

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Bakalářská práce

Statistická analýza preferencí ve spotřebě potravin

Larišová Eva

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra statistiky

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Eva Larišová

Provoz a ekonomika

Název práce

Statistická analýza preferencí ve spotřebě potravin

Název anglicky

Statistical analysis of foodstuff consumption preferences

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je vyhodnocení preferencí ve výživě a volbě spotřebního koše potravin. Smyslem práce je nalézt a vyhodnotit faktory, které mohou výrazným způsobem ovlivňovat chování spotřebitele.

Metodika

Analýza faktorů ovlivňujících preference ve výživě a volbě skladby potravinového koše bude provedena pomocí dotazníkového šetření. Vypracování dotazníku bude předcházet příprava hypotéz. Ke zpracování dat a ověření hypotéz budou využity metody z oblasti statistické analýzy kategoriálních dat.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Klíčová slova

Spotřeba, preference, dotazník, výživa, strava, statistická analýza, hypotéza

Doporučené zdroje informací

- Agresti, A.: Categorical Data Analysis. USA, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., ISBN 0-471-36093-7.
- Bártová, H., Bárta, V.: Marketingový výzkum trhu. Praha: Economia, 1991, ISBN 80-85378-09-4.
- Hendl, J.: Přehled statistických metod zpracování dat. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-820-1.
- Kába, B., Svatošová, L.: Statistické nástroje ekonomického výzkumu. Plzeň: Aleš Čeněk, 2012, ISBN 978-80-7380-359-9.
- Kozel, R. a kol.: Moderní marketingový výzkum, Praha: Grada, 2005, ISBN 80-247-0966-X.
- Lloyd, J., Ch.: Statistical Analysis of Categorical Data. USA, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., ISBN 0-471-29008-4.
- Mišovič, J.: V hlavní roli otázka (průvodce přípravou otázek v socioekonomických a marketingových výzkumech). Praha: Aldis, 2001, ISBN 80-238-6500-5.
- Pokorný, J. a Pánek, J.: Základy výživy a výživová politika. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 1996, 158 s. ISBN 80-708-0260-X.
- Příbová, M. a kol.: Marketingový výzkum v praxi. Praha: Grada Publishing, 1996, ISBN 80-7169-299-9.
- Řezanková, H.: Analýza kategoriálních dat. Praha: Oeconomica, 2005, ISBN 80-245-0926-1.
- Řezanková, H., Húsek, D., Snášel, V.: Shluková analýza dat. Praha: Professional Publishing, 2007, ISBN 978-80-86946-26-9.
- Svatošová, L., Kába, B.: Statistické metody II. Praha: ČZU, 2008, ISBN 978-80-213-1736-9.

Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

Vedoucí práce

Ing. Tomáš Hlavsa, Ph.D.

Elektronicky schváleno dne 15. 10. 2014

prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 13. 03. 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Statistická analýza preferencí ve spotřebě potravin" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 16.3.2015

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Tomášovi Hlavsovi, Ph.D. za odborné informace, rady a pomoc při tvorbě práce. Dále bych chtěla poděkovat svým rodičům za poskytnutí vhodného prostředí a podporu.

Statistická analýza preferencí ve spotřebě potravin

Statistical analysis of foodstuff consumption preferences

Souhrn

Tato bakalářská práce, na téma Statistická analýza preferencí ve spotřebě potravin, vychází z vlastního dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo 312 respondentů.

V úvodu práce je stručně popsán historický vývoj stravování a vliv stravy na zdraví. Teoretická část je nejprve zaměřena na východiska týkající se výživy. Jsou zde popsány a rozděleny hlavní složky potravy, jejich význam pro organismus, výživové doporučení a vývoj spotřeby potravin v posledních letech. Dále jsou vymezeny faktory působící na chování spotřebitele při nákupu potravin a složky ovlivňující rozhodovací proces spotřebitele. V neposlední řadě je uveden význam a proces marketingového výzkumu, rozdělení dat, možné techniky sběru dat a zásady tvorby dotazníku.

Analytická část práce se zabývá vyhodnocením výsledků dotazníkového šetření. Následuje statistická analýza, která ověřuje různé faktory, které jsou založeny hlavně na teoretické části. V závěru práce je shrnutí a prezentace nejdůležitějších poznatků získaných z práce.

Summary

The bachelor thesis on Statistical analysis of foodstuff consumption preferences based on own survey, which was attended by 312 respondents.

The introduction briefly describes the historical development nutriment and the influence of diet on health. The first part of thesis focuses on the background of nutrition. There are described and divided the main elements of food and their significance for the organism, nutritional recommendations and the development of food consumption in recent years. There are also defined factors affecting consumer behavior when purchasing food and ingredients influencing consumer decision making process. Finally, it provides the meaning and process of marketing research, distribution of data, possible techniques of data collection and principles of the questionnaire.

The analytical part deals with the evaluation of the survey results. Following is statistical analysis, which verifies the various factors that are mainly based on the theoretical part. In conclusion is a summary presentation of the most important insights gained from work.

Klíčová slova: výživa, spotřebitel, dotazník, analýza, preference, závislost, šetření, sběr dat

Keywords: nutrition, consumer, questionnaire, analysis, preferences, dependence, investigation, data gathering

Obsah

1	Úvod.....	10
2	Cíl a metodika práce	11
2.1	Cíl	11
2.2	Metodika	11
2.2.1	Testování závislosti kvalitativních znaků	11
3	Literární rešerše	13
3.1	Výživa jedince.....	13
3.2	Hlavní živiny	13
3.2.1	Sacharidy.....	13
3.2.2	Bílkoviny.....	14
3.2.3	Tuky.....	14
3.2.4	Vitamíny	14
3.2.5	Minerály	15
3.2.6	Tekutiny	15
3.3	Vývoj spotřeby potravin v ČR za léta 1992 - 2012.....	15
3.4	Výživová doporučení pro ČR.....	16
3.5	Volba spotřebního koše	17
3.6	Modely chování spotřebitele	18
3.6.1	Marketingové podněty	19
3.6.2	Charakteristika kupujícího	20
3.6.3	Rozhodovací proces kupujícího	23
3.7	Speciální tržní segmenty	23
3.7.1	Věková struktura obyvatel	23
3.7.2	Odlišné spotřební chování žen a mužů	23
3.8	Marketingový výzkum.....	23
3.8.1	Význam marketingového výzkumu.....	24
3.8.2	Proces marketingového výzkumu.....	24
3.8.3	Zdroje dat	25

3.8.4	Techniky sběru dat.....	26
4	Analytická část	31
4.1	Vyhodnocení dotazníku	31
4.1.1	Socio-demografické charakteristiky	31
4.1.2	Identifikační otázky	31
4.1.3	Spotřeba potravin.....	35
4.2	Sloučení kategorií a zařazení dat.....	43
4.3	Statistická analýza dat.....	44
4.3.1	Vliv vybraných faktorů na konzumaci ovoce a zeleniny.....	44
	<i>Zdroj: Vlastní zpracování.....</i>	45
4.3.2	Vliv vybraných faktorů na příjem tekutin.....	45
	<i>Zdroj: Vlastní zpracování.....</i>	45
4.3.3	Vliv vybraných faktorů na četnost konzumace “fastfoodových“ jídel.	45
	<i>Zdroj: Vlastní zpracování.....</i>	46
4.3.4	Vliv vybraných faktorů na nákup bio potravin a farmářských výrobků	46
	<i>Zdroj: Vlastní zpracování.....</i>	47
4.3.5	Vliv vybraných faktorů na preference při nákupu potravin.....	47
5	Závěr	49
6	Seznam použitých zdrojů	51
6.1	Seznam grafů.....	53
6.2	Seznam obrázků	53
6.3	Seznam tabulek.....	53
7	Přílohy.....	I
7.1	Kontingenční tabulky.....	I
7.2	Dotazník.....	VIII

1 Úvod

Výživa patří mezi základní potřeby člověka. Zajišťuje materiální a funkční nároky pro růst, zdraví, rozmnožování a výkonnost organismu. (Janíček, 1985) Složení stravy se pozvolna během historického vývoje člověka měnilo. První předchůdci člověka se živili především nízkotučnou stravou z rostlinných zdrojů, které měli občas nedostatek. S rozvojem spolupráce začal člověk přecházet více na živočišnou stravu a tím se začal zvyšovat i podíl tuků. Strava se začala radikálně měnit s počátkem zemědělství a pastevectví, jež se datuje do mladší doby kamenné. V Novověku začala stoupat životní úroveň, k čemuž ve velké míře přispělo pěstování brambor. Rostla také spotřeba cukru. Po 2. světové válce se začala projevovat liberalizace obchodu. Vzrostl sortiment surovin a nabídka zpracovaných potravin, které mají funkci sytící, málokdy však i funkci výživovou. Dnešní strava má oproti správné výživě několik nedostatků: zvýšený konzum nasycených tuků, cholesterolu, cukru, alkoholu a soli, nedostatek vitamínů a vlákniny v důsledku omezení spotřeby ovoce a zeleniny (Pokorný, 1996). Správná skladba stravy a vhodný způsob života může zlepšit zdraví jedince. Důležitá je zvláště pro stigmatizované (ohrožené) jedince, kdy je procento výskytu nemoci výrazně zvýšené. Pomocí vhodné stravy můžeme odvrátit pravděpodobnost nemoci. V posledních letech je zaznamenán zvýšený zájem o správnou skladbu stravy, kdy si jedinci uvědomují souvislost výživy se zdravím (Turek a Šíma, 2013).

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl

Cílem této bakalářské práce je vyhodnocení hlavních faktorů ovlivňující spotřebu potravin. Tohoto cíle bude dosaženo pomocí následujících dílčích cílů:

1. Sestavit vlastní elektronický dotazník zaměřený na výživu a spotřební chování jedince.
2. Vhodně vybrat faktory, které mohou ovlivňovat odpovědi na spotřebitelské otázky. Pomocí statistických testů pro závislosti kvalitativních znaků vyhodnotit možné závislosti mezi zkoumanými znaky.

2.2 Metodika

2.2.1 Testování závislosti kvalitativních znaků

Znaky vyjádřené slovně se nazývají znaky kvalitativní. S kvalitativními znaky se často pracuje zejména v oblasti průzkumu trhu, výzkumů veřejného mínění či jiných statistických analýz. Kvalitativní znaky se dělí na znaky alternativní a znaky množné. Alternativní znaky nabývají dvou obměn, jejich závislost se nazývá asociační, znaky množné nabývají více než dvou obměn a jejich závislost se zkoumá pomocí kontingence. Při zpracování asociačních a kontingenčních tabulek se zjišťuje existence závislosti mezi danými znaky a síla této závislosti (Svatošová, Kába, 2012).

2.2.1.1 Testování v kontingenční tabulce

Kontingenční tabulka má stejné uspořádání jako asociační tabulka, ale pojímá více možností. Kontingence zkoumá dva či více kvalitativních statistických znaků, z nichž aspoň jeden je znakem množným.

Pro testování používáme pouze jeden test - χ^2 - test nezávislosti. Tento test lze provést, pokud je podíl teoretických četností menších než 5 menší než 20% a zároveň žádná z teoretických četností není menší než 1. Pokud tato podmínka není splněna, sloučíme slabé skupiny. Vždy slučujeme logicky, buď řádky, nebo sloupce, tak abychom

dosáhli snížení teoretických četností menších než 5 pod 20% a odstranění četností menších než 1. Jestliže je podmínka splněna můžeme provést test

1. Stanovíme hypotézu H_0 : mezi sledovanými znaky neexistuje žádná závislost.
2. Testové kritérium

$$\chi^2 = \sum \sum \frac{(n_{ij} - n_{oj})^2}{n_{oj}} \quad (\text{č. 1})$$

Kde n_{ij} představuje skutečné (empirické) četnosti a n_{oj} – teoretické (očekávané) četnosti.

Teoretické četnosti spočteme podle vzorce:

$$n_{oj} = \frac{n_i n_j}{n} \quad (\text{č. 2})$$

Nejprve vynásobíme okrajové četnosti a poté vydělíme celkovým rozsahem souboru.

3. Nalezneme kritickou hodnotu pro $\chi^2_{\alpha(k-1)(m-1)}$ kde k , je počet obměn prvního znaku a m , počet obměn druhého znaku.
4. Kritickou hodnotu porovnáme s hodnotou testového kritéria. Nulovou hypotézu o nezávislosti zamítáme, pokud $\chi^2 > \chi^2_{\alpha(k-1)(m-1)}$

Pokud je závislost prokázána, určujeme její sílu. K určení síly závislosti se nejčastěji používají tři koeficienty:

1. Pearsonův koeficient kontingence C
2. Normalizovaný koeficient kontingence C_n
3. Cramerův koeficient kontingence

Pro zjištění síly závislosti při ověřování hypotéz použijeme Cramerův koeficient kontingence.

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(q-1)}} \quad (\text{č. 3})$$

Kde q je minimum z (k, m) . Koeficient nabývá hodnot z intervalu $(0,1)$. Test podává dobrou informaci o síle závislosti mezi dvěma sledovanými znaky (Svatošová, Kába, 2012).

3 Literární rešerše

3.1 Výživa jedince

Organismus je vybaven dostatečně funkčními mechanismy, které pomáhají udržovat a podporovat zdraví a zároveň snižují riziko vzniku onemocnění. Využívá příznivě látky získané ze stravy. Proto je správná výživa, která se skládá z vhodných potravin a jejich technologické úpravy, základem pro podporu a ochranu zdraví. Neadekvátní skladba a nevhodná příprava stravy mohou mít na zdraví opačné účinky (Turek, Šíma, 2013).

Optimální výživa by měla zahrnovat živiny potřebné pro plnou výkonnost na životní a pracovní funkce, podporovat zdraví jedince, pomáhat v růstu dětí a regeneraci dospělých a v neposlední řadě umožnit rozmnožování. Potravu můžeme dělit na potraviny, které dodávají živiny a energii a dále pochutiny, nápoje a lahůdky (Pánek, 2002).

Významnou roli při ochraně buněk hrají antioxidační procesy. Z přirozených látek mají antioxidační účinky především ovoce a zelenina, ale také čaj, kakao, ořechy, kvasnice, řasy, houby a koření. Řada účinných látek se ztrácí při přípravě za vyšších teplot. Látky je také možné šetrně extrahovat a jsou dostupné ve formě doplňků stravy (Turek, Šíma, 2013).

3.2 Hlavní živiny

K hlavním živinám patří proteiny (bílkoviny), sacharidy a lipidy (tuky). Dohromady tvoří 80- 90 % tuhé stravy (Pánek, 2002).

3.2.1 Sacharidy

Sacharidy patří mezi nejvýznamnější zdroj energie. Částečně je můžeme získat ze syntézy aminokyselin a glycerolu. Celkově však sacharidy mají v organismu nezastupitelnou funkci, brání odbourávání tkáňových proteinů a rychlé oxidaci tuků. Sacharidy dělíme na využitelné, špatně využitelné a nevyužitelné (Pánek, 2002).

