

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

**ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA**

**KATEDRA OBCHODU**

---

Studijní program: M6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor

# **Analýza stravovacích zvyklostí české populace**

Vedoucí diplomové práce:

**Ing. Viktor Vojtko**

Autor:

**Iveta Pavezová**

---

**2006**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Analýza stravovacích zvyklostí české populace“ zpracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v připojeném seznamu literatury.

V Českých Budějovicích dne . . . 2006

.....  
Iveta Pavezová

Touto cestou si dovoluji poděkovat ing. Viktoru Vojtkovi za odbornou pomoc a rady, které mi poskytl při tvorbě této diplomové práce.

## Summary

Aim of my work was to analyse Czech eating habits' evolution and to value the future trends. We can get information for marketing departments, food producers, even for retailers, restaurants, or research and development of the food industry. Than we get some information about changes of eating habits, witch happened because of extending healthy fare.

At first I aimed at sustenance as a whole. I tried to describe what can influence consumer's behaviour, when he or she want to eat. It can be conviction, financial possibility or family habits. But usually it is a taste on the first position. I made my own questionnaire and asked people to find important information about their habits. Than I could agree or disagree with four determined hypotheses:

1<sup>st</sup> – Czech population eating habits tend to healthy sustenance

2<sup>nd</sup> – Traditional Czech kitchen step aside foreign once

3<sup>rd</sup> – Fast food changed Czech eating habits

4<sup>th</sup> – Consumers do not have problems to remember brands of some kinds of food and drinks

I compared results from the marketing research with standards and recommendations. This comparison is component of the analysis. Complete analysis of Czech eating habits is in last part of my work. In conclusion I summarized pieces of knowledge and I predicted future trends.

# Obsah

I. Úvod .....	6
II. Literární část.....	8
1. Stravování a výživa.....	8
1.1 Maslowova hierarchie potřeb.....	8
1.2 Stravovací služby .....	9
2. Výživa člověka.....	10
2.1 Výživa a možnosti jedince .....	10
2.2 Filosofie konzumenta a osobní přesvědčení .....	11
2.3 Vlivy na chování spotřebitele .....	11
3. Alternativní způsoby stravování .....	13
3.1 Vegetariánství .....	13
3.2 Makrobiotická strava .....	14
3.3 Organická, přírodní strava .....	14
4. Výživová doporučení .....	15
4.1 Zdravá výživa dle jednotlivých složek .....	17
4.2 Teoretické zásady správné výživy .....	23
4.3 Značení na etiketách, klíč pro výběr potravin.....	23
5. Trendy ve světě .....	26
5.1 Funkční potraviny .....	26
5.2 Zdraví prospěšné výrobky.....	27
5.3 Nový trend ve stravování .....	28
5.4 Názory spotřebitelů .....	28
5.5 Trendy v ČR.....	29
5.6 Strava a Češi .....	30
5.7 Vliv na zdraví.....	30
5.8 Změna návyků.....	31
5.9 Český jídelníček.....	32
III. Cíl a metodika zpracování .....	33
6. Cíl práce .....	33
7. Metodika zpracování.....	33
7.1 Možnosti sledování výživových zvyklostí.....	33
7.2 Pracovní hypotézy.....	34
IV. Analýza současného vývoje.....	36
8. Analýza vývoje .....	36
8.1 Organizace výzkumu .....	36
8.2 Hodnocení dotazníků .....	37
8.3 Hodnocení hypotéz .....	59
V. Vlastní návrhy .....	64
VI. Závěr.....	65
Přehled použité literatury .....	67
Seznam příloh .....	70

## I. Úvod

Česká republika má velmi bohatou historii. Vedle velkých osobností je zde také mnoho zachovalých objektů, přičemž značnou částí z nich jsou historické jídelny a kuchyně. Nejen to svědčí o tom, že Češi jako takoví jsou považováni za gurmány a labužníky již po mnoho století.

Česká kuchyně se vytvářela, tak jako jiné národní kuchyně, hlavně na základě přírodních a klimatických podmínek. Už v nejstarších dobách byly hlavní potravinou obilniny, luštěniny, lesní plody a houby. Z masa skopové a hovězí, vepřové a drůbeží. Bohatší panstvo a šlechta si samozřejmě potrpěla na zvěřinu a ryby. Ze zeleniny se nejvíce používala kořenová, zelí, tuřín, kapusta, cibule a česnek. Z ovoce jablka, hrušky, švestky a různé druhy lesních plodů. Z koření pepř, nové koření, bobkový list, majoránka, libeček, petržel, celer, hřebíček a skořice. V 17. a 18. století ovlivnila českou kuchyni německá. Také se rozšířily brambory a v 19. století vznikl typický český knedlík. Změny na jídelníčku přišly rovněž s rozvojem rybníkářství, kdy se začali ve velkém chovat kapři.

Pokud bychom chtěli vzácné návštěvě naservírovat zaručeně tradiční a zároveň i dnes chutnou lahůdku, stačí si vzít příklad z vyhlášených pražských šéfkuchařů. Ti sázejí především na dokřupava upečenou kachnu se zelím a knedlíkem. Anglická královna u nás ochutnala svíčkovou s brusinkami a šlehačkou. Vařené hovězí s omáčkou je ostatně od středověku typická součást všech slavnostních tabulí. Zato s ovocnými knedlíky bychom u našich předků neuspěli - ty jsou známé až od druhé poloviny 19. století. Také vídeňské řízky zavedl až císař František Josef I.

Náš jídelníček se různě vyvíjel podle krajů, zvyklostí a surovinové dostupnosti. Do poloviny 20. století se ustálil a pak začal pomalu přijímat cizí vlivy. Začátkem 21. století se již příliš nevyvíjí. Avšak v dnešní době se velmi často skloňují pojmy zdravá výživa či civilizační onemocnění, konkrétně obezita. Bohužel hlavně poslední jmenovaný jde ruku v ruce s vyhlášenou tradiční českou kuchyní. Snaha o prosazení zdravější stravy, tím také snížení rizika těchto onemocnění, se stává jedním z hlavních cílů společnosti. S tím by měly kalkulovat i firmy podnikající v potravinářském průmyslu. Je třeba zamyslet se nad tím, co je pro spotřebitele směrodatné, co sleduje

při nákupu potravin, čemu se věnuje při výběru a hlavně proč daný výrobek nakonec koupí. Jedním z těchto důvodů je zajisté zvyk z rodiny, návyk nebo tradice daná výchovou.

Proto jsem se zaměřila na analýzu stravovacích zvyklostí české populace v dnešní době a její částečné srovnání s tradiční českou kuchyní. Z jejích výsledků mohou čerpat informace nejen marketingová oddělení výrobců potravin, ale i obchodních řetězců, restaurací, jiných stravovacích zařízení nebo oblast výzkumu a vývoje celého potravinářského průmyslu. Dále také můžeme získat informace o změnách stravovacích návyků v souvislosti s rozšiřováním zdravé výživy či průnikem jiných národních kuchyní na náš trh. Zajímavé také je zamyslet se nad tím, jak se bude vše vyvíjet či jaké nové trendy ve výživě se mohou do budoucna vyskytnout.

## II. Literární část

### 1. Stravování a výživa

#### 1.1 Maslowova hierarchie potřeb

Fyziologické potřeby, mezi které hlad a žízeň rozhodně patří, jsou základnou celou pyramidu potřeb. To svědčí o tom, že na kvalitě výživy a stravování obecně závisí i celková spokojenost člověka.

Maslowova teorie je postavena na dvou základních předpokladech:

- a) Na procesu motivace, a to tak, že každý z nás pociťuje svým způsobem nedostatek a naše potřeby závisejí na tom, co již máme. Pouze dosud neuspokojené potřeby mohou ovlivňovat naše chování. Jinými slovy, uspokojená potřeba není motivátorem.
- b) Naše potřeby jsou podle svého významu hierarchicky uspořádány. Jakmile je jedna potřeba uspokojena, objevuje se jiná, která vyžaduje uspokojení. (Rolínek L., online)

#### Obrázek 1 – Maslowova pyramida potřeb

Seberealizace

Uskutečňování  
osobního potenciálu

Estetické potřeby

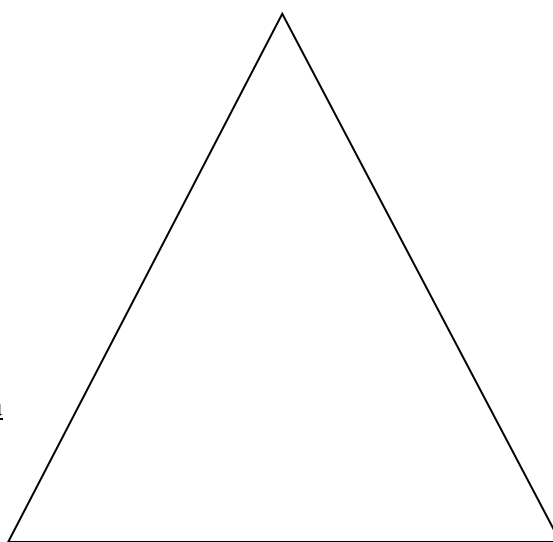
Potřeby kognitivní  
(poznávací, sdělný)

Potřeby uznání

Potřeby pozitivních vztahů

Potřeby bezpečí

Fyziologické potřeby





## **1.2 Stravovací služby**

Člověk si může připravit svůj pokrm doma, nebo může využít tzv. stravovací služby. Ty se tradičně považovaly za odlišné od výroby a maloobchodního prodeje potravin, ale tyto rozdíly se v poslední době začaly smazávat. Některé jejich formy, například smluvní stravování, mají více společného s výrobními linkami než s tradičními restauracemi. Supermarkety ve stále větší míře prodávají předem připravená jídla, která lze rychle upravit k použití, takže konkurují stravovacím zařízením s prodejem „přes ulici“.

Stravovacími službami jsou :

- stravovací zařízení v hotelech a střediscích cestovního ruchu
- zábavní komplexy, které nabízejí stravování, například noční kluby, kasina a divadla
- stylové nebo běžné stravování v návštěvnických atraktivitách
- stravování v sektoru dopravy, například v letadlech, na trajektech, ve vlacích a ve střediscích služeb na dálnicích
- bary, hospody, taverny, kde se podává jídlo, ale hlavní činností je výčep alkoholických a nealkoholických nápojů
- stravovací služby s donáškou domů
- rychlá občerstvení a prodej „přes ulici“
- levné restaurace a bufety
- restaurace a vlastnictví řetězců
- nezávislé restaurace ve vlastnictví jednotlivců
- ústavní stravování například v nemocnicích a školách (Horer – Swarbrooke, 2003)

Tento způsob stravování je zajisté určitou zvyklostí české populace. V rámci této diplomové práce se ale jimi zabývám jen okrajově v souvislosti se změnou stravovacích návyků s příchodem rychlého občerstvení.

## **2. Výživa člověka**

### **2.1 Výživa a možnosti jedince**

Výživa je významný faktor životního stylu, který ovlivňuje zdraví. Poskytuje nejen pokrytí základních potřeb energie a jednotlivých živin nezbytných k životu, ale je spojena i s emocemi, často s pocitem uspokojení. Výživa se společně s fyzickou aktivitou a genetickými dispozicemi podílí na výsledném výživovém stavu jedince (Müllerová, 2003).

#### **2.1.1 Faktory výběru potravin**

Individuální výběr:

- chuť závislá na genetických dispozicích a sensorických vlastnostech
- hlad a fyziologické potřeby organismu (fyzický výkon, onemocnění, okolní klima)
- emoční ladění osobnosti (deprese, psychogenní stres), únava psychická i fyzická
- výchova: přejímání stravovacích zvyklostí z rodiny, tradic lokality, náboženství
- dosažené celkové vzdělání i úroveň znalostí vztahů mezi výživou a zdravím, možnost poznání jiných typů stravování (cestování atd.)
- životní styl vycházející z personálních priorit jedince (motivace ambicemi být výkonným, krásným)
- ovlivnění kuřáctvím, drogovými závislostmi
- reklama, komerční tlak

Dostupnost potravin:

- finanční
- daná přítomností potravin na trhu, závislá na zemědělské politice státu (domácí produkce, potravinářské technologie, dovoz, roční období, skladovací možnosti potravin)
- limitovaná pro spotřebitele časovou náročností a mírou vynaložené námahy nutnou pro přípravu jídla

- určená pracovními a sociálními podmínkami (pracovní směny, pobyt v nemocnici a zařízení společného stravování, na kuchaři, v rodině na partnerovi, matce apod.)
- úroveň a nabídka veřejných stravovacích služeb (Müllerová, 2003)

## **2.2 *Filosofie konzumenta a osobní přesvědčení***

Po roce 1989 se skladba stravy u nás změnila jednoznačně k lepšímu. Tím, že máme k dispozici mnohem větší výběr druhů zeleniny a ovoce často v lepší kvalitě, zvýšila se jejich spotřeba (u zeleniny o 13 kg a u ovoce o 4 kg/osoba/rok). Klesla spotřeba masa (zejména hovězího) a živočišných tuků, stoupla spotřeba tuků rostlinných. Bohužel zároveň s tím klesla spotřeba mléčných výrobků, příliš se nezvýšila spotřeba ryb. Velkou oblibu získávají potraviny a pochutiny až přespříliš technologicky upravené, smažené pokrmy a rychlé občerstvení (Kunová, 2004).

Vliv na individuální výživu lze nazvat filosofií konzumenta. Můžeme hovořit o pasivním a aktivním přístupu. Pasivní znamená, že se člověk nechává ovlivňovat rodinnými tradicemi, společenskými zvyklostmi a především reklamou. Aktivní přístup je takový, kdy se jedinec zajímá o sestavení svého jídelníčku na základě konzultace s lékařem, dietologem či vlastním studiem odborné literatury.

Zvláštní systém ovlivňování stravovacích zvyklostí představují názorové skupiny a zejména náboženství. V rámci těchto skupin jsou prezentována různá tabu, která její člen musí dodržovat. Historicky lze uvést souvislost se zařazováním například vajec v době velikonoční jako jeden ze stravovacích zvyků a tradic podobně jako je tomu u kapra konzumovaného o Vánocích. Na druhé straně zavádění půstu má příznivý vliv na odlehčení týdenní zátěže potravou.

## **2.3 *Vlivy na chování spotřebitele***

### **2.3.1 *Psychické vlivy***

Nejvýznamnějším psychickým faktorem ve výživě člověka je senzorická vlastnost potravin. Vedle uspokojování potřeb organismu je konzumace spojena s libými pocity. Během života se obliba některých specifických senzorických vlastností potravy mění. Ve starším věku hořké pokrmy nebo pivo stoupají v oblibě nad sladkostmi. Na konzum

má vliv rovněž kultura stolování jako příjemné prostředí, příjemná společnost a doprovodné vjemy – konverzace, hudba apod. Za těchto podmínek bývá spotřeba pokrmů vyšší (Čermák, 2002).

Avšak každý je motivován potřebami a přáními, jak bylo řečeno již v předchozích kapitolách. Potřeby jsou základní síly, které motivují člověka, aby něco udělal. Není-li uspokojena potřeba, může to vést k stimulu. Popud je silný stimul, který podněcuje akci na zmírnění potřeby. V marketingu je koupě výsledkem popudu – stimulu k uspokojení. Ve skutečnosti je všechno chování spotřebitelů naučené. Potřeba jíst může vést k tomu, že si přejeme mnoho konkrétních jídel. Mnoho dospělých Japonců má rádo syrové ryby a jejich děti se naučí je mít také rády. Bude však jenom málo Američanů, kterým budou chutnat (McCarthy – Perreault, 1995).

Vliv na příjem potravin má negativní psychická zátěž – stres. Při mírném stresu člověk léčí zátěž větší konzumací pokrmů, černé kávy nebo např. zákusky. Stresová hyperfagie – nadměrný konzum – vede k nadměrnému příjmu energie nebo stimulujičích látek. Naopak při silném stresu se snižuje příjem potravy. Dlouhodobé nechutenství je v podstatě anorexií (Čermák, 2002).

### **2.3.2 Sociální vlivy**

Sociální zvyklosti ve stravování jsou dané především ekonomickými možnostmi člověka. Lidé bohatí mají sklon k plýtvání potravinami a při jejich výběru se řídí především jejich atraktivitou, originální chutí a snahou o přesvědčení ostatních – já na to mám. Chudí lidé jsou nuceni pečlivě vážit, za co vydat peníze, a často si nákupem podřadných potravin s překročenou záruční dobou mohou přivodit zdravotní problémy.

Zvláštní kapitulu představují společenské tradice, zvláště na venkově. Jedná se o honosné přípravy stravy pro svatby, nebo při pohřebních hostinách. Obdobné bývají i oslavy narozenin, zejména jubileí, i když významnost takovýchto oslav bývá menší. (Čermák, 2002)

Všichni jsme ovlivňováni lidmi kolem nás, zvláště, když se jedná o členy rodiny. Manžel nebo manželka může mít silné osobní preference při nakupování, ale asi je rychle změní, když má partner odlišné priority. Preference jednoho se mohou změnit, díky náklonnosti k druhé osobě, nebo díky síle a působení druhého člověka. Mnoho

rozhodnutí o tom, co se bude kupovat, se dělá společně, a uvažovat pouze o těch, kteří do obchodu chodí nakupovat, by mohlo špatně ovlivnit vytváření marketingové strategie. Ačkoliv zodpovědnost za nákupy a vlivy jsou různé v závislosti na výrobku a na rodině, lidé ve stejném stadiu životního cyklu rodiny mají často podobné potřeby a utrácejí své peníze podobným způsobem. Například rozvedení rodiče neutrácejí takovým způsobem, jako to dělají svobodní lidé (McCarthy - Perreault, 1995).

### **3. Alternativní způsoby stravování**

V dnešní době nadšenců, kteří se stravují alternativními způsoby, výrazně přibývá. Je jisté, že je od jejich přesvědčení nikdo neodradí. Vehemence, se kterou se drží svých pravidel, je někdy obdivuhodná. Je nutné vysvětlit, že alternativní výživové směry nejsou homogenní skupinou, že některé jsou pro zdraví více, jiné méně příznivé. Avšak z marketingového hlediska se jedná o velký tržní potenciál, na který je vhodné se do budoucna soustředit.

#### **3.1 Vegetariánství**

Vegetariánství je orientace stravování na rostlinou potravu. Tato strava se hodnotí z hlediska zdraví, ekonomiky, ekologie, náboženství a filozofie. Pod tento pojem se zařazuje několik variant výživy.

- totální vegetariáni – vegani – jedí pouze rostlinnou potravu
- fruktariáni – jedí syrové nebo sušené ovoce a oříšky, med a/nebo olivový olej
- laktovegetariáni – konzumují rostlinou potravu, mléko a mléčné výrobky
- laktoovovegetariáni – žádné maso, uzeniny ani ryby laktoovovegetariáni neuznávají. Vejce, mléko a mléčné výrobky konzumují běžně. Nemusí tedy vůbec trpět nedostatkem bílkovin ani vitamínu B12. Tento způsob stravování je problematický v přísunu železa do organismu.
- semivegetariáni – jsou nejmírnější vegetariánskou formou. Je dovoleno jíst ryby a drůbež, mléko a mléčné výrobky i vejce. Jediné, co tito lidé odmítají, jsou tmavé druhy masa a samozřejmě uzeniny. Tento způsob výživy se téměř ztotožňuje se současnými názory na zdravou výživu, je tedy otázka, zda jej vůbec mezi

alternativní počítat. Vzhledem k tomu, že bílé maso obsahuje méně železa než tmavé, je, stejně jako v předchozím případě, vhodné hledat další jeho zdroje nebo použít železo ve formě doplňku.

Z jednotlivých typů vegetariánství pouze laktoovovegetariáni a semivegetariáni představují pro dospělou populaci alternativu správné výživy, přičemž však musí být splněné tyto podmínky:

- dokonalá orientace vegetariánů v potřebě živin a ochranných látek, poznání jejich zdrojů a pravidelné kontroly zdravotního stavu s analýzou biochemických ukazatelů stavu výživy
- tento systém stravování je možný i v těhotenství a období laktace, ale jen při monitorování zdravotního stavu lékařem
- v dětství a při dospívání je rizikový a je možné ho uskutečňovat pouze za individuálních podmínek (Beňo, 2001)

### **3.2 Makrobiotická strava**

Makrobiotická strava není jen způsob stravování, ale hlavně filosofie a výživa je jen jednou její složkou. Je založena na starých čínských tradicích, které byly upraveny v 19. století v Japonsku. Shoduje se s některými buddhistickými filosofickými směry, ale naprosto neodpovídá moderním vědeckým poznatkům. Makrobiotický systém výživy má několik stupňů. Nižší stupně jsou svým složením stravování bližší správné výživě, kdežto vyšší stupně mohou vést k podvýživě a poruchám zdraví, zvláště u dětí. Jídelníček je především založen na cereáliích, zelenině, různých čajích, mořských řasách a sójových výrobcích. Od stoupenců makrobiotiky se očekává, že postupně omezí sortiment potravin a nakonec jejich stravu bude tvořit pouze neloupaná rýže (Čermák, 2002).

