

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra statistiky**



**Bakalářská práce**

**Nové trendy ve spotřebě potravin**

**Anastasiia Oliinyk**

© 2020 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Anastasiia Oliinyk

Ekonomika a management

Provoz a ekonomika

Název práce

**Nové trendy ve spotřebě potravin**

Název anglicky

**New trends in food consumption**

---

### Cíle práce

Cílem bakalářské práce je analyzovat vývoj a změny ve spotřebě masa v České republice. A posoudit, zda dochází ke změnám v souvislosti s propagovanými trendy zdravé výživy.

### Metodika

Pro zjištění stavu a vývoje vybraných ukazatelů budou použity zejména metody analýzy časových řad. Následně pro další detailní analýzy budou pro vybrané ukazatele užity některé z metod explorační analýzy a induktivní statistiky.

## Doporučený rozsah práce

30-40

## Klíčová slova

Potraviny, trendy ve spotřebě, vývoj, spotřeba potravin, maso.

---

## Doporučené zdroje informací

Český statistický úřad. Odbor statistiky zemědělství, lesnictví a životního prostředí. Spotřeba potravin v roce 2015. Praha : Český statistický úřad, 2016. ISBN 978-80-250-2733-2

KÁBA, B. – SVATOŠOVÁ, L. *Statistické nástroje ekonomického výzkumu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012. ISBN 978-80-7380-359-9.

SVATOŠOVÁ, L. – KÁBA, B. – ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE. PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA. *Statistika*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2001. ISBN 80-213-0746-3.

Štiková, O., Sekavová, H., Mrhálková, I.: Vliv změny cen na spotřebu potravin, Praha: Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, 2006. ISBN 80-86671-31-3

Štiková, O., Sekavová, H., Mrhálková, I.: Vývoj spotřeby potravin a analýza základních faktorů, které ji ovlivňují, Praha: Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, 2004. ISBN 80-86671-13-5

Štiková, O.: Spotřeba potravin a analýza základních faktorů, které ji ovlivňují, Praha: Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, 1999. ISBN 80-85898-79-9

---

## Předběžný termín obhajoby

2019/20 LS – PEF

## Vedoucí práce

prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.

## Garantující pracoviště

Katedra statistiky

Elektronicky schváleno dne 12. 11. 2019

**prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 12. 11. 2019

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 23. 03. 2020

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Nové trendy 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 použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 23.03.2020

---

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala prof. Ing. Libuši Svatošové, CSc. za odborné vedení, vstřícný přístup a přínosné rady při zpracovávání této bakalářské práce.

# Nové trendy ve spotřebě potravin

## Abstrakt

Bakalářská práce na téma Nové trendy ve spotřebě potravin je zaměřena na analýzu spotřeby masa v České republice. Práce je rozdělena na dvě základní části. První teoretická část je věnována představení základních pojmů a souvislostí, které s daným tématem souvisí. Zejména, jaké faktory ovlivňují chování spotřebitelů, jaké jsou současné trendy ve spotřebě masa a jaké jsou hlavní složky zdravé výživy.

Předmětem druhé praktické části je analýza spotřeby masa v České republice a ve světě. Také analýza struktury spotřeby různých druhů masa a možné prognózy budoucí spotřeby masa v České republice a zemích EU.

**Klíčová slova:** potraviny, výživa, trendy ve spotřebě, vývoj, spotřeba, maso, trh, spotřebitel, trend, zdravá výživa

# New trends in food consumption

## **Abstract**

The bachelor thesis on the topic New trends in food consumption is focused on the analysis of meat consumption in the Czech Republic. The thesis is divided into two basic parts. The first theoretical part is devoted to the introduction of basic concepts and connections that are related to the topic. In particular, what factors influence consumer behavior, what are the current trends in meat consumption and what are the main components of a healthy diet.

The subject of the second practical part is the analysis of meat consumption in the Czech Republic and in the world. Also an analysis of the structure of consumption of different types of meat and possible forecasts of future meat consumption in the Czech Republic and EU countries.

**Keywords:** foodstuffs, nutrition, consumption trends, development, consumption, meat, market, consumer, trend, healthy food

# Obsah

<b>1 Úvod .....</b>	<b>10</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>11</b>
2.1 Cíl práce.....	11
2.2 Metodika.....	11
2.2.1 Analýza časových řad.....	11
2.2.2 Korelační analýza.....	12
<b>3 Teoretická východiska .....</b>	<b>14</b>
3.1 Trh.....	14
3.2 Spotřebitel.....	14
3.2.1 Chování spotřebitele.....	15
3.2.2 Faktory ovlivňující chování spotřebitele .....	15
3.2.2.1 Kulturní faktory .....	15
3.2.2.2 Společenské faktory .....	16
3.2.2.3 Osobní faktory .....	17
3.2.2.4 Psychologické faktory .....	18
3.3 Spotřeba.....	21
3.4 Trend .....	21
3.5 Maso .....	21
3.6 Obecné trendy ve spotřebě masa.....	22
3.6.1 Zdravá výživa .....	22
3.6.1.1 Základní složky zdravé výživy .....	22
3.6.2 Racionální výživa.....	27
3.6.3 Vegetariánství a veganství.....	29
3.7 Potravinové doplňky .....	30
3.8 Etické důvody snížení spotřeby masa .....	32
3.9 Shrnutí .....	34
<b>4 Vlastní práce .....</b>	<b>35</b>
4.1 Analýza spotřeby masa v České republice .....	35
4.1.1 Složení spotřeby masa v České republice .....	35
4.1.2 Podíl jednotlivých druhů masa na celkové spotřebě .....	36
4.2 Změny ve spotřebě masa v ČR .....	39
4.3 Změny ve spotřebě masa ve světě.....	42
4.4 Předpovědi spotřeby masa .....	44
4.4.1 Predikce vývoje spotřeby masa v ČR.....	44
4.4.2 Predikce vývoje spotřeby masa v EU.....	46



4.5	Porovnání s aktuálními trendy ve zdravé výživě .....	48
<b>5</b>	<b>Závěr .....</b>	<b>50</b>
<b>6</b>	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>52</b>
6.1	Tištěné zdroje:.....	52
6.2	Legislativní dokumenty .....	54
6.3	Elektronické zdroje: .....	54

## Seznam grafů

Graf 1:	Vývoj obezity u mužů a žen v ČR od roku 1993 do roku 2014.....	28
Graf 2:	Množství vegetariánů v populaci evropských států pro roky 2013 a 2014 (%).....	30
Graf 3:	Spotřeba potravinových doplňků u mužů .....	31
Graf 4:	Spotřeba potravinových doplňků u žen .....	32
Graf 5:	Snižování spotřeby vybraných druhů potravin (%).....	33
Graf 6:	Složení spotřeby masa v roce 1989 .....	35
Graf 7:	Celková spotřeba masa mezi roky 1989 až 2017 .....	36
Graf 8:	Podíl vepřového, hovězího a drůbežího masa na jeho celkové spotřebě.....	37
Graf 9:	Složení spotřeby masa v roce 2017 .....	38
Graf 10:	Vývoj spotřeby jednotlivých druhů masa mezi roky 1989 až 2017 .....	39
Graf 11:	Vývoj ceny masa .....	40
Graf 12:	Celosvětová spotřeba masa dle druhu .....	42
Graf 13:	Prognóza spotřeby masa v ČR do roku 2025.....	44
Graf 14:	Prognóza spotřeby vepřového masa v ČR do roku 2025.....	45
Graf 15:	Prognóza spotřeby hovězího masa do roku 2025.....	45
Graf 16:	Prognóza spotřeby drůbežího masa v ČR do roku 2025 .....	46
Graf 17:	Spotřeba hovězího masa ve státech EU s výhledem do roku 2025.....	47
Graf 18:	Spotřeba vepřového masa ve státech EU s prognózou 2025 .....	47
Graf 19:	Spotřeba drůbežího masa v EU s prognózou do roku 2025.....	48

## Seznam tabulek

Tabulka 1:	Korelační analýza spotřeby masa .....	38
Tabulka 2:	Korelační analýza pro vztah cena spotřeba .....	40

# 1 Úvod

Spotřeba potravin reaguje na ekonomické i sociální změny. Důležité jsou i nejnovější vědecké poznatky o zdravotních účincích konzumace některých potravin. Pro řadu konzumentů toto mohou být důležité informace.

Konzumace určitého jídla může být také módní záležitostí. I v potravinářství totiž není o módní vlny nouze. Nicméně, stále více lidí se zajímá o to, co jí. Nejde jen o výživové hodnoty, ale do potravinářského průmyslu se stále více prosazuje i etika. Spotřebitele tak často i zajímá, v jakém prostředí žila zvířata, jaké byly použité chemikálie při pěstování plodin. Zájmem ze strany spotřebitelů je například i to, v jakých podmínkách pracují lidé na farmách.

V posledních letech se přístup ke stravování velmi změnil. Ostatně jako celkový přístup k životnímu stylu. Stále více lidí chce uplatňovat zdravý a aktivní životní styl. Zde hraje potrava velmi významnou úlohu. Stále méně je konzumováno maso. Nejvíce dochází ke snížení konzumace masa vepřového i hovězího, a to jak v případě České republiky, tak ostatních států Evropské unie. Na druhou stranu však roste spotřeba drůbežího masa, které je považováno za zdravé. Ke snížení spotřeby masa dochází nejen v důsledku ceny, ale také pod vlivem současných trendů, které výrazně prosazují zdraví životní styl, jehož součástí je i zdravá výživa.

K vypracování práce bylo použito domácí i zahraniční odborné literatury. Všechny zdroje jsou v samotné práci řádně citovány a jejich abecední seznam je uveden na konci práce.

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce s názvem *Nové trendy ve spotřebě potravin* je analyzovat vývoj na trhu s potravinami, konkrétně s masem a jeho spotřebou v České republice od roku 1989 do současnosti a určit současné trendy ve spotřebě masa. Porovnat vývoj těchto trendů v ČR a EU a identifikovat případné rozdíly. A posoudit, zda dochází ke změnám v souvislosti s propagovanými trendy zdravé výživy.

### 2.2 Metodika

Pro vypracování práce byla užitá zejména metoda analýzy odborných zdrojů a následná syntéza těchto informací. V praktické části práce byly použity statistické metody analýzy, konkrétně: analýza časových řad a korelační analýza. Součástí je i vyhodnocení budoucího vývoje spotřeby masa pomocí časové osy. Toto hodnocení je založeno na současných datech o vývoji spotřeby. Tato spotřeba je pak predikována do budoucnosti pomocí časové osy. Tyto časové osy jsou prognózy, které předpovídají budoucí hodnoty na základě existujících dat založených na čase. Pro sestavení časových os byly vybrány modely podle nejlepšího výsledku průměrné absolutní procentuální chyby (M.A.P.E.).

Dále pro tvorbu grafů, časových os a dalších výstupů byla využita základní statistika v programu Microsoft Excel.

#### 2.2.1 Analýza časových řad

Hlavní statistickou metodou pro práci se shromážděnými informacemi v praktické části byla využita analýza časových řad.

Analýza časových řad - sada matematických a statistických metod analýzy, jejichž cílem je identifikovat strukturu časových řad a předpovědět je. Je založená na konstrukci regrese, jejímž účelem je vytvoření příčinných vztahů uspořádáním dat. Zjištění struktury časové řady je nezbytné k vytvoření matematického modelu jevu, který je zdrojem analyzované časové řady. Pro efektivní rozhodování se používá taky prognóza budoucích hodnot časové řady (Svatošová, Kába, 2009).

Časová řada nebo řada dynamiky je posloupnost statistických údajů shromážděných v různých časových okamžicích o hodnotě jakýchkoli parametrů sledovaného procesu. Každá hodnota časové řady se nazývá úroveň časové řady. V časové řadě by každá úroveň

měla uvádět čas měření nebo číslo měření v pořadí. Při analýze časových řad se neberou v úvahu pouze statistické charakteristiky časových řad, ale také vztah měření s časem.

Časové řady většinou vznikají jako rezultat měření konkrétního ukazatele. Může to být jak charakteristika technických systémů, tak ukazatele přírodních, sociálně-ekonomických jevů a procesů. Například dynamika směnného kurzu nebo ceny akcií, při analýze které se snaží určit hlavní směr vývoje, tj. trend. Nebo například analýza dynamiky prodeje společnosti s cílem plánovat bilanci zásob.

Hlavním cílem analýzy časové řady je sestavení prognózy jejích hodnot pro budoucí období. A hlavními úkoly analýzy časové řady je pochopit, pod vlivem kterých složek je vytvořena hodnota časové řady, a vytvořit matematický model pro každou složku nebo jejich kombinaci. Libovolné časové řady lze rozložit na následující složky: trend, sezónní složka, cyklická složka a náhodná složka. První tři složky tvoří nenulovou složku časové řady. Náhodná složka je přítomna v jakékoli časové řadě. Přítomnost složek nenulové složky ve struktuře časové řady však není nutná.

Hlavní úkoly analýzy časových řad:

- definice a popis charakteristických rysů časové řady;
- výběr statistického modelu;
- predikce budoucích hodnot indikátorů;
- příprava návrhů na řízení vyšetřovaného systému.

### 2.2.2 Korelační analýza

V práci byla také použita korelační analýza ke zjištění vztahu mezi jednotlivými ukazateli. Korelační analýza je statistická metoda pro studium vztahu mezi dvěma nebo více náhodnými proměnnými. Jako náhodné proměnné v empirických studiích jsou hodnoty proměnných, měřené vlastnosti sledovaných objektů pozorování. Účelem korelační analýzy je zjistit, zda existuje významná závislost jedné proměnné na ostatních. A podstatou je výpočet korelačních koeficientů. Korelační koeficienty mohou zpravidla přijímat kladné a záporné hodnoty. Znaménko korelačního koeficientu umožňuje interpretovat směr komunikace a absolutní hodnotu - sílu spojení (Svatošová, Kába, 2009).

Hlavní úkoly korelační analýzy:

- odhad založený na vzorových datech korelačních koeficientů;
- kontrola významnosti výběrových korelačních koeficientů nebo korelačních poměrů;

- posouzení blízkosti zjištěného vztahu k lineárnímu;
- budování intervalu spolehlivosti pro korelační koeficienty.

Metoda výpočtu korelačních koeficientů závisí na měřících stupnicích proměnných, mezi nimiž je vztah zkoumán. U proměnných měřených v kvantitativní stupnici (intervalová stupnice nebo poměrová stupnice) se vypočítá kovarianční nebo korelační moment a na jeho základě lineární korelační koeficient (Pearsonův korelační koeficient).

Korelační analýza má svá specifika a metodiku. Použití této metody je velmi důležité, pouze pokud jsou dodrženy předpoklady pro výpočet korelačního koeficientu. Metodika korelační analýzy předpokládá nejen výpočet korelačních koeficientů, ale také povinnou kontrolu jejich významnosti, která je založena na principu testování statistických hypotéz, vytváření intervalových odhadů korelačních koeficientů.

### 3 Teoretická východiska

Na úvod předkládané práce je nutné zmínit základní pojmy, které se vážou k tématu dané práce. Jelikož práce pojednává o současných trendech ve spotřebě masa je nutné vysvětlit termíny jako spotřeba, spotřebitel, trh, trend a spotřební chování a maso.

#### 3.1 Trh

Trh definujeme jako oblast v ekonomické realitě, kde dochází k výměně činností mezi jednotlivými ekonomickými subjekty prostřednictvím směny zboží. Předmětem směny může být jakékoli zboží či služba. Nicméně ve vyspělých ekonomikách, je čistě směňování zboží již jen výjimečné. V naprosté většině případů dochází ke směně určitého zboží či služby za peníze (Světlík, 2005).

#### 3.2 Spotřebitel

Důležité je uvědomit si, kdo je spotřebitel a jak a zda vůbec se od plátce nebo od kupujícího. Na trhu můžeme setkat s třemi různými rolemi, které jsou součástí spotřebitelského chování. Roli spotřebitele připisuje každému, kdo konzumuje nebo jinak používá produkt či službu. Kupujícího definuje jako osobu, která se angažuje v aktivitách spojených se samotnou koupí daného produktu a služby. Plátce pak poskytuje své finanční prostředky či jiné hmotné statky výměnou za určité zboží či službu (Schiffman a kol., 2010).

Vysekalová se ztotožňuje se Schiffmanovou definicí spotřebitele jako takového, ale zdůrazňuje, že jeho role je úplně první, se kterou má každý z nás dočinění, protože začíná už od kolébky. Spotřebitelem je i novorozené miminko, které spotřebovává plenky, kosmetiku. Roli plátce a kupujícího slučuje do postavy zákazníka (Vysekalová, 2011).