3.2.2 Bílkoviny

Protein není možné nahradit jinými živinami. Zdroj proteinu dělíme na protein živočišného, rostlinného a mikrobiálního původu. Do živočišné složky řadíme maso, mléčné produkty a vejce. Většina bílkovin z této skupiny se řadí mezi plnohodnotné, na druhou stranu obsahuje i velký podíl tuků, které obsahují špatný cholesterol. Do rostlinných proteinů se řadí obiloviny, rýže a především luštěniny. Rostlinné bílkoviny obsahují vždy jen některé aminokyseliny, proto je vhodné rostlinné proteiny kombinovat a střídát více variací. Výsledná hodnota bílkoviny je poté využitelnější než u každé složky zvlášť. (Pokorný, Pánek, 1996) Pozitivem rostlinných bílkovin je nepřijímání žádného špatného cholesterolu, tudíž nehrozí vznik kardiovaskulárních nemocí. Dalším pozitivem je nejen obsah esenciálních mastných kyselin ale především vitamínů, minerálů, enzymů a vlákniny. Výhodou může být i nižší pořizovací cena. Nevýhodou je menší koncentrace bílkoviny, proto je třeba přijmout větší množství potravy. Dalším rizikem jsou těžké kovy z průmyslových hnojiv a chemikálie z postřiků. Tento negativní rys můžeme snížit nákupem bio výrobků, či potravin od místních pěstitelů (Němec, 2014).

3.2.3 Tuky

Tuky jsou pro organismus velice důležité, slouží jako nejbohatší zdroj energie ze všech živin. Obsahují 2x více energie než sacharidy a bílkoviny. Jsou také zdrojem esenciálních mastných kyselin a lipofilních vitamínů, tím umožňují lepší vstřebávání některých vitamínů. Zvyšují jemnost chuti potravy a zlepšují konsistenci potravin. Vyvolávají pocit sytosti po určitou dobu. Spotřeba živočišného tuku v poslední době klesá ve prospěch rostlinných tuků. Živočišné tuky mají nízký obsah esenciálních kyselin a obsahují poměrně hodně cholesterolu (Pokorný, Pánek, 1996).

3.2.4 Vitamíny

Přírodní, nepostradatelné látky, většinu si tělo neumí samo vytvořit. Vitamíny v těle zajišťují řadu životně důležitých funkcí a mají vliv na imunitu člověka. Pro hodnocení vitamínů je nutné počítat s negativním důsledkem vlivů životního prostředí jako je kontaminace vod, půdy i ovzduší. K správné fyziologické funkci organismu je potřeba pokrýt minimální dávku vitamínů, která je stanovena výživovými doporučeními (Turek, Šíma, 2013).

3.2.5 Minerály

Minerální látky mají nezastupitelnou roli v řadě metabolických procesů. Pomáhají udržovat rovnováhu tělních tekutin a jsou důležité pro vedení nervových vzruchů a přenos mezibuněčných signálů. Nedostatek, ale i nadbytek může vážně poškodit zdraví (Turek, Šíma, 2013).

3.2.6 Tekutiny

Voda přispívá k normální regulaci tělesné teploty a k udržení normálních tělesných a rozpoznávacích funkcí, pokud je její denní přívod nejméně 2 litry vody ze všech zdrojů (Turek, Šíma, 2013). Člověk by měl vypít cca 20 – 40 ml na 1 kg tělesné hmotnosti za 24 hodin. To odpovídá 2-3 l denně. Základ pro pitný režim by měla tvořit čirá, nízcce mineralizovaná voda, lze doplnit o ovocné a zeleninové šťávy, bylinkové a zelené čaje. Omezit nebo úplně vynechat se doporučuje alkohol, kávu a silné čaje. Pocit žízně se objevuje až u 1- 2 % dehydratace organismu, a navíc se s vyšším věkem pocit žízně snižuje. Proto je doporučeno pitný režim doplňovat nehledě na to, že zrovna nepocítujeme žízeň. Příjem tekutin by měl být vyšší u fyzicky aktivních jedinců, kteří vykonávají manuální těžkou práci, nebo se věnují sportovním aktivitám (Čeledová, Čevela, 2010).

3.3 Vývoj spotřeby potravin v ČR za léta 1992 - 2012

Náš jídelníček se mění a s ním i spotřeba jednotlivých potravin. Výběr potravin ovlivňuje především výše spotřebitelských cen, úroveň příjmů, nabídka a dostupnost na trhu, podíl výdajů za potraviny, reklama, zdravotní výchova a další. Ze sociálních faktorů pak především věková struktura obyvatel, mladší generace nemají potřebu se zásobit a investují peněžní prostředky třeba do cestování, také jsou více ovlivněni reklamou, ale i zdravotní výchovou.

Mezi trendy posledních desetiletí patří nižší živočišná spotřeba a nárůst spotřeby výrobků rostlinných. Nejvyšší snížení spotřeby bylo zaznamenáno u hovězího masa, sádla, konzumního mléka, vajec a chleba. Naopak spotřeba nejvíce stoupla u nealkoholických nápojů, drůbeže, sýrů, jižního ovoce, luštěnin a pšeničného pečiva.

Spotřeba mléka a mléčných výrobků celkově vzrostla o 9,2 %, (porovnání r. 1992 s r. 2012) přitom vývoj spotřeby jednotlivých druhů se vyvíjel obráceně. Spotřeba

konzumního mléka klesla a naopak se rapidně zvýšila spotřeba sýrů, dále také spotřeba tvarohů a ostatních mléčných produktů.

Spotřeba tuků následovala trend snížení živočišných výrobků. Snížila se spotřeba sádla, másla a ztužených tuků, a zvýšila se spotřeba olejů a rostlinných tuků. Snížila se spotřeba cukru.

Celková spotřeba obilnin se mírně snížila, ale byly zaznamenány změny v preferencích výrobků. O 108,8 % (porovnání r. 1992 s r. 2012) došlo k zvýšení spotřeby těstovin, zvýšení proběhlo i u běžného a trvanlivého pečiva. Naopak klesla spotřeba chleba. Tento spotřební trend není ovlivněn vývojem spotřebitelských cen. Pravděpodobně je změna závislá na změně nabídky sortimentu pečiva, nižší hmotností a menších balení. Což může být způsobeno nárůstem českých domácností, které tvoří 1 člen tzv. „single domácnosti“, kterým se vyplatí koupit menší balení.

Spotřeba luštěnin se za uvedená léta zvýšila o 62,5 %, přesto je spotřeba nízká a neodpovídá zdravotním požadavkům. Spotřeba ovoce a zeleniny se zvýšila. Tuto změnu nejvíce ovlivnila rozšířená nabídka ovoce a zeleniny po celý rok.

V současné době vchází do povědomí možnosti výživy, především její nutriční složení, na které je třeba se zaměřit. Také při porovnání roku 1989 a 2012 byly potraviny v r. 2012 daleko dostupnější. Cena potravin vyjádřená v odpracovaných hodinách byla v roce 2012 u většiny porovnávaných potravin nižší (Štiková, 2014).

3.4 Výživová doporučení pro ČR

Základním požadavkem je správný stravovací režim, který by měl být dle Společnosti pro výživu, tvořen 3 hlavními jídly s maximálním energetickým obsahem pro snídani 20 %, pro oběd 35 % a pro večeři 5-30 %, pro dopolední či odpolední svačinu max. 5-10%. S pauzou přibližně 3 hodin mezi jednotlivými jídly (Dostálová, Dlouhý, Tláškal, 2012).

Obrázek 1 Česká potravinová pyramida (2013)



Zdroj: www.fzv.cz/pyramida-fzv/ / 2013

Na obrázku č. 1 je zobrazena výživová pyramida sestavená na míru české populaci. Zobrazuje zjednodušeně optimální skladbu stravy sestavenou dle odborných výživových doporučení. Potraviny umístěné v základně pyramidy, by se měli jíst nejčastěji. Dále vždy čím více je potravina na levé straně, tím je vhodnější. Základem stravování by měla být především zelenina, ovoce, obiloviny a dostatečný pitný režim. Potraviny na vrcholu pyramidy by se měli konzumovat výjimečně (Fórum zdravé výživy, 2013).

3.5 Volba spotřebního koše

Spotřebitelská volba je ovlivněna objektivním, ale i subjektivním užitekem (např. vzhled). Důležitý je cíl, kterého chce spotřebitel pomocí statku dosáhnout. Užitek z daného statku se mění se spotřebou tohoto statku. Existují dvě odlišné pojetí užitku, kardinalistická a ordinalistická teorie.

Kardinalistická teorie užitku se měří pomocí mezního a celkového užitku. Čím vyšší je míra nasycenosti, tím méně je tato jednotka vzácnější oproti předchozí spotřebované jednotce.

Ordinalistická teorie užitku už se nedá tak snadno měřit. Vytváří vzájemné vztahy mezi statky z hlediska jejich užitečnosti a tak utvářet preferenční stupnice. Volba spotřebního koše je dána výběrem jednak kombinací množství statků s různými

kvalitativními vlastnostmi, jednak výběrem kombinací množství z množiny možných kombinací statků dle preference spotřebitele. Spotřebitel volí dostupné kombinace dle rozpočtového omezení jeho důchodu a tržním cenám statků (EKONOMIKA – MANAGEMENT, 2010).

3.6 Modely chování spotřebitele

Pro marketingové strategie stejně jako pro operativní marketingová rozhodnutí jsou zapotřebí informace ohledně chování spotřebitele v určitých situacích a informace proč se tak chová. Jsou zapotřebí informace o očekávaném chování při změněných podmínkách, a tím zjistit jaké jsou možnosti ovlivnění chování spotřebitele marketingovými nástroji (Bártová a spol., 2004).

Marketingový výzkum se snaží zodpovědět na otázky. Kdo, jak, kdy, kde a proč nakupuje. Firma získává konkurenční výhodu, pokud ví, jak budou spotřebitelé reagovat na různé vlastnosti produktu, cenu a reklamu. Mezi hlavní podněty chování spotřebitele patří produkt, cena, distribuce a komunikace (Kotler, 2007).

Obrázek 2 Model nákupního chování



Zdroj: Kotler, 2007 (Vlastní zpracování)

3.6.1 Marketingové podněty

3.6.1.1 Produkt

Produkt je předmět hmotný či nehmotný, do kterého je vložena lidská práce a lze koupit či prodat. Mezi základní složky produktu patří jádro, reálný produkt a rozšířený produkt. Jádrem každého produktu je užitek, pokud k jádru přidáme i specifické vlastnosti, které odlišují produkt od ostatních, máme reálný produkt. Jedním z hlavních nástrojů budování pozice na trhu je kvalita. Ta může být vyjádřena snadnou dostupností a ovládním, přijatelnou cenou, důvěryhodnou značkou či vysokou užitnou hodnotou. Na kvalitu může upozorňovat přímo značka či cena, ale také obal produktu, distribuce a propagace (Foret, Procházka, Urbánek, 2003).

Kvalita

Při porovnávání více produktů pojem kvalitnější znamená pro spotřebitele, složení surovin, z kterých je produkt vyroben, nebo proces výroby. Může se také pojít s výhodami vlastního využití produktu (Kotler, 2007).

Cena

Cena je jedním z důležitých faktorů při nákupním rozhodování, z tržního hlediska je definována jako kvalita/ hodnota. Stejný produkt může mít jinou cenu, která je ovlivněna sezónně, geograficky, účelem využití nebo uživatelem. Pro každé zboží či službu existuje cenová norma, od které se odvíjí pole akceptace ceny, kterou je zákazník ještě ochoten zaplatit a co už je příliš drahé, ale také dolní cenový práh, kdy po jeho překročení je výrobek vnímán jako příliš levný. Výrazné snížení ceny může vzbudit v zákazníkovi nedůvěru. Ceny základních potravin označujeme jako „orientační údaje hospodářského vývoje“. Zvýšení či snížení ceny bývá často pod kontrolou politiky daného státu. Prodejce může stanovit tzv. výhodné ceny, tato cena by měla být nižší než cena běžná, aby byl spotřebitel motivován k nákupu. Spotřebitel nakupuje dražší výrobky, pokud se obává špatné volby, nebo očekává velké rozdíly v kvalitě. Vyšší cena spotřebiteli navozuje pocit jistoty dobrého zboží a může být spojena s prestiží ověřené značky výrobku. Čím častěji spotřebitel nakupuje daný výrobek, tím větší vědomí má o pohybu ceny a lépe zhodnotí výhodnost či nevýhodnost nákupu. Cena je ovlivněna také ekonomikou daného státu,

v období recese či krize se ceny zvyšují a spotřebitel si ceny více hlídá (Vysekalová a kol., 2011).

Distribuce

Soubor všech činností, které jsou součástí procesu transferu výrobků a služeb z místa jejich vzniku do místa jejich konečné spotřeby nebo užití. Smyslem je poskytnout kupujícím požadované produkty či služby na vhodném místě, správném čase a v požadovaném množství (Foret, Procházka, Urbánek, 2003).

3.6.2 Charakteristika kupujícího

Faktory ovlivňující chování dělíme na kulturní, společenské, osobní a psychologické.

3.6.2.1 Kulturní faktory

Mají na spotřebitele nejsilnější a nejvýznamnější vliv. Můžeme dělit na kulturu, subkulturu a společenskou třídu, v které se jedinec nachází.

„Soubor základních hodnot, postojů, přání a chování, které člen společnosti přejímá od rodiny a dalších důležitých institucí“ (Kotler, 2007 / str. 311).

Prodejci se vždy snaží zachytit změny v kultuře, a tím zjistit jaké nové produkty by společnost mohla požadovat. Pokud kultura zvýší zájem o zdraví, na trhu se objeví odvětví zahrnující sportovní stroje a oblečení, nové možnosti skupinového cvičení, nízkokalorické a bio potraviny. Každá kultura zahrnuje menší subkultury, jedná se o skupinu lidí, kteří sdílejí stejný hodnotový systém na základě životních situací a zkušeností, které je spojují. Např. v USA nalezneme obrovskou subkulturu hispánskou a černošskou. V neposlední řadě kultura ovlivňuje společenské třídy, členové společenské třídy sdílejí podobné hodnoty, zájmy a vzorce chování (Kotler, 2007).

3.6.2.2 Společenské faktory

Zde jsou důležité zejména referenční skupiny, rodina, společenské role a status.

Referenční skupina

Skupina, která slouží jako porovnávací bod pro jedince při formování obecných hodnot, postojů a konkrétního návodu k chování. Příkladem nejbližší referenční skupiny je rodina. Dále sem patří přátelské, nákupní, pracovní či virtuální skupiny (Schiffman, 2004).

Rodina

Rodina má značný vliv na nákupní chování. Rodiče člověka vedou k politickým a ekonomickým postojům, formují jeho ambice, sebeúctu a lásku. Schiffman i Kotler se shodují, že na nákupním rozhodování se podílí všichni jednotlivci. Patří sem iniciátor, osoba co navrhne nákup výrobku, dále osoba, která má značný vliv při rozhodování, osoba, která nakonec učiní rozhodnutí, osoba která nákup uskuteční a v neposlední řadě osoba, která bude výrobek užívat.

Rodiny procházejí určitým životním cyklem, a každá jednotlivá část je charakteristická svým určitým spotřebním chováním. Rozlišujeme **5 základních stádií**:

1. Mládenecký věk – svobodný
2. Novomanželé – mladý pár
3. Rodičovství – jedno a více dětí
4. Postarší rodiče – děti nežijí ve stejné domácnosti
5. Rozpad – naživu zůstal pouze jeden z manželů

(Schiffman, 2004).

Tradiční model dnes nemůže již plně reprezentovat vývoj stádií běžné rodiny. Vysekalová (2011) doplňuje základní členění o několik skupin, nejvíce zásadní z nich je kategorie rozvedení.

