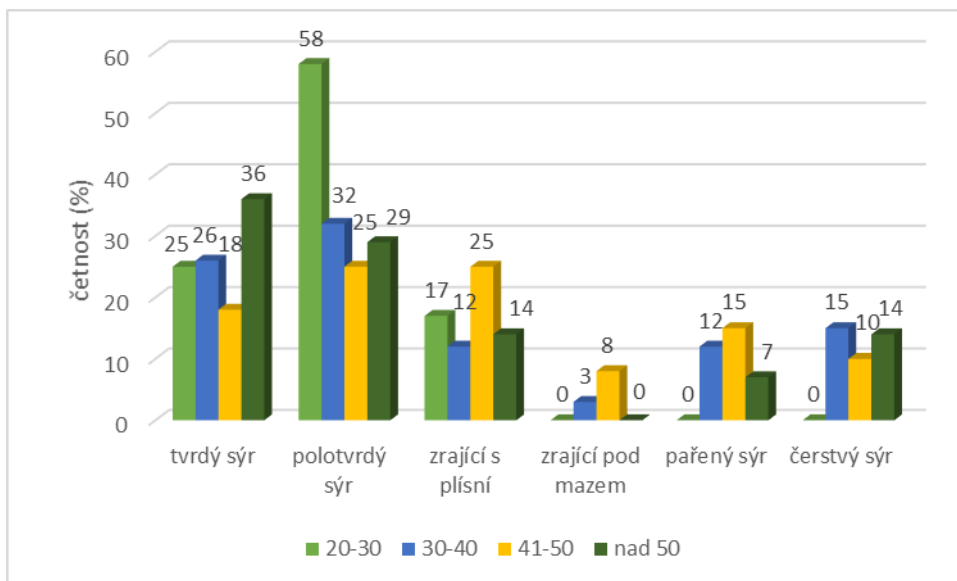
	Tvrdý sýr		Polotvrdý sýr		Zrající s plísní		Zrající pod mazem		Pařené sýry		Čerstvý nezrající sýr	
	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)
Pohlaví (P = 0,6337)												
Žena	20	25	25	32	13	16	2	3	9	11	10	13
Muž	4	20	7	35	4	20	2	10	2	10	1	5
Věk (P = 0,5875)												
20-30	3	25	7	58	2	17	0	0	0	0	0	0
30-40	9	26	11	32	4	12	1	3	4	12	5	15
41-50	7	18	10	25	10	25	3	7	6	15	4	10
nad 50	5	36	4	29	2	14	0	0	1	7	2	14

Obr. č. 13 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému sýru dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 99)



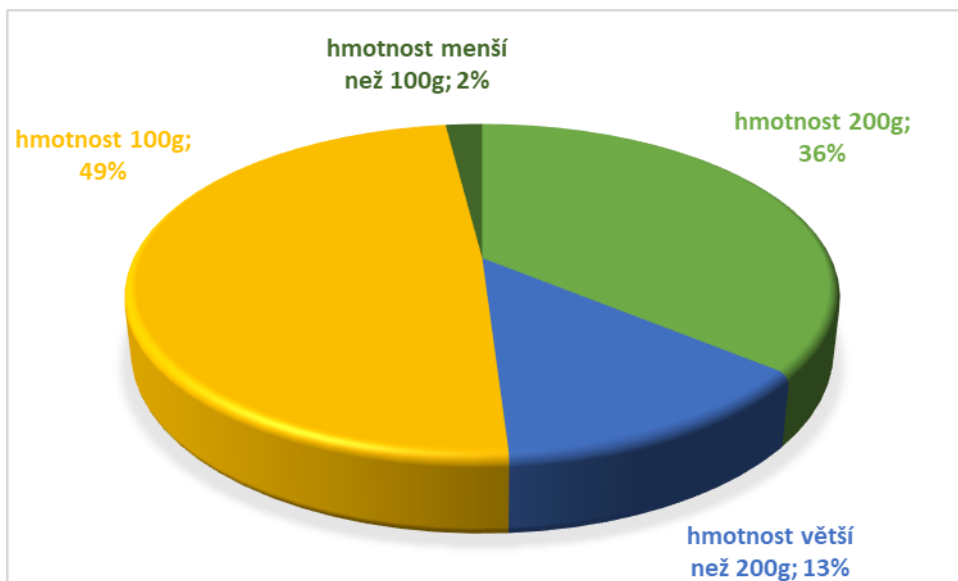
Shrnutí odpovědí v závislosti na věku respondentů ukazuje, že přednost sýrům polotvrdým dávala nejčastěji věková kategorie 20 – 30 let (58 %) a také respondenti v kategorii 30 – 40 let (32 %). Věková kategorie nad 50 let nejvíce upřednostňovala tvrdé sýry (36 %) a poté až sýry polotvrdé (29 %). Dále je patrné, že věková kategorie 41 - 50 let měla stejné preference (25 %) pro sýry polotvrdé i sýry zrající s plísní (Obrázek č. 14).

Obr. č. 14 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému sýru dáváte přednost“ v závislosti na věku



Další otázka týkající se konzumace sýrů zjišťovala oblíbenost velikosti balení sýrů (Tabulka č. 11, Obrázek č. 15). Respondenti mohli vybírat ze čtyř možností: 200 g, větší než 200 g, 100 g, menší než 100 g. Z výsledků je patrné, že 49 % všech dotázaných respondentů dávalo přednost balení 100 g a 36 % respondentů 200 g balení. Nejmenší oblíbenost (2 %) byla u balení menší než 100 g. Obě pohlaví preferovala nejvíce hmotnost 100 g (49 %, resp. 50 %) a poté 200 g (37 %, resp. 30 %), (Obrázek č. 16).