Wright považuje za důležité vymezit příčinu nákupu produktu nebo služby. Z toho důvodu rozdělil roli kupujícího na kupec – spotřebitel a kupec – obchodník. Klíč vidí právě v identifikaci vnitřních a vnějších faktorů, kdy hlavním rozdílem mezi zmíněnými typy kupujícího je důvod uspokojování potřeb. Pokud se uspokojují osobní potřeby, a ne potřeby organizace či podniku, mluvíme o spotřebiteli (Wright, 2006).

Podobně definuje spotřebitele i zákon o ochraně spotřebitele v České republice. Z právního hlediska je spotřebitel definován dle zákona číslo 634/1992 Sb., paragrafu 2 jako:

*«Spotřebitel je fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání» (Zákon o ochraně spotřebitele, 1992).*

### 3.2.1 Chování spotřebitele

Jestliže už víme, kdo je spotřebitel, můžeme se zabývat jeho chováním. Solomon popisuje chování spotřebitele pomocí procesů, které tvoří nákupní činnost jednotlivce nebo skupiny (Solomon, 2015).

Zatímco Solomon definuje chování spotřebitele jako celý proces od nákupu až po užití produktů a služeb, Schiffman a kol. popisují chování spotřebitele jako proces končící nákupem zboží a služeb. Chování spotřebitele vnímá jako akci jednotlivců, celých rodin nebo domácností, následovanou alokací nimi dostupných zdrojů (peníze, čas a námahu) do konkrétních spotřebních položek (Schiffman a kol., 2010).

### 3.2.2 Faktory ovlivňující chování spotřebitele

Chování spotřebitele je ovlivněno řadou faktorů. Ty nejvýznamnější budou dále rozebrány v této kapitole. Jsou to:

- kulturní faktory;
- společenské faktory;
- osobní faktory;
- psychologické faktory.

#### 3.2.2.1 Kulturní faktory

Lamb uvádí, že právě kulturní faktory hrají nejvýznamnější úlohu při nákupním rozhodování, protože zahrnují všechny činnosti, které spotřebitel provádí bez svého vědomí (Lamb, 2012).

Kultura je definována jako množina hodnot, norem a postojů určité společnosti, které jsou integrovány do denních zvyklostí, čímž se daná společnost odlišuje od ostatních sociálních skupin. Kulturní hodnoty nás ovlivňují ve způsobu, jak se oblékáme, stravujeme, přemýšlíme, cítíme nebo jakým jazykem komunikujeme. S těmito hodnotami se spotřebitel nerodí. Musí se naučit, jaké chování je akceptovatelné rodinou, přáteli, vrstevníky či institucemi (Lamb, 2012).

V každé kultuře můžeme najít několik jejích subkultur. Subkultury jsou tvořeny stejnou skupinou lidí, kteří sdílí stejné hodnoty, založené na běžných životních zkušenostech a situacích (Kotler a Keller, 2012).

Subkultury zahrnují různé národnosti, vyznání, rasové skupiny nebo zeměpisné regiony. Někteří autoři upozorňují, že mnoho subkultur představuje zajímavý segment, pro který obchodníci často navrhuji na míru padnoucí produkty a programy (Kotler a Keller, 2012).

#### 3.2.2.2 Společenské faktory

Solomon nazývá lidskou rasu společenským zvířetem, protože hluboko v nás je zakořeněna touha příslušet k nějaké skupině. Jako příslušníci skupiny se snažíme pozorovat chování ostatních členů a připodobnit se jejich dominantním rysům s touhou zapadnout. Na utváření společenských faktorů má největší podíl (Solomon, 2015):

- rodina;
- názor vůdčí osobnosti;
- referenční skupiny;
- společenské vrstvy.

##### 3.2.2.2.1 Rodina

Chování spotřebitele je ovlivněno malými skupinami, zejména rodinou. Podle Kotlera a Kellera, právě rodina nejvíce ovlivňuje spotřebitelské chování svých členů. Z toho důvodu jsou role jednotlivých členů domácností předmětem několika marketingových studií. Ze studie vyplývá, že při nákupu spotřebního zboží v 80 procentech ženy výrazně ovlivňují nákupní rozhodnutí ostatních členů, nebo v něm mají hlavní slovo (Stříteský, 2015; Kotler a Keller, 2012).

##### 3.2.2.2.2 Názor vůdčí osobnosti

Hoyer a kol. hovoří o názorovém vůdci jako silném jedinci, který slouží jako neformální zprostředkovatel informací mezi masmédií a členy skupiny. Názoroví vůdci skupin vynikají svými vědomostmi, schopnostmi, osobností nebo dominantním postavením ve skupině, jejíž chtějí obchodníci prosadit svůj produkt nebo službu. Není pravidlem, že názorový vůdce musí být známou filmovou osobností. Často jsou to lidé, které dobře známe, přátelé, nebo profesionálové ve svém oboru jako lékaři, zubaři, právníci atd. (Hoyer a kol., 2013; Kotler a Keller, 2012).

##### 3.2.2.2.3 Referenční skupiny



Každý jedinec se dokáže v určité míře identifikovat s určitou skupinou, přičemž stupeň ztotožnění závisí na jeho vzdělání, hodnotách, chování a postojích (Hoyer a kol., 2013).

Podle Batra (2008) rozlišujeme čtyři typy referenčních skupin:

- členské – jedinec je členem skupiny;
- aspirační – jedinec skupinu obdivuje a chce do ní patřit;
- disociační nebo nežádoucí – jedinec nemá potřebu patřit do skupiny;
- zamítající – jedinec, výrazně odmítá být součástí skupiny.

Obchodníci zaměřují svou pozornost na referenční skupiny, které jsou vnímány pozitivně (členské a aspirační skupiny), zatímco disociační a zamítnuté skupiny většinou zůstávají nepovšimnuty. Platí totiž, že jedinci, kteří považují své nákupní rozhodnutí za vlastní, velmi dobře reagují na produkty přiřazené skupině, jejíž jsou členem (Escalas, Bettman, 2005).

Hoyer a kol. upozorňují na speciální případ referenční členské skupiny, kdy její členové přechovávají specifický vztah k jediné značce. Členové takové komunity značky, jsou značce oddaní a opakovaně provádějí další nákupy. Příkladem je například americká motocyklová značka Harley-Davidson, která sdružuje své fanoušky v stejnojmenných klubech (Hoyer a kol., 2013)

#### 3.2.2.2.4 Společenské vrstvy

Společenské vrstvy nebo třídy nejsou určeny na základě jediného faktoru – příjmu. Jejich členění ovlivňuje i povolání, vzdělání a bohatství. Příslušníci jedné společenské třídy mají tendenci vykazovat podobné nákupní chování, což přitahuje pozornost samotných obchodníků (Kotler a Keller, 2012; Hoyer a kol., 2013).

#### 3.2.2.3 Osobní faktory

Nákupní chování jedince je ve velké míře ovlivněno jeho osobními charakteristikami, jako například jeho věk, pohlaví, povolání, ekonomická situace, životní styl a osobnost (Kotler a Keller, 2012).

Osobnost můžeme definovat jako jedinečnou charakteristiku každého jedince, jehož kognitivní a emocionální tendence ve velké míře ovlivňují jeho reakce na okolí. Osobnost jedince se v čase mění. Příčinou je povětšinou dospívání nebo různé životní události, jako například získání práce na plný úvazek, narození dětí, chronická choroba atd. (Kardes a kol., 2015).

Důležité je kvantitativní poznání životního stylu. Poznání životního stylu spotřebitelů poskytuje o něco více informací než poznatky o jeho osobnosti nebo zařazení do společenské vrstvy (Kotler a Keller, 2012).

Lidé pocházející ze stejné subkultury, sociální třídy a regionu mohou mít zcela rozdílný životní styl. Existuje úzká spojitost mezi osobností jedince a jeho životním stylem. Zatímco hodnoty a osobnost reprezentují vnitřní stav jedince, životní styl považuje za jejich projevy nebo jako aktuální vzor chování. Pod životním stylem si jednoduše můžeme představit spotřebu, která reflektuje zákaznickovu volbu, za co utratit peníze během jeho volného času (Hoyer a kol., 2013).

#### 3.2.2.4 Psychologické faktory

Vrozené psychologické faktory patří mezi vnitřní procesy, které ovlivňují chování spotřebitele při jeho nákupu. Podle Noela psychologické faktory zahrnují motivaci, vnímání, postoje a znalosti. Kotler a Keller vidí psychologické faktory jako motivaci, vnímání, učení a paměť (Noel, 2009; Kotler a Keller, 2012).

##### 3.2.2.4.1 Motivace, potřeby a motiv nákupu

Zkoumání a odhalení původu zákaznickovy motivace usnadňuje obchodníkům efektivněji cílit na potenciálního zákazníka. Motivaci můžeme definovat jako hnací sílu každého jednotlivce, která pramení z nesplněných potřeb, či tužeb (Batra, 2008).

Vysekalová hovoří o motivaci jako o vyvíjející se a celoživotně se utvářející dispozici člověka, která vyvíjí jeho osobnost a později na jejím základě je člověk schopný jednat v určitých situacích svého života zvláštním způsobem. Dodává, že právě motivace je složena z jednotlivých aktuálních dílčích motivů (Vysekalová, 2011).

K lepšímu porozumění pojmu motivace si blíže představíme pojem potřeba, jejich charakteristické vlastnosti a dělení. Potřeby jsou dynamické, což znamená že nikdy nebudou zcela uspokojeny. Nejjednodušeji si to můžeme představit na potřebě najíst se. Pokud potřebu naplníme, neznamena to, že hladový už nikdy nebudeme. Naopak, jakmile jednu potřebu uspokojíme, další se vynoří. Z tohoto důvodu je každodenní život spotřebitele neustálý proces uspokojování dynamických potřeb (Hoyer a kol, 2013).

Další typickou charakteristikou potřeb je jejich hierarchické uspořádání. V odborné literatuře se setkáváme s různou kategorizací potřeb, avšak nejpreferovanější a nejčastěji opakující se je tzv. Maslowova hierarchicky uspořádaná pyramida. V nejzákladnější části najdeme fyziologické potřeby, následně pocit bezpečí, sociální, egoistické potřeby a

seberealizace. Po naplnění fyziologických, životu nezbytných, respektive primárních potřeb, jako například vzduch, voda, jídlo, přístřešek, spánek a základní oděv, přicházejí na řadu sekundární potřeby. Schiffman a kol. doplňují, že pocit bezpečí se netýká výlučně fyzického stavu, ale zahrnuje do něj i potřeby cítit stabilitu, rutinu, pořádek a kontrolu nad svým životem a prostředím. Batra dodává, že sekundární potřeby jsou výsledkem výchovy v dané společnosti, s její typickou kulturou, přičemž vedou k potřebě po moci, prestiži a úspěchu (Solomon, 2015; Batra, 2008; Schiffman a kol., 2010).

Důvody nákupu, které je spotřebitel sám schopen rozpoznat a vyjádřit, tvoří jen malou část motivace. Tu další, nevědomou část tvoří motivy, které je třeba znát a interpretovat prostřednictvím psychologických a dalších metod a technik vypovídajících o skutečném chování a jednání spotřebitele (Vysekalová, 2011).

#### 3.2.2.4.2 Vnímání

Vnímání můžeme jednoduše vysvětlit jako stav, kdy registrujeme nějaký produkt, službu nebo jev na základě zachyceného stimulu. Jedná se o proces, během kterého zachycujeme pobídky našimi smysly: zrak, sluch, chuť, čich a hmat (Hoyer a kol., 2013).

Kotler a Keller zařazují vnímání mezi procesy a dodávají, že vnímání je závislé nejen na fyzických podnětech, ale i na vnitřním rozpoložení dané osoby a jejího vztahu s okolním prostředím. Své tvrzení dokládají situací, kdy vnímání dvou jedinců vystavených stejné realitě, se může významně lišit (Kotler a Keller, 2012).

Denně je průměrný člověk vystaven přibližně 1500 reklamám a komunikačním zprávám různých značek. Jeho pozornost se však obrací na jeden nebo dva důležité podněty, zatímco zbytek úmyslně potlačuje. Obchodníci bojují s procesem selektivní pozornosti a usilují dospět k výsledku, který bude jeho cílová skupina vnímat. Nicméně, ne vždy se zachycené pobídky shodují se záměry jejich autorů. Velmi často spotřebitelé zkreslují zaregistrované informace tak, aby byly totožné s jejich předsudky o značce výrobku. Tento proces zákaznickova vnímání je označován jako selektivní zkreslení. Bohužel málokdy se vnímaná informace udrží v spotřebitelovy paměti. Lidé mají tendenci si zapamatovat ty informace, které se shodují s jejich postoji a přesvědčením. Proces selektivního zapamatování si, má na svědomí jev, kdy si s vyšší pravděpodobností spotřebitel zapamatujeme kladné stránky produktu, se kterým sympatizuje, než dobré vlastnosti jeho konkurentů (Kotler a Keller, 2012).

#### 3.2.2.4.3 Učení

Pokud jednáme, učíme se. Solomon hovoří o učení jako o procesu, kdy spotřebitel mění své spotřební chování na základě získaných informací nebo zkušeností s produktem. Učením odůvodňuje jev, proč jsou si spotřebitelé ochotni koupit určitý produkt opakovaně nebo naopak, už nikdy neprovést jeho nákup (Solomon, 2015).

Kotler a Keller se domnívají, že k učení dochází vzájemnou souhrou motivů, podnětů, náznaků a donucování. Náznaky popisují jako drobnější podněty, které rozhodují o tom, kde, kdy a jak osoba zareaguje. Donucování není vždy chápáno jen v negativním významu. Řadí se pod operativně podmiňované, nebo jinak označované také jako učení úspěchem. Jedná se o druh učení, kdy jednáme tak, abychom předešli negativnímu důsledku, odmítání nebo trestu. Časem se naučíme, jaké chování nám přináší kýžené ocenění (Solomon, 2015; Kotler a Keller, 2012).

Je všeobecně známo, že opakování zvyšuje účinnost učení, čímž upevňuje asociace mezi stimulem a zákaznickovou reakcí. Intervaly mezi jednotlivými podněty, stejně jako rozličnost médií ovlivňují efektivnost strategie obchodníků. Opakování je typické pro klasickou reklamní kampaň produktu, kdy se často opakující slogan postupně vrývá do paměti spotřebitelů (Solomon, 2015).

#### 3.2.2.4.4 Paměť

Paměť spotřebitele je rozsáhlý sklad znalostí o produktech a službách. Vysekalová hovoří o paměti jako o nástroji sloužícím k zapamatování, uchování a vybavení si toho, co jsme kdysi v minulosti prožili nebo vykonávali. Tedy, paměť umožňuje hromadit zkušenosti, z nichž spotřebitel následně vychází při jeho dalším rozhodování (Vysekalová, 2011; Hoyer a kol., 2013).

Paměť dělíme na tři různé paměťové systémy, na paměť (Solomon, 2015):

- senzorickou;
- krátkodobou;
- dlouhodobou.

Do senzorické paměti se nám na pár sekund ukládají vjemy zachyceny našimi smysly. Pokud vjem zachytíme očima, mluvíme o vizuální, respektive ikonické paměti, sluchem o echoické nebo hmatem o haptické paměti. Pokud informace zachycena v senzorické paměti je pro jedince relevantní, jedinec je motivován přesunout danou informaci do své krátkodobé paměti. Nicméně, pokud se tomu tak nestane, informace se z paměti ztratí (Hoyer a kol., 2013).

Krátkodobá paměť má své kapacitní a časové limity uchovávání informací. V krátkodobé paměti se nejčastěji zpracovávají informace, jako například porozumění čtenému textu, nákupní rozhodnutí nebo zpracovávání televizní reklamy. Pokud se jedinec aktivně nepokouší vzpomenout si na informace z krátkodobé paměti, informace se z ní vytratí. Zapomínání netkví ve vymazání nebo rozpadu paměťových stop, je to problém s přístupem k uloženým informacím (Vysekalová, 2011; Hoyer a kol., 2013).

Dlouhodobá paměť patří mezi paměťový systém, který nám umožňuje uchovávat informace na delší časový úsek. Informace, které projdou kognitivním procesem rozvíjecího testu, vstupují do paměti dlouhodobé. Proces zahrnuje přemýšlení nad významem daného stimulu a hledání souvislostí s informacemi, které se již v paměti nacházejí. Obchodníci využívají tento proces ve svůj prospěch používáním chytlavých sloganů a znělek, které si samovolně spotřebitelé opakují (Solomon, 2015).

### 3.3 Spotřeba

Spotřeba je pak tedy na základě výše uvedeného (viz. kapitola spotřebitel) užití výrobků či služeb k uspokojení lidských potřeb. Podle spotřebitele pak rozlišujeme následující druhy spotřeb:

- spotřeba výrobní = spotřeba firem;
- spotřeba konečná = spotřeba konečného spotřebitele.