3.6.2.3 Osobní faktory

Osobnost jedince – Odlišné psychologické charakteristiky, které vedou k trvalým reakcím na okolní prostředí. Osobnost také utváří vnitřní obraz, jak jedinec vnímá sám sebe

Osobní faktory ovlivňuje také zaměstnání, ekonomická situace a životní styl, který daný jedinec preferuje (Kotler, 2007).

3.6.2.4 Psychologické faktory

Motivace a její zdroje

Schiffman (2004) uvádí, že motivace je hnací silou, která jedince pohání k činnosti.

Tato síla existuje jako výsledek nenaplněné potřeby. Motivační struktura je relativně stálá dispozice člověka, jednat v určitých životních situacích osobitým způsobem. Motivace člověka se utváří celý život, nejčastější faktory, které jí ovlivňují podle Nakonečného (1998) jsou faktory potřeby výkonu, potřeby sebeurčení a sociální potřeby.

Základním zdrojem motivace jsou potřeby jedince. V rámci analýzy spotřebitele je nejčastěji používána Maslowova klasifikace potřeb, která říká, že než se potřeby umístěné v hierarchii výše, stanou zdrojem motivace, musí být nejprve alespoň částečně uspokojeny potřeby na nižším stupni (Vysekalová a kol., 2011).



Maslowova hierarchie potřeb

Zjednodušeně se potřeby dělí na primární a sekundární. Primární potřeby jsou vrozené a zahrnují potřeby jídla, vody, vzduchu, přístřeší a sexu. Sekundární potřeby jsou získané, jsou ovlivněny naší kulturou a prostředím, patří sem potřeba sebeúcty, prestiže, citu, moci a vzdělání.

Veškeré motivované chování je zaměřeno na cíl. Cíle se dělí na generické neboli všeobecně zaměřené na uspokojení určité potřeby a na cíle zaměřené na specifický produkt, který jedinec považuje za prostředek k uspokojení potřeby (Schiffman, 2004).

3.6.3 Rozhodovací proces kupujícího

Rozhodnutí spotřebitele o uskutečnění nákupu, ukazuje, zda byla marketingová strategie účinná, vhodná a správně či špatně naplánovaná. Teorie o nákupním rozhodnutí se různí, odborníci předkládají ekonomický, pasivní, kognitivní a emotivní pohled. Kde každý z předchozích pohledů se zakládá na jiné lidské vlastnosti, kterou bere jako tu zásadní v oblasti spotřebitelského rozhodování. Rozhodovací proces je ovlivňován komerčními i nekomerčními vlivy, které na jedince působí. Na jejich základě se spotřebitel rozhoduje, zda nákup uskutečnit (Schifmann, 2004).

3.7 Speciální tržní segmenty

3.7.1 Věková struktura obyvatel

Věková struktura obyvatel se neustále mění. Posledních pár let převažuje trend stárnutí obyvatelstva, kdy se více lidí dožívá vyššího věku. Populace 50+ je v dnešní době poměrně vysoká a očekává se, že ještě poroste. Oproti tomu je v domácnostech méně – náctiletých a mladistvých dospělých. Větší % starších spotřebitelů je ochotno, kvůli ceně obejít více prodejen (Kotler, 2007).

3.7.2 Odlišné spotřební chování žen a mužů

Z hlediska spotřebního chování jsou ženy a muži, rozděleny dle specifického pohledu nabídky produktů a služeb. Ženy a muži mají odlišné pohlížení na svět, mají odlišné automatické a instinktivní reakce. Ženy vnímají především empaticky, kdežto muži se více spoléhají na pochopení jádra věci. Proto je jejich spotřebitelské chování odlišné a při rozhodování o koupi jsou ovlivňovány různými faktory (Kotler, 2007).

3.8 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum je nástrojem k úspěšnému řízení marketingu podniku. Podnikový marketing tvoří nabídku zboží a služeb, po kterých je poptávka, se snahou uspokojit potřebu zákazníků lépe než konkurence. Uspokojením požadavků zákazníků je docíleno uspokojením podnikatelského záměru daného podniku, což je cílem marketingového řízení (Přibová a kol., 1996).

Foret (2012) uvádí, že marketingový výzkum poskytuje empirické informace o situaci na trhu, především o zákaznících. Informace jsou získány na základě

objektivizovaných a systematických metodologických postupů, které respektují specifika složité sociálně-ekonomické reality.

3.8.1 Význam marketingového výzkumu

Přínos marketingového výzkumu je ovlivněn kvalitou vlastního výzkumu a kvalitou marketingového řízení podniku. Kvalitní výzkum přináší relevantní, spolehlivé pravdivé a především aktuální informace. Marketingový řídicí proces je prospěšný pokud umí s informacemi, které jsou získány ve výzkumu pracovat. Kvalitní výzkum vede ke snížení velikosti rizika a informační nejistoty při plánování marketingových opatření a zároveň umožňuje rozhodovat o pružném přizpůsobení operací při změně podmínek (Příbová a kol., 1996).

3.8.2 Proces marketingového výzkumu

Podle Foreta (2012) je možné si marketingový výzkum přiblížit jako proces sestávající z pěti kroků.

1. Definování marketingového problému a cílů výzkumu
2. Sestavení plánu výzkumu
3. Shromáždění informací
4. Jejich statistické zpracování a analýza
5. Prezentace výsledků, včetně praktických doporučení

Příbová a kol. (1996) definuje proces o něco podrobněji a uvádí sedm základních kroků. Popisuje podrobněji bod 2. a 3. jako zdroje dat, metody a techniky sběru dat, určení a velikosti vzorku.

Výše uvedené kroky procesu budou podrobně vysvětleny.

1. Formulace cíle neboli marketingového problému je nejdůležitější částí výzkumu. Kritickým momentem často bývá komunikace mezi zadavatelem a řešitelem výzkumného projektu. Může se také stát, že náklady na výzkum přesáhnou hodnotu jeho přínosu. Je nutné zpracovat alespoň stručně teoretické vymezení problému a hlavních souvisejících pojmů. Správná formulace problému umožní výzkumníkům stanovit další postup a tím získat potřebné informace.

2. Zajištění již existujících informací, konzultace s odborníky, hledání dat, které by přispěli k pochopení problému. Zde se využívají především sekundární data.
3. Shromáždění informací se pojí s technikou sběru dat. Volba se pohybuje mezi dotazováním, pozorováním a experimentováním. Dle volby techniky sběru dat je určena optimální velikost výběrového souboru.
4. Zpracování a analýza dat zahrnuje i hodnocení a interpretaci výsledků, které se podstatně liší podle typu výzkumu.
5. Srozumitelný výstup výzkumu vhodný pro manažerské rozhodování (Příbová a kol., 1996, Foret, 2012).

3.8.3 Zdroje dat

Příbová a kol. (1996) i Foret (2012) se shodují na základním dělení dat na primární a sekundární. Rozdíl mezi těmito daty je především v účelu, ke kterému byla data shromážděna.

Sekundární data jsou opětovně využitá data, která již dříve někdo shromáždil a zpracoval pro jiné cíle a jiné zadavatele. Tyto zdroje šetří čas a peníze. (Příbová a kol., 1996) Sekundární data dělíme na neagregovaná, která jsou v původní podobě hodnot za každou jednotku a agregovaná, kde jsou data již zpracována např. do podoby statistických hodnot. Hodnotnější jsou data sekundární neagregovaná, snadno se znova statisticky zpracují dle nových požadavků výzkumu (Foret, 2012).

Primární data jsou data nově získaná. Zdrojem primárních dat je zkoumaná jednotka, kterou může být jednotlivec, firma, škola, domácnost atd. Je třeba rozhodnout, kdo bude jednotku zastupovat. Důležité je používat spolehlivý postup a metody sběru dat. Data se dělí na kvantitativní a kvalitativní, podle jejich charakteru (Příbová a kol., 1996).

3.8.4 Techniky sběru dat

Data je možné získat různými způsoby. Způsob shromažďování dat je nazýván technika sběru dat. Základní techniky sběru dat jsou uvedeny v následující tabulce. Společně s informacemi o hodnocení účasti pozorovaných jednotek a účasti sběratele dat. Tato dvě hlediska do značné míry ovlivňují přesnost a úplnost dat.

Tabulka 1 Techniky sběru dat

Technika sběru dat	Účast těch, kdo poskytují informace	Účast těch, kdo shromažďují informace	Návratnost
Pozorování	Žádná	Značná	X
Osobní dotazování	Značná	Značná	Vysoká
Telefonické dotazování	Značná	Značná	Vysoká
Písemné dotazování	Značná	Žádná	Nízká
Elektronické dotazování	Značná	Žádná	Nízká
Laboratorní experiment	Značná	Značná	X
Experiment v přirozených podmínkách	Značná	Značná	X

Zdroj: Příbová a kol. (Vlastní zpracování)

Výzkum využívá všechny výše zmíněné techniky, jejich efektivnost je však vázaná na určité podmínky. Techniky je také možné kombinovat a tím docílit lepšího výsledného efektu (Příbová a kol., 1996).

3.8.4.1 Písemné a elektronické dotazování

Dotazování patří k nejrozšířenějším postupům marketingového výzkumu. Je uskutečněno pomocí dotazníků, záznamových archů. Výhodou písemného dotazování je, že respondent má čas si odpověď rozmyslet, tato okolnost se u spontánních otázek může obrátit i v nevýhodu. Největší nevýhodu představuje ztráta kontroly nad velikostí a strukturou výběrového souboru. Návratnost dotazníků se pohybuje okolo 30 %.

Elektronické dotazování je nová technika sběru dat založena na využití počítačů. Její rozšíření závisí s růstem účastníků elektronické pošty. Elektronické dotazníky se vyznačují výhodami písemného dotazníku, jsou nesmírně rychlé, levné a oproti písemnému dotazování mají tu výhodu, že všechna data jsou již v elektronické podobě (Příbová a kol. 1996).

3.8.4.1 Zásady tvorby dotazníku a konstrukce otázek

Dobrý dotazník je účelově technický, otázky jsou formulovány a sestaveny do takového celku, aby dotazovaný co nejpřesněji odpovídal na to, co nás zajímá. Zároveň by měl být dotazník psychologický, jsou vytvořeny takové podmínky, aby respondent odpovídat stručně a pravdivě a tento úkol mu přišel snadný a příjemný. V neposlední řadě dotazník musí být srozumitelný, respondentovy musí být jasné, co se po něm chce a jak má postupovat (Foret, 2012).

Seznam informací

Příprava obsahové koncepce dotazníku, která vychází z předchozích přípravných etap, jako je stanovení cíle výzkumu odpovídá na otázku na, co se budeme ptát. Otázky jsou formulovány, tak aby bylo možné získat potřebné informace, které by nesprávnou formulací otázky nebyly zjištěny a při výsledné analýze výsledků by chyběly.

Specifikace cílové skupiny

Rozhodnutí koho se budeme ptát, je důležité pro formulaci vstupních a věcných otázek a také pro míru použití odborných termínů v dotazníku. Jednotkou může být domácnost či podnik určitého typu, pokud je jednotkou soubor je potřeba ještě určit, kdo bude respondent, v podniku zda to bude ředitel či specialista na danou problematiku, v rodině zda bude odpovídat žena či muž atp.

Konstrukce otázek

Při konstrukci otázek zohledňujeme jakou funkci daná otázka v dotazníku má a jakým způsobem otázku položit, aby přinesla přesně tu informaci, kterou potřebujeme. Konkrétní podoba otázek záleží na řešiteli výzkumu, ten určuje, zda potřebuje znát všechny možné odpovědi, nebo mu k danému výzkumu postačují jen některé, zda je třeba znát jemnější rozdíly, či mu stačí jejich sloučení do obecnějších kategorií. Otázky můžeme

dělit podle typu odpovědí, podle pozice v dotazníku, podle vztahu k tématu apod. Více o dělení otázek je uvedeno níže (Foret, 2012).

Konstrukce celého dotazníku

Každý dotazník má svou logickou strukturu. Je potřeba zvážit míru strukturovanosti, která podporuje plynulost dotazníku a určit délku dotazníku. Hlavním cílem je udržet zájem respondenta (Příbová a kol., 1996). Dotazník již na první pohled upoutá svojí grafickou úpravou. Velmi důležitá je první stránka, která by měla vzbudit zájem respondenta, zdůraznit smysl jím poskytnutých informací, určit způsob vyplnění dotazníku a v neposlední řadě ujistit respondenty o zachování anonymity (Foret, 2012). Příbová a kol. (1996) i Foret (2012) se shodují, že správná konstrukce dotazníku by měla vzbudit u respondenta zájem. Na respondenta také dobře působí, pokud je dotazník zaštitěn uznávanou vědeckou či jinak všeobecně váženou institucí, např. Univerzitou či Akademií věd, případně alespoň třetí nezúčastněnou stranou např. Agenturou marketingového výzkumu, která je uvedena, nebo podepsána na konci úvodního textu.

3.8.4.2 Druhy otázek

Podle typu odpovědí

- a) Otevřené otázky – Necháváme dotazovaného volně odpovídat, není nabídnuta možnost odpovědi. Vyhýbáme se zde možnosti, že si respondent nebude moci z daných možností vybrat. Vybrané data se velmi obtížně zpracovávají
- b) Uzavřené otázky – Nabídneme varianty odpovědí, z kterých si respondent vybere. Zpracování dat je zde snazší a jednoznačnější. Obtížnější je příprava odpovědí, aby byly navrženy všechny možné varianty, měli bychom navrhnout vždy i variantu „neví“ či „něco jiného“. Občas je problém vybrat pouze jednu odpověď. Otázky můžou být jednoduché: ano-ne nebo shora či zdola uzavřené (Foret, 2012).

Podle vztahu k tématu

- a) Přímý dotaz – otázka nemá skrytý význam, ptá se přímo na podstatu věci.
- b) Nepřímý dotaz – Pokládáme otázku, která svou formulací zastírá skutečně zjišťovanou informaci.

Podle pozice v dotazníku

- a) otázky filtrační / screeningové - Zajišťují nám vhodný výběr osob, pro naše dotazníkové šetření. Pomocí screeningových otázek vyloučíme osoby, které k danému subjektu nemají vztah, či by mohly být zaujatí. Na většinu screeningových otázek respondent rád odpoví, ale pokud pokládáme otázky zaměřené na vzdělání, příjem, znalosti či vlastnictví mohou se respondenti cítit dotčeni. Proto je důležité otázky správně formulovat a pečlivě zařadit do dotazníku.
- b) otázky kontaktní - Pomocí kontaktních otázek si zajišťujeme ochotu respondenta ke spolupráci. Poskytneme respondentovy pravdivé informace. Používají se na začátek a nakonec dotazníku.
- c) otázky analytické - Tvoří jádro celého dotazníku. Na tyto otázky odpovídají již vybraní segmentovaní jedinci. Informace z nich jsou použity na analýzu problému a jeho řešení.
- d) otázky demografické - Pomáhají nám zařadit a identifikovat respondenta. Jsou důležité pro hledání vazeb, souvislostí a rozdílů. Otázky jsou pokládány na konec. Nejčastěji jsou kladeny jako otázky uzavřené, je poté větší šance získat odpovědi (Bártová a spol. 2004).

3.8.4.3 Stupnice postojů

Stupnice postojů se nejčastěji používá jako nástroj k podchycení údajů ohledně názoru na výrobek, službu či konkrétní charakteristické znaky daného výrobku nebo služby. Respondentovy je k hodnocení nabídnuta stupnice s několika možnostmi (Schiffman, 2004).