### **3.3 Organická, přírodní strava**

Mezi alternativní způsoby výživy patří i konzum „organických“ potravin nebo biopotravin, tj. potravin vyprodukovaných tradičními zemědělskými postupy bez použití agrochemikálií. Zákazníci svým zájmem o tyto potraviny vyjadřují především svou

podporu bezstresovému a humánnímu chovu hospodářských zvířat a ekologickým farmám pěstování zemědělských plodin.

Při jejich výrobě se dává přednost syrovým potravinám, výrobky nemají obsahovat chemické přísady a jen minimum kontaminantů. Takové výrobky jsou většinou dražší. Neklade se důraz na zjišťování, zda je zajištěn optimální přísun všech potřebných živin, na mikrobiologickou kontaminaci a na přirozené toxické složky potravin. Výživová hodnota bioproduktů většinou není zkoumána do takové hloubky jako u konvenčních potravin (Čermák, 2002).

Biopotraviny lze poznat podle grafického znaku BIO na obalu. Také může být uvedeno přímo v názvu potraviny slůvko „bio“ nebo „eko“ nebo údaj o ekologickém, organickém, biologickém nebo přírodním způsobu zemědělské výroby. Takto mohou být označeny pouze potraviny, na které kontrolní orgán vydal osvědčení o biopotravině. Výkonem kontroly nad výrobcí a distributory těchto potravin je zákonem pověřena společnost KEZ, o.p.s. (Kontrola ekologického zemědělství, obecně prospěšná spol.) se sídlem v Chrudimi. Smyslem a cílem této kontroly je zajistit oprávněné zájmy spotřebitelů biopotravin a zajistit ochranu ekologických podnikatelů, výrobců biopotravin a osob uvádějících je do oběhu před nekalou konkurencí ([www.bioline.cz/printvers.html](http://www.bioline.cz/printvers.html)).

#### **4. Výživová doporučení**

Doporučení se mohou týkat celkové populace, určité populační skupiny, nebo mohou být zaměřena na prevenci konkrétního onemocnění.

Výživová doporučení pro celou populaci mohou být vyjádřena více formami:

- slovní doporučení obecnějšího charakteru (Tabulka 1)
- doporučení udávaná v jednotkách potravin (např. standardní porce v potravinové pyramidě – Tabulka 2)
- grafické vyjádření (potravinová pyramida – Obrázek 2, potravinová loď aj.)
- doporučené dávky energie a živin

### Tabulka 1 – Výživová doporučení pro českou populaci

1.	Jezte pestrou stravu.
2.	Udržujte si vhodnou tělesnou hmotnost.
3.	Vybírejte stravu obsahující nízké množství tuku, zvláště živočišného tuku a cholesterolu.
4.	Konzumujte dostatečné množství ovoce, zeleniny a potravin připravených z obilovin.
5.	Omezujte spotřebu cukru.
6.	Omezujte příjem kuchyňské soli.
7.	Přijímejte dostatečné množství tekutin.
8.	Pokud pijete alkoholické nápoje, čiňte tak umírněně.

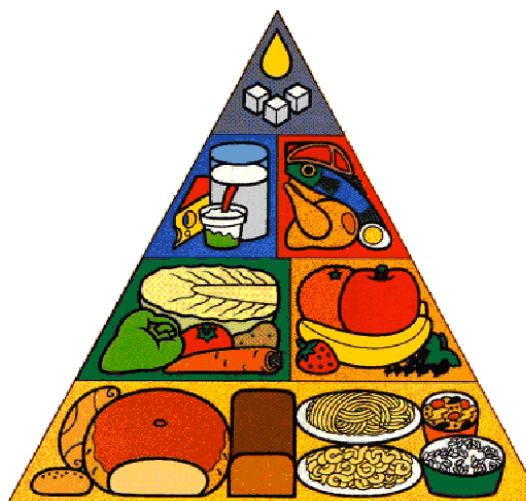
Zdroj: Státní zdravotní ústav

### Tabulka 2 – Standardní porce v potravinové pyramidě

Cukry, tuky: střídmě
Maso, drůbež, ryby, vejce, luštěniny, ořechy: 1 - 3 porce denně 1 porce = 80g masa (po kuchyňské úpravě), 1 vejce, 150–200ml vařených luštěnin
Mléko a mléčné výrobky: 2 - 3 porce denně 1 porce = 250-300ml mléka, 150-200ml jogurtu, 50g sýra
Ovoce: 2 - 4 porce denně 1 porce = 1 jablko, banán, pomeranč (100g), 1 miska drobného ovoce (150-200ml), 250-300 ml neředěné ovocné šťávy
Zelenina: 3 - 5 porcí denně 1 porce = 1 větší mrkev, paprika, rajče, 1 miska salátu (150-200ml), 125g vařené zeleniny nebo brambor, 250-300ml neředěné zeleninové šťávy
Obiloviny: 3 - 9 porcí denně 1 porce = 1 krajíc chleba (60g), 1 rohlík, 150-200ml ovesných vloček, 125g vařené rýže nebo těstovin

Zdroj: [www.med.muni.cz/...](http://www.med.muni.cz/)

### Obrázek 2 – Potravinová pyramida



Zdroj: [www.med.muni.cz/...](http://www.med.muni.cz/)



Zdravá výživa by měla zajímat každého z nás. Když se řekne tento pojem, je možné vysvětlit ho jako dodržování tří základních zásad: přiměřenosti, rozmanitosti a prospěšnosti stravy, kdy cílem je vyloučit či minimalizovat nevhodné stravovací návyky a povýšit příjem vyvážené stravy. Vyvážená, neboli zdravá strava je taková, která upřednostňuje konzumaci nenasycených tuků, vysokomolekulárních sacharidů (vlákniny) a příslušné denní dávky tekutin, ovoce a zeleniny (Moderní obchod,2/2006).

#### **4.1 Zdravá výživa dle jednotlivých složek**

Výživová doporučení se postupně mění podle vědeckých poznatků, což vyvolává určitou nedůvěru jak u laiků, tak u lékařů. Jak je již zmíněno, naše strava má řadu nedostatků: nadměrný energetický příjem, vysokou spotřebu tuků, nesprávnou skladbu tukové dávky, nadměrnou spotřebu cukru a soli, nedostatečný příjem vitamínu C a vlákniny.

##### **4.1.1 Tuky**

###### **Chyby**

Vysoká spotřeba tuků podporuje vznik srdečně cévních nemocí, některých nádorů a vede k nadváze.

###### **Druhy**

*Nasyčené (saturované) tuky*, jejichž nadměrná spotřeba vede ke zvyšování hladiny krevního cholesterolu (LDL cholesterol). Zdroje nasycených tuků jsou převážně potraviny živočišného původu - vepřové, hovězí maso a výrobky z nich (hlavně uzeniny), mléko a mléčné produkty (máslo, šlehačka, sýry, jogurty), ale i rostlinné produkty jako kokosový a palmový olej, čokoláda.

*Nenasycené tuky* s vysokým podílem polyénových a monoénových mastných kyselin - optimální přísun přispívá k normální hladině LDL cholesterolu a zvyšuje hladinu HDL cholesterolu, který je považován za ochranný faktor. Zdroje nenasycených tuků jsou převážně rostlinné oleje (slunečnicový, kukuřičný,

sojový, olivový), rostlinná semena (slunečnice, sezam), ryby (makrely, sardinky, tresky apod.).

### **Opatření**

Základním opatřením je snížit celkovou spotřebu tuků. Část tuků nasycených nahradit tuky nenasycenými, zejména rostlinnými oleji. Hovězí a vepřové maso částečně nahrazovat masy bílými (drůbež, ryby - nejméně 2x v týdnu). Uzeniny omezit na minimum. Z nabídky vybírat drůbeží a libovější uzeniny. Do jídelníčku je vhodné zařadit nejméně 1 bezmasý den v týdnu. Za 1 porci považujeme i 1 vejce. Počet vajec by neměl převýšit 3 až 4 kusy za týden k přímé spotřebě ([www.stripky.cz/nemoci/...](http://www.stripky.cz/nemoci/...)).

### **Rady, doporučené dávky**

- nejvýše 5 porcí denně
- maso, masné výrobky, vejce - průměrná denní spotřeba 100 g je dostatečná
- omezovat: máslo, sádlo, nebo měkké margariny - ne víc než 1 porci denně, pomazánkového másla lze použít 2 porce
- zařazovat: 2 - 3 porce oleje (slunečnicového apod.)
- využívat: neslané ořechy a semena (slunečnicová, sezamová), která jsou i dobrým zdrojem rostlinných bílkovin, minerálů a některých vitaminů

#### **4.1.2 Mléko a mléčné výrobky**

Jsou velmi důležité jako hlavní zdroj vápníku.

### **Rady, doporučené dávky**

- 2 - 3 porce denně, dospívající děti, těhotné a kojící ženy 3 - 4 porce
- zařazovat: nízkotučná a polotučná mléka (méně než 1,5%), nízkotučné sýry (s obsahem tuku v sušině pokud možno pod 30 %), nízkotučné jogurty (s obsahem tuku 2 % a méně %)
- omezovat: smetanu, šlehačku, tučné sýry, smetanovou zmrzlinu apod.; 1 porce = 250 ml mléka, 125 ml jogurtu, 30 - 50 g sýra (vše nízkotučné)

### **4.1.3 Jednoduché cukry**

Cukr je zdrojem tzv. prázdných kalorií. Je pouze energetickým zdrojem a neobsahuje žádné další živiny (vitamíny, minerály).

#### **Chyby**

Nadbytečný energetický příjem vede ke vzniku nadváhy až obezity. Jednoduché cukry se podílí na vzniku diabetu II. typu a vedou ke vzniku zubního kazu.

#### **Opatření**

Cukr a sladkosti jsou návykem. Jejich spotřebu je třeba snižovat postupně.

#### **Rady, doporučené dávky**

- nejvýše 1 - 2 porce vhodných výrobků denně: např. 50g netučného moučnicku (koláč, buchta), cereální tyčinka nebo pečivo (30g), málo sladký pudink, kostička čokolády
- chuť na sladké uspokojovat čerstvým ovocem, eventuelně malým množstvím ovoce sušeného
- vyhýbat se kombinaci tučných a sladkých moučnicků, např. máslovým dortům
- kávu a čaj pokud možno nesladit, případně postupně snižovat množství cukru
- vyhýbat se sladkým nápojům (např. kolové nápoje)

### **4.1.4 Přílohy**

#### **Opatření**

- častěji zařazovat tmavé pečivo a chléb, rýži, těstoviny, vločky, luštěniny a soju do jídelníčku
- všechny tyto potraviny jsou cenným zdrojem zejména složených sacharidů (škrobů) a mají vysokou sytivost
- přílohy samy o sobě nejsou velkým kalorickým přínosem. Kalorie dodávají tuky používané k maštění (máslo, sádlo) nebo tučné smetanové omáčky (s použitím smetany, šlehačky)

- výrobky z tmavé mouky mají vysoký obsah vlákniny, která zlepšuje střevní peristaltiku
- některé druhy vlákniny snižují i hladinu krevního cholesterolu

### **Rady, doporučené dávky**

- 6 - 9 porcí denně
- za 1 porci považujeme: 1 plátek chleba, 1 tmavý rohlík, 1/2 šálku (125ml) vařených brambor, rýže, těstovin, obilovin - vloček, pražených kukuřičných lupínků (Cornflakes)
- upřednostňovat celozrnné výrobky: tmavý celozrnný chléb, dalaňky, tmavé nevaječné těstoviny, vločky, müsli
- vyhýbat se sladkým a tučným výrobkům: různým druhům loupáků, buchtám, koláčům, ale i chipsům, krekerům apod.

### **4.1.5 Sůl**

#### **Chyby**

Nadměrná spotřeba soli vede u citlivých osob ke vzniku vysokého krevního tlaku a s ním spojených komplikací. Protože je obtížné tyto osoby předem rozpoznat, měl by solení omezovat každý.

#### **Opatření**

- doporučuje se nepřekračovat dávku 6g soli denně. Průměrná spotřeba je však u nás kolem 12g. Přitom jen 1/4 se vyskytuje přirozeně v potravinách. Zbytek přidáváme při přípravě, průmyslovém zpracování a dosolování
- podobně jako sladká chuť je slaná také návykem, který lze omezit

### **Rady, doporučené dávky**

- pro potřebu organismu úplně stačí 1 g soli denně
- omezovat solení při kuchyňské přípravě, sůl je možné nahradit používáním vonného koření, česneku, citronu
- vyhýbat se slaným uzeninám, sýrům, krekerům, oříškům

#### **4.1.6 Zelenina a ovoce**

##### **Chyby**

Jíme málo ovoce i zeleniny.

##### **Opatření**

- zelenina a ovoce jsou hlavním zdrojem vitaminů (C,A), minerálů a vlákniny a dalších důležitých látek v naší stravě
- většina druhů zeleniny má jen nízký energetický obsah, takže její spotřebu nemusíme omezovat
- o něco větší opatrnosti je potřeba u ovoce, zejména u sladkých plodů (mají vyšší energetický obsah), který je však daleko menší než u ostatních druhů potravin

##### **Rady, doporučené dávky**

- jíst nejméně 400g ovoce a zeleniny denně
- jíst různé druhy
- dávat přednost syrové popřípadě mražené zelenině
- pro tepelnou úpravu zeleniny využívat dušení v malém množství vody či v páře, eventuelně mikrovlnnou troubu
- k přípravě zeleninových salátů využívat rostlinné oleje, které jsou vhodným zdrojem dalšího z antioxidantních vitaminů - vitaminu E

#### **4.1.7 Nealkoholické nápoje**

##### **Rady, doporučené dávky**

- 1,5 - 2 litry tekutin denně, v dospívání více, a to až 2,5 litru denně
- voda je nejlepším nápojem a to jak z vodovodu, tak balená
- minerální vody s ohledem na vysoký obsah různých minerálních látek (obsah je uveden na etiketě) je vhodné střídat a nekonzumovat vody s vysokým obsahem sodíku

- *nesladké ovocné a bylinné čaje* jsou výhodné. U ovocných a zeleninových (např. tomatových) nápojů (šťávy, džusy), musíme dbát na co nejnižší obsah cukru a obsah přírodní šťávy
- *limonády* často kromě vody obsahují energetická sladidla, proto by jejich konzum neměl být příliš častý
- *kolové nápoje* jsou pro běžné pití nevhodné (mají vysoký obsah cukru - 110 mg/l a kofeinu - 250mg/l), stejně jako *toniky* (místo kofeinu obsahují chinin - 85 mg/l)
- *káva* - většina odborníků se shoduje v tom, že 3 šálky denně zdraví neškodí. Přitom překapávaná káva je vhodnější než "turecká". Avšak kávu nemůžeme započítávat do denního pitného režimu, jelikož tekutiny z našeho těla spíše odvádí.

#### **4.1.8 Alkohol**

##### **Chyby**

Všechny formy alkoholu mohou při pravidelném a nadměrném užívání působit jako jed a droga. Jsou zdrojem tzv. prázdných kalorií, tak jako jednoduché cukry.

##### **Rady, doporučené dávky**

- nepít v průměru víc jak 1 - 2 dávky denně
- za dávku se považuje: 1 malé pivo (330 ml), 1 sklenka (125 ml) vína, 1 malá odlivka (20 ml) destilátu
- výhodné jsou nápoje s nižším obsahem alkoholu, např. nízkoalkoholická piva (s obsahem 2 - 4% alkoholu)

#### **4.1.9 Vitaminové a minerálové preparáty**

##### **Rady, doporučené dávky**

- při zdravé a vyvážené výživě je užívání těchto výrobků zbytečné
- pestrá strava s dostatkem zeleniny a ovoce poskytne našemu organismu potřebné vitaminy a minerální látky v optimálním množství

- žádný preparát nemůže nahradit přirozenou stravu. Zejména proto, že v přirozené stravě, spolu s vitaminy a minerály (obsaženy v ideálním poměru), získáváme i další pro zdraví důležité látky
- tyto přípravky by měly být zařazovány pouze na základě lékařského doporučení, např. v průběhu akutních respiračních onemocnění a v době rekonvalescence ([www.stripsy.cz/nemoci/...](http://www.stripsy.cz/nemoci/))

#### **4.2 Teoretické zásady správné výživy**

Energeticky optimální denní množství potravy je takové, které udržuje normální hmotnost těla. Příjem bílkovin má být 10 – 15 % z denního příjmu energie. Konzumace tuků má tvořit maximálně 30 % denního příjmu energie: z 1/3 nasycených živočišných tuků a z 2/3 rostlinných, ale také rybích tuků (olejů). Žádoucí je příjem cholesterolu do 300 mg. Ten se nachází jen v živočišných potravinách. Sacharidy mají tvořit 55 – 60 % denního příjmu energie. Nejvhodnější jsou komplexní polysacharidy neboť obsahují také vlákninu. Ta má rozpustnou a nerozpustnou formu a jejím zdrojem je pouze rostlinná potrava. Denní potřeba je aspoň 30 g, což znamená 5 až 7 porcí za den ovoce, zeleniny a celozrnných výrobků. Denní příjem alkoholu je třeba omezit na maximálně 30 g (např. 300 ml vína). Potrava se má konzumovat v pravidelných intervalech v průběhu dne ve formě 3 hlavních jídel – snídaně, oběd, večeře – s 1 – 2 menšími porcemi, přičemž energetický příjem se rovnoměrně rozdělí. Potrava se má přijímat v estetické a hygienicky vhodné místnosti, v pokojné a příjemné atmosféře a v dostatečném časovém intervalu (Beňo, 2001).

#### **4.3 Značení na etiketách, klíč pro výběr potravin**

Spotřebitel potřebuje vědět co potraviny obsahují, aby si podle těchto údajů mohl koupit takové potraviny, které mu umožní zvolit zdravou, dobře sestavenou stravu. Pro alergiky je pak mnohem důležitější, aby si byli jisti, že zakoupené potraviny neobsahují potenciálně nevhodné, v některých případech pak i nebezpečné látky. Všechny tyto informace jsou uvedeny na etiketách a obalech.

Prvotním významem označování potravin je nutnost poskytovat spotřebiteli dostatek informací i ochranu. Spotřebitel si tak může zvolit výrobky podle své potřeby ze zdravotních, nebo chuťových důvodů, případně i z důvodů pohodlné přípravy. Výrobce mohou na etiketách uvádět všechny potřebné informace pro spotřebitele, např. o jaký výrobek se jedná, jaké má složení, jakým způsobem a jak dlouho může být skladován, atd. a rozlišit tak své výrobky a svoji značku od jiných značek na trhu.

Výrobce je povinen poskytnout určité informace evropským spotřebitelům, a to buď tiskem na obalu nebo na etiketě připevněné k výrobku. Název pod kterým je výrobek prodáván nesmí být zavádějící. Na etiketě musí být uvedeny údaje týkající se postupu při výrobě (např. zmrazený, v prášku, uzený, ošetřený UHT, koncentrovaný, atd.). Na etiketě musí být uveden název výrobce a jeho adresa. Dále musí být uvedena čistá hmotnost baleného výrobku, a pokud je to nezbytné i návod k přípravě a případně speciální podmínky skladování.

Příspěvky užívané při výrobě mohou zvláště zajímat spotřebitele, kteří se snaží redukovat svoji hmotnost nebo vyžadují speciální diety, případně trpí různými alergiemi. Podle zákona musí být uvedeny všechny použité přísady a to podle množství v sestupném pořadí.

Tato informace je uvedena na etiketě. Podle zákona má být na etiketě uvedeno datum s označením, „nejlepší před“ nebo „spotřebovat do“. Tyto dva výrazy mají různý význam: „Nejlepší před“ označuje „minimální trvanlivost“ nebo dobu, po kterou si výrobek zachovává své specifické vlastnosti, jestliže je správně skladován. Jinými slovy výrobek s prošlým termínem „nejlepší před“, lze stále bez problémů konzumovat, avšak výrobce již neručí za senzorické vlastnosti výrobku (chuti, vůně atd.). Datum „spotřebovat do“ lze nalézt na snadno zkazitelných výrobcích většinou z mikrobiálního hlediska. Může představovat určité nebezpečí, jestliže výrobek není spotřebován v období do uvedeného data. Takové výrobky, např. hotové saláty musí být označeny datem „spotřebovat do“ a po tomto datu se již nesmí prodávat. Výrobce musí navíc uvádět, jak má být výrobek skladován, aby byla zachována jeho čerstvost, např. při jaké teplotě ([www.vupp.cz/czvupp/aktualit/...](http://www.vupp.cz/czvupp/aktualit/)).