### 3.4 Trend

Směr pohybu, vývojová tendence kurzu cenného papíru, ceny nemovitostí, ceny potravin, množství zkonsumovaných potravin, množství koupených aut atd., která určitou dobu po svém nastoupení trvá. Na trhu dochází k permanentnímu střídání dvou typů trendů: vzestupného a sestupného. Z hlediska času rozeznává Dowova teorie v rámci technické analýzy primární, sekundární a terciální trendy (Vysekalová, 2011).

### 3.5 Maso

Práce se věnuje trendům ve spotřebě potravin, konkrétně masa. Je tedy nutné definovat i maso. Masem rozumíme všechny části živočichů, které jsou požitelné a jsou určeny k lidské spotřebě. Dále pak rozlišujeme masné výrobky. Masné výrobky jsou technologicky opracované výrobky, jejichž je maso hlavní surovinou (Dostálová a Kadlec, 2014).

## 3.6 Obecné trendy ve spotřebě masa

Zatímco v předcházející kapitole se práce věnovala obecným termínům, jako je spotřeba, spotřebitel a rozhodování spotřebitele, v této kapitole bude pozornost věnována obecným trendům ve vývoji spotřeby masa.

Tedy, přesněji bude kapitola zaměřená na nové směry ve výživě a další skutečnosti, které ovlivňují spotřebu masa. Vliv na to, kolik se spotřebuje masa, totiž nemá jen jeho cena, ale rozhodně i stále větší pozornost věnovaná zdravému životnímu stylu a ochraně životního prostředí.

### 3.6.1 Zdravá výživa

V dnešní době se stále více prosazují trendy zdravého životního stylu a nikdo jistě nepochybuje o tom, že součástí zdravého životního stylu je i zdravá výživa. Nicméně, co si vlastně pod pojmem zdravá výživa představit?

Správná a zdravá výživa využívá současných vědeckých poznatků. A zatímco v minulosti se v souvislosti se zdravou výživou kladl důraz na některé konkrétní potraviny, u kterých byl vyzdvihován jejich vliv na zdraví, dnes spíše klademe důraz na nutriční složení konzumovaných potravin. Správná nutriční skladba potravin totiž může pomoci například oddálit některé civilizační choroby či se jim zcela vyhnout (Kunová, 2004).

Zdravou výživou tak vlastně rozumíme přísun dostatečně kvalitních potravin, bez chemických látek, s dostatečnou nutriční hodnotou tak, aby byl zajištěn zdravý růst a tělo mělo dostatek energie pro všechny aktivity. Nesmí však mít této energie nadbytek. Lidská výživa má fyziologickou i psychologicko-filozofickou stránku. Při zdravé výživě by mělo být dbáno na obě tyto výživové stránky (Pánek, 2002).

V následujících podkapitolách bude popsáno, co je považováno za zdravou výživu z pohledu jednotlivých základních složek potravy.

#### 3.6.1.1 Základní složky zdravé výživy

Potravu přijímáme proto, abychom získali energii. Člověk má určitou energetickou potřebu. Musí tedy získat určité množství energie, aby došlo k udržení života a organismus byl zdravý. Tuto energii člověk bere, jak už bylo uvedeno, z potravy, konkrétně z tří jejích složek, kterými jsou:

- bílkoviny;
- tuky;

- cukry.

Tyto jednotlivé složky musí být v určité kombinaci a v určitém množství. Konkrétně je doporučen následující poměr: 15 % bílkovin, 30 % tuků a 55 % cukrů. Podle současných vědeckých poznatků zajistí takovýto poměr jednotlivých složek správné a zdravé fungování organismu (Fořt, 2007).

#### 3.6.1.1.1 Bílkoviny

Důležitost bílkovin, je pravděpodobně již všem velmi dobře známa. Pro lidské tělo jsou bílkoviny nenahraditelné. Bez těchto látek by totiž nemohlo docházet k tvorbě či obnově tkání a k tvorbě či obnově krevní plazmy, enzymů či nukleových kyselin (Kunová, 2004).

Bílkoviny však tělo musí nejdříve zpracovat. Výsledkem jsou aminokyseliny. Ty jsou důležitým kritériem při posuzování kvality bílkovin. Mezi lidmi je stále ještě velmi rozšířené, že živočišné bílkoviny jsou nezastupitelné. To však již neplatí. Dnes je známo celé spektrum rostlinných bílkovin, které ve vhodné kombinaci dokáží bílkoviny živočišné zcela nahradit. Optimální příjem bílkovin je 0,6 g na 1 kilogram tělesné váhy denně (Kunová, 2004).

Za nejlepší zdroje bílkovin považujeme luštěniny, sóju, maso, ryby, mléko, vejce.

#### 3.6.1.1.2 Tuky

Do zdravé výživy patří i tuky. Je však třeba věnovat pozornost, o jaký druh tuku se jedná. Tuky jsou vlastně sloučeninou glycerolu a mastných kyselin a zde právě dochází rozřídění tuků na zdravé a nezdravé. Mastné kyseliny se totiž dále dělí (Kunová, 2004):

1. Nasycené – tyto kyseliny mají většinou negativní dopad na zdraví, zejména proto, že zvyšují obsah cholesterolu. Tyto kyseliny obsahují hlavně živočišné tuky.
2. Nenasycené (monoenoové) – tyto kyseliny mají negativní či dokonce pozitivní dopad na lidské zdraví. Mohou totiž přispět ke snížení tzv. špatného cholesterolu (LDL frakci) a zvyšují množství prospěšného cholesterolu (HDL frakci). Tyto kyseliny jsou obsaženy zejména v olivách, ořechách a například v avokádu.
3. Polyenoové – i tyto kyseliny mají pro zdraví prospěšné účinky. Snižují množství cholesterolu v krvi a některé dokonce zabraňují vzniku trombů. Zdrojem těchto kyselin jsou zejména rostlinné oleje či rybí maso.
4. Transkyseliny – vznikají při ztužování rostlinných olejů.

Tuky tedy rozhodně nejsou špatnou složkou jídelníčku. Naopak, jsou nejvýznamnějším zdrojem energie a při výživě se bez nich neobejdeme. Jen je nutné sledovat, jaké to jsou tuky. Pomocí tuků tělo získává mastné kyseliny a přijímá některé vitamíny, které jsou v tucích rozpustné. Ideální denní spotřeba tuku by měla být 80-100 g. (Kunová, 2004).

#### 3.6.1.1.3 Cukry

Cukry jsou velmi obávanou složkou potravy, stejně jako tuky. Nicméně, ani bez cukru se náš organismus neobejde. Obecně v případě cukrů mluvíme o sacharidech, disacharidech a polysacharidech a oligosacharidech (Kunová, 2004).

Sacharidy známe pod běžným označením cukr a jsou to nejčastěji například hroznový cukr, ovocný cukr. Jedná se o tzv. jednoduché cukry, které je organismus schopný vstřebat. Mezi disacharidy pak řadíme například laktózu.

Důležitou úlohu pro výživu mají polysacharidy. To jsou látky obsažené zejména v obilovinách, bramborách, ovoci, zelenině a luštěninách. Tyto polysacharidy se v lidském těle štěpí na glukózové jednotky a pomáhají udržovat stálou hladinu cukru v krvi (Kunová, 2004).

V případě sacharidů neboli cukrů, je nutné pamatovat, že je pro výživu člověka velmi důležitý. Jeho minimální množství, které zdravý organismus denně potřebuje je 50 g. Nesmí se to však přehánět. Maximální denní dávka je 500 g (Kunová, 2004).

#### 3.6.1.1.4 Vitamíny a minerály

Další nezbytné složky potravy z pohledu zdravé výživy jsou (Mindell, 2000; Kubešová a kol., 2008):

- Vitamín A – tento vitamín zvyšuje aktivitu imunitního systému a celkovou odolnost organismu, má i pozitivní účinek na kvalitu zraku. Obsažen je zejména v rybím tuku a mrkvi. Doporučená denní dávka je 500 I.U pro muže a 4000 I.U pro ženy. (I.U. je mezinárodní jednotka pro množství účinné látky, založená nikoli na hmotnosti, nýbrž na naměřeném biologickém působení nebo účinku). Je rozpustný v tuku.
- Vitamín D – je také rozpustný v tuku. Lidské tělo ho získává z potravy či ze slunce. V případě, že je člověk vystaven smogu či zatažené obloze po delší dobu, může se u něho vyskytnout nedostatek tohoto vitamínu, který je odpovědný za resorpci a



ukládání fosforu a vápníku v zubech a kostech. Rovněž se účastní vstřebávání vitamínu A. Jeho zdroj je zejména v rybách. Doporučená denní dávka je 400 I.U.

- Vitamín E – další z vitamínů, které jsou rozpustné v tuku. Tento vitamín funguje jako antioxidant a odstraňuje únavu, ovšem v těle vydrží jen krátkou dobu. Jeho doporučené množství je 10 I.U. denně. Jeho největším zdrojem je sójový bob, špenát, obilné klíčky, ořechy a rostlinné oleje.
- Vitamín K – je vitamín rozpustný v tuku a rozlišujeme vitamín K1, K2 a K3. Tento vitamín je potřebný pro tvorbu protrombinu. Jeho doporučená dávka je 0,08 mg denně. Zdrojem je zejména listová zelenina, jogurty.
- Vitamín B1 – tento vitamín je rozpustný ve vodě a je naprosto nepostradatelný pro organismus. Zejména lidé, kteří vykonávají namáhavou fyzickou práci, lidé pohybující se či pracující ve vysokých teplotách a také těhotné ženy a lidé s diabetem a s problémy s alkoholem, mohou trpět nedostatkem tohoto vitamínu. Přírodním zdrojem vitamínu B1 jsou zejména kvasnice a obalech obilí. Doporučená denní dávka je 1,5 až 2 mg.
- Vitamín B2 – Je další velmi důležitým minerálem. Pokud má organismus nedostatek tohoto vitamínu, dochází k poškozování sliznice a kůže, případně může dojít až k poruše tvorby červených krvinek. Přírodním zdrojem jsou opět kvasnice a povrchový obal obilí. Doporučená denní dávka je 1,5 až 2 mg.
- Vitamín B6 – při nedostatku tohoto vitamínu se mohou objevit křeče, další příznaky jeho nedostatku jsou obdobné, jako u nedostatku vitamínu B2. Dále má vliv na krvetvorbu a ovlivňuje i tvorbu bílých krvinek. Nedostatek vitamínu B6 se může projevit zejména při stresu a fyzické námaze a rovněž v těhotenství. Jeho přírodním zdrojem jsou opět kvasnice a obilky.
- Vitamín B12 – i tento vitamín výrazně podporuje krvetvorbu. Při nedostatku vitamínu B12 dochází poměrně rychle k poruchám tvorby červených krvinek. Rovněž se může vyskytnout zánět jazyka a postižení míchy. Nedostatek vitamínu B12 může být také příčinou určitých poruch ve stáří, které souvisejí s inteligencí. Zdrojem tohoto vitamínu jsou vnitřnosti.
- Kyselina listová – účinky této látky i projevy jejího nedostatku jsou velmi podobné, jako v případě vitamínu B12. Obsah kyseliny listové se může velmi snížit při konzumaci alkoholu a užívání antibiotik a cytostatik. Dlouhodobý nedostatek této látky vede k aterosklerotickým změnám.

- Niacin – neboli kyselina nikotinová je důležitá zejména kvůli vlivu na spánek. Při jejím nedostatku totiž dochází k poruchám spánku, rovněž se může objevit zánět kůže a sliznic. Přírodným zdrojem jsou játra, kvasnice a maso.
- Biotin – nedostatek tohoto vitamínu se projevuje svalovou slabostí. Tuto látku syntetizují ve střevech bakterie. Proto hrozí jeho nedostatek zejména při léčbě antibiotiky.
- Vitamín C – je velmi důležitý z pohledu fyziologické aktivity uvnitř buněk. Má tak nepřímo velmi významný vliv na obranyschopnost organismu, krvetvorbu, psychiku, soustředěnost atd. Mezi jeho další pozitivní účinky patří snižování cholesterolu, podpora tvorby kolagenu a podporuje vstřebávání železa.

Teorie zdravé stravy říká, že je potřeba v potřebné míře přijímat všechny vitamíny a další látky. V případě jejich nedostatku hrozí lidskému organismu potíže, ovšem stejně jako v případě jejich nadbytku. Nejinak je tomu i v případě minerálních látek.

Z minerálních látek je významný zejména sodík, draslík, vápník, hořčík a fosfor, které jsou popsány níže (Kubešová a kol., 2008):

- Sodík – udržuje v pořádku cévy. Zejména jejich pružnost a také má vliv na krevní tlak. Z potravin je velmi významným zdrojem sodíku sůl. Je tedy doporučeno solit střídavě. Doporučená denní dávka sodíku je 3 až 5 g, to je množství, které je v potravinách obsaženo i bez soli.
- Draslík – je důležitý pro vnitřní stabilitu buňky. Má vliv na činnost svalstva. Přírodným zdrojem draslíku je ovoce.
- Vápník – tento minerál má význam zejména pro zdravý růst a vývoj kostí. Jeho zdrojem jsou zejména mléčné výrobky, ale například i mák.
- Hořčík – hořčík ovlivňuje svalovou činnost a činnost srdce. Přírodným zdrojem hořčíku jsou různá semena.
- Fosfor – je velmi významným minerálem. V těle tvoří tzv. makroergní fosfátové vazby. Tato vazba slouží pro organismus jako zásobárna energie. V případě nedostatku fosforu se může organismus potýkat s nedostatkem energie. Lidé s nedostatkem tohoto minerálu bývají velmi unaveni. Přírodným zdrojem fosforu jsou luštěniny.

Součástí zdravé stravy musí být i vyvážený příjem stopových prvků, jako železo, kobalt, měď, selen, zinek, chróm, fluor a jód. Tyto prvky mají rozličné funkce. Podílejí se

na všech procesech v těle a ovlivňují kvalitu kůže, zubů a kostí, srdeční činnost či spánek (Kubešová a kol., 2008).

V rámci zdravé stravy je tedy nutné vyvážený přísun jednotlivých vitamínů látek a minerálních prvků. To zajistí jen vyvážená a pestrá strava. Jak je vidět z výše uvedeného přehledu, i maso má své nezastupitelné místo ve výživě člověka. Jde jen o množství a také formu. Například uzeniny do zdravé výživy nepatří. Nicméně kuřecí maso, králík, ale omezeně vepřové i hovězí, jsou základem pestré stravy.

Nesmí se však zapomínat ani na pitný režim. Ten rovněž musí být vyvážený. Za zcela nejlepší se považuje pití čisté vody. Neškodí však ani ovocné šťávy bez cukru, či čaje. V případě čajů však pozor na možné předávkování při užívání některých bylinných čajů (Fořt, 2007).

### 3.6.2 Racionální výživa

Stále více lidí dnes dbá na zásady zdravého životního stylu. Sem patří i racionální výživa. Strava a její složení totiž výrazně ovlivňuje zdraví každého jedince. Pokud potrava není zdravá a přiměřená, může u člověku propuknout celá řada onemocnění. Je však třeba připomenout, že strava musí být vyvážená. Nesmí být ochuzena o důležité složky, nebo naopak těchto složek nesmí být nadbytek. Jak uvádí Petrásek, lidský organismus pro své bezproblémové fungování potřebuje 45 živin. Každá z těchto živin má své nezastupitelné místo ve výživě člověka. Žádnou z nich nelze opomenout, ale také žádnou z nich není dobré užívat nadměrně. Teprve všech těchto 45 živin dohromady má pro daný organismus kýžený účinek (Petrásek, 2004).

Za celý svůj život zkonsumujeme obrovské množství potravin. Jsou to desítky tun. Pokud je potrava vyvážená, tělo potravinu zpracuje bez větších obtíží. Pokud však některé složky převládají, dochází k mnohem většímu opotřebení organismu, než je nutné (Petrásek, 2004).

Za největší problém vyspělého světa je přitom ve výživě nadměrná konzumace potravin. S nadsázkou můžeme říci, že vyspělý svět nejí proto, že má hlad, ale proto, že má chuť. Nadměrná konzumace potravin však vede k řadě problémům, předně dochází k nadměrnému opotřebenému organismu, zrychluje se metabolismus, zrychlují se biologické hodiny organismu. Ve výsledku je pak nadměrná konzumace potravin příčinou velkého množství civilizačních chorob.