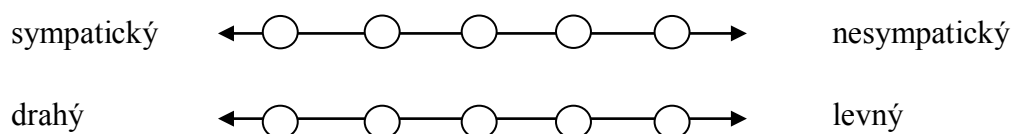
Likertova stupnice

Patří mezi nejoblíbenější formy stupnice postojů. Hlavním přínosem Likertovy stupnice je možnost zvážit odpověď ke každému sdělení zvlášť, nebo kombinovat odpovědi. Pomocí Likertovy stupnice má respondent možnost uvést míru s jakou souhlasí s jednotlivými sděleními. Stejný postup může být praktikován při měření spokojenosti, nebo zjišťování důležitosti jisté vlastnosti produktu či dané skutečnosti.

Stupnice významových rozdílů

Zpravidla obsahuje řadu protikladných přídavných jmen a stupnici s lichými čísly, nejčastěji pěti či sedmi. Respondent zatrhává bod na stupnici, který nejlépe odpovídá jeho pocitům a názorům. Je třeba měnit umístění pozitivních a negativních termínů na stupnici zleva doprava a naopak, aby se předešlo jednostranným odpovědím. Občas se používá i stupnice se sudými čísly, tím se zamezí možnost neutrální odpovědi.

Příklad stupnice významových rozdílů:



Stupnice budoucího chování

Zjišťuje budoucí chování spotřebitele u daného výrobku či služby, nebo předpovídá jejich reakci na nové změny. Stupnice budoucího chování, kdy se snažíme zjistit, s jakou pravděpodobností zákazník doporučí zboží svému příteli. Může být reprezentována těmito odpověďmi: Rozhodně doporučím, pravděpodobně doporučím, možná doporučím, pravděpodobně nedoporučím, rozhodně nedoporučím.

Stupnice seřazení podle preferencí

Stupnice respondentům nabízí několik položek, které mají v souladu s několika kritérii seřadit podle preferencí. Tato stupnice pomáhá prodejcům nalézt oblasti, ve kterých je potřeba se zlepšit a tím zajistit lepší konkurenceschopnost. Respondent má za úkol seřadit odpovědi od té, kterou nejvíce preferuje, až po tu kterou preferuje nejméně (Schiffman, 2004).

4 Analytická část

4.1 Vyhodnocení dotazníku

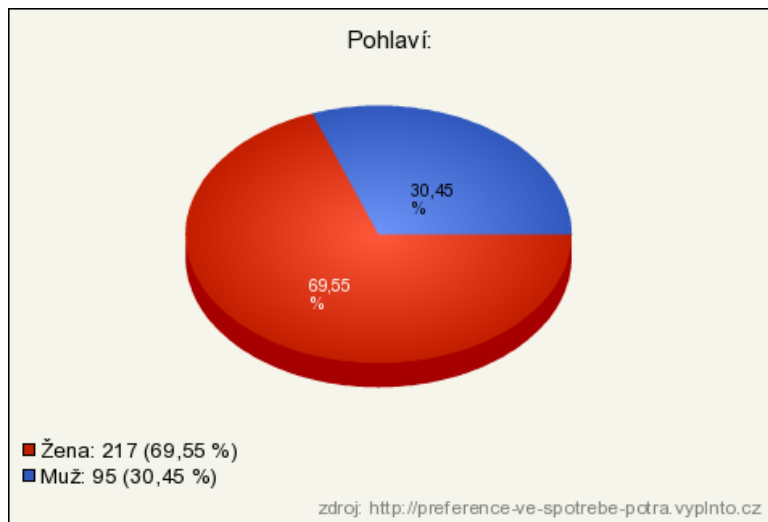
Sběr dat k této bakalářské práci byl zajištěn skrz elektronický dotazník, který byl vyhotoven na portálu www.vyplnto.cz. Dotazník obsahoval celkem 20 otázek, které byly zobrazeny všechny najednou. Pro uživatele je takové zobrazení příjemnější a častěji dotazník dokončí. Příloha č. 1 zobrazuje dotazník v podobě, v které ho viděli respondenti na www.vyplnto.cz. Dotazník zodpovědělo celkem 312 respondentů.

4.1.1 Socio-demografické charakteristiky

Tyto údaje jsou především informativní pro zadavatele. Byly zjištěny následující údaje.

4.1.2 Identifikační otázky

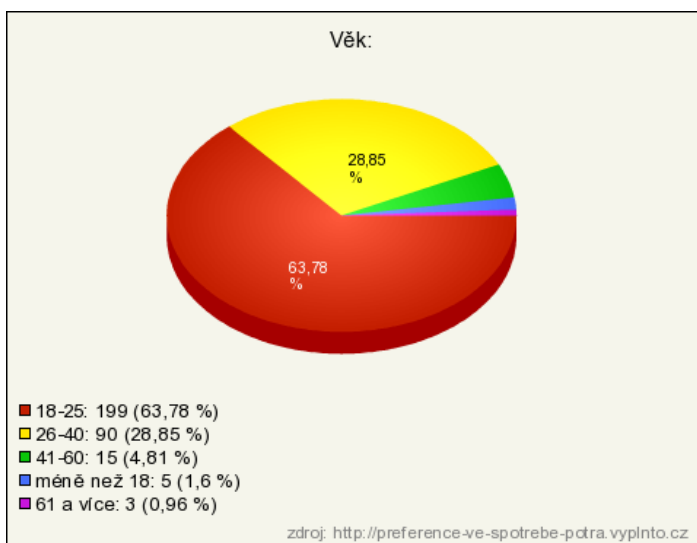
První identifikační otázka se týkala pohlaví respondentů. Průzkumu se zúčastnilo 217 žen a 94 mužů viz Graf č. 1. Tento poměr je nevyrovnaný, a je pravděpodobně zapříčiněn větším zájmem o stravování ze strany žen.



Graf č. 1 Pohlaví

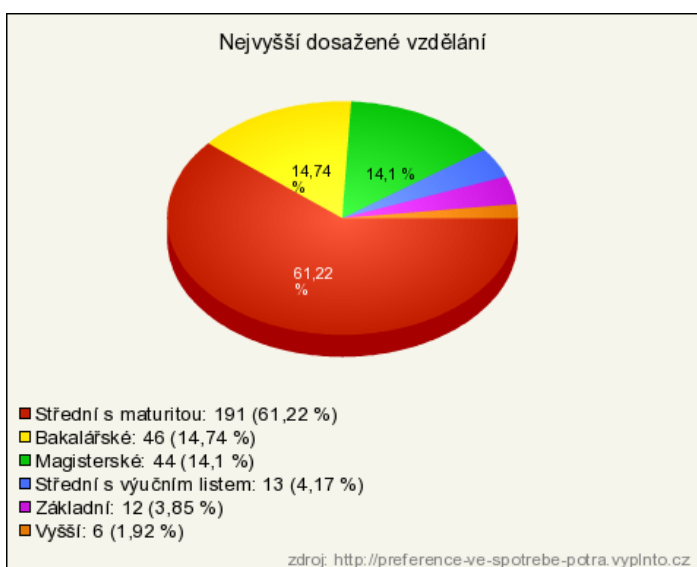
Věk respondentů je závislý na formě šíření dotazníku. Dotazník byl šířen především na sociálních sítích, tu nejčastěji využívá mladší populace. Největší kategorii tvořila skupina 18-25 let (199 odpovědí) dále kategorie 26-40 let (90 odpovědí). Kategorie 41-60

let byla výrazně v menšině (15 odpovědí) a na posledním místě je zanedbatelná skupina (3 odpovědi) respondentů starších než 61 let.



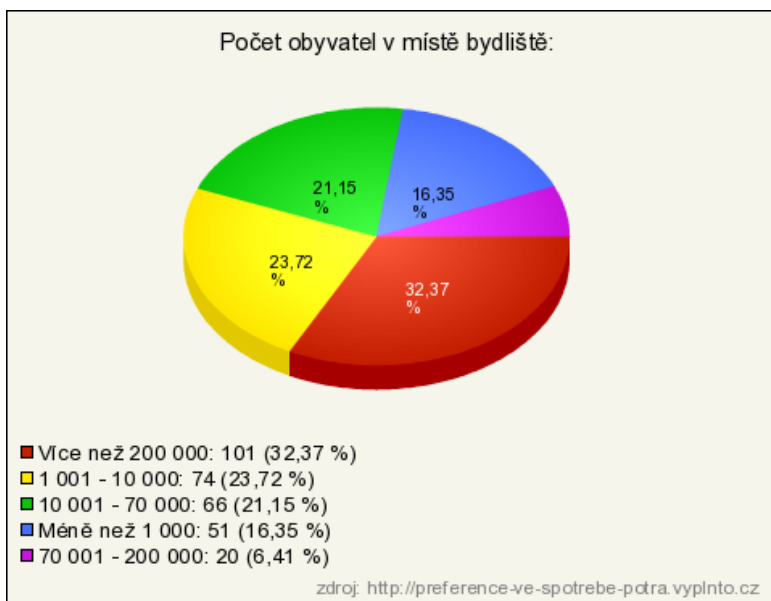
Graf č. 2 Věk

U otázky na nejvyšší dosažené vzdělání (graf č. 3) jasně převažovala odpověď střední s maturitou, toto vzdělání má přes 61 % respondentů (191 odpovědí). Téměř vyrovnané bylo vzdělání bakalářské (46 odpovědí) a magisterské (44 odpovědi). Následovala odpověď střední s výučním listem (13 odpovědí) a hned za ní základní vzdělání (12 odpovědí). Nejméně respondentů dosáhlo vyššího vzdělání než je magisterské (6 odpovědi).



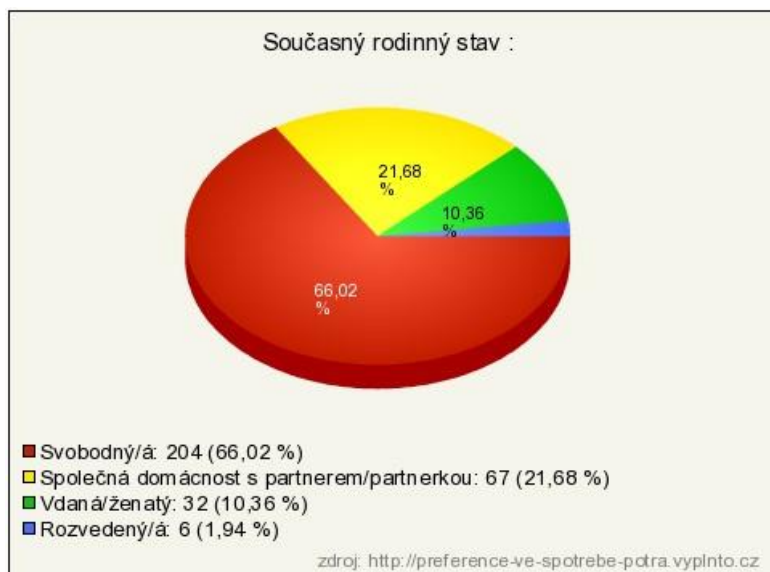
Graf č. 3 Nejvyšší dosažené vzdělání

Nejvíce respondentů bydlí ve městě s počtem obyvatel více než 200 tisíc (101 odpovědí). V České republice máme tři města, která kritéria splňují a to: Praha, Brno a Ostrava. Další část respondentů bydlí v malých (1001-10 000 obyvatel) či středně velkých (10 001-70 000 obyvatel) městech. Překvapivě velká část (51 odpovědí) bydlí v obci do 1000 obyvatel. Nejméně respondentů bydlí v městech s 70 001-200 000 obyvatel (20 odpovědí)



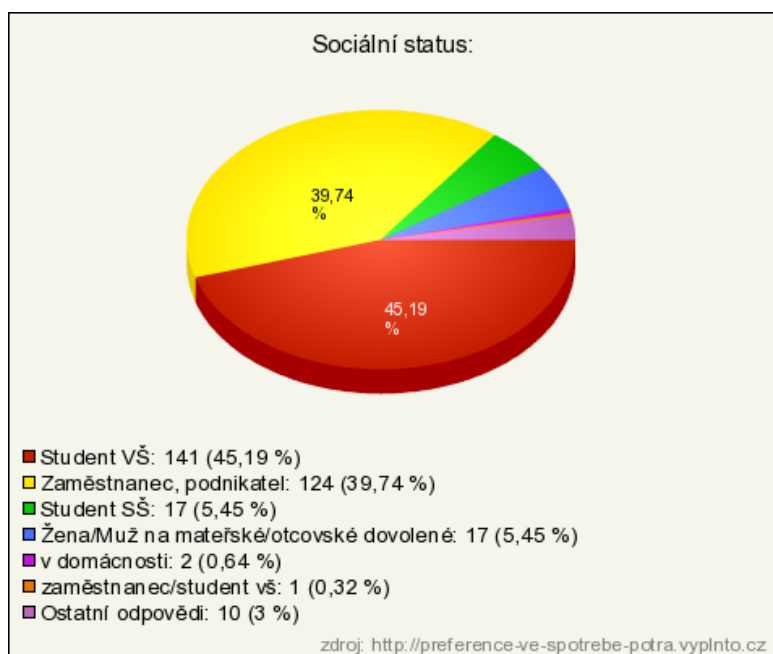
Graf č. 4 Počet obyvatel v místě bydliště

Současný rodinný stav neuvedli 3 respondenti. Z 309 odpovědí je rozdělení následující. U nejvíce respondentů (204 odpovědí) je současný rodinný stav svobodný/á. To může být ovlivněno především nízkým věkem respondentů, kteří teprve partnera či partnerku hledají. Zhruba o polovinu více respondentů žije s partnerem ve společné domácnosti bez uzavřeného manželského sňatku, oproti respondentům, kteří manželství uzavřeli. Nejmenší skupinu (6 odpovědí) tvoří rozvedení.



Graf č. 5 Současný rodinný stav

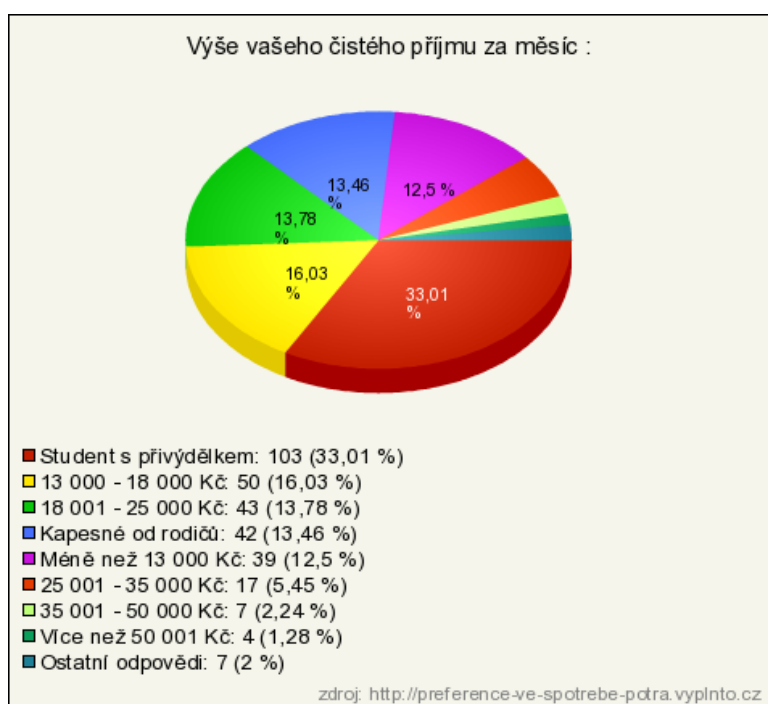
Velkou část respondentů tvoří především studenti Vysoké školy a zaměstnanci, či podnikatelé. Sociální status poté doplňují jedinci na rodičovské dovolené (17 odpovědí). U této otázky bylo možné napsat jinou odpověď. Tuto možnost zvolilo 13 respondentů. Jedná se o jedince bez zaměstnání, důchodce aj. Pro další průzkum bude tato odpověď označována jako: Jiná.