#### **4.3.1 Značky kvality**

Mimo obecná pravidla označování potravin existují určité specifické požadavky, které se vztahují buď k určitým typům výrobků nebo výrobním postupům, nebo k zvláštním aspektům výrobku.

Program Česká kvalita přijala vláda České republiky svým usnesením č. 685 ze dne 26. června 2002. Cílem programu je vytvořit jednotný systém, který umožní zviditelnit důvěryhodné a nezávislé značky kvality, ty, které jsou založené na objektivním ověřování kvality výrobků nebo služeb třetí stranou, a vyloučit značky bez vypovídací schopnosti, které jsou jako informace pro spotřebitele pouze zavádějící. Jedním z důležitých společných pravidel všech značek, přijatých do systému Česká kvalita, je rovněž ověřená způsobilost výrobce/poskytovatele služby k dlouhodobému dodržování stability procesů a tím i kvality jeho produktů. Značky přijaté do programu mají právo používat spolu se svým logem i logo programu Česká kvalita, které se tak stane pro spotřebitele orientačním symbolem a potvrzením důvěryhodnosti dané značky. ([www.businessinfo.cz/cz/clanky...](http://www.businessinfo.cz/cz/clanky...)).

#### **4.3.2 Privátní značka**

Většina supermarketů v bojích o zákazníky sází na své privátní značky. Ty jsou i o několik procent levnější než stejné výrobky značkové. Jsou charakteristické jednoduchým obalem s nevýrazným či jednoduchým designem. U zákazníků ale žádnou loajalitu k řetězci nevyvolávají. Privátní značky věrnost nezaručí. Zákazník ji kdykoliv vymění za levnější.

Přestože tuzemský maloobchodní trh je téměř nasycený, lze očekávat další expanzi obchodních řetězců (<http://ihned.cz/1-100...>).

## **5. Trendy ve světě**

Populace v celém vyspělém světě stárne – lidé se dožívají průměrně vyššího věku a v těchto populačních skupinách logicky narůstá výskyt takzvaných civilizačních onemocnění (obezita, cukrovka, kardiovaskulární a nádorové nemoci). Je logické a správné, že se výzkum zaměřuje na vývoj nových druhů potravin, které mají kromě svého sytícího efektu ještě další speciální vlastnosti, které mohou být součástí prevence proti těmto chorobám ([www.stob.cz/view...](http://www.stob.cz/view...)).

### **5.1 Funkční potraviny**

Potraviny, které mají kromě výživové hodnoty příznivý účinek na zdraví konzumenta, se nazývají funkční potraviny. Jsou to potraviny (nikoli kapsle, tablety či prášky) vyrobené z přirozeně se vyskytujících složek. Měly by se konzumovat jako součást denní stravy. Její konzumace ovlivňuje některé pochody v organismu, zejména:

- posiluje přirozené obranné mechanismy proti škodlivým vlivům prostředí
- působí preventivně proti nemocím
- příznivě ovlivňuje fyzický a duševní stav
- zpomaluje proces stárnutí

Funkční potraviny tvoří přechodnou skupinu mezi běžnými potravinami a léky. Jimi však nejsou. Jejich cílem není léčit chorobu ve stádiu jejího propuknutí, ale základním posláním je preventivní působení. Rozdíl mezi funkčními potravinami a léky spočívá i v tom, po jaké době se projeví jejich příznivé účinky. U léků to jsou dny, u funkčních potravin to však mohou být až desítky let.

### **Postoje spotřebitelů**

Západoevropské průzkumy názorů spotřebitelů uvádějí několik zajímavých výsledků. Lidé si uvědomují, že existuje významný vztah mezi výživou a zdravím. Ale současně je většina z nich přesvědčena, že nemusí měnit své stravovací zvyklosti, protože se cítí dostatečně zdraví. Jinými slovy, jedná se obecný problém celé společnosti, nikoli však toho kterého jednotlivce ([www.vyziva.estranky.cz/clanky...](http://www.vyziva.estranky.cz/clanky...)).

## 5.2 Zdraví prospěšné výrobky

V mezinárodní studii provedené na internetu ve 38 zemích světa se společnost ACNielsen ptala spotřebitelů, které z deseti druhů základních zdraví prospěšných potravin kupují. Omnibus – on-line spotřebitelská studie společnosti ACNielsen – se provádí dvakrát ročně a je největší studií svého druhu. V květnu 2005 zahrnovala přes 21 000 respondentů v Evropě, Asii a Tichomoří, Severní Americe, Latinské Americe a Jižní Africe.

Studie se dotazovala respondentů, které z deseti druhů základních zdraví prospěšných potravin kupují:

- oleje a margaríny snižující cholesterol
- fermentované nápoje obsahující „hodné“ bakterie
- jogurty s acidofilní kulturou/probiotické
- sójové mléko
- mléko s přísady/vitamíny
- chléb s přísady/vitamíny
- celozrnné potraviny, výrobky s vysokým obsahem vlákniny
- cereálie s přísady/vitamíny
- ovocné džusy s přísady/vitamíny
- kuchyňská sůl obohacená jódem

I přes celosvětově vysokou informovanost zákazníků existují skupinky lidí, kteří dosud nikdy zdraví prospěšné výrobky nekoupili, nebo o nich ani neslyšeli. Například v Dánsku 94 % dotázaných nikdy nekoupilo sójové mléko ani mléko s přísady či vitamíny, 90 % respondentů nekoupilo kuchyňskou sůl obohacenou jódem. V Jižní Koreji zase 69 % dotázaných vůbec nezná oleje a margaríny snižující cholesterol, nikdy o nich neslyšelo.

Proč někteří lidé záměrně nekupují výrobky propagované jako zdraví prospěšné? Hlavní důvody jsou dva: pochyby o skutečné účinnosti a nepříliš dobrá chuť. V průměru třetina spotřebitelů ve všech regionech nevěří, že tyto potraviny skutečně mají avizované účinky (Moderní obchod, 2/2005).

### **5.3 Nový trend ve stravování**

Z Kalifornie se šíří další móda. K přívržencům nejrůznějších stravovacích zvyklostí přibyli tzv. rawfoodisté – pojídači syrové stravy. Jsou přesvědčeni o tom, že konzumace potravin pouze v jejich přirozené podobě jim pomůže dosáhnout dlouhověkosti, maximální energie, jasné mysli, zbavit se všech chorob a získat krásnou pleť. Vařit jídlo je podle nich nepřirozený proces, při němž dochází k ničení vitaminů, minerálů a enzymů, v důsledku čehož se pokrm stává toxickým. Názory většiny odborníků na výživu jsou však jiné. Tvrdí, že pro zaživací proces je přirozené využívat enzymy, které jsou produkovány tělem, a ne enzymy pocházející z jídla. Na druhou stranu ale uznávají, že stravovat se syrovými potravinami má pro lidské zdraví přínos, a to proto, že to vyžaduje zvýšenou spotřebu ovoce a zeleniny. Ačkoli mnoho druhů zeleniny nám skutečně poskytuje maximální množství živin, za předpokladu, že je jíme v syrovém stavu, jiné druhy zeleniny poskytují více živin, přijímáme-li je vařené ([www.tiscali.cz/wome/...](http://www.tiscali.cz/wome/)).

### **5.4 Názory spotřebitelů**

V popředí zájmu o lidské zdraví jsou potraviny, které mohou negativně ovlivňovat zdraví spotřebitelů. Hlubší poznání činitelů, které ovlivňují výběr potravin může přispívat k postupným změnám stravovacích zvyklostí, což je velice komplexní oblast.

V rámci evropského výzkumu názorů spotřebitelů na potraviny, výrobu a zdraví bylo zjištěno pět hlavních faktorů, které ovlivňují výběr potravin ve všech členských státech EU:

- kvalita a čerstvost (74%)
- cena (43%)
- chutnost (38%)
- snaha po zdravém stravování (32%)
- "co si moje rodina přeje jíst" (29%)

Uvedené hodnoty jsou průměrem hodnot zjištěných ve všech státech EU, které se v jednotlivých zemích podstatně liší.

Ženy, starší osoby a osoby s vyšším vzděláním považují zdravotní aspekty za zvláště důležité. Muži mnohem častěji považují za hlavní faktory ovlivňující jejich výběr potravin "chut' a zvyk". Cena je pak rozhodujícím ukazatelem u nezaměstnaných osob a důchodců.

V rámci téhož projektu popsalo 80 % respondentů zdravou výživu (definovanou jako pestrou a vyrovnanou) takovým způsobem, který prokazoval znalost základních výživových požadavků, což potvrzuje i zlepšení stravovacích trendů. Znalost informací o zdravém stravování se však nemusí nutně projevit v aktivním přístupu k jeho zlepšení. Nezbytná je vůle k zavedení potřebných změn osobního chování. Skutečná snaha změnit své stravovací návyky je však mezi Evropany nízká, neboť 71% respondentů je přesvědčeno, že jejich současná strava je dostatečně zdravá. To znovu potvrzuje, že zásady zdravé výživy nejsou považovány za rozhodující faktor při volbě potravin.

Volba každodenní stravy není založena na individuálních preferencích, ale je řízena a omezována společenskými, kulturními a ekonomickými faktory. Profesionální odborníci v oblasti zdraví a výživy zde mají široké pole působnosti při zavádění změn ve stravovacích zvyklostech různých skupin obyvatelstva ([www.vupp.cz/czvupp/...](http://www.vupp.cz/czvupp/)).

## **5.5 Trendy v ČR**

Hypermarkety a diskonty se stávají nejoblíbenějším místem pro nákupy. V loňském roce do svých sítí přitáhly téměř šedesát procent českých zákazníků, většinou na úkor upadajících supermarketů.

Z průzkumu společnosti Incoma Research vyplývá, že v roce 2005 poklesly preference supermarketů na patnáct procent. Ještě před pěti lety v nich přitom nakupovala téměř třetina zákazníků. Podle odborníků proto nyní musí změnit svou strategii, aby získaly zákazníky zpět. Důležitou roli při nakupování většiny Čechů stále hraje cena zboží, postupně ale zesiluje skupina lidí, pro které „levný nákup“ přestává být prioritou. Nechtějí stát v dlouhých frontách, požadují hlavně kvalitní výrobky. Obchodník, který dokáže nabídnout alternativu v podobě pohodlného nákupu, proto může být úspěšný.

A právě díky „náročným“ zákazníkům, kterých je přibližně 10 %, stále existují malé prodejny, specializované zeleniny či řeznictví, které v centrech měst i přes cenovou konkurenci velkoobchodu nadále prosperují.

Představám zákazníků se začínají pomalu přizpůsobovat i diskontní řetězce. Cena pro ně sice zůstává i nadále prioritou, zlepšují však kvalitu sortimentu a nyní nabízejí například čerstvou zeleninu. Obchodní řetězce začínají vycházet vstříc i movitějším zákazníkům. Mohou např. nabízet na menší ploše luxusnější zboží, např. sushi. Vždy je nutné přizpůsobit se lokalitě (<http://ihned.cz/1-100...>).

## **5.6 Strava a Češi**

Díky větší informovanosti každoročně přibývá zákazníků, kteří dbají na zásady správné výživy. Roste poptávka po nízkotučných výrobcích bez cholesterolu, s vyšším podílem vlákniny, v jejíž spotřebě stále ještě pokulháváme za vyspělejšími západními zeměmi ([www.stob.cz/view...](http://www.stob.cz/view...)).

K smutným primátům české populace patří počet úmrtí na rakovinu tlustého střeva. Do značné míry to souvisí s vlákninovým deficitem v naší stravě. V souladu s celosvětovým trendem se i čeští spotřebitelé stále více orientují na konzumaci obohacených výrobků, zvláště cereálií (Moderní obchod, 2/2006).

Tradiční český jídelníček je konečně na ústupu. Zdá se, že mnohaletým úsilím odborníků v oblasti zdravé výživy a působením masových sdělovacích prostředků jsme si konečně začali uvědomovat, že zdraví prochází žaludkem (MF Dnes, 24.2.2004).

## **5.7 Vliv na zdraví**

Za posledních dvacet let se náš jídelníček výrazně změnil k lepšímu. Nelze však čekat, že by tento trend pokračoval dál. Za změnami stravovacích návyků k lepšímu před několika lety bylo mimo jiné i výrazné zdražení hovězího a vepřového masa a to, že se sem naopak dostaly kvalitní rostlinné tuky, které zde předtím chyběly. Tyto celospolečenské změny narazily na svoje hranice a je nyní už na každém člověku, nakolik bude dbát o svůj vlastní zdravý jídelníček.

Lidé si často pojí doporučení týkající se zdravé výživy s tím, že jde zejména o štíhlou linii, ale tak jednoduché tu není. Příkladem takového zdravotního problému může být např. nedostatek vitamínu C, který se projevuje mimo jiné zvýšenou únavou, praskáním drobných kapilár a cév a také krvácením ze sliznic, například dásní. Typickým člověkem, kterému se nedostává vitamínu C, je totiž osaměle žijící starší muž, který nemá nazbyt peněz, a proto se v jídle spíš odbývá a dopřává si, když už, uzeniny s pečivem, ale nikoli ovoce a zeleninu, protože se mu za ně nechce vydávat peníze, když se jich stejně nenají.

Zdraví Čechů nesvědčí ani stále populárnější fast food. Nejenže je toto jídlo hodně kalorické, ale navíc se při jeho přípravě nezřídka používají mastné kyseliny. Ty přímo poškozují kardiovaskulární systém, tělu navíc škodí i tuky přepálené. Lékaři varují rovněž před oblibou produktů rychlého občerstvení u dětí, mezi nimiž rovněž přibývá obézních a objevují se u nich zdravotní potíže, které dosud trápily jen dospělé (MF Dnes, 24.2.2006).

## **5.8 Změna návyků**

Češi jedí zdravěji, což se začalo příznivě odrážet na jejich zdraví – prodloužila se například střední délka života. V poslední době dávají lidé stále častěji přednost polotovarům a rychlému občerstvení a také doma se vracejí k méně zdravým potravinám. Kupuje se zase více masa i živočišných tuků. Trend pozitivních změn se v podstatě zastavil, a proto lze čekat, že se ani zdraví Čechů nebude dále výrazně zlepšovat. Podrobná studie mapující jídelníček v jednotlivých oblastech republiky sice neexistuje. Chování lidí u stolu lze vyvozovat z výškových a váhových parametrů, které lékaři sledují. Mezi lidmi existují co do stravovacích návyků a nákupního chování velké rozdíly. Lidé v České republice kupují podle nejnovějších údajů Společnosti pro výživu o 91 procent více drůbežího masa, o třetinu více luštěnin a téměř o dvacet procent více jižního ovoce než před deseti lety. Snížila se také spotřeba hovězího a vepřového masa, zato za rok sníme téměř 16 kilogramů vajec, průměrný Evropan jen 12,8 kilogramů (MF Dnes, 24.2.2006).

## **5.9 Český jídelníček**

### **5.9.1 Tři největší změny k lepšímu**

- po celý rok se jí více ovoce a zeleniny
- klesla spotřeba živočišných tuků a červeného masa
- jídelníček se odlehčil, méně se jí klasická česká kuchyně

### **5.9.2 Tři největší chyby**

- stále se jí příliš mnoho uzenin
- stoupá obliba rychlého občerstvení a negativně se projevuje také vliv reklamy na slané i sladké pamlsky
- lidé kupují levné, avšak nekvalitní potraviny, protože je pro ně rozhodující cena (MF Dnes, 24.2.2006)



### **III. Cíl a metodika zpracování**

#### **6. Cíl práce**

Cílem práce je analyzovat vývoj a současný stav stravovacích zvyklostí a odhadnout budoucí tendence. Z této analýzy lze poté čerpat informace pro marketingovou činnost podniků zabývajících se prodejem potravinářských produktů, taktéž pro činnost výzkumu a vývoje. Dále získáme informace o změnách stravovacích návyků, ke kterým došlo v důsledku rozšiřování zdravé výživy v posledním období nebo v návaznosti na uvolnění trhu pro zahraniční kuchyně, např. asijské, jihoamerické, balkánské apod.

S ohledem na dosavadní vývoj se pokusím, jako vedlejší cíl této práce, odhadnout budoucí tendence. Z těchto informací vychází management podniků v potravinářském průmyslu při volbě produktu, který bude prezentovat na trhu, který výrobek ponechá bez investování do promotion, popřípadě o jakém zboží bude uvažovat jako o nahraditelném nebo úplně nerentabilním. Zároveň zanalyzuji spontánní znalost značek některých potravin a nápojů a z těchto výsledků vytvořím doporučení na orientaci promotion obchodníka.

#### **7. Metodika zpracování**

##### ***7.1 Možnosti sledování výživových zvyklostí***

Nejčastěji používané metodiky jsou metoda potravinového frekvenčního dotazníku a metoda energetické a nutriční analýzy zapsaného stravovacího záznamu (jídelníčku). V praxi se dále pro potřeby nutričního monitoringu používají potravinové bilance národního zásobování potravinami s vyjádřením průměrného množství zkonsumovaných potravin nebo jejich skupin, připadajících na jednoho člověka a rok, nebo metody vyhodnocování potravinových rozpočtů v domácnostech či vyhodnocování tzv. potravinového spotřebního koše. Také se můžeme setkat s analýzou odpadků, která je objektivnější a také přesnější než předchozí.

**Tabulka 3 – Nejpoužívanější metody hodnocení příjmu potravy**

Analýza vzpomínaného jídelníčku z uplynulého dne
Analýza několikadenního, průběžně zapisovaného jídelníčku <ul style="list-style-type: none"><li>- s váženými velikostmi snědených porcí</li><li>- s odhadovanými velikostmi snědených porcí</li></ul>
Potravinový frekvenční dotazník
Potravinové spotřební koše v domácnostech
Potravinové bilance na úrovni státu
Analýza odpadků

Zdroj: Müllerová, 2003

Vzhledem k tomu, že cílem této práce je analyzovat stravovací návyky české populace, tedy velkého počtu lidí, je použita metoda potravinové bilance na úrovni státu v kombinaci s výsledky dotazování 246 respondentů z Jihočeského kraje.

## **7.2 Pracovní hypotézy**

### **7.2.1 Stravování české populace směřuje ke zdravé výživě**

Z potvrzení nebo vyvrácení této hypotézy získáme informace pro reklamní činnost podniků, zda se zaměřit na vyzdvižení zdravého života při požívání daných potravin, nebo na vynikající chuť, kde zdraví stojí v pozadí.

### **7.2.2 Tradiční česká kuchyně ustupuje zahraničním**

Po uvolnění trhu vzniklo v České republice mnoho restaurací a podniků, které nabízejí mexická, asijská, italská, řecká a jiná zahraniční jídla, což značně ovlivnilo výběr potravin české populace. Výzkum může potvrdit nebo vyvrátit, že český občan při přípravování pokrmů zkouší nové chutě či volí lehčí jídla během dne, nebo naopak nedá dopustit na tradiční českou kuchyni.

### **7.2.3 *Příchod tzv. rychlého občerstvení změnil stravovací zvyklosti Čechů***

V poslední době se v našich podmínkách začíná rozšiřovat tzv. rychlé stravování, které je moderní a úsporné, ale z výživového hlediska nevhodné. Změna životního stylu s sebou přinesla potřebu rychle se nasytit v krátkém časovém úseku bez ohledu na kvalitu jídla. Formami rychlého stravování jsou zde míněny tato zařízení:

- fast food – kde je sortiment připravován před zraky hostů doplněný nabídkou nealkoholických nápojů
- restaurace typu mauredo a churasco, které nabízejí steaky připravované minimálně na 5 způsobů se studenými nebo teplými omáčkami, vždy doplněné salátem
- minigril nebo pipigril, známé nabídkou kuřat či teplých moučníků
- kebaby a gyrosy, které připravují masa na rotačním grilu
- patisserie – což jsou speciální cukrárny
- lunch restaurace, kde za jednotný poplatek je nabízen výběr z bufetového stolu dle hostovy vlastní volby
- barbecue, v nichž se připravují jídla na roštu nebo rožni před zraky hostů
- pizzerie, které nabízí pizzy k okamžité spotřebě nebo přes pult (Orieška, 1999)

Nakolik se český občan ztotožnil se zahraničním způsobem stravování, popřípadě jestli odmítá či vyhledává podniky s tzv. rychlým občerstvením, objasní vyhodnocení této hypotézy.

