

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozní ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Bakalářská práce

Poptávka spotřebitelů po zdravém životním stylu

Anna Sushkova

© 2018 ZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Anna Sushkova

Podnikání a administrativa

Název práce

Poptávka spotřebitelů po zdravém životním stylu

Název anglicky

Consumer demand for healthy lifestyle

Cíle práce

Cílem této práce je provést analýzu poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku a srovnat tyto dva státy mezi sebou na základě dotazníkového šetření. Analýza poptávky po zdravém životním stylu v sobě zahrnuje i další (vedlejší) cíle této práce, což jsou: jasné definování, co je to zdravý životní styl a co je jeho součástí, identifikace souhrného obrazu poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku, nalezení faktoru, který vede spotřebitele k volbě zdravého životního stylu, nalezení charakteristik ovlivňujících poptávku spotřebitele po zdravém životním stylu, analýza výdajů spotřebitelů na zdravý životní styl, analýza dnešní nabídky v různých odvětvích zdravého životního stylu a zkoumání úrovně spokojenosti spotřebitelů nabídkou po zdravém životním stylu.

Metodika

Teoretická část práce je sestavována pomocí deskriptivní metodiky, popisuje základní a potřebné (pro analýzu této problematiky) znalosti a pojmy, které souvisí s obsahem práce. Další metodika použitá v teoretické části je klasifikace. Praktická část je věnována analýze a komparaci dat, získaných dotazníkovým šetřením. Kritéria pro analýzu a komparaci dat odpovídají vedlejším cílům práce: spokojenost spotřebitelů s nabídkou po zdravém životním stylu; faktory, které vedou spotřebitele k volbě zdravého životního stylu; podíl zájemců o zdravý životní styl, výdaje spotřebitelů na zdravý životní styl.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Klíčová slova

poptávka, poptávka po zdravém životním stylu, výdaje spotřebitelů, zdraví, zdravý životní styl

Doporučené zdroje informací

KANUK, L L. – SCHIFFMAN, L G. *Nákupní chování*. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-251-0094-4.

KŘIVOHLAVÝ, J. *Psychologie zdraví*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-568-4.

OTT, R. *Vytváření poptávky*. PRAHA: GRADA, 1995. ISBN 80-7169-205-0.

URBAN, L. – DUBSKÝ, J. – DUFFKOVÁ, J. *Sociologie životního stylu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-123-6.

VARIAN, H R. – GREGA, L. *Mikroekonomie : moderní přístup*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85865-25-4.

VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele : jak zákazníci nakupují*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0393-9.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Kamila Veselá, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 11. 1. 2018

doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 12. 1. 2018

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 07. 03. 2018

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Poptávka spotřebitelů po zdravém životním stylu“ 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 neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. března 2018

Pod kování

Ráda bych touto cestou pod kovala paní Ing. Kamile Veselé, Ph.D. za její cenné rady, odborné vedení při tvorbě práce a čas, který mi v novala při konzultacích.

Poptávka spotřebitelů po zdravém životním stylu

Souhrn

Předkládaná bakalářská práce se zabývá analýzou poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku, ve vybraných městech – Praha a Voroněž. Hlavními cíli práce jsou analýza poptávky a srovnání výsledků dotazníkového šetření metodou komparace na základě kritérií, která vyplývají s dílčími cíli této práce. Tyto cíle konkrétně jsou: a) jasné definování, co je to zdravý životní styl a co je jeho součástí, b) identifikace souhrnného obrazu poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku, c) nalezení faktorů, které vedou spotřebitele k volbě zdravého životního stylu, d) nalezení charakteristik ovlivňujících poptávku spotřebitele po zdravém životním stylu, e) analýza výtvarného spotřebitelů na zdravý životní styl a f) zkoumání úrovně spokojenosti spotřebitelů s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu.

Klíčová slova: poptávka, poptávka po zdravém životním stylu, výtvarný spotřebitel, zdraví, zdravý životní styl

Consumer demand for healthy lifestyle

Summary

This bachelor thesis deals with the analysis of demand for healthy lifestyle in the Czech Republic and Russia, in selected cities - Prague and Voronezh. The main goals of the thesis are to analyze the demand and to compare the results of the questionnaire survey with the comparison method based on the criteria which are based on the secondary goals of this work. These goals are, in particular, the following: a) to find a definition of a healthy lifestyle and what is the part of it, b) to identify the general picture of the demand for a healthy lifestyle in the Czech Republic and Russia, c) to find factors that are leading consumers to choose a healthy lifestyle, d) to find determinants which have an influence on consumer's demand for a healthy lifestyle, e) to analyze consumer's outcome on healthy lifestyles, and f) to explore the level of consumer's satisfaction with supply of possibilities for implementation of a healthy lifestyle.

Keywords: consumer spending, demand, demand for health, health, healthy lifestyle

Obsah

1 Úvod	12
2 Cíl práce a metodický postup	14
2.1 Cíl práce	14
2.2 Metodický postup.....	14
3 Teoretická východiska.....	15
3.1 Zdraví a zdravý životní styl.....	15
3.1.1 Definice zdraví.....	15
3.1.2 Zdravý životní styl	15
3.2 Poptávka.....	16
3.2.1 Definice poptávky.....	16
3.2.2 Zákon klesající poptávky	17
3.2.3 Druhy statk	18
3.2.4 Substituty a komplementy	19
3.3 Chování a preference spot ebitele.....	21
3.3.1 „Axiomy“ teorie spot ebitel	21
3.3.2 Teorie užitku	22
3.3.3 Kardinalistická a ordinalistická teorie	23
3.3.4 Indiferen ní k ivka.....	24
3.3.5 Spot ebitelské preference pro zdravý životní styl.....	25
3.4 Vybrané determinanty ovliv ující poptávku po zdravém životním stylu	26
3.4.1 Cena (P_a).....	27
3.4.2 P íjem spot ebitele – množství pen z pro sportování a stravu (Y).....	28
3.4.3 Cena ostatních služeb a statk (P_b).....	29
3.4.4 Volný as (T)	30
3.4.5 Vzhled spot ebitele (B).....	30
4 Vlastní práce.....	32
4.1 Dotazník	32
4.1.1 Pr b h dotazování.....	32
4.1.2 Respondenti	33
4.2 Dotazníkové šet ení ve Voron ži.....	34
4.2.1 Cíl a) jasné definování, co je to zdravý životní styl a co je jeho sou ástí	34
4.2.2 Cíl b) identifikace souhrnného obrazu poptávky po zdravém životním stylu	35
4.2.3 Cíl c) nalezení faktor , které vedou spot ebitele k volb zdravého životního	37
4.2.4 Cíl d) nalezení charakteristik (determinant) ovliv ujících poptávku po	38

4.2.5	Cíl e) analýza výdaj spot ebitel na zdravý životní styl.....	41
4.2.6	Cíl f) zkoumání úrovn spokojenosti spot ebitel s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu	42
4.3	Dotazníkové šet ení v Praze.....	44
4.3.1	Cíl a) jasné definování, co je to zdravý životní styl a co je jeho sou ástí	44
4.3.2	Cíl c) nalezení faktorů, které vedou spot ebitel k volb zdravého životního stylu	47
4.3.3	Cíl d) nalezení charakteristik (determinant) ovliv ujících poptávku po zdravém životním stylu	48
4.3.4	Cíl e) analýza výdaj spot ebitel na zdravý životní styl.....	51
4.3.5	Cíl f) zkoumání úrovn spokojenosti spot ebitel s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu	52
4.4	Analýza šet ení.....	55
5	Záv r.....	61
6	Seznam použitých zdroj	63
6.1	Seznam literatury	63
6.2	Seznam internetových zdroj	63
7	P ílohy.....	64

Seznam obrázk

Obrázek 1 – mapka Voron že	33
Obrázek 2 – mapka Prahy	33

Seznam graf

Graf 1 Funkce poptávky.....	17
Graf 2 Zákon klesající poptávky	17
Graf 3 Dokonalé substituty	20
Graf 4 Dokonalé komplementy	20
Graf 5 Celkový užitek.....	22
Graf 6 Mezní užitek.....	23
Graf 7 Indiferenční křivka	24
Graf 8 Indiferenční mapa	24
Graf 9 Posun poptávky	29
Graf 10 Názoru na „zdravý životní styl“ (Voron ž).....	34
Graf 11 Nepostradatelné u správné výživy (Voron ž).....	35
Graf 12 V nování sportu (Voron ž).....	35
Graf 13 Názor zda je strava zdravá (Voron ž).....	37
Graf 14 Vliv volného času na sport (Voron ž)	38
Graf 15 Vliv finanční situace na sport (Voron ž).....	39
Graf 16 Vliv volného času na stravu (Voron ž)	40
Graf 17 Vliv finanční situace na stravu (Voron ž).....	40
Graf 18 %příjmu na sport měsíčně (aktuální)(Voron ž)	41
Graf 19%příjmu na sport měsíčně (žádáný) (Voron ž).....	41
Graf 20 %příjmu na správnou výživu měsíčně (aktuální) (Voron ž)	42
Graf 21 %příjmu na správnou výživu měsíčně (žádáný) (Voron ž).....	42
Graf 22 Úroveň spokojenosti s přítomností fitness center atd. (Voron ž)	43
Graf 23 Úroveň spokojenosti s cenami vstupného do sportovního klubu (Voron ž)	43
Graf 24 Úroveň spokojenosti s přítomností zdravých potravin (Voron ž)	44
Graf 25 Úroveň spokojenosti s cenami za produkty správné výživy (Voron ž).....	44
Graf 26 Názoru na „zdravý životní styl“ (Praha)	45
Graf 27 Nepostradatelné u správné výživy (Praha)	45
Graf 28 V nování sportu (Praha).....	46
Graf 29 Názor zda je strava zdravá (Praha)	47
Graf 30 Vliv volného času na sport (Praha).....	48
Graf 31 Vliv finanční situace na sport (Praha)	49
Graf 32 Vliv volného času na stravu (Praha).....	50
Graf 33 Vliv finanční situace na stravu (Praha)	50
Graf 34 %příjmu na sport měsíčně (aktuální)(Praha)	51
Graf 35 %příjmu na sport měsíčně (žádáný) (Praha)	51
Graf 36 %příjmu na správnou výživu měsíčně (aktuální) (Praha).....	52
Graf 37%příjmu na správnou výživu měsíčně (žádáný) (Praha)	52
Graf 38 Úroveň spokojenosti s přítomností fitness center atd (Praha).....	53

Graf 39 Úroveň spokojenosti s cenami vstup /p edplatného do sportovního klubu (Praha)	53
Graf 40 Úroveň spokojenosti s po tem a dostupnost zdravých potravin (Praha)	54
Graf 41 Úroveň spokojenosti s cenami za produkty správné výživy (Praha)	54
Graf 42 V nování sportu (v ková skupina do26) (Voron ž)	68
Graf 43 V nování sportu (v ková skupina od 26 do 55 (60)) (Voron ž)	68
Graf 44 V nování sportu (v ková skupina od 55 (60)) (Voron ž)	68
Graf 45 Názor zda je strava zdravá(v ková skupina do26) (Voron ž)	68
Graf 46 Názor zda je strava zdravá (v ková skupina od 26 do 55(60)) (Voron ž)	69
Graf 47 Názor zda je strava zdravá(v ková skupina od 55 (60)) (Voron ž)	69
Graf 48 V nování sportu (v ková skupina do26) (Praha)	69
Graf 49 V nování sportu (v ková skupina od 26 do 65)) (Praha)	69
Graf 50 V nování sportu (v ková skupina od 65)) (Praha)	70
Graf 51 Názor zda je strava zdravá(v ková skupina do26) (Praha)	70
Graf 52 Názor zda je strava zdravá(v ková skupina od 26 do 65) (Praha)	70
Graf 53 Názor zda je strava zdravá(v ková skupina od 65) (Praha)	70
Graf 54 Místo v nování sportu (Voron ž)	71
Graf 55 Sportovní innost (Voren ž)	71
Graf 56 as na sport (Voron ž)	71
Graf 57 Kolikrát denn jíte? (Voron ž)	71
Graf 58 Motivace k sportování (Voron ž)	72
Graf 59 Motivace k pravidelnému sportování (Voron ž)	72
Graf 60 Motivace k zdravému stravování (Voron ž)	72
Graf 61 Vliv ceny vstupu/permanentky do sportovního klubu (Voron ž)	72
Graf 62 Místo v nování sportu (Praha)	73
Graf 63 Sportovní innost (Praha)	73
Graf 64 as na sport (Praha)	73
Graf 65 Kolikrát denn jíte? (Praha)	73
Graf 66 Motivace k sportování (Praha)	74
Graf 67 Motivace k pravidelnému sportování (Praha)	74
Graf 68 Motivace k zdravému stravování (Praha)	74
Graf 69 Vliv ceny vstupu/permanentky do sportovního klubu (Voron ž)	74

1 Úvod

V dnešní době je možné sledovat velmi zajímavý trend – lidé si začínají uvědomovat, že mezi jednotlivými jevy každodenního života existují i jiné souvislosti. Nicméně, co bylo kdysi dříve, může zítra přinést ovoce... Je to nekonečný proces, který prakticky nemá výjimky. Přesně na tomto principu bychom mohli hovořit o zdraví a životním stylu člověka. Současná společnost si začíná čím dál silněji uvědomovat, že zdraví, to je vlastně každodenní práce člověka na sobě samém. Existuje spousta návodů, jak žít zdravě a jakou pozornost věnovat zdravému životnímu stylu. Samozřejmě se preferuje správná a vyvážená strava, posilující spánek, sportování a vůbec aktivní životní styl. S tím vším pochopitelně souvisí i nový způsob myšlení – přesně v duchu úsloví „ve zdravém těle zdravý duch“. Zdravý životní styl se namnoze stává komerční záležitostí – všude kolem sebe narážíme na množství plakátů a reklam, které propagují ECO, BIO, štíhlou linii, krásnou pleť a tak dále. Nic z toho není náhodné, protože všichni víme, že poptávka podněcuje nabídku, což je důvod, proč je „trh zdravého životního stylu“ tolik populární a jeho tvůrčí představitelé neustále s novými nápady.

Tato bakalářská práce je věnována právě současné situaci na trhu zdravého životního stylu. Je zcela nepochybné, že toto odvětví má opravdu velmi perspektivní budoucnost. Téma zdraví a zdravého způsobu života se totiž dotýká každého člověka – a v dnešní přetechizované společnosti obzvlášť. Každý normálně myslící člověk touží být zdravý – jak fyzicky, tak psychicky. Chce také dobře vypadat a tím posilovat svou sebevědomost. Média – zejména nejčtenější časopisy a internet – doslova zahlcují tenáři a posluchači články a radami, jak šťastně žít. Ale co je to štěstí? Věnujeme-li se šťastnému životu? Je zřejmé, že se jedná o velice filozofické otázky, na které může mít každý člověk poněkud jinou odpověď, protože každý má o štěstí svou vlastní představu. Nicméně sotva kdo by mohl popřít, že dobré zdraví ke šťastnému životu nepatří. Jenom zdravý člověk může podávat plnohodnotný pracovní výkon, jen zdravý člověk si může plnit své sny a dosahovat svých cílů. Lze tedy zodpovědně konstatovat, že zdraví a zdravý životní styl je zásadní podmínkou plnohodnotného života, který jedině může přinášet pocit štěstí.

Co se týká praktické stránky této práce, nejvíce pozornost zaměřím na poptávku lidí po zdravém životním stylu, konkrétně se bude soustředěna na hledání odpovědí na řadu otázek,

které se v souvislosti s tímto tématem nabízejí. Mimo jiné například na to, jaké faktory vyvolávají poptávku po zdravém životním stylu, co a jak vede lidi k pochopení potřeb zdravého života, co je motivuje hledat cesty, jak zdravě a aktivně žít.

Tato bakalářská práce sleduje i ekonomické aspekty problematiky zdravého životního stylu – podrobí analýze výdaje spotřebitele na zdravý životní styl, pro ověří, zda stávající nabídka odpovídá existující poptávce v této oblasti a zaměřuje se rovněž na zjištění spokojenosti spotřebitelů. Aby byla analýza zajímavější a užitečnější, budou v praktické části práce prezentovány výsledky dotazníkového průzkumu uskutečněného v Praze, hlavním městě České republiky, a ve městě Voronž v Rusku. Tato dvě města se sice liší v postavení v rámci státu, ale na druhé straně mají podobně stejný počet obyvatel a podobně stejné možnosti pro rozvoj infrastruktury trhu zdravého životního stylu.

Praktická část je zaměřena na porovnání názorů obyvatel těchto dvou měst plynoucích z výsledků dotazníkového šetření a na základě analýzy tohoto sociálního průzkumu a porovnání názorů obyvatel obou měst bude rovněž možno zpracovat souhrnnou představu názorů dvou různých národů na zdraví a zdravý životní styl.

Součástí práce je rovněž sociální teorie, nezbytná k hlubšímu pochopení pojmu zdravého životního stylu, a teorie ekonomická, pro osvětlení některých záležitostí týkajících se ekonomické stránky problematiky práce.

S ohledem na to, že problematika zdravého životního stylu je velmi široká a rozmanitá a zahrnuje hodně aspektů, soustředí se tato práce zejména na rozbor aktivního životního stylu, konkrétně na zastoupení a důležitost různých druhů sportu v životě lidí, respektive respondentů, a na s tím související zdravou a vyváženou stravu.

Výsledným smyslem této práce je provést na základě zjištěných poznatků srovnání, jak se ují o své zdraví a zdravý způsob života a jaké možnosti k tomu využívají lidé ve dvou různých prostředích – ruském a českém.

2 Cíl práce a metodický postup

2.1 Cíl práce

Cílem této práce je provést analýzu poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku a srovnat situaci v této oblasti v těchto dvou státech na příkladu dvou měst, v nichž proběhne dotazníkové šetření. V České republice je pro průzkum zvoleno hlavní město Praha a v Rusku město Voroněž.

Analýza poptávky po zdravém životním stylu bude probíhat na základě několika dalších (vedlejších) cílů této práce, kterými jsou: a) jasné definování, co je to zdravý životní styl a co je jeho součástí, b) identifikace souhrnného obrazu poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku, c) nalezení faktoru, který vede spotřebitele k volbě zdravého životního stylu, d) nalezení charakteristik ovlivňujících poptávku spotřebitele po zdravém životním stylu, e) analýza výdajů spotřebitelů na zdravý životní styl, f) analýza dnešní nabídky v různých odvětvích zdravého životního stylu a g) zkoumání úrovně spokojenosti spotřebitelů s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu.

2.2 Metodický postup

Teoretická část práce je sestavena pomocí deskriptivní metodiky, popisuje základní a pro analýzu této problematiky potřebné znalosti a pojmy, jež souvisí s obsahem práce. Další metodikou použitou v teoretické části je klasifikace.