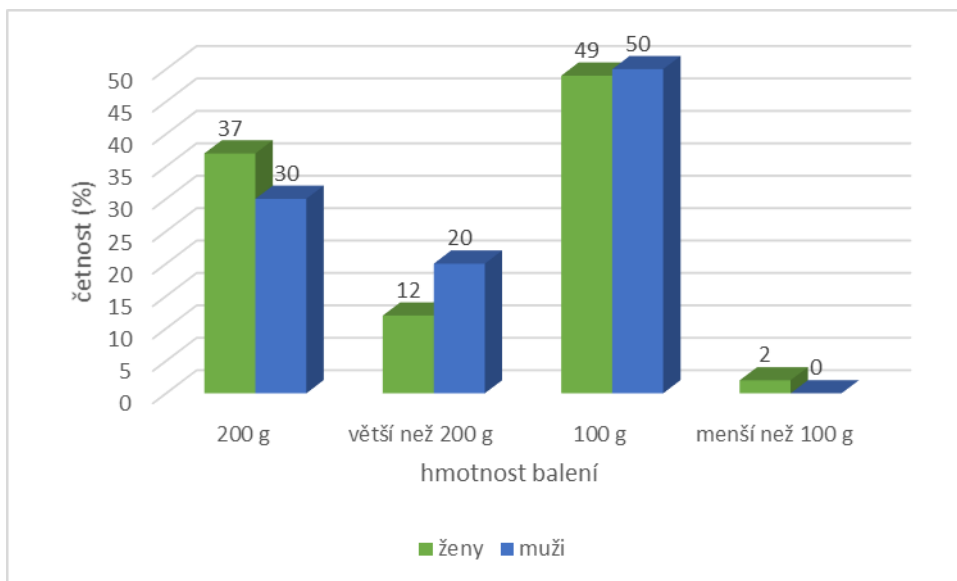
Obr. č. 15 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 99)



Tab. č. 12 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

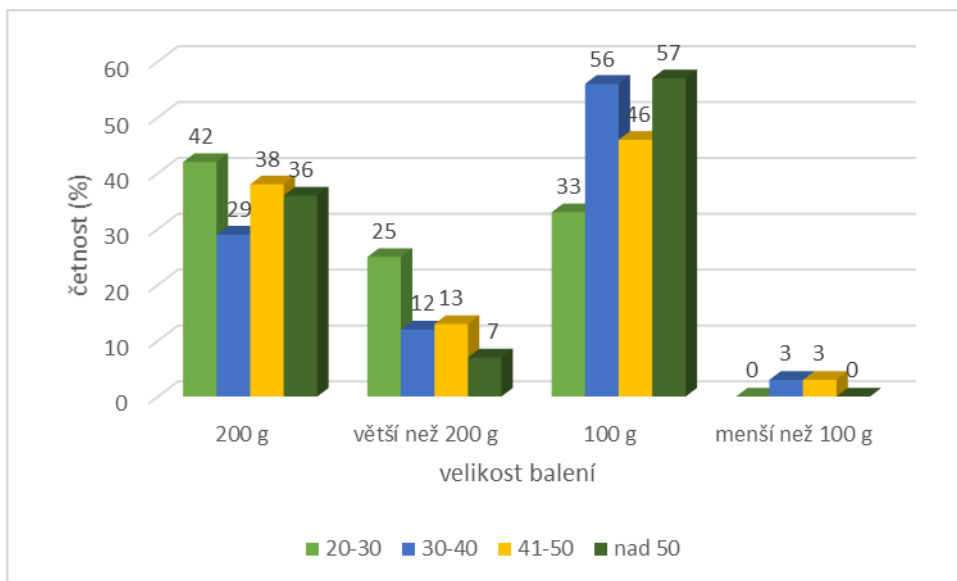
	Hmotnost 200 g		Hmotnost větší než 200 g		Hmotnost 100 g		Hmotnost menší než 100 g	
	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)
Pohlaví (P = 0,6578)								
Žena	29	37	9	12	38	49	2	2
Muž	6	30	4	20	10	50	0	0
Věk (P = 0,8981)								
20-30	5	42	3	25	4	33	0	0
30-40	10	29	4	12	19	56	1	3
41-50	15	38	5	13	18	46	1	3
nad 50	5	36	1	7	8	57	0	0

Obr. č. 16 Četnosti odpovědí (%) na otázku „ Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 98)



Podle věkových kategorií dávala 100 g balení přednost věková kategorie nad 50 let (57 %), a také kategorie 30 – 40 let (56 %) a 41 – 50 let (46 %). Věková kategorie 20 – 30 let dávala přednost 200 g balení (42 %) před 100 g (33 %), (Obrázek č. 17). Oblíbenost 100 g balení sýrů je zřejmě způsobena poptávkou po zdravotně nezávadných a kvalitních potravinách, které si v balení určeném pro konečného spotřebitele zachovávají své charakteristické vlastnosti a po otevření se rychle zkonsumují (WALCHER a KNĚŽ, 2012). Také ČEJNA (2012) potvrzuje oblíbenost balení sýrů po jednotlivých porcích.

Obr. č. 17 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost“ v závislosti na věku (n = 99)

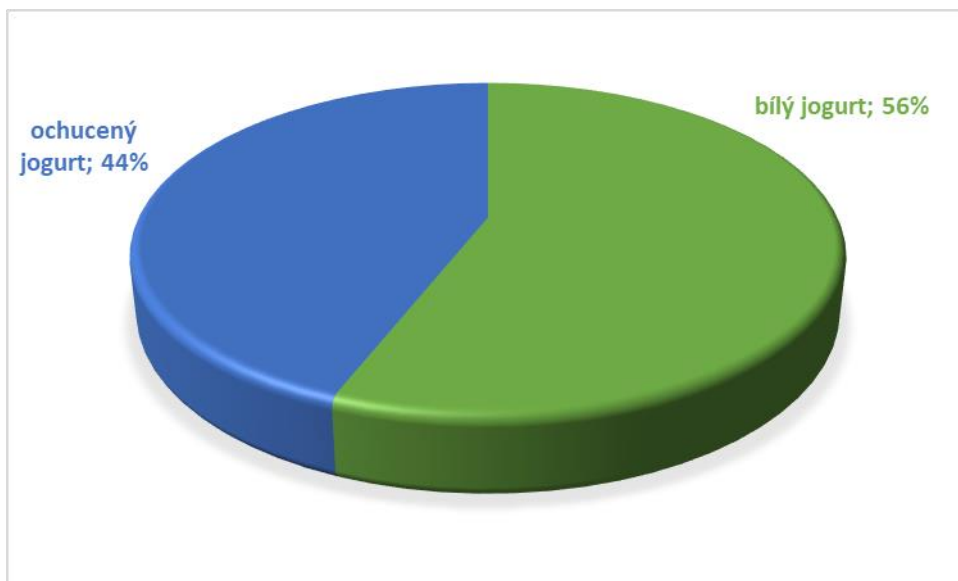


4.4 Vyhodnocení výsledků týkající se konzumace jogurtů

Zakysané mléčné výrobky tvoří velmi významnou a širokou kategorii sortimentu mléčných výrobků. Nejrozšířenějším a nejznámějším výrobkem této skupiny je jogurt. Zejména vysoký obsah plnohodnotných bílkovin obsahující esenciální aminokyseliny, vysoký obsah vápníku, přítomnost fosforu a vitamínů řadí jogurt mezi funkční potraviny. Pro výživu je také důležité, že část laktózy je přeměněna fermentací na kyselinu mléčnou, která pozitivně upravuje střevní mikroflóru (KOPÁČEK, 2018).