### **7.2.4 *Spotřebitelé nemají problém vybavit si značky vybraných druhů potravin a nápojů***

Mnoho obchodníků a potravinářských výrobců vynakládá prostředky na to, aby zjistili, jak propagovat své výrobky a jakým způsobem zaujmout spotřebitele, aby si pamatoval zrovna tu jejich značku. Stručným výzkumem spontánní znalosti značek jednotlivých produktů se pokusím vyvrátit či potvrdit tuto hypotézu.

## IV. Analýza současného vývoje

### 8. Analýza vývoje

#### 8.1 Organizace výzkumu

Výzkum byl prováděn v období od prosince 2005 do března 2006. Bylo rozdáno 300 dotazníků, jejichž návratnost byla 82 %. Výsledky jsou tedy zpracovávány z odpovědí 246 respondentů. Dotazování bylo prováděno písemnou formou podpořenou přibližně z poloviny formou ústní.

Otázky byly zaměřeny tak, aby z nich bylo možné vyvrátit či potvrdit stanovené hypotézy. Jelikož byl tento výzkum prováděn jednorázově, nemám bohužel potřebná data ke srovnání s minulostí. Ta se dají částečně nahradit subjektivní výpovědí respondentů, kdy vzpomínkami porovnávají stravování před pěti lety a dnes. Taktéž dávkování stravy v jednotlivých časových úsecích pro porovnání s doporučenými denními dávkami je pouze orientační.

Skladba dotazovaných byla následující:

- dotazovaných mužů bylo 87, což je 35,37 % z celkového počtu respondentů
- dotazovaných žen bylo 159, což činí 64,63 % z celkového počtu respondentů
- věkové složení bylo následující
  - věk respondenta do 20 let - 79, tedy 32,11 %
  - věk respondenta 21 až 30 let - 49, tedy 19,92 %
  - věk respondenta 31 až 40 let - 49, tedy 19,92 %
  - věk respondenta 41 až 50 let - 32, tedy 13,01 %
  - věk respondenta 51 až 60 let - 31, tedy 12,6 %
  - věk respondenta vyšší než 61 - 6, tedy 2,44 %
- respondenti pocházeli převážně z obcí do 5 000 obyvatel - 102 (41,98 %), 66 respondentů z obcí s počtem obyvatel mezi 5 000 a 50 000 (27,16 %) a 75 dotazovaných (30,86 %) pocházelo z obce do 100 000. Kategorie nad tuto hranici nebyla nabízena, jelikož takové město v Jihočeském kraji, kde byl výzkum prováděn, není.

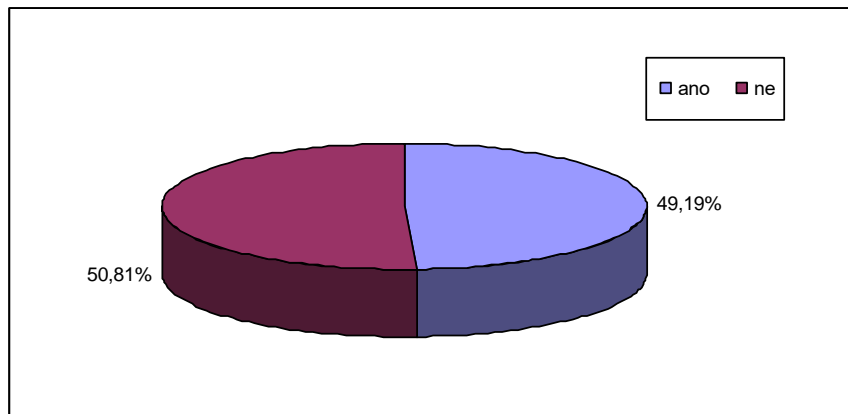
- poslední identifikační otázka rozdělila respondenty do pěti fází rodinného cyklu. 94 z nich, tedy 38,21 %, jsou lidé svobodní bydlící s rodiči. 30, což je 12,20 %, patří do skupiny „rodina bez dětí“. 89 dotazovaných žije v rodině s dětmi, tj. 36,18 %. Sami bez partnera bydlí 27 respondentů, což činí 10,97 % z celkového počtu. 5 dotazovaných uvedlo jinou fázi, a to především přechodné bydliště se spolubydlícími v kombinaci s žitím s rodinou.

## 8.2 Hodnocení dotazníků

### 8.2.1 Otázka č. 1 – Zajímáte se o zdravou výživu?

Úvodní otázka je poměrně jednoduchá a dá se na ni velmi rychle odpovědět bez dlouhého uvažování. Z celkového počtu dotázaných odpovědělo, že se o zdravou výživu zajímá 121 respondentů, což je 49,19 %. Zbýlý počet, tedy 125 (50,81 %) odpověděl záporně.

**Graf 1 – Zajímáte se o zdravou výživu?**



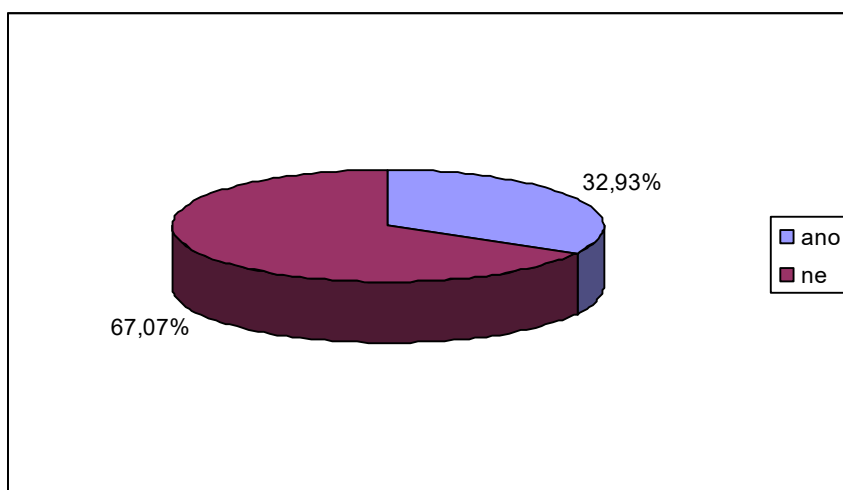
Z uvedených hodnot je patrné, že zájem o zdravou výživu je v regionu méně než poloviční, což vzhledem k novodobým trendům je nedostatečné. Zde by bylo do budoucna potřeba procentuelní zastoupení lidí, kteří se o zdravou výživu zajímají, rozhodně zvýšit.

### 8.2.2 Otázka č. 2 – Myslíte si, že jíte zdravě?

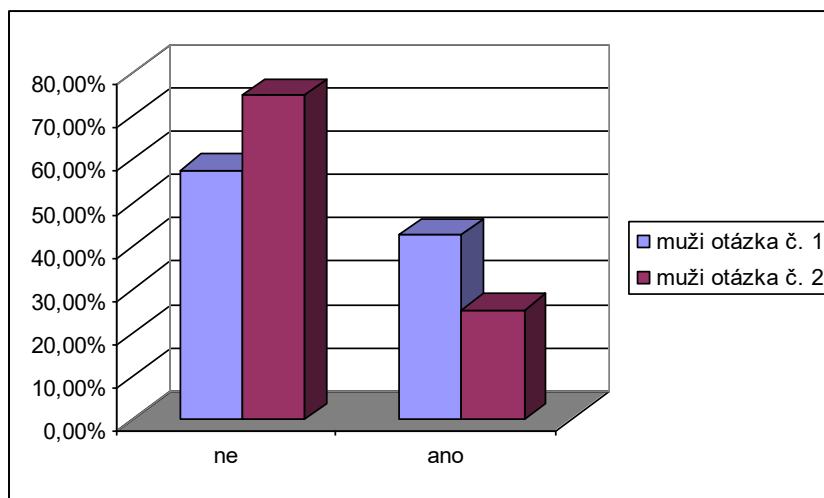
Je důležité rozlišovat zda respondent jeví o zdravou výživu zájem a zda si myslí, že se podle těchto zásad také stravuje. Na tuto otázku rovněž odpověděli všichni respondenti a to v tomto poměru: 81 dotazovaných si myslí, že jí zdravě, což je 32,93 % z celkového počtu odpovědí, a 165 respondentů odpovědělo záporně. Zde je potřeba poukázat na výsledky z předchozí otázky. Nejen že je nedostatečný zájem o zdravou výživu, ale pouze třetina dotazovaných si myslí, že se pravidly zdravého stravování doopravdy řídí.

Důležitý je také pohled na to, jaké je složení mužů a žen, kteří na tuto otázku odpovídali. Z celkového počtu 87 mužů odpovídalo na tuto otázku záporně 74,71 % a kladně 25,29 %. Ženy jsou na tom o něco lépe. Záporně odpovídalo 62,89 % z počtu 159 dotazovaných a kladně 37,11 %. Pokud tyto výsledky porovnáme s předchozí otázkou, kde muži odpovídali ano v 42,53 % a ženy v 52,83 %, rozdíl je nižší u žen. Což znamená, že se více věnují tomu, jak se stravují. Jelikož jsou to právě ony, které potraviny většinou nakupují a rozhodují o jejich složení v rodině, můžeme soudit, že trend zájmu o zdravou výživu se bude rozrůstat.

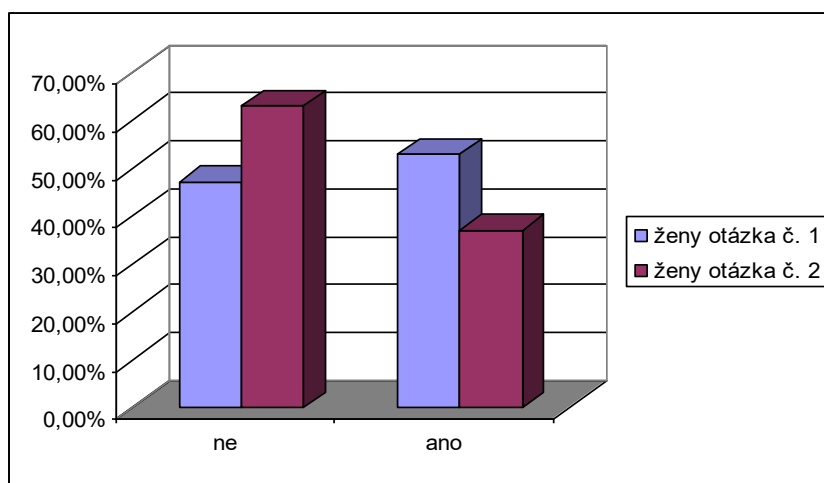
**Graf 2 – Myslíte si, že jíte zdravě?**



**Graf 3 – Vztah mezi otázkou č. 1 a č. 2 – muži**



**Graf 4 – Vztah mezi otázkou č. 1 a č. 2 – ženy**



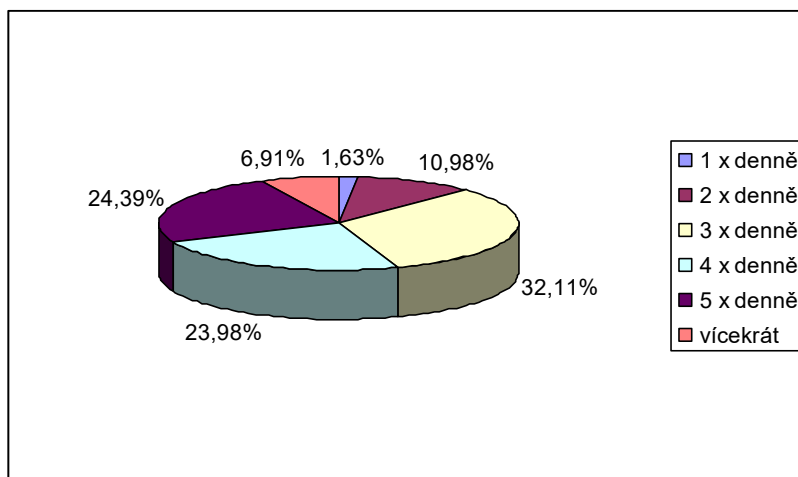
### **8.2.3 Otázka č. 3 – Kolikrát denně se stravujete?**

Základem dotazování je potřeba správně zvolit techniky a celý proces dotazování. Z předchozích dvou otázek víme, že respondenti mají určitý zájem a určitou domněnku o svém stravování. Následujícími otázkami se obojí pokusím srovnat se standardy zdravé výživy a tím porovnat, do jaké míry je jejich sebehodnocení pravdivé či nepravdivé.

Na tuto otázku odpovědělo všech 246 dotázaných, z čehož tvořili 4 (1,63 %) ti, kteří se stravují pouze jednou denně, 27 (10,98 %) dvakrát, 79 (32,11 %) třikrát, 59

(23,98 %) čtyřikrát a 60 (24,39 %) pětkrát denně. 17 respondentů, tedy 6,91 % odpovědělo, že se stravuje ještě vícekrát. Jelikož doporučení uvádí, že je potřeba se stravovat minimálně třikrát denně, většina dotazovaných se řídí zásadami zdravé výživy.

**Graf 5 – Kolikrát denně se stravujete?**

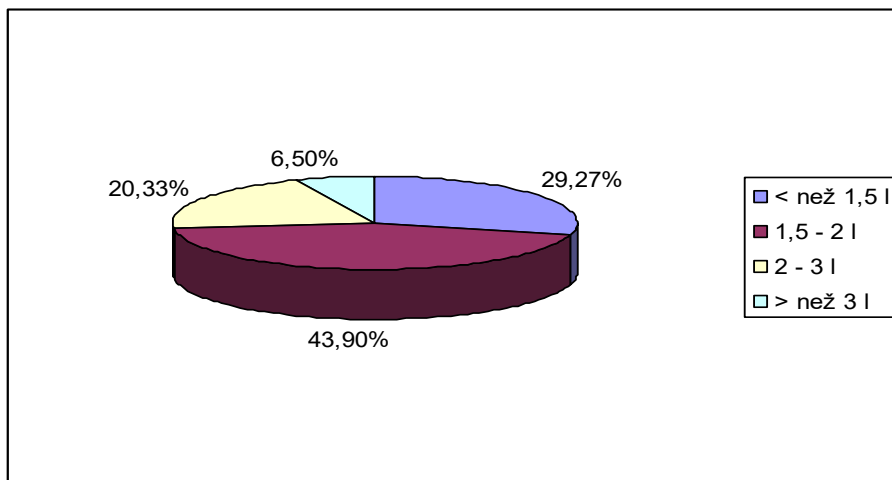


#### **8.2.4 Otázka č. 4 – Kolik litrů tekutin denně vypijete?**

Ke zdravé výživě neoddělitelně patří i doplňování tekutin. Existuje doporučené množství, které je potřeba za den vypít (viz 4.1.7). Dle tohoto doporučení dodržuje správný pitný režim 108 respondentů, tedy 43,90 %, 50 (20,33 %) vypije 2 až 3 litry denně a 16 respondentů, tj. 6,5 %, dokonce ještě více. Na druhou stranu 72 respondentů, což je 29,22 %, nepřekročí hranici 1,5 l tekutin za den.



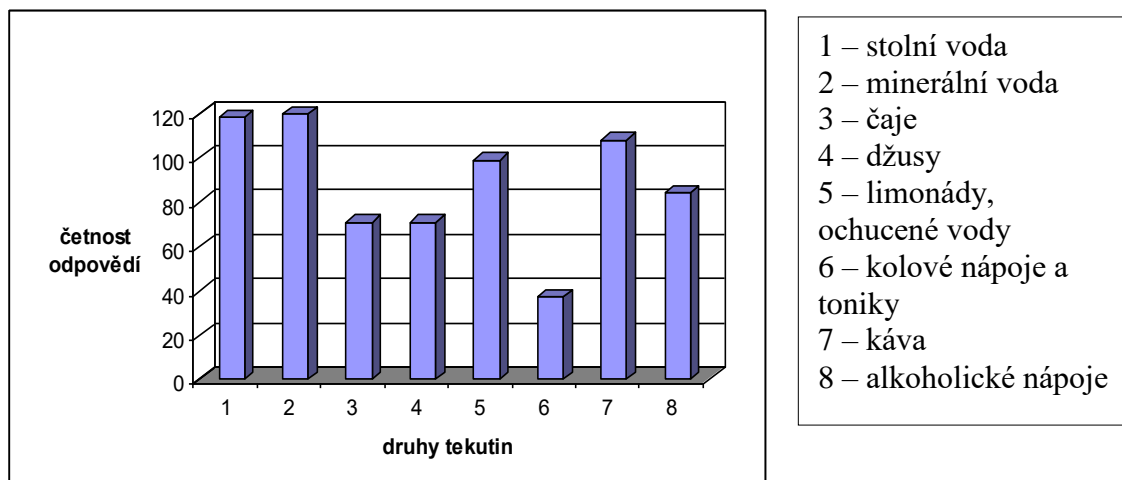
**Graf 6 – Kolik litrů tekutin denně vypijete?**



### **8.2.5 Otázka č. 5 – Jaké tekutiny to zpravidla jsou?**

Vedle množství je také u pitného režimu důležité složení tekutin. Graf 5 ukazuje, že nejvíce respondentů (120, tj. 48,78 %) volí minerální vodu, poté vodu stolní nebo z vodovodu (118, tj. 47,97 %). Mezi tekutiny zdravého stravování nemůžeme započítávat kávu, která se vyskytuje na třetím místě. Je to z toho důvodu, že káva spíše odvodňuje, nežli dodává tekutiny. Uvedlo ji jako součást pitného režimu 108 respondentů, což činí 43,90 % všech dotazovaných. Taktéž alkohol nepatří mezi tekutiny, které bychom mohli považovat za správné. Jako součást pitného režimu ho uvádí 84 respondentů, tj. 34,15 %. Mezi kávou a alkoholem se nachází limonády a ochucené vody v počtu 99 odpovědí (40,24 %). Stejný počet respondentů uvedlo jako součást pitného režimu neslazené ovocné a bylinné čaje a ovocné a zeleninové nápoje. Činí to 28,86 % (71 respondentů). Nejmenší počet odpovědí byl přiřazen kolovým nápojům a tonikům (pouze 37, tj. 15,04 %), což je dozajista pozitivní.

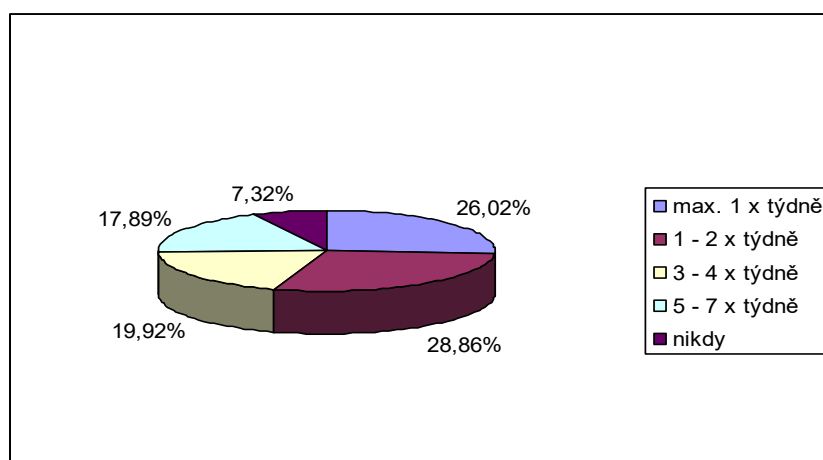
**Graf 7 – Jaké tekutiny to zpravidla jsou?**



**8.2.6 Otázka č. 6 – Kolikrát týdně jíte polévku jako součást jednoho z jídel?**

Tato otázka je zaměřena na zjištění, zda se stále orientujeme na tradiční českou kuchyni, na kterou jsme zvyklí a kde přetrvává názor našich babiček, že polévka je základ. Byla vždy součástí obědů, tedy hlavního jídla dne. Toto stále dodržuje 44 respondentů, což je pouhých 17,89 %. Nejvíce jedí dotazovaní polévku jednou až dvakrát týdně. Na tuto otázku odpovědělo kladně 71 respondentů, tedy 28,86 %. Poměrně velký počet (64, tj. 26,02 %) uvedl, že polévku jako součást hlavního jídla jí maximálně jednou týdně. Třikrát až čtyřikrát týdně odpovědělo 49 respondentů, což je 17,89 % z celkového počtu. Zbytek (18, tj. 7,32 %) uvedl, že polévku nejí nikdy.