Praktická část je věnována analýze a komparaci dat získaných dotazníkovým šetřením. Dotazník má dvě části. První část dotazníku označena jako „Sport“ zjišťuje u respondentů míru jejich zapojení do různých druhů fyzických aktivit a sportu. Druhá část označena jako „Správná a vyvážená výživa“ zjišťuje názory respondentů na tuto oblast životního stylu. Kritéria pro analýzu a komparaci dat odpovídají vedlejším cílům práce, kterými jsou: a) spokojenost spotřebitelů s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu, b) faktory, které vedou spotřebitele k volbě zdravého životního stylu, c) podíl skutečných zájemců o zdravý životní styl, d) výdaje spotřebitelů na zdravý životní styl.

3 Teoretická východiska

Tato kapitola je zaměřena na vysvětlení pojmů pro pochopení této práce nezbytných. Obsahuje teorii, která napomůže téma práce hlouběji probrat a lépe mu porozumět v praxi.

3.1 Zdraví a zdravý životní styl

3.1.1 Definice zdraví

Pro řádné pochopení a identifikaci pojmu zdravý životní styl je nejprve potřeba definovat, co je to zdraví. Zdraví jako stav, který existuje v podobě, která prakticky stejně dlouho jako lidstvo samo, a proto není divu, že se definice a význam pojmu zdraví v průběhu času měnily a pojem se vyvíjel ve shodě s životní úrovní a kulturou lidské společnosti. Existuje tedy celá řada definic pojmu zdraví – například: „Zdraví je nepřítomnost nemoci, chorobných stavů a změn.“ Nebo: „Zdraví je dynamická rovnováha těla a jeho funkcí v rámci životního prostředí.“ A tak by se dalo pokračovat, nicméně objektivní a pojem zdraví plně vystihující definici lze najít jen stěží.¹

Poměrně výstižně se o to pokusila v roce 1946 Světová zdravotní organizace (SZO), když v rámci mezinárodní konference definovala pojem zdraví následovně: „Zdraví je stav plné fyzické, duševní a sociální pohody. Není to jen nepřítomnost nemoci a neduživosti.“²

3.1.2 Zdravý životní styl

Ani pojem zdravý životní styl nelze definovat, podobně jako pojem zdraví, zcela jednoznačně. Soustavně totiž přibývají skutečnosti, díky nimž je třeba definici zdravého životního stylu upřesňovat. Nicméně existuje celá řada vdeckých pojednání, která zdravý životní styl definují poměrně přesně:

¹ KIVOHLAVÝ, Jaro. *Psychologie zdraví*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-551-2. kap. 2

² ANON., nedatováno. WHO | Constitution of WHO: principles. WHO [online] [vid. 2017-05-15]. Dostupné z: <http://www.who.int/about/mission/en/>

1. Zdravý životní styl jeinnost (systém úelných inností) osoby, která se snaží vytvořit podmínky dobrého zdravotního stavu organismu.³
2. Způsob života, který pomáhá člověku prožívat více aspektů života. Zdraví není jen vyhýbáním se nemoci. Je to fyzický, duševní a společenský blahobyt.⁴
3. Zdravý životní styl je souhrnné označení pro správná rozhodnutí v oblasti výživy, pohybu a lidské psychiky.⁵

Ze všech těchto definic je patrné, že zdravý životní styl se odvíjí v první řadě od rozhodnutí jedince. Obsahuje přitom množství každodenních drobných rozhodnutí. „Co budu dneska jíst?“, „Jak dlouhý čas v ní budu odpočívat?“, „Kdy budu v práci cvičit?“ apod.

V praktické části této práce jsou uvedeny aspekty, jež zahrnovali do „zdravého životního stylu“ dotazovaní jedinci.

3.2 Poptávka

3.2.1 Definice poptávky

Poptávka (D – demand) je charakter chování kupujícího. Poptávku lze definovat jako funkční závislost mezi dvěma proměnnými, což jsou množství nakoupené produkce a cena této produkce.⁶ Teorie poptávky je základním kamenem mikroekonomie.

Když je na grafu zobrazeno množství produkce, které je člověk ochoten koupit za určité ceny, dostaneme tzv. *individuální* poptávku. Zobecněním kivek poptávky všech kupujících získáme tzv. *tržní* poptávku. Součet poptávky všech spotřebitelů po veškerých produktech a službách příslušné ekonomiky zjistíme *agregátní* poptávku.

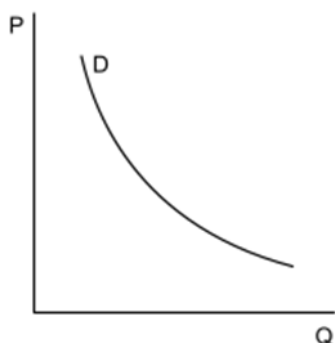
³ 2012; 1, 9-13.

ISSN:1728-2810

⁴ EUROPE, World Health Organization Regional Office for, 1999. Healthy living : what is a healthy lifestyle? [online]. [vid. 2017-05-08]. Dostupné z: <http://www.who.int/iris/handle/10665/108180>

⁵ ANON., nedatováno. Co je to zdravý životní styl? *Zdravý životní styl je super* [online]. [vid. 2017-03-30]. Dostupné z: <http://www.superzivotnistyl.cz/co-je-to-zdravy-zivotni-styl/>

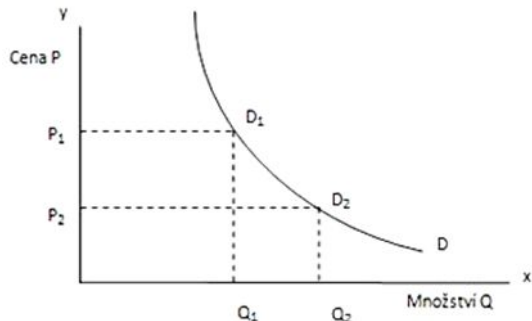
⁶ ROBERT S. PINDYCK a DANIEL L. RUBINFELD. *Microeconomics*. 6. ed., internat. ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2005. ISBN 0131912070. s.21



Graf 1 Funkce poptávky
Zdroj: Vlastní zpracování

3.2.2 Zákon klesající poptávky

Nezbytné je tedy v této kapitole zmínit a vysvětlit zákon klesající poptávky. Tento zákon říká, že množství produkce je nepřímo úměrné ceně daného statku či služby. Což znamená, že se zvýšením ceny poptávaného statku, poptávané množství klesá. Tuto závislost vyjadřuje graf . 2.



Graf 2 Zákon klesající poptávky
Zdroj: Vlastní zpracování

Zmíněný zákon klesající poptávky má dva důvody. Prvním důvodem je *důchodový efekt*: „Spotřebitel při vyšší ceně kupuje méně statku, protože mu podvodní částka nestačí na nákup požadovaného množství (které kupoval před zvýšením ceny)“⁷. Druhým důvodem je *substituční*

⁷ HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 5. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2011. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-006-5. Str. 31.

efekt: „Spotřebitel při zvýšení ceny statku nakupuje tohoto statku méně, protože jej substituuje (nahrazuje) jinými statky.“⁸

3.2.3 Druhy statků

S tématem poptávky, konkrétně se zákonem klesající poptávky, souvisí další téma: druhy statků. Je zřejmé, že existující produkce je velmi roznorodá a nelze zařadit všechny statky do jedné skupiny, jelikož mají odlišnou povahu a spotřebitelé mají k různým statkům různé představy.

Statky lze dle několika hledisek, například podle vzácnosti: *volný statek* – je volně k dispozici, a *vzácný statek* – je ho omezené množství a kupující jsou za něj ochotni více zaplatit.

Další možné dělení je podle vlivu spotřeby statku na užitek spotřebitele. Statek může být: *žádáný* (zvýšení užitku), *nežádáný* (snížení užitku) a *lhostejný* (nemá vliv na užitek). A existují i další dělení.

Nejvíce důležitým rozdělením statků je rozdělení podle vlivu změny důchodu spotřebitele na vyšší spotřeby. Protože, jak už bylo zmíněno dříve, důchod má vliv na poptávku a její chování. V rámci tohoto dělení lze rozlišit následující skupiny:

Normální statky – s růstem důchodu roste poptávané množství určitého statku i služby.⁹ Označení statků tímto termínem vychází primárně ze základních potřeb spotřebitele. Mezi normální statky patří například oblečení a jídlo.

Normální statky lze dále rozdělit na *luxusní* (růst poptávky po produkci je větší než růst důchodu), například značkové oblečení, bioprodukty, auta, drahé kovy, a *nezbytné* (růst poptávky po produkci je nižší než růst důchodu).

⁸ HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 5. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2011. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-006-5. Str. 32.

⁹ N. GREGORY MANKIOW. *Principles of microeconomics*. 5th ed. Mason, OH: South-Western Cengage Learning, 2009. ISBN 9780324589986. s.70

Mén cenné statky – jsou takové, po kterých poptávka při růstu důchodu klesá.¹⁰ Mezi takové statky například patří oblečení ze second-handu, protože při zvýšení důchodu dá spotřebitel jednoduše koupit nového a kvalitnějšího oděvu.

Zvláštním případem méně cenného statku je *Giffenův statek*. Jedná se o výjimku ze zákona klesající poptávky. Odlišnost Giffenova statku spočívá v tom, že ukazuje přímo úměrnou závislost ceny a poptávaného množství – konkrétně: snížení ceny statku vede ke snížení poptávky po tomto statku, neboli naopak, zvýšení ceny statku vede ke zvýšení poptávky po tomto statku.¹¹

3.2.4 Substituty a komplementy

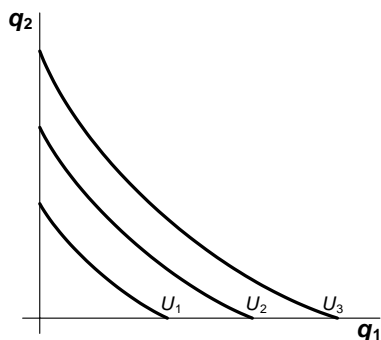
Pro rozšíření definice termínu statek a k prohloubení významu tohoto termínu je tato kapitola jeví nová rozdělení pojmu statek z hlediska jeho postavení vůči jiným statkům – na substituty a komplementy.

Substituty – jsou statky, které lze navzájem nahrazovat, přičemž oba statky přinesou stejný užitek pro spotřebitele. Jinak řečeno: „... v případě zdražení statku 2. se spotřebitel reorientuje na spotřebu statku 1.“¹² Existují substituty dokonalé i nedokonalé. Příkladem dokonalých substitutů mohou být zelený a červený čaj nebo červená a modrá propiska. Alespoň pro ty spotřebitele, kterým nezáleží na druhu čaje i na barvě propisky.

¹⁰ N. GREGORY MANKIOW. *Principles of microeconomics*. 5th ed. Mason, OH: South-Western Cengage Learning, 2009. ISBN 9780324589986. s. 70.

¹¹ ANON., nedatováno. Giffenův statek [online] [vid. 2017-06-18]. Dostupné z: <https://business.center.cz/business/pojmy/p1563-Giffenuv-statek.aspx>

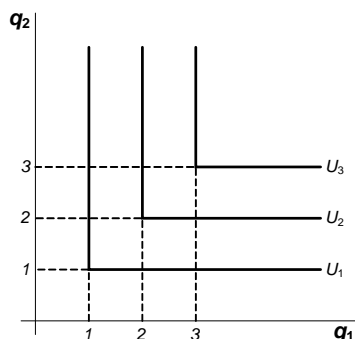
¹² VARIAN, Hal R. *Mikroekonomie: moderní přístup*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 9788085865257. s. 113.



Graf 3 Dokonalé substituty
Zdroj: Vlastní zpracování

Do skupiny nedokonalých substitutů lze zařadit tužku a pero, jež sice plní stejnou funkci, ale v zásadě jsou odlišné.

Komplementy – jsou statky, které mají tendenci být spotřebovávány/využívány společně a souasně. Z ekonomického hlediska lze říci, že „pokud se poptávka po 1. statku sníží v případě, že dojde k nárůstu ceny 2. statku, statek 1. je komplementem statku 2.“¹³ Stejně jako substituty mohou být i komplementy dokonalé a nedokonalé. Příkladem dokonalých komplementů jsou pravé a levé boty, protože je zřejmé, že budou využívány souasně.



Graf 4 Dokonalé komplementy
Zdroj: Vlastní zpracování

Příkladem nedokonalých komplementů mohou být cukr a káva nebo ovesné vločky a mléko – mohou být využity společně, ale nemusí.

¹³ VARIAN, Hal R. *Mikroekonomie: moderní přístup*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 9788085865257. Str. 113.

3.3 Chování a preference spot ebitele

„Lidé si vybírají nejlepší v ci, které si mohou dovolit.“¹⁴ To je předpoklad ekonomického modelu spot ebiteleského chování. Teorie spot ebitele je plná předpokladů, například lze předpokládat, že kupující se bude chovat racionálně – bude se snažit se maximalizovat svůj zisk – užitek. Proč je to jenom předpoklad? Protože nikdo nemůže se stoprocentní pravděpodobností říct, jak se kupující zachová skutečně. Nicméně i v tomto směru existují určité metody a pravidla a tím je věnována tato kapitola.

3.3.1 „Axiomy“ teorie spot ebitelů

Jak už bylo zmíněno výše, spot ebiteleská teorie je postavená na předpokladech, nicméně některé předpoklady jsou do té míry podstatné, že o nich lze mluvit jako o „axiomech“. Zde jsou popsány tři axiomy preferencí spot ebitele:

Srovnatelnost. Tento axiom spočívá v tom, že spot ebitel je schopen vybrat si mezi dvěma statky (resp. službami) ten lepší na základě jejich vzájemného porovnání. Je schopen preferovat 1. před 2. anebo 2. před 1., neboli je mezi nimi indiferentní.

Nenasycení. Spot ebitel bude dávat vždy přednost v většímu množství statku (resp. služeb) před menším.

Trenzivita. Existují-li spot ebitelem koše A, B, C, ve kterých jsou určité množství statku „n“ a „m“, spočívá axiom v tom, že pokud spot ebitel preferuje spot ebitelem koš A před B a současně B před C, pak jednoznačně platí i to, že spot ebitel preferuje spot ebitelem koš A před C.¹⁵

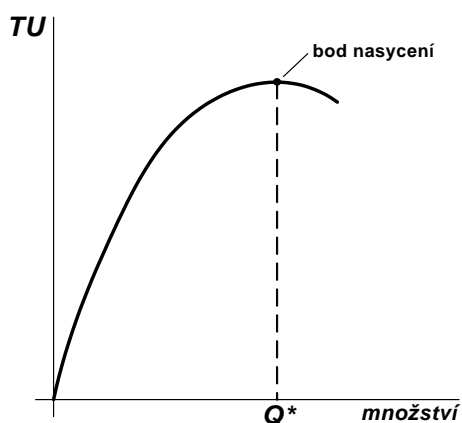
¹⁴ VARIAN, Hal R. *Mikroekonomie: moderní přístup*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 9788085865257. Str. 33.

¹⁵ ROBERT S. PINDYCK a DANIEL L. RUBINFELD. *Microeconomics*. 6. ed., internat. ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2005. ISBN 0131912070. s.66

3.3.2 Teorie užitku

Je zřejmé, že jedinec kupuje různé služby a produkty za účelem uspokojit své potřeby. Toto uspokojení v ekonomice má svoje označení – *užitek*.¹⁶ Je zřejmé, že každý jedinec dosáhne potřeb /využití těchto výrobků a služeb v totožném množství odlišného užitku. Užitek představuje subjektivní uspokojení jedince statkem i službou. Důležitými veličinami teorie užitku jsou:

Celkový užitek (TU – Total Utility) udává celkové uspokojení, které spotřebitel dosáhne ze spotřeby vybraného statku nebo služby.¹⁷



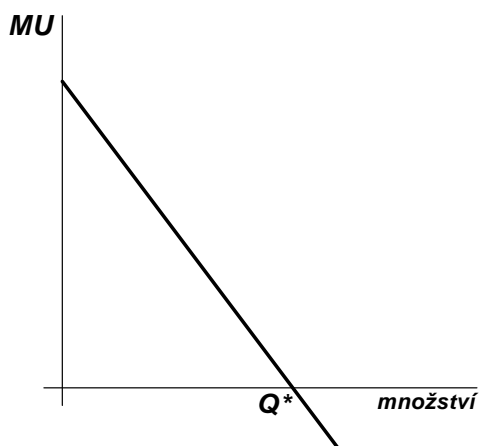
Graf 5 Celkový užitek
Zdroj: Vlastní zpracování

Mezní užitek (MU – Marginal Utility) je užitek získaný spotřebou další jednotky produktu i služby.¹⁸

¹⁶ JURE KA, Václav. *Mikroekonomie*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 9788024732596. s.78

¹⁷ JURE KA, Václav. *Mikroekonomie*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 9788024732596. s.79

¹⁸ JURE KA, Václav. *Mikroekonomie*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 9788024732596. s.79



Graf 6 Mezní užitek
Zdroj: Vlastní zpracování

Mezní užitek má klesající povahu, a to z toho důvodu, že první jednotka výrobku (resp. služby) přinesla největší užitek a každý další kus nemůže uspokojit potřebu spotřebitele stejně, protože po spotřebě/využití první jednotky má spotřebitel potřebu menší.¹⁹ Proto každá další jednotka statku bude přinášet menší a menší užitek, až do bodu, kdy se mezní užitek stane záporným, protože už žádný užitek nepřináší.

3.3.3 Kardinalistická a ordinalistická teorie

Na užitek se lze dívat ze dvou hledisek a od toho se odvíjí kardinalistická teorie a ordinalistická teorie užítku. Obě tyto teorie stojí proti sobě a jedna popírá druhou.

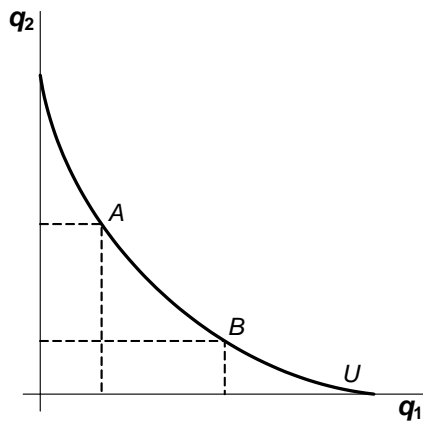
Kardinalistická teorie říká, že užitek je měřitelný (jednotky utility).

Ordinalistická teorie naproti tomu tvrdí, že užitek měřit nelze. Tato teorie vychází z myšlenky, že jedinec má na výběr dva statky a volí jejich kombinaci dle svých potřeb. Jedinec je schopen určit pořadí zájmu o jakékoli kombinace statku (resp. služeb) a také určit, nakolik je jediná kombinace vzájemně indiferentní. Ordinalistická teorie zkoumá užitek pomocí indifferenční analýzy, konkrétně z indifferenčních křivek.