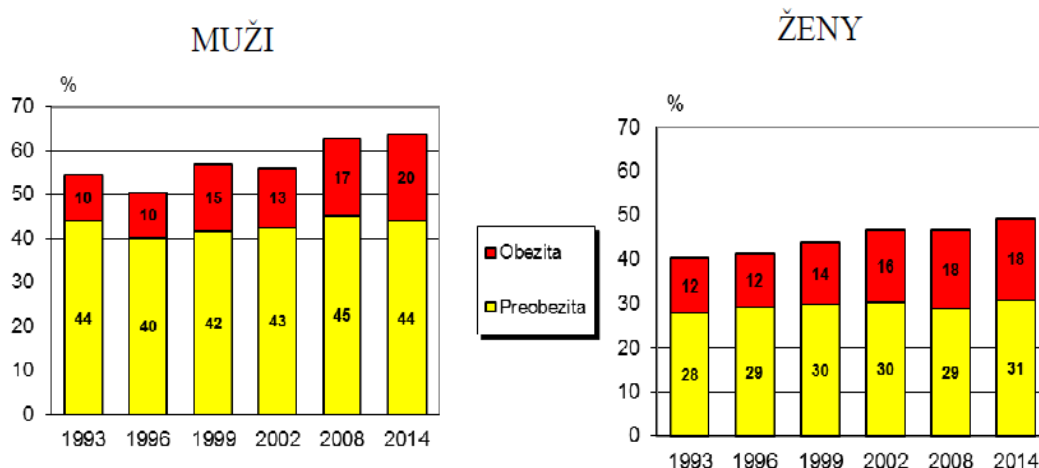
Proto základní pravidlo zní, nekonzumovat více potravin, než je nezbytně nutné. Další pak říká, že skladba potravin by měla být vyvážená a člověk by se měl vyvarovat potravinám nezdravím. To v posledních desetiletích vedlo k výrazné změně jídelníčku nejen v České republice, ale celosvětově. Lidé se více zajímají o to, co jí a kolik toho jí.

Tato situace je přitom trochu paradoxní. Jak například uvedl v roce 2016 článek Trends in adult body-mass index in 200 countries from 1975 to 2014: a pooled analysis of 1698 population-based measurement studies with 19.2 million participants v prestižním mezinárodním časopise Lancet mezi lety 1979 a 2014 vzrostl počet obézních lidí na celé planetě ze 105 miliónů na neuvěřitelných 640 miliónů. Nejinak je tomu bohužel i v případě Čechů a Češek. Český statistický úřad sleduje vývoj obezity od roku 1993 (pomocí tzv. BMI indexu) a z čísel je patrný nárůst jak u žen, tak u mužů – viz. graf 1 (Lancet, 2016).

Štiková a kol. upozorňují, že mezi rizikové chování, které vede k obezitě patří i konzumace masa. Podle autorů dále nadměrná konzumace vede k celé řadě chorob, jako je onemocnění srdce, špatný tlak, cukrovka, poruchy jater a sleziny a zejména rakovina (Štiková a kol., 2004)

Autoři k tomu dodávají, že sice stále více lidí se snaží jíst racionálně, ale stále je velké množství lidí, kteří o racionálním způsobu stravování nevědí. V součtu se stále větším bohatnutím populace, pak tito lidé nakupují stále větší množství potravin. Podle autorů je proto nutné věnovat větší pozornost osvětě ohledně stravování a jeho dopadů na zdraví.

**Graf 1: Vývoj obezity u mužů a žen v ČR od roku 1993 do roku 2014**



Zdroj: ČSU

### 3.6.3 Vegetariánství a veganství

Další ze způsobů výživy, které výrazně ovlivňují spotřebu potravin, jsou vegetariánství a veganství. Nedá se říci, že by se jednalo o nové trendy. Oba dva způsoby stravování existují od nepaměti. Jen se o nich v posledních letech více mluví a stále více lidí je sympatizantem těchto způsobů stravování.

Vegetariánství je způsob stravování, kdy je z jídelníčku vyřazeno maso. Veganství je pak takové stravování, které zcela vylučuje veškeré zvířecí produkty. Důvodů, proč se k jednomu či druhému lidé přiklánějí, je mnoho. Nejčastěji to je z etických důvodů, kdy lidé odmítají zabíjení a využívání zvířat pro účely konzumace či výroby oblečení (Petrásek, 2018).

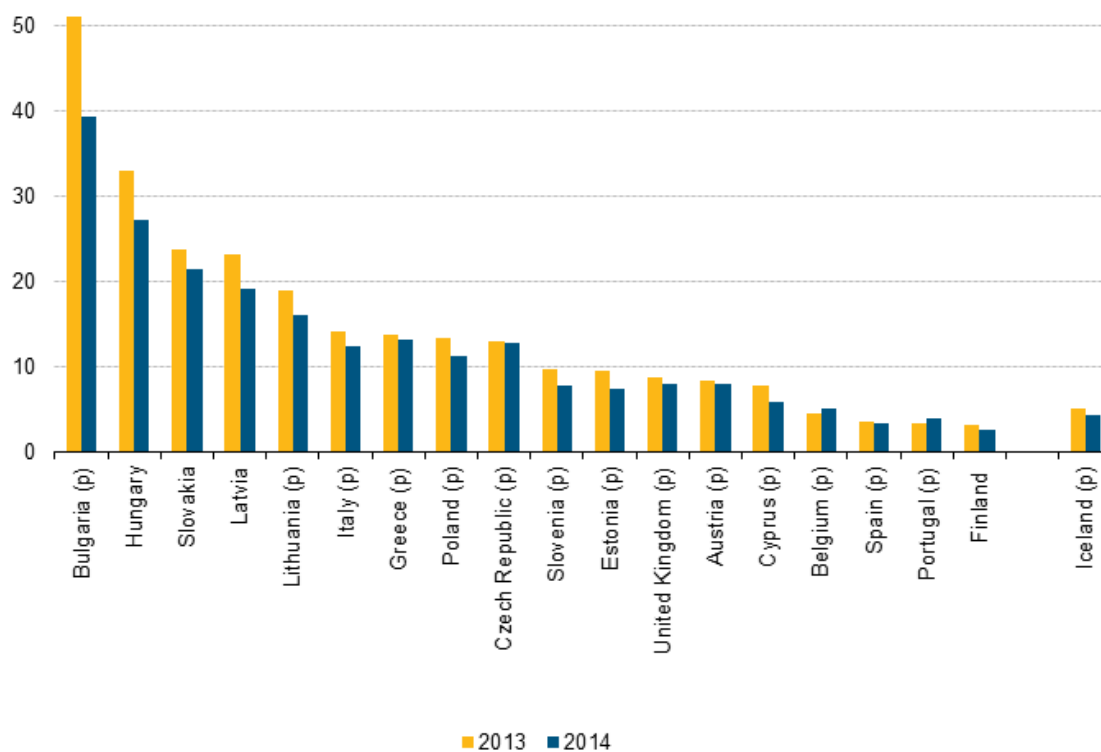
Podle výzkumu, který provedla agentura STEN/MARK je v České republice asi 200 tisíc lidí, kteří se hlásí k vegetariánství. Počet vegetariánů navíc stále roste, a to zejména mezi mladými lidmi. Počty veganů nejsou známy (Petrásek, 2018).

Najde se však i nemálo těch, kteří volí vegetariánství či dokonce veganství z důvodu přesvědčení, že mají tyto stravovací způsoby pozitivní dopad na lidské zdraví. Odpověď však není jednoznačná. Nelze striktně říci, že konzumace pouze rostlinné stravy je zdravější. Vždy záleží na složení potravy (Petrásek, 2004).

Je těžké odhadnout, kolik lidí se nakonec vrátí ke konzumování masa. Často totiž, zejména mladí lidé a dospívající, spatřují ve vegetariánství a veganství určitou revoltu. Nicméně, dnes se lze setkat s požadavky na vegetariánskou stravu již v předškolních zřízeních. Podle Dostálové se však vegetariánská, potažmo veganská strava, vyznačují zejména nedostatkem jodu, vápníku, vitamínu B12 a železa (Dostálová a Kadlec, 2003).

Cofnas a kol. uvádějí, že z rozsáhlé studie provedené mezi vegetariány a nevegetariány nevyplývalo, že by vegetariáni byli zdravější. Naopak, autoři studie uvádějí, že v některých případech může vegetariánství být pro zdraví horší volba než racionální stravování, včetně konzumace masa. Podle autorů jsou rizikovou skupinou zejména děti a lidé s extrémní zátěží, či kojící ženy. Například potřeba železa je v průměru 14 až 20 miligramů, ale u těhotných až 30 miligramů denně. Jenže z rostlinné stravy tělo získá 810krát méně živin než z masa. Maso je navíc nezastupitelným zdrojem vitamínu B12. Zatímco jiné živiny a vitamíny lze získat i z rostlinných zdrojů, vitamín B12 nikoli. Zejména pak u dětí je tento vitamín velmi důležitý (Cofnas a kol., 2018).

**Graf 2: Množství vegetariánů v populaci evropských států pro roky 2013 a 2014 (%)**



(<sup>p</sup>) = provisional data for 2014

**Zdroj: Eurostat**

Jak je z grafu 2 patrné, počet vegetariánů v Evropě, je dle států velmi rozmanitý. Z grafu je jasné, že mezi roky 2013 a 2014 vegetariánů ubylo. Nedá se však říci, že by se z nich staly konzumenti masa. Z některých určitě, z jiných se zase stali vegani či vyznavači jiného stravovacího zvyku.

Jiný průzkum uvádí, že v České republice je zhruba 3 % vegetariánů. Lze se tak domnívat, že vegetariánství ani veganství nemá na spotřebu masa výraznější vliv (Janíková a Kačer, 2019).

### 3.7 Potravinové doplňky

Kvalitní a pestrá strava je dnes ve velké míře nahrazována potravinovými doplňky. Potravinové doplňky jsou na vzestupu zhruba od 90. let 20. století. Existovaly však již před tím. První se na trhu objevily přibližně v polovině 20. století. V dnešní době je však nabídka doplňků stravy, a hlavně druhů látek a vitamínů v nich obsažených, mnohonásobně větší (Hanzlová, Hanzlová, 2006)

Bohužel, místo aby se lidé soustředili na zajištění kvalitní a různorodé stravy, stále více se spoléhají na různé doplňky. Ty však v žádném případě nemohou nahradit kvalitní a rozmanitou potravu.

**Graf 3: Spotřeba potravinových doplňků u mužů**



**Zdroj: Hanzlová a Hanzlová (2006)**

**Graf 4: Spotřeba potravinových doplňků u žen**



**Zdroj: Hanzlová a Hanzlová (2006)**

Grafy 3 a 4 zobrazují množství uživatelů a uživatelek potravinových doplňků. Jak je z grafů patrné, nejvíce potravinové doplňky užívají lidé sportující. Snaží se tak doplnit živiny a vitamíny, které zvýšenou námahou ztratili. Právě u lidí zájímající se o zdravý životní styl a sportování je mnohem více těch, kteří omezují příjem některých druhů potravin, jako je cukr, mouka, ale i maso. Jak upozorňuje Clark, chybějící živiny pak získávají z doplňků. To však není přirozené (Clark, 2000).

Jistý úbytek konzumentů masa lze tedy přičíst na vrub tomu, že lidé nahrazují potřebné živiny pomocí potravinových doplňků.

### **3.8 Etické důvody snížení spotřeby masa**

Rozhodování na základě etických kritérií je dnes stále častější. Stále více lidí se rozhoduje na základě toho, jaké mají jejich rozhodnutí vliv na životní prostředí či jestli nedochází k poškozování práv někoho jiného.

Pravda je, že zemědělství, zejména produkce masa, má velmi výrazné dopady na životní prostředí. Je třeba připomenout, že živočišná výroba využívá celých 30 % pevniny nepokryté ledem. Živočišná výroba je odpovědná za ničení lesů, které jsou vypalovány pro

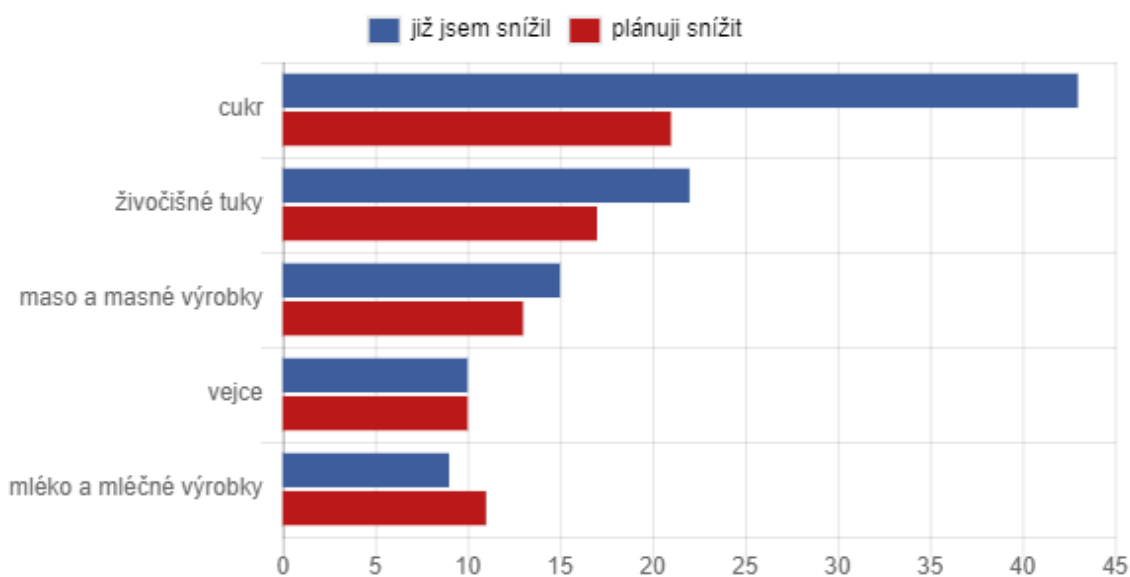


získání pastvin, za degradaci půdy, a samozřejmě v neposlední době jsou hospodářská zvířata jedním z největších producentů skleníkových plynů, a tak přispívají ke globálnímu oteplování (Steinfeld, 2006).

Živočišná výroba má rovněž velmi výraznou spotřebu vody. V průměru živočišná výroba spotřebuje 0,6 % pitné vody. V některých částech světa je to až 23 % - například Botswana. Pod tíhou těchto informací se stále více lidí uchyluje k tomu, že maso výrazně omezuje, či ho ze svého jídelníčku zcela vynechává (Steinfeld, 2006).

Jak ukazuje průzkum uvedený na grafu 5, někteří lidé z etických důvodů výrazně omezují spotřebu některých potravin. To je patrné zejména u masa. Respondenti výzkumu uvedli, že cukry, živočišné tuky, vejce a mléko či mléčné výrobky omezili či chtějí omezit zejména kvůli dopadu na jejich zdraví. Zatímco u masa respondenti uvedli, že hlavním důvodem pro jeho omezení jsou etické otázky a v dnešní době i ochrana životního prostředí (Janíková, Kačer, 2019).

**Graf 5: Snižování spotřeby vybraných druhů potravin (%)**



Zdroj: Janíková a Kačer (2019)

Kromě již výše zmíněných dopadů na životní prostředí rovněž řada lidí snižuje konzumaci masa z důvodů ochrany práv zvířat. Roste tak popularita produktů bio a dalších, které zajišťují slušné zacházení se zvířaty. Spotřebitelé si raději připlatí a omezí spotřebu masa, než by podporovali podniky, které se dopouštějí týrání zvířat, či zde zvířata musí žít v nevyhovujících podmínkách (Steinfeld, 2006).

### 3.9 Shrnutí

Shrneme-li informace získané ze studia obecných trendů spotřeby masa, zjistíme, že spotřeba masa dnes začíná být považována za neetickou, zejména z pohledu ochrany životního prostředí a ochrany zvířat. Roste tak počet lidí, kteří spotřebu masa omezují. Nicméně, do spotřeby masa se projevují i jiné faktory. Například cena. Rovněž nedochází ke stejné změně u všech druhů masa.

Detailnímu vývoji spotřeby masa v České republice a okolnostem, které ji ovlivňují, se bude věnovat následující praktická kapitola této práce. Pro doplnění bude uvedeno srovnání i se situací ve světě.