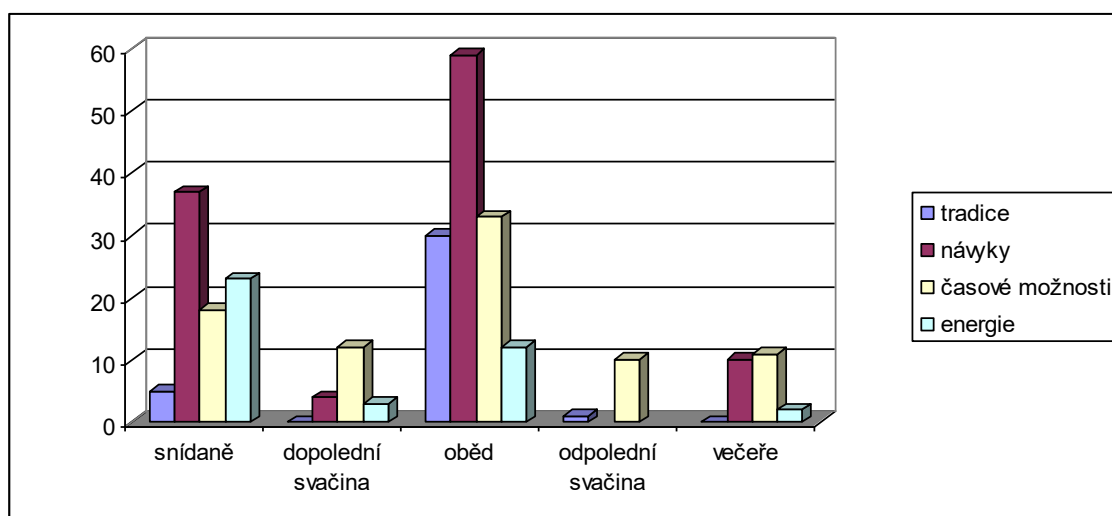
**Graf 8 – Kolikrát týdně jíte polévku jako součást jednoho z jídel?**



### 8.2.7 Otázka č. 7 – Které jídlo během dne považujete za hlavní?

I zde je účelem zjistit vztah k tradiční kuchyni a daným zvykům. Dle nich je hlavním jídlem dne oběd, avšak moderní doba s sebou přináší trendy, které jsou přejímány ze zahraničí, a hlavním jídlem se stává snídaně či večeře. Z výzkumu ale vyplývá, že stále největší počet respondentů (134, tj. 54,47 %) považuje za hlavní jídlo oběd. Činí tak hlavně kvůli návykům, tradicím a časovým možnostem. 83 dotazovaných, tedy 33,74 %, považuje za hlavní jídlo snídani. Zde je vidět vliv moderní doby, protože jako hlavní důvod uváděli kromě návyků velmi často také dodání co největší energie a časové možnosti. Ty jsou také důvodem pro zvolení večeře jako hlavního jídla u největšího počtu respondentů (47,83 % z 23 odpovědí, které činí 9,34 % z celkového počtu dotazovaných).

**Graf 9 – Které jídlo během dne považujete za hlavní?**

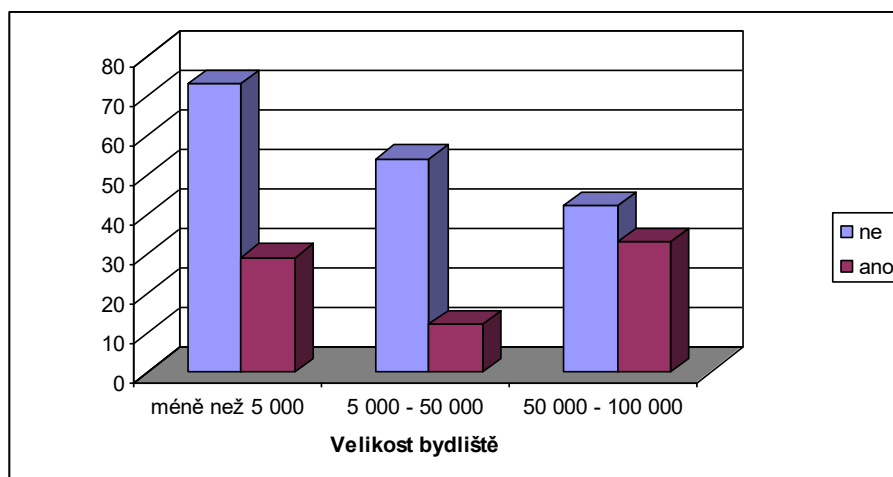


### 8.2.8 Otázka č. 8 – Stravujete se v podnicích s rychlým občerstvením?

Tato filtrační otázka mi umožní vyčlenit ze všech respondentů takové, kteří se stravují v podnicích s rychlým občerstvením. Kladně odpovědělo 74 dotazovaných, což činí 30,08 %, a 3 respondenti otázku nezodpověděli. Zbytek vybral zápornou odpověď a na následující tři otázky neodpovídal.

Zároveň je také zajímavé, že velký vliv na to, zda se v takových zařízeních respondenti stravují, má velikost jeho bydliště. V menších obcích je rozdíl mezi těmi, kdo se takto stravují, a těmi, kteří volí jiné formy stravování, mnohem větší, než ve městě s počtem obyvatel do 100 000. Je to dáno zřejmě dostupností takových zařízení. Záporně na tuto otázku odpovědělo 73 respondentů z malých obcí do 5 000 obyvatel (42,44 % z těch, kteří odpověděli ne), 54 (31,40 %) z obcí s počtem obyvatel od 5 000 do 50 000 a 42 respondentů (24,42 %) z obcí do 100 000. Kladnou odpověď volilo 29 dotazovaných (39,19 %) z malých obcí, 12 (16,22 %) z obcí do 50 000 obyvatel a 33 (44,59 %) z měst do 100 000 obyvatel.

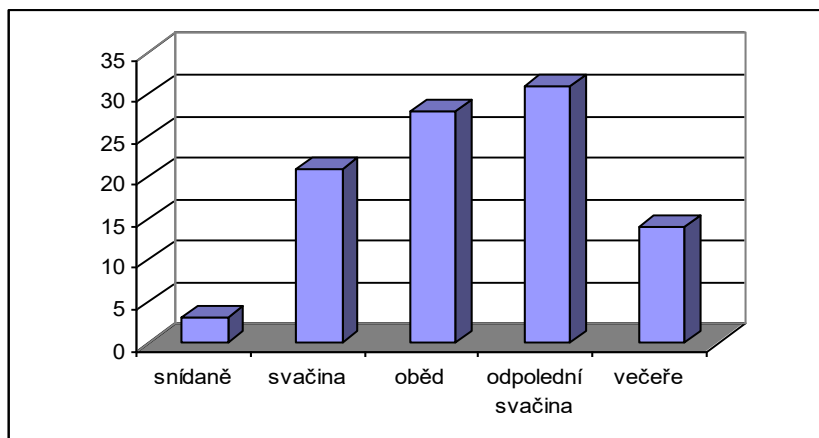
**Graf 10 – Stravujete se v podnicích s rychlým občerstvením?**



### 8.2.9 Otázka č. 9 – Které jídlo tím nahrazujete?

Je velmi důležité z hlediska posouzení stravovacích zvyklostí, jaké jídlo během dne nahrazují dotazovaní produkty rychlého občerstvení. Z celkového počtu 72 respondentů, kteří na tuto otázku odpovídali, uvedli pouze 3, tj. 4,17 %, že takto nahrazují snídani. 29,17 %, tedy 21 dotazovaných, vyhledává tento typ zařízení během dopolední svačiny. V době oběda se takto stravuje 28 respondentů, což je 38,89 % z celkového počtu odpovědí. Nejvyšší zájem mají tázání o rychlé občerstvení v době odpolední svačiny. Tuto možnost vybralo 31 respondentů, tedy 43,06 %. Večeři takto nahrazuje pouze 14 dotazovaných, tj. 19,44 %.

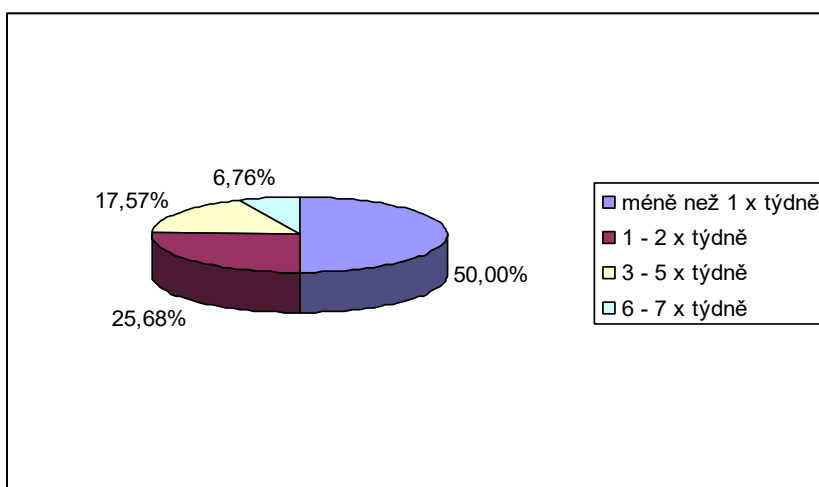
**Graf 11 – Které jídlo tím nahrazujete?**



### 8.2.10 Jak často se takto stravujete?

Abychom mohli posoudit, do jaké míry změnil příchod tzv. fast foodů stravovací návyky české populace, měli bychom znát, jak často se takto stravují. Z celkového počtu dotazovaných odpovídalo na tuto otázku 74 respondentů, 37, tedy 50 %, uvedlo, že se takto stravuje maximálně jednou týdně. 19 respondentů (25,68 %) vyhledává taková zařízení jednou až dvakrát týdně. Třikrát až pětkrát týdně se takto stravuje 13 dotazovaných, což je 17,57 %. Pouze 5 respondentů, tedy 6,76 %, využívá produkty rychlého občerstvení téměř každý den.

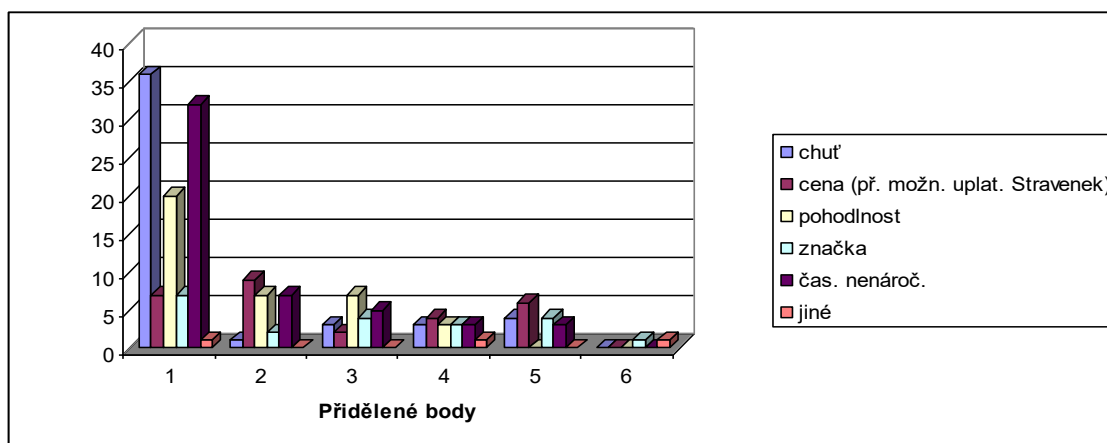
**Graf 12 – Jak často se takto stravujete?**



### 8.2.11 Otázka č. 11 – Jaké důvody vás k tomu vedou?

Velmi důležité je znát důvody chování spotřebitelů při výběru a nákupu zboží, produkty rychlého občerstvení nevyjímaje. Respondentům byly nabízeny kategorie, do nichž rozdělovali body od 1 do 6, kdy 1 bylo nejvíce. První možnost, tedy chuť, získala nejlepší průměrné ohodnocení, což je 1,68 bodu. Na druhé pozici byla nejčastěji uváděna časová nenáročnost s průměrným hodnocením 1,76 bodu. Dalším důvodem pro rychlé stravování byla pohodlnost s hodnocením 1,81 bodu. 2,75 bodu získala cena a nejméně respondenti hledí na značku a ohodnotili ji 2,90 body. Pouze 3 dotazovaní mají k volbě tohoto typu stravování ještě jiné důvody, ale ty bohužel ani v jednom případě nevedli. Průměrné hodnocení bylo u této kategorie 3,67 bodu.

**Graf 13 – Jaké důvody vás k tomu vedou?**

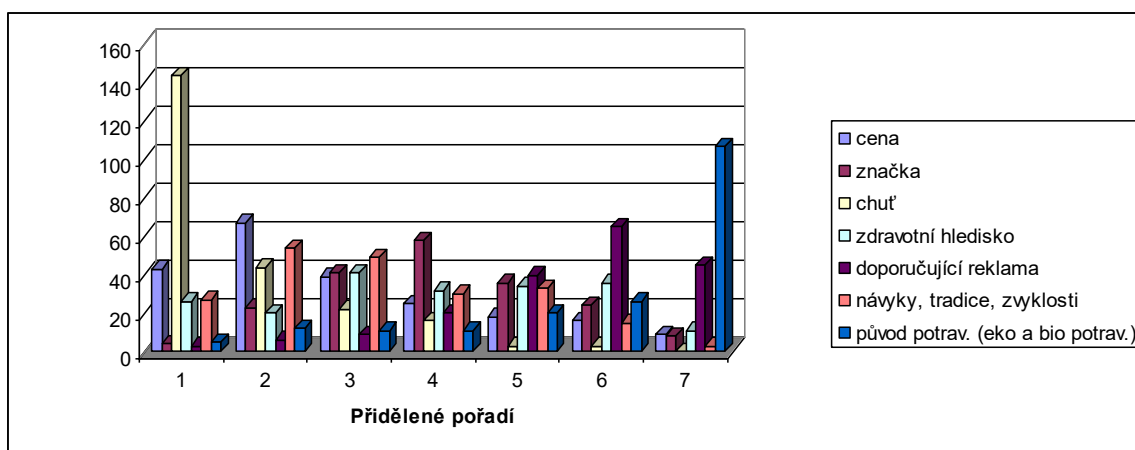


### 8.2.12 Otázka č. 12 – Čemu se věnujete při výběru potravin?

Stejně jako u předchozí otázky bylo i zde nabízeno několik kategorií na výběr. Respondenti měli přiřazovat pořadí od 1 do 8, kdy 1 bylo opět nejvyšší. Na tuto otázku odpovídali všichni dotazovaní. Nejlepší ohodnocení získala rovněž chuť, a to v průměru 1,7 bodů. Na druhém místě je pro spotřebitele v Jihočeském kraji cena s průměrným hodnocením 2,96. Mezi prvním a druhým umístěním vidíme poměrně velký rozdíl. To znamená, že chuť je jednoznačně nejdůležitější a další důvody se již zřejmě liší. Další

v pořadí jsou návyky, tradice a zvyklosti z rodiny s 3,21 bodu. Dále se nachází zdravotní hledisko s 3,9 body. Na pátém místě je pro respondenty značka s průměrným hodnocením 4,07. Oproti předchozímu je zde vidět pouze nepatrný rozdíl. Můžeme tedy soudit, že tato dvě kritéria jsou téměř stejně hodnoceny. Oproti tomu doporučující reklama s 5,49 body a původ potraviny (zda je to biopotravina, apod.) s 5,79 body jsou pro většinu dotazovaných téměř bez významu. Jiné důvody nebyly uvedeny, tudíž se osmá pozice nevyskytuje.

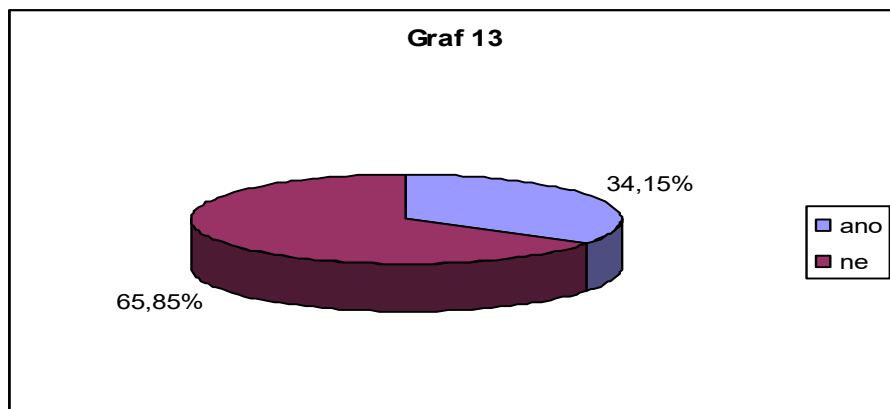
**Graf 14 – Čemu se věnujete při výběru potravin?**



**8.2.13 Otázka č. 13 – Myslíte si, že se toto pořadí změnilo v průběhu 5 let?**

Abychom zjistili změnu oproti minulému období, je důležité porovnat data z předchozí otázky s daty z následující. Na tu ovšem odpovídali pouze ti, kteří na otázku č. 13 odpověděli kladně. Bylo to 84 respondentů, tedy 34,15 % z celkového počtu dotazovaných. Zbytek (162, tj. 65,85 %) uvedl zápornou odpověď.

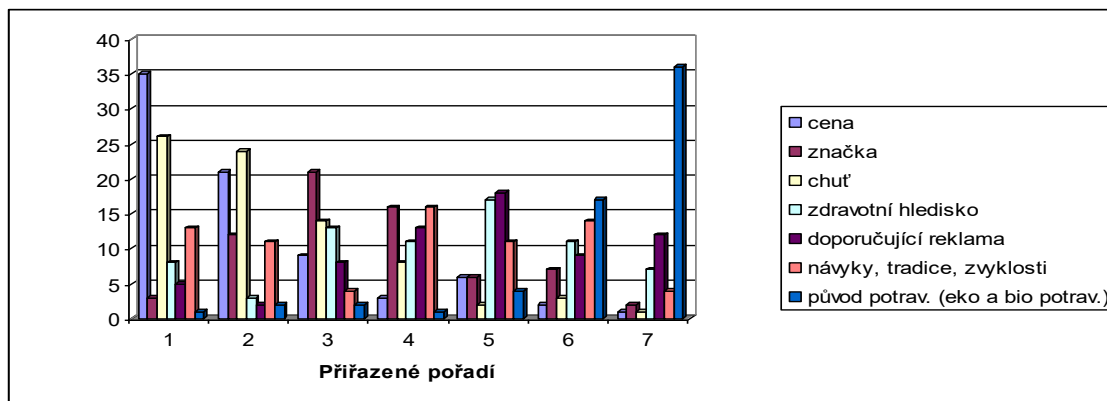
**Graf 15 – Myslíte si, že se toto pořadí změnilo v průběhu 5 let?**



**8.2.14 Otázka č. 14 – Odhadnete, čemu jste dával/a přednost před těmi 5 lety?**

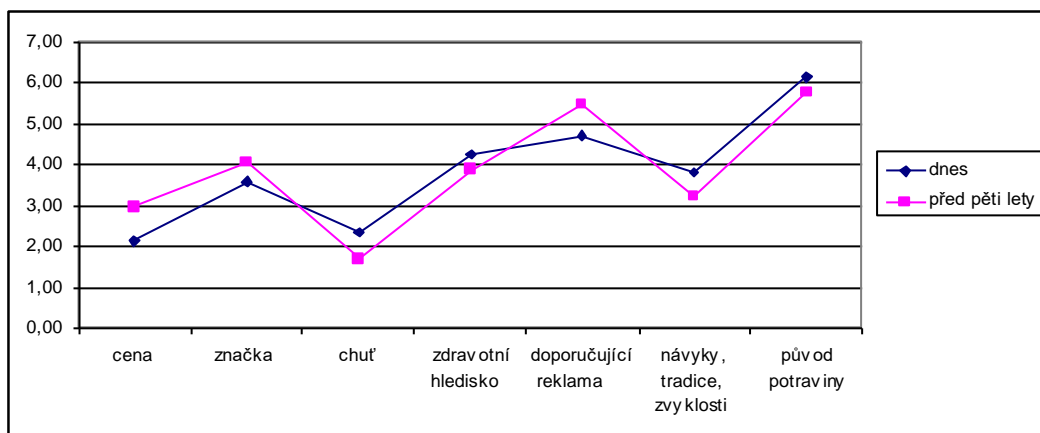
Před pěti lety byla pro respondenty nejdůležitější cena. Přiřadili jí průměrně 2,14 bodu při stejném rozdělení jako u otázky č. 12. Oproti minulému období si výrazně polepšila chuť, jelikož před pěti lety by jí dotazovaní ohodnotili v průměru 2,35 body. Nečekaně si pohoršila značka, která by se dříve nacházela na třetím místě. Respondenti se oproti minulosti dnes více vrací k tradicím a návykům, které by před pěti lety byly na čtvrté pozici, i když s průměrným hodnocením horším, tedy 3,81 bodu. Pátou pozici zaujímá zdravotní hledisko. Je to pouze odhad, ale můžeme soudit, že se dnes na toto kritérium již hledí mnohem více. Pohled na doporučující reklamu a původ potravin se nezměnil. Obojí se nachází na stejné pozici jako dnes i před pěti lety, i když průměrné hodnocení se u původu potravin zlepšilo a doporučující reklama si pohoršila.