V dotazníku byly položeny čtyři otázky týkající se konzumace jogurtů. Jedna z nich zjišťovala preference oblíbenosti bílých a ochucených jogurtů (Tabulka č. 12, Obrázek č. 18). Ve sledované skupině respondentů byly oblíbenější jogurty bílé (56 %) oproti ochuceným (44 %). Ženy preferovaly více jogurty bílé (58 %), muži jogurty ochucené (52 %), (Obrázek č. 19).

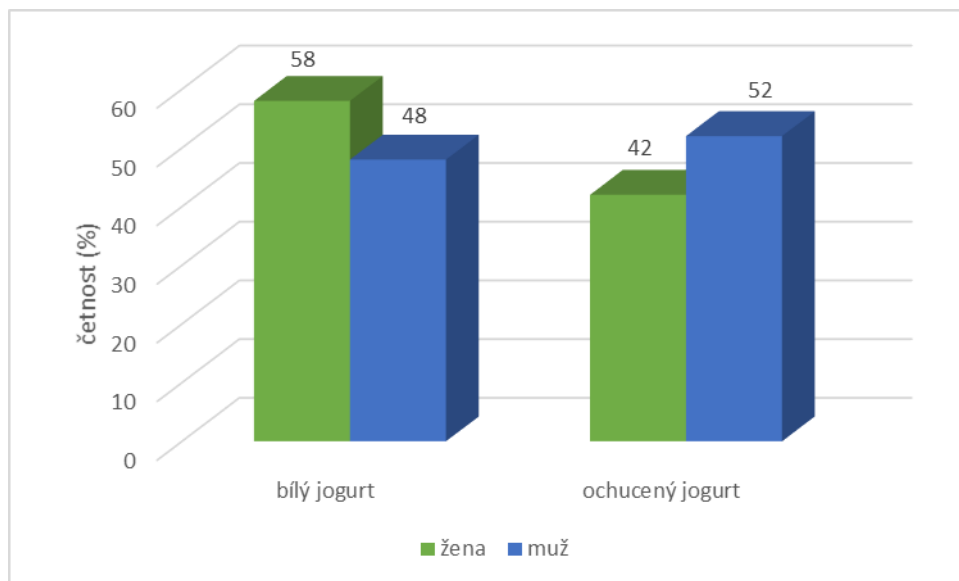
Obr. č. 18 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký jogurt preferujete“ ve sledované skupině respondentů (n = 98)



Tab. č. 13 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký jogurt preferujete“ v závislosti na pohlaví a věku

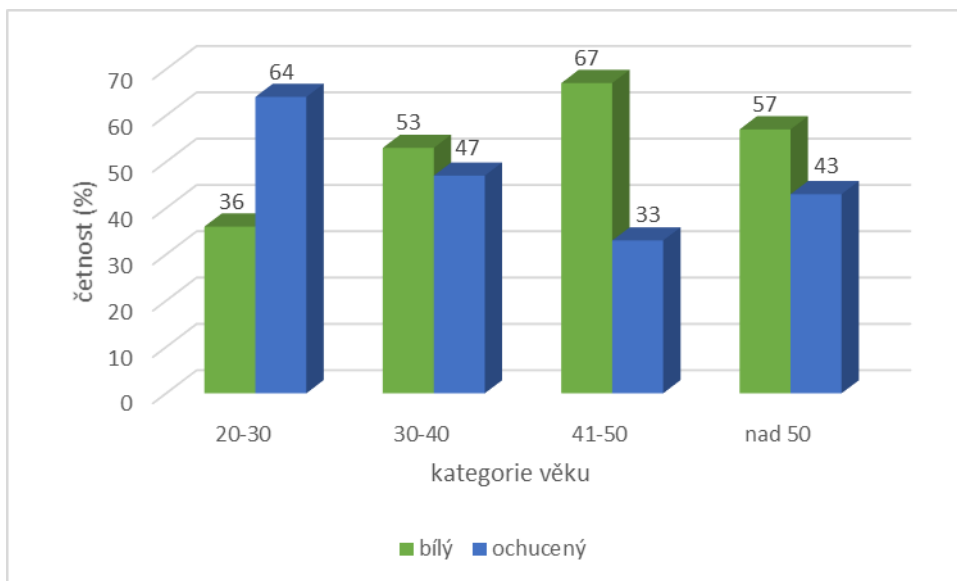
	Bílý jogurt		Ochucený jogurt	
	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)
Pohlaví ($P = 0,3757$)				
Žena	45	58	32	42
Muž	10	48	11	52
Věk ($P = 0,3044$)				
20-30	4	36	7	64
30-40	18	53	16	47
41-50	26	67	13	33
nad 50	8	57	6	43

Obr. č 19 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký jogurt preferujete“ v závislosti na pohlaví (n = 98)



V závislosti na věku byly největší rozdíly v preferencích zjištěny ve věkové kategorii 20 – 30 let a v kategorii 41 – 50 let (Obrázek č. 20). V kategorii 20 – 30 let bílé jogurty preferovalo jen 36 % respondentů a ochucené jogurty 64 % respondentů. Naopak v kategorii 41 – 50 let považovalo 67 % dotázaných za oblíbené jogurty bílé a jen 33 % jogurty ochucené. V publikaci SAMKOVÉ et al. (2016) preferovalo bílé jogurty jen 18 % ze 400 respondentů ve věkovém rozmezí 20 – 30 let. Autoři se domnívali, že důvodem malé oblíbenosti bílých jogurtů je jejich méně výrazná chuť.