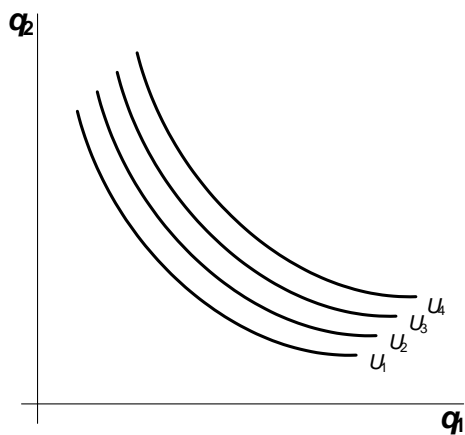
¹⁹ JURE KA, Václav. *Mikroekonomie*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 9788024732596. s.80

3.3.4 Indiferenční křivka

Indiferenční křivka zobrazuje všechny možné kombinace dvou výrobků a služeb, které přinášejí stejný celkový užitek (respektive uspokojenost).²⁰ Soubor všech indiferenčních křivek se nazývá *indiferenční mapa* (preferenční mapa).²¹



Graf 7 Indiferenční křivka
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 8 Indiferenční mapa
Zdroj: Vlastní zpracování

Každá indiferenční křivka má své určité vlastnosti:

²⁰ ROBERT S. PINDYCK a DANIEL L. RUBINFELD. *Microeconomics*. 6. ed., internat. ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2005. ISBN 0131912070. s.67

²¹ ROBERT S. PINDYCK a DANIEL L. RUBINFELD. *Microeconomics*. 6. ed., internat. ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2005. ISBN 0131912070. s.69

je konvexní – každá jednotka výrobku q_1 je nahrazována stále v *tším* množstvím výrobku q_2 ;

neprotíná jinou indifferenční křivku – to ani není možné, protože kdyby se dvě indifferenční křivky protínaly, znamenalo by to, že stejná kombinace dvou statků a služeb poskytuje různé úrovně uspokojení, což prostě není možné a nemá to smysl;

je klesající – uspokojení na indifferenční křivce je konstantní; kdyby existoval opak, nemělo by to žádný smysl, protože kombinace p a r housek a p a r rohlíků a kombinace dvou housek a dvou rohlíků nemá stejný užitek a nemůže uspokojit potřeby jedince stejně;

*další křivka poskytuje od počátku v *tším* užitek* – tady je vidět „axiom“ nenasycení; jedinec vždy preferuje v *tším* množství před menším.²²

3.3.5 Spotřebitelské preference pro zdravý životní styl

Jaká je ve skutečnosti poptávka po zdravém životním stylu? Které má vlastnosti? Co se týče zmíněných axiomů lze říci, že zde platí axiomy srovnatelnosti, tranzitivity a nenasycení. První axiom (*srovnatelnosti*) říká, že jedinec je schopen srovnat statky mezi sebou a řadit je podle míry užitečnosti. V konkrétním případě zdravého životního stylu je spotřebitel schopen preferovat jednu kombinaci před jinou. Například jsou-li dva spotřební koše, které zahrnují permanentky do aqua-aerobiku a ještě protein, ale tyto jsou v různém poměru, jedinec si bude schopen vybrat. Co se týče druhého axiomu (*tranzitivity*) – jestliže koš A preferuje koš B a koš B rovněž preferuje koš C, pak koš A bude preferovat koš C. Těto axiomy (*nenasycení*) lze rovněž uplatnit v rámci této poptávky, nicméně zde to není zcela samozřejmé. To se týká jak sportu, tak zdravé stravy. Ne vždy platí, že více je lepší. V případě sportu může nastat situace, kdy si jedinec nemůže z různých důvodů dovolit více hodin aqua-aerobiku (čas, únava atd.). V případě stravy – plánuje-li spotřebitel stravování, ví, kolik je schopen sníst, a je mu jasné, že vše, co bude navíc, skončí v odpadkovém koši.

²² JURE KA, Václav. *Mikroekonomie*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 9788024732596. s.88

Co se týče povahy statků a služeb souvisejících se zdravým životním stylem, lze rozlišit statky a služby normální a méně cenné. Například potraviny – všechny jsou normálním statkem, ale existují potraviny levnější, po kterých poptávka s růstem důchodu klesá. Je zřejmé, že pokud má jedinec vyšší příjmy, snaží se zvýšit i kvalitu svého života.

3.4 Vybrané determinanty ovlivňující poptávku po zdravém životním stylu

Tato část práce je věnována faktorům, které povzbuzují spotřebitele, aby navštívili fitness centra, sportovali doma nebo v přírodě. Také zde bude pojednáno téma výživy – konkrétně z jakých důvodů si lidé vybírají správné a zdravé produkty, kontrolují vodní rovnováhu a dodržují ostatní pravidla zdravého životního stylu. Kapitola je věnována takzvaným determinantům. Podle spolehlivého výkladového slovníku Merriam Webster je determinant element, který identifikuje, respektive mění přírodu, vci nebo podmínky výsledku.²³

Vybrané faktory ovlivňující poptávku po zdravém životním stylu jsou zahrnuty v poptávkové funkci:

$$Q_{dx} = f(P_a, Y, P_b, T, B),$$

kde je:

Q_{dx} poptávkové množství

f funkce (číslo)

P_a cena dané služby či statku

Y příjem spotřebitele (množství peněz pro sportování a stravu)

P_b cena ostatních služeb a statků

T dostupný volný čas

B vzhled postavy spotřebitele

Všechny tyto nezávislé proměnné ovlivňují poptávané množství, což je proměnná závislá. Při zkoumání vlivu jednoho determinantu se ostatní berou jako konstantní – tento předpoklad se nazývá *ceteris paribus*. Vyhodnocuje se jeden po druhém, až se shrnutím vyhodnocených poznatků vykreslí společný vliv.

²³ ANON., nedatováno. What is determinant? definition and meaning. BusinessDictionary.com [online] [vid. 2018-03-07]. Dostupné z: <http://www.businessdictionary.com/definition/determinant.html>

Poznámka: ve skutečnosti nelze tyto determinanty probírat na základě předpokladu *ceteris paribus*, protože působí najednou a jsou nestálé. Každý zvlášť je však důležitý pro zjištění přibližného odrazu poptávky na zdravý životní styl.

V následujícím textu budou výše zmíněné faktory probrány – pro vytvoření představy souhrnného odrazu determinantu a jejich chování – jeden po druhém.

3.4.1 Cena (P_a)

Jedním z hlavních faktorů, které ovlivní poptávku po zdravém životním stylu a poptávku obecně, je samozřejmě cena na určité služby a produkty.²⁴ Pokud jde o zdravý životní styl, jedná se například o cenu za předplatné do sportovního klubu a cenu zdravých potravin. Ovšem co se týče zdravých potravin, tam může nastat problém, protože hranice mezi správnou výživou, bioprodukty a organickými produkty není vždy jasná.

Pod pojmem správná výživa se zpravidla rozumí taková výživa, která minimálně poškozuje lidské zdraví jedince a životní prostředí kolem. Do této kategorie patří zelenina a ovoce, mléčné výrobky, výrobky obsahující zdravé tuky a výrobky obsahující výše uvedené komponenty.

Spotřebitel nemůže přímo ovlivnit, i dokonce změnit cenu výrobků a služeb, ale může si vybrat – buď produkt i službu za nabízenou cenu přijme, nebo ne. Je znám základní vztah mezi cenou a množstvím výrobku, který byl za tuto cenu koupen. Čím vyšší je cena, tím menší je množství produktu a naopak. Tento poměr zobrazuje poptávkový graf, který byl zmíněn výše. Díky němu lze snadno sledovat, jak se množství produktu liší v závislosti na ceně.

Co se týče návštěv tvůrčivých zařízení (fitness center aj.), odvíjí se cena od toho, zda jde o předplatné nebo jednorázový vstup. Při jednorázovém vstupu bude poměr ceny a počet vstupů do haly odpovídat funkci poptávky. Ale bude se graf poptávky chovat stejně v případě předplatného (permanentky)? Lze předpokládat, že osoba, která si zakoupila

²⁴ DONALD N. STENGEL. *Managerial economics: concepts and principles*. New York: Business Expert Press, 2011. ISBN 9781606492192. s. 36

cenov nižší p edplatné do levn jší haly, nebude mít pot ebu tam chodit asto, protože nezainvestovala mnoho pen z. Ovšem pokud si osoba zakoupila cenov dražší permanentku do komfortn jší haly, lze p edpokládat, že sem bude chodit cvi it mnohem ast ji, aby službu za vynaložené peníze pln využila. Z porovnání obou zmín ných situací vyplývá, že vztah ceny a množství produktu závisí zcela na rozhodnutí jedince, nelze ho jednozna n predikovat.

Ani v p ípad produkt správné výživy není všechno jednozna né. Jisté je, že jídlo je pro život lov ka nezbytné, a spot ebitelé jsou tudíž nuceni ho kupovat. S nejtší pravd podobností budou hledat zboží po slev (v akci), levn jší varianty u konkurence, p ípadn sníží jiné položky svých výdaj .

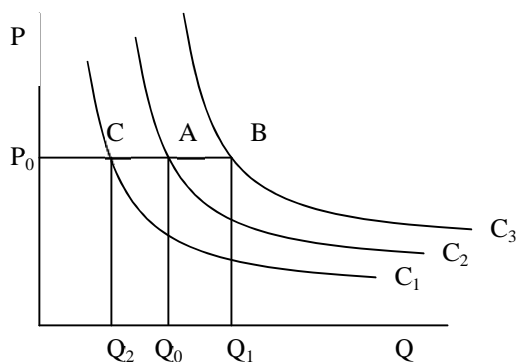
3.4.2 P íjem spot ebitel – množství pen z pro sportování a stravu (Y)

Dalším d ležitým determinantem poptávky po zdravém životním stylu je p íjem spot ebitel. S r stem p íjm spot ebitel obvykle zvyšuje své výdaje, nároky na množství anebo kvalitu nakupovaných služeb a produkt .²⁵

V této práci budou brány v úvahu dv konkrétní položky výdaj za m síc, a to peníze vynakládané jedincem na sport a peníze vynakládané na zdravé jídlo. Konkrétn jší údaje vylpnou ze sociálního pr zkumu, jehož výsledky budou zpracovány v další kapitole. Není vhodné u respondent zjiš ovat výši jejich mzdy, navíc to, že ur itý lov k vyd lává více pen z, ješt neznamená, že bude automaticky vynakládat více pen z na sportování.

P íjmy mají zcela jist významný dopad na poptávku, nikoli však na pohyb podél k ivky poptávky, ale na pohyb samotné poptávkové funkce. To lze vid t na grafu . 9. Jestliže se p íjmy zvyšují, je spot ebitel schopen koupit více zboží. Na grafu to znamená posun od Q0 ke Q1, p í emž cena z stane na stejném míst . A totéž se d je naopak. P í p echodu z Q0 na Q2 se p íjem sníží – za stejnou cenu je spot ebitel schopen koupit mén zboží.

²⁵ BEGGS, Jodi, nedatováno. What Are the 5 Determinants of Demand? ThoughtCo [online] [vid. 2017-05-07]. Dostupné z: <https://www.thoughtco.com/the-determinants-of-demand-1146963>



Graf 9 Posun poptávky
Zdroj: Vlastní zpracování

Příjmy však nejsou ani zdaleka jediným faktorem, který ovlivňuje posun celé poptávkové funkce. Stejně tak můžeme pozorovat vliv módy a reklamy. Například v první třetina 20. století započala na spotřebitelé v USA klamavá reklama, jež hlásala, že špenát je potravinářským výrobkem nejvíce bohatým na železo. A poptávka po špenátu se bez ohledu na cenu okamžitě enormně zvýšila. Teprve později se ukázalo, že železa není ve špenátu víc než například v petrželi, která byla v té době několikrát levnější.

3.4.3 Cena ostatních služeb a statků (P_b)

Významným determinantem jsou rovněž ceny dalších produktů a služeb.²⁶ Pro tuto práci bude podstatné, o jaký konkrétní produkt a službu jde a jak budou tyto důležité z hlediska péče o zdravý životní styl – konkrétně jde o platbu za vstup, případně předplatné do tělocvičny za řízení a o produkty správné výživy.

Lze předpokládat, že pokud cena nezbytného zboží klesne, zbude lidem více peněz, které budou moci vynaložit na jiné věci. Například si budou moci dovolit komfortnější tělocvičnu nebo dražší jídlo. Pokud jde o luxusní zboží, pak posun ceny v případě takových věcí, jako jsou jídlo a sport, zájem o ně pravděpodobně neovlivní. Ani v případě poklesu ceny méně hodnotného zboží nebude skok v poptávce po službách a produktech v oblasti sportování a správné výživy výrazně patrný.

²⁶ DONALD N. STENGEL. *Managerial economics: concepts and principles*. New York: Business Expert Press, 2011. ISBN 9781606492192. s. 37

Ve vztazích mezi výrobky, jak bylo popsáno výše, jde především o *komplementary*, jež se vzájemně doplňují. Pokud jde o permanentku do tlocvičného zařízení, pak může být komplementem sportovní oblečení a obuv. U potravin je situace složitější. Zde není tak snadné komplementary najít.

Dalším typem vztahu mezi výrobky je *substitut*. Je to vztah mezi dvěma zbožími, při kterém je možno vyměnit jeden výrobek za jiný. V tomto směru je podstatný postoj konkrétního člověka, protože pro někoho mohou být substituty mandarinky a pomeranče, které bez problémů navzájem vymění, a pro někoho jiného jako substituty nepočítají v úvahu. Sportování v tlocvičném zařízení může někdo nahradit sportováním doma nebo v přírodě (běh, plavání, jízda na kole a jiné), pro někoho jiného taková náhrada neuspokojí. U potravin se nabízí ještě širší výběr. Složky důležité pro organismus a správnou výživu lze najít v různých potravinách, je možno vyměnit je mezi sebou a vytvářet jakýsi mix.

3.4.4 Volný čas (T)

Následným důležitým determinantem, jak pro sportování, tak pro správnou výživu, je volný čas jedince. V současné uspěchané době člověku často připadá, že 24 hodin, které má denně k dispozici, je málo. Proto se spotřební průmysl zaměřuje na produkci věcí, které člověku umožní dle potřeb rychleji a šetřivěji. Stroj, chytrý telefon, internet a další vymoženosti moderní doby šetří člověku čas nutný v nově vzniklých pracích, aby mu zbývalo více volného času na zájmové aktivity. V reklamě je poměrně často slyšet: „okamžit“, „rychle a kvalitně“, „za pár sekund“ a podobně – ovšem využít volný čas plnohodnotně ve prospěch zdraví není dnes vůbec jednoduché. Nicméně vstřícnost lze v tomto směru sledovat například v tom, že se pracujícím lidem přispívá provozní doba tlocvičných a jiných volnočasových zařízení. Podobně je tomu v oblasti péče o zdravou výživu. Je třeba si najít čas pro návštěvu odborníků na výživu, četbu knih, diskuzních fór a dalších zdrojů informací, které pomáhají lidem rozšiřovat poznání v této oblasti.

3.4.5 Vzhled spotřebitele (B)

Poslední determinant, nikoli však méně významný, pro někoho dokonce nejpodstatnější, je vzhled jedince. Vzhled, tedy to, jak člověk vypadá, jakou má postavu, bývá často prvním

impulzem k přechodu na zdravý životní styl. Obraz v zrcadle často pím je lov ka, aby navštívil sportovní zařízení i pracovnu odborníka na výživu, nebo si alespo vyhledal články o zdravé výživě na internetu – například o zdravotních přínosech ovoce a zeleniny, o nebezpečí konzervovaných látek a cukru a podobně.

Výše uvedené determinanty mají rozhodný vliv na celkový obraz poptávky po zdravém životním stylu. Samozřejmě v různé míře. Podrobněji a na základě analyzovaných dat budou popsány v následující kapitole, kde bude proveden rozbor dotazníku, v němž je jedna z částí věnována právě determinantům – zaměřím se na to, jaký konkrétní vliv mají výše zmíněné determinanty na obyvatele České republiky a Ruska, a to v konkrétních městech Praha a Voroněž, a přiblížím i další determinanty, jež respondenti v dotazníku uvádějí.

4 Vlastní práce

Cílem praktické části této práce je aplikace teoretických poznatků ze druhé kapitoly do praxe. Konkrétně jde o sledování a zkoumání šesti dílčích cílů, kterými jsou:

- a) jasné definování, co je to zdravý životní styl a co je jeho součástí,
- b) identifikace souhrnného obrazu poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku,
- c) nalezení faktorů, které vedou spotřebitele k volbě zdravého životního stylu,
- d) nalezení charakteristik (determinantů) ovlivňujících poptávku spotřebitele po zdravém životním stylu,
- e) analýza výdajů spotřebitelů na zdravý životní styl,
- f) zkoumání úrovně spokojenosti spotřebitelů s nabídkou možností realizace zdravého životního stylu.

Tato část bude věnována analýze a srovnání postoje českých a ruských obyvatel ke zdravému životnímu stylu a na základě zjištěných poznatků stanovení hypotézy, zda a v jaké míře existují rozdíly ve vztahu obyvatel Prahy a Voronže ke zdravému životnímu stylu. Tato analýza a srovnání budou provedeny na základě kritérií, která budou podrobně popsána níže.

4.1 Dotazník

Pro analýzu dat a odpovědi na problémy uvedené v úvodu čtvrté části této práce byla zvolena metoda dotazování. Dotazník se skládá ze tří částí/sekcí a obsahuje celkem 29 otázek. V dotazníku jsou obsaženy jak otázky uzavřeného typu, s uvedením možností odpovědí, tak otázky otevřeného typu, vyžadující vlastní odpověď. Celý dotazník sleduje cíle této práce tak, aby nakonec bylo možno získat potřebná data pro vyhodnocení a vytvoření jasněho obrazu poptávky po zdravém životním stylu ve vybraných lokalitách.

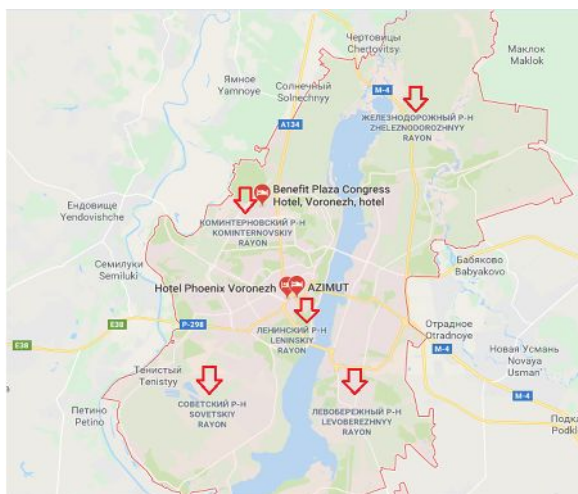
4.1.1 Proběh dotazování

Respondenti byli voleni náhodně a postupně vybraných místech konání dotazování ve dvou výše zmíněných městech – Praha a Voronž. Na mapkách obou měst (viz níže), jsou šipkami označena místa, kde bylo dotazování provedeno. Na každém místě bylo dotazováno

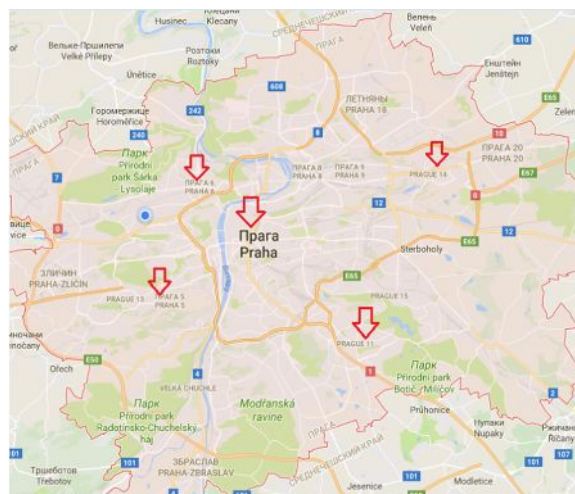
30 lidí z různých v kových a sociálních skupin – celkem tedy 300 lidí. Výběrové body konání dotazníku byly vybrány tak, aby postihly co nejširší spektrum společenských skupin v různých částech města.