**Graf 16 – Odhadněte, čemu jste dával/a přednost před těmi 5 lety?**





**Graf 17 – Srovnání průměrného hodnocení**



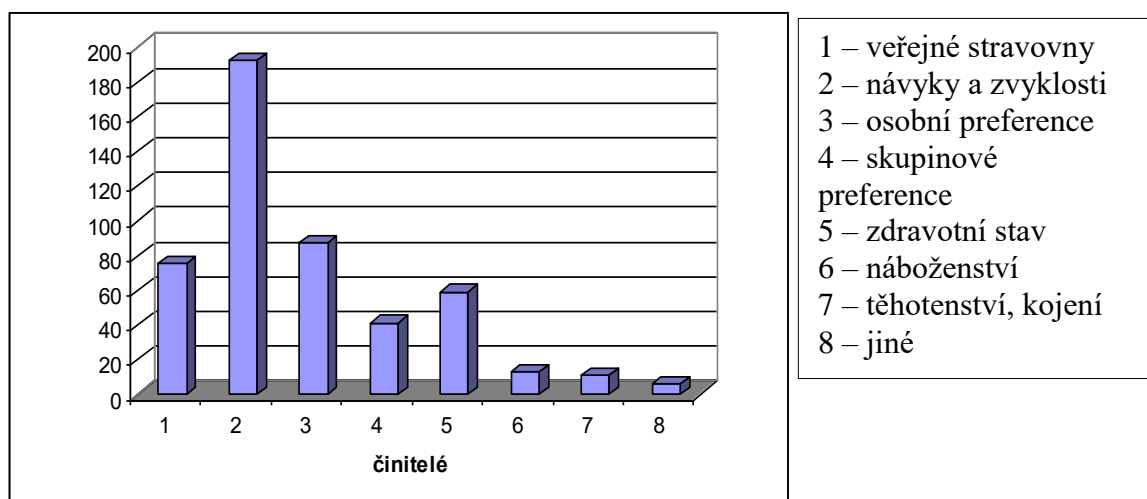
### 8.2.15 Otázka č. 15 – Kdo nebo co nejvíce ovlivňuje to, co jíte?

Na tuto otázku odpovídalo 245 respondentů, z nichž 192, tedy 78,37 %, ovlivňují při výběru jídel návyky z rodiny. Díky tomuto můžeme soudit, že tradice a zvyklosti jsou nejdůležitějším kritériem. Dalším důležitým faktorem, který ovlivňuje chování jednotlivce jsou osobní preference potravin, či určité přesvědčení, jako např. vegetariánství apod. Tímto se při výběru řídí 87 dotazovaných, tedy 35,51 %. 75, což je 30,61 % z celkového počtu respondentů, uvedlo jako významný činitel veřejné stravovny. 59 dotazovaných, tedy 24,08 %, je ovlivňováno svým zdravotním stavem. 41, tj. 16,73 %, nechává na sebe působit skupinové preference. Náboženství při výběru ovlivní 13 konzumentů, což je 5,31 %. 11 respondentů (4,49 %) uvedlo, že na jejich výběr má vliv těhotenství, popřípadě kojení. Jiná kritéria uvedlo 6 dotazovaných, tj. 2,45 %. V pěti případech to byla cena, jednou respondent neupřesnil, o jaké činitele se jedná.

Na chování spotřebitele má vliv fáze rodinného cyklu (McCarthy, F. J. - Perreault, W. D.). Ta by měla ovlivnit to, čím se respondent řídí při výběru. Zajisté se jinak chová rodina s dětmi a jinak dospělý svobodný člověk žijící sám. Nám ovšem výsledky výzkumu ukazují, že všechny fáze se při výběru nejvíce řídí návyky a zvyklostmi z rodiny. Nejvíce je jimi ovlivněna tzv. „rodina bez dětí“, a to 86,67 % respondentů z této skupiny. Také se velmi řídí osobními preferencemi jednotlivých potravin, či určitým přesvědčením. Činí tak 53,33 % z nich. Nejméně se návyky řídí lidé žijící sami bez partnera, tedy 62,96 % dotazovaných. Ti se spíše stravují ve veřejných stravovnách.

Těmi se nechá ovlivnit 37,04 % respondentů, kteří se nacházejí v této fázi rodinného cyklu.

**Graf 18 – Kdo nebo co nejvíce ovlivňuje to, co jíte?**



**8.2.16 Otázka č. 16 – Jak často a v jakém množství se ve vašem jídelníčku vyskytují následující potraviny?**

Tato otázka slouží k porovnání stravovacích návyků respondentů s výživovými doporučeními. Veškeré hodnocení je pouze orientační, jelikož dotazovaní neměli k dispozici přesné rozdělení porcí a informace byly zaznamenávány pouze vzpomínkovou metodou. Potraviny byly rozděleny do 9 skupin – první se nachází v nejnižším patře potravinové pyramidy a jsou to cereálie, rýže, těstoviny a tmavé pečivo. Další skupinou je zelenina, poté ovoce, což se obojí nachází ve druhém patře. Mléko, mléčné výrobky, maso a masné výrobky jsou ve třetím patře potravinové pyramidy a měly by se konzumovat ve dvou až třech porcích denně. Další skupinou jsou smažená jídla a čokoláda, které by se v našem jídelníčku měly vyskytovat jen výjimečně. Vitaminové a minerálové preparáty jsou při zdravé a vyvážené stravě zbytečné, avšak mohou nastat případy, kdy jsou do výživy jedince zařazovány na základě lékařského doporučení. Další skupinou jsou ořechy a rostlinné oleje, které jsou zdrojem nenasycených tuků, a měly by se v jídelníčku vyskytovat 2 až 3krát denně.

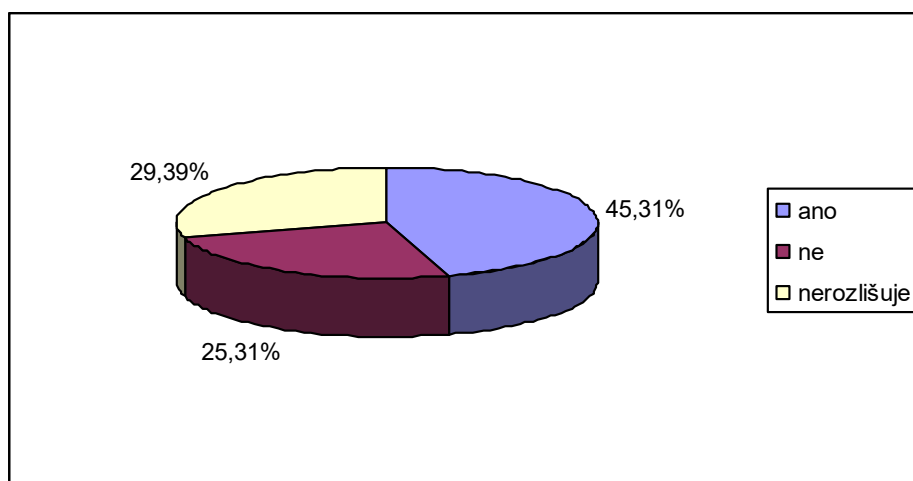
Vejsce by se měla konzumovat maximálně 4 za týden, ryby bychom měli naopak zařazovat do stravy častěji, jelikož jsou zdrojem vitamínů a minerálních látek.

Odpovídalo celkem 245 respondentů. Jak jsem již zmiňovala, porovnání je pouze orientační. Nejčastěji dotazovaní jedí ovoce, mléko, mléčné výrobky a maso. Také zelenina tvoří součást každodenní stravy. Potraviny z první skupiny jsou taktéž uváděny v průměru alespoň jednou u každého respondenta. Méně často dotazovaní jedí čokoládu a smažená jídla, přesto bychom měli jejich spotřebu ještě více omezit. Také vitaminové a minerálové preparáty netvoří součást každodenní stravy, avšak pouze 57 z nich, tedy 23,26 %, je vůbec neužívá. Dále jedí dotazovaní vejce v množství menším, než jedno denně, což je podle doporučení správné. Ořechy a rostlinné oleje bychom mohli zajistit do jídelníčku přidat. Totéž platí i u ryb, které se vyskytují v jídelníčku v nejmenším množství, dokonce 33 respondentů, tj. 13,47 %, je vůbec nejí. To dozajista není povzbudivé. To i proto, že podle Českého statistického úřadu je spotřeba ryb v České republice od roku 1997 konstantní (Příloha A).

#### **8.2.17 Otázka č. 17 – Preferujete potraviny, které mají pozitivní vliv na váš zdravotní stav?**

Další důležitou otázkou pro posouzení, jestli se stravovací zvyklosti přibližují zdravé výživě, je, zda respondenti preferují pozitivně působící potraviny, či nikoli, nebo je vůbec nerozlišují. 111 dotazovaných vybralo kladnou odpověď, což je 45,31 % z 245, kteří na tuto otázku odpovídali. 62 respondentů, tedy 25,31 %, tyto potraviny nepreferuje a 72 (29,39 %) je vůbec nerozlišuje. To dozajista není pozitivní.

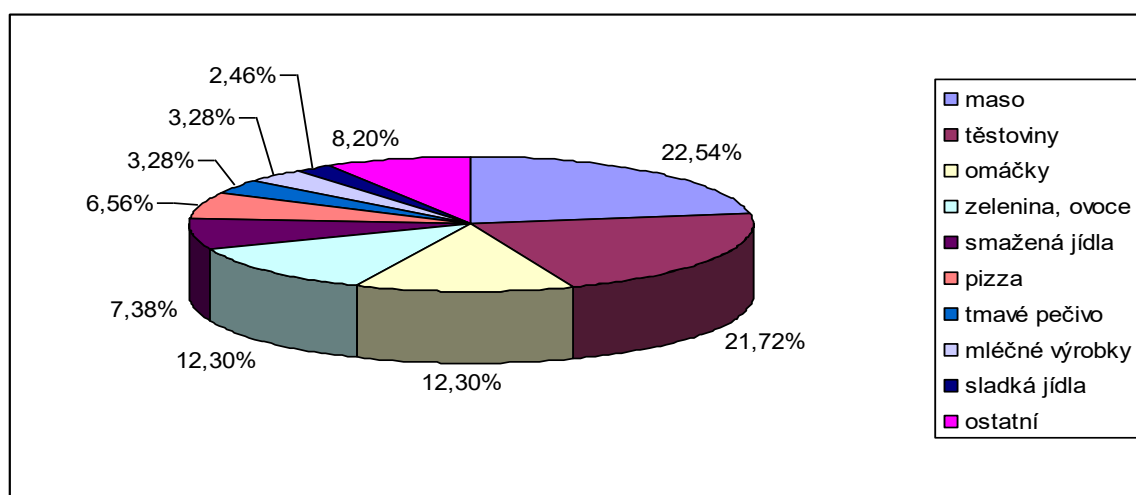
**Graf 19 – Preferujete potraviny, které mají pozitivní vliv na váš zdravotní stav?**



### 8.2.18 Otázka č. 18 – Co nemůže chybět ve vašem jídelníčku?

Tato otevřená otázka by měla dopomoci k tomu, abychom posoudili, zda česká tradiční jídla jsou mezi prvními jmenovanými co se oblíbenosti týče a pokud ne, která jsou na jejich místě. Jelikož nebyla nabídnuta žádná možnost odpovědi, uváděli respondenti mnoho různých druhů jídel. Nejmenovanější bylo maso, speciálně kuřecí, a to v 55 případech, tj. 22,54 %. Dle tohoto můžeme soudit, že česká kuchyně, která je známá velkou spotřebou masa, stále patří mezi velmi oblíbené. Dále nejčastěji uváděli dotazovaní těstoviny (53, tj. 21,72 %), z toho hlavně špagety. Zde je zřejmé, že oblíbenost italské kuchyně roste. České omáčky s knedlíky nemohou chybět v jídelníčku 30 respondentů (12,30 %), a to především svíčková na smetaně. Stejně často byla jmenovaná zeleninová jídla a ovoce. 18 respondentů, tedy 7,38 %, uvedlo jako nejoblíbenější smažená jídla, do kterých jsou zařazeny i řízky, či hranolky. 16 tázaným, tj. 6,56 %, nesmí chybět v jídelníčku italská pizza. 8 respondentů, což je 3,28 %, si nedokáže představit být bez tmavého pečiva a stejný počet bez mléčných výrobků. Sladká jídla jsou oblíbená u 6 respondentů, tj. u 2,46 %. Zbytek dotazovaných (20, tj. 8,20 %) uváděl různá jídla, která se nedala přiřadit k určitým skupinám a tak by nám nepomohla vyvodit jakýkoli závěr z této otázky. 2 respondenti neodpověděli vůbec.

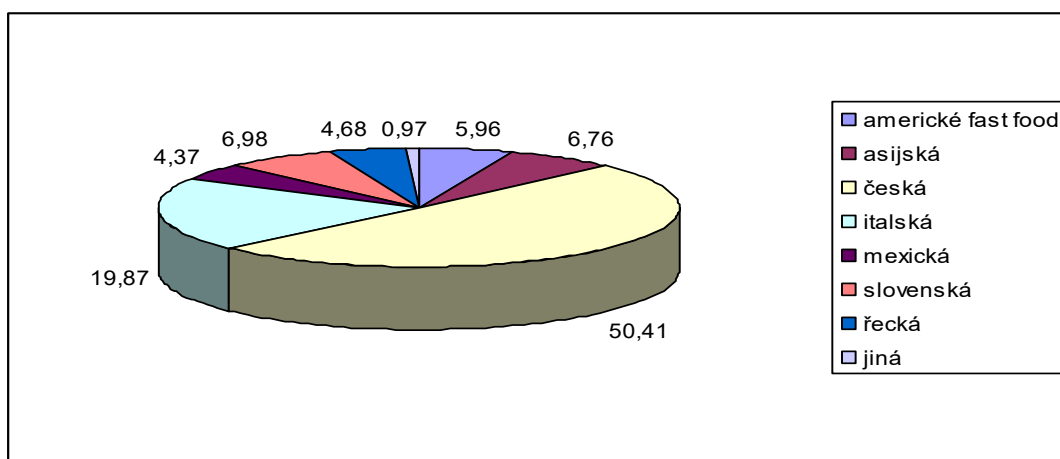
Graf 20 – Co nemůže chybět ve vašem jídelníčku?



### 8.2.19 Otázka č. 19 – Která kuchyně je vám nejbližší?

Tato otázka je velmi podobná té předchozí. Také nám pomůže buď vyvrátit, nebo potvrdit hypotézu č. 2. Respondentům bylo nabízeno 7 základních kuchyní, mezi něž měli rozdělit 100 % dle oblíbenosti. Nejlepší průměrné hodnocení měla česká kuchyně, a to 50,41 %. Narůstá ovšem zájem o jiné, mezi které patří největším dílem italská (hodnocení 19,87 %). Další, jež respondenti hodnotili průměrně 6,98 %, je slovenská kuchyně. K ní je velmi blízko kuchyně asijská (6,76 %). Americké fast food získalo 5,96 %, řecká jídla 4,68 % a mexická 4,37 %. Zbýlých 0,97 % přiřadili respondenti kategorii jiné, a to především francouzské kuchyni. 4 dotazovaní na tuto otázku neodpověděli.

**Graf 21 – Která kuchyně je vaše nejoblíbenější?**

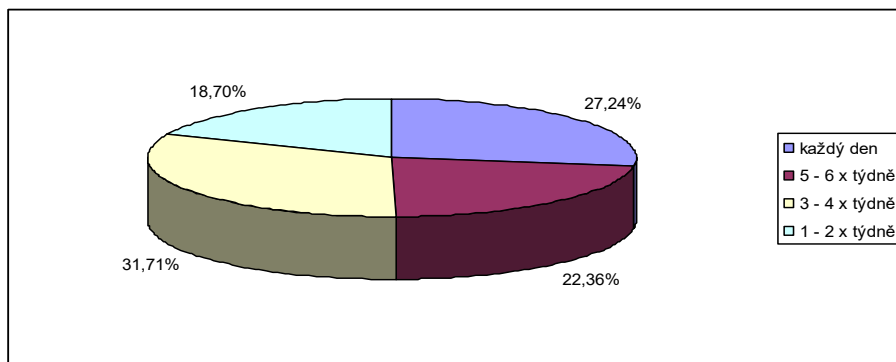


### 8.2.20 Otázka č. 20 – Jak často se vyskytuje ve vašem stravování ta s nejvyšším počtem procent?

Nejvíce respondentů (78, tj. 31,71 %) odpovídalo, že se stravují jídly své oblíbené kuchyně třikrát až čtyřikrát týdně, 67 dotazovaných, tj. 27,24 %, každý den a 55, což je 22,36 %, pětkrát až šestkrát týdně. Pouze jednou nebo dvakrát týdně si dopřeje svoji oblíbenou kuchyni 46 dotazovaných, tedy 18,70 %. Toto nám dokazuje, že pokud

preferujeme určitá jídla, dopřáváme si je většinu dní v týdnu. To souvisí rovněž s otázkou č. 12, kde je zřejmé, že při výběru potravin se řídíme hlavně chutí.

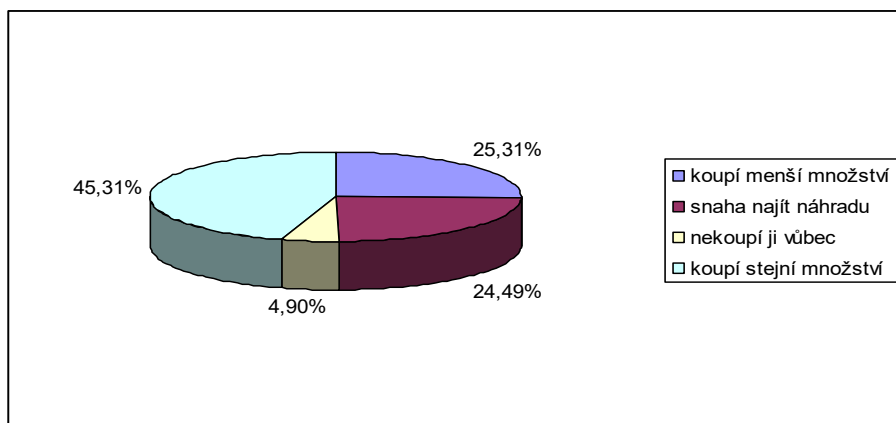
**Graf 22 – Jak často se u vás vyskytuje ta s největším počtem procent?**



**8.2.21 Otázka č. 21 – Jakým způsobem reagujete u svých oblíbených potravin nebo oblíbené značky na zvýšení ceny?**

Odpovědi zde rovněž souvisí s otázkou č. 12. Cena je velmi důležitá pro většinu respondentů, avšak v souvislosti s oblíbenými potravinami nebo značkou se cenou dotazovaní téměř nezabývají. 111 z nich, což je 45,31 %, při zvýšení ceny nereaguje a kupuje stejné množství. 62, tj. 25,31 %, koupí své oblíbené potraviny méně a téměř stejné množství (60, tedy 24,49 %) se snaží najít takovou, která by ji nahradila. Pouze 12 dotazovaných, což je 4,90 %, ji nekoupí vůbec. Jeden respondent na tuto otázku neodpověděl.

**Graf 23 – Jakým způsobem reagujete na zvýšení ceny?**



### **8.2.22 Otázka č. 22 – Na jakou značku si v souvislosti s potravinami vzpomenete?**

Z odpovědí na tuto otázku můžeme soudit, jaká promotion je účinná. Potraviny a nápoje byly rozděleny do 9 základních skupin podobného charakteru. První kategorií byly cereálie, rýže, těstoviny a pečivo. Nejčastěji si respondenti vzpomněli na značku Zátkovy těstoviny, a to v 54 případech, což je 26,87 % z celkového počtu dotazovaných, kteří odpověděli na tuto kategorii. V tiskové zprávě firmy GfK Praha je uvedeno, že je nejčastěji spotřebovávanou značkou těstovin u nás. Na cereálie Emco si vzpomněli respondenti v 38 případech, tj. 18,91 %. 32, tedy 15,92 %, si vybavilo těstoviny Panzani. 19, což je 9,45 %, si vzpomnělo na Pekárny Srnín. To je zajiště dáno především lokalizací marketingového výzkumu. 13 dotazovaných, tj. 6,47 %, si vzpomnělo na značku Nestlé. Zbylých 40 dotazovaných, kteří na tuto kategorii odpovídali, uváděli maximálně 10krát se opakující značku, tudíž jsem je do seznamu nejmenovaných nezahrnula.