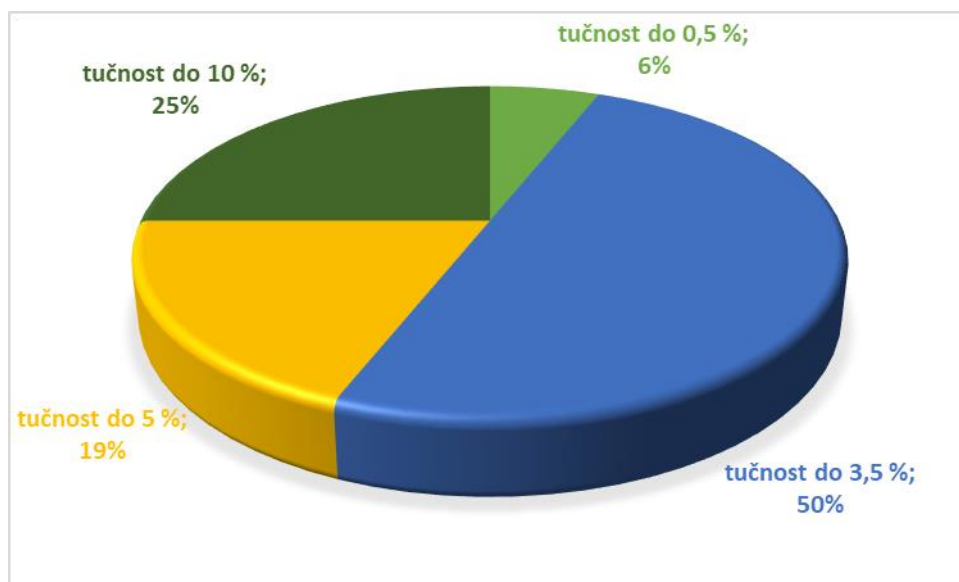
Obr. č. 20 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký jogurt preferujete“ v závislosti na věku (n = 98)



Další otázka se týkala preferencí tučnosti jogurtů. Respondenti mohli vybírat ze čtyř odpovědí (do 5 %, do 10 %, do 0,5 %, do 3,5 %). Ve sledované skupině respondentů byly nejvyšší preference u jogurtů s tučností do 3,5 % (50 %) a poté u tučností do 10 % (25 %), (Tabulka č. 13, Obrázek č. 21).

V závislosti na pohlaví byl zjištěn největší rozdíl u jogurtů o tučnosti do 3,5 %. Oblíbenost těchto jogurtů byla u 45 žen, tj. 57 % a pouze u 5 mužů, tj. 24 %. U jogurtů s tučností do 5 % byla preference u žen jen 15 % a u mužů 33 %. Ze zjištěných dat vyplývá, že více jak polovina dotázaných žen preferovala u jogurtů nižší tučnost (Obrázek č. 22). Doporučení co nejmenšího příjmu tuků v potravě a zdravý životní styl vedl ženy ke konzumaci jogurtů s nižší tučností (SIMONIN-ROSENHEIMER, 2012).

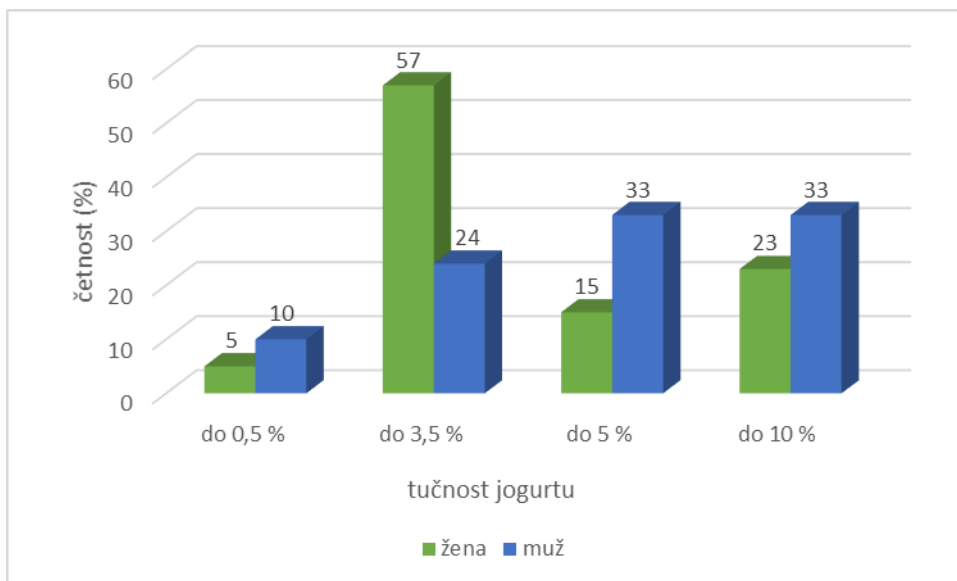
Obr. č. 21 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakou tučnost u jogurtu preferujete“ ve sledované skupině respondentů (n = 100)



Tab. č. 14 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakou tučnost u jogurtu preferujete“ v závislosti na pohlaví a věku

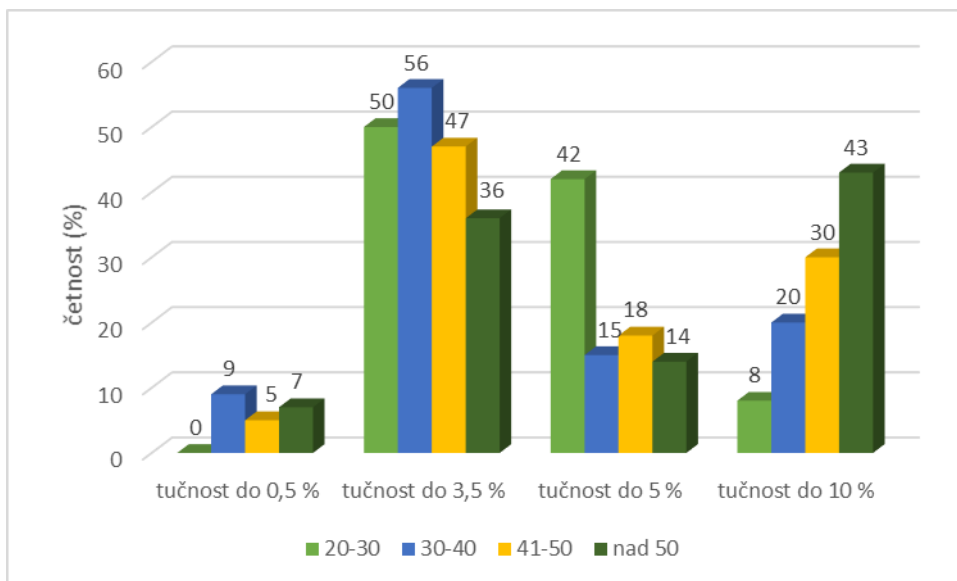
	Tučnost do 0,5 %		Tučnost do 3,5 %		Tučnost do 5 %		Tučnost do 10 %	
	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)
Pohlaví (P = 0,5012)								
Žena	4	5	45	57	12	15	18	23
Muž	2	10	5	24	7	33	7	33
Věk (P = 0,3917)								
20-30	0	0	6	50	5	42	1	8
30-40	3	9	19	56	5	15	7	20
41-50	2	5	19	47	7	18	12	30
nad 50	1	7	5	36	2	14	6	43