Na Obrázku 1 je zobrazena mapa Voroněž spolu se šipkami vyznačujícími místa provedení dotazníkového průzkumu. Na mapě lze vidět, že dotazníkové šetření proběhlo v pěti velkých městských částech Voroněž, konkrétně v částech Kominternovskij, Leninskij, Železnodorožnij, Sovetskij a Levoberežnij.

Na Obrázku 2 je zobrazena mapa města Prahy a šipkami jsou rovněž vyznačena místa, kde byl průzkum proveden. Stejně jako ve Voroněži byly i v Praze vybrány lokality, v nichž bylo možno postihnout maximálně možné spektrum sociálních skupin. Místa konání dotazníkového šetření se nacházela jak v centru, tak na okraji města, a sice v městských částech Praha 1, Praha 5, Praha 6, Praha 11 a Praha 14.



Obrázek 1 – mapa Voroněž
Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek 2 – mapa Prahy
Zdroj: Vlastní zpracování

4.1.2 Respondenti

Celkový počet dotazovaných osob byl 300 – z toho 150 respondentů bylo dotazováno ve Voroněži a 150 v Praze. Respondenti byli rozděleni do tří věkových skupin. První skupinu představovali mladí lidé do 26 let, většinou studenti. Další skupinu představovaly osoby pracovní aktivní nad 26 let: v Rusku ženy ve věku 27–55 let a muži 27–60 let, v České republice dospělí muži a ženy ve věku 27–65 let. V těchto skupinách byli dotazováni lidé

v d chodovém v ku: v Rusku ženy nad 55 let a muži nad 65 let, v eské republice muži a ženy nad 65 let.

4.2 Dotazníkové šet ení ve Voron ži

V této kapitole bude provedena v rámci sledovaných cíl analýza odpov dí respondent ň na otázky kladené v dotazníkovém šet ení ve m st Voron ž.

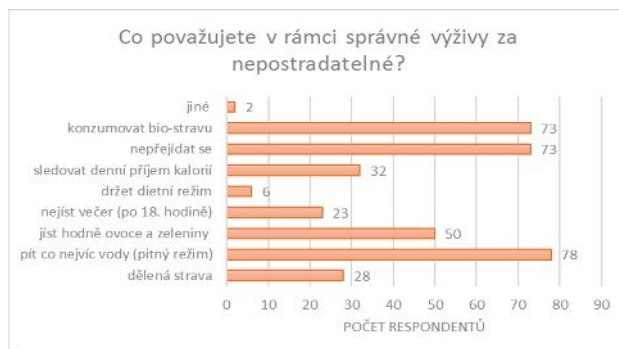
4.2.1 Cíl a) jasné definování, co je to zdravý životní styl a co je jeho sou ástí

Otázky . 3 a 4 v dotazníku byly formulovány tak, aby zjistily, jakou p edstavu o zdravém životním stylu respondenti mají a co považují za jeho nejd ležit ější sou ást.



Graf 10 Názoru na „zdravý životní styl“ (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 10 ukazuje, že v tšina respondent ň ozna ila za nejd ležit ější sou ást zdravého životního stylu „správnou výživu“ – tuto možnost zvolilo 129 respondent ň z 150, což je 86 % z celkového po tu. Tém ě stejnou d ležitost p isoudili respondenti „sportu“ – 124 ze 150 respondent ň, to je 82,7 %. D ležitý je pro 101 respondent ň, tedy pro 66 % dotazovaných, „plnohodnotný spánek“ a p ěbližn ě stejný po et respondent ň (99, tj. 66 %) považuje za d ležitou sou ást zdravého životního stylu „eliminaci škodlivých návyk ň“. Zbývající možnosti byly voleny mén ě než polovinou dotazovaných – „v asný odpo inek“ 66 respondenty a „psychohygiena“ 68 respondenty – to znamená, že z hlediska zdravého životního stylu nevnímají respondenti tyto faktory za st ěžejší.

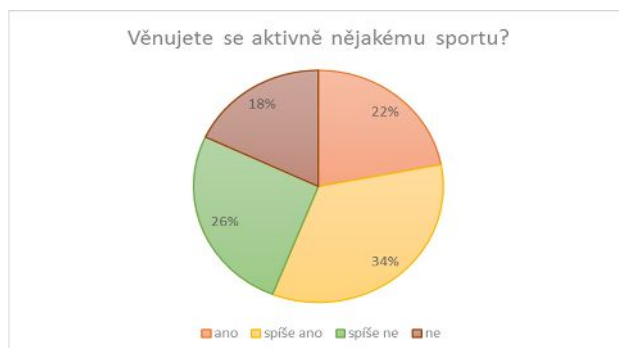


Graf 11 Nepostradatelné u správné výživy (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 11 vyplynulo, že nejd ležit jší devizou pro zdravý životní styl je z hlediska dotazovaných „správná výživa“. Graf celkem výstižn odhaluje, jak respondenti pojem správná výživa chápou, co si pod ním vlastn p edstavují. Více než 70 % dotazovaných považuje v rámci „správné výživy“ za nepostradatelné „pít co nejvíce vody, pitný režim“ (78 respondent), „nep ejídat se“ (73 respondent) a „konzumovat bio-stravu“ (73 respondent). Je kupodivu, že pouhých 50 ze 150 dotázaných uvedlo jako d ležitou sou ást správné výživy „jíst hodně ovoce a zeleniny“.

4.2.2 Cíl b) identifikace souhrnného obrazu poptávky po zdravém životním stylu v Rusku

Z odpovědí na otázku . 5 v dotazníku – „V nujete se aktivn n jakému sportu?“ – vyplynulo, kolik z dotazovaných preferuje aktivn sport. Na odpovědích na tuto otázku záviselo další pokračování v dotazování.



Graf 12 V nování sportu (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 12 lze vyvodit následující závěr: z odpovědí „ano“ (22 %) a „spíše ano“ (34 %) vyplynulo, že jen něco málo přes polovinu respondentů (56 %) se sportu v obci aktivně zabývá, tedy z celkového počtu 150 dotazovaných obyvatel Voronže se sportem aktivně více či méně zabývá 84 lidí, kteří pak odpovídali i na další otázky v sekci „A) Sport“, tj. na otázky 6–18. Vzhledem k tomu, že se na průzkumu podíleli zástupci různých v obcích skupin, je nutno analýzu upravit také na základě tohoto rozdělení, aby bylo jasné, nakolik existuje rozdíl v odpovědích například mladého člověka a důchodce. V rámci takto pojeté analýzy se lze dozvědět, že ve Voronži se sportem aktivně zabývají především lidé, kteří nejsou v důchodovém věku. Ve věkové skupině do 26 let se v obci sportu aktivně 28 % respondentů, 36 % dalších se sportu v obci rovněž, ale ne tak aktivně. U respondentů v důchodovém věku, tj. nad 55 let u žen a 60 u mužů, je tento ukazatel podstatně nižší (o 22 %). A pokud jde o respondenty ve věku 26 let až do věku odchodu do důchodu, je jejich sportovní aktivita někde uprostřed mezi těmito dvěma krajními věkovými skupinami, spíše však klesá a je blíže respondentům v důchodovém věku. Obecně lze konstatovat, že ve Voronži jsou mladí lidé ve vysokoškolském věku sportovní rozhodně více aktivní než zástupci jiných věkových skupin. (viz. grafy 42, 43, 44)

Ve Voronži se jednoznačně nejvíce respondentů (40) v obci sportování v „tlocvičnách“, ostatní sportují „doma“ (27), „v přírodě“ (16), například „jinde“ (1). (viz. graf 54)

V odpovědi na otázku 7 „Jakou sportovní/fyzickou činnost vykonáváte?“ si dotazovaní mohli vybrat z nabídky více možností. Z průzkumu vyplynulo, že nejoblíbenější sportovní aktivitou jsou ve Voronži „pší procházky“ (41 respondentů), „kardiocvičení“ (39) a „posilovací cviky“ (37), o něco méně populární jsou „aerobik“ (20), „jóga“ (18), „plavání“ (17). Ostatní sporty uvedené v dotazníku (fotbal, pilates, box, bojová umění) preferuje dohromady jen 26 respondentů, jiné sporty 8 respondentů a 2 volí pouze rozcviky. (viz. graf 55)

U otázky 8 „Kolik času v obci sportujete týdně?“ mohl respondent volit z pěti možných odpovědí. Nejvíce dotazovaných se sportu v obci týdně 2–4 hodiny (37 %), méně než 2 hodiny týdně sportuje 23,5 % respondentů, 4–6 hodin tráví sportem

týdn 21,4 % dotazovaných, 16,3 % jich sportuje 6–8 hodin týdn a 5 osob z 84 (6,2 %) tráví sportem týdn více než 8 hodin. (viz. graf . 56)



Graf 13 Názor zda je strava zdravá (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

V Grafu 13 lze vy íst, že tém polovina respondent (43,3 %) nepovažuje svou stravu za zdravou a plnohodnotnou, 23,3 % respondent je p esv d eno, že se stravuje kvalitn , a celá t etina (33,3 %) dotazovaných si není plnou hodnotou své stravy jistá. Tuto otázku lze rovn ž analyzovat na základ v kového rozd lení respondent . Získané údaje jsou velmi zajímavé – po et lidí, kte í si nemyslí, že je jejich výživa zdravá a plnohodnotná, je ve všech t ech v kových skupinách p ibližn stejný – kolem 45 %. Na druhou stranu nap íklad jen 16 % respondent ve v ku do 26 let odpov d lo, že považuje svou výživu za zdravou, zatímco ve v ku odchodu do d chodu na ni kladn odpov d lo dvakrát více dotázných – 32 %. Nejistotu a pochybnost o tom, zda se stravují zdrav a plnohodnotn , vyslovalo ve kupin mladých lidí (do 26 let) 40 % respondent , naproti tomu ve skupin lidí v d chodovém v ku takto odpov d lo na tutéž otázku pouze 20 % dotázaných. (viz. grahy . 45, 46, 47)

Z pr zkumu otázky . 20 „Kolikrát denn jíte?“, vyplývá, že v tšina respondent (35) jí t íkrát za den, pouze dvakrát za den p ijímá jídlo 15 respondent , zatímco ostatní dotazovaní jedí víc než t íkrát (ty íkrát až sedmkrát) denn . (viz. graf . 57)

4.2.3 Cíl c) nalezení faktor , které vedou spot ebitele k volb zdravého životního stylu

Faktory, které motivují respondenty ke sportu a zdravému životnímu stylu byly zkoumány otázkami . 9, 10 a 22 v dotazníku.

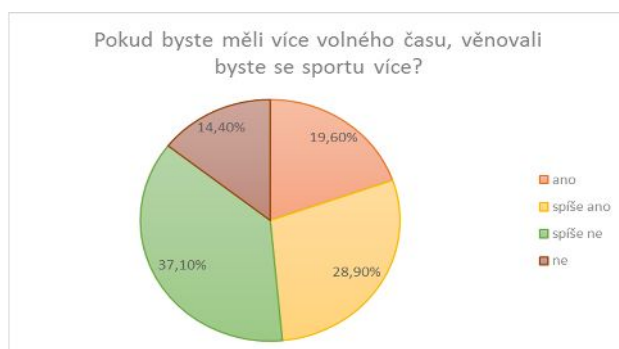
Motivace ke sportování se u respondentů ukázala být velmi různorodá, což projevili v odpovědích na otázku 9 „Co Vás ke sportovním aktivitám motivuje nejvíce?“. Nejčastější motivací dotazovaných „osobní představení“ – tedy pro 80 z 84 lidí je hlavní motivací jejich vlastní potřeba a volání. Ve 14 případech sehraávají roli „profesionální potřeba“ a přibližně stejný počet respondentů (3–5) vybízejí ke sportování „názory příbuzných“ i dříve jako „nemoc“, „reklama“ a „jiné“ – například móda, touha být dravý, vzhled. (viz. graf 58)

Nejčastější motivací k pravidelnému sportování je „touha předvést sám sebe“ – reagovalo takto 60 z 84 respondentů. Významnější počet respondentů motivuje ještě „zvyk“ (39) a „vzhled“ (33). Kupudivu taková velice má, jakou je „zdraví“, motivuje k pravidelnému cvičení pouze 8 z 84 dotazovaných. (viz. graf 59)

Z odpovědí na otázku 22 „Co Vás motivuje stravovat se zdravě?“ lze vyvodit, že ke zdravému stravování motivuje respondenty především „osobní představení“ (73 z 84), podstatně méně pak „názory příbuzných“ (16) a „nemoc a dieta“ (14). Určitou váhu mají ještě „profesionální potřeba“ (9), zanedbatelnou pak „reklama“ (5) a 5 lidí z 84 o tom nemyslí. (viz. graf 60)

4.2.4 Cíl d) nalezení charakteristik (determinant) ovlivňujících poptávku po zdravém životním stylu

Odpovědi na otázky 11–14 a 23–27 odhalují, nakolik ovlivňuje poptávku dotazovaných po zdravém životním stylu volný čas a nakolik finanční výdaje na sport a zdravou výživu.



Graf 14 Vliv volného času na sport (Voroněž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z 84 respondentů 19,6 % usoudilo, že v případě více volného času by se určitě více sportovali (odpovědli „ano“), 28,9 % dotazovaných (odpovědli „spíše ano“) připustilo, že pokud by měli více volného času, začali by sportovat více. Tyto dvě skupiny respondentů představují z celkového počtu dotazovaných 48,5 % to znamená, že téměř polovina respondentů je sportovně založená a jejich sportování omezuje nedostatek volného času. Více než polovina respondentů se však nedomnívá, že jí nedostatek volného času ve větší míře sportování brání.



Graf 15 Vliv finanční situace na sport (Voroněž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Odpovědi na otázku . 12 „Ovlivňuje Vaše sportování Vaše finanční situace?“ zpracované v Grafu 15 rozdělily respondenty na dvě téměř shodné poloviny – „ano“ i „spíše ano“ připustilo celkem 50,5 % dotazovaných, zatímco 49,5 % respondentů, kteří odpovědli „ne“ i „spíše ne“, si nemyslí, že má finanční situace na jejich sportování významnější vliv.

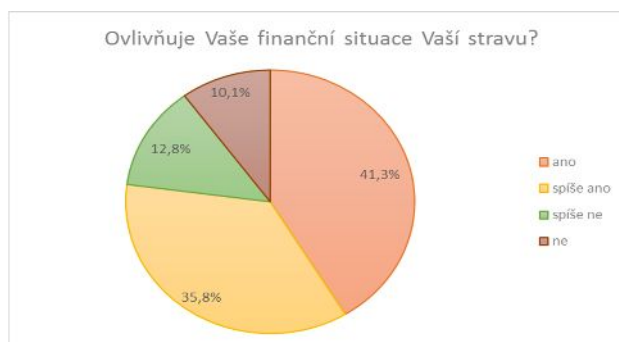
Zajímavé rozložení dotazovaných nabízí odpovědi respondentů na otázku . 13 „Ovlivňuje Vaše sportování cena vstupu/permanentky do sportovního klubu/zařízení?“. Téměř čtvrtina dotazovaných odpověděla „ano“ a potvrdila tak, že cena vstupu do sportoviště jejich sportování ovlivňuje. Podobnou skutečnost připouští i respondenti, kteří odpověděli „spíše ano“ – 17,5 %. Pro 43,3 % respondentů nehraje cena vstupného do sportovního zařízení i klubu nijak důležitou roli a 22,7 % respondentů cena vstupného nezajímá, jelikož v žádném sportovním zařízení i klubu necvičí. (viz. graf . 61)

V odpovědích na otevřenou otázku . 14 „Jaké další faktory ovlivní Vaše sportování?“ respondenti uváděli nejčastěji „móda“, „náhlada“, „lenost“, „počasí“.



Graf 16 Vliv volného času na stravu (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 16 zachycuje spektrum odpovědí na otázku . 23 „Myslíte si, že kdybyste měli více času, stravovali byste se více zdravě?“. Více než polovina respondentů je přesvědčena („ano“ 35,2 % a „spíše ano“ 24,1 %), že v případě více času by věnovala zdravému stravování více pozornosti. Pouze 9,3 % respondentů nepředpokládá, že by dostatek volného času ovlivnil jejich stravovací návyky ve smyslu jíst více zdravě. Zbývající část respondentů (31,5 %) vyjádila svou odpovědí „spíše ne“ pochybnost, že by více volného času nějak zásadně ovlivnilo jejich stravování z hlediska péče o zdraví.



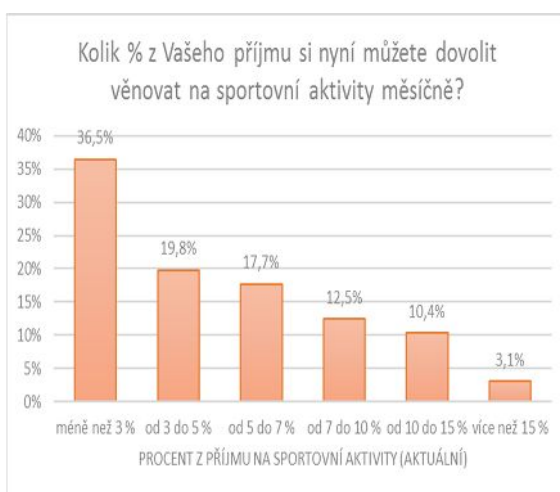
Graf 17 Vliv finanční situace na stravu (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 17, který zobrazuje podíl odpovědí na otázku . 24 „Ovlivňuje Vaše finanční situace Vaši stravu?“ je patrné, že většinu respondentů (41,3 %) „ano“, to znamená, že musejí přizpůsobovat stravování stavu svých financí, 35,8 % dotazovaných je na tom o něco lépe (odpovědi „spíše ano“) a pouze 22,9 % respondentů (odpovědi „spíše ne“ 12,8 % a „ne“ 10,1 %) se při výběru zdravé stravy nemusí na svou finanční situaci ohlížet, neovlivňuje je.