Druhou skupinu potravin tvoří zelenina a ovoce. Zde byla spontánní znalost značek mnohem jednotvárnější. Nejčastěji si respondenti spojovali tuto kategorii se značkou Chiquita. Ta byla první společností, která dala banánům obchodní značku. Z celkového počtu 122 dotazovaných, kteří na tuto skupinu odpovídali, tak učinilo 81,15 %. 8 respondentů (6,56 %) si vybavilo značku sterilované a zmrazené zeleniny Bonduelle. Stejný počet si vzpomněl na jablka Golden, která však nejsou obchodní značkou, ale pouze odrůdou. Zbylých 7 respondentů, kteří na kategorii odpovídali, uváděli maximálně 2krát se opakující značku, tudíž jsem je opět do seznamu nezahrnula.

Třetí skupina se nazývá „káva, čaje a nápoje“. Na tuto kategorii odpovídal největší počet respondentů, tedy 230, avšak do seznamu nejmenovaných jsem zahrnula pouze ty, které byly zmiňovány více než 10krát. Jedná se především o značku Nescafé, na níž si vzpomnělo 46 dotazovaných, tj. 20 %. 30, tedy 13,04 %, si vybavilo značku Pickwick. 26 respondentů (11,30 %) si spojilo tuto skupinu s kávou Jacobs. Na Tchibo si vzpomnělo 21 dotazovaných, tedy 9,13 %. 10, což je 4,35 %, zmínilo značku čajů Lipton. Nejčastěji jmenovaným nealkoholickým nápojem kromě čaje a kávy je Dobrá voda, která se nachází již pod hranicí 10 respondentů.

Další skupinu tvoří mléko a mléčné výrobky. Z celkového počtu 215, kteří na tuto kategorii odpovídali, si vybavilo 51,63 % značku Madeta. 17 respondentů, tj. 7,91 %, si vzpomnělo na firmu Jihočeské mlékárny, a. s. a Danone. 13 dotazovaných (tedy 6,05 %) zmínilo značku OLMA. Nad hranici 10 respondentů se dostala i značka jogurtů Jogobella (5,12 %). Zbýlých 60 dotazovaných si vybavilo takové značky mléka či mléčných výrobků, které se poté neopakovaly více než 10krát a do seznamu nebyly opět zahrnuty.

Pátou kategorií je maso a masné výrobky. Nejčastěji si respondenti vzpomněli na společnost Antoni CZ, a to v počtu 79 ze 182 odpovědí, což je 43,41 %. 24 respondentů, tedy 13,19 %, si spojilo s touto skupinou společnost ZŘUD – Masokombinát Písek. Na Masozávod Krahulčí a Kostelecké uzeniny si vzpomnělo 19 dotazovaných na každý, tedy po 10,44 %. 15 respondentů, tj. 8,24 %, uvedlo značku Vodňanské kuře. Zbytek odpovědí nebyl minimálně 10krát opakován.

Šestou skupinu tvoří čokoláda a cukrovinky. Z celkového počtu 246 respondentů jich odpovědělo na tuto otázku 229, tedy 93,09 %. Z nich 53,71 % (123) spojilo s touto kategorií značku ORION, 24,02 % (55) Milku a 9,17 % (21) Opavii. Stejný počet dotazovaných uvedl značky Figaro a Nestlé. Obojí po 12 respondentech, tj. 5,24 %. 6 odpovědí připadá na ty, které nebyly jmenovány více než 5krát.

Do sedmé skupiny byly zařazeny pochutiny. Nejčastěji vzpomenutá byla značka Bohemia Chips, a to v počtu 144 respondentů ze 196 odpovědí. To je 73,47 %. 26 dotazovaných, což činí 13,27 %, jmenovalo Lay's a 19, tedy 9,69 %, uvedlo značku Chio. 7 respondentů uvedlo značku, která se nevyskytovala více než 5krát. Ty opět nebyly do seznamu zahrnuty.

Osmou skupinou je koření, sušené polévky či jiné polotovary. Největší počet respondentů si vzpomněl na značku Vitana. Učinilo tak 122 dotazovaných z 213, kteří na tuto kategorii odpovídali, tj. 57,28 %. Další často zmiňovanou značkou bylo Kotáni, a to v 34 případech, což činí 15,96 %. Téměř stejný počet uvedl Knorr (31 dotazovaných, tj. 14,55 %). Na značku Maggi si vzpomnělo 18 respondentů, tedy 8,45 %. Ostatní uváděli takové, které se neopakovali více než 5krát.

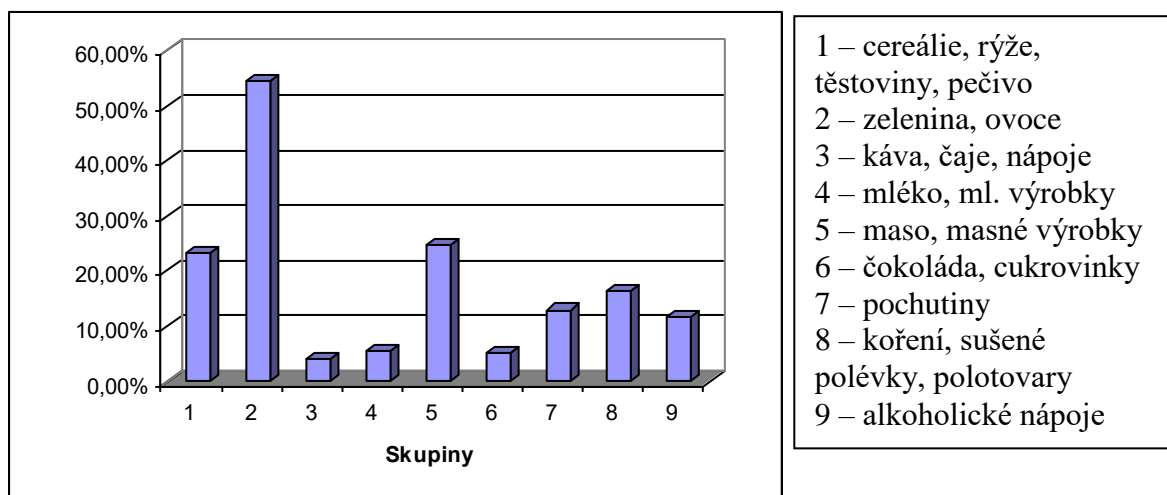


Poslední kategorií jsou alkoholické nápoje. Vzhledem k široké nabídce takových produktů na trhu a zájmu spotřebitelů o značky jsem v tomto případě volila do seznamu těch nejmenovanějších odpovědi opět ty, které se opakují více než 10krát. Z celkového počtu 214 respondentů, kteří u této skupiny uvedli značku, se nejčastěji objevovalo pivo Budweiser Budvar (56, tj. 26,17 %), Gambrinus (41, tj. 19,16 %) a Pilsner Urquell (18, tj. 8,41 %). Na čtvrtém místě byla jmenovaná vodka Boris Jelzin, a to v 17 případech, což je 7,94 %. Zbýlých 82 odpovědí nepřekročilo stanovenou hranici opakování.

### 8.2.23 Otázka č. 23 – U které z těchto skupin vám činilo největší problém vzpomenout si?

Skupiny jsou rozděleny tak, aby bylo možné posoudit, u jakého charakteru potravin činí respondentům problém rozlišit značky. Může to být z mnoha důvodů, avšak jejich zkoumání není náplní mé diplomové práce. Vybrala jsem 3 základní kategorie, které činily respondentům největší potíže. Na první pozici je zelenina a ovoce, a to u 131 dotazovaných, tj. 54,58 % těch, kteří odpovídali. Další potraviny, u kterých se nehledí na značku, jsou masné výrobky a maso. Vzpomenout si činilo problémy 59, tedy 24,58 %. Na třetím místě si respondenti nejhůře vybavovali značku cereálií, rýže, těstovin a pečiva. To dělalo potíže 56, což je 23,33 % respondentů.

**Graf 24 – Které skupiny činili největší problém si vzpomenout?**

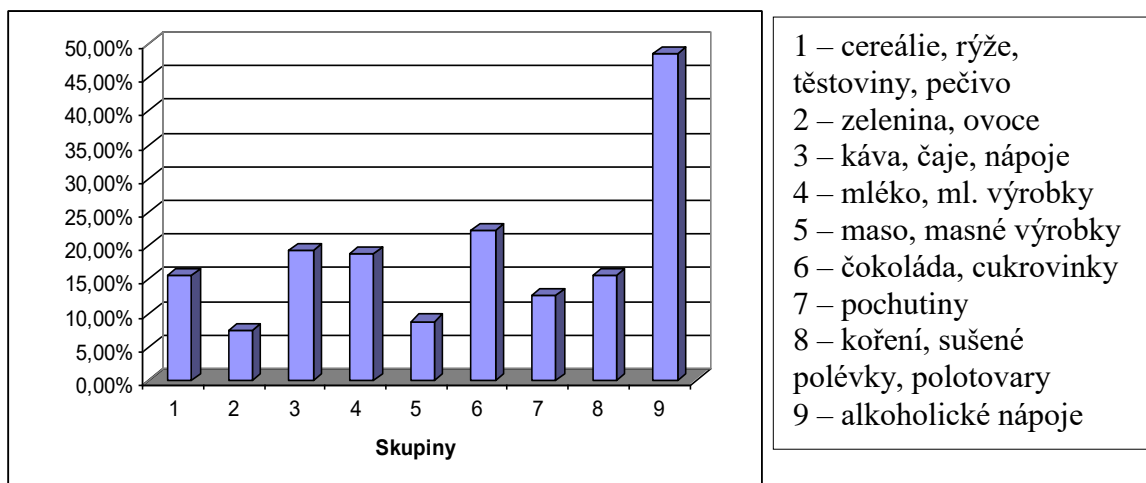


### 8.2.24 Otázka č. 24 – Která z nich vám činila nejmenší potíže?

Opačným pohledem na předchozí otázku je tato. Můžeme se poté soustředit na kategorie, kde spotřebitelé na značku hledí a snadno si ji vybaví. Je výhodné sledovat promotion takovýchto značek a jimi se řídit.

I zde jsem vybrala pouze ty nejsnáze vzpomenuté. Nejvíce dotazovaných si vybavilo značku alkoholických nápojů, speciálně piva. Z 239, kteří na tuto otázku odpovídali, to bylo 116, tedy 48,54 %. Na druhé pozici se nachází kategorie čokoláda a cukrovinky, na níž si vzpomnělo bez potíží 53 respondentů, tj. 22,18 %. Třetí a čtvrté umístění je téměř se stejným počtem odpovědí. Značku kávy, čaje či nealkoholického nápoje si bez problémů vybavilo o jednoho respondenta více (46, tj. 19,25 %) než značku mléka a mléčných výrobků (45, tj. 18,83 %).

**Graf 23 Která z nich vám činila nejmenší potíže?**



## **8.3 Hodnocení hypotéz**

### **8.3.1 Stravování české populace směřuje ke zdravé výživě**

K vyhodnocení této hypotézy jsem použila výsledky z některých otázek z provedeného výzkumu v kombinaci s daty z Českého statistického úřadu a doporučeními pro zdravou a vyváženou stravu.

Z provedeného marketingového výzkumu vyplývá, že ženy se věnují své životosprávě více než muži, a to i zájmem, i skutečným dodržováním zásad zdravé výživy. Ovšem nejen pohlaví hraje roli v pohledu na stravování. Souhrnně můžeme říci, že zájem ve společnosti je velmi různorodý.

Dle doporučení by měl člověk jíst minimálně třikrát za den, vypít 1,5 až téměř 3 l denně a složení stravy i tekutin by mělo být pestré a vyvážené. Dle provedeného výzkumu se lidé věnují téměř všem zásadám zdravé výživy, a to i přesto, že na počátku uváděli opačné informace. Ovšem je nutné podotknout, že spotřeba některých druhů potravin by se měla vyvíjet jiným směrem. Například u ryb, které jsou pro náš organizmus velmi prospěšné, je v posledních osmi letech spotřeba téměř konstantní. To je dozajista negativní jev, který bychom se měli pokusit změnit a ryby zařazovat do jídelníčku častěji. Podobně jsme na tom se spotřebou zeleniny, která dle Českého statistického úřadu od roku 1999 výrazně klesá. Na druhou stranu ve spotřebě alkoholických nápojů bychom měli prosazovat opačné tendence a jejich požívání omezovat.

Z hlediska posouzení této hypotézy je třeba věnovat pozornost také výběru potravin a jeho vývoji v čase. Před pěti lety byla pro respondenty marketingového výzkumu nejdůležitější cena. Senzorické vlastnosti potravin byly dříve na druhé pozici. Dnes je tomu naopak, a to pravděpodobně z toho důvodu, že lidé jsou bohatší a za potraviny jsou ochotni utratit více finančních prostředků. To potvrzují i výsledky výzkumu, ze kterých můžeme soudit, že, v souvislosti s oblíbenými potravinami, se zvýšením ceny respondenti téměř z 50 % nezabývají. Lidé se také vrací k tradicím a zvyklostem z rodiny, což je trend opačný, než by se předpokládalo. Jak je uvedeno v literární části této práce, z výzkumů vyplývá, že ženy, starší osoby a osoby s vyšším

vzděláním považují zdravotní aspekty za důležité. Muži mnohem častěji za hlavní faktory ovlivňující výběr potravin pokládají „chuť a zvyk“. Vzhledem k tomu, že výzkum byl prováděn v regionu, kde si lidé potraviny nejen nakupují, ale také získávají z vlastních zdrojů, zdravotním hlediskem či původem potravin se řídí daleko méně respondentů v poměru k celé české populaci, i když oproti období před pěti lety došlo k nárůstu zájmu.

Velmi důležitý je také pohled na to, kdo nebo co ovlivňuje výběr potravin. Kromě již jmenovaných návyků a zvyklostí, či osobních preferencí jednotlivých potravin, může být člověk pod vlivem jiných faktorů. Zajisté by bylo vhodné presentovat zásady zdravé výživy např. ve veřejných stravovnách, které mají na respondenty výzkumu poměrně silný vliv. Zdravotní stav dotazovaných (např. diabetes, alergie apod.) také velmi působí na výběr potravin, avšak snaha o prosazení určitých zásad by mohla být poněkud obtížná, jelikož tito lidé nemohou kvůli svým nemocem konzumovat některé zdravé druhy potravin, např. ovoce, mléko apod. Mnohem lépe by se dalo působit na skupinové preference, jimiž se nechá ovlivnit téměř pětina dotazovaných. Ovšem na chování spotřebitele má vliv rovněž fáze rodinného cyklu, ve které se nachází. Jinak jedná člověk žijící bez partnera a jinak rodina s dětmi.

Faktorem, který z marketingového hlediska poskytuje poměrně velké možnosti, jsou potraviny pozitivně působící na zdravotní stav jedince. Čtvrtina respondentů takové potraviny nepreferuje, ale více než 29 % je pouze nerozlišuje. Téměř polovina dotazovaných je vyžaduje, což je zajisté pozitivní vzhledem k celkovému počtu těch, kteří se o zdravou výživu zajímají.

Toto jsou hlavní důvody pro vyvození závěru, že *hypotézu lze potvrdit*.

### 8.3.2 Hypotéza č. 2 - Tradiční česká kuchyně ustupuje zahraničním

Po uvolnění trhu vzniklo v České republice mnoho restaurací a podniků, které nabízejí mexická, asijská, italská, řecká a jiná zahraniční jídla, což značně ovlivnilo výběr potravin české populace.

Česká kuchyně se vytvářela, tak jako jiné národní kuchyně, hlavně na základě přírodních a klimatických podmínek. Náš jídelníček se různě vyvíjel podle krajů, zvyklostí a surovinové dostupnosti. Hlavním jídlem je sytý oběd skládající se z více chodů. Jedním z nich byla vždy polévka. Typicky česká jsou vařená masa s omáčkami a knedlíky. Vídeňský řízek, který zavedl až císař František Josef I., získal takovou oblibu, že zůstal v českém jídelníčku dodnes.

Z marketingového výzkumu vyplývá, že každodenní součástí jídla zůstává polévka pouze u 7,32 % respondentů. Více než polovina z nich ji kombinuje s dalším chodem maximálně dvakrát týdně. Již z tohoto můžeme soudit, že tradiční kuchyně ustupuje. Avšak dalším důvodem pro potvrzení této hypotézy je to, že dle návyků považují respondenti za hlavní jídlo oběd, ale téměř třetina dotazovaných se řídí časovými možnostmi během dne a volí jako hlavní jídlo také snídani či večeři. I zde je vidět trend doby a vliv zahraničí.

Tradiční česká kuchyně však stále zaujímá v oblíbenosti prvenství. Narůstá ovšem podíl oblíbenosti jiných, mezi které patří největším dílem italská. To potvrzují i výsledky otevřené otázky, která se týkala nejoblíbenějšího jídla. Téměř čtvrtina respondentů nemůže postrádat maso a stejný podíl italské těstoviny či pizzu. Je také zřejmé, že český jídelníček se stává zdravějším a do popředí se dostává i zelenina, ovoce a tmavé pečivo. Naopak tolik oblíbená sladká jídla, jakými jsou např. ovocné knedlíky, zůstávají nepostradatelná pouze u 2,46 % respondentů.

*Proto lze potvrdit, že tradiční česká kuchyně ustupuje zahraničním.*

### **8.3.3 Hypotéza č. 3 - Příklad tzv. rychlého občerstvení změnil stravovací zvyklosti Čechů**

V poslední době se v našich podmínkách začíná rozšiřovat tzv. rychlé stravování, které je moderní a úsporné, ale z výživového hlediska nevhodné. Změna životního stylu s sebou přinesla potřebu rychle se nasytit v krátkém časovém úseku bez ohledu na kvalitu jídla. Formami rychlého stravování jsou zde míněny zařízení, která jsou uvedena výše (viz 7.2.3). Pro účely výzkumu byl vybrán pouze jeden druh takového zařízení, jelikož je nejvíce v povědomí obyvatelstva a nevyžadoval žádné další popisy. Tím zvoleným je fast food, kde je sortiment připravován před zraky hostů doplněný nabídkou nealkoholických nápojů. Tento způsob je známý především z americké kuchyně.

Při zamýšlení se nad stravovacími návyky je třeba vzít vždy v úvahu celodenní typický jídelníček. Jedno jídlo tvořené ze sortimentu zařízení s rychlým občerstvením se na zdravotním stavu negativně neodrazí. Sníme minimálně 1000 jídel do roka a záleží tedy na každodenní typické stravě: jaké živiny, v jakém poměru a v jakém množství v jídelníčku převažují. Žádná potravina v přiměřeném množství není nebezpečná. Díky výbornému marketingu řetězců, které mohou investovat do reklamy velké množství financí oproti „výrobcům a prodejnám zdravé výživy“ dochází u některých lidí k pravidelným a častým návštěvám restaurací tohoto typu. Z hlediska výživového představuje toto občerstvení většinou nadměrný příjem živočišných tuků v podobě nevhodných technologických postupů většinou ve formě smažení. Z hlediska zdravé výživy nepaří rychlé stravování mezi kladně působící činitele.

Z výsledků je patrné, že se takto stravuje necelá třetina respondentů. Avšak pokud bychom takové výsledky chtěli vztáhnout na celou českou populaci, musíme opět poukázat na jejich zkrácení v důsledku zaměření výzkumu na užší geografickou oblast. Významná je totiž nabídka takovýchto produktů. Je zřejmé, že díky snadné dostupnosti provozoven s tzv. rychlým občerstvením ve větších městech je těch, kteří tento způsob stravování vyhledávají, mnohem více, než se jeví z tohoto marketingového výzkumu.

Největší zájem je o tyto produkty v době odpolední svačiny, tedy v době mezi 14:30 a 15:30. Během polední přestávky se takto stravuje téměř 40 % dotazovaných.

Avšak toto je jen jeden úhel pohledu. Je nutné také zjistit, kolikrát týdně jsou takováto zařízení vyhledávána. Z marketingového výzkumu vyplývá, že polovina spotřebitelů tak činí maximálně jednou do týdne. Respondenti, kteří se v takovýchto zařízeních stravují, preferují hlavně chuť produktů, časovou nenáročnost a odůvodňují své konání pohodlností.

Toto jsou hlavní důvody k tomu, abych tuto *hypotézu taktéž potvrdila*.