Obr. č. 22 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakou tučnost u jogurtu preferujete“ v závislosti na pohlaví (n = 100)



Shrnutí odpovědí v závislosti na věku respondentů ukazuje, že přednost jogurtům o tučnosti do 10 % dávala nejčastěji věková kategorie nad 50 let (43 %) a také kategorie 41 – 50 let (30 %). Věková kategorie 20 – 30 let nejvíce upřednostňovala jogurty o tučnosti do 3,5 % (50 %) a jogurty s tučností do 5 % (42 %). Z obrázku č. 23 lze také vyčíst největší rozdíly v oblíbenosti u jogurtů s tučností do 5 %, kde kategorie 20 - 30 let výrazně převyšuje ostatní kategorie. Tuk ovlivňuje sensorické vlastnosti jogurtů, a tedy tučnější jogurty mají intenzivnější chuť, jsou méně nakyslé a konzistenci mají krémovitější. Ve studii SAMKOVÉ et al. (2016), které se zúčastnilo 400 respondentů ve věku 20 – 30 let, preferovalo smetanové jogurty 27 % dotázaných.

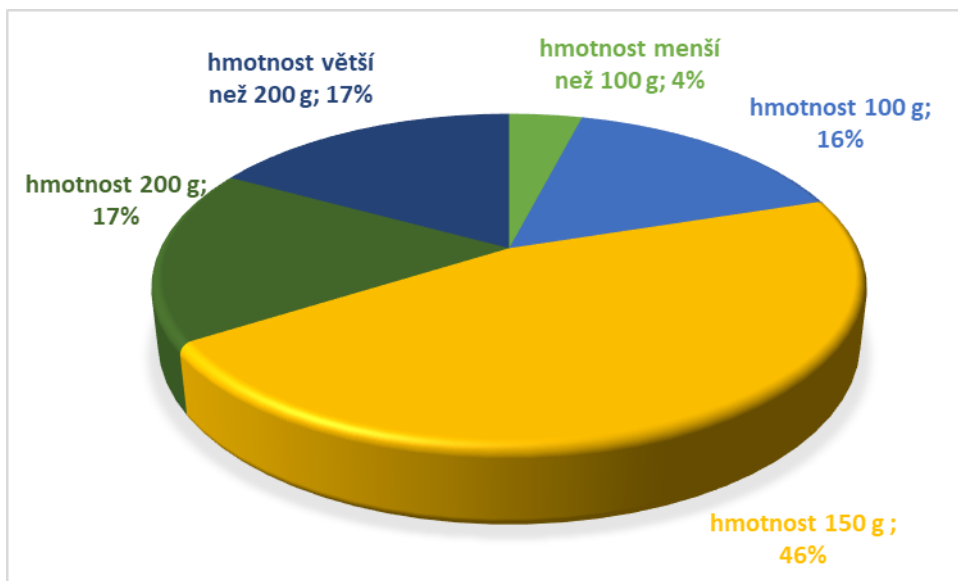
Obr. č. 23 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakou tučnost u jogurtu preferujete“ v závislosti na věku (n = 100)



U otázky „Jaké hmotnosti jogurtů dáváte přednost“ měli respondenti na výběr z těchto možností: menší než 100 g, 100 g, 150 g, 200 g, větší než 200 g. Ve sledované skupině byla zřejmá oblíbenost balení jogurtů 150 g (46 %), balení 200 g a větší než 200 g preferovalo 17 % dotázaných (Tabulka č. 14, Obrázek č. 24).

V závislosti na pohlaví byl patrný největší rozdíl v preferencích hmotnosti balení jogurtů 150 g, kde 51 % žen toto balení preferovalo, zatímco mužů pouze 29 % (Obrázek č. 25). 200 g balení bylo více oblíbené u mužů (24 %) než u žen (15 %). Tyto rozdíly byly statisticky významné ($P = 0,0472$).

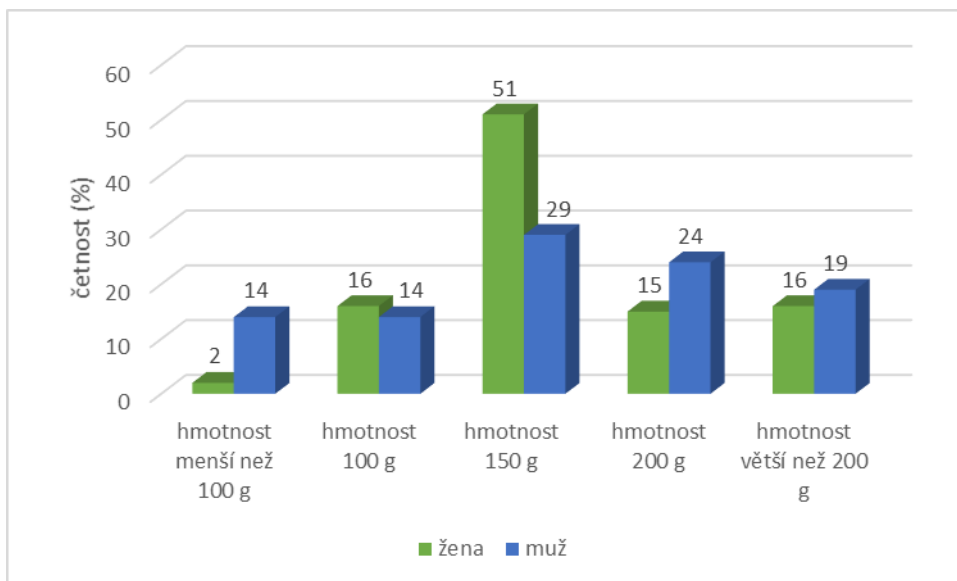
Obr. č. 24 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 100)