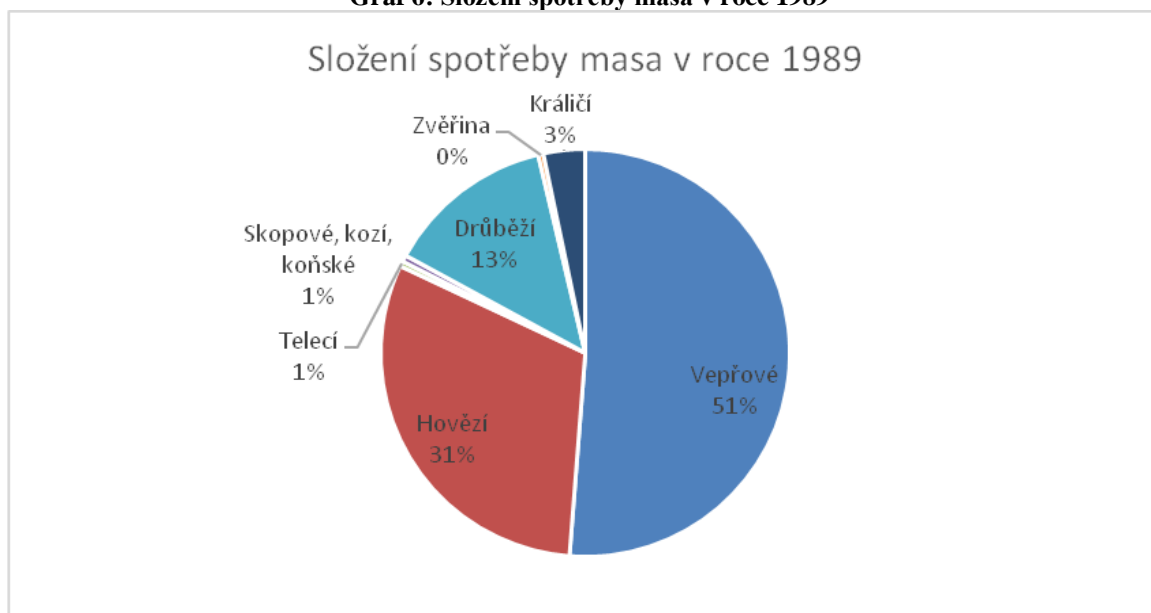
## 4 Vlastní práce

### 4.1 Analýza spotřeby masa v České republice

#### 4.1.1 Složení spotřeby masa v České republice

V následující kapitole bude analyzována spotřeba masa v České republice. Analyzovány budou údaje o spotřebě od roku 1989 do roku 2017. Analýza byla provedena na základě volně dostupných dat Českého statistického úřadu. Rok 1989 byl zvolen pro začátek analýzy záměrně. Jednalo se o rok, kdy došlo k výrazné změně ekonomických i sociálních poměrů v zemi a dá se předpokládat, že tyto změny se postupně odrazily i v preferenci určitých potravin, včetně masa.

**Graf 6: Složení spotřeby masa v roce 1989**

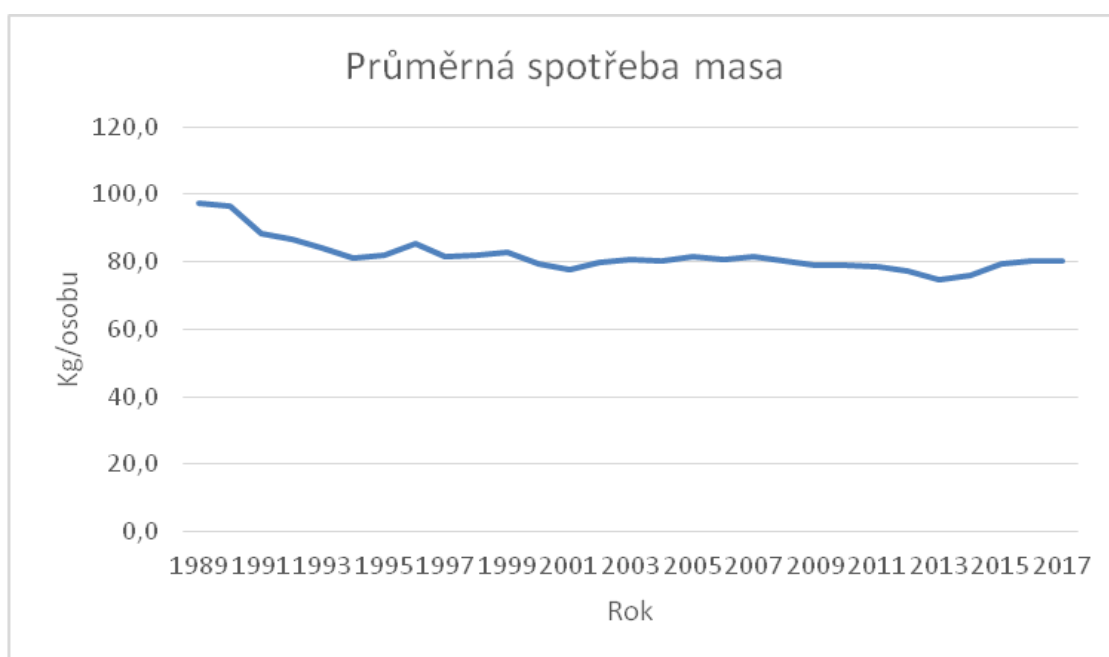


**Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ**

Graf 6 zobrazuje složení spotřeby masa v roce 1989. Jak je z grafu patrné, většina spotřebovaného masa představovalo vepřové maso. Na celkovém podílu spotřebovaného masa se vepřové podílelo 51 %. Celkem v průměru na každou osobu připadalo v roce 1989 49,9 kg vepřového masa. Roční spotřeba hovězího masa byla v tomto roce 30 kg na osobu, což představovalo 31 % z celkové spotřeby masa. Každá osoba v roce 1989 v průměru zkonsumovala 13 kg drůbežního masa, naprostá většina přitom představovala kuřecí maso. Podíl drůbežního masa na celkové spotřebě masa byl v roce 1989 13 %. V případě ostatních druhů masa, se již jednalo jen o marginální záležitost.

Graf 7 zachycuje celkovou spotřebu masa v České republice od roku 1989 do roku 2017. Jak je z grafu patrné, spotřeba masa od roku 1989 klesla na osobu v průměru skoro 20 kg. V roce 1989 byla spotřeba masa na osobu v České republice 97,4 kg, v roce 2017 to bylo 80,3 kg. Z grafu je zřejmé, že pokles spotřeby byl poměrně rychlý. Došlo k němu během cca 6 let. Poté se spotřeba udržovala již více méně na stejné úrovni, až na určité výjimky.

**Graf 7: Celková spotřeba masa mezi roky 1989 až 2017**



**Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ**

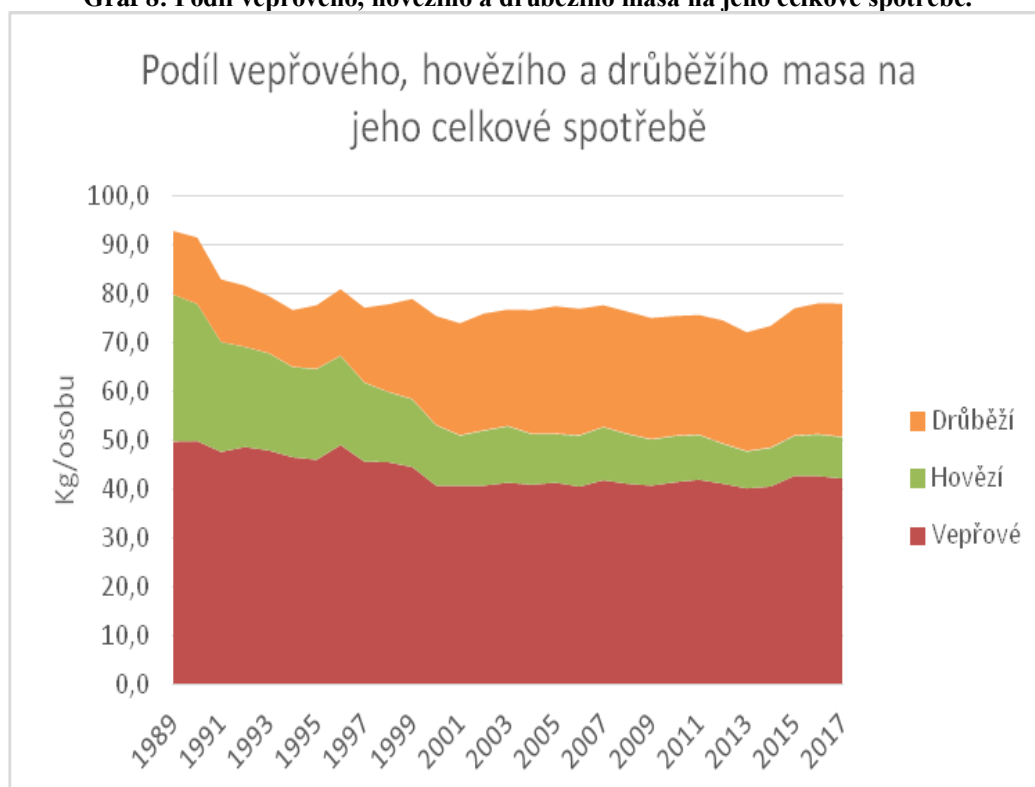
#### 4.1.2 Podíl jednotlivých druhů masa na celkové spotřebě

Na dalším grafu (číslo 8), je zobrazena celková spotřeba masa od roku 1989 a podíl spotřeby vepřového, hovězího a drůbežího na této celkové spotřebě. Jak je z grafu patrné, spotřeba vepřového masa se snížila, stejně tak jako hovězího masa. Naopak spotřeba drůbežího masa vzrostla.

Zatímco v roce 1989 se byla průměrná spotřeba vepřového masa na osobu 49,9 kg, v roce 2017 42,3 kg. V případě hovězího masa klesla spotřeba z 30 kg na osobu v roce 1989 na 8,4 kg na osobu v roce 2017. Spotřeba drůbežího byla v roce 1989 13 kg na osobu a v roce 2017 27,3 kg na osobu.

Z výše uvedeného je vidět jasný odklon od méně zdravých druhů masa (vepřové a hovězí) ke zdravějšímu drůbežimu masu.

**Graf 8: Podíl vepřového, hovězího a drůbežího masa na jeho celkové spotřebě.**



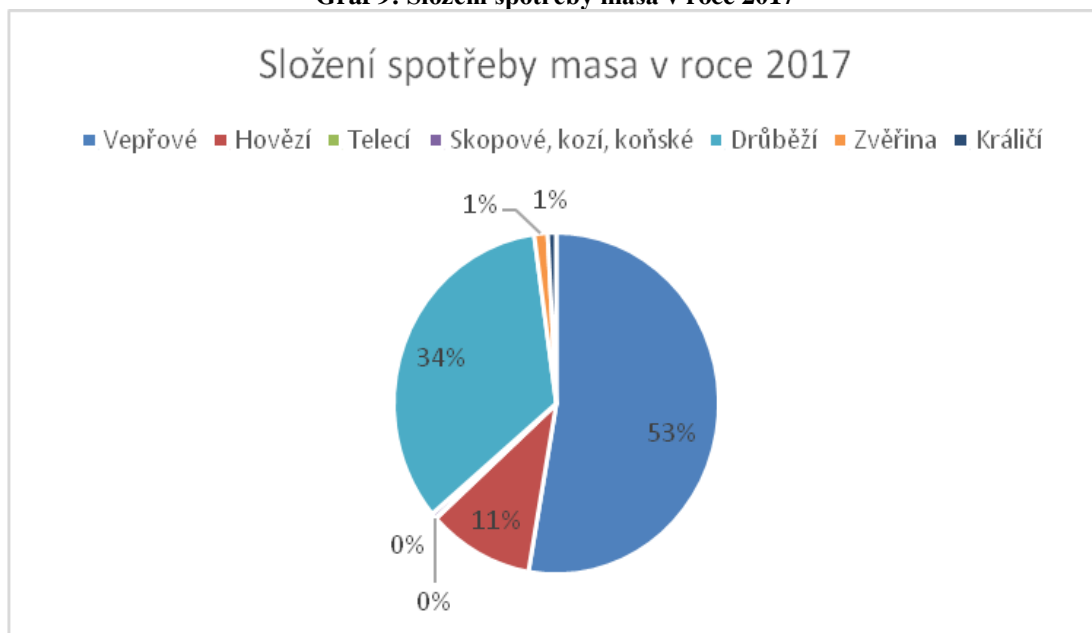
**Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ**

Graf 9 zobrazuje podíl spotřeby jednotlivých druhů masa na celkové spotřebě masa v roce 2017. Jak je z grafu patrné, podíl spotřeby telecího, králíčího, skopového, kozího a koňského masa je obdobný v roce 2017, stejně jako v roce 1989.

Pokud se tato relativní čísla z roku 2017 porovnájí s těmi z roku 1989, je patrné, že procentuální složení spotřebovaného masa se příliš nezměnilo. V roce 2017 tvořila spotřeba vepřového masa 53 % z celkové spotřeby masa (42,3 kg/osobu – v roce 1989 to bylo 51 %). Hovězí maso se v roce 2017 podílelo na celkové spotřebě masa 34 % (8,4 kg/osobu – v roce 1989 to bylo 31 %). Procentuální podíl spotřeby drůbežího masa na celkové spotřebě masa byl v roce 2017 11 % (27,3 kg/osobu – v roce 1989 to bylo 13 %).

Jak je z výše uvedeného patrné, snížila se tedy spotřeba masa, ale druhové složení spotřeby se příliš nezměnilo. I když samozřejmě v relativních číslech.

**Graf 9: Složení spotřeby masa v roce 2017**



**Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ**

Pro zjištění vztahů mezi spotřebou jednotlivých druhů masa byla provedena korelační analýza. Její výsledky jsou zobrazeny v tabulce 1. Jak je patrné, existují silné korelační vazby mezi většinou druhu masa. Z tabulky je také jasné, že mezi vepřovým, hovězím a drůbežím jsou opravdu silné korelační vztahy.

Tyto výsledky znamenají, že mezi spotřebou jednotlivých druhů masa existuje vztah. Pokud budeme vycházet z předpokladu, že zákazníci preferují drůbeží maso před ostatními druhy, korelační analýza nám tuto skutečnost potvrdila. Jak z tabulky 1 vyplývá, čím více se spotřebuje masa drůbežího, tím méně se spotřebuje masa vepřového, hovězího, ale i telecího a skopového.

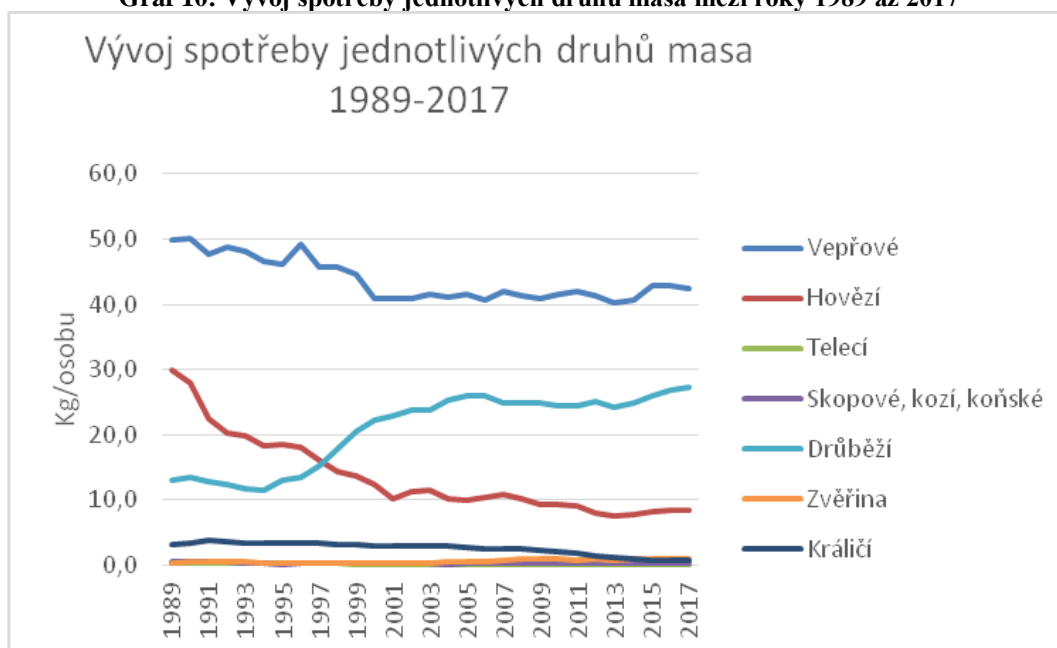
**Tabulka 1: Korelační analýza spotřeby masa**

	vepřové	hovězí	telecí	skopové, kozí, koňské	drůbeží	zvěřina	králíci
vepřové	1						
hovězí	0,919	1					
telecí	0,898	0,936	1				
skopové, kozí, koňské	0,308	0,359	0,236	1			
drůbeží	-0,916	-0,892	-0,944	-0,143	1		
zvěřina	-0,495	-0,573	-0,692	0,215	0,642	1	
králíci	0,591	0,704	0,791	-0,113	-0,749	-0,825	1

**Zdroj: vlastní zpracování**

Graficky je výše zmíněné tvrzení dokumentováno na grafu 10. Z tohoto grafu je patrné, že spotřeba vepřového i hovězího masa klesá, zatímco spotřeba drůbežího masa roste.