Graf č. 6 Sociální status

Zajímavostí je, že více než o polovinu více studentů si při škole přivydělává (103 odpovědí) oproti těm, kteří se spoléhají na kapesné od rodičů (42 odpovědí).

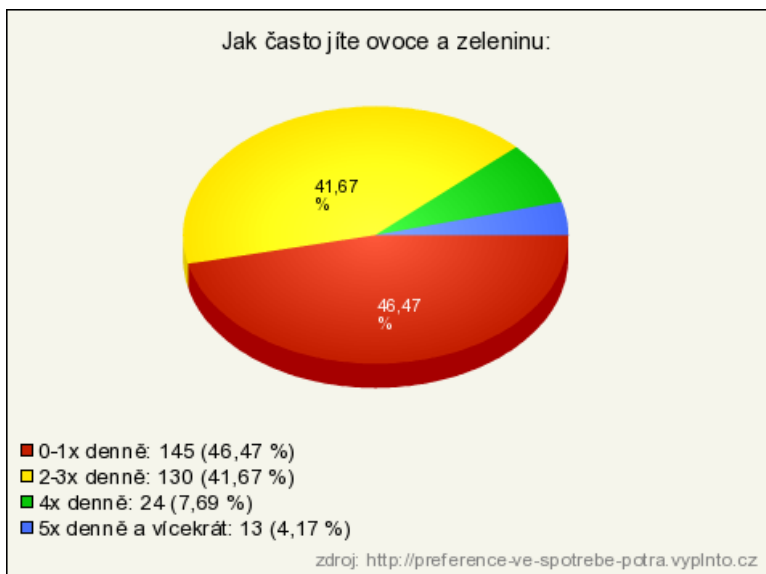
Plat respondentů se nejčastěji pohybuje od méně než 13 tisíc Kč po 25 tisíc Kč. S vyšším platem respondentů ubývá. Plat více než 25 tisíc Kč až 35 tisíc Kč odpovědělo 17 respondentů. Velmi malá část respondentů zvolila plat vyšší než 35 tisíc Kč. Tato otázka patří u respondentů mezi neoblíbené, proto jim byla nabídnuta možnost neodpovídat, kterou využilo 7 respondentů.



Graf č. 7 Čistý měsíční příjem

4.1.3 Spotřeba potravin

První otázka se týkala frekvence konzumace ovoce a zeleniny (graf č. 8). Největší část respondentů odpovědělo 0-1x denně (145 odpovědí) a poté odpověď 2-3x denně (130 odpovědí). Odpovědi 4x denně, bylo výrazně méně (24 odpovědí). Ještě méně bylo odpovědí 5x denně a vícekrát (13 odpovědí).



Graf č. 8 Frekvence konzumace ovoce a zeleniny

Tato otázka se zaměřuje na rozdělení příjmu živočišných a rostlinných bílkovin. Z grafu č. 9 je zřejmé že převažuje konzumace živočišných bílkovin (181 odpovědí). Čím méně se vyskytují živočišné bílkoviny, tím respondenti ubývají. Velice málo respondentů odpovědělo, že přijímá pouze rostlinné bílkoviny (11 odpovědí). Respondenti měli možnost zvolit vlastní odpověď, odlišnou od těch definovaných, většinou nevěděli, jak bílkoviny rozdělit, popřípadě zvolili jiné rozdělení (7 odpovědí).



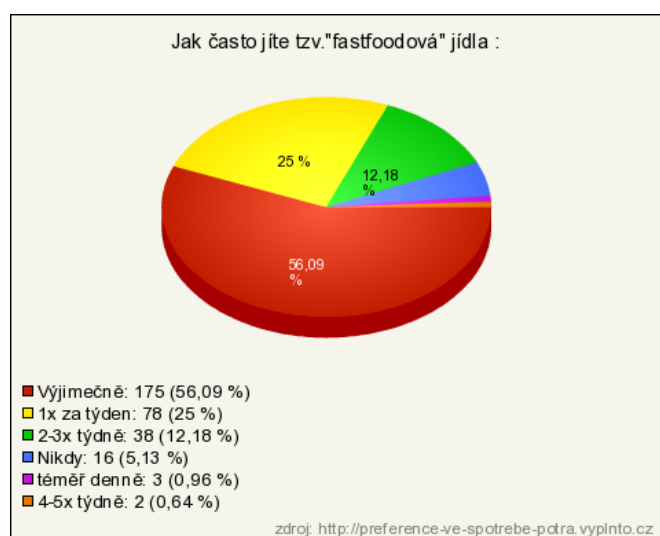
Graf č. 9 Živočišné a rostlinné bílkoviny

Příjem tekutin se u většiny respondentů (77%) pohybuje v rozmezí 0,6-2 l tekutin. Dále respondenti často odpovídali 0,5 l (22 odpovědí) a více než 3 l (16 odpovědí). Jeden respondent uvedl příjem 0 l z výše uvedených tekutin.



Graf č. 10 Množství tekutin

Více než polovina respondentů odpověděla na otázku ohledně konzumace “fastfoodových“ jídel výjimečně (175 odpovědí). Další častá odpověď je 1x za týden (78 odpovědí). Méně respondentů odpovědělo 2-3x týdně (38 odpovědí) a jsou i respondenti, kteří tyto jídla nekonzumují (16 odpovědí). Nejméně respondentů odpovědělo: téměř denně či 4-5x týdně.



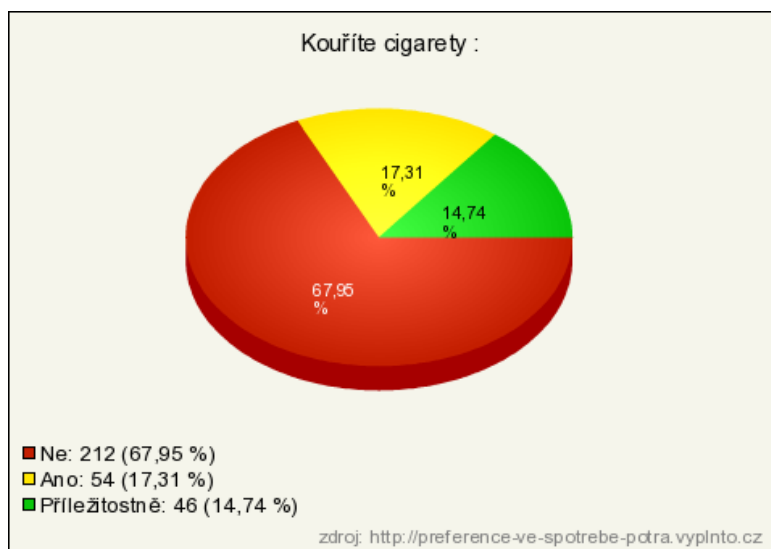
Graf č. 11 Četnost konzumace "fastfoodových" jídel

Nejčastější odpověď u otázky týkající se konzumace alkoholu je *2-4x za měsíc* (122 odpovědí), dále odpověď *jednou za měsíc a méně* (101 odpovědí). Méně respondentů volilo zvýšenou konzumaci alkoholu *2-3x týdně* (58 odpovědí), a ještě méně *4x nebo více za týden* (12 odpovědí). Část respondentů alkohol nekonzumuje *nikdy* (19 odpovědí).



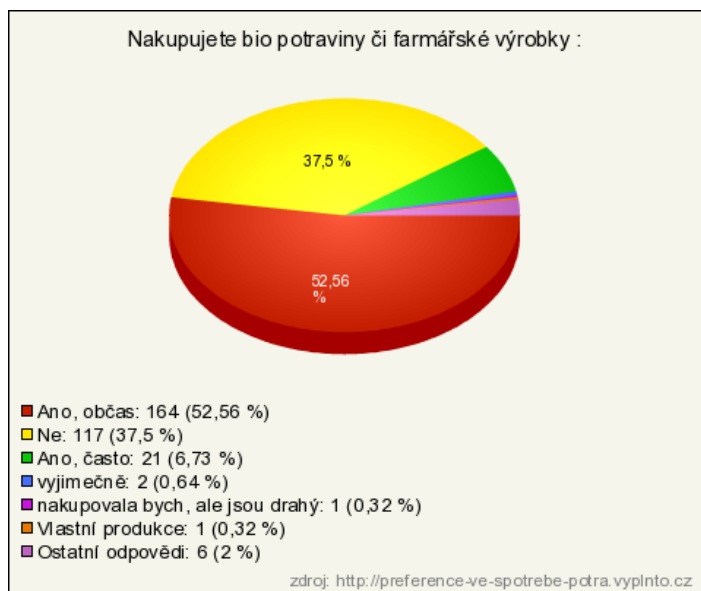
Graf č. 12 Četnost konzumace alkoholu

Z grafu č. 13 lze vyčíst, že velká většina respondentů jsou nekuřáci (212 odpovědí). Další dvě odpovědi příležitostní kuřáci (46 odpovědí) a kuřáci (54 odpovědí) zastupují podobný podíl.



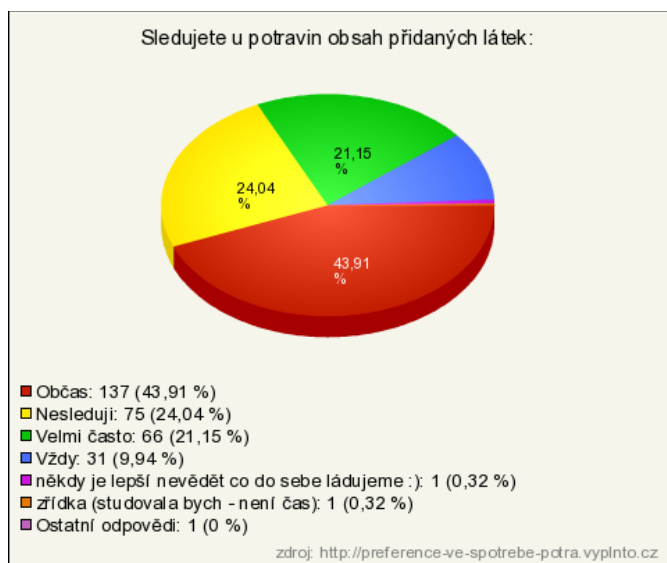
Graf č. 13 Kouření cigaret

Co se týče nákupu bio potravin a farmářských výrobků nejčastější odpověď byla *ano, občas* (164 odpovědí). Hned za ní následovali odpověď *ne* (117 odpovědí), méně respondentů volilo odpověď *ano, často* (21 odpovědí). Pár jedinců volilo odpověď *výjimečně* a ostatní volili *vlastní odpověď* (8 odpovědí).



Graf č. 14 Bio potraviny a farmářské výrobky

Následující otázka se týká sledování přidaných látek v potravinách. Přibližně jedna čtvrtina respondentů nesleduje obsah přidaných látek (75 odpovědí), ostatní respondenti se více či méně o přidané látky zajímají, tomu odpovídá nejčastější odpověď *občas* (137 odpovědí).



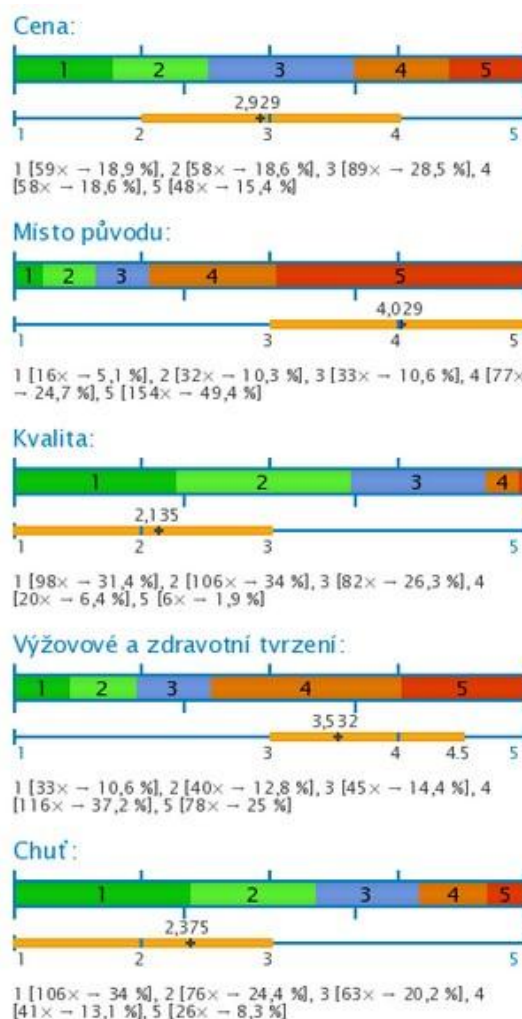
Graf č. 15 Přidané látky

Tabulka 2 Průměrné pořadí faktorů

Odpověď	Průměrné pořadí
Cena:	2.926
Místo původu:	4.039
Kvalita:	2.135
Výživové a zdravotní tvrzení:	3.534
Chuť:	2.367

Zdroj: <http://preferance-ve-spotrebe-potra.vyplnto.cz/> / 2015

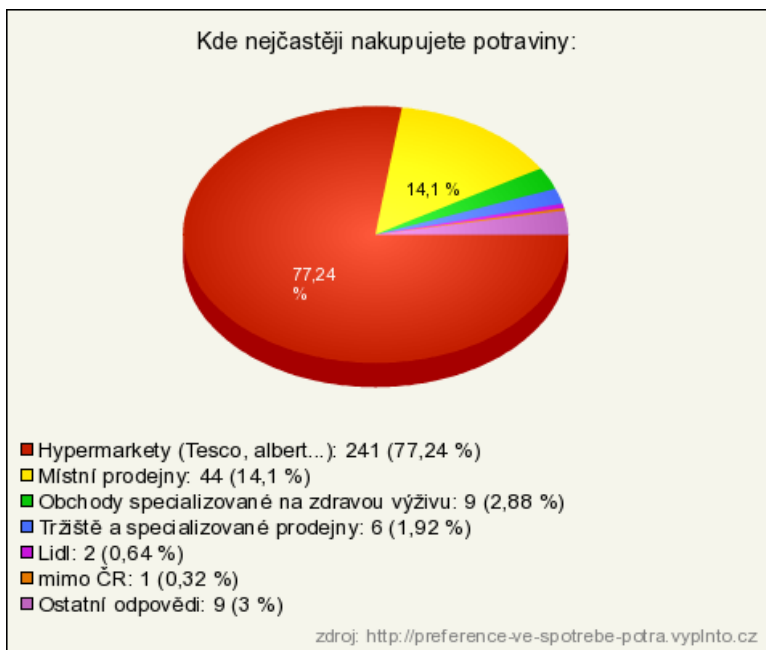
Následující otázka se zaměřovala na 5 faktorů, které respondenta ovlivňují při nákupu potravin. U každého faktoru respondent volil odlišné pořadí, dle důležitosti jakou pro něho faktor má při nákupu. Nejdůležitější faktor pro respondenty, dle průměru (tabulka 2) byla **kvalita**, tento faktor jen málo respondentů zařadilo na pátou pozici. Faktor jako druhý ovlivňující respondenty je **chuť**. Třetí důležitý faktor je **cena**. **Výživové a zdravotní tvrzení** se nachází překvapivě až na čtvrtém místě a nejméně důležitý z nabízených faktorů je **místo původu**. Četnost jednotlivých odpovědí je znázorněna v grafu č. 17.