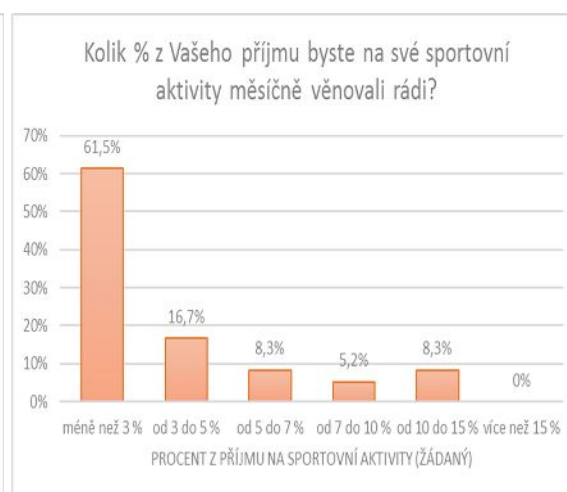
Odpovědi na otevřenou otázku . 25 „Jaké další faktory ovlivňují Vaše stravování?“ byly velmi rozmanité. Kromě volného času a financí uvádějí respondenti faktory jako „ekologie“, „sezónnost“, „kvalita výrobků“, „životní prostředí“ i „infrastruktura“.

4.2.5 Cíle analýza výdajů spotřebitelů na zdravý životní styl

Otázky . 15, 16, 26 a 27 v dotazníku byly nastaveny tak, aby bylo možno zjistit, jednak kolik lidí utratí za sportování a zdravou stravu za měsíční skutečnou a jednak kolik by utratili, kdyby je neomezovaly finance.



Graf 18 %příjmu na sportovní aktivity měsíčně (aktuální) (Voroněž)
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 19 %příjmu na sportovní aktivity měsíčně (žádání) (Voroněž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Grafy 18 a 19 s odpověďmi na otázky . 15 a 16, týkající se zjištění skutečných (reálných) a možných (v rovině předpokladů) výdajů na sportovní aktivity jsou umístěny pro lepší porovnání výsledků vedle sebe. Z Grafu 18 je patrné, že většina respondentů (36,5 %) vynaloží na sportovní aktivity „méně než 3 %“ ze svých příjmů a s nárůstem procenta financí, které respondenti na sport reálně měsíčně vynakládají, jejich podíl klesá. Graf 19 ve srovnání s Grafem 18 potvrzuje, že respondenti vkládají do sportování ve skutečnosti (reálně) více peněz, než by si přáli. Více než polovina dotazovaných (61,5 %) by totiž do sportovních aktivit vkládala financí co nejméně (volila možnost „méně než 3 %“ z příjmu), 16,7 % respondentů má představu, že by do sportu investovala „od 3 do 5 %“ ze svých příjmů, od 5 do nanejvýš 15 % by bylo ochotno vložit peníze do sportování celkem

21,6 % respondent , ale nad 15 % z p íjm by z dotazovaných do sportovních aktivit neuložil nikdo.



Graf 20 %p íjm na správnou výživu měsíčně (aktuální) (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování



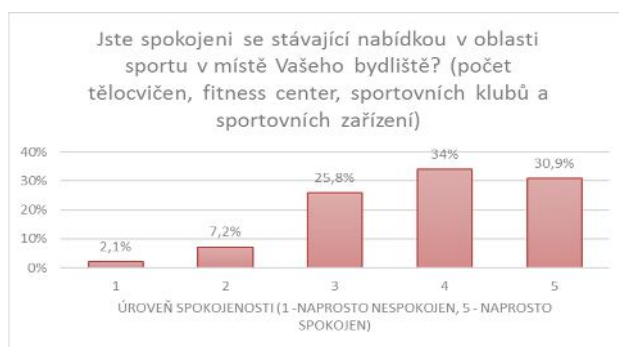
Graf 21 %p íjm na správnou výživu měsíčně (žádaný) (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 20 ukazuje procento z p íjmu, které dotazovaný vynakládá ve skutečnosti (reáln) na správnou výživu za měsíc. Nejvíce respondent (24,3 %) zvolilo rozmezí „od 10 do 20 %“. Celkem 52,3 % (v sou tu) respondent vynakládá reáln na zdravou stravu měsíčně mén než 10 % ze svých p íjm , z toho 11,2 % dotazovaných investuje do zdravé stravy dokonce mén než 5 % z p íjmu. Nad 20 % z p íjm na zdravé potraviny vynakládá celkem 23,4 % dotazovaných. Graf 21 se od Grafu 20 dosti výrazn liší – srovnává reáln skute nost s p áním a p edstavou. Pokud by se respondenti ídili svým p áním, investovalo by jich do zdravé výživy 27,0 % maximáln 5 % p íjmu, v rozmezí od 5 do 10 % p íjmu celkem 29,8 % respondent, ástku 10 až 20 % z p íjmu by na zdravou stravu bylo ochotno vynaložit 25,0 % dotázaných a více než 30 % p íjmu by bylo ochotno utratit za zdravé stravování celkem 18,2 % respondent .

4.2.6 Cíl f) zkoumání úrovn spokojenosti spot ebitel s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu

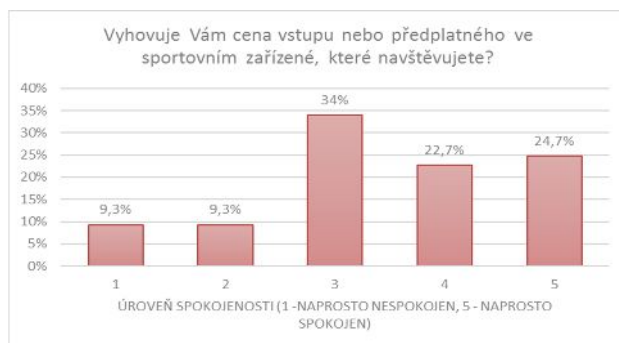
Poslední skupinou otázek v dotazníku byly otázky zkoumající úrove spokojenosti spot ebitel m sta Voron ž s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu. Otázky u respondent zjiš ovaly, zda je v m st dostate ný po et t locvi en, jestli je zde

cvičení a sportovní cenov dostupné, jsou-li respondenti spokojeni s po tem obchod , kde si mohou koupit potraviny a produkty zdravé výživy, zda jim vyhovují ceny t chto produkt .



Graf 22 Úroveň spokojenosti s po tem t locvi en, fitness center atd. (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 22 vyplývá, že obecn jsou dotazovaní lidé s nabídkou v oblasti sportovního vyžití v míst svého bydliště spíše spokojeni. Naprosto spokojeno (ve sloupci 5) je 30,9 % dotazovaných, spíše spokojeno (ve sloupci 4) je 34 % a prům rn spokojeno (ve sloupci 3) je 25,8 % respondent . Pouze 2,1 % dotázaných (ve sloupci 1) je naprosto nespokojeno a 7,2 % je spíše nespokojeno.



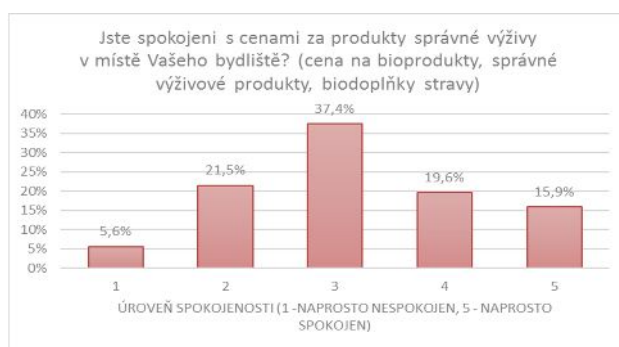
Graf 23 Úroveň spokojenosti s cenami vstupu/p edplatného do sportovního klubu (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Pr m rná cena za p edplatné nebo jednorázový vstup do t locvi ny v m st Voron ži je pro více než polovinu dotázaných přijatelná – 34 % respondent (ve sloupci 3) je s ní celkem spokojeno, naprosto je s ní nespokojeno (ve sloupcích 1 a 2) však jen 18,6 % respondent , zatímco tém polovina dotázaných projevila s cenou vstupného spokojenost až naprostou spokojenost (ve sloupcích 4 a 5).



Graf 24 Úroveň spokojenosti s počtem a dostupností zdravých potravin (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Ve vztahu k nabídce v oblasti správné výživy se respondenti rozdělili rovněž na přibližně polovinu. Nepokojenost (ve sloupcích 1–3) projevilo v souhrnu 51,4 % respondentů. Ostatních 28 % (ve sloupci 4) je spíše spokojeno, a 20,6 % (ve sloupci 5) dokonce naprosto spokojeno.



Graf 25 Úroveň spokojenosti s cenami za produkty správné výživy (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Rozložení sloupců v Grafu 25 naznačuje, že cena bioproduktů a potravinářských výrobků je v tšinou respondentů nejmenší akceptovatelná. Naprostou nespokojenost (ve sloupci 1) vyjádřilo 5,6 % dotazovaných, spíše nespokojenost a spokojenost (ve sloupcích 2 a 3) projevilo 58,9 % respondentů, na druhé straně (ve sloupcích 4 a 5) projevilo 35,5 % respondentů spíše spokojenost až naprostou spokojenost.

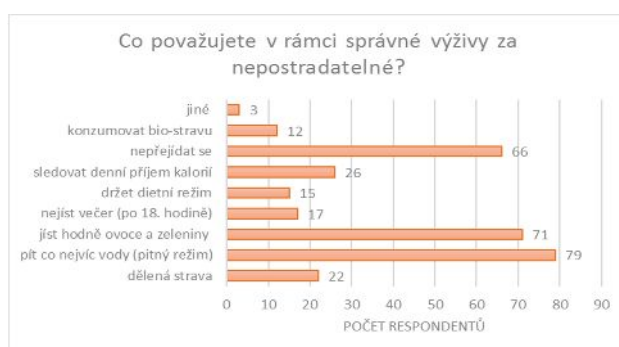
4.3 Dotazníkové šetření v Praze

4.3.1 Cíl a) jasné definování, co je to zdravý životní styl a co je jeho součástí



Graf 26 Názoru na „zdravý životní styl“ (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Jak je vidět z Grafu 26, respondenti v České republice považují „Sport“ za nejdůležitější ukazatel zdravého životního stylu – tuto odpověď si vybralo 133 ze 150 respondentů. Na dalších místech v pořadí důležitosti následují „správná výživa“ (133 respondentů) a „plnohodnotný spánek“ (99).

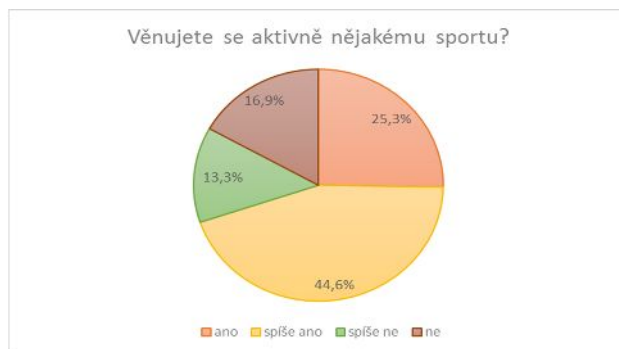


Graf 27 Nepostradatelné u správné výživy (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 27 lze vyvodit, že za nepostradatelné v rámci správné výživy považují dotazovaní Pražané pitný režim, tj. „pít co nejvíc vody“, který upřednostňuje 79 respondentů, „jíst hodně ovoce a zeleniny“ (71 respondentů) a „nepřejídat se“ (66 respondentů). Ostatní možnosti volili dotazovaní jen v malém počtu (26 a méně respondentů).

4.3.2 Cíl b) identifikace souhrnného obrazu poptávky po zdravém životním stylu v ČR

Otázky 5–8, 19 a 20 byly postaveny tak, aby z odpovědí na ně bylo možno vyvodit, do jaké míry respondenti aplikují svou představu zdravého životního stylu do svého běžného života.



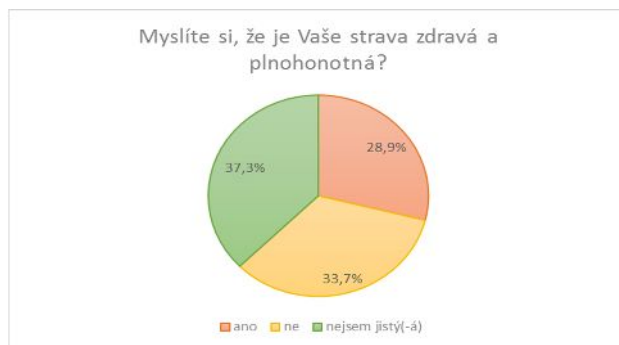
Graf 28 V nování sportu (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 28 se dá usoudit, že většina respondentů (104, tj. 69,9 %) buď aktivně sportuje (25,3 %), nebo se sportu alespoň jakým způsobem vnuje (44,6 %). Pouze 16,9 % dotazovaných uvedlo, že nesportuje vůbec. Pro případ analýzy založené na věkovém rozdělení respondentů je třeba vzít v potaz, že sportu se aktivněji a více vnují respondenti ve věkových skupinách do 26 let (78 %) a 26–65 let (65 %). Ve skupině respondentů v důchodovém věku sportovní aktivita výrazně klesá – kladně odpovědělo v této věkové kategorii pouze 36 % dotázaných. (viz. grafy . 48, 49, 50)

Pražští respondenti sportují nejvíce „v tělocvičnách“ (52 %), mnohem méně dotazovaných sportuje „v přírodě“ (26 %) nebo „doma“ (23 %), přičemž někteří respondenti zvolili možnost obě – sportují jak „doma“, tak „v přírodě“. Pouze 3 % respondentů cvičí „jinde“. (viz. graf . 62)

Většina pražských respondentů (59) preferuje „posilovací cviky“. Oblíbené jsou rovněž „kardiocvičení“ (43 respondentů) a „přírodní procházky“ (29). Celkem devět respondentů uvedlo „jiné“ sportovní aktivity jako tanec, kruhové tréninky, squash, jízdu na kole nebo badminton. (viz. graf . 63)

Téměř polovina respondentů (43,5%) se věnuje sportu v průměru 2 až 4 hodiny týdně, 4 až 6 hodin v týdnu stráví sportováním 27,4 % respondentů, zatímco 21 % respondentů sportuje méně než 2 hodiny týdně. Na druhé straně se 8,1 % dotazovaných věnuje sportu více než šest hodin týdně. (viz. graf . 64)



Graf 29 Názor zda je strava zdravá (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Podle Grafu 29 považuje pouze 28,9 % respondent svou výživu za zdravou a plnohodnotnou. Naopak 33,7 % respondent si je v domo toho, že jejich stravování zdravé a plnohodnotné není, a 37,3 % si kvalitou své stravy není jisto. S p íhlédnutím k v kovým skupinám lze konstatovat, že v Praze odpov d li na tuto otázku „ano“ nej ast ji zástupci st ední v kové skupiny (od 26 do 65 let) – 52 %. Nejmenší procento odpov dí „ano“ bylo zaznamenáno ve skupin respondent d chodového v ku – 15 %. (viz. grafy . 51, 52, 53)

Další dotazování se týkalo už jen 99 respondent ze 150.

V tšina respondent (36 z 99 dotazovaných) se stravuje v pr m ru ty íkrát denn . Celkem 30 lidí uvedlo, že jedí t íkrát denn , a u 19 dotazovaných se strava skládá z p ti jídel denn . Celkem alarmující je zjišt ní, že 3 z 99 respondent jedí pouze 1krát za den. (viz. graf . 65)

4.3.2 Cíl c) nalezení faktorů, které vedou spot ebitele k volb zdravého životního stylu

Faktory, které vedou spot ebitele k volb zdravého životního stylu, zkoumaly otázky . 9, 10 a 24. Odpovídalo na n 99 respondent .

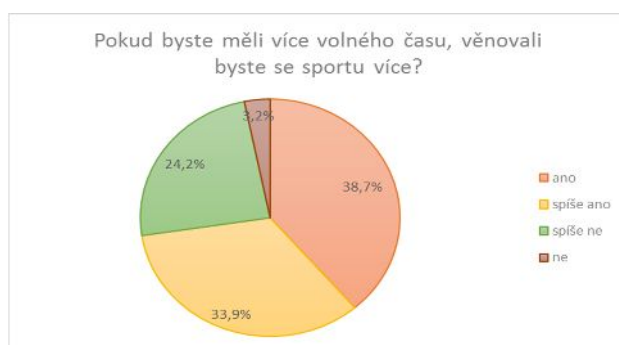
V tšina respondent motivuje k zapojení do sportu sama sebe – 86 z 99 odpov d lo „osobní p edsv d ení“ na otázku . 9 «Co Vás ke sportovním aktivitám motivuje nejvíce?». Další nej ast jší volbou je odpov „názory p íbuzných“. Je zajímavé, že žádný z respondent se nedomnívá, že by reklama m la na jejich motivaci alespo minimální vliv. (viz. graf . 66)

Hlavními motivacemi iniciátoři pravidelného sportování pražských respondentů jsou „vzhled“ – ten je důležitý pro 58 z 99 dotazovaných, „zdraví“ – pro 52 dotazovaných, a „touha pokračovat sám sebe“ motivuje 35 dotazovaných. Ze zvyku sportuje 28 respondentů, ostatní faktory jsou v tomto srovnání celkem zanedbatelné („názory příbuzných“ - 8, „jiné“ - 7). (viz. graf . 67)

Naprostě převažující motivací ke zdravému stravování je u pražských respondentů „osobní preference“ (82 z 99) – daleko nejvíce převyšuje ostatní možné odpovědi. Z ostatních motivací faktor sehrává ještě nikoli nepodstatnou roli „nemoc (dieta)“ – zvolilo 13 respondentů. Méně než 10 dotázaných motivují „profesionální potřeby“ (9), „názory příbuzných“ (7) a „reklama“ (5), zatímco 12 z 99 dotázaných zdravé stravování neeší. (viz. graf . 68)

4.3.3 Cíl d) nalezení charakteristik (determinantů) ovlivňujících poptávku po zdravém životním stylu

Skupiny otázek . 11–14 a 23–25 pomohou odhalit, nakolik důležitými determinanty ovlivňujícími životní styl pražských respondentů jsou volný čas, finanční situace (příjmy) a ceny statků a služeb.

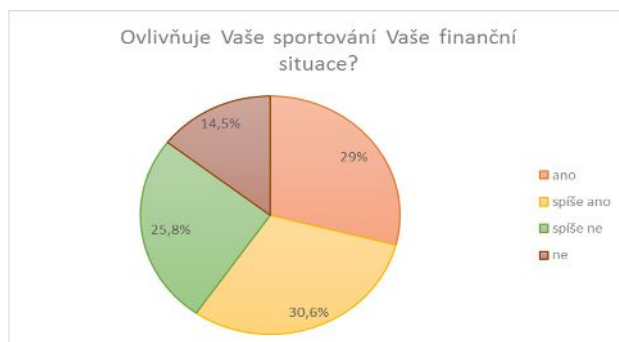


Graf 30 Vliv volného času na sport (Praha)

Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 30 jednoznačně plyne, že pro pražské respondenty je sportování velice důležitou součástí jejich životního stylu, protože pokud by měli více volného času, ve většině případů (celkem 72,6 % z dotázaných) by se sportu věnovali ještě více – 38,7 % „ano“ a 33,9 % „spíše ano“. U necelé třetiny respondentů by více volného času na jejich sportování v žádném

vliv nemá (24,2 % – odpovědi „spíše ne“) a pouze 3,2 % dotázaných dalo najevo, že volný čas by je kvůli těmto sportovním problémům ovlivnil.