**Graf 10: Vývoj spotřeby jednotlivých druhů masa mezi roky 1989 až 2017**



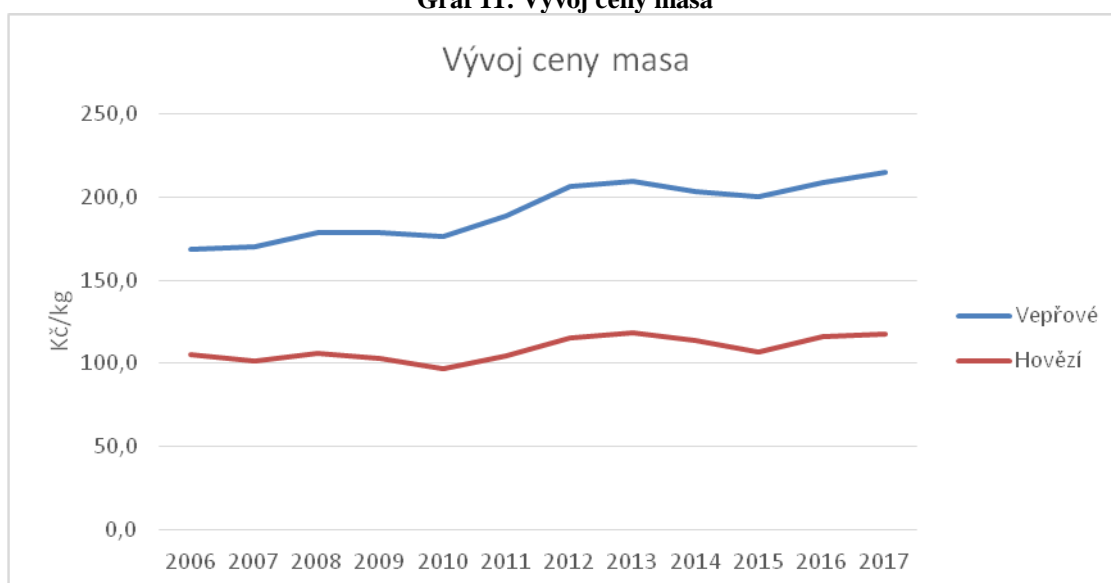
Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

## 4.2 Změny ve spotřebě masa v ČR

Jaké důvody jsou hlavní důvody změny spotřeby masa v České republice. Je obecně známo, že český zákazník velmi slyší na výhodnou cenu. Například výzkum Ministerstva zemědělství ČR zjistil jako hlavní trend ve vývoji spotřeby masa orientaci na cenu. Svoji úlohu však sehrál i původ masa. Spotřebitelé si totiž zjišťovali, z jakého chovu maso pochází a v jakých podmínkách zvíře žilo (Pavlů, 2013).

Nicméně, Kameník, poukazuje i na to, že český spotřebitel se neorientuje výhradně podle ceny (i když ta pro něj je velmi důležitá), ale i podle jiných hledisek, kterými jsou zejména zdravotní účinky daného druhu masa. Proto je podle autorů oblíbenější bílé (drůbeží) maso, než maso červené (vepřové a hovězí). Bílé maso je totiž podle odborníků zdravotně mnohem přívětivější, protože obsahuje menší množství tuku a lidský organismus dokáže lépe využít bílkoviny v tomto masu obsažené. Autor však nepopírá, že velkou výhodou drůbežího masa, zejména pak kuřecího, je jeho nízká cena, která je dána náklady v prvovýrobě (Kameník, 2014).

Graf 11 zobrazuje vývoj cen hovězího a vepřového masa od roku 2006 do roku 2017 (bohužel starší data a pro více druhů masa se nepodařilo získat). Z obrázku je patrné, že cena za kg v případě obou druhů masa od roku 2006 rostla.

**Graf 11: Vývoj ceny masa**

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Tabulka 2 zobrazuje výsledky korelační analýzy, která byla provedena za účelem zjištění vztahu mezi cenou a spotřebou. Jak je z tabulky patrné, dochází k situaci, kdy v případě, že roste cena vepřového, roste i mírně spotřeba vepřového ( $r=0,227$ ). V případě hovězího je situace opačná, jestliže roste cena, klesá jeho spotřeba ( $r= - 0,735$ ). Dá se tedy říci, že v případě hovězího je hlavním faktorem, který má vliv na trendy v jeho spotřebě, zejména cena. Zatímco v případě vepřového to jsou i jiné faktory. Zde se dá mluvit zejména o změně životního stylu.

K obdobnému závěru, tedy, že poptávka po hovězím masu velmi silně reaguje na jeho cenu, došli Štiková a kol. z Výzkumného ústavu zemědělské ekonomiky (Štiková a kol., 2006).

**Tabulka 2: Korelační analýza pro vztah cena spotřeba**

	<i>Vepřové cena</i>	<i>Hovězí cena</i>	<i>Spotřeba vepřové</i>	<i>Spotřeba hovězí</i>
Vepřové cena	1			
Hovězí cena	0,888	1		
Spotřeba vepřové	0,227	-0,035	1	
Spotřeba hovězí	-0,909	-0,735	-0,014	1

Zdroj: vlastní zpracování

Cena je obecně významným faktorem pro rozhodování většiny z nás. Právě u hovězího platí, že při zájmu o jiné druhy masa a utlumování spotřeby hovězího, jeho cena roste. To není nijak překvapivý fakt. Chov dobytka je obecně poměrně nákladná



záležitost. Pokud chce být zemědělec rentabilní, musí nějakým způsobem na změnu poptávky reagovat. To může tím, že se bude snažit prodat více masa, nebo maso zdraží.

Český svaz zpracovatelů masa například uvádí následující důvody poklesu zájmu o hovězí maso (Český svaz zpracovatelů masa, 2019):

1. Účinek choroby BSE je přeceňován.
2. Kvalita navrhovaného hovězího masa je poměrně nízká, ale především nespolehlivá. V tomto smyslu ztrácí hovězí maso konkurenci před vepřovým masem a drůbežím.
3. Hodnocení poměru kvality a ceny u hovězího masa je horší než u ostatních hlavních druhů masa.
4. Na trhu je hovězí maso ze starších kusů nahrazeno mladším masem. Tato zkušenost odstrašuje spotřebitele od dalšího zájmu o hovězí maso.
5. Ekonomické důvody (nedostatek chladicí kapacity, úbytek hmotnosti při skladování masa za studena) vedou k předčasnému odeslání masa a následně k jeho nedostatečnému zrání a neschopnosti dosáhnout očekávané kulinářské a smyslové kvality

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že hlavní problém, proč spotřebitel nekupuje hovězí maso, je zejména jeho špatná kvalita, která neodpovídá ceně. Alespoň tak to tedy vidí Český svaz zpracovatelů masa. Je možné, že za menší oblibou hovězího masa může opravdu být i například strach z nemoci BSE, ale také třeba poměrně náročná příprava, kdy asi většina z konzumentů již někdy dostala na talíř hovězí maso, které nebylo možné ani uříznout.

Navíc v České republice stále roste tlak na kvalitu a původ masa. Zvyšuje se tak množství masa, které bylo prodáno přímo od výrobce, tzv. ze dvora. Spotřebitelé také velmi důvěřují různým značkám kvality a označením regionálních výrobků. Tedy hledisko, odkud maso pochází, je stále významnější. Dá se navíc předpokládat, že tak, jak bude společnost bohatnout a bude se dále zlepšovat ekonomická a životní situace obyvatel, bude na kvalitu a záruku původu kladen stále větší důraz. Chovatelé, producenti a výrobci, kteří se tomuto trendu nepřizpůsobí, tak budou mít velké potíže. Ministerstvo zemědělství navíc plánuje spotřebitelům v tomto směru více a více ulehčovat. Na podporu různých značek

kvality a regionálních výrobků tak bude stále více soustředit svoji pozornost (Štiková a kol., 2006).

### 4.3 Změny ve spotřebě masa ve světě

Globálně je však situace jiná. Zatímco ve vyspělých ekonomikách spotřeba masa klesá, v rozvojových roste, a to zejména v Asii. Konzumace masa je zde považována znak zvyšující se životní úrovně. Nicméně, do budoucna bude tato vzrůstající spotřeba představovat výrazný environmentální problém (Henzlerová, 2018).

Od roku 1990 celosvětová spotřeba masa výrazně stoupla. Zatímco v roce 1990 spotřeboval průměrný obyvatel planety 33 kg masa, v roce 2017 to však již bylo téměř 50 kg. Ze spotřeby masa se tak stává velmi závažný problém. Dnes je nejrychleji rostoucím trhem s masem Čína. Lze si jen těžko představit, že se stále více bohatší Číňané vzdají dobrovolné své pochoutky, kterou pro ně maso představuje. Je tak potřeba hledat jiné cesty. Jednou z cest tak přitom může být například umělá výroba masa v laboratořích (Henzlerová, 2018).

**Graf 12: Celosvětová spotřeba masa dle druhu**



**Zdroj: vlastní zpracování dle Henzlerová, 2018**

Graf 12 zobrazuje celosvětovou spotřebu masa podle druhu v kilogramech za rok 2017. Jak je z grafu patrné, nejvíce průměrný člověk spotřebuje masa vepřového – rovných 16 kg na osobu a rok. Druhé nejvíce konzumované maso je drůbeží, kterého v průměru každý obyvatel na planetě spotřebuje 15 kg za rok. Hovězího masa je v průměru spotřebování pouze 9 kilogramů na osobu a rok.

Nicméně, jak již je uvedeno výše, spotřeba masa od roku 1990 rostla a pravděpodobně poroste ještě dál, kdy poptávku po mase potáhnou zejména rozvojové země. V současné době ovšem nevíce masa každoročně zkonsumují v USA. Průměrný občan Spojených států amerických snědl v roce 2017 neuvěřitelných 124 kg masa. Kdyby každý na naší planetě spotřeboval tak obrovské množství masa, bylo by potřeba k pěstování potravy pro dobytek asi 4x více zemědělské půdy, než je na celé planetě k dispozici (Henzlerová, 2018).

Spotřeba masa je tedy i velmi vážný environmentální problém, o zdravotních dopadech ani nemluvě. Již dnes zemědělství představuje největšího producenta skleníkových plynů. V případě zvýšení pěstování dobytka by tato zátěž ještě mnohonásobně narostla. K tomu je potřeba připočítat dopad intenzivního zemědělství na lesy a půdu.

Objevuje se tak celá řada nových trendů, jejichž cílem je snížit dopady svého chování i v případě výživy a zajištění potravy. Po celém světě se objevují hnutí a organizace, které se snaží zabránit plýtvání jídlem. Obecně totiž zejména ve vyspělých zemích dochází k velkému plýtvání a občané těchto zemí vyhodí každoročně velké množství jídla. Nejinak je tomu tak samozřejmě i v případě masa. Jen v České republice skončí v popelnici každoročně 10 tun masa, to představuje cca 1 kilogram na každého obyvatele České republiky (Henzlerová, 2018).

Proto se dnes objevuje řada iniciativ, které nejen vyzívají k šetrnému způsobu života, ale také například umožňují nespotebované jídlo odevzdat potřebným. Celosvětově také sílí hnutí vegetariánů a začíná se mluvit i o tzv. flexitariánech. To jsou lidé, kteří převážně jedí potraviny rostlinného původu, ale občas snědí i maso. Ostatně tento způsob stravování je velmi racionální a pokud jsou všechny potřebné živiny, vitamíny a látky potřebné pro organismus v optimálním zastoupení, pak dokonce můžeme hovořit o zdravé výživě. Důvody, proč se lidé k takovému jednání uchylují jsou různé. Může se jednat o zdravotní, důvody, etické důvody či environmentální důvody a samozřejmě kombinaci všech výše zmíněných.

Dá se tedy konstatovat, že ve spotřebě masa lze spatřit dva trendy, které jsou geograficky determinovány. Zatímco ve vyspělých zemích, zejména tzv. vyspělého Západu, spotřeba masa klesá, v rozvojových zemích spotřeba masa naopak roste. Brzy však tato spotřeba může být tak velká, že dopady produkce masa budou mít katastrofální důsledky.

#### 4.4 Předpovědi spotřeby masa

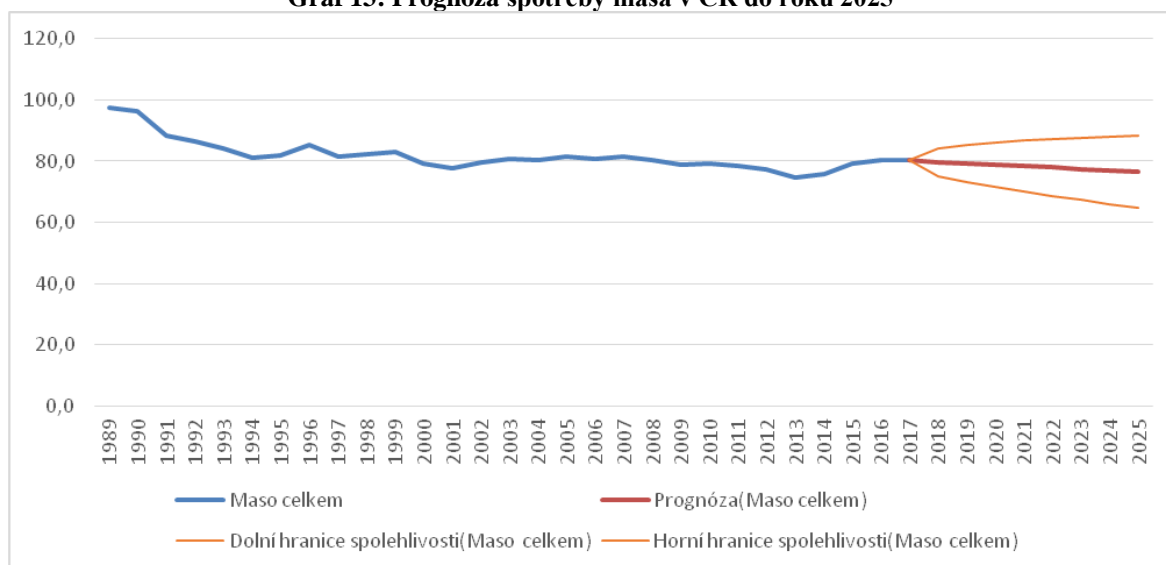
Výše byly popsány trendy ve spotřebě masa v České republice a světě a možné důvody, které za těmito trendy stojí. Lze se domnívat, že nastolené trendy, tak jak jsou popsány výše, budou s největší pravděpodobností významné i v budoucnu. Ptozo níže budou uvedeny prognózy spotřeby masa v České republice a zemích EU. Pro sestavení časových os byly vybrány modely podle nejlepšího výsledku průměrné absolutní procentuální chyby (M.A.P.E.).

Oranžové čáry v grafech ukazují intervalový odhad budoucího vývoje. Tento odhad je 95% spolehlivý, předpokládá se chyba 5%.

##### 4.4.1 Predikce vývoje spotřeby masa v ČR

Pro odhad spotřeby masa v České republice v budoucnu byla využita tvorba časových os v programu Microsoft Excel. Tyto časové osy jsou prognózy, které předpovídají budoucí hodnoty na základě existujících dat. Zdrojem dat je Český statistický úřad.

**Graf 13: Prognóza spotřeby masa v ČR do roku 2025**



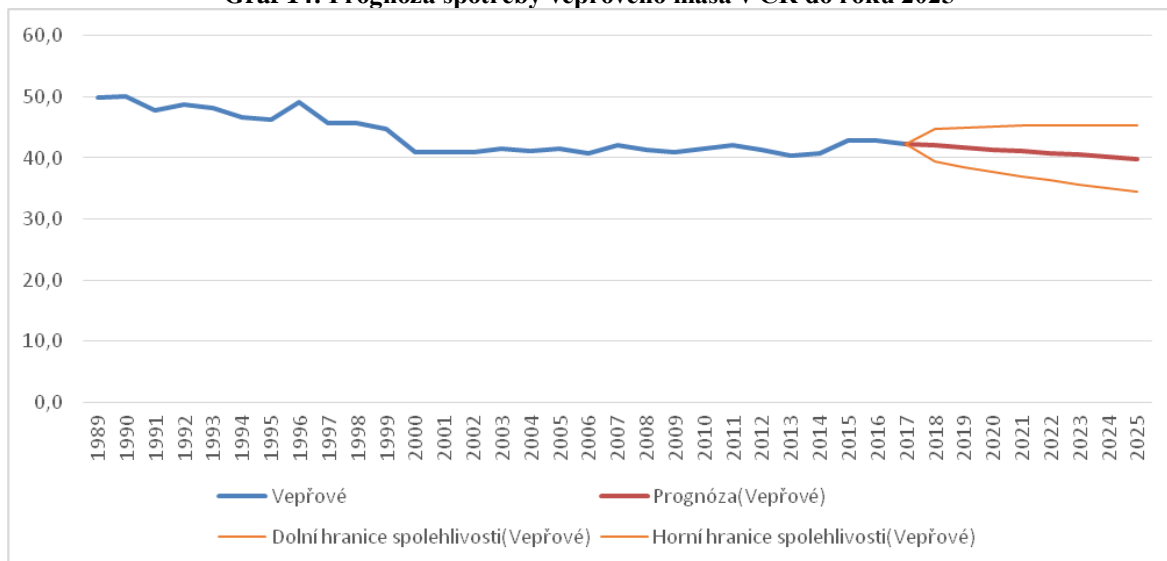
**Zdroj: vlastní zpracování**

Jako nejvhodnější model pro grafy 13 a 14 byl vybrán Holtův model exponenciálního vyrovnávání s M.A.P.E. 2,7% pro prognózu spotřeby masa celkem a 3,3% pro prognózu spotřeby vepřového masa.