Graf č. 16 Rozdělení faktorů

Zdroj: <http://preferance-ve-spotrebe-potra.vyplnto.cz/> / 2015

Největší část respondentů (241 odpovědí) nakupuje potraviny v *hypermarketech*. Druhé místo nákupu obsadily *místní prodejny* (44 odpovědí). Ostatní odpovědi nejsou nikterak významně zastoupeny. Část respondentů zvolila jinou odpověď (10 respondentů).



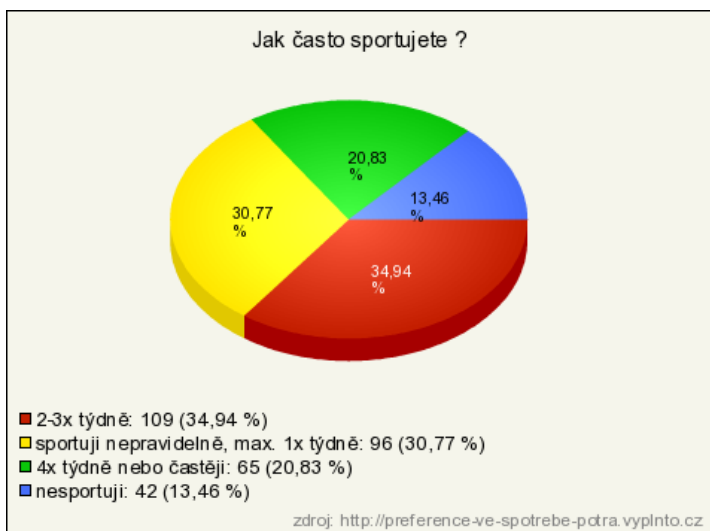
Graf č. 17 Nejčastější místo nákupu potravin

V následující otázce měli respondenti zvolit minimálně jednu odpověď. Velká část respondentů *preferuje České potraviny* (137 odpovědí). Více respondentům spíše nezáleží na zemi původu. Respondentům byla také nabídnuta možnost, *kupují potraviny s nejmenší dovezenou vzdáleností* (31 odpovědí), tyto potraviny jsou transportovány dopravními prostředky menší vzdálenost, tudíž zanechají menší ekologickou stopu.



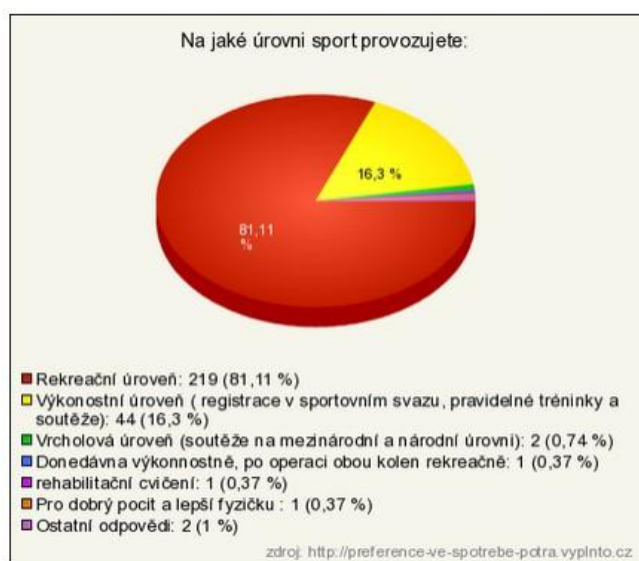
Graf č. 18 Preference dle země původu

Sport je nedílnou součástí našeho fyzického zdraví, jen malá část respondentů se sportu vůbec nevěnuje (42 odpovědí). Nejčastěji respondenti sportují 2-3x týdně (109 odpovědí) či *nepravidelně, max. 1 týdně* (96 odpovědí). Překvapivě velká část respondentů sportuje vícekrát než 4x týdně (65 odpovědí).



Graf č. 19 Četnost sportu

Ke sportu jsme přidali otázku úrovně, na které se sportu věnují. Na otázku neodpovídali respondenti, kteří uvedli, že nesportují. Otázku celkem odpovídalo 268 respondentů. Podle předpokladu nejvíce respondentů sportuje *rekreačně* (219 odpovědí). *Výkonnostní úroveň* obsadila druhé místo (22 odpovědí) a na *vrcholové úrovni* sport provozují dva respondenti. Někteří respondenti zvolili *vlastní odpověď* (6 odpovědí).



Graf č. 20 Úroveň sportu

4.2 Sloučení kategorií a zařazení dat

Pro lepší práci s daty, byly zařazeny vlastní odpovědi do stanovených kategorií, popřípadě byla vytvořena nová kategorie. Aby bylo možné použít χ^2 -test, musí být dodrženo pravidlo s teoretickými četnostmi (více v podkapitole 2. 2. 1. 1.), proto byly některé kategorie sloučeny do větších celků, aby pravidlo bylo dodrženo.

Konzumace ovoce a zeleniny- Sloučení kategorie *4x denně* s kategorií *5x denně a vícekrát* do kategorie *4x denně a vícekrát*.

Konzumace "fastfoodových jídel" – Vytvoření nové kategorie *často* (obsahuje odpovědi 2x týdně a častěji). Kam, se sloučily tři předchozí kategorie *2-3x týdně*, *4-5x týdně* a *téměř denně*. Vložení dat z kategorie nikdy do kategorie výjimečně.

Příjem tekutin – Sloučení kategorií *0 l* a *0,5 l* do kategorie *0-0,5 l*. Dále sloučení kategorií *2,1-3 l* a *více než 3 l*, do kategorie *více než 2 l*.

Nakupujete bio potraviny či farmářské výrobky - Kategorie *výjimečně* (2 odpovědi) byla vložena do kategorie *Ano, občas*. 8 respondentů odpovědělo *vlastní odpovědi*, tyto odpovědi byly rozřazeny do stanovených kategorií.

Sledujete obsah přidaných látek – 3 *vlastní odpovědi*, byly zařazeny do stanovených kategorií.

Nejčastější místo nákupu – Došlo k sloučení kategorie *obchody specializované na zdravou výživu* s kategorií *tržiště a specializované obchody* do nové kategorie: *Zdravá výživa, tržiště a specializované obchody*. *Vlastní odpovědi* (11) byli rozřazeny.

Věk – Došlo k sloučení kategorie *méně než 18* a *18-25* na jednotnou kategorii *méně než 26 let*. Také došlo k sloučení kategorie *41-60* a *61 a více* na kategorii *41 a více*.

Nejvyšší dosažené vzdělání- Sloučení kategorií *základní, střední s výučním listem* a *střední s maturitou* do kategorie *střední a nižší*. Další sloučení dvou kategorií *magisterské* a *vyšší* na jednotnou kategorii *magisterské a vyšší*.

Sociální status - Vytvoření nové kategorie *rodičovská dovolená, v domácnosti a důchodce*, do které spadá kategorie *žena/muž na mateřské/otcovské dovolené* a dále *vlastní odpovědi* respondentů.

Výše měsíčního příjmu – Vytvoření nové kategorie *více než 25 000 Kč*, kam spadá kategorie *25 000 – 35 000 Kč*, *35 001 - 50 000 Kč* a *Více než 50 001 Kč*.

4.3 Statistická analýza dat

Zkoumání dat a ověřování stanovených hypotéz bylo provedeno v softwaru Statistica 12. Kontingenční tabulky sestavené ke každé hypotéze jsou přiložené v příloze tabulky. Hladina významnosti α se pro výpočet všech hypotéz $\alpha = 0,05$. Pro zkoumané hypotézy vždy platí:

H_0 : Mezi sledovanými znaky neexistuje žádná závislost.

H_1 : Mezi sledovanými znaky existuje závislost.

Vypočteme testovací kritérium χ^2 podle vzorce č. 1 uvedeného v podkapitole 2. 2.

1. 1. Nulová hypotéza o nezávislosti se zamítá pokud $\chi^2 > \chi_{\alpha(k-1)(m-1)}^2$, tudíž s 95 % jistotou platí H_1 . Pro zjištění síly závislosti použijeme Cramerův koeficient kontingence vzorec (č. 3). Hodnoty χ^2 a V jsou v tabulkách zaokrouhlena na 3 desetinná místa.

4.3.1 Vliv vybraných faktorů na konzumaci ovoce a zeleniny

Jako možné ovlivňující faktory byly vybrány: **pohlaví, věk, četnost sportu, dosažené vzdělání a výše příjmu** (tabulka 3). Faktory věk, vzdělání a příjem nemají na četnost konzumace ovoce a zeleniny vliv. Faktory pohlaví a sport se prokázaly jako statisticky významné a u obou z nich byla prokázána slabá závislost. Rozdělení odpovědí je v tab. 1-5 přílohy.

Nejčastější konzumace ovoce a zeleniny je u mužů *0-1x denně* u žen *2-3x denně*. Zvýšená konzumace zeleniny a ovoce u žen může být ovlivněna větším zájmem žen o zdravé stravování, nebo také snahou zůstat štíhlé. Druhý ovlivňující faktor je sport.(tab. 3 přílohy). Zde existuje přímá úměra, čím častěji jedinec sportuje, tím více se zvedá průměrná spotřeba ovoce a zeleniny. U nesportujících jedinců nebyla zaznamenána jediná odpověď konzumace ovoce a zeleniny *4x denně a více* a podle očekávání byla nejčastější odpověď *0-1x denně*. U sportovní kategorie s vyšší četností sportu, pak převládá odpověď konzumace ovoce a zeleniny *2-3x týdně* a je i hojně zastoupena kategorie *4x týdně a více*. Vliv sportu na konzumaci ovoce a zeleniny byl očekávaný. Sportovci jsou si vědomi, že zdravá strava má vliv na jejich výsledky.

Tabulka 3 Vyhodnocení vlivu faktorů na konzumaci ovoce a zeleniny

Faktor:	χ^2	stupeň volnosti	P	$\chi^2_{\alpha(k=1)(m-1)}$	H ₀	V
Pohlaví	10,375	2	0,006	5,991	zamítá se	0,182
Věk	0,147	4	0,997	9,483	nezamítá se	XXX
Sport	31,09	6	0,00002	12,592	zamítá se	0,223
Vzdělání	1,217	4	0,87522	9,483	nezamítá se	XXX
Příjem	6,45	10	0,77619	18,307	nezamítá se	XXX

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.2 Vliv vybraných faktorů na příjem tekutin

Jako možné ovlivňující faktory pro příjem tekutin byly zkoumány: **pohlaví, věk, sport a vzdělání**. Statisticky významné faktory jsou pohlaví a sport. Zde byla prokázána slabá závislost. (Tabulka 4)

Vliv pohlaví na příjem tekutin je spíše dán faktem, že žena je od přírody lehčí nežli muž. Tudíž potřebuje méně tekutin. Tomu odpovídá i nejčastější odpověď, která u žen byla *1,3-2l* a u mužů *více než 2l*. Vliv sportu na příjem tekutin je více než očekávaný. Sportovci jsou naučeni tekutiny doplňovat a jejich nejčastější odpověď je *více než 2l*. V kategorii jedinců, kteří sportují maximálně 1x týdně je nejčastější odpověď *0,6-1,2l*. Takový to příjem tekutin je ze zdravotního hlediska jasně nedostačující.

Tabulka 4 Vyhodnocení vlivu faktorů na příjem tekutin

Faktor:	χ^2	stupeň volnosti	P	$\chi^2_{\alpha(k=1)(m-1)}$	H ₀	V
Pohlaví	11,689	3	0,00853	7,815	zamítá se	0,194
Věk	5,567	6	0,47336	12,592	nezamítá se	XXX
Sport	51,363	9	0,00000	16,919	zamítá se	0,234
Vzdělání	3,482	6	0,74628	12,592	nezamítá se	XXX

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.3 Vliv vybraných faktorů na četnost konzumace “fastfoodových“ jídel

Jako možné ovlivňující faktory četnosti konzumace “fastfoodových“ jídel byly zkoumány: **pohlaví, věk, sport, vzdělání a příjem**. Statisticky významné faktory jsou opět pouze pohlaví a sport (Tabulka 5), zde byla prokázána slabá závislost. Překvapivé je, že se neprokázala závislost u faktoru vzdělání. “Fastfoodová“ jídla patří jednoznačně ke špatnému stravování. Při studiu je zapotřebí logicky uvažovat a hledat souvislosti mezi

důsledky a příčinami. Očekávalo by se, že jedinci s vyšším vzděláním se budou stravovat lépe. Toto tvrzení se neprokázalo.

U žen i mužů byla nejčastější odpověď *výjimečně*. Oproti tomu u žen se jen málo objevovala odpověď *často*, která byla u mužů ve větším zastoupení. Stejně tomu bylo i u faktoru sport. Kategorie s větší četností sportování méně volily odpověď *často*. Detailní odpovědi naleznete v tab. 10-14 přílohy.

Tabulka 5 Vyhodnocení vlivu faktorů na konzumaci "fastfoodových" jídel

Faktor:	χ^2	stupeň volnosti	P	$\chi^2_{\alpha(k-1)(m-1)}$	H ₀	V
Pohlaví	10,583	2	0,00504	5,991	zamítá se	0,184
Věk	3,82	4	0,43019	9,483	nezamítá se	XXX
Sport	16,082	6	0,01332	12,592	zamítá se	0,161
Vzdělání	6,42	4	0,16988	9,483	nezamítá se	XXX
Příjem	10,752	10	0,37717	18,307	nezamítá se	XXX

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.4 Vliv vybraných faktorů na nákup bio potravin a farmářských výrobků

Jako možné ovlivňující faktory při nákupu bio potravin a farmářských výrobků byly zkoumány: **pohlaví, věk, sport, a sociální status**. Statisticky významné faktory jsou pohlaví a sport (tabulka 6).

Nejčastější odpověď podle faktoru pohlaví je u žen *ano, občas* a u mužů *ne*. Tato odlišná preference může být způsobena rozdílnou důvěřivostí mužů a žen na daný sortiment výrobků. Kategorie jedinců, kteří nesportují, volila jako nejčastější odpověď *ne*. Překvapivě u všech ostatních kategorií byla nejvíce zastoupena odpověď *ano, občas* a to včetně kategorie sportují nepravidelně, max. 1x týdně (tab. 15-18 Přílohy).