Tab. č. 15 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

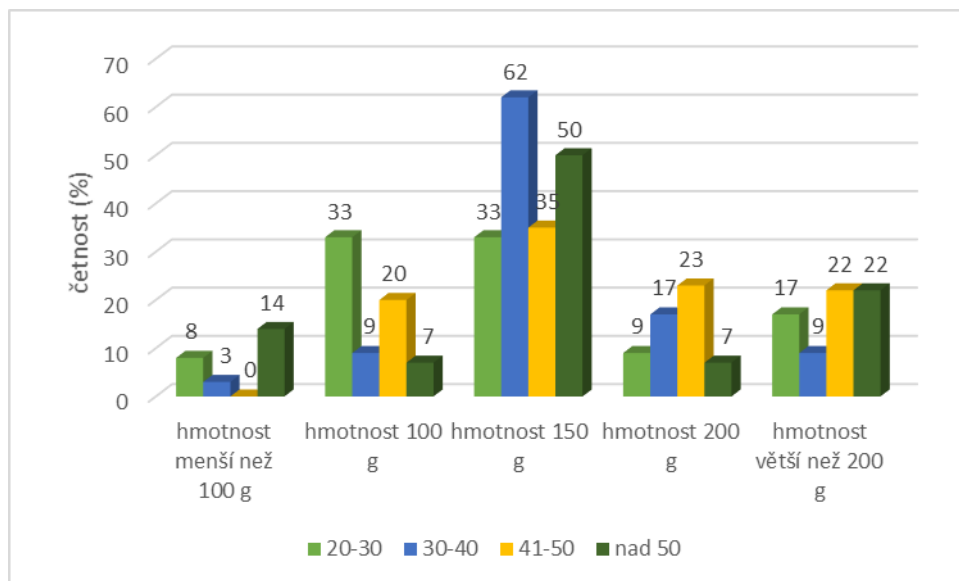
Hmotnost	menší než 100 g		100 g		150 g		200 g		větší než 200 g	
	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)	počet	četnost (%)
Pohlaví (P = 0,0472)										
Žena	1	2	13	16	40	51	12	15	13	16
Muž	3	14	3	14	6	29	5	24	4	19
Věk (P = 0,1153)										
20-30	1	8	4	33	4	33	1	9	2	17
30-40	1	3	3	9	21	62	6	17	3	9
41-50	0	0	8	20	14	35	9	23	9	22
Nad 50	2	14	1	7	7	50	1	7	3	22

Obr. č. 25 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 100)



Shrnutí odpovědí v závislosti na věku respondentů ukazuje, že balení jogurtů 150 g dávaly přednost všechny věkové kategorie (Obrázek č. 26). Věková kategorie 30 - 40 let preferovala toto balení dokonce z 62 %, a toto zjištění bylo podstatně vyšší než u ostatních kategorií. Velké rozdíly byly zjištěny také v oblíbenosti hmotnosti jogurtů 100 g, kde v kategorii 20 – 30 let byly preference 33 %, v kategorii 41 – 50 let 20 % a v kategorii 30 – 40 let a nad 50 let pouze 9 %, resp. 7 %. Lze se domnívat, že oblíbenost balení jogurtů 150 g je ovlivněna tím, že je nejrozšířenější na trhu.

Obr. č. 26 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost“ v závislosti na věku (n = 100)



5 ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo vyhodnotit vybrané faktory, které ovlivňují výběr mléčných výrobků spotřebiteli.

Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že všichni oslovení respondenti mléčné výrobky konzumovali. Ohledně výběru mléka průzkum ukázal, že respondenti preferovali čerstvé mléko (55 %) před mlékem trvanlivým. Muži preferovali spíše mléko plnotučné (65 %), zatímco ženy polotučné (52 %). Nejnižší preference byly zjištěny u odstředěného mléka (2 %).

Nejoblíbenějším mléčným výrobkem ve skupině respondentů byly sýry (52 %). U otázky na zjištění preferencí konkrétních druhů sýrů bylo prokázáno, že nejvyšší oblibu měly u žen i mužů polotvrdé sýry (32 %), nejnižší sýry zrající pod mazem (4 %). Ohledně balení sýrů byly zjištěny nejvyšší preference u balení 100 g (49 %) a nejnižší u balení menší než 100 g (2 %).

Ve sledované skupině respondentů byly více preferované jogurty bílé (56 %) než ochucené (44 %). Z hlediska tučnosti jogurtů byly nejoblíbenější jogurty s 3,5 % tuku (50 %) a nejméně oblíbené jogurty s tučností 0,5 % (6 %).

Ačkoliv se ve značné části dotazů četnosti odpovědí mezi muži a ženami, ale i mezi jednotlivými věkovými kategoriemi lišily, statisticky významný ($P < 0,05$) byl prokázán vliv pouze u otázky na velikost balení jogurtů. Zatímco ženy především preferovaly balení 150 g, muži preferovali často také balení větší, tj. 200 g a více.

Dotazníkové šetření přineslo informace o oblíbě vybraných mléčných výrobků, o oblíbenosti tučnosti výrobků a velikosti balení, které mohou být využity producenty mléčných výrobků.

6 SEZNAM LITERATURY

6.1 ČASOPISY A KNIHY

1. BAYARRI, S., CARBONELL, I., BARRIOS, E.X., COSTELL, E.: Acceptability of yoghurt and yoghurt-like products: Influence of product information and consumer characteristics and preferences. *Journal and Sensory Studies*, 2010, 25 (1): 171-189.
2. DUPAL, L., MICHALOVÁ, I.: Spotřebitelské desatero pro výběr kvalitní potraviny, edice *Průvodce spotřebitele*, svazek č. 34, 1. vyd. Praha: Studio 66 a Partners, 2018, ISBN 978-80-87719-64-0.
3. FORET, M.: Chování a rozhodování zákazníka při nákupu nápojů. *Sborník Mendelovy zemědělské a lesnické univerzity Brno*, 2005, 53 (6): 63-73.
4. FOX, P.F., GUINEE, T.P., COGAN, T.M., MCSWEENEY, P.L.H.: *Fundamentals of Cheese Science*. 2. vyd., New York: Springer, 2017, 799 s. ISBN 978-1-4899-7679-6.
5. HAWKINS, D.I., BEST, R.J., CONEY, K.A.: *Consumer behavior: implication for marketing strategy*. 4th ed. Homewood: Irwin BPI, 1989, 796 p. ISBN 0-256-06331-1.
6. HES, A.: *Chování spotřebitele při nákupu potravin*. 1. vyd. Praha: Alfa nakladatelství, 2008, 156-160 s. ISBN 978-80-87197-20-2
7. HUBINKOVÁ, Z., BAKIĆ-TOMIĆ, L., SURYNEK, A.: *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008, 277 s. ISBN 978-80-247-1593-3.
8. CHILDS, J.L., DRAKE, M.: Consumer perception of fat reduction in cheese. *Journal of Sensory Studies*, 2009, 24 (6): 902-921.
9. JASINSKÁ, M., DMYTROW, I., STRADOMSKI, A.: Changes of selected quality attributes of Edam cheese with various fat contents during storage. *Polish Journal of Food a Nutrition Sciences*, 2007, 57 (1): 31-37 s.
10. KANUK, L., SCHIFFMAN, G.L.: *Nákupní chování*. Brno: Computer Press, 2004, 633 s. ISBN 80-251-0094-4.
11. KOPÁČEK, J.: Současný stav a perspektivy výroby sýrů v ČR. Informace ze zasedání IDF konané v JAR. In: *Perspektivy výroby sýrů a hodnocení jejich*

jakosti. Zlín: UTB ve Zlíně, Fakulta technologická, 2012, ISBN 978-80-7454-231-2.