Výše uvedená časová osa s výhledem do roku 2025 potvrzuje domněnku, že celková spotřeba masa bude i nadále klesat. V roce 2020 bude celková spotřeba masa 78,9

kg, v roce 2021 78,4 kg, v roce 2022 78,0 kg, v roce 2023 77,5 kg, v roce 2024 77,1 kg a v roce 2025 76,6 kg masa na osobu.

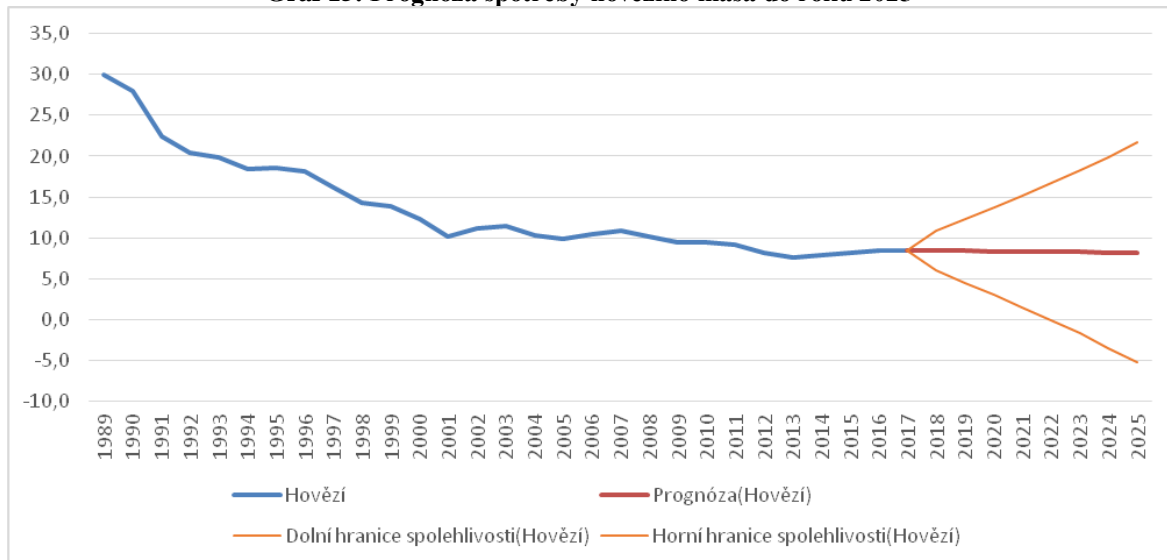
**Graf 14: Prognóza spotřeby vepřového masa v ČR do roku 2025**



Zdroj: vlastní zpracování

Předpokládanou spotřebu vepřového masa do roku 2025 zobrazuje graf 14. Jak je z grafu patrné, spotřeba vepřového masa bude i nadále klesat. V roce 2020 to bude 41.4 kg, v roce 2021 41,4 kg, v roce 2022 40,8 kg, v roce 2023 40,5 kg, v roce 2024 40,2 kg a v roce 2025 39,9 kg na osobu.

**Graf 15: Prognóza spotřeby hovězího masa do roku 2025**

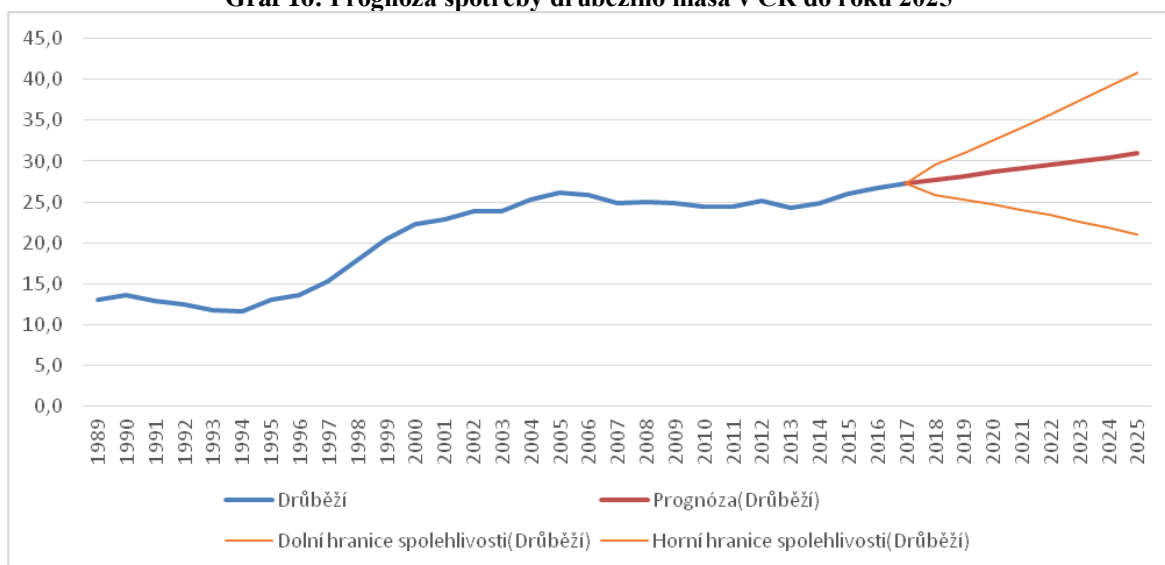


Zdroj: vlastní zpracování

Pro stanovení prognózy hovězího a drůbežího masa byl vybrán model exponenciálního vyrovnávání s tlumeným trendem s M.A.P.E. 1,93% pro prognózu spotřeby hovězího a 5,7% drůbežího masa.

V případě hovězího masa je pokles jeho spotřeby pravděpodobně již na maximální hodnotě. To potvrdila i provedená prognóza s výhledem do roku 2025. Z ní vyplývá, že pokles spotřeby hovězího masa již bude pouze minimální. V roce 2020 bude spotřeba hovězího masa 8,3 kg, v roce 2021 8,3 kg, v roce 2022 8,3 kg, v roce 2023 až 2025 pak bude každý rok spotřeba hovězího v ČR 8,2 kg na osobu.

**Graf 16: Prognóza spotřeby drůbežího masa v ČR do roku 2025**



**Zdroj: vlastní zpracování**

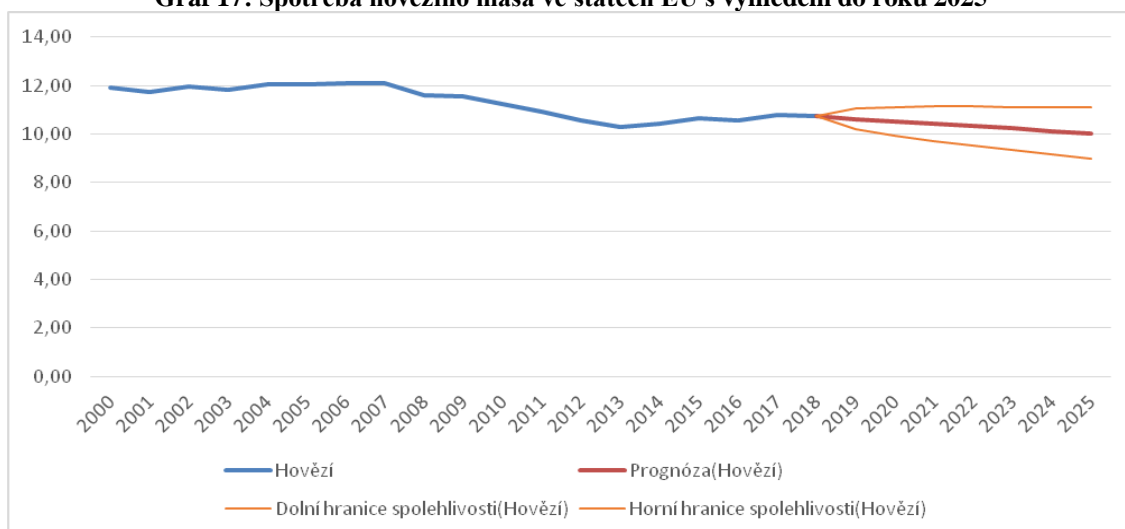
Spotřeba drůbežího masa podle prognózy bude i nadále růst. V roce 2020 bude 28,6 kg, v roce 2021 29,1, v roce 2022 29,6 kg, v roce 2023 30,0 kg, v roce 2024 30,5 kg a v roce 2025 30,9 kg na osobu.

#### 4.4.2 Predikce vývoje spotřeby masa v EU

Pro srovnání budou uvedena data spotřeby masa v EU. V této podkapitole byly pro predikci spotřeby masa v zemích Evropské unie použity stejné metody práce s informacemi jako v předchozí podkapitole. V tomto případě ale byl pro první (graf 17) a poslední (graf 19) předpověď vybrán jako nejvhodnější Holtův model s M.A.P.E. 4,2% a 2,8%. Pro prognózu vepřového masa (graf 18) byl vybrán model exponenciálního vyrovnávání s tlumeným trendem s M.A.P.E. 4,1%.

Zde však bohužel nejsou k dispozici data o celkové spotřebě masa, ale jen o spotřebě hovězího, vepřového a drůbežího masa od roku 2000 (OECD, 2020).

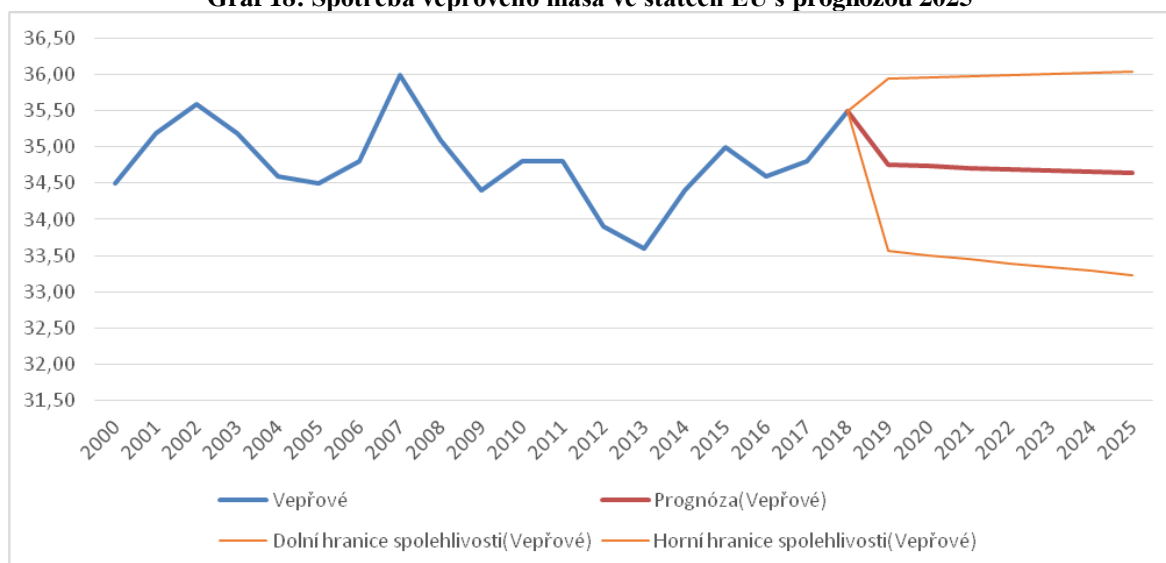
**Graf 17: Spotřeba hovězího masa ve státech EU s výhledem do roku 2025**



**Zdroj: Vlastní zpracování**

Jak zobrazuje graf 17, spotřeba hovězího masa ve státech EU do roku 2013 klesla, po té mírně vzrostla a prognóza předpokládá, že do roku 2025 dojde ke snížení spotřeby hovězího masa ve státech EU na 10,3 kg na osobu.

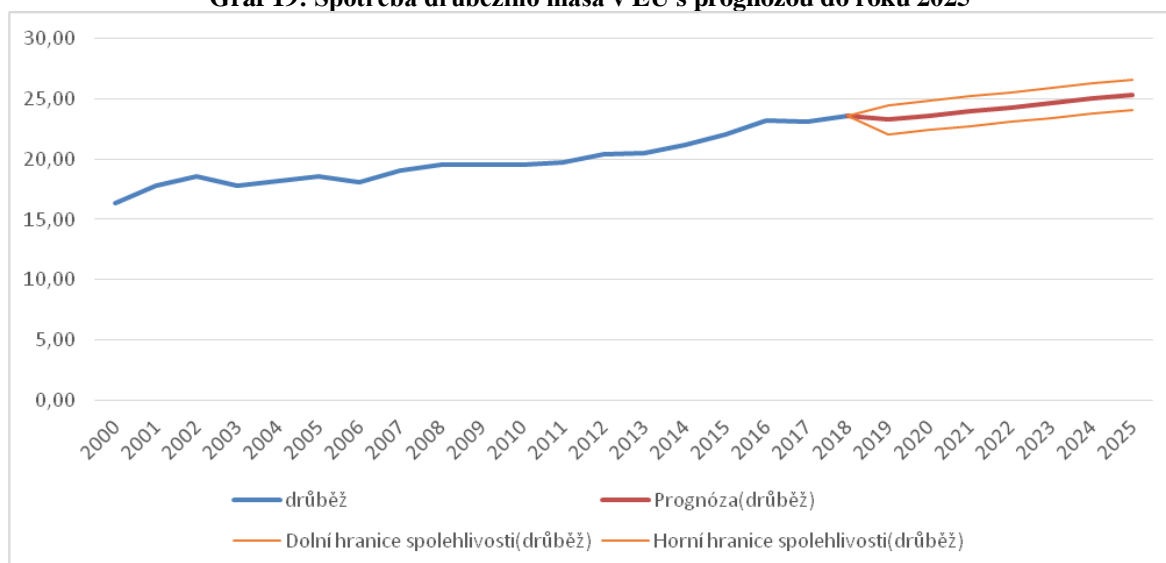
**Graf 18: Spotřeba vepřového masa ve státech EU s prognózou 2025**



**Zdroj: vlastní zpracování**

Jak zobrazuje graf 18, spotřeba vepřového masa má ve státech EU velmi nepravidelný průběh a nejspíše reaguje na změny ceny vepřového masa. Prognóza však předpokládá, že v roce 2020 až 2025 bude spotřeba vepřového masa ve státech EU stále klesat až na hodnotu 34,64 kg na osobu.

**Graf 19: Spotřeba drůbežího masa v EU s prognózou do roku 2025**



**Zdroj: vlastní zpracování**

Graf 19 zobrazuje vývoj spotřeby drůbežího masa ve státech EU. Jak je z obrázku patrné, spotřeba drůbežího masa neustále roste. Příčiny jsou pravděpodobně stejné, jako v případě České republiky. Prognóza předpovídá, že i v případě států EU bude spotřeba drůbežího masa i nadále růst. V roce 2025 prognóza předpokládá spotřebu drůbežího masa ve státech EU 25,37 kg na osobu.

#### **4.5 Porovnání s aktuálními trendy ve zdravé výživě**

Výše byl zhodnocen vývoj spotřeby masa v České republice i Evropské unii. Jak z výše uvedeného vyplývá, obecně dochází ke snížení spotřeby masa. Zejména pak hovězího a vepřového. Provedené predikce vývoje této spotřeby navíc říkají, že spotřeba vepřového a hovězího masa bude do roku 2025 dále klesat, a to jak v České republice, tak v celé Evropské unii.

Na této situaci má podíl jak cena masa, tak i přístup obyvatel ke zdravé výživě. Například na trhu v České republice se začínají výrazně prosazovat biopotraviny. Podle průzkumu provedeného Retailinfo až 4 % spotřebitelů pravidelně nakupuje potraviny v bio kvalitě. Průzkum také ukázal, že zájem o koupi bio potravin by byl větší, ale omezujícím faktorem je cena. Respondenti nejčastěji uváděli, že důvod pro koupi biopotravin je zejména ten, že tyto potraviny jsou zdravější a biozemědělství se lépe chová k životnímu prostředí a chovaným zvířatům. Lidé také oceňují, že tyto potraviny jsou čerstvé a místní produkce (Retailinfo, 2020a).