Graf 31 Vliv finanční situace na sport (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 31 celkem jasně vyplývá, že finanční situace má u dotazovaných v drtivé většině případů vliv. Více než polovina respondentů uvedla, že jejich finanční situace má na jejich sportování dopad – 29 % odpovědělo „ano“ a 30,6 % „spíše ano“. Jisté ovlivnění finanční situací cítí i dalších 25,8 % respondentů, kteří volili odpověď „spíše ne“, a pouze 14,5 % dotázaných uvedlo, že finanční situace na jejich sportování vliv nemá.

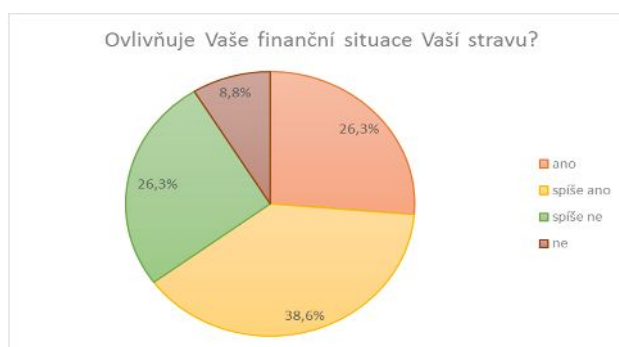
Výsledek zkoumání, nakolik ovlivňuje vztah respondentů ke sportování cena vstupu/permanentky do sportovního klubu/zájezdů, je celkem logicky velmi podobný výsledku předchozího šetření – jaký vliv má na sportování finanční situace respondentů. Cena vstupu/permanentky do sportovního zájezdu více než polovinu respondentů při sportování ovlivňuje (omezuje) – 29 % respondentů odpovědělo „ano“ a 27,4 % „spíše ano“. Dalších 17,7 % dotázaných neovlivňuje nijak zásadně (odpověděli „spíše ne“) a dalších 16,1 % s cenou vstupu/permanentky do sportovního zájezdu problém nemá. Menšina respondentů (9,7 %) ve sportovním zájezdu i klubu necvičí. (viz. graf 69)

V odpovědích na otázku 14 „Jaké další faktory ovlivňují Vaše sportování?“ respondenti uváděli především „náladu“, „lokalitu“, „počasí“ a „vzdálenost“ terénu nebo místa konání sportovní aktivity od bydliště.



Graf 32 Vliv volného času na stravu (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Na otázku . 23 „Myslíte si, že kdybyste měli více volného času, stravovali byste se více zdravě?“ odpovídala kladně více než polovina respondentů – v případě více volného času by se jednoznačně zdravěji stravovalo 31,6 % respondentů (odpovědi „ano“) a 36,8 % by se o to jistě pokusilo (odpovědi „spíše ano“). Pochybnost vyjádřilo 26,3 % dotázaných (odpovědi „spíše ne“) a pouze 5,3 % odpovědělo „ne“, že tedy více volného času by na jejich stravování vliv nemělo.



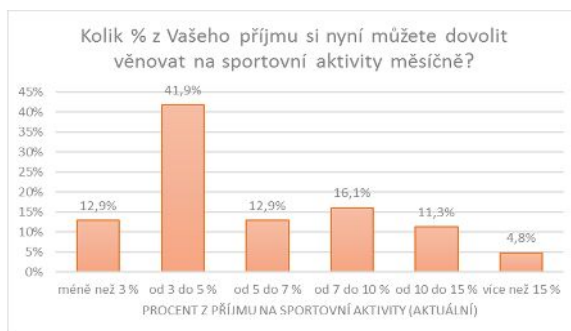
Graf 33 Vliv finanční situace na stravu (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 33 celkem jednoznačně vyplývá, že finanční situace stravování u více než poloviny respondentů ovlivňuje – 26,3 % odpovědělo „ano“ a 38,6 % „spíše ano“. Z celkového počtu dotázaných jich 26,3 % připustilo, že finanční situace na jejich stravu zásadní vliv nemá (odpovědi „spíše ne“) a jen u 8,8 % dotázaných stravování na financích nezávisí vůbec.

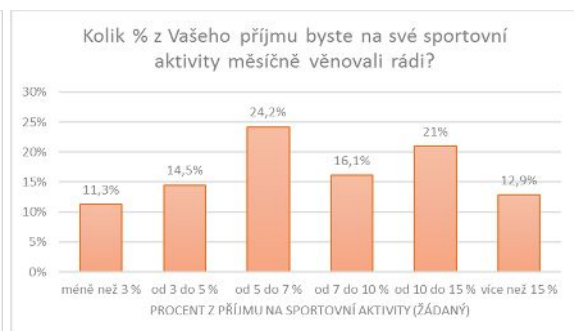
Otázka . 25 „Jaké další faktory ovlivňují Vaše stravování?“ byla otevřená a respondenti v odpovědích na ni uváděli především faktory, který plynuly i z odpovědí na jiné otázky podobného typu – jejich stravování ovlivňuje finanční situace, dostatek i nedostatek volného času, ale také nálada nebo stres.

4.3.4 Cíl e) analýza výdaj spotřebitelů na zdravý životní styl

Otázky 15–16 a 26–27 zjišťovaly, kolik peněz vynakládají respondenti na sportovní aktivity a zdravé stravování měsíčně (v závislosti na jejich reálné finanční situaci) a kolik by vynakládali, pokud by svými skutečnými příjmy vázáni nebyli a mohli v tomto směru možnost neomezené, svobodné volby.



Graf 34 %příjmu na sportovní aktivity měsíčně (aktuální)(Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 35 %příjmu na sportovní aktivity měsíčně (žádáný)(Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 34 a 35 lze vyvodit obecný závěr, že respondenti oslovení v Praze by na sportovní aktivity rádi vynaložili více peněz, než si mohou reálně dovolit. Graf 34 ukazuje, že skutečné měsíční náklady na sportovní činnost se u 41,9 % respondentů pohybují mezi 3–5 % příjmu, a 12,9 % dotázaných si může dovolit investovat do sportovní činnosti dokonce méně než 3 % z měsíčních příjmů. V těchto nákladech do sportování si může dovolit měsíčně méně než polovina dotázaných – 5 a více % měsíčních příjmů investuje do sportu v součtu pouze 35,1 % respondentů. Graf 35 ukazuje, že procento respondentů, kteří by do sportování rádi vložili více peněz z měsíčního příjmu, než si mohou reálně dovolit, je mnohem vyšší – 5 a více % příjmů by do sportovních aktivit rádo vložilo v součtu 74,2 % respondentů.



Graf 36 %p íjm na správnou výživu m sí n (aktuální) (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

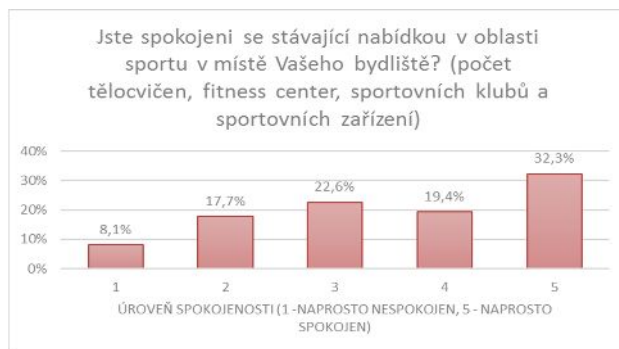


Graf 37%p íjm na správnou výživu m sí n (žádaný) (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Grafy 36 a 37 naznačují, že rovněž na správné a vyvážené stravování by respondenti rádi vynaložili více peněz, než jim jejich skutečné příjmy dovolují. Graf 36 dokládá celkem rovnoměrné rozložení respondentů z hlediska vynakládání finančních prostředků měsíčně na zdravé stravování – v součtu rovných 50 % dotázaných vynaloží na zdravou stravu méně než 10 % měsíčního příjmu, zatímco 21,4 % dotázaných investuje do zdravé výživy reálně 10–20 % měsíčního příjmu a v součtu jen 28,6 % respondentů utratí za zdravou výživu více než 20 % měsíčního příjmu. Z Grafu 37 naproti tomu vyplývá, že přání a realita spolu příliš nekorrespondují – více než 10 % měsíčních příjmů by do zdravé stravy rády investovaly téměř dvě třetiny dotázaných (v součtu 73,2 %); pod touto hranicí zůstalo v součtu jen 26,8 % respondentů.

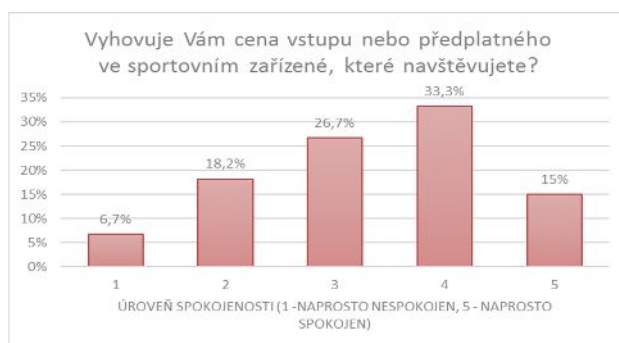
4.3.5 Cíl f) zkoumání úrovně spokojenosti spotřebitelů s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu

Poslední skupina otázek zjišťovala stejně jako ve Voronžích tak i v Praze úroveň spokojenosti obyvatel s existující nabídkou sportovních a stravovacích možností. Otázky zjišťovaly jednak spokojenost respondentů se škálou a cenovou úrovní sportovního vyžití ve městě a jednak jejich spokojenost s obchody, kde je možno si zdravé potraviny a výživu obstarat, a s cenovou dostupností produktů zdravé výživy.



Graf 38 Úroveň spokojenosti s poskytovanou nabídkou v oblasti sportu v místě Vašeho bydliště? (počet tělocvičen, fitness center, sportovních klubů a sportovních zařízení) (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 38 lze vyvodit následující závěr – v oblasti sportu jsou lidé se stávající nabídkou sportovního vyžití (tělocvičen, fitness center, sportovních klubů a dalších sportovních zařízení) ve městě spíše spokojeni. Spokojenost projevila více než polovina dotázaných (51,7 %) – z toho naprostou spokojenost 32,3 % respondentů. Pro průměrnou spokojenost vyjádřilo 2,6 % dotázaných, nespokojenost 17,7 % a naprostou nespokojenost pouze 8,1 % respondentů.



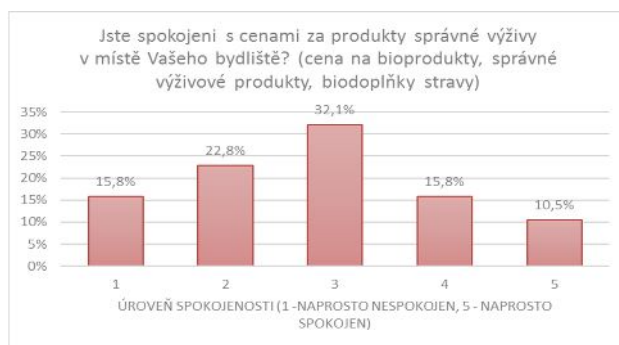
Graf 39 Úroveň spokojenosti s cenami vstupů / předplatného do sportovního klubu (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Z Grafu 39 je patrné, že s procentem dotázaných stoupá i jejich spokojenost s cenou vstupného i permanentky do sportovních zařízení, která navštěvují – spokojenost vyjádřila téměř polovina respondentů (48,3 %), z toho 15 % naprostou spokojenost. Pro průměrnou spokojenost projevilo jen 26,7 % dotázaných, nespokojenost 18,2 % a naprostou nespokojenost pouze 6,7 % respondentů.



Graf 40 Úroveň spokojenosti s počtem a dostupností zdravých potravin (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Míru spokojenosti s nabídkou v oblasti správné výživy v místě bydliště respondentů přibližuje Graf 40. I zde projevila více než polovina dotazovaných (v souhrnu 54,4 %) spíše spokojenost, z toho 21,1 % dokonce naprostou spokojenost. Pro průměrnou spokojenost vyjádřilo 24,6 % dotázaných, spíše nespokojeno bylo 17,5 % a naprosto nespokojeno 3,5 % respondentů (tj. pouhé 4 osoby).



Graf 41 Úroveň spokojenosti s cenami za produkty správné výživy (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Názory na ceny produktů zdravé výživy v místě bydliště respondentů nebyly nijak jednoznačné. Největší procento dotazovaných (32,1 %) vyjádřilo s cenami průměrnou spokojenost. Ze srovnání ostatních názorů pak vyplynulo, jak dokazuje Graf 41, že více respondentů projevilo s cenami spíše nebo naprostou nespokojenost (38,6 %) než spíše i naprostou spokojenost (26,3 %).

4.4 Analýza šetření

Pro splnění hlavního cíle této práce, jímž je zjištění postoje obyvatel ke zdravému životnímu stylu v České republice a Rusku, slouží jako východisko analýza postoje vybraného vzorku obyvatel ze dvou měst – 150 z ruské Voroneže a 150 z Prahy. Podkladem této analýzy je srovnání názorů respondentů obou měst získaných pomocí dotazníku. Hlavním cílem praktické části práce je zodpovězení otázky, zda existuje, případně jak je veliký, rozdíl v postoji vybraných skupin obyvatel k dané problematice ve Voroneži a v Praze. Vzájemné celkové srovnání vyplyne z analýzy dle cílů stanovením hypotéz.

První dílící cíl – **a) jasné definování, co je zdravý životní styl a co je jeho součástí.** Z výsledků dotazníkového šetření se dá odvodit hypotéza, že vnímání zdravého životního stylu a jeho součástí je u respondentů v obou městech v podstatě totožné.

Z výše uvedené studie lze vyvodit následující závěry: definování zdravého životního stylu v Praze a Voroneži je v zásadě podobné. Ke zdravému životnímu stylu podle většiny respondentů v obou městech patří sport, správná výživa a plnohodnotný spánek. Tento názor odpovídá i celosvětovému trendu v pohledu na zdravý životní styl. Nepatrný rozdíl lze vidět v názoru, zda k indikátorům zdravého životního stylu patří i eliminace škodlivých návyků. Ve Voroneži vyslovilo s touto tezí souhlas 99 ze 150 lidí (66 %), zatímco v Praze pouze 65 ze 150 respondentů (43,3 %). Výrazná shoda mezi respondenty z obou měst se projevila kupříkladu v názoru na důležitost vlivného odpočinku a psychohygieny obyčejných faktorů zdravého životního stylu – v obou městech se pro důležitost tohoto faktoru vyslovil jen malý počet lidí, méně než polovina. Přestože podle názoru odborníků a veřejných organizací je psychohygienu pro zdravý životní styl stejně důležitá jako sport a správná výživa.

Nicméně na základě výše srovnaných ukazatelů lze konstatovat, že definování zdravého životního stylu a představa jeho naplnění jsou ve Voroneži i v Praze prakticky velmi podobné.

Druhý dílící cíl – **b) identifikace souhrnného obrazu poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku.** Ze sledování tohoto cíle vyplývá hypotéza, že obraz poptávky

po zdravém životním stylu se v m stech pr zkumu pon kud liší. Rozdíly existují jednak v tom, kolik lidí se v jednotlivých m stech zapojuje aktivně do sportování a kolik jich preferuje zdravé stravování, a jednak v tom, kolik času v nují sportovním aktivitám a jaké druhy sportu preferují.

Na základ výše uvedené studie lze konstatovat, že jak v Praze, tak ve Voron ži se v tšina respondentů n jakým sportem zabývá. V Praze je procento respondentů , kte í tíhnou k aktivnímu sportování, vyšší (69,9 %), ve Voron ži o n co nižší, nicmén í tak p edstavuje více než polovinu dotazovaných (56 %). Pokud jde o vztah ke zdravému a správnému stravování, údaje v obou m stech se prakticky neliší – jak v Praze, tak ve Voron ži p íbližn 40 % respondentů p ípouští, že se nestravuje zdrav a správn , a naopak asi 25 % dotazovaných v obou m stech je p esv d eno, že jejich strava zdravá a plnohodnotná je.

Výsledky pr zkumu ukazují, že se respondenti liší i v délce času, který jsou ochotni nebo schopni strávit sportováním. Z odpov dí se dá vyvodit, že p íbližn shodný počet respondentů ve Voron ži i v Praze v nuje sportu 2–4 hodiny týdn , ve Voron ži je však ve srovnání s Prahou v tší procento lidí, kte í se aktivnímu sportování v nují i více než 6 hodin v týdnu.

V obou m stech jsou nejoblíben jšími sportovními aktivitami posilovací cviky, kardiocvi ení a p ší procházky – tato skute nost m že být ovlivn na tím, že tyto druhy sportovních aktivit jsou preferovány i jinde ve sv t a jsou považovány za efektivní pro udržení kondice, zdraví i vzhledu. Na druhé stran v tší počet respondentů v Praze uvedl jako oblíbenou formu sportovního vyžití cyklistiku, zatímco ve Voron ži se cyklistika v tší oblib net ší, což je dáno patrn jinými podmínkami – klimatickými, sociálními a kulturními.

Na základ výše uvedených srovnání lze uzav ít, že v obrazu poptávky po zdravém životním stylu není v obou m stech až na drobné odchylky žádný markantní rozdíl.

Třetí díl cíle – c) **nalezení faktoru, který vede spotřebitele k volbě zdravého životního stylu.** V tomto směru byla stanovena hypotéza, že se motivace lidí ke sportování a zdravému stravování v obou městech prakticky neliší.

Co se týká sportu, hlavním motivačním faktorem, který ovlivňuje sportování respondentů v obou městech, je osobní představa jedinice. Rovněž ostatní motivační faktory jsou zastoupeny v podobné míře, z čehož lze usoudit, že v názorech na motivaci ke sportování v Praze a ve Voroněži prakticky neexistuje rozdíl.

Pokud jde o motivaci ke správné výživě, sehrává u respondentů hlavní roli jejich vlastní názor, a to jak v Praze, tak ve Voroněži. Podobnou měrou byly v odpovědích respondentů v obou městech zastoupeny i další motivační faktory – názor blízkých osob, reklama, zdraví/nemoc – tedy opět velmi podobná názorová shoda respondentů z obou měst.

Na základě výše uvedených srovnání lze tedy shrnout, že hlavním motivačním faktorem při rozhodování o sportu nebo stravě je osobní představa jedinice a že ostatní uváděné motivační stimuly jako názor příbuzných, reklama i profesní potřeby mají na volbu spotřebitele jen menší vliv. Toto stanovisko se týká jak Prahy, tak Voroněže.

čtvrtý díl cíle: d) **zjištění charakteristik ovlivňujících poptávku spotřebitele po zdravém životním stylu.** V tomto směru byla stanovena hypotéza, že volný čas, finanční příjmy spotřebitele a cena statků a služeb mají na sportování a stravování respondentů v obou městech prováděného výzkumu určitý vliv – v obou městech ovšem poněkud odlišný.