#### **8.3.4 Hypotéza č. 4 - Spotřebitelé nemají problém vybavit si značky vybraných druhů potravin a nápojů**

Mnoho obchodníků a potravinářských výrobců vynakládá prostředky na to, aby zjistili, jak prosazovat své výrobky a jakým způsobem zaujmout spotřebitele, aby si pamatoval zrovna tu jejich značku. Zanalyzovala jsem jejich tedy spontánní znalost. Potravin a nápoje byly rozděleny do 9 základních skupin podobného charakteru. Značky jsem seřazovala od nejčastěji jmenované po ty, které byly zmíněny minimálně 10krát. U některých kategorií jsem tuto hranici snížila na 5, u ovoce a zeleniny až na 2 opakování. Podrobná analýza je uvedena výše (viz 8.2.22). Nejčastěji vzpomenutá byla značka Bohemia Chips. Za zmínku dozajista stojí také značka Chiquita, jež uvedlo přes 81 % těch, kteří na skupinu „Zelenina, ovoce“ odpovídali. Tato kategorie činila respondentům největší potíže. Je to dáno zajisté tím, že u ní jen málokterý spotřebitel zohledňuje značku. Také na „Maso a masné výrobky“ si nemohl vzpomenout si velký počet dotazovaných. Na druhou stranu nejmenší problém způsobila kategorie nápoje, speciálně alkoholické. Na předních pozicích byly zmiňovány hlavně značky piva. To vše potvrzuje, že spotřebitelé se zabývají značkami nejvíce u produktů, které nejsou potravinami denní potřeby, ale u těch, které se odlišují chutí.

Lze tedy vyvozovat závěr, že *pro respondenty byl poměrně velký problém si některé značky potravin vybavit, proto tuto hypotézu nepotvrzují*.

## V. Vlastní návrhy

Každoročně přibývá zákazníků, kteří dbají na zásady správné výživy. Roste poptávka po nízkotučných výrobcích bez cholesterolu, s vyšším podílem vlákniny, v jejíž spotřebě stále ještě pokulháváme za vyspělejšími západními zeměmi. Novým trendem je vyhledávání tzv. funkčních potravin. To jsou takové, které mají kromě výživové hodnoty příznivý účinek na zdraví člověka. Určitý potenciál se skrývá ve spotřebitelích, kteří se chtějí zdravě stravovat a není jim lhostejný stav našeho životního prostředí. Vyhledávají na trhu biopotraviny, tj. potraviny vyprodukované tradičními zemědělskými postupy bez použití agrochemikálií.

Některé značky, se kterými se spotřebitelé mohou setkat při svých nákupech, garantují určitou kvalitu a jiné bohužel nikoliv. Spotřebitelským organizacím i potravinářským firmám se nelíbí, že obchodní řetězce prodávají pod vlastními značkami anonymní potravinářské výrobky, které jsou podle nich často méně kvalitní. Avšak ne vždy hraje kvalita podřadnou roli. Např. obchodní řetězec Globus místo levných privátních značek sází na kvalitu, zejména u svých uzenin. Cena v tomto případě nehraje nejdůležitější roli. Češi, z nichž velká část při nákupech stále preferuje cenu výrobku, si v posledních letech privátní značky oblíbili a jejich popularita stále poroste. Česko dokonce patří mezi země střední a východní Evropy, v nichž je jejich podíl na trhu nejvyšší. Také se stále zvyšuje podíl stravování mimo domov a roste podíl hotových pokrmů využívaných v domácnosti. Kompletní pokrm, který je komerčně zpracován tak, že vyžaduje minimum úprav u spotřebitele, se nazývá konvenientní potravina. Má několik forem a stupňů. Pro budoucnost je velmi perspektivní.

Velmi důležité je také to, že jsme všichni ovlivňováni lidmi kolem nás, zvláště, když se jedná o členy rodiny. Preference jednoho se mohou změnit díky náklonnosti k druhé osobě nebo díky síle a působení druhého člověka. Mnoho rozhodnutí o tom, co se bude kupovat, se dělá společně, a uvažovat pouze o těch, kteří do obchodu přímo chodí, by mohlo špatně ovlivnit vytváření marketingové strategie.



## VI. Závěr

„Zvyky jsou ustálené vzory chování. Vznikají opakováním, jsou spojeny s běžnými rutinními aktivitami, minimalizují náklady spojené s neustálým rozhodováním,“ Ottova všeobecná encyklopedie, 2003.

Mezi lidmi existují co do stravovacích návyků a nákupního chování velké rozdíly. Tradiční český jídelníček je konečně na ústupu. Zdá se, že mnohaletým úsilím odborníků v oblasti zdravé výživy a působením masových sdělovacích prostředků jsme si konečně začali uvědomovat, že zdraví prochází žaludkem. Znalost informací o zdravém stravování se však nemusí nutně projevit v aktivním přístupu k jeho zlepšení. Nezbytná je vůle k zavedení potřebných změn osobního chování.

Zájem o zdravou výživu je v regionu méně než poloviční, což je vzhledem k novodobým trendům nedostatečné. Bylo by vhodné snažit se do budoucna tento zájem podpořit. Je to možné zejména působením na ženy, které většinou určují spotřební chování všech členů rodiny. Také je potřeba z hlediska zdravé výživy omezit pití kávy a alkoholických nápojů.

Porovnáním období před pěti lety a dnes docházím k názoru, že se lidé přestávají věnovat materiálnímu záležitostem a zabývají se spíše senzorickými vlastnostmi potravin, zdravotním hlediskem nebo vztahem k ekologii. Tímto trendem by se mohly zabývat marketingové společnosti, jelikož je zde mnoho potenciálu a možností působení.

Na internetu, v knižních publikacích i periodikách najdeme mnoho zmínek o stravování a výživě, ale komplexní analýza stravovacích zvyklostí pro celou českou populaci není k nalezení. Tato oblast zaujímá tak široké spektrum pohledů, že by ji ani nebylo v možno vytvořit. Já jsem se zaobírala pohledem na českou populaci z hlediska zdravé výživy a české tradiční kuchyně. Avšak je zde mnoho dalších možností, jak na toto téma hledět. Například bychom mohli sledovat vliv značení českých produktů na stravovací zvyklosti, změnu způsobenou životním stylem apod. Je třeba ale podotknout, že všechny tyto aspekty se velmi liší region od regionu a získané informace by byly zkreslené průměrováním dat. Je jisté, že v hlavním městě, kde jsou jiné finanční i

časové podmínky, trendy v životě spotřebitelů hrají jinou roli než např. na Vysočině, kde je díky přírodním podmínkám zvykem, že si lidé některé potraviny produkují sami. Taktéž informace získané z provedeného výzkumu jsou pouze orientační a poukazují na tendence, jaké stravovací zvyklosti do budoucna mohou mít, nikoli však jaké budou. To ostatně nemůžeme tvrdit nikdy.

## Přehled použité literatury

### Knihy:

1. BEŇO, I.: *Náuka o výživě: fyziologická a léčebná výživa*. Martin: Osveta, 2001. ISBN 80-8063-089-5
2. BORGESOVÁ, M., et al.: *Ottova všeobecná encyklopedie ve dvou svazcích. M - Ž*. Praha: Ottovo nakladatelství, divize Cesty, 2003. ISBN 80-7181-947-6
3. ČERMÁK, B. a kol.: *Výživa člověka*. Č. Budějovice: ZF JU, 2002. ISBN 80-7040-576-7
4. HINDLS, R., et al.: *Ekonomický slovník*. Praha: C. H. Beck, 2003. ISBN 80-7179-819-3
5. HORNER, S. – SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing*. Praha, Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9
6. KOTLER, P. – ARMSTRONG, G.: *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0513-3
7. KUNOVÁ, V.: *Zdravá výživa*. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0736-5
8. McCARTHY, F. J. – PERREAULT, W. D.: *Základy marketingu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-29-5
9. MÜLLEROVÁ, D.: *Zdravá výživa a prevence civilizačních nemocí ve schématech z pohledu jednotlivce i populačních skupin*. Praha: Triton, 2003. ISBN 80-7254-421-7
10. ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9
11. PŘIBOVÁ, M. a kol.: *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-299-9
12. VYSEKALOVÁ, J. - KOMÁRKOVÁ, R.: *Psychologie reklamy*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-247-90-67-X

### **Periodika:**

1. Jídlo. Jak se změnilы zvyky Čechů. MF Dnes, příloha Zdraví, sešit E. 24. února 2006. str. E/1
2. Strava. Když škodí zdraví. MF Dnes, příloha Zdraví, sešit E. 24. února 2006. str. E/3
3. Výrobky pro zdraví. Moderní obchod, České a slovenské odborné nakladatelství, 2006, únor, 2/2006. str. 54
4. Zdravá výživa ve světovém měřítku. Moderní obchod, České a slovenské odborné nakladatelství, 2006, únor, 2/2006. str. 34
5. Zvýšení spotřeby pečiva pro zdravou výživu mají v rukou obchodníci. Moderní obchod, České a slovenské odborné nakladatelství, 2006, únor, 2/2006. str. 36

### **Internet:**

1. Biolinie [online]. [cit. 2006-03-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.biolinie.cz/printvers.html>
2. European food information council newsletter [online]. [cit. 2006-04-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.vupp.cz/czvupp/aktualit/foodtoday/ftoday43.htm>
3. HECSKOVÁ, K.: Co jsou funkční potraviny? [online]. 2006-02-28 [cit. 2006-02-15]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.vyziva.estranky.cz/clanky/Funkcni-potraviny/Co-jsou-funkcni-potraviny>
4. HŘÍBALOVÁ, I.: Česká tradiční kuchyně [online]. [cit. 2005-11-30]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.vareni.cz/trendy/ceska-tradicni-kuchyne>
5. Nový trend ve stravování [online]. [cit. 2006-04-10]. Dostupné na World Wide Web: [http://www.tiscali.cz/wome/wome\\_center\\_010718.359325.html](http://www.tiscali.cz/wome/wome_center_010718.359325.html)
6. Označování zboží. Businessinfo [online]. [cit. 2006-03-17]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanky/oznacovani-zbozi/1001141/>
7. ROLÍNEK, L.: Malý manažerský slovník [online]. [cit. 2006-04-04]. Dostupné na World Wide Web:

- <http://home.zf.jcu.cz/public/departments/kre/slovník/management/search.php>
8. Spotřeba potravin za rok 2004. Životní úroveň. Český statistický úřad [online]. [cit. 2005-03-10] Dostupné na World Wide Web:  
<http://www.czso.cz/csu/edicniplan.nsf/p/3004-05>
  9. Stop obezitě – stob [online]. [cit. 2006-04-10]. Dostupné na World Wide Web:  
<http://www.stob.cz/view.php?cislocclanku=2004083001>,  
<http://www.stob.cz/view.php?cislocclanku=2006022301>
  10. Supermarkety ztrácejí, lidé chtějí kvalitu. Ekonomika – ihned [online]. Praha: 2006-01-19. [cit. 2006-03-30]. Dostupné na World Wide Web:  
[http://www.ihned.cz/1-10070860-17642110-001001\\_d-8f](http://www.ihned.cz/1-10070860-17642110-001001_d-8f)
  11. Téměř každý z nás jí těstoviny a rýži. GfK – výzkum trhu a veřejného mínění [online]. Praha: 2002-02-13. [cit. 2006-03-30]. Dostupné na World Wide Web:  
<http://www.gfk.cz/cz/default.aspx?path=/cz/press/gfkc/reader.aspx&lang=cz&ctr=203&msg=638>
  12. Výživová doporučení. Lékařská fakulta Masarykova universita Brno [online]. 2003-06-06 [cit. 2006-03-21]. Dostupné na World Wide Web:  
<http://www.med.muni.cz/prelek/prevFSPS/VDFSPS.html>
  13. Zdravá výživa [online]. [cit. 2005-11-30]. Dostupné na World Wide Web:  
<http://www.stripky.cz/nemoci/vyziva/vyziva.html>

## **Seznam příloh**

- Příloha A** - Spotřeba potravin a nealkoholických nápojů na 1 obyvatele v ČR v letech 1997 – 2004
- Příloha B** - Spotřeba alkoholických nápojů a cigaret na 1 obyvatele v ČR v letech 1997 – 2004
- Příloha C** - dotazník

## Příloha C - Dotazník

Dobrý den, data získaná z tohoto dotazníku budou použita pro zpracování diplomové práce: Analýza stravovacích návyků české populace. Jedná se o výzkum pod záštitou Jihočeské university v Českých Budějovicích. Všechny informace jsou anonymní.

Velmi děkuji za vaši snahu. Iveta Pavezová, studentka 5. ročníku Jihočeské university.

**1. Zajímáte se o zdravou výživu?** 1  Ano 0  Ne

**2. Myslíte si, že jíte zdravě?** 1  Ano 0  Ne

**3. Kolikrát denně se stravujete?**

1  1 x denně 3  3 x denně 5  5 x denně  
2  2 x denně 4  4 x denně 6  vícekrát

**4. Kolik litrů tekutin denně vypijete?**

1  méně než 1,5 litru 2  1,5 – 2 litry 3  2 – 3 litry 4  více než 3 litry

**5. Jaké tekutiny to zpravidla jsou? Uved'te i více možností.**

- 1  voda – stolní balená nebo z vodovodu
- 2  minerální voda
- 3  neslazené ovocné a bylinné čaje
- 4  ovocné a zeleninové nápoje (džusy)
- 5  limonády a ochucené vody
- 6  kolové nápoje a toniky
- 7  káva
- 8  alkoholické nápoje – pivo, víno, případně destiláty

**6. Kolikrát týdně jíte polévku jako součást jednoho z jídel?**

1  maximálně 1 x týdně 2  1 – 2 x týdně 5  nikdy  
3  3 – 4 x týdně 4  5 – 7 x týdně

**7. Které jídlo během dne považujete za hlavní? Uved'te důvod.**

- 1  Snídaně  
2  Dopolední svačina  
3  Oběd  
4  Odpolední svačina  
5  Večeře
- a  tradice  
b  návyky  
c  časové možnosti  
d  dodání co největší energie  
e  jiné .....

**8. Stravujete se v podnicích s rychlým občerstvením?** (tzv. fast food – KFC, McDonald's, „okénka“ apod. – nejsou myšleny bufety, jídelny)

- 1  Ano                      0  Ne (pokud ne, přeskočit na otázku č. 12)

**9. Které jídlo tím nahrazujete?** Možno i více odpovědí

- 1  snídaně (7:00 – 8:00)      3  oběd (11:30 – 12:30)                      5  večeře (17:00 – 18:30)  
2  svačina (10:00 – 11:00)      4  odpolední svačina (14:30 – 15:30)



**10. Jak často se takto stravujete?**

- 1  méně než 1 x týdně
- 2  1 – 2 x týdně
- 3  3 – 5 x týdně
- 4  6 – 7 x týdně

**11. Jaké důvody vás k tomu vedou? Vyberte nejčastější důvody, případně uveďte pořadí.**

- 1 ..... chuť
- 2 ..... cena (případně možnost uplatnění stravenek)
- 3 ..... pohodlnost
- 4 ..... značka (KFC, McDonald's apod.)
- 5 ..... časová nenáročnost (úspora času)
- 6 ..... jiné .....

**12. Čemu se věnujete při výběru potravin? – Doplňte pořadí (1 = nejvíce)**

- 1 ..... cena
- 2 ..... značka
- 3 ..... chuť
- 4 ..... zdravotní hledisko
- 5 ..... doporučující reklama
- 6 ..... návyky, tradice, zvyklosti
- 7 ..... původ potravin (eko a bio potraviny)
- 8 ..... jiné - ..... (doplňte i pořadí)

**13. Myslíte si, že se toto pořadí změnilo v průběhu 5 let?**

- 1  Ano      0  Ne (pokud ne, přeskočit následující otázku)

**14. Odhadnete, čemu jste dával/a přednost před těmi 5 lety? Uveďte to, co se změnilo.**

- 1 ..... cena
- 2 ..... značka
- 3 ..... chuť
- 4 ..... zdravotní hledisko
- 5 ..... doporučující reklama
- 6 ..... návyky, tradice, zvyklosti
- 7 ..... původ potravin (eko a bio potraviny)
- 8 ..... jiné - .....

**15. Kdo nebo co nejvíce ovlivňuje to, co jíte? Uveďte i více možností.**

- 1  veřejné stravovny – jídelny, bufety, menzy apod.
- 2  návyky a zvyklosti z rodiny
- 3  osobní preference jednotlivých potravin, přesvědčení (např. vegetariánství) apod.
- 4  skupinové preference – nechám se snadno ovlivnit někým jiným při výběru

- 5  zdravotní stav (alergie, diabetes, jiné nemoci a omezení)  
 6  náboženství  
 7  těhotenství, případně kojení  
 8  jiné .....

Následující otázka žádá trochu více zamyšlení, ale moc děkuji alespoň za přibližné vyplnění

**16. Jak často a v jakém množství se ve vašem jídelníčku vyskytují následující potraviny?**

D – denně, T – týdně, M – měsíčně => stačí vyplnit jedno ze tří políček v řádce (1 porce = 125 ml jogurtu, 250 ml mléka, 100 g masa, 1 ks vejce, 1 ks ovoce nebo zeleniny)

D	T	M	Název skupiny	Počet porcí za časový úsek
			Cereálie, rýže, těstoviny, tmavé pečivo	
			Zelenina, brambory, luštěniny	
			Ovoce – jakýkoli druh	
			Mléko, ml. výrobky, maso	
			Čokoláda, smažená jídla	
			Vitaminové a minerálové preparáty a doplňky	
			Ořechy, rostlinné oleje	
			Vejce	
			Ryby	

**17. Preferujete potraviny, které mají pozitivní vliv na váš zdravotní stav?** (např. Flora, Aktivia, Actimel apod.)      1  Ano      0  Ne        
 Nerozlišuji je

**18. Co nemůže chybět ve vašem jídelníčku?** (Jaké je vaše nejoblíbenější jídlo? 1 – 2 jídla)

.....  
 ...

**19. Která kuchyně je vaše nejoblíbenější?** Rozdělte 100 % podle důležitosti.

- 1 ..... Americké „fast food“ (rychlé občerstvení) – hamburgery, cheeseburgery apod.
- 2 ..... Asijská – Čínská, japonská, vietnamská apod.
- 3 ..... Česká – tradiční omáčky, knedlíky, smažené řízky apod.
- 4 ..... Italská – těstoviny, rizota, pizzy apod.
- 5 ..... Mexická – steaky, fazole, chilli apod.

- 6 ..... Slovenská – halušky, klobásy, sýry apod.  
7 ..... Řecká – olivy, balkánský sýr, jehněčí apod.  
8 ..... Jiná .....

**20. Jak často se vyskytuje ve vašem stravování ta s nejvyšším počtem procent?**

- 1  Každý den  
2  5 – 6 x týdně  
3  3 – 4 x týdně  
4  1 – 2 x týdně

**21. Jakým způsobem reagujete u svých oblíbených potravin nebo oblíbené značky na zvýšení ceny? (Nejsou míněny potraviny denní potřeby – chléb, mléko apod.)**

- 1  Koupím menší množství  
2  Snažím se najít potravinu, která by mou oblíbenou nahradila (jiná značka)  
3  Nekoupím ji vůbec  
4  Nereaguji – kupuji stejné množství  
5  Jinak .....

**22. Na jakou značku si v souvislosti s potravinami vzpomenete?**

- 1 A - Cereálie, rýže, těstoviny, pečivo .....
- 2 B - Zelenina, ovoce .....
- 3 C - Káva, čaj, nápoje .....
- 4 D - Mléko, mléčné výrobky .....
- 5 E - Maso, masné výrobky .....
- 6 F - Čokoláda, cukrovinky .....
- 7 G - Pochutiny – brambůrky apod. ....
- 8 H - Koření, sušené polévky, polotovary .....
- 9 I - Alkoholické nápoje, piva, vína, destiláty .....

**23. U které z těchto skupin vám činilo největší problém vzpomenout si?**

- 1  A 2  B 3  C 4  D 5  E 6  F 7  G 8  H 9  I

**24. Která z nich vám činila nejmenší potíže?**

- 1  A 2  B 3  C 4  D 5  E 6  F 7  G 8  H 9  I

a) pohlaví: 1  muž 2  žena

b) věk: 1  do 20 let 4  41 – 50 let  
2  21 – 30 let 5  51 – 60 let  
3  31 – 40 let 6  61 a více

c) bydliště: .....

d) kraj: .....

e) fáze rodinného cyklu 1  svobodný/á bydlící s rodiči  
2  rodina bez dětí (partneři žijící společně bez dětí)  
3  rodina s dětmi - počet dětí žijících ve stejné

domácnosti .....

- počet dětí žijících samostatně .....

4  žijící sám bez partnera  
5  jiné .....