Spotřebitelé také v současné době více dbají na kvalitu potravin a jsou ochotni si kvalitu dokonce připlatit. To například uvedlo v průzkumu 48 % dotázaných. Většina dotázaných však nezjišťuje skutečné složení výrobku a orientují se jen podle svého vlastního uvážení, reklamy či hodnocení známých a přátel. To je rozdíl oproti jiným státům Evropské unie, kde spotřebitelé více čtou skutečné složení výrobků. Společně pak mají domácí spotřebitelé se spotřebiteli ostatních států Evropské unie to, že upřednostňují výrobky domácí produkce a pokud tyto nejsou k dispozici, pak výrobky vyrobené v EU. Domácí výrobky, stejně jako výrobky pocházející z ostatních států Evropské unie považují spotřebitelé napříč EU za kvalitnější a zdravější (Retailinfo, 2020b).

Přístup ke zdravé stravě se prosazuje například i v případě pečiva. Dochází ke zvyšování podílu celozrnného pečiva v jídelníčku spotřebitelů na úkor pečiva bílého. Respondenti uvádí, že celozrnné pečivo tvoří 10 % z celkového množství sněženého pečiva. Limitujícím faktorem je v tomto případě podle dotázaných opět cena (Retailinfo, 2020c; Retailinfo, 2020d).

Velmi roste obliba příloh jako jsou rýže, těstoviny, luštěniny, kuskus. Brambory, těstoviny a rýže jsou také v České republice neoblíbenější přílohy. Například knedlíky jsou na ústupu. Dotázaní uvedli, že si raději místo knedlíku dají rýži či dokonce kuskus. Celkem 45 % oslovených uvedlo, že si dá raději alternativní přílohu, než knedlíky. A to zejména kvůli zdravotním účinkům a také únavě. Stále více je oblíbenější i pohanka, cizrna či červená čočka. Lidé si také uvědomují, že konzumace masa nepropívá jejich zdraví, a tak stále více zařazují na jídelníček náhražky masa či jeho alternativu (Retailinfo, 2020e).

Odpovědět zcela jednoznačně na otázku, zdali je spotřeba masa více ovlivněna cenou, nebo větším zájmem o zdravou výživou, není jednoduché. Pravděpodobně se na nových trendech ve spotřebě masa podílejí oba faktory. Zcela jistě nejde pominout trend zdravé výživy, který je v posledních letech velmi silný a stále více lidí se začíná stravovat zdravěji, ale i celkově žít zdravěji. Nicméně, pro určitou skupinu lidí bude jistě cena nejdůležitějším faktorem. Dá se však předpokládat, že s rostoucí životní úrovní obyvatelstva bude také růst zájem o zdravý životní styl a tedy i zdravou stravu.

## 5 Závěr

Bakalářská práce na téma Nové trendy ve spotřebě potravin byla zaměřena na analýzu vývoje a změn ve spotřebě masa v České republice. Cílem dané bakalářské práce bylo provést analýzu vývoje na trhu s potravinami, konkrétně s masem a jeho spotřebou v České republice od roku 1989 do současnosti a určit současné trendy ve spotřebě masa. Porovnat vývoj těchto trendů v ČR a EU a identifikovat případné rozdíly. A posoudit, zda dochází ke změnám v souvislosti s propagovanými trendy zdravé výživy.

Během zkoumání dané problematiky byla provedena analýza odborných zdrojů a následná syntéza těchto informací. Práce obsahuje data od roku 1989 do roku 2017. V první části práce jsou představeny základní teoretické znalosti potřebné k pochopení problematiky protřeby potravin.

Během analýzy bylo zjištěno, že maso je důležitou součástí jídelníčku většiny. Jeho konzumace má však i celou řadu negativních dopadů. Jedná se o zdravotní dopady pro konzumenty masa, ale také o dopady na životní prostředí.

V posledních letech tak stále sílí trendy, kdy se omezuje spotřeba masa. Mnoho lidí se k omezení spotřeby masa uchyluje kvůli svému zdravotnímu stavu, jiní to dělají z přesvědčení, zejména z etických důvodů, kdy se do popředí dostává ochrana životního prostředí, zejména pak ochrana zvířat.

Stále méně je konzumováno maso. Nejvíce dochází ke snížení konzumace masa vepřového i hovězího, a to jak v případě České republiky, tak ostatních států Evropské unie. Na druhou stranu však roste spotřeba drůbežího masa, které je považováno za zdravé. Ke snížení spotřeby masa dochází nejen v důsledku ceny, ale také pod vlivem současných trendů, které výrazně prosazují zdraví životní styl, jehož součástí je i zdravá výživa.

Ve vyspělém světě tak v poslední době zaznamenáváme řadu aktivit a hnutí, které vyzdvihují výhody zdravého životního stylu a zdravé výživy, kam samozřejmě patří i uvážlivá konzumace masa. Stále více spotřebitelů také upřednostňuje kvalitu masa, například nákupem masa od malých producentů, nákupem masa v biokvalitě, a to i za vyšší cenu.

Z analýzy vyplynulo, že celková spotřeba masa se snížila téměř o 20 kg na osobu a rok. Změnila se však i skladba konzumovaného masa. Méně je konzumováno maso hovězí a vepřové, zatímco drůbežího masa se konzumuje více.

Z analýzy také vyplývá, že v případě vepřového masa není cena rozhodujícím faktorem, který nutí spotřebitele k změně návyků. U hovězího masa je to naopak.

V případě vepřového masa, jehož je každoročně zkonsumováno mnohonásobně více, jsou tak důvody pro změnu jiné. Lze za tím sledovat zejména stále rostoucí zájem o zdravý životní styl, kam patří i zdravé a vyvážené stravování.

Dá se také konstatovat, že ve spotřebě masa lze spatřit dva trendy, které jsou geograficky determinovány. Zatímco ve vyspělých zemích, zejména tzv. vyspělého Západu, spotřeba masa klesá, v rozvojových zemích spotřeba masa naopak roste.

Česká republika tak vývojem spotřeby masa patří mezi vyspělé Západní státy, kde spotřeba masa klesá z různých důvodů, kdy nejčastěji se jedná ochranu zvířat, zdravotní důvody či ochranu planety.

Co se týče aktuálních trendů ve zdravé výživě, odpovědět zcela jednoznačně na otázku, zdali je spotřeba masa ovlivněna jenom zájmem o zdravou výživou, není jednoduché. Pravděpodobně se na nových trendech ve spotřebě masa podílejí jak cena tak i zájem o zdravou výživu. Nicméně, pro určitou skupinu lidí bude jistě cena nejdůležitějším faktorem. Dá se však předpokládat, že s rostoucí životní úrovní obyvatelstva bude také růst zájem o zdravý životní styl a tedy i zdravou stravu.

## 6 Seznam použitých zdrojů

### 6.1 Tištěné zdroje:

BATRA, Satish, KAZMI, S. H. H. *Consumer behaviour: text and cases*. 2nd ed. New Dehli: Excel Books India, 2008. ISBN 978-8174466440.

CLARK, Nancy. *Sportovní výživa: pro pěknou postavu, dobrou kondici, výkonostní trénink*. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-247-9047-5.

DOSTÁLOVÁ, Jana a Pavel KADLEC. *Potravinářské zbožíznalství: technologie potravin*. Ostrava: Key Publishing, 2014. ISBN 978-80-7418-208-2.

FOŘT, Petr. *Tak co mám jíst?* Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1459-2.

HOYER, Wayne D., MACLNNIS, Deborah J., PIETERS, Rik. *Consumer behavior*. 6th ed. Mason: Cengage Learning, 2013. ISBN 978-1133435211.

KAMENÍK, Josef. *Maso jako potravina: produkce, složení a vlastnosti masa*. Brno: Veterinární a farmaceutická univerzita, 2014. ISBN 978-80-7305-673-5.

KARDES, Frank R., CRONLEY, Maria L., CLINE, Thomas W. *Consumer behavior*. 2nd ed. Stamford: Cengage Learning, 2015. ISBN 11-335-8767-4.

KOTLER, Philip and Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. 14th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2012. ISBN 01-321-0292-7.

KUBEŠOVÁ, Hana a kol. *Výživa jako nástroj pro podporu zdraví a udržení kondice ve vyšším věku: zdravá výživa v otázkách a odpovědích*. Podolí u Brna: Protis, 2008. ISBN 978-80-903674-6-3.

KUNOVÁ, Václava. *Zdravá výživa*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0736-5.

LAMB, Charles. *Marketing*. 5th ed. Toronto: Nelson Education, 2012. ISBN 9780176504076.

MINDELL, Earl. *Vitaminová bible pro 21. století: vše o vitamínech, které budete v tomto století potřebovat*. Praha: Knižní klub, 2000. ISBN 80-242-0406-1.

NOEL, Hayden. *Consumer behaviour*. 1st ed. Lausanne: AVA Academia, 2009. ISBN 9782940373840.

PÁNEK, Jan. *Základy výživy*. Praha: Svoboda Servis, 2002. ISBN 80-863-2023-5.

- PETRÁSEK, Richard. *Co dělat, abychom žili zdravě*. Praha: Vyšehrad, 2004. ISBN 80-702-1711-1.
- SCHIFFMAN, Leon, KANUK, Lazar, WISENBLIT, Joseph. *Consumer behavior: global edition*. 1st ed. Boston: Pearson Prentice Hall, 2010. ISBN 978-0-13-700670-0.
- SOLOMON, Michael R. *Consumer behavior: buying, having, and being*. 11th ed. Boston: Pearson, 2015. ISBN 01-334-5089-9.
- STEINFELD, Henning. *Livestock's Long Shadow. Environmental Issues and Options*. 1st ed. Roma: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2006. ISBN 978-92-5-105571-7.
- STŘÍTESKÝ, Václav. *Diference ve spotřebním chování mužů a žen: význam kritéria pohlaví v segmentaci spotřebních trhů*. 1. Vyd. Zlín: Radim Bačuvčík – VeRBUM, 2015. ISBN 978-80-87500-65-1.
- SVATOŠOVÁ, Libuše, KÁBA, Bohumil. *Statistické metody I*. 1.vyd. Praha: Reprografické studio PEF ČZU, 2009. ISBN 978-80-213-1672-0.
- SVATOŠOVÁ, Libuše, KÁBA, Bohumil. *Statistické metody II*. 1.vyd. Praha: Reprografické studio PEF ČZU, 2009. ISBN 978-80-213-1736-9.
- SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing – cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2005. ISBN 80-868-9848-2.
- ŠTIKOVÁ, Olga, SEKAVOVÁ, Helena, MRHÁLKOVÁ, Ilona. *Vliv změny cen na spotřebu potravin*. Praha: Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, 2006. ISBN 80-86671-31-3.
- ŠTIKOVÁ, Olga, SEKAVOVÁ, Helena, MRHÁLKOVÁ, Ilona. *Vývoj spotřeby potravin a analýza základních faktorů, které ji ovlivňují*. Praha: Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, 2004. ISBN 80-86671-13-5.
- VYSEKALOVÁ, Jitka. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-802-4735-283.
- WRIGHT, Ray. *Consumer behaviour*. London: Thompson Learning, 2006. ISBN 9781844801381.

## 6.2 Legislativní dokumenty

Česko. Zákon č. 634/1992 Sb o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.

## 6.3 Elektronické zdroje:

COFNAS, Nathan. *Is vegetarianism healthy for children?* Critical Reviews in Food Science and Nutrition [online]. 06.02.2018 [cit. 2019-12-10]. ISSN 1040-8398. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10408398.2018.1437024>

ČESKÝ SVAZ ZPRACOVATELŮ MASA. *Jakou perspektivu má hovězí maso v naší výživě?* [online]. 2019 [cit. 2020-01-14]. Dostupné z: <http://www.cszm.cz/clanek.asp?typ=1&id=896>

ČSÚ. *Spotřeba potravin - 1948 - 2017* [online]. 2020 [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xj/spotreba-potravin-1948-az-2017-v-grafech>

ČSÚ. *Spotřeba potravin – 2017* [online]. 04.12.2018 [cit. 2020-02-23]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2017>

ČSÚ. *Výskyt nadváhy a obezity.* [online]. 2018 [cit. 2019-12-10]. Dostupné z: [http://www.szu.cz/uploads/documents/chzp/info\\_listy/Vyskyt\\_nadvahy\\_a\\_obezity\\_2018.pdf](http://www.szu.cz/uploads/documents/chzp/info_listy/Vyskyt_nadvahy_a_obezity_2018.pdf)

ESCALAS, Jennifer, BETTMAN, James. *Self-construal, reference groups, and brand meaning.* Journal of consumer research. [online]. 2005 (PDF) [cit. 2019-12-10]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/23547268\\_Self-Construal\\_Reference\\_Groups\\_and\\_Brand\\_Meaning](https://www.researchgate.net/publication/23547268_Self-Construal_Reference_Groups_and_Brand_Meaning)

EUROSTAT. *Population unable to afford a meal with meat, fish, chicken or a vegetarian equivalent every second day, 2013-14 (early data) - % of population NEW.* [online].06.04.2016 (PNG) [cit. 2019-12-10]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Population\\_unable\\_to\\_afford\\_a\\_meal\\_with\\_meat\\_fish\\_chicken\\_or\\_a\\_vegetarian\\_equivalent\\_every\\_second\\_day\\_2013-14\\_early\\_data\\_-\\_%25\\_of\\_population\\_NEW.png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Population_unable_to_afford_a_meal_with_meat_fish_chicken_or_a_vegetarian_equivalent_every_second_day_2013-14_early_data_-_%25_of_population_NEW.png)

HANZLOVÁ, Jitka a Alžběta HANZLOVÁ. *Používání potravinových doplňků v různých věkových skupinách.* [online]. 2006 (PDF) ) [cit. 2019-12-10]. Dostupné z: [http://www.ped.muni.cz/z21/2006/konference\\_2006/sbornik\\_2006/pdf/083.pdf](http://www.ped.muni.cz/z21/2006/konference_2006/sbornik_2006/pdf/083.pdf)

HENZLEROVÁ, Eva. *Světová populace konzumuje stále více masa*. [online]. 02.02.2018 [cit. 2020-01-14]. Dostupné z: <https://www.statistikaamy.cz/2018/02/svetova-populace-konzumuje-stale-vice-masa/>

JANÍKOVÁ, Simona a Jan KAČER. *Sóju? Ne, raději maso. Téměř 90 procent Čechů má maso na talíři alespoň jednou týdně*. [online]. 17.04.2019 [cit. 2019-12-10]. Dostupné z: <https://infografiky.ihned.cz/pruzkum-jidla/r~8fe078f6610b11e9b9980cc47ab5f122/>

LANCET. *Trends in adult body-mass index in 200 countries from 1975 to 2014: a pooled analysis of 1698 population-based measurement studies with 19.2 million participants*. The Lancet [online]. 2016 [cit. 2019-12-10]. ISSN 01406736. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S014067361630054X>

OECD. *Meat consumption*. [online]. 2020 [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>

PAVLŮ, Michal. *Faktory ovlivňující spotřebu vepřového*. [online]. 22.03.2013 [cit. 2020-01-10]. Dostupné z: <https://www.zemedelec.cz/faktory-ovlivnujici-spotrebu-veproveho/>

RETAILINFO. *Češi nadále preferují bílé pečivo*. *Retailinfo 2020c*. [online]. [cit. 2020-11-02] Dostupné z:

<http://www.retailinfo.cz/magazin/%C4%8DI%C3%A1nky/%C4%8De%C5%A1inad%C3%A1le-preferuj%C3%AD-b%C3%AD%C3%A9-pe%C4%8Divo>

RETAILINFO. *Chceme kvalitu, ale o složení potravin se moc nenajímeme*. *Retailinfo 2020b* [online]. [cit.2020-11-02] Dostupné z:

<http://www.retailinfo.cz/magazin/%C4%8DI%C3%A1nky/chceme-kvalitu-ale-oslo%C5%BEen%C3%AD-potravin-se-moc-nezaj%C3%ADm%C3%A1me>

RETAILINFO. *Poptávku po bio kvalitě limitují ceny*. *Reitailinfo 2020a* [online]. [cit. 2020-11-02] Dostupné z:

<http://www.retailinfo.cz/magazin/%C4%8DI%C3%A1nky/popt%C3%A1vku-po-biokvalit%C4%9B-limituj%C3%AD-ceny>

RETAILINFO. *Přílohy na českém talíři se otevírají světu*. *Retailinfo 2020e* [online]. [cit. 2020-11-02] Dostupné z:

<http://www.retailinfo.cz/magazin/%C4%8DI%C3%A1nky/p%C5%99%C3%ADlohyna-%C4%8Desk%C3%A9m-tal%C3%AD%C5%99i-se-otev%C3%ADraj%C3%ADsv%C4%9Btu>

RETAILINFO. *Voda proti vodě – a pivu. Retailinfo 2020d* [online]. [cit. 2020-11-02]

Dostupné z: <http://www.retailinfo.cz/magazin/%C4%8D%C3%A1nky/voda-proti-vod%C4%9B-%E2%80%93-pivu>