12. KOPÁČEK, J.: Mléko a mléčné výrobky, edice *Jak poznáme kvalitu?*, svazek č. 9, 1. vyd. Praha: Studio 66 a Partners, 2014, ISBN 978-80-87719-18-3.

13. KOTLER, P.: *Marketing management: analýza, plánování, realizace a kontrola*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1992, 787 s. ISBN 80-856-050802.

14. KOTLER, P.: *Marketing*: Praha: Grada, 2004, 855 s. ISBN 978-80-2470513-2.

15. KOTLER, P.: *Moderní marketing*: 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

16. KOTLER, P., KELLER, L.K.: *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada, 2013, 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.

17. KÜÇÜKÖNER, E., HAQUE, Z.U.: Physico-chemical and rheological properties of full fat and low fat Edam cheeses. *European Food Research and Technology*, 2003, 217, (4), 281-286 s.

18. MOLIMARD, P.L., LEQUERE, J., SPINLER, H.E.: Lipids and flavour of dairy products. *Ocl-Oleagineux Corps Gras Lipides*, 2018, 4, 301-311 s.

19. OBERMAIER, O., ČEJNA, V.: Sýry a tvarohy, edice *Jak poznáme kvalitu?*, svazek 5, 1. vyd. Praha: Libertas, 2013, ISBN 978-80-87719-06-0

20. POHJANHEIMO, T., SANDELL, M.: Explaining the liking for drinking yoghurt: The role of sensory quality, food choice motives, health concern and product information. *International Dairy Journal*, 2009, 19 (8): 459-466.

21. PŘIBYLOVÁ, H.: Ohlédnutí za veletrhem Sial Middle East v Abú Dhabí. *Mlékařské listy* č. 167, 2018.

22. SOLOMON, M., BAMOSSY G., ASKEGAARD S., HOGG K.: *Consumer behaviour: A European Perspective*. 3th ed. Boston: Pearson Education, 2006. 700 p. ISBN 9780273-68752-2.

23. SAMKOVÁ, E., HASOŇOVÁ, L., STRAKOVÁ, K., KOUBOVÁ, K., PECOVÁ, L., BEDRNÍČEK, J.: Vliv obsahu tuku v sušině na senzorycké hodnocení sýrů eidamského typu. *Mlékařské listy* č. 167, 2018.

24. ŠUSTOVÁ, K.: Nutriční aspekty konzumace sýrů. *Mlékařské listy* č. 170, 2018.
25. VYSEKALOVÁ, J.: *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. 356 s. ISBN 978-80-247-3528-3.
26. VYHLÁŠKA MINISTERSTVA ZEMĚDĚLSTVÍ ČR 397/2016 Sb., o požadavcích na mléko a mléčné výrobky, mražené krémy a jedlé tuky a oleje. Sbíрка zákonů, ročník 2016, částka 162.

6.2 ELEKTRONICKÉ ZDROJE

1. ČEJNA, V., Nové aplikační možnosti a trendy při balení sýrů a jiných mléčných výrobků. In: Kroměřížské mlékařské dny 2012, sborník přednášek. Kromilk a. s. [online]. 2012. Dostupné na <http://kmmmd.eu/downloads/sbornik2012-web.pdf>; staženo: 27. 4. 2020.
2. Dvě třetiny spotřebitelů dávají při nákupu trvanlivého mléka přednost mléku v kartonovém obalu s uzávěrem [online]. 2013. Dostupné na <https://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/tiskove-zpravy/dve-tretiny-spotrebitelu-davaji-pri-nakupu-trvanliveho-mleka-prednost-mleku-v-kartonovem-obalu-s-uzaverem>; staženo 27. 4. 2020
3. Dvě třetiny spotřebitelů dávají při nákupu trvanlivého mléka přednost mléku v kartonovém obalu s uzávěrem [online]. 2013. Dostupné na <https://www.tetrapak.com/cz/about/newsarchive/dve-tretiny-spotrebitelu-davaji-pri-nakupu-trvanliveho-mleka-prednost-kartonovemu-obalu>; staženo 29. 4. 2020
4. HES, A., ŠÁLKOVÁ, D., TURČÍNKOVÁ, J., Tendence chování spotřebitelů při nákupu potravin [online]. 2010. Dostupné na <https://www.researchgate.net/publication/325287456>; staženo: 20. 3. 2020.
5. Komoditní karta Mléko únor 2020 [online]. Dostupné na [file:///C:/Users/Lenovo/Desktop/Komoditni_karta_Mleko_únor_2020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Desktop/Komoditni_karta_Mleko_únor_2020%20(1).pdf)
6. KOPÁČEK, J., Současný stav světového mlékárenství a sýrašství z pohledu IDF World Dairy Summit 2017 [online]. 2017. Dostupné na <http://umtk.vscht.cz/cps/wp-content/uploads/2018/01/Sou%C4%8Dasn%C3%BD-stav-sv%C4%9Btov%C3%A9ho-ml%C3%A9ka%C5%99stv%C3%AD-....-p%C>