Prvním zkoumaným faktorem (determinantem) byl volný čas. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že bude-li mít respondent více volného času, začne se zdravěji stravovat. Pokud jde o sport, tam se názory respondentů poněkud rozešly – v Praze by začalo v případě více volného času sportovat více 72,5 % respondentů, zatímco ve Voroněži by začalo více sportovat pouze 48,5 % dotázaných. Z toho dá se usoudit, že volný čas jako determinant sportování je v Praze důležitější než ve Voroněži. Pokud jde o správnou výživu, respondenti v obou městech se vyslovili prakticky shodně, že volný čas jejich správnou a plnohodnotnou výživu ovlivňuje.

Druhým zkoumaným faktorem (determinantem) byl příjem spotřebitelů. Pokud jde o vliv výše příjmu na sportování, nebyly názory jednoznačné. Respondenti se v tomto směru rozdělili v obou městech téměř rovnoměrně na dvě poloviny – polovina nepochybuje o tom, že finanční příjem má na sportovní vyžití rozhodný vliv, druhá polovina to takto nevnímá. Větší vliv pocí uží respondenti, kteří chodí cvičit do tělocvičen a sportovních zařízení, kde se vstup platí, zatímco respondenti, kteří cvičí a sportují doma nebo v přírodě, vliv finančních příjmů na sportování nevnímají tak citelně. Vliv příjmu na správné stravování v Praze a ve Voronžích vnímají respondenti obou měst odlišně – vliv financí/příjmu na kvalitu stravování/výživy pocí uje v Praze přibližně 60 % respondentů, zatímco ve Voronžích zaznamenává toto ovlivnění až 80 % dotázaných.

Třetím zkoumaným faktorem (determinantem) byla v tomto směru cena za předplatné nebo vstup do sportovního zařízení – tělocvičny, posilovny nebo fitness centra. V tomto směru je naopak patrná opačná podobnost názorů respondentů z Prahy a Voronž. Cena je podle mínění dotazovaných z obou měst určitelem ovlivňujícím poptávku po zdravém životním stylu.

Výsledek dotazníkového šetření je zřejmý – zkoumané determinanty ovlivňují víceméně shodně jak sportovní aktivity, tak stravování spotřebitelů v obou městech. V Praze hraje o něco významnější roli volný čas (pražští respondenti by sportovali více) a ve Voronžích zase spotřebitelský příjem (voronžské respondenty omezuje ve sportovních aktivitách více).

Pátý díl cíle: **e) analýza výdajů spotřebitelů na zdravotní analýzu spotřebitelských výdajů**. Ze zkoumání tohoto cíle lze vyvodit hypotézu, že v České republice utratí lidé za sportování a správnou výživu více peněz než v Rusku.

Na základě údajů získaných z průzkumu lze dospět k následujícím výsledkům. Pokud jde o výdaje na sport, lze konstatovat, že jak v Praze, tak ve Voronžích většina respondentů (asi 70 %) vydává na sport méně než 7 % ze svých příjmů, ostatní vydávají 7 a více % příjmu. V tomto směru jsou na tom respondenti obou měst přibližně stejně. Pokud jde o procento příjmu vynaložené na správnou výživu, je situace obdobná – podíl odpovídá téměř

totožný. Ve Voroneži i v Praze vydává 50 % respondent mén než 10 % svých p íjm na správnou výživu a zbývajících 50 % vydává v r zné mí e více než 10 % svých m sí ních výd lk .

Dá se tedy shrnout, že pokud o výdaje na zdravý životní styl, jde p íbližn o stejné procento p íjm respondent v Praze i ve Voron ži.

Šestý díl í cíl: **f) zkoumání úrovn spokojenosti spot ebitel s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu.** Ze zkoumání tohoto díl ího cíle vyplynula hypotéza, že v eské republice jsou lidé s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu spokojeni více než v Rusku.

U otázek týkajících se tohoto tématu volili respondenti odpov di v rozsahu stupnice: 1 – naprosto nespokojen, až 5 – naprosto spokojen. Od 3. stupn sm rem k 5. už byla odpov vnímána jako uspokojující.

Ze zkoumání situace v této oblasti vyplynulo, že respondenti v obou m stech jsou s možnostmi pro realizaci zdravého životního stylu spíše spokojeni. S nabídkou v oblasti sportovního vyžití v míst bydlišt , konkrétn s dostupností sportovních za ízení, je ve Voron ži spokojeno asi 90 % respondent , v Praze je spokojených o n co mén – necelých 75 % dotázaných. V oblasti správné výživy, jmenovit s po tem obchod , kde je možno koupit bioprodukty a další výrobky správné výživy, je množství spokojených respondent obdobné – n co p es 78 % ve Voron ži i v Praze. Obecn lze konstatovat, že s nabídkou v oblasti sportovního vyžití i správné výživy jsou lidé v obou m sech spíše spokojeni.

Co se tý e cen statk a služeb v oblasti zdravého životního stylu, projeвили respondenti jak ve Voron ži, tak v Praze rovn ž spíše spokojenost. S cenami za p edplatné nebo vstup do sportovních klub ve Voron ži i v Praze projeвило spokojenost p es 80 % respondent a podobn tomu bylo s cenami potraviná ských výrobk – ve Voron ži projeвило spokojenost o n co více respondent – p es 70 %, v Praze o n co mén – necelých 60 %.

Z výše uvedených skutečností lze usoudit, že v obou městech je s nabídkou možností pro realizaci zdravého životního stylu poměrně značná míra spokojenosti, přičemž úroveň spokojenosti ve Voronži je ještě o něco vyšší než v Praze.

5 Závěr

Předkládaná bakalářská práce se zabývávala analýzou poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku. Cílem bylo provést analýzu poptávky a srovnat situaci v této oblasti v těchto dvou státech na příkladu dvou vybraných měst – Praha a Voroněž. Analýza a srovnání byly provedeny na základě dotazníkového šetření, které se konalo ve městech pro analýzu vybraných. Na základě výsledku primárního průzkumu byla provedena analýza poptávky po zdravém životním stylu zvlášť ve Voroněži a zvlášť v Praze. Kritéria pro tuto analýzu vyplynula ze stanovených dílčích cílů této práce.

Další část práce byla zaměřena na komparaci poptávky po zdravém životním stylu v České republice a Rusku, ve vybraných městech na základě kritérií vyplývajících z dílčích cílů této práce. Hlavní otázka práce zněla: Existuje rozdíl v postojích spotřebitelů ke zdravému životnímu stylu v České republice a Rusku? Aplikací metody komparace bylo stanoveno následující:

1. Názory respondentů na definici zdravého životního stylu a jeho součástí v obou městech byly podobné, zároveň korespondují s celosvětovým názorem, že zdravý životní styl je neodmyslitelně spojen s správnou výživou, sportem a plnohodnotným spánkem.
2. Při identifikaci obrazu poptávky po zdravém životním stylu v Rusku s Rusku šlo o zjištění, zda existuje rozdíl v tom, jak často a aktivně se zde lidé zabývají sportem, zda se zdravě stravují a kolik času a peněz tomu věnují. Bylo zjištěno, že výrazný rozdíl v tomto směru mezi oběma městy není. Ve Voroněži stejně jako v Praze se většina respondentů sportu věnuje, i když v Praze představují procento o něco vyšší – 69,9 %, zatímco ve Voroněži jde o 56 %. Co se týče stravy, respondenti se ve svých odpovědích v podstatě shodují – v obou městech se kolem 25 % respondentů stravuje zdravě a asi 40 % dotázaných tvrdí, že jejich stravování zcela zdravé a plnohodnotné není. Mezi oběma městy tedy v tomto směru výrazný rozdíl není.
3. Dalším dílčím cílem práce bylo zaměření na nalezení faktorů, které vedou spotřebitele k volbě zdravého životního stylu, a zjištění, zda existuje výrazný rozdíl v motivaci spotřebitelů v Rusku a Rusku. Výzkumem bylo zjištěno, že hlavní motivací ke sportování v Praze i ve Voroněži je osobní představení jedince. Pokud jde o motivaci

ke zdravému a plnohodnotnému stravování, jsou na tom respondenti z obou měst podobně.

4. Dalším kritériem srovnání byly determinanty, které ovlivňují poptávku po zdravém životním stylu. Pro dotazníkové šetření byly vybrány následující determinanty: volný čas, příjem a cena za předplatné nebo vstup do tělocvičny za řízení. Výzkum ukázal, že vybrané determinanty mají na poptávku po zdravém životním stylu vliv. Nicméně v Praze tuto poptávku více ovlivňuje volný čas, zatímco ve Voronži spíše sportovní a stravovací příjem.
5. Část výzkumu se zaměřila na výdaje sportovních a správnou a plnohodnotnou stravu. Výsledky ukázaly, že respondenti obou měst jsou na tom podobně. Do sportování investuje většina dotazovaných méně než 7 % svých příjmů, na zdravou stravu vydává podobně polovina respondentů méně než 10 % a druhá polovina více než 10 % příjmů.
6. Posledním kritériem srovnání byla úroveň spokojenosti sportovními a stravovacími možnostmi pro realizaci zdravého způsobu života. Jak ukázal výzkum, ani u tohoto kritéria se neprojevil výrazný rozdíl. Ve všech případech projeví respondenti spíše spokojenost se stávajícími možnostmi realizace zdravého životního stylu. Úroveň spokojenosti byla ve Voronži vyšší než v Praze.

Důležitým závěrem vyplývajícím z komparace dat z dotazníkového šetření dvou vybraných měst je, že rozdíl v názorech a postojích respondentů byl jen nepatrný, což je známo například vzhledem k obecně panujícím názorům, že rozdíl mezi situacemi v České republice a Rusku musí být určitě výrazný.

6 Seznam použitých zdroj

6.1 Seznam literatury

DONALD N. STENGEL. *Managerial economics: concepts and principles*. New York: Business Expert Press, 2011. ISBN 9781606492192

HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 5. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2011. Beckovy ekonomické u ebnice. ISBN 978-80-7400-006-5

JURE KA, Václav. *Mikroekonomie*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 9788024732596

K IVOHLAVÝ, Jaro. *Psychologie zdraví*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-551-2

N. GREGORY MANKIW. *Principles of microeconomics*. 5th ed. Mason, OH: South-Western Cengage Learning, 2009. ISBN 9780324589986

ROBERT S. PINDYCK a DANIEL L. RUBINFELD. *Microeconomics*. 6. ed., internat. ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson, 2005. ISBN 0131912070

VARIAN, Hal R. *Mikroekonomie: moderní p ístup*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 9788085865257

. 2012; 1, 9-13. ISSN:1728-2810

6.2 Seznam internetových zdroj

ANON., nedatováno. Co je to zdravý životní styl? *Zdravý životní styl je super* [online]. [vid. 2017-03-30]. Dostupné z: <http://www.superzivotnistyl.cz/co-je-to-zdravy-zivotni-styl/>

ANON., nedatováno. Giffen v statek [online] [vid. 2017-06-18]. Dostupné z: <https://business.center.cz/business/pojmy/p1563-Giffenuv-statek.aspx>

ANON., nedatováno. What is determinant? definition and meaning. BusinessDictionary.com [online] [vid. 2018-03-07]. Dostupné z: <http://www.businessdictionary.com/definition/determinant.html>

ANON., nedatováno. WHO | Constitution of WHO: principles. WHO [online] [vid. 2017-05-15]. Dostupné z: <http://www.who.int/about/mission/en/>

BEGGS, Jodi, nedatováno. What Are the 5 Determinants of Demand? ThoughtCo [online] [vid. 2017-05-07]. Dostupné z: <https://www.thoughtco.com/the-determinants-of-demand-1146963>

EUROPE, World Health Organization Regional Office for, 1999. Healthy living : what is a healthy lifestyle? [online]. [vid. 2017-05-08]. Dostupné z: <http://www.who.int/iris/handle/10665/108180>

7 Přílohy

Seznam příloh

Příloha 1 Dotazníkové šetření.....	65
Příloha 2 Grafy - analýza na základě vlnkové rozdělení.....	68
Příloha 3 Grafy – výsledky dotazníkového šetření Voroněž	71
Příloha 4 Grafy – výsledky dotazníkového šetření Praha.....	73

Příloha 1 Dotazníkové šetření
Poptávka spotřebitelů po zdravém životním stylu

1. Vaše pohlaví?
 muž žena
2. Váš věk?
3. Znáte pojem „zdravý životní styl“?
 ano ne
4. Co je podle Vašeho názoru pro „zdravý životní styl“ nejdůležitější? (vyberte maximálně 4 odpovědi)
 správná výživa vnitřní psychická pohoda
 sport psychohygiena
 plnohodnotný spánek jiné.....
 eliminace škodlivých návyků

A) Sport

5. Vybíráte se aktivně nějakému sportu?
 ano spíše ne
 spíše ano ne

Pokud jste na otázku 5 odpověděl „spíše ne“ nebo „ne“, přejděte k části B) tohoto dotazníku – tj. „Správná a vyvážená strava“ – otázka 23.

6. Kde se sportujete v době volna?
 v tělocvičně v přírodě
 doma jinde.....
7. Jakou sportovní/fyzickou činnost vykonáváte?
 posilovací cviky pilates
 kardiocvičení bojová umění
 aerobik plavání
 jóga pouze rozvíjení
 fotbal je obtížné odpovědět
 přírodní procházky jiné
8. Kolik času v době volna sportujete týdně?
 méně než 2 hodiny 6 až 8 hodin
 2 až 4 hodiny více než 8 hodin
 4 až 6 hodin
9. Co Vás ke sportovním aktivitám motivuje nejvíce?
 názory příbuzných nemoc
 osobní představy reklama
 profesionální potřeby jiné
- vzhled

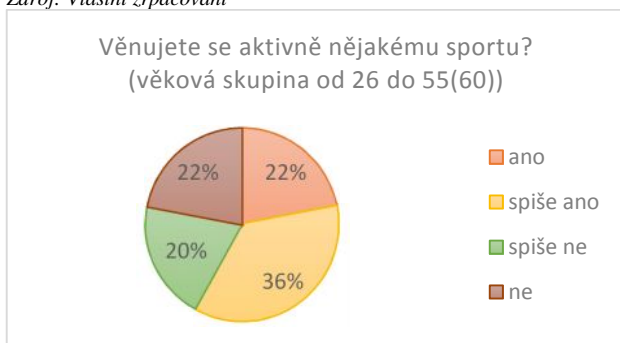
10. Co Vás motivuje v novat se sportu pravideln ?
- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> názory p íbuzných | <input type="radio"/> zdraví |
| <input type="radio"/> dobrá kondice | <input type="radio"/> touha p ekonávat sám sebe |
| <input type="radio"/> zvyk | <input type="radio"/> nesportuji pravideln |
| <input type="radio"/> vzhled | <input type="radio"/> jiné |
11. Pokud byste m li více volného asu, v novali byste se sportu více?
- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> ano | <input type="radio"/> spíše ne |
| <input type="radio"/> spíše ano | <input type="radio"/> ne |
12. Ovliv uje Vaše sportování Vaše finan ní situace?
- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> ano | <input type="radio"/> spíše ne |
| <input type="radio"/> spíše ano | <input type="radio"/> ne |
13. Ovliv uje Vaše sportování cena vstupu/permanentky do sportovního klubu/za ízení?
- | | |
|---------------------------------|--|
| <input type="radio"/> ano | <input type="radio"/> ne |
| <input type="radio"/> spíše ano | <input type="radio"/> necvi íte ve sportovním klubu/za ízení |
| <input type="radio"/> spíše ne | |
14. Jaké další faktory ovliv ují Vaše sportování?
.....
15. Kolik % z Vašeho p íjmu si nyní m žete dovolit v novat na sportovní aktivity m sí n ?
- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> mén než 3 % | <input type="radio"/> od 7 do 10 % |
| <input type="radio"/> od 3 do 5 % | <input type="radio"/> od 10 do 15 % |
| <input type="radio"/> od 5 do 7 % | <input type="radio"/> více než 15 % |
16. Kolik % z Vašeho p íjmu byste na své sportovní aktivity m sí n v novali rádi?
- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> mén než 3 % | <input type="radio"/> od 7 do 10 % |
| <input type="radio"/> od 3 do 5 % | <input type="radio"/> od 10 do 15 % |
| <input type="radio"/> od 5 do 7 % | <input type="radio"/> více než 15 % |
17. Jste spokojeni se stávající nabídkou v oblasti sportu v míst Vašeho bydlišt ? (po et t locvi en, fitness center, sportovních klub a sportovních za ízení)
Hodno te od 1 do 5, kde 1 = naprosto nespokojen a 5 = naprosto spokojen:
18. Vyhovuje Vám cena vstupu nebo p edplatného ve sportovním za ízené, které navšt vujete?
vyhovuje (hodno te od 1 do 5, kde 1 = naprosto vyhovuje a 5 = naprosto nevyhovuje)
nesportuji ve zpoplatn ném sportovním za ízení
- B) Správná a vyvážená strava**
19. Myslíte si, že je Vaše strava zdravá a plnohodnotná?
- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| <input type="radio"/> ano | <input type="radio"/> ne |
|---------------------------|--------------------------|
- Pokud jste odpov d li na otázku 23. „ne“, na následující otázky už neodpovídejte, Váš dotazník je u konce.**
20. Kolikrát denn jíte?