Tabulka 6 Vyhodnocení vlivu faktorů na nákup bio potravin a farmářských výrobků

Faktor:	χ^2	stupeň volnosti	P	$\chi^2_{\alpha(k-1)(m-1)}$	H ₀	V
Pohlaví	10,468	2	0,00533	5,991	zamítá se	0,183
Věk	6,557	4	0,16124	9,483	nezamítá se	XXX
Sport	15,172	6		12,592	zamítá se	0,156
Sociální status	12,154	6	0,05862	12,592	nezamítá se	XXX

4.3.5 Vliv vybraných faktorů na preference při nákupu potravin

Respondenti si zvolili vždy jedinečné pořadí k preferencím ovlivňující jejich rozhodování při nákupu potravin. Volba byla učiněna z těchto preferencí: **cena, místo původu, kvalita, výživové a zdravotní tvrzení a chuť**. Preference byly podrobeny analýze závislosti na vybraných faktorech. Zkoumané faktory jsou u každé preference odlišné, protože se nepovedlo pro všechny vytvořit vhodné podmínky k použití χ^2 - testu, ani po sloučení některých kategorií. Podmínka použití χ^2 - testu je blíže objasněna v podkapitole 2. 2. 1. 1. Jaké faktory byly u preferencí prověřovány, naleznete v tabulce 7. Rozdělení preferencí respondenty dle faktorů naleznete v tab. 19-30 přílohy.

Cena – Faktory u kterých byla zjištěna statisticky významná závislost, jsou sport, vzdělání a příjem. Jedná se o slabou závislost. Nejvyšší závislost byla prokázána u faktoru příjem. Překvapivá je především závislost na faktoru sport. Respondenti, kteří nesportují, nejčastěji řadili cenu na první místo. Oproti těm co sportovali častěji, kde se cena řadila nejčastěji na 2-4 místo. Faktor příjem prokázal nižší zájem o cenu s narůstajícím příjmem, i přesto je cena významná i pro jedince v kategoriích s vyšším příjmem, kde se průměrně umísťovala na 3 místě.

Místo původu- Ověřování proběhlo pouze u faktoru pohlaví, kde nebyla zamítnuta H_0 . Proto pro faktor pohlaví platí, že mezi sledovanými znaky neexistuje žádná závislost.

Kvalita- U této preference nebylo možné ověřit závislost faktorů. Kvalita byla v průměru nejdůležitější preference ze všech zkoumaných (graf č. 16). Na páté místo v preferencích jí respondenti skoro nezařadili, to je také důvod, proč nebylo provedeno následné testování.

Výživové a zdravotní tvrzení- Z ověřovaných faktorů se jako statisticky významný potvrdil faktor sport. Byla prokázána slabá závislost. Čím častěji jedinci sportovali, tím více umísťovali výživové a zdravotní tvrzení na přední příčky.

Chuť- U této preference stejně jako u kvality nebylo možné ověřit závislost faktorů. Chuť byla druhou v průměru nejdůležitější preferencí ze všech zkoumaných, těsně

za kvalitou (graf č. 16). Většina respondentů ji řadila na první místa a méně jedinců na místo poslední.

Tabulka 7 Vyhodnocení vlivu faktorů na preference při nákupu potravin

Faktor:	χ^2	stupeň volnosti	p	$\chi^2_{\alpha(k=1)(m-1)}$	H ₀	V
Cena						
Pohlaví	6,779	4	0,14803	9,483	nezamítá se	XXX
Sport	25,981	12	0,01080	21,026	zamítá se	0,167
Vzdělání	16,228	8	0,03923	15,507	zamítá se	0,161
Příjem	36,868	20	0,01214	31,410	zamítá se	0,172
Rodinný stav	14,648	8	0,06636	15,507	nezamítá se	XXX
Místo původu						
Pohlaví	1,652	4	0,79932	9,483	nezamítá se	XXX
Výživová a zdravotní tvrzení						
Pohlaví	1,777	4	0,77664	9,483	nezamítá se	XXX
Sport	23,256	12	0,02563	21,026	zamítá se	0,158
Vzdělání	11,919	8	0,15486	15,507	nezamítá se	XXX
Počet obyvatel	22,143	16	0,13864	26,296	nezamítá se	XXX
Chut'						
Pohlaví	2,857	4	0,58204	9,483	nezamítá se	XXX
Sport	15,076	12	0,23731	21,026	nezamítá se	XXX
Vzdělání	9,489	8	0,30274	15,507	nezamítá se	XXX

Zdroj: Vlastní zpracování

5 Závěr

Správná výživa se skládá z vhodných kvalitních potravin a závisí na technologické úpravě surovin. Výživová doporučení se v průběhu let mění dle aktuálních vědeckých zjištění. Pro statistické šetření byly vybrány základní aspekty, které neodmyslitelně mají vliv na hodnotnost výživy. Spotřebitelské chování při nákupu potravin kromě hodnotné stravy ovlivňuje řada kulturních, sociálních, osobních a psychologických faktorů. Po prostudování odborné literatury, bylo vybráno několik faktorů, u kterých byla zkoumána možná statisticky významná závislost, pomocí kvalitativních metod. Po prostudování odborné literatury, bylo vybráno několik faktorů, u kterých byla zkoumána možná statisticky významná závislost, pomocí kvalitativních metod. Tyto faktory byly poté otestovány u otázek, kde by mohla být prokázána závislost.

Nejvýznamnější faktor, ovlivňující spotřebitelské preference ve výživě je **sport**. Prokázal se statisticky významný ve všech zkoumaných hypotézách, s výjimkou jedné. A to je vliv sportu na významnost preference chuti potravin. Kategorie, která sportuje 2-3 týdně a 4x týdně a více oproti kategorii nesportuji a sportuji nepravidelně, dbá více na zdravý životní styl. Jí o něco více zeleniny a ovoce, dodržuje optimální pitný režim, jí méně často "fastfoodová" jídla a má kladný vztah k biopotravinám a farmářským výrobkům. Prokázána slabá míra závislosti byla také u preference výživové a zdravotní hledisko, které má pro sportovce větší váhu při nákupu potravin. Zajímavostí je vliv sportu na volbu spotřebního koše dle preference cena. Byla prokázána slabá závislost, kdy sportovně aktivní jedinci nepřipisují ceně takovou důležitost, jako jedinci s nižší četností sportu.

Druhý významný faktor, který ovlivňuje výživu, je **pohlaví**. U pohlaví musíme brát na zřetel jisté odlišnosti, například fyziologickou stavbu těla, která může zkreslovat prokázanou závislost pitného režimu. V konečném důsledku ženy preferují zdravější životní styl než muži, konzumují více ovoce a zeleniny, a méně často "fastfoodová" jídla a častěji nakupují bio potraviny. Oproti tomu překvapivě velké množství mužů zcela odmítlo biopotraviny a farmářské výrobky. Pro faktor **vzdělání** byl prokázán statisticky významný vliv na volbu spotřebního koše dle preference cena. Především pro kategorii s nejvyšším

dosaženým vzděláním má cena nižší význam. Faktor, **věk** a **sociální status** v zkoumaných hypotézách neprokázaly statisticky významný vliv. Preference napříč těmito kategoriemi jsou diferencovány.

6 Seznam použitých zdrojů

Knižní publikace

ČELEDOVÁ, Libuše, Rostislav ČEVELA. *Výchova ke zdraví: vybrané kapitoly*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 126 s. ISBN 978-802-4732-138. FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. 2., aktualiz. vyd. Brno: BizBooks, 2012, iv, 116 s. ISBN 9788026500384.

FORET, Miroslav, Petr PROCHÁZKA a Tomáš URBÁNEK. *Marketing: základy a principy*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2003, 199 s. Praxe manažera. ISBN 8072268880.

HILDA BÁRTOVÁ, Vladimír Bárta. *Chování spotřebitele a výzkum trhu*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2004, 243 s. ISBN 8024507781

JANÍČEK, Gustav a Karel HALAČKA. *Základy výživy*. Vyd. 1. Praha: SNTL, 1985, s. 7.

KÁBA, Bohumil a Libuše SVATOŠOVÁ. *Statistické nástroje ekonomického výzkumu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012, 176 s. ISBN 9788073803599.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

PÁNEK, Jan. *Základy výživy a výživová politika*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 2002, 219 s. ISBN 80-708-0468-8.

POKORNÝ, Jan a Jan PÁNEK. *Základy výživy a výživová politika*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 1996, 158 s. ISBN 80-7080-260-x.

PŘIBOVÁ, Marie. *Marketingový výzkum v praxi*. Vyd. 1. Praha: Grada, 1996, 238 s. ISBN 8071692999.

SCHIFFMAN, Leon G. *Nákupní chování: [velká kniha k tématu Consumer Behavior]*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2004, xxii, 633 s. ISBN 80-251-0094-4.

TUREK BOHUMIL, Šíma Petr. Jak a proč výživa ovlivňuje zdraví: zdravotní tvrzení na potravinách. 1. vyd. Praha: Potravinářská komora České republiky, 2013. ISBN 978-809-0509-689.

VYSEKALOVÁ, Jitka. Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky". 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 356 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.

internetové zdroje

EKONOMIKA - MANAGEMENT. In: Charakterizujte chování spotřebitele a vysvětlete formování individuální a tržní poptávky [online]. 7. 11. 2010 [cit. 2015-1-15]. Dostupné z: <http://ekonomika-managment.studentske.cz/2010/07/11-charakterizujte-chovani-spotrebitel.html>)

NĚMEC, Jakub. Energyvita: . . . vaše cesta ke zdraví. In: Rostlinné bílkoviny nebo živočišné ? [online]. 2. 4. 2014 [cit. 2015-03-2]. Dostupné z: <http://www.energyvita.cz/roslinne-bilkoviny-nebo-zivocisne/t-492/>

Potravinová pyramida 2013. In: *Fórum zdravé výživy* [online]. 2013 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www.fzv.cz/pyramida-fzv/>

Společnost pro výživu. In: DOSTÁLOVÁ, Jana, Pavel DLOUHÝ a Petr TLÁSKAL. *Výživová doporučení pro obyvatelstvo České republiky* [online]. 6.4.2012 [cit. 2015-03-16]. Dostupné z: <http://www.vyzivaspol.cz/rubrika-dokumenty/konecne-zneni-vyzivovych-doporuceni.html>

ŠTIKOVÁ, Olga. Vývoj spotřeby potravin v uplynulých 20 letech: Ústav zemědělské ekonomiky a informací. In: Vývoj spotřeby potravin v uplynulých 20 letech [online]. 2014 [cit. 2015-02-16]. Dostupné z: <http://www.fzv.cz/levneji-uz-to-nejde/#more-1552>

Nové třídní rozdělení má sedm tříd, alespoň ve Velké Británii. Investia [online]. 2013, roč. 1, č. 1, aktualizováno 24. dubna 2013 [cit. 2015-02-21]. DOI: ISSN 1805-0670. Dostupné z: <http://www.investia.cz/britske-deleni-spolecnosti-ma-sedm-trid>

6.1 Seznam grafů

Graf č. 1 Pohlaví.....	31
Graf č. 2 Věk	32
Graf č. 3 Nejvyšší dosažené vzdělání	32
Graf č. 4 Počet obyvatel v místě bydliště.....	33
Graf č. 5 Současný rodinný stav	34
Graf č. 6 Sociální status	34
Graf č. 7 Čistý měsíční příjem.....	35
Graf č. 8 Frekvence konzumace ovoce a zeleniny.....	36
Graf č. 9 Živočišné a rostlinné bílkoviny	36
Graf č. 10 Množství tekutin.....	37
Graf č. 11 Četnost konzumace "fastfoodových" jídel.....	37
Graf č. 12 Četnost konzumace alkoholu	38
Graf č. 13 Kouření cigaret.....	38
Graf č. 14 Bio potraviny a farmářské výrobky.....	39
Graf č. 15 Přidané látky	39
Graf č. 16 Rozdělení faktorů	40
Graf č. 17 Nejčastější místo nákupu potravin	41
Graf č. 18 Preference dle země původu	41
Graf č. 19 Četnost sportu.....	42
Graf č. 20 Úroveň sportu.....	42

6.2 Seznam obrázků

Obrázek 1 Česká potravinová pyramida (2013)	17
Obrázek 2 Model nákupního chování	18

6.3 Seznam tabulek

Tabulka 1 Techniky sběru dat	26
Tabulka 2 Průměrné pořadí faktorů	40
Tabulka 3 Vyhodnocení vlivu faktorů na konzumaci ovoce a zeleniny	45
Tabulka 4 Vyhodnocení vlivu faktorů na příjem tekutin	45
Tabulka 5 Vyhodnocení vlivu faktorů na konzumaci "fastfoodových" jídel	46
Tabulka 6 Vyhodnocení vlivu faktorů na nákup bio potravin a farmářských výrobků	46
.....	46
Tabulka 7 Vyhodnocení vlivu faktorů na preference při nákupu potravin	48

7 Přílohy

7.1 Kontingenční tabulky

Tab. 1 Konzumace ovoce a zeleniny x Pohlaví

Jak často jíte ovoce a zeleninu:	Pohlaví: Žena	Pohlaví: Muž	Řádk. součty
0-1x denně	88	57	145
2-3x denně	99	31	130
4x denně a vícekrát	30	7	37
Vš.skup.	217	95	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 2 Konzumace ovoce a zeleniny x Věk

Jak často jíte ovoce a zeleninu:	Věk: 26-40	Věk: méně než 26	Věk: 41 a více	Řádk. součty
0-1x denně	42	95	8	145
2-3x denně	38	84	8	130
4x denně a vícekrát	10	25	2	37
Vš.skup.	90	204	18	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 3 Konzumace ovoce a zeleniny x Sport

Jak často jíte ovoce a zeleninu:	Jak často sportujete ? sportuji nepravidelně, max. 1x týdně	Jak často sportujete ? 2-3x týdně	Jak často sportujete ? 4x týdně nebo častěji	Jak často sportujete ? nesportuji	Řádk. součty
0-1x denně	56	41	19	29	145
2-3x denně	34	51	32	13	130
4x denně a vícekrát	6	17	14	0	37
Vš.skup.	96	109	65	42	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 4 Konzumace ovoce a zeleniny x Vzdělání

Nejvyšší dosažené vzdělání	Jak často jíte ovoce a zeleninu: 0-1x denně	Jak často jíte ovoce a zeleninu: 2-3x denně	Jak často jíte ovoce a zeleninu: 4x denně a vícekrát	Řádk. součty
Bakalářské	23	19	4	46
Magisterské a vyšší	22	23	5	50
nižší a střední	100	88	28	216
Celk.	145	130	37	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 5 Konzumace ovoce a zeleniny x Příjem

Výše vašeho čistého příjmu za měsíc :	Jak často jíte ovoce a zeleninu: 0-1x denně	Jak často jíte ovoce a zeleninu: 2-3x denně	Jak často jíte ovoce a zeleninu: 4x denně a vícekrát	Řádk. součty
Student s přivýdělkem	43	44	18	105
18 001 - 25 000 Kč	21	17	5	43
Kapesné od rodičů	21	19	3	43
13 000 - 18 000 Kč	26	21	3	50
Méně než 13 000 Kč	20	18	4	42
Více než 25 000 Kč	14	11	4	29
Celk.	145	130	37	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 6 Příjem tekutin x Pohlaví

Kolik vypijete za den tekutin (čistá voda, minerální voda, ovocný čaj, zelený čaj) :	Pohlaví: Žena	Pohlaví: Muž	Řádk. součty
1,3-2l	79	32	111
0,6-1,2l	59	13	72
0-0,5l	17	6	23
Více než 2l	62	44	106
Vš. skup.	217	95	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 7 Příjem tekutin x Věk

Kolik vypijete za den tekutin (čistá voda, minerální voda, ovocný čaj, zelený čaj) :	Věk: 26-40	Věk: méně než 26	Věk: 41 a více	Řádk. součty
1,3-2l	30	76	5	111
0,6-1,2l	15	52	5	72
0-0,5l	8	14	1	23
Více než 2l	37	62	7	106
Vš. skup.	90	204	18	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 8 Příjem tekutin x Sport