- [Spotřeba potravin 2018 \[online\]](https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2018). Dostupné na <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2018>, staženo 5. 4. 2020.
[20205%99eh1%C3%ADdky-V%C5%A0CHT.pdf](https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2018); staženo: 5. 4. 2020.
- 7.** NOVOTNÝ, J., DUSPIVA, P., Faktory ovlivňující kupní chování spotřebitele a jejich význam pro podniky [online]. 2014. Dostupné na <http://dx.doi.org/10.15240/tul/001/2014-1-012>; staženo: 15. 3. 2020.
- 8.** Spotřeba potravin 2018 [online]. Dostupné na <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2018>, staženo 5. 4. 2020
- 9.** ONDRÁČKOVÁ, K., Češi už se při nákupu nerozhodují jen podle ceny [online]. 2015. Dostupné na https://finexpert.e15.cz/cesi-uz-se-pri-nakupu-nerozhoduji-jen-podle-ceny_1; staženo: 5. 4. 2020.
- 10.** SIMONIN-ROSENHEIMER, H., Nové poznatky o nasycených tucích v mléčných výrobcích. In: Kroměřížské mlékařské dny 2012, sborník přednášek Kromilk a. s. [online]. 2012. Dostupné na <http://kmmd.eu/downloads/sbornik2012-web.pdf>; staženo: 27. 4. 2020.
- 11.** Výroba konzumního mléka v České republice v letech 2017, 2018, 2019 [online]. Dostupné na <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/>; staženo 5. 4. 2020.
- 12.** Výroba konzumní smetany v České republice v letech 2017, 2018, 2019 [online]. Dostupné na <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/>; staženo 5. 4. 2020.
- 13.** Výroba sýrů a tvarohů v České republice v letech 2017 – 2019 [online]. Dostupné na <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/>; staženo 10. 4. 2020.
- 14.** WALCHER, D., KNĚZ, V.: Novinky v oblasti balení sýrů. In: Kroměřížské mlékařské dny 2012, sborník přednášek. Kromilk a. s. [online]. 2012. Dostupné na <http://kmmd.eu/downloads/sbornik2012-web.pdf>; staženo: 27. 4. 2020.
- 15.** Zpracování mléka [online]. Dostupné na http://web2.mendelu.cz/af_291_projekty2/vseo/print.php?page=1684&typ=html; staženo 27. 4. 2020

7 SEZNAM TABULEK

Tab. č. 1 Rozdělení mléka na trhu v České republice

Tab. č. 2 Členění tekutých smetan podle obsahu tuku

Tab. č. 3 Rozdělení kysaných a zakysaných mléčných výrobků podle technologie výroby

Tab. č. 4 Rozdělení sýrů podle tuku v sušině

Tab. č. 5 Rozdělení sýrů podle obsahu vody v tukuprosté hmotě sýra

Tab. č. 6 Rozdělení tvarohů podle obsahu tuku

Tab. č. 7 Charakteristika respondentů v závislosti na pohlaví a věku

Tab. č. 8 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

Tab. č. 9 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléku dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

Tab. č. 10 Četnosti odpovědí na otázku „Jaký obsah tuku u mléka preferujete“ v závislosti na pohlaví a věku

Tab. č. 11 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému sýru dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

Tab. č. 12 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

Tab. č. 13 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký jogurt preferujete“ v závislosti na pohlaví a věku

Tab. č. 14 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakou tučnost u jogurtu preferujete“ v závislosti na pohlaví a věku

Tab. č. 15 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví a věku

8 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. č. 1 Výroba konzumního mléka v České republice v letech 2017, 2018, 2019

Obr. č. 2 Výroba konzumní smetany v České republice v letech 2017, 2018, 2019

Obr. č. 3 Výroba sýrů a tvarohů v České republice v letech 2017, 2018, 2019

Obr. č. 4 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 97)

Obr. č. 5 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 97)

Obr. č. 6 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost“ v závislosti na věku (n = 97)

Obr. č. 7 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléku dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 99)

Obr. č. 8 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléku dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 99)

Obr. č. 9 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému mléku dáváte přednost“ v závislosti na věku (n = 99)

Obr. č. 10 Četnosti odpovědí na otázku „Jaký obsah tuku u mléka preferujete“ ve sledované skupině respondentů (n = 99)

Obr. č. 11 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký obsah tuku u mléka preferujete“ v závislosti na pohlaví (n = 99)

Obr. č. 12 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký obsah tuku u mléka preferujete“ v závislosti na věku (n = 99)

Obr. č. 13 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému sýru dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 99)

Obr. č. 14 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakému sýru dáváte přednost“ v závislosti na věku

Obr. č. 15 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 99)

Obr. č. 16 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 98)

Obr. č. 17 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost“ v závislosti na věku (n = 99)

Obr. č. 18 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký jogurt preferujete“ ve sledované skupině respondentů (n = 98)

Obr. č. 19 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký jogurt preferujete“ v závislosti na pohlaví (n = 98)

Obr. č. 20 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaký jogurt preferujete“ v závislosti na věku (n = 98)

Obr. č. 21 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakou tučnost u jogurtu preferujete“ ve sledované skupině respondentů (n = 100)

Obr. č. 22 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakou tučnost u jogurtu preferujete“ v závislosti na pohlaví (n = 100)

Obr. č. 23 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jakou tučnost u jogurtu preferujete“ v závislosti na věku (n = 100)

Obr. č. 24 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost“ ve sledované skupině respondentů (n = 100)

Obr. č. 25 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost“ v závislosti na pohlaví (n = 100)

Obr. č. 26 Četnosti odpovědí (%) na otázku „Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost“ v závislosti na věku (n = 100)

9 PŘÍLOHY

Příloha 1

Dotazník

1) Jíte mléčné výrobky?

- ANO NE

2) Jakému mléčnému výrobku dáváte přednost?

- SÝR JOGURT MLÉKO JOGURTOVÝ NEBO ZAKYSANÝ NÁPOJ

3) Jakému sýru dáváte přednost?

- TVRDÝ (Primátor, Tylžský sýr, Parmezán, Gran Moravia) POLOTVRDÝ (Eidam, Madeland, Gouda) ČERSTVÝ NEZRAJÍCÍ (Žervé, Lučina)
 ZRAJÍCÍ S PLÍSNÍ (Niva, Hermelín) ZRAJÍCÍ POD MAZEM (Romadúr, Olomoucké tvarůžky) PAŘENÉ (Koliba, Korbáčiky, Parenica, Mozzarella)

4) Jakému mléku dáváte přednost?

- ČERSTVÉ TRVANLIVÉ

5) Jaký obsah tuku u mléka preferujete?

- 0,5 % (odstředěné) 1,5 % (polotučné) 3,5 % (plnotučné)

6) Jaký jogurt preferujete?

- BÍLÝ OCHUCENÝ

7) Jakou tučnost u jogurtu preferujete?

- DO 0,5 % DO 3,5 % DO 5 % DO 10 %

8) Jaké hmotnosti balení sýrů dáváte přednost?

- 100 g menší než 100 g 200 g větší než 200 g

9) Jaké hmotnosti balení jogurtů dáváte přednost?

- menší než 100 g 100 g 150 g 200 g větší než 200 g

10) Kolik je vám let? Uveďte

11) Jaké je vaše pohlaví:

- MUŽ ŽENA