21. Co považujete v rámci správné výživy za nepostradatelné? (označte maximálně 4 odpovídi)
- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> dle denní stravy | <input type="radio"/> držet dietní režim |
| <input type="radio"/> pít co nejvíc vody (pitný režim) | <input type="radio"/> sledovat denní příjem kalorií |
| <input type="radio"/> jíst hodně ovoce a zeleniny | <input type="radio"/> nepojídat se |
| <input type="radio"/> nejíst večer (po 18. hodin) | <input type="radio"/> konzumovat bio-stravu |
| | <input type="radio"/> jiné |
22. Co Vás motivuje stravovat se zdravě?
- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> názory příbuzných | <input type="radio"/> reklama |
| <input type="radio"/> osobní přesvědčení | <input type="radio"/> nepřemýšlím o tom |
| <input type="radio"/> profesionální potřeby | <input type="radio"/> jiné |
| <input type="radio"/> nemoc (dieta) | |
23. Myslíte si, že kdybyste měli více volného času, stravovali byste se více zdravě?
- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> ano | <input type="radio"/> spíše ne |
| <input type="radio"/> spíše ano | <input type="radio"/> ne |
24. Ovlivňuje Vaše finanční situace Vaši stravu?
- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> ano | <input type="radio"/> spíše ne |
| <input type="radio"/> spíše ano | <input type="radio"/> ne |
25. Jaké další faktory ovlivňují Vaše stravování?
26. Jaké % z Vašich příjmů utratíte skutečně za správnou výživu měsíčně?
- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> méně než 5 % | <input type="radio"/> od 10 do 20 % |
| <input type="radio"/> od 5 do 7 % | <input type="radio"/> od 20 do 30 % |
| <input type="radio"/> od 7 do 10 % | <input type="radio"/> více než 30 % |
27. Jaké % z Vašich příjmů byste rádi vynaložili na správné a vyvážené stravování měsíčně?
- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> méně než 5 % | <input type="radio"/> od 10 do 20 % |
| <input type="radio"/> od 5 do 7 % | <input type="radio"/> od 20 do 30 % |
| <input type="radio"/> od 7 do 10 % | <input type="radio"/> více než 30 % |
28. Jste spokojeni se stávající nabídkou v oblasti správné výživy v místě Vašeho bydliště?
(počet a dostupnost bioproduktů, zdravých potravin, bioproduktů stravy)
Hodnotěte od 1 do 5, kde 1 = naprosto nespokojen a 5 = naprosto spokojen:
29. Jste spokojeni s cenami za produkty správné výživy v místě Vašeho bydliště?
(cena na bioprodukty, správné výživové produkty, bioproduktů stravy)
Hodnotěte od 1 do 5, kde 1 = naprosto nespokojen a 5 = naprosto spokojen:

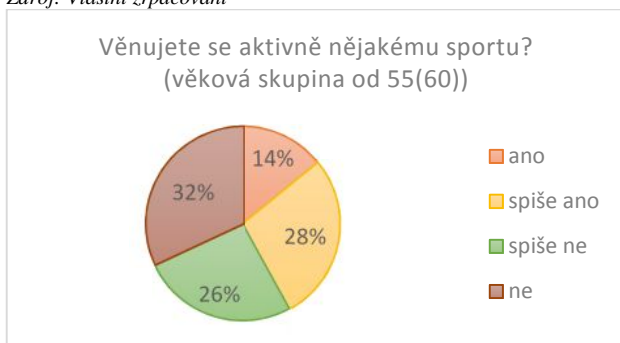
Příloha 2 Grafy - analýza na základě věkového rozdělení



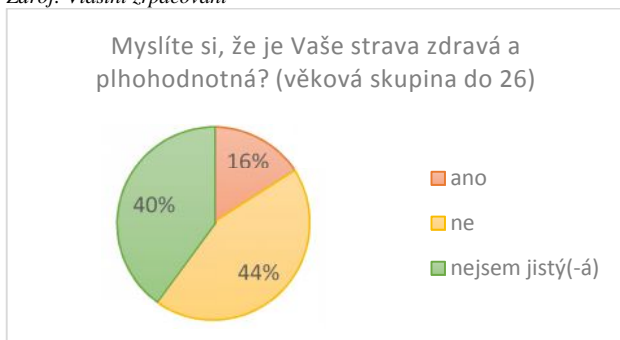
Graf 42 V nování sportu (v věkové skupině do 26) (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování



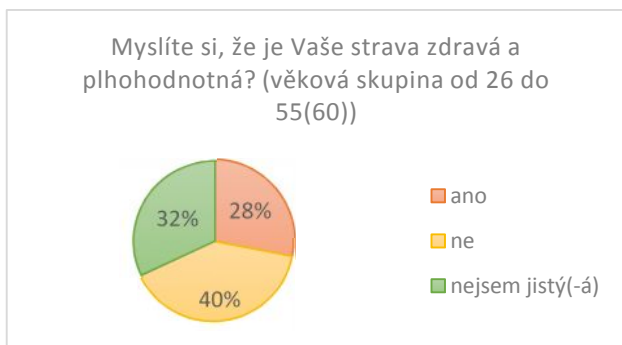
Graf 43 V nování sportu (v věkové skupině od 26 do 55 (60)) (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování



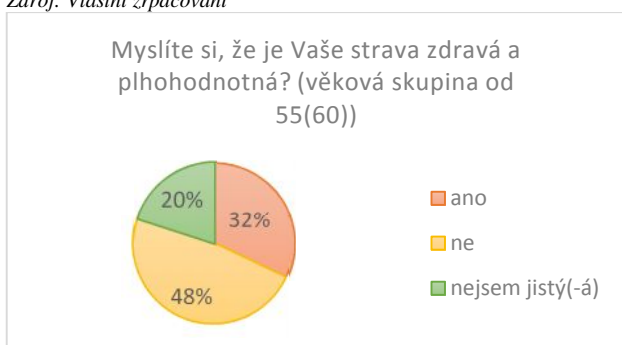
Graf 44 V nování sportu (v věkové skupině od 55 (60)) (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování



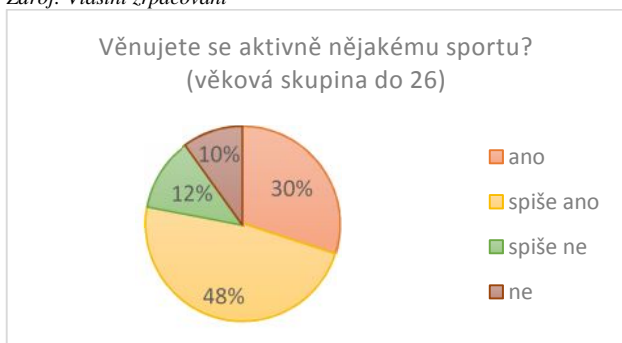
Graf 45 Názor zda je strava zdravá (v věkové skupině do 26) (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování



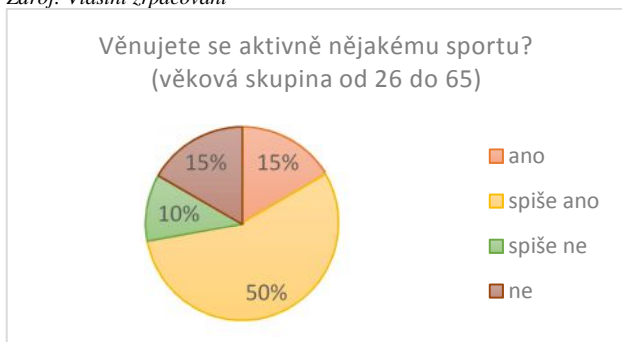
Graf 46 *Názor zda je strava zdravá (v ková skupina od 26 do 55(60)) (Voron ž)*
Zdroj: Vlastní zpracování



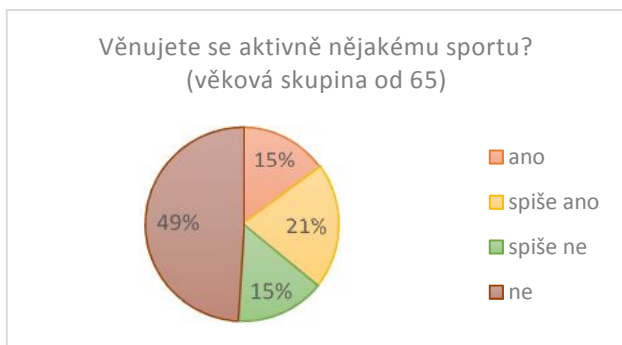
Graf 47 *Názor zda je strava zdravá(v ková skupina od 55 (60)) (Voron ž)*
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 48 *V nování sportu (v ková skupina do26) (Praha)*
Zdroj: Vlastní zpracování



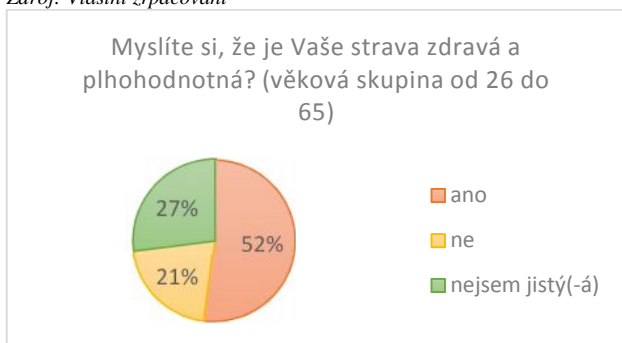
Graf 49 *V nování sportu (v ková skupina od 26 do 65)) (Praha)*
Zdroj: Vlastní zpracování



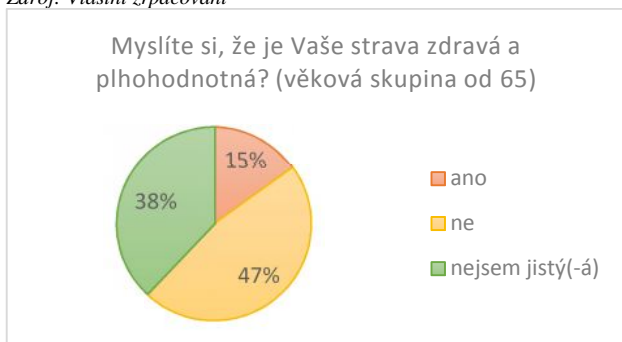
Graf 50 V novíně sportu (v ková skupina od 65)) (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 51 Názor zda je strava zdravá(v ková skupina do26) (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

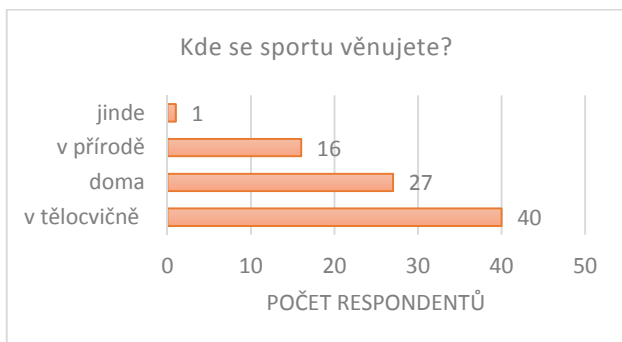


Graf 52 Názor zda je strava zdravá(v ková skupina od 26 do 65) (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování



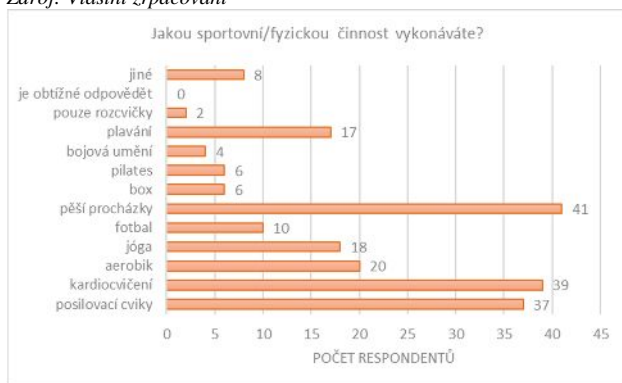
Graf 53 Názor zda je strava zdravá(v ková skupina od 65) (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 3 Grafy – výsledky dotazníkového šetření Voroněž



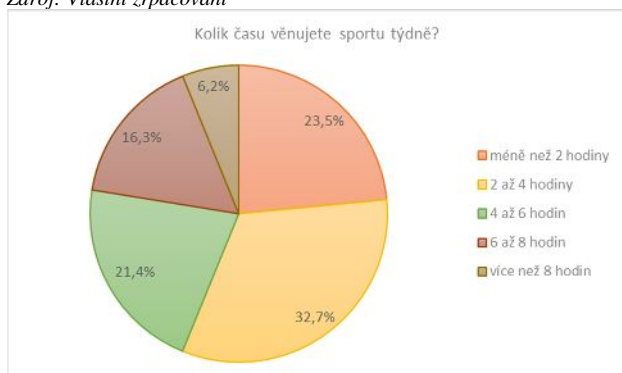
Graf 54 Místo v nování sportu (Voroněž)

Zdroj: Vlastní zpracování



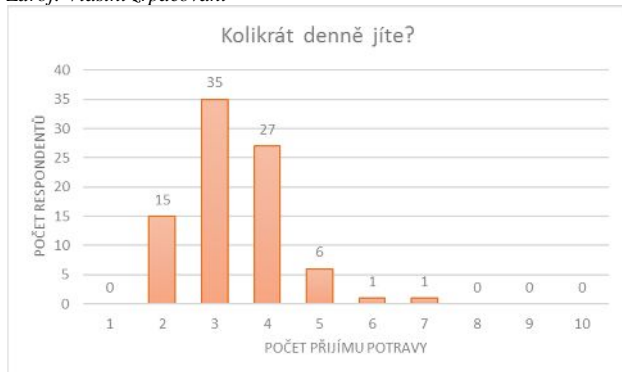
Graf 55 Sportovníinnost (Voroněž)

Zdroj: Vlastní zpracování



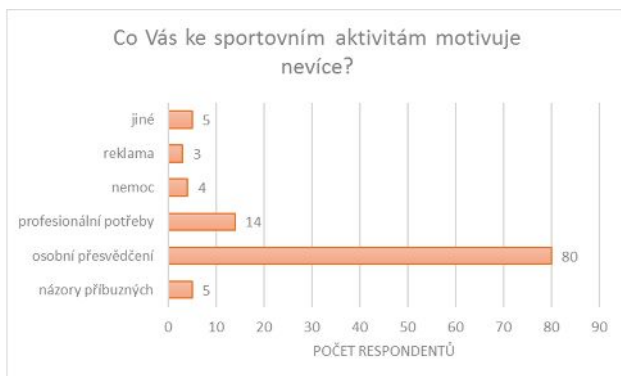
Graf 56 Čas na sport (Voroněž)

Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 57 Kolikrát denně jíte? (Voroněž)

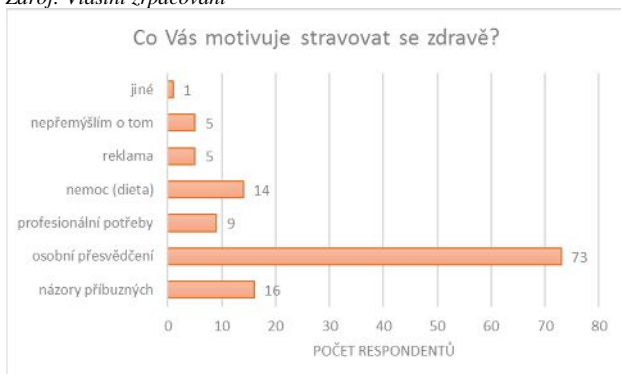
Zdroj: Vlastní zpracování



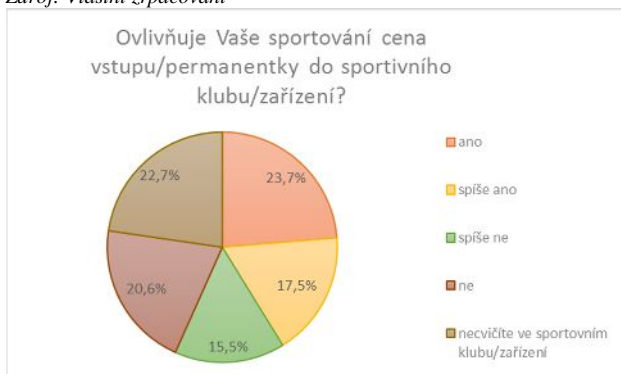
Graf 58 Motivace k sportování (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 59 Motivace k pravidelnému sportování (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

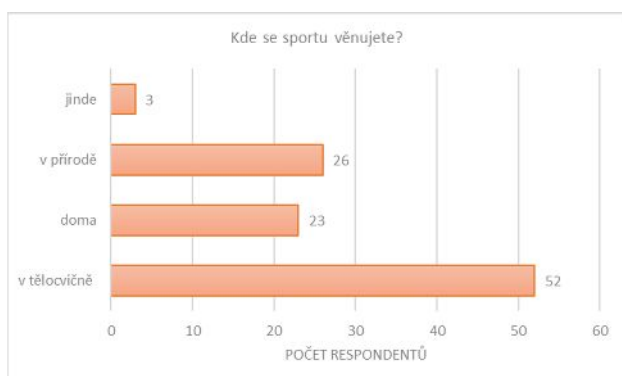


Graf 60 Motivace k zdravému stravování (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování



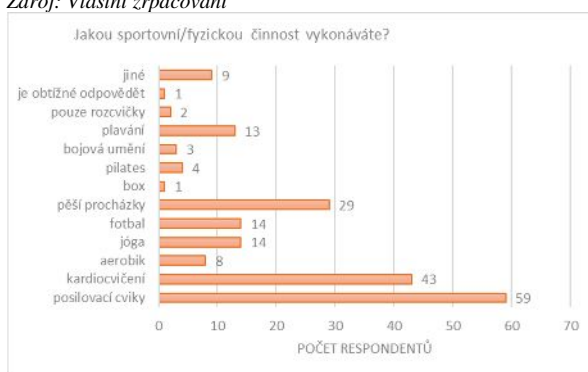
Graf 61 Vliv ceny vstupu/permanentky do sportovního klubu (Voron ž)
Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 4 Grafy – výsledky dotazníkového šetření Praha



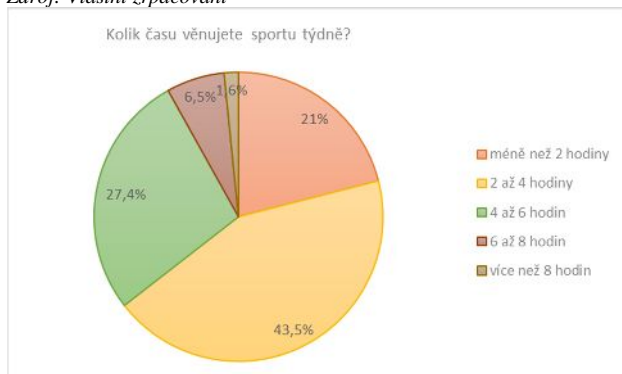
Graf 62 Místo v nování sportu (Praha)

Zdroj: Vlastní zpracování



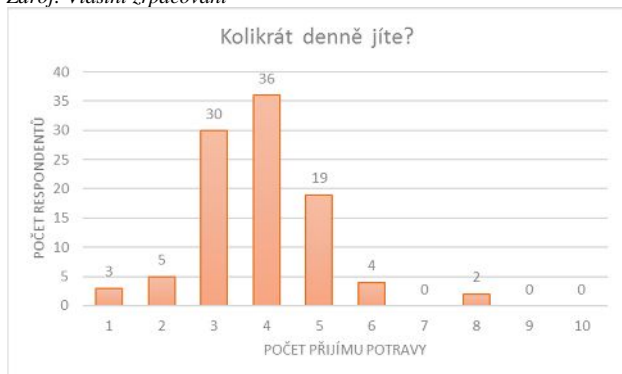
Graf 63 Sportovní činnost (Praha)

Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 64 Čas na sport (Praha)

Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 65 Kolikrát denně jíte? (Praha)

Zdroj: Vlastní zpracování



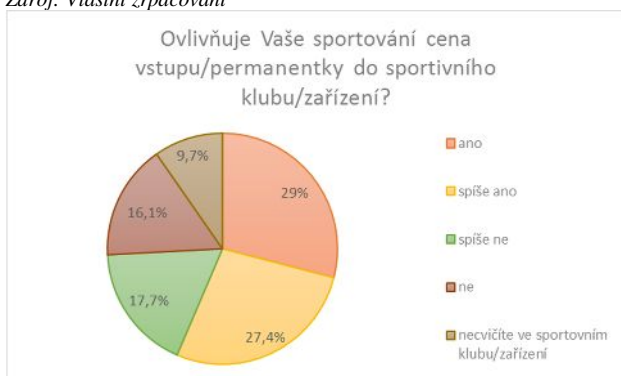
Graf 66 Motivace k sportování (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 67 Motivace k pravidelnému sportování (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 68 Motivace k zdravému stravování (Praha)
Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 69 Vliv ceny vstupu/permanentky do sportovního klubu (Voroněž)
Zdroj: Vlastní zpracování