Kolik vypijete za den tekutin (čistá voda, minerální voda, ovocný čaj, zelený čaj) :	Jak často sportujete ? sportuji nepravidelně, max. 1x týdně	Jak často sportujete ? 2-3x týdně	Jak často sportujete ? 4x týdně nebo častěji	Jak často sportujete ? nesportuji	Řádk. součty
1,3-2l	33	40	20	18	111
0,6-1,2l	37	17	9	9	72
0-0,5l	11	4	1	7	23
Více než 2l	15	48	35	8	106
Vš. skup.	96	109	65	42	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 9 Příjem tekutin x Vzdělání

Nejvyšší dosažené vzdělání	Kolik vypijete za den tekutin (čistá voda, minerální voda, ovocný čaj, zelený čaj) : 1,3-2l	Kolik vypijete za den tekutin (čistá voda, minerální voda, ovocný čaj, zelený čaj) : 0,6-1,2l	Kolik vypijete za den tekutin (čistá voda, minerální voda, ovocný čaj, zelený čaj) : 0-0,5l	Kolik vypijete za den tekutin (čistá voda, minerální voda, ovocný čaj, zelený čaj) : Více než 2l	Řádk. součty
Bakalářské	18	13	4	11	46
Magisterské a vyšší	18	9	3	20	50
nižší a střední	75	50	16	75	216
Celk.	111	72	23	106	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 10 Konzumace "fastfoodových" jídel x Pohlaví

Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Pohlaví:	Pohlaví:	Řádk. součty
	Žena	Muž	
1x za týden	51	27	78
Výjimečně	144	47	191
Často	22	21	43
Celk.	217	95	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 11 Konzumace "fastfoodových" jídel x Věk

Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Věk:	Věk:	Věk:	Řádk. součty
	26-40	méně než 26	41 a více	
1x za týden	22	54	2	78
Výjimečně	59	119	13	191
Často	9	31	3	43
Celk.	90	204	18	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 12 Konzumace "fastfoodových" jídel x Sport

Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Jak často sportujete ?	Jak často sportujete ?	Jak často sportujete ?	Jak často sportujete ?	Řádk. součty
	sportuji nepravidelně, max. 1x týdně	2-3x týdně	4x týdně nebo častěji	nesportuji	
1x za týden	32	27	7	12	78
Výjimečně	50	69	51	21	191
Často	14	13	7	9	43
Celk.	96	109	65	42	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 13 Konzumace "fastfoodových" jídel x Vzdělání

Nejvyšší dosažené vzdělání	Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Řádk. součty
	1x za týden	Výjimečně	Často	
Bakalářské	13	23	10	46
Magisterské a vyšší	15	32	3	50
nižší a střední	50	136	30	216
Celk.	78	191	43	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 14 Konzumace "fastfoodových" jídel x Příjem

Výše vašeho čistého příjmu za měsíc :	Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Jak často jíte tzv."fastfoodová" jídla :	Řádk. součty
	1x za týden	Výjimečně	Často	
Student s příjdem	30	61	14	105
18 001 - 25 000 Kč	14	26	3	43
Kapesné od rodičů	10	25	8	43
13 000 - 18 000 Kč	7	37	6	50
Méně než 13 000 Kč	10	27	5	42
Více než 25 000 Kč	7	15	7	29
Celk.	78	191	43	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 15 Bio potraviny x Pohlaví

Nakupujete bio potraviny či farmářské výrobky :	Pohlaví:	Pohlaví:	Řádk. součty
	Žena	Muž	
Ano, občas	130	41	171
Ne	70	49	119
Ano, často	17	5	22
Celk.	217	95	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 16 Bio potraviny x Věk

Nakupujete bio potraviny či farmářské výrobky :	Věk:	Věk:	Věk:	Řádk. součty
	26-40	méně než 26	41 a více	
Ano, občas	48	113	10	171
Ne	31	82	6	119
Ano, často	11	9	2	22
Celk.	90	204	18	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 17 Bio potraviny x Sociální status

Nakupujete bio potraviny či farmářské výrobky :	Sociální status:	Sociální status:	Sociální status:	Sociální status:	Řádk. součty
	Student VŠ	Zaměstnanec, podnikatel	Student SŠ	Rodičovská dovolená, v domácnosti a důchodce	
Ano, občas	84	69	9	9	171
Ne	55	50	8	6	119
Ano, často	8	9	0	5	22
Celk.	147	128	17	20	312

Tab. 18 Bio potraviny x Sport

Zdroj: Vlastní zpracování

Nakupujete bio potraviny či farmářské výrobky :	Jak často sportujete ?	Jak často sportujete ?	Jak často sportujete ?	Jak často sportujete ?	Řádk. součty
	sportují nepravidelně, max. 1x týdně	2-3x týdně	4x týdně nebo častěji	nesportují	
Ano, občas	55	61	40	15	171
Ne	35	36	22	26	119
Ano, často	6	12	3	1	22
Celk.	96	109	65	42	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 19 Cena x Pohlaví

Faktor: Cena	Pohlaví: Žena	Pohlaví: Muž	Řádk. součty
1	45	14	59
2	44	14	58
3	54	35	89
4	38	20	58
5	36	12	48
Celk.	217	95	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 20 Cena x Rodinný stav

Faktor: Cena	Současný rodinný stav : Svobodný/á	Současný rodinný stav : Společná domácnost s partnerem/partnerkou	Současný rodinný stav : Vdaná/ženatý	Řádk. součty
1	40	14	5	59
2	44	12	2	58
3	65	14	10	89
4	40	11	7	58
5	23	17	8	48
Celk.	212	68	32	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 21 Cena x Sport

Faktor: Cena	Jak často sportujete ? sportují nepravidelně, max. 1x týdně	Jak často sportujete ? 2-3x týdně	Jak často sportujete ? 4x týdně nebo častěji	Jak často sportujete ? nesportují	Řádk. součty
1	13	15	16	15	59
2	27	18	6	7	58
3	29	34	18	8	89
4	11	26	13	8	58
5	16	16	12	4	48
Celk.	96	109	65	42	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 22 Cena x Vzdělání

Faktor: Cena	Nejvyšší dosažené vzdělání Bakalářské	Nejvyšší dosažené vzdělání Magisterské a vyšší	Nejvyšší dosažené vzdělání nižší a střední	Řádk. součty
1	8	8	43	59
2	14	5	39	58
3	16	19	54	89
4	4	13	41	58
5	4	5	39	48
Celk.	46	50	216	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 23 Místo původu x pohlaví

Faktor: Místo původu	Pohlaví: Žena	Pohlaví: Muž	Řádk. součty
1	11	5	16
2	22	10	32
3	22	11	33
4	50	27	77
5	112	42	154
Celk.	217	95	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 24 Výživové a zdravotní tvrzení x Počet obyvatel

Faktor: Výživové a zdravotní tvrzení	Počet obyvatel v místě bydliště: 1 001 - 10 000	Počet obyvatel v místě bydliště: Méně než 1 000	Počet obyvatel v místě bydliště: 10 001 - 70 000	Počet obyvatel v místě bydliště: Více než 200 000	Počet obyvatel v místě bydliště: 70 001 - 200 000	Řádk. součty
1	12	7	4	8	2	33
2	13	6	9	11	1	40
3	13	4	11	16	1	45
4	28	20	19	39	10	116
5	8	14	23	27	6	78
Celk.	74	51	66	101	20	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 25 Výživové a zdravotní tvrzení x Pohlaví

Faktor: Výživové a zdravotní tvrzení	Pohlaví: Žena	Pohlaví: Muž	Řádk. součty
1	23	10	33
2	30	10	40
3	32	13	45
4	82	34	116
5	50	28	78
Celk.	217	95	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 26 Výživové a zdravotní tvrzení x Sport

Faktor: Výživové a zdravotní tvrzení	Jak často sportujete ? sportuji nepravidelně, max. 1x týdně	Jak často sportujete ? 2-3x týdně	Jak často sportujete ? 4x týdně nebo častěji	Jak často sportujete ? nesportuji	Řádk. součty
1	5	18	9	1	33
2	12	13	12	3	40
3	13	16	11	5	45
4	33	39	25	19	116
5	33	23	8	14	78
Celk.	96	109	65	42	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 27 Výživové a zdravotní tvrzení x Vzdělání

Faktor: Výživové a zdravotní tvrzení	Nejvyšší dosažené vzdělání Bakalářské	Nejvyšší dosažené vzdělání Magisterské a vyšší	Nejvyšší dosažené vzdělání nižší a střední	Řádk. součty
1	2	3	28	33
2	3	6	31	40
3	4	9	32	45
4	23	16	77	116
5	14	16	48	78
Celk.	46	50	216	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 28 Chut' x Pohlaví

Faktor: Chut'	Pohlaví: Žena	Pohlaví: Muž	Řádk. součty
1	72	34	106
2	55	21	76
3	44	19	63
4	31	10	41
5	15	11	26
Celk.	217	95	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 29 Chut' x Sport

Faktor: Chut'	Jak často sportujete ? sportuji nepravidelně, max. 1x týdně	Jak často sportujete ? 2-3x týdně	Jak často sportujete ? 4x týdně nebo častěji	Jak často sportujete ? nesportuji	Řádk. součty
1	43	33	15	15	106
2	19	30	14	13	76
3	15	22	20	6	63
4	13	13	10	5	41
5	6	11	6	3	26
Celk.	96	109	65	42	312

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 30 Chut' x Vzdělání

Faktor: Chut'	Nejvyšší dosažené vzdělání Bakalářské	Nejvyšší dosažené vzdělání Magisterské a vyšší	Nejvyšší dosažené vzdělání nižší a střední	Řádk. součty
1	22	18	66	106
2	10	12	54	76
3	5	10	48	63
4	3	6	32	41
5	6	4	16	26
Celk.	46	50	216	312

Zdroj: Vlastní zpracování

7.2 Dotazník

Dobrý den,

Ráda bych vás požádala o vyplnění dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce na téma: "Statistická analýza preferencí ve spotřebě potravin". Dotazník je anonymní a výsledky výzkumu budou sloužit pouze pro účely mé práce.

Eva Larišová

povinná otázka

1. Jak často jíte ovoce a zeleninu:

- 0-1x denně
- 2-3x denně
- 4x denně
- 5x denně a vícekrát

povinná otázka

2. Váš příjem bílkovin tvoří :

Mezi živočišné bílkoviny patří především maso, vejce, mléčné produkty. Mezi rostlinné hlavně luštěniny, ořechy, semínka, zelenina.

- Více živočišné bílkoviny než rostlinné
- Vyváženě 50/50 rostlinné a živočišné bílkoviny
- Více rostlinné bílkoviny než živočišné
- Pouze rostlinné bílkoviny
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

3. Kolik vypijete za den tekutin (čistá voda, minerální voda, ovocný čaj, zelený čaj) :

Ostatní tekutiny jako káva, černý čaj, sladké nápoje, alkohol, atd. se nepočítají.

- 0l
- 0,5l
- 0,6-1,2l
- 1,3-2l
- 2,1l-3l
- Více než 3l

povinná otázka

4. Jak často jíte tzv. "fastfoodová" jídla :

Př. hranolky, burgery, pizza, párky a všechna smažená jídla.

- téměř denně
- 4-5x týdně
- 2-3x týdně
- 1x za týden
- Výjimečně
- Nikdy

povinná otázka

5. Jak často pijete alkoholické nápoje :

Řadíme sem tvrdý alkohol, víno a pivo.

- Nikdy
- Jednou za měsíc a méně
- 2-4x za měsíc
- 2-3x týdně
- 4x nebo více za týden

povinná otázka

6. Kouříte cigarety :

- Ano
- Příležitostně
- Ne
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

7. Nakupujete bio potraviny či farmářské výrobky :

- Ano, často
- Ano, občas
- Ne
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

8. Sledujete u potravin obsah přidaných látek:

Pojmem přidané látky je myšleno: Konzervanty, barviva, emulgátory atd.

- Vždy
- Velmi často
- Občas
- Nesleduji
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

KAŽDÉ ČÍSLO LZE ZADAT POUZE JEDNOU.

9. Seřadte následující faktory, které vás při nákupu ovlivňují:

Faktory seřadte podle toho jak vás ovlivňují (č.1 nejvíce mě ovlivňuje, č.5 nejméně mě ovlivňuje)

Zvolte prosím u každé odpovědi nějaké (jedinečné) pořadí:

Cena::	1. <input type="radio"/>	2. <input type="radio"/>	3. <input type="radio"/>	4. <input type="radio"/>	5. <input type="radio"/>
Místo původu::	1. <input type="radio"/>	2. <input type="radio"/>	3. <input type="radio"/>	4. <input type="radio"/>	5. <input type="radio"/>
Kvalita::	1. <input type="radio"/>	2. <input type="radio"/>	3. <input type="radio"/>	4. <input type="radio"/>	5. <input type="radio"/>
Výžovové a zdravotní tvrzení::	1. <input type="radio"/>	2. <input type="radio"/>	3. <input type="radio"/>	4. <input type="radio"/>	5. <input type="radio"/>
Chuť::	1. <input type="radio"/>	2. <input type="radio"/>	3. <input type="radio"/>	4. <input type="radio"/>	5. <input type="radio"/>

povinná otázka

10. Kde nejčastěji nakupujete potraviny:

- Hypermarkety (Tesco, Albert...)
- Obchody specializované na zdravou výživu
- Místní prodejny
- Tržišť a specializované prodejny
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

11. Záleží vám na zemi původu potraviny:

Zvolte alespoň jednu možnost.

- Preferuji České potraviny
- Kupuji potraviny s nejmenší dovezenou vzdáleností
- Ano, záleží
- Ne, nezáleží

povinná otázka

12. Jak často sportujete ?

- nesportuji
- sportuji nepravidelně, max. 1x týdně
- 2-3x týdně
- 4x týdně nebo častěji

povinná otázka

13. Na jaké úrovni sport provozujete :

- Vrcholová úroveň (soutěže na mezinárodní a národní úrovni)
- Výkonnostní úroveň (registrace v sportovním svazu, pravidelné tréninky a soutěže)
- Rekreační úroveň
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

14. Pohlaví:

- Muž
- Žena

povinná otázka

15. Současný rodinný stav :

- Svobodný/á
- Vdaná/ženatý
- Společná domácnost s partnerem/partnerkou
- Rozvedený/á
- Vdova/Vdovec
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

16. Věk:

- méně než 18
- 18-25
- 26-40
- 41-60
- 61 a více

povinná otázka

17. Počet obyvatel v místě bydliště:

- Méně než 1 000
- 1 001 – 10 000
- 10 001 – 70 000
- 70 001 – 200 000
- Více než 200 000

povinná otázka

18. Nejvyšší dosažené vzdělání

- Základní
- Střední s výučním listem
- Střední s maturitou
- Bakalářské
- Magisterské
- Vyšší

povinná otázka

19. Sociální status:

- Student SŠ
- Student VŠ
- Zaměstnanec, podnikatel
- Důchodce
- Žena/Muž na mateřské/otcovské dovolené
- Vlastní odpověď:

povinná otázka

20. Výše vašeho čistého příjmu za měsíc :

- Kapesné od rodičů
- Student s příjmem
- Méně než 13 000 Kč
- 13 000 – 18 000 Kč
- 18 001 – 25 000 Kč
- 25 001 – 35 000 Kč
- 35 001 – 50 000 Kč
- Více než 50 001 Kč
- Vlastní odpověď: