

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA PEDAGOGICKÁ

KATEDRA PSYCHOLOGIE

FASTFOOD JAKO STRAVOVACÍ STYL SOUČASNÉ DOBY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Iveta Rysová

Specializace v pedagogice: Výchova ke zdraví

Vedoucí práce: PhDr. Mgr. Michal SVOBODA, Ph.D.

Plzeň, 2016

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně
s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

V Plzni, 1. dubna 2016

.....
vlastnoruční podpis

V první řadě bych chtěla poděkovat vedoucímu práce PhDr. Mgr. Michalu Svobodovi, Ph.D. za cenné rady a za čas věnovaný konzultacím. Dále bych chtěla poděkovat mému příteli a rodině za jejich podporu při psaní této práce.

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta pedagogická

Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Iveta RYSOVÁ**

Osobní číslo: **P13B0443P**

Studijní program: **B7507 Specializace v pedagogice**

Studijní obor: **Výchova ke zdraví**

Název tématu: **Fastfood jako stravovací styl současné doby**

Zadávací katedra: **Katedra psychologie**

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

1. Prostudování literatury
2. Analýza a komparace odborných informací
3. Stanovení cíle bakalářské práce
4. Vypracování osnovy
5. Zpracování bakalářské práce, teoreticko-aplikační charakter
6. Praktické závěry a doporučení pro praxi

Rozsah grafických prací:

Rozsah kvalifikační práce: **60**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

1. PIŤHA, Jan a Rudolf POLEDNE. Zdravá výživa pro každý den. Vyd. 1. Praha: Grada, 2009, 143 s. Zdraví & životní styl. ISBN 978-80-247-2488-1.
2. BLATTNÁ, Jarmila. Výživa na začátku 21. století, aneb, O výživě aktuálně a se zárukou. Praha: Společnost pro výživu, 2005, 79 s., [4] s. barev. obr. příl. ISBN 80-239-6202-7.
3. PAMPLONA ROGER, Jorge D. Vychutnej život!: kniha o zdravé výživě. 2. dot. 1. vyd. Praha: Advent-Orion, 1999, 215 s. Život a zdraví (Advent-Orion). ISBN 80-7172-144-1.
4. KUNOVÁ, Václava. Zdravá výživa. 2., přeprac. vyd. Praha: Grada, 2011, 140 s. Zdraví & životní styl. ISBN 978-80-247-3433-0.

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Mgr. Michal Svoboda, Ph.D.

Katedra psychologie

Datum zadání bakalářské práce: **15. září 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. června 2016**



RNDr. Miroslav Randa, Ph.D.
děkan



Mgr. Vladimíra Lovasová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 1. října 2015

OBSAH

SEZNAM ZKRATEK	2
ÚVOD	3
1 ZDRAVÁ VÝŽIVA	4
2 FASTFOOD	8
2.1 ZÁKLADNÍ POJMY A CHARAKTERISTIKA	8
2.2 HISTORIE A SOUČASNOST	10
3 NEMOCI SPOJENÉ S KONZUMACÍ FASTFOODOVÝCH POKRMŮ	11
4 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ SE ZAMĚŘENÍM NA ZJIŠŤOVÁNÍ MOTIVACE LIDÍ K NÁVŠTĚVĚ FASTFOODŮ A NA POVĚDOMÍ LIDÍ O NEMOCÍCH, KTERÉ VYPLÝVAJÍ Z KONZUMACE FASTFOODOVÝCH JÍDEL	13
4.1 POPIS VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	13
4.2 STRUKTURA VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ	13
4.2.1 Stanovení výzkumného problému.....	13
4.2.2 Stanovení výzkumných podotázek	14
4.2.3 Volba výzkumné metody	15
4.2.4 Sběr dat.....	21
4.2.5 Zpracování dat	21
4.2.6 Popis souboru	22
4.2.7 Výsledky.....	27
5 ZÁVĚR.....	56
6 RESUMÉ.....	58
7 SEZNAM LITERATURY	59
7.1 KNIŽNÍ ZDROJE	59
7.2 INTERNETOVÉ ZDROJE.....	60
PŘÍLOHY	I

SEZNAM ZKRATEK

g - gram

kg - kilogram

kJ - kilojoule

kcal - kilokalorie

HDL (High-Density Lipoprotein) – vysokodenzitní lipoprotein

LDL (Low-Density Lipoprotein) – nízkodenzitní lipoprotein

HACCP (Hazard analysis and critical control points) - systém, který musí mít vypracovaný každá provozovna, která prodává potraviny. Jde o kontrolu správného skladování potravin, celkové hygieny a dodržování všeobecných zásad týkajících se přípravy potravin.

BMI (Body mass index) - index tělesné hmotnosti

WHR (Waist to hip ratio) - poměr obvodu pasu ku poměru boků

Úvod

Pokud se řekne slovo fastfood, většina lidí si představí nezdravé tučné jídlo, ale i přes to je fastfoodové jídlo zařazeno na jídelníček mnoha lidí po celém světě. Problematikou tučného jídla se zabývá mnoho autorů (např. E. Blahušová, 2005; P. Fořt, 2003, 2004; D. Chrpová, 2010; J. Machová, D. Kubátová et al., 2009). Všichni tito autoři se shodují, že tuk je nedílnou součástí naší stravy, ale upozorňují, že by ho lidé neměli konzumovat ve velkém množství. Fastfoodová jídla nejsou tedy odborníky doporučována, a přesto je na světě spousta lidí, kteří toto jídlo konzumují. Hlavním důvodem pro zvolení tohoto tématu bylo, že jsem chtěla zjistit, co lidi motivuje ke konzumaci fastfoodového jídla a zda si lidé uvědomují dopady tohoto typu stravování na svůj organismus.

Bakalářská práce je teoreticko-praktické povahy. Cíle bakalářské práce jsou:

- vymežit základy zdravé výživy
- vysvětlit základní pojmy týkající se fastfoodu, charakterizovat fastfood a popsat jeho historii až do současné doby
- popsat nemoci spojené s konzumací fastfoodového jídla
- stanovit výzkumné otázky a vyhodnotit získané výsledky

Uvedené cíle jsou naplňovány teoretickou i praktickou částí bakalářské práce.

V teoretické části jsou nejdříve vymezeny zásady zdravé výživy. Je zde uvedena každá základní složka výživy s jejím popisem, výživovou hodnotou a doporučením denního příjmu. Další kapitola teoretické části je zaměřena na fastfood. První podkapitola se zabývá základními pojmy a charakteristikou fastfoodu. Druhá podkapitola poskytuje přehled vývoje fastfoodu až do současné doby. Poslední kapitola teoretické části se zaměřuje na nemoci spojené s konzumací fastfoodových jídel.

V praktické části je nejprve popsáno výzkumné šetření, v další části je uvedena struktura tohoto šetření, kde je stanoven výzkumný problém, zvolena výzkumná metoda a zhodnoceny výsledky celé práce.

1 ZDRAVÁ VÝŽIVA

Lidské tělo potřebuje živiny, které získáváme z jídla. Jídlo neslouží jen k utišení hladu, ale má pro nás daleko větší význam, neboť každé jídlo obsahuje jiné živiny, které plní v lidském těle různé funkce (Blahušová, 2005). Potraviny mají různou energickou hodnotu vyjadřovanou v kilokaloriích (kcal) nebo kilojoulech (kJ). Pokud je náš denní příjem vyšší, než je naše denní spotřeba, přibíráme na váze. Hromadí se nám tuk v těle a trpíme nadváhou až obezitou. Ani velmi nízký denní příjem potravy není ideální, neboť tělo nemá dostatek živin pro fungování a trpí podvýživou.

Vědci potvrdili velmi úzký vztah mezi kvalitou výživy a zdravím. Prokázali, že pokud je strava nevyvážená a nějaké složky potravin chybí, hrozí člověku různá onemocnění, proto způsob výživy vzbuzuje zájem široké veřejnosti a je v současné době předmětem mnoha diskuzí (Fořt, 2004).

Zdravá výživa je způsob stravování, který nezatěžuje lidský organismus, naopak pomáhá člověku proti různým zdravotním problémům. Petr Fořt ve své knize *Výživa pro dokonalou kondici* dále říká: *„Měla by respektovat individuální potřeby jednotlivce v závislosti na pohlaví, věku, fyzické aktivitě a genetických dispozicích a případně na aktuálním zdravotním stavu.“*

Z výše uvedeného vyplývá, že přesná definice zdravé výživy není, ale obecně můžeme říci, že podstatou zdravé výživy je vyvážený příjem potravy potřebný pro správnou funkci lidského těla. Zdravá výživa je tvořena šesti základními složkami potravy, mezi které patří bílkoviny (proteiny), tuky (lipidy), cukry (sacharidy), vitamíny, minerály a voda. Tyto složky dodávají tělu energii, staví a udržují tělesné tkáně a regulují tělesné funkce (Blahušová, 2005).

Bílkoviny jsou pro naše tělo nepostradatelné. Jsou nazývány stavebním kamenem buněk. V 1 g bílkovin je obsaženo 17 kJ energie (4 kcal). Zdravý člověk by měl denně přijmout 1 g bílkovin na 1 kg tělesné váhy. Vyšší spotřebu bílkovin mají děti a dospívající, těhotné a kojící ženy, ale i sportovci a těžce pracující. Denní dávka bílkovin by se měla s přibývajícím věkem snižovat. Trávením bílkovin spotřebuje náš organismus mnohem více energie než u tuků a sacharidů. Bílkoviny dělíme na esenciální, které musíme přijímat, neboť si je tělo samo nevyrobí (leucin, izoleucin, fenylalanin, valin), výhradně esenciální, které si organismus umí vyrobit jen za přítomnosti prokluzátoru (prolin), plně neesenciální, které si tělo vytváří samo (lecitin). Dle jejich původu je můžeme dělit na živočišné, které

jsou obsaženy především v mase, rybách, mléce nebo vejcích a rostlinné, které nalezneme v luštěninách a bramborách (Krch, Málková, 1993).

Sacharidy jsou pro lidský organismus nejvýznamnějším a nejrychlejším zdrojem energie, stavebním prvkem pojivových tkání – chrupavek, vazů (celulóza, chitin), krátkodobou zásobárnou energie (glykogen, inulin, škrob) a složkou některých složitějších látek (hormonů, nukleové kyseliny, koenzymů). 1 g sacharidů obsahuje stejné množství energie jako 1 g bílkovin. V našem metabolismu působí jako palivo a v těle jsou oxidací přeměňovány na glukózu. Cukry se ve střevech rychle vstřebávají na glukózu, fruktózu a galaktózu. Na glukózu se pak v játrech přeměňuje fruktóza i galaktóza. Sacharidy by měly tvořit 55-60 % celkového energetického příjmu.

Sacharidy lze členit podle počtu cukerných jednotek na monosacharidy, které jsou tvořeny pouze jednou molekulou a nejdou již členit na jednodušší, jsou základní stavební jednotkou všech níže uvedených složitějších sacharidů a z neznámějších sacharidů sem můžeme zařadit glukózu neboli hroznový cukr a fruktózu neboli ovocný cukr, které jsou obsaženy v ovoci, v medu a ve vínech a dále na složitější oligosacharidy, které vznikají spojením dvou až deseti molekul monosacharidů. Řadíme sem především sacharózu, která je složena z glukózy a fruktózy. Známe ji pod názvem řepný či třtinový cukr a můžeme ji nalézt například v javorovém sirupu. Nejsložitější sacharidy se nazývají polysacharidy, obsahují velké množství monosacharidových jednotek. Nejvýznamnější je škrob, který je obsažen zejména v obilovinách, v rýži, bramborech a luštěninách. Složené sacharidy mají velkou výživovou hodnotu a jsou zdrojem vitamínů, hlavně B12 a minerálů. Organismus z nich získává i vlákninu (Blahušová, 2005).

Jednoduché a složené sacharidy se liší v rychlosti jejich přeměny na energii. Jednoduché cukry, též rychlé cukry, které obsahuje například veškeré pečivo z bílé mouky, sladkosti, bílá rýže atd. se v našem těle štěpí a vstřebávají velmi rychle. V organismu rychle stoupá hladina krevního cukru a roto začne slinivka břišní vylučovat velké množství hormonu zvaného inzulín, který má za úkol hladinu cukru v těle snížit, a to i na nižší hladinu než byla ta původní. V tomto případě dochází k hypoglykémii, při které pocítuje organismus opět hlad a může také doházet k nervozitě, špatnému soustředění nebo špatné náladě. Tělo opět potřebuje dávku cukru, ovšem tato energie se nestačí využít a ukládá se do tukových zásob. Z toho plyne, že jednoduché sacharidy by se měly používat jen po vysokém fyzickém vypětí, za účinkem rychlého doplnění chybějící energie. Složené sacharidy se pomalu přeměňují na jednoduché, takže z nich tělo získává energii, která je efektivně využívána po delší dobu. Do této skupiny řadíme sacharidy obsažené zejména v

celozrnném pečivu, luštěninách, rýži natural apod. Tyto sacharidy bychom měli jíst několik hodin před sportovním výkonem, z důvodu pozvolného uvolňování glykogenu do svalů (Blahušová, 2005).

I tuky jsou důležitou a nenahraditelnou složkou potravin. Jsou nezbytné pro zdravý vývoj a funkci organismu, neboť napomáhají k udržení energetické rovnováhy, zprostředkovávají rozpustnost vitamínů rozpustných v tucích – A, D, E, K, chrání orgány, jsou potřebné pro tvorbu kůže a vlasů, zabraňují vysoušení pokožky, regulují tělesnou teplotu a zlepšují chuť i vůni jídel. Ve srovnání s bílkovinami a sacharidy mají zhruba dvojnásobnou energetickou hodnotu, a to 38 kJ (9 kcal) v 1 g. Denní potřeba tuků činí přibližně 25-30 % celkového denního energetického příjmu živin podle věku a druhu konané práce (Krch, Málková, 1993).

Tuky členíme dle původu na živočišné, mezi které patří vepřové, kachní, husí sádlo, hovězí lůj a rybí tuk. Jsou stabilnější a chutnější, ale obsahují vysoké procento nasycených mastných kyselin, cholesterolu a malé množství nenasycených mastných kyselin. Druhou skupinou jsou tuky rostlinné, kam se řadí řepkový, slunečnicový, olivový olej, podzemnice, mák, sója nebo hořčice.

Tuky obsahují nasycené a nenasycené mastné kyseliny. Nasycené mastné kyseliny jsou většinou živočišného původu a nalezneme je v másle, sýrech, červeném mase, čokoládě apod. Nenasycené nejvíce nalezneme v rostlinách. Nenasycené mastné kyseliny dále členíme na mononenasyčené, které jsou obsaženy v oříškách, avokádu, olivovém a řepkovém oleji a polynenasycené, které nalezneme v olejninách, můžeme je nalézt i v rybách, zejména v mořských. Zdravá výživa upřednostňuje mononenasyčené tuky, neboť redukují hladinu LDL (špatného) cholesterolu v krvi, aniž by redukovaly hladinu HDL (dobrého) cholesterolu. Polynenasycený tuk snižuje obě hladiny cholesterolu (Briffa, 2000).

Cholesterol je látka, kterou lidské tělo potřebuje k tvorbě důležitých hormonů, vitamínu D a žlučových kyselin. Je také důležitý při tvorbě membrán. Pokud přijímáme více cholesterolu než náš organismus potřebuje, přidá se k proteinům a tukům v krvi a vzniká lipoprotein. Existují dva hlavní a to HDL (high-density lipoprotein), známý též jako dobrý cholesterol, který snižuje riziko vzniku srdečně cévních nemocí a LDL (low-density lipoprotein), jenž je nazýván špatným cholesterolem, a cirkuluje v krvi, kde je oxidován a ukládá se v cévách (Briffa, 2000).

Pro lepší orientování ve zdravé výživě vyvinuli odborníci z fóra zdravé výživy potravinovou pyramidu. Pyramida se skládá ze 4 pater, ve kterých jsou vyznačeny potraviny, které bychom měli konzumovat. Potraviny ze spodního patra bychom měli konzumovat nejvíce, směrem k vrcholu pyramidy by se měla intenzita konzumace daných potravin snižovat. Lidé si také z pyramidy mohou vybírat dle své hmotnosti. Pokud chtějí zhubnout, měli by si vybírat potraviny z levé části pyramidy. Ti co si chtějí váhu udržet, mohou častěji vybírat i z pravé strany. Pyramida nedoporučuje přesné porce, jelikož ty jsou pro každého z nás individuální. Všeobecně ale lze říci, že denní příjem by neměl navyšovat denní výdej.[6] Potravinová pyramida, viz příloha.

2 FASTFOOD

2.1 ZÁKLADNÍ POJMY A CHARAKTERISTIKA

Základním pojmem tohoto tématu je fastfood. V dnešní době můžeme nalézt mnoho definicí výrazu fastfood. Dle mého názoru je nejuvěstivější doslovný překlad, a to je „rychlé jídlo“. Je to přesně to, co od restauračního zařízení s rychlým stravováním většina zákazníků čeká - navštíví restauraci, rychle si vyberou z přehledné nabídky, objednájí si a jídlo dostanou prakticky okamžitě. Ve slovníku Merriam -Webster na webu www.merriam-webster.com můžeme najít první definici slova fastfood z roku 1951, která říká, že fastood je: „*Pokrm, který je rychle připraven a naservírován*“ a je „*rychle dostupný či připravený ke konzumaci s malým důrazem na kvalitu*“ nebo „*Ne příliš drahý pokrm, který je velmi rychle připraven a servírován*“ [1]. Pokud nahlédneme do publikace Nová slova v češtině – slovník neologismů 2 (Martincová, 2004), můžeme zde najít tři vysvětlení slovního spojení fastfood: 1) rychlé občerstvení, 2) provozovna, kde se prodává rychlé občerstvení, 3) firma či podnik, které jsou zaměřené na výrobu a podávání rychlého občerstvení. Shrnutí – fastfoodem označujeme jídlo, kterému bylo věnováno co nejméně času jak při jeho přípravě, tak při jeho konzumaci. Dále tak označujeme typ restauračního zařízení, které rychlé jídlo nabízí.

Dalším významným pojmem oblasti fastfood je slovní spojení junk food. Junk food se používá pro potraviny, které mají vysoký obsah kalorií, ale nízkou výživovou hodnotu. Jedná se tudíž o potraviny nezdravé. Mezi junk food můžeme zařadit sušenky, chipsy, sycené nápoje a většinu produktů z nabídek fastfood provozoven. Jelikož junk food obsahuje velmi malé procento živin, není možné z něj získat dostatečné množství živin a tím pádem nelze dosáhnout pocitu sytosti. Junk food taktéž obsahuje velké množství návykových cukrů, čímž jsme nuceni jej opakovaně konzumovat, což může být důvodem nadváhy a absence živin v organismu [2].

Fastfood je v současné době nejrychleji se rozvíjejícím stravovacím stylem. Od poloviny 20. století, kdy se začal rozvíjet, stihl zaplavit velkou část zemí světa. Nároky zákazníků byly stále vyšší, a tak dnes fastfood běžně disponuje dětskými koutky, možností pořádat narozeninové oslavy, slevovými kupóny, nabízí členství např. v Drive Thru Clubu, denní tisk a další. Fastfood klade důraz na to, aby se pro zákazníka stala návštěva stravovacího zařízení zážitkem. Stoupání popularity tohoto řetězce není v dnešní uspěchané době nic překvapivého. Člověk si z fastfoodu odnese teplé jídlo, které je připraveno k okamžité konzumaci, je hotové prakticky ihned a z jeho rozsáhlého

nabídkového menu, které zahrnuje saláty, sendviče i sladkosti, si vybere prakticky každý. Jeho nevýhodou je v České republice vyšší cena.

Hygienická nařízení platná pro fastfoody jsou velmi přísná. Příkladem je McDonald's, který zaměstnává osoby kontrolující dodržování těchto nařízení v každé provozovně. Kontrolorů není málo a tak je každá restaurace zkontrolována minimálně jednou měsíčně. Provádějí se jak ohlášené či neohlášené kontroly.

Pro jakoukoliv provozovnu s občerstvením existuje tzv. dotazník pro sebehodnocení provozovny. Provozovatel zařízení poskytující stravovací služby si sám může ověřit plnění platných předpisů z oblasti bezpečnosti potravin formou sebehodnocení. To umožňuje zhodnocení „současného stavu“ stravovacího zařízení a pomáhá najít cestu postupného zlepšování tam, kde požadavky na bezpečnost podávaných pokrmů vykazují určité nedostatky.

Zmiňovaný dotazník se skládá z 10 témat, která jsou pro zásady hygieny nejdůležitější. Prvním z nich je osobní hygiena a zdravotní stav zaměstnanců, kde se dotazník zaměřuje na mytí rukou, čistotu oděvu a zdravotní stav zaměstnance. Druhé téma se věnuje školení, tedy zda jsou zaměstnanci správně zaškoleni a zda o provedených školeních existuje zápis. Třetí téma hodnotí stavebně technický stav provozovny. Čtvrté téma se věnuje provozní hygieně, tj. zda jsou včas měněny potřeby na úklid a jak se zachází s odpadem. Páté téma pojednává o ochraně proti škůdcům. Šesté téma se věnuje systému HACCP. Zjišťuje, zda majitel nebo provozní dané provozovny provádí kontroly pravidelně a zajišťuje tím 100% kvalitu prodávaných produktů. Následující téma se věnuje zákazu kouření na pracovišti. Téma osmé zkoumá, zda majitel nebo provozní sleduje rozvoj restauračního zařízení. Deváté téma se týká efektivního skladování surovin za účelem zachování nezávadnosti a nejvyšší kvality potravin. Poslední téma se věnuje technologickému zpracování, tedy je-li studená kuchyň oddělena od teplé a v neposlední řadě také, zda je dostatečně hlídána tepelná opracovanost masa.

Každá provozovna si většinou tento seznam přizpůsobí, využívání dotazníku není povinné, avšak dodržování v něm stanovených nařízení je přísně kontrolováno (Voldřich et al., 2006).

2.2 HISTORIE A SOUČASNOST

Fastfood většina z nás považuje za americký vynález dvacátého století související se současnou dobou, ale pokud se zamyslíme nad způsobem stravování našich předků, můžeme předpokládat, že vznik určitých forem fastfood pokrmů a provozoven souvisel se vznikem měst ve starověku.[3] V této době se jednalo spíše o občerstvení pouliční, neboť se jídlo připravovalo ve velké kuchyni, která se otvírala do ulice, obslužný pult byl přímo v místnosti nebo před ní, ale již zde nebylo místo na sezení, kde by se dal pokrm v klidu sníst. V městském prostředí žilo mnoho chudých, kteří žili v malých místnostech bez kuchyně. Nemohli si dovolit dříví na přípravu jídla a ani neměli nádobí na vaření. Z výše uvedených důvodů většina lidí spoléhala na jídlo od pouličních prodejců. Pokrmy se samozřejmě musely nějak uchovávat, a tak už Římané používaly metody jako jsou sušení, solení a uzení. Fastfoody existovaly také v Řecku, východní Asii a středním Východě (Freedman, 2008).

Ani s nástupem další dějinné středověké epochy nedošlo k výrazným změnám v oblasti fastfoodu. Opět jej využívali jen chudí lidé, neboť neměli dostatek finančních prostředků na přizpůsobení svého obydlí k přípravě pokrmů. Bohatší občané neměli s opatřením jídla problém a provozovny s rychlým občerstvením brali jako podřadné, které jsou určeny jen pro chudé, protože prodejci jsou nepoctiví, nedbají na čistotu a nabízejí jídlo, které je zkažené, což se zakládalo na pravdě, ovšem chudí lidé neměli na vybranou, a proto se v těchto provozovnách stravovali.[3]

První restaurací, která předurčila, jak budou další stravovací zařízení tohoto typu vypadat, byla restaurace s názvem White Castle, která byla založena v roce 1921. Vzhled této restaurace skutečně připomíná bílý hrad. Výše uvedený řetězec nejvíce proslavil film „Zahulíme, uvidíme“, kde se hlavní hrdinové filmu snaží v restauraci občerstvit.[4]

V současné době figuruje na světovém trhu několik známých značek fastfoodových řetězců. Mezi nejznámější patří McDonald's, KFC, Burger King, Subway, Taco Bell, Wendy's a v neposlední řadě Dunkin' Donuts.

3 NEMOCI SPOJENÉ S KONZUMACÍ FASTFOODOVÝCH POKRMŮ

Od výživy 50. – 90. let jsme se po roce 1989 velmi rychle dostali pod vliv módního amerického stylu stravování s jeho fastfood, u nás dostupného především ve velkých městech. Jinde přetrvává nebo se paradoxně opět rozšiřuje původní typ českého rychlého občerstvení s jeho typicky „českým hot dogem“, teplou sekanou, dršťkovou polévkou, smaženým sýrem a kynutými zákusky. Tento nezdravý způsob stravování je obvyklý u více než 80 % populace. Obsahuje nadbytek energie díky přebytku volných živočišných tuků a jednoduchých cukrů. Důsledkem je stále zvyšující se počet lidí trpících nadváhou nebo obezitou. Řešením nejsou krátkodobé redukční diety ani alternativní styly výživy jelikož velmi často daná osoba nezná všechny principy a nestravuje se systematicky (Fořt, 2003). Petr Fořt tvrdí že: *„Stravování se může stát (a také stává) sejnou drogou jako obecně rozšířené návykové látky, například nikotin či kofein. Tuky v kombinaci s cukry vedou k vytváření látek, podobných svými účinky morfinu. Zjednodušeně by bylo možné říci, že taková strava vyvolává pocit uspokojení a působí jako antistresor“*[5].

Jednou z chorob, která je velmi úzce spojená s konzumací fastfood, je obezita. Dle Fořta (2007) se obezita stává vážným zdravotním, celosvětově rozšířeným problémem. Jak daleko může situace dospět demonstruje současný stav výskytu obezity v USA, kde je přes 60% populace starší 20 let obézní. V ČR je aktuální stav relativně lepší, což bohužel není tak pozitivní, jak by se zdálo, neboť průzkumy způsobu stravování nejsou prognosticky příznivé. Důsledkem obezity je zhoršení celkového zdravotního stavu. V celé populaci dojde k poklesu dosahovaného věku, protože obézní lidé mimo jiné také předčasně stárnou, a nedosahují tak vysokého věku, což kromě jiného bude mít nedozírné ekonomické dopady, neboť enormně stoupnou náklady na léčbu s obezitou souvisejících chronických civilizačních onemocnění. Ke zjištění obezity nám v dnešní době slouží mnoho testů. Nejzákladnější je hodnocení podle Body Mass Indexu, který je podílem hmotnosti v kilogramech k druhé mocnině výšky měřeného v metrech. Dle tabulky jedinec zařadí svůj výsledek a zjistí svůj současný stav. Toto hodnocení je zřejmě nejrozšířenější, ale bohužel není zcela vypovídající, jelikož hodnotí pouze váhu jako celek a ne podíl svalové hmoty. Jinou možností pro zjištění našeho stavu je index WHR. Vychází z poměru obvodu pasu ku obvodu boků. Tento poměr je věrohodnější než BMI, ale stále ne zcela přesný. Pokud chceme skutečně zjistit, zda je naše váha ideální, měli bychom navštívit výživového poradce (Vítek, 2008). Obezita se projevuje zvýšenou hmotností díky zvýšenému množství tukové tkáně v organismu. Tento stav vzniká v případě, že organismus přijímá dlouhodobě

více energie než potřebuje. Další roli mohou hrát metabolické a hormonální vlivy, genetická dispozice, léky a v neposlední řadě psychogenní faktory. K léčbě obezity jsou nutná celková vyšetření organismu, dle kterých dietolog sestaví jídelníček. Ve většině případů pouze změna jídelníčku nestačí a jedinec musí celkově změnit svůj životní styl (Fořt, 2007).

Z obezity plyne spousta zdravotních komplikací. Velmi záleží na stupni obezity a také na rozložení tuku v těle. Zdravotní komplikace pak můžeme rozdělit na mechanické a metabolické. Mezi mechanické řadíme dýchací potíže a velké zatížení kloubů. K metabolickým komplikacím patří zejména diabetes II. typu, hypertenze, kardiovaskulární onemocnění, zvýšená hladina cholesterolu v krvi a mnoho dalších onemocnění (Machová, Kubátová, 2009).

V dnešní době se mnoho autorů snaží upozornit na problém obezity. Jedním z nich je Morgan Spurlock, který natočil dokument Super size me. Po dobu 30 dnů se p. Spurlock stravoval pouze v Mc Donald's a snažil se co nejméně hýbat, tím napodobil běžný život většiny Američanů. Po skončení pokusu bylo zjištěno, že p. Spurlock přibral 11 kg, podíl tělesného tuku se mu zvýšil o 7 %, ztratil spoustu svalové hmoty a zvýšila se pravděpodobnost infarktu myokardu. Celých 9 měsíců přísné diety p. Spurlockovi trvalo vrátit organismus do původního stavu. Dokument měl velký úspěch a po jeho odvysílání byly v Americe zrušeny v McDonald's velké porce (Spurlock, 2007).

4 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ SE ZAMĚŘENÍM NA ZJIŠŤOVÁNÍ MOTIVACE LIDÍ K NÁVŠTĚVĚ FASTFOODŮ A NA POVĚDOMÍ LIDÍ O NEMOCÍCH, KTERÉ VYPLÝVAJÍ Z KONZUMACE FASTFOODOVÝCH JÍDEL

4.1 POPIS VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

Tato kapitola je příspěvkem do praktické části, zabývá se výzkumem. Za prvé je důležité určit charakter výzkumu. P. Gavora charakterizuje pojem výzkum následovně: *"Výzkum je systematický způsob řešení problémů, kterým se rozšiřuje hranice vědomosti lidstva. Výzkumem se potvrzují či vyvracejí dosavadní poznatky, anebo se získávají nové poznatky."* Výzkum může být orientován kvalitativně nebo kvantitativně. Tento výzkum je koncipován kvantitativně.

Dalším bodem je stanovení výzkumného problému. Jsou zde stanoveny výzkumné otázky, které se dokazují pomocí výzkumných podotázek. V nadcházející části je uvedena volba výzkumné metody. Následuje popis sběru dat a jejich vyhodnocování. V závěru této kapitoly jsou demonstrovány výsledky celého výzkumného šetření.

4.2 STRUKTURA VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

4.2.1 STANOVENÍ VÝZKUMNÉHO PROBLÉMU

Výzkumný problém může být deskriptivní, relační a kauzální. Kauzální výzkumný problém se používá ke srovnávání dvou skupin, které se od sebe liší určitým jevem. Dalším typem je výzkumný problém relační, který se používá pro zjištění vztahu mezi dvěma jevy. Posledním typem je výzkumný problém deskriptivní, který se používá pro popis určitého jevu. Při tomto výzkumu se obvykle používá dotazník nebo interview. (Gavora, 2010) Svůj výzkumný problém řadím k typu deskriptivnímu.

V tomto výzkumném šetření byly zformulovány dvě výzkumné otázky:

1. Jaká je motivace lidí pro návštěvu fastfood?

Tato otázka se bude zabývat motivací. Motivace se dělí na vnitřní a vnější. Vnitřní motivace neboli motiv je druh motivace, kdy jedinec dělá určitou věc z vlastního přesvědčení. Vnější motivace neboli stimul, je druh motivace, kdy se jedinec chová dle působení vnějšího okolí na jeho osobu (Plamínek, 2010). Pokud zákazník navštíví fastfood z důvodu chuti produktu, chápeme tuto motivaci jako vnitřní, jelikož na zákazníka

nepůsobil žádný vnější faktor. Naopak, pokud zákazník navštíví fastfood z důvodu reklamy, rychlosti obsluhy nebo prostředí, chápeme tuto motivaci jako vnější, jelikož na něj působily vnější faktory a nerozhodl se tak z vlastního přesvědčení.

2. Uvědomují si lidé navštěvující fastfood, že konzumace fastfoodového jídla může ovlivnit jejich zdravotní stav?

Druhou otázkou zjišťujeme, zda si lidé uvědomují dopady konzumace fastfoodového jídla na jejich organismus.

4.2.2 STANOVENÍ VÝZKUMNÝCH PODOTÁZEK

Pro získání odpovědí na výzkumné otázky jsem si určila tzv. výzkumné podotázky. K první otázce jsem přiřadila sedm podotázek, ke druhé otázce jsem pak přiřadila dvě. Následně uvedu vždy danou výzkumnou otázku a k ní dané podotázky.

1. Jaká je motivace lidí pro návštěvu fastfoodů?

- I. Je hlavní motivací chuť pokrmů?
- II. Je hlavní motivací stálá nabídka?
- III. Je hlavní motivací masivní reklama?
- IV. Je hlavní motivací obsluha?
- V. Je hlavní motivací prostředí provozovny?
- VI. Je hlavní motivací rychlá příprava jídel?
- VII. Je hlavní motivací cena?

2. Uvědomují si lidé navštěvující fastfood dopad konzumace tučného jídla na jejich zdravotní stav?

- VIII. Považují lidé fastfoodové jídlo za nezdravé?
- IX. Uvědomují si lidé, jaké choroby jsou spojené s konzumací fastfoodových jídel?

4.2.3 VOLBA VÝZKUMNÉ METODY

Pro výzkumné šetření je velmi důležité správně stanovit výzkumnou metodu. „Výzkumná metoda je všeobecný název pro proceduru, se kterou se získávají data v terénu.“ (Gavora, 2010). Výzkumných metod existuje celá řada ať už je to např. interview, experiment, dotazování, dotazník.

Pro dané výzkumné šetření jsem si vybrala právě dotazník. Dotazník se skládá z jednotlivých otázek, které jsou kladeny písemně a odpověď je tedy získávána stejným způsobem. Dotazník je nejčastější metodou používanou k získávání údajů (Gavora, 2010). Dotazník obsahuje 29 položek, kterými jsou jak otázky, tak výroky, na které respondenti odpovídají nebo vyjadřují svůj postoj pomocí škály. Názor na danou problematiku vyjadřují pomocí stupnice, kdy prvním stupněm je *rozhodně ano*, druhým stupněm *spíše ano*, třetím stupněm *spíše ne* a posledním tedy čtvrtým stupněm je *rozhodně ne*.

4.2.3.1. Struktura dotazníku

Tato kapitola popisuje strukturu dotazníku. Otázky 1 - 5 jsou tzv. doplňkové otázky, které zjišťují základní informace o respondentech. Otázky 6 - 29 jsou stanoveny tak, aby daly odpovědi na výše uvedené podotázky. Pro úplnou přehlednost je následně celý dotazník rozpracován, kdy jsou ke každé podotázce přiřazeny otázky z dotazníku v přesném znění.

Doplňkové otázky

1. Jste muž nebo žena?

- žena
- muž

2. Do jaké věkové kategorie patříte?

- 15 - 25 let
- 25 - 35 let
- 35 - 45 let
- 45 let a více

3. Jaké je Vaše současné vzdělání?

- ZŠ
- SOU bez maturity
- SŠ s maturitou
- VŠ – Bc., DiS.
- VŠ – Ing., Mgr., MUDr.

4. Jak často navštěvujete restaurace fastfoodového typu?

- několikrát denně
- jednou denně
- 4-6× týdně
- 1-3× týdně
- 1-3× měsíčně
- méně než 1× měsíčně

5. Navštěvujete následující fastfoody?

McDonald's	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
KFC	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
Big Burger	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
Bageterie Boulevard	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
Subway	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>

I. Je hlavní motivací chuť pokrmů?

6. Považujete fastfoodové jídlo za chutné?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

7. Myslíte si, že je fastfoodová nabídka pestrá?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

8. Stává se Vám, že někdy dostanete chuť vyloženě na nějaký fastfoodový produkt?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

9. Máte ve fastfoodu nějaký oblíbený produkt, který si dáváte při každé návštěvě?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

II. Je hlavní motivací stálá nabídka?

10. Představte si, že se stravujete v zahraničí. Vyberete si fastfoody kvůli:

celosvětově stejné nabídce *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

stejnému systému

fungování restaurace *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

stejně vypadajícímu

logu nebo reklamě *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

III. Je hlavní motivací masivní reklama?

11. Kupujete nové produkty, které fastfoody nabízejí ve svých reklamních kampaních?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

12. Stává se Vám, že Vás v reklamě na rychlé občerstvení zaujme nějaký produkt, který si následně jdete koupit?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

13. Stane se Vám, že navštívíte fastfood na základě reklamy, která Vám přišla poštou? (reklamní leták)

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

14. Rozhodněte, zda se setkáváte s reklamou na fastfood v následujících médiích.

rádio *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

televize *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

internet *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

tisk *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

IV. Je hlavní motivací obsluha?

15. Když si představíte obsluhu rychlého občerstvení, je podle Vás tato obsluha:

dobře zaškolená	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
příjemná	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
obětavá	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
rychlá	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
přesná (dostanete kompletní a správnou objednávku)	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>

16. Vyhovuje Vám ve fastfoodech skutečnost, že po zaplacení se o Vás obsluha dále nestará pokud o to nepožádáte?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

17. Pokud Vám fastfoodová obsluha nabídne k Vaší objednávce nějaký produkt, dáte si jej?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

V. Je hlavní motivací prostředí?

18. Uveďte, zda jsou pro Vás důležité jednotlivé aspekty, které jsou typické pro fastfood.

denní tisk zdarma	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
připojení k wifi	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
produkty zdarma (bezdný kelímek, ranní káva zdarma)	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
přítomnost dětského koutku	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
pořádání akcí pro děti	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
pěkný design restaurace	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
neomezená doba návštěvy	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>

VI. Je hlavní motivací rychlá příprava jídel?

19. Využíváte službu Drive - Thru? (možnost objednávky jídla z Vašeho automobilu)

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

20. Využíváte ve fastfoodech možnost odnosu jídla s sebou?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne rozhodně ne*

21. Konzumujete fastfoodové jídlo v situacích, kdy máte opravdu málo času a potřebujete se něčím zasytit?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne rozhodně ne*

VII. Je hlavní motivací cena?

22. Když budete hodnotit cenu fastfoodového jídla, je dle Vašeho názoru cena produktů přijatelná?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne rozhodně ne*

23. Kdyby byla strava z fastfoodu levnější, stravoval(a) byste se zde častěji?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

24. Chodíte do fastfoodů kvůli jejich slevovým akcím? (kupónové knížky, slevy na produkty v určité dny, množstevní slevy, bezedné nápoje)

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

VIII. Považují lidé fastfoodové jídlo za nezdravé?

25. Myslíte si, že je strava (pokrmý a nápoje) z fastfoodu z výživového hlediska vyvážená (má správný poměr všech živin)?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

26. Myslíte si, že je fastfoodové jídlo nezdravé?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

27. Po konzumaci fastfoodového jídla se cítím dobře.

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

28. Po konzumaci fastfoodového jídla se **ne**cítím dobře.

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

IX. Uvědomují si lidé, jaké choroby jsou spojené s konzumací fastfoodových jídel?

29. Rozhodněte jak velké je riziko, že po konzumaci fastfoodových jídel onemocníte následujícími nemocemi:

Obezita *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

Cukrovka II. typu *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

Kardiovaskulární

choroby *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

(onemocnění srdce a cév)

Vysoký krevní tlak *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

Astma *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

Dna *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

(zánětlivost kloubů)

4.2.4 SBĚR DAT

Sběr dat probíhal pomocí dotazníkového šetření, do kterého byli zahrnuti náhodní obyvatelé města Plzně. Výzkumného šetření se zúčastnilo 125 lidí. Respondenti vyplňovali dotazníky elektronicky i v papírové podobě. Z důvodu neúplně či chybně vyplněných dotazníků bylo vyřazeno 5 dotazníků. Ke zpracování bylo tedy použito 120 dotazníků, což činí 96 % z celkového počtu dotazovaných. Dotazník tvoří celkem 29 otázek a je celý součástí přílohy.

4.2.5 ZPRACOVÁNÍ DAT

Respondenti vybírali při vyplňování druhé části dotazníku vždy 1 možnost odpovědi ze 4. Aby bylo možno se získanými daty pracovat, musela jsem k jednotlivým možnostem přiřadit číselnou hodnotu. Odpovědi *rozhodně ano* bylo přiřazeno číslo 1, odpovědi *spíše ano* bylo přiřazeno číslo 2, odpovědi *spíše ne* bylo přiřazeno číslo 3 a odpovědi *rozhodně ne* bylo přiřazeno číslo 4.

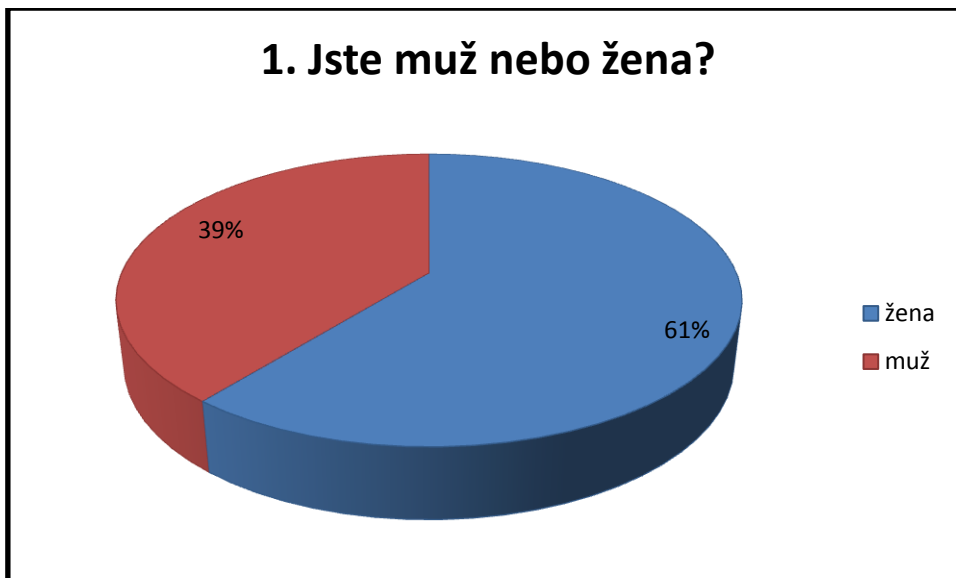
Data byla zpracována a následně vyhodnocována v programu Microsoft Excel 2007. Ke zpracování dat byly využity funkce:

- Aritmetický průměr - součet všech hodnot vydělen jejich počtem. Pro výpočet jsem v programu Microsoft Excel 2007 využila funkci PRŮMĚR
- Medián - dělí soubor na dvě stejně velké části, platí tedy, že polovina hodnot je větší než medián a polovina hodnot je menší než medián. Pro výpočet jsem v programu Microsoft Excel využila funkci MEDIAN.
- Rozptyl - udává rozptýlenost hodnot v souboru. Rozptyl mít vícero využití. V této práci ukazuje jak vypovídající je průměr a medián. Pro výpočet jsem v programu Microsoft Excel využila funkci VAR.

Pro vytvoření sloupcových grafů jsem používala převrácenou hodnotu. V případě, že by převrácená hodnota nebyla použita, jevíly by se nejčastější pozitivně hodnocené odpovědi v grafu jako nejmenší sloupce, což by znepřehledňovalo čtení grafů. Převrácenou hodnotu jsem získala, pokud jsem číslo 1 vydělila příslušným číslem, ze kterého jsem chtěla tuto hodnotu vypočítat.

4.2.6 POPIS SOUBORU

Do výzkumného šetření bylo zahrnuto 120 respondentů. V úvodu dotazníku odpovídali respondenti na tzv. doplňkové otázky, které slouží k získání základních informací k o respondentech. Soubor je charakterizován v grafech 1 - 5 a tabulkách 1 -5.



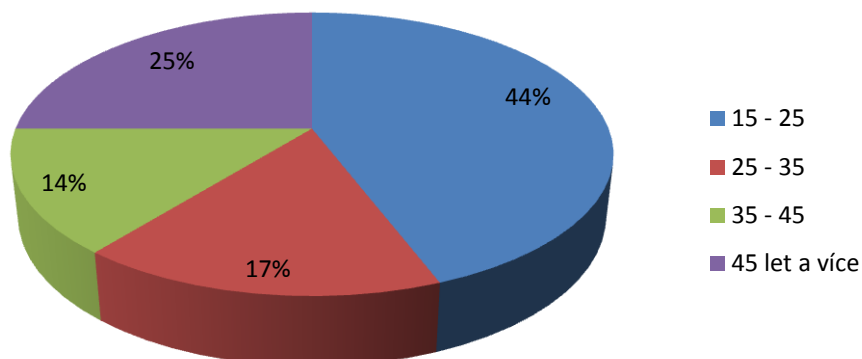
Graf 1 - Rozdělení respondentů dle pohlaví

Tabulka č.1 - Četnost k otázce č. 1

Četnost	
Žena	73
Muž	47

Z výše uvedené tabulky i grafu je zřejmé, že respondenti byli spíše ženského pohlaví.

2. Do jaké věkové kategorie patříte?



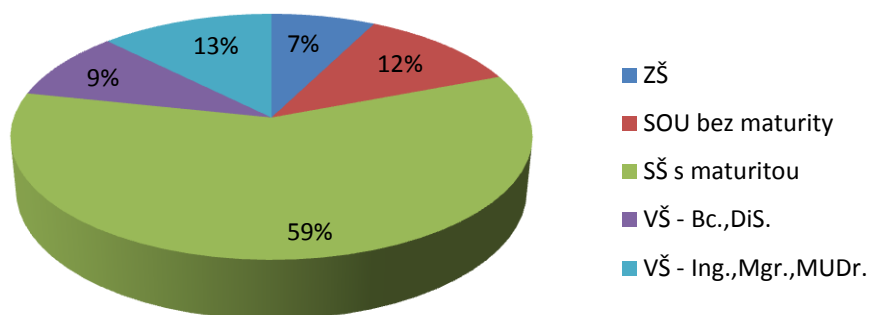
Graf 2 - Rozdělení respondentů dle věku

Tabulka č. 2 - Četnost k otázce č. 2

Četnost	
15 - 25	53
25 - 35	20
35 - 45	17
45 let a více	30

Z daného grafu a tabulky vyplývá, že respondenti byli převážně ve věkovém rozmezí 15 - 25 let. Nejméně početná skupina je pak ve věku 35 - 45 let.

3. Jaké je Vaše současné vzdělání?



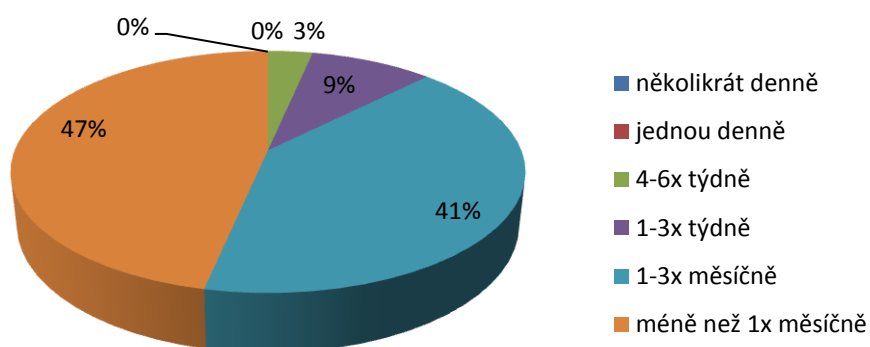
Graf 3 - Rozdělení respondentů dle vzdělání

Tabulka č. 3 - Četnost k otázce č. 3

Četnost	
ZŠ	9
SOU bez maturity	14
SŠ s maturitou	71
VŠ - Bc., DiS.	11
VŠ - Ing., Mgr., Mudr.	15

Graf a tabulka nám říká, že nejvíce respondentů mělo maturitní vzdělání. Vzdělání respondentů koresponduje s věkem, jelikož jak je výše uvedeno, respondenti byli převážně ve věku 15 - 25 let.

4. Jak často navštěvujete restaurace fastfoodového typu?

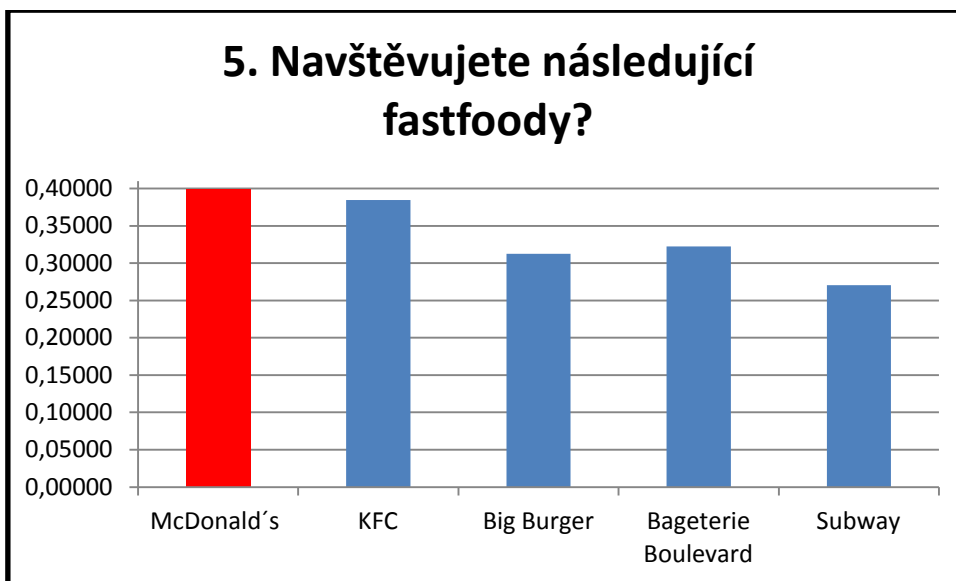


Graf 4 - Rozdělení respondentů dle frekvence návštěv fastfoodů

Tabulka č. 4 - Četnost, průměr, medián a rozptyl k otázce č. 4

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Několikrát denně	0	5,3	5,0	0,6
Jednou denně	0			
4 - 6x týdně	4			
1 - 3x týdně	11			
1 - 3x měsíčně	49			
Méně než 1x měsíčně	56			

Pokud se podíváme na graf a tabulku, zjistíme, že největší procento respondentů se ve fastfoodech stravuje méně než 1x měsíčně. Další nje početnější skupinou jsou respondenti, kteří se ve fastfoodech stavují 1 - 3x měsíčně.



Graf 5 - Navštívujete následující fastfoody?

Tabulka č. 5 - Průměr, převrácená hodnota k otázce č. 5

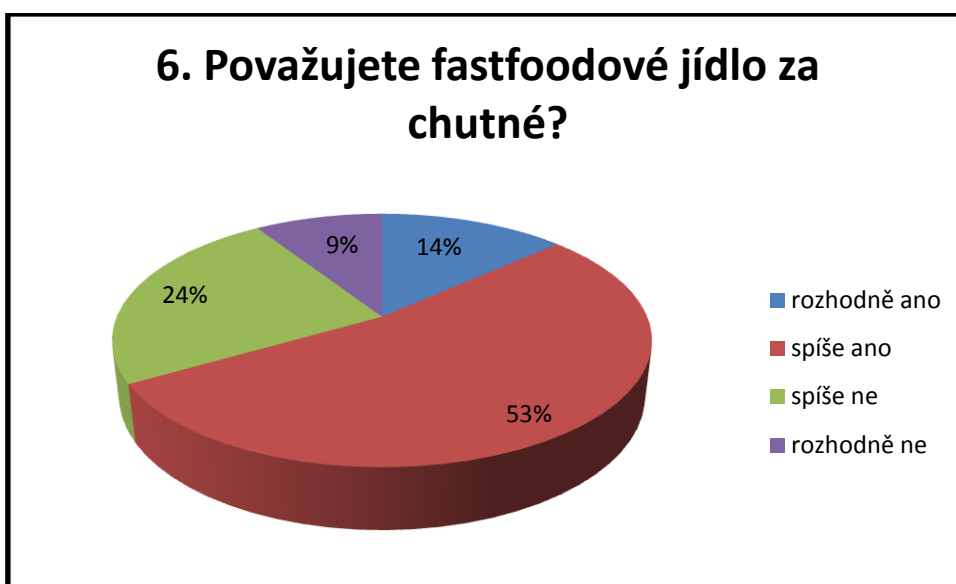
Název fastfoodu	Průměr	Převrácená hodnota
McDonald's	2,5	0,40
KFC	2,6	0,38
Big Burger	3,2	0,31
Bageterie Boulevard	3,1	0,32
Subway	3,7	0,27

Tato tabulka a graf popisuje výsledky 5. otázky, kdy byl z každé podotázky vytvořen průměr z něhož byla následně vytvořena převrácená hodnota pro vytvoření výše uvedeného grafu. Vyplyvá tedy, že nejnavštěvovanějším fastfoodem je mezi respondenty McDonald's.

4.2.7 VÝSLEDKY

Výsledky šetření jsou zpracovány do dvou částí dle hlavních výzkumných otázek. V první části jsou otázky, které zjišťují motivaci lidí pro návštěvu fastfoodových restaurací. V druhé části jsou otázky, které zjišťují povědomí lidí o nemocích, které souvisí s konzumací fastfoodového jídla. Každá otázka je znázorněna grafem a tabulkou. Grafy znázorňují vyjádření respondentů v procentech. V tabulkách je vždy uvedena četnost, průměr, medián a rozptyl.

4.2.7.1. 1. část - Jaká je motivace lidí pro návštěvu fastfood?



Graf 6 - Považujete fastfoodové jídlo za chutné?

Tabulka č. 6 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 6

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	16	2,3	2,0	0,7
Spíše ano	64			
Spíše ne	29			
Rozhodně ne	11			

Z grafu i tabulky lze vyčíst, že většina respondentů považuje fastfoodové jídlo za chutné.



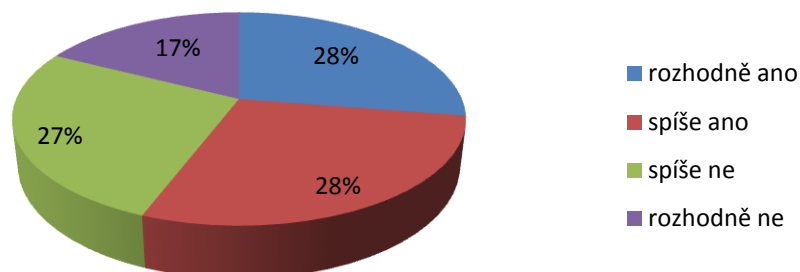
Graf 7 - Myslíte si, že je fastfoodová nabídka pestrá?

Tabulka č. 6 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 7

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	16	2,4	2,0	0,8
Spíše ano	64			
Spíše ne	29			
Rozhodně ne	11			
Neodpovězeno	1			

Graf a tabulka nám říká, že názor na pestrost fastfoodové nabídky není jednoznačný. Skupina lidí, kteří si myslí, že je fastfoodová nabídka pestrá, je větší jen o několik procent.

8. Stává se Vám, že někdy dostanete chuť vyloženě na nějaký fastfoodový produkt?



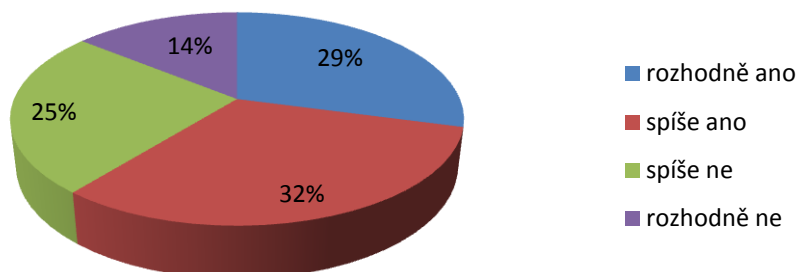
Graf 8 - Stává se Vám, že někdy dostanete chuť vyloženě na nějaký fastfoodový produkt?

Tabulka č. 8 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 8

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	33	2,3	2,0	1,1
Spíše ano	34			
Spíše ne	32			
Rozhodně ne	21			

Z grafu a tabulky je zřejmé, že respondenti nemají jednotný názor. Každá možnost je zastoupena zhruba čtvrtinou respondentů. Nejméně respondentů však zvolilo možnost rozhodně ne.

9. Máte ve fastfoodu nějaký oblíbený produkt, který si dáváte při každé návštěvě?

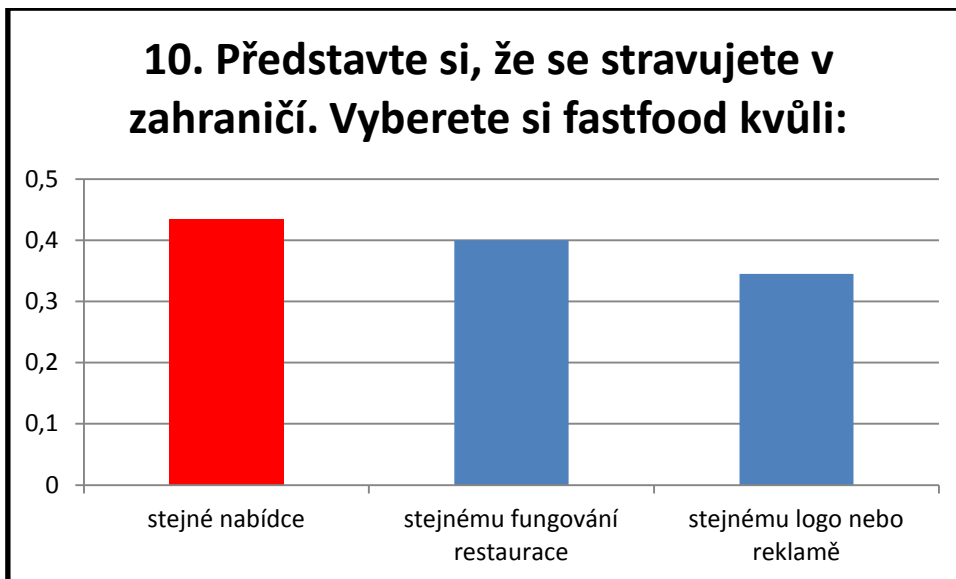


Graf 9 - Máte ve fastfoodu nějaký oblíbený produkt, který si dáváte při každé návštěvě?

Tabulka č. 9 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 9

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	35	2,2	2,0	2,0
Spíše ano	38			
Spíše ne	30			
Rozhodně ne	17			

Pokud se podíváme na graf a tabulku, můžeme vyčíst, že větší část respondentů má oblíbený fastfoodový produkt, který si dává při každé návštěvě.



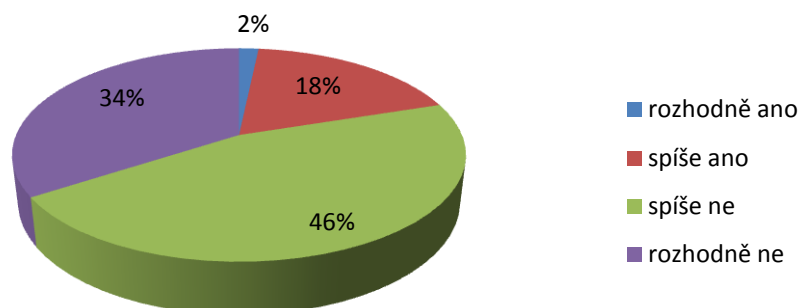
Graf 10 - Představte si , že se stravujete v zahraničí. Vyberete si kvůli:

Tabulka č. 10 - Průměr, převrácená hodnota k otázce č. 10

	Průměr	Převrácená hodnota
Stejná nabídka	2,3	0,435
Stejně fungování restaurace	2,5	0,400
Stejně logo nebo reklama	2,9	0,345

V tabulce a grafu můžeme vyčíst výsledky otázky č. 10. Z každé podotázky byl vypočítán průměr a k němu převrácená hodnota, která byla použita v grafu. Dle výsledků je zřejmé, že respondenti v zahraničí si nejčastěji vybírají fastfood kvůli celosvětově stejné nabídce.

11. Kupujete nové produkty, které fastfoody nabízejí ve svých reklamních kampaních?



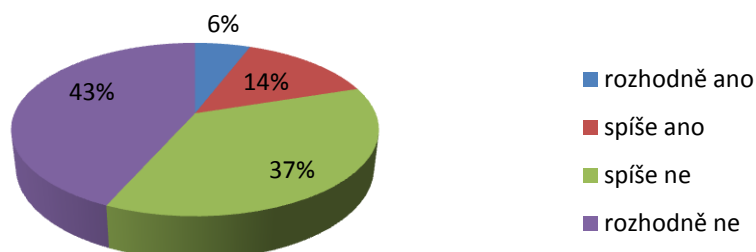
Graf 11 - Kupujete nové produkty, které fastfoody nabízejí ve svých reklamových kampaních?

Tabulka č. 11 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 11

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	2	3,1	3,0	0,6
Spíše ano	22			
Spíše ne	55			
Rozhodně ne	41			

Z výše uvedené tabulky a grafu je zřejmé, že většina respondentů nekupuje nové produkty propagované reklamními kampaněmi. Procento lidí, kteří propagované produkty kupují, je velmi malé.

12. Stává se Vám, že Vás v reklamě na rychlé občerstvení zaujme nějaký produkt, který si následně jdete koupit?



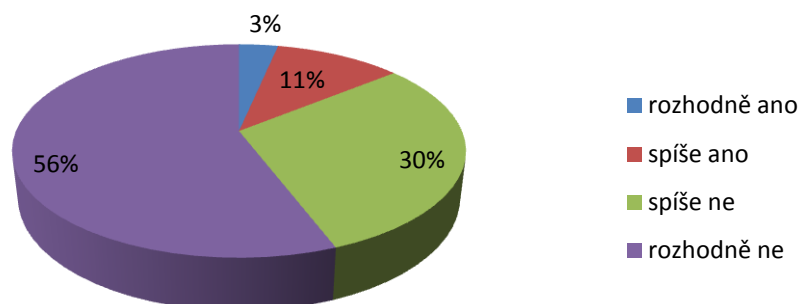
Graf 12 - Stává se Vám, že Vás v reklamě na rychlé občerstvení zaujme nějaký produkt, který si následně jdete koupit?

Tabulka č. 12 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 12

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	7	3,2	3,0	0,8
Spíše ano	14			
Spíše ne	44			
Rozhodně ne	52			

Tabulka a graf znázorňují, že valná většina respondentů nekupuje produkty, které fastfoody propagují v reklamních kampaních.

13. Stane se Vám, že navštívíte fastfood na základě reklamy, která Vám přišla poštou? (reklamní leták)

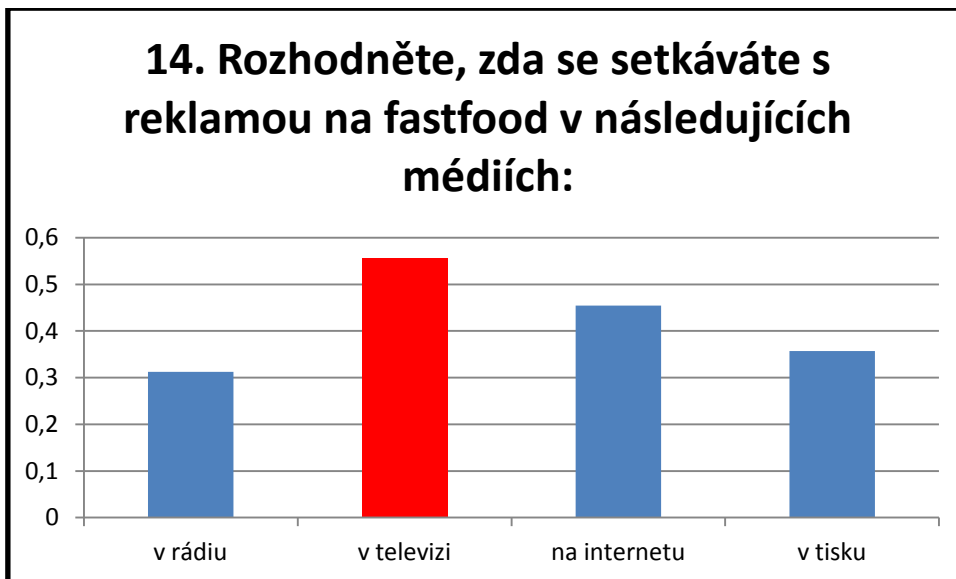


Graf 13 - Stane se Vám, že navštívíte fastfood na základě reklamy, která Vám přijde poštou? (reklamní leták)

Tabulka č. 13 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 13

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	4	3,4	4,0	0,6
Spíše ano	13			
Spíše ne	36			
Rozhodně ne	67			

Daná tabulka a graf nám říkají, že respondenti většinou nenavštěvují fastfoody na základě tištěné reklamy. Výsledky této otázky jsou velmi podobné jako otázky č. 12 a otázky č. 11.

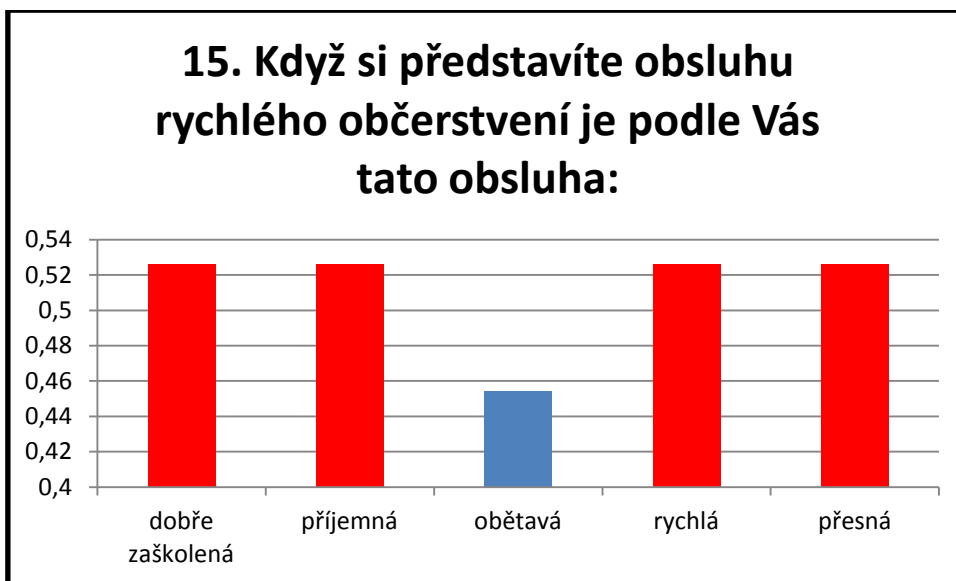


Graf 14 - Rozhodněte, zda se setkáváte s reklamou na fastfood v následujících médiích:

Tabulka č. 14 - Průměr, převrácená hodnota k otázce č. 14

Typ média	Průměr	Převrácená hodnota
Rádio	3,2	0,312
Televize	1,8	0,555
Internet	2,2	0,454
Tisk	2,8	0,357

V tabulce je uveden průměr a převrácená hodnota podotázek otázky č. 14. Převrácená hodnota je pak zobrazena v grafu. Z těchto výsledků je možné vyčíst, že respondenti se nejčastěji setkávají s reklamou na fastfood v televizi, nejméně pak v rádiu.



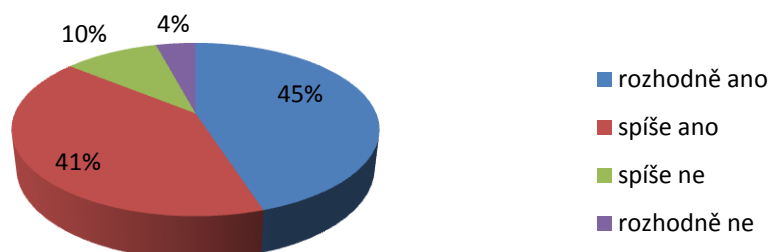
Graf 15 - Když si představíte obsluhu rychlého občerstvení, je podle Vás tato obsluha:

Tabulka č. 15 - Průměr, převrácená hodnota k otázce č. 15

Obsluha je:	Průměr	Převrácená hodnota
Dobře zaškolená	1,9	0,526
Příjemná	1,9	0,526
Obětavá	2,2	0,455
Rychlá	1,9	0,526
Přesná	1,9	0,526

Tabulka a výše uvedený graf demonstrují výsledky otázky č. 15. V tabulce můžeme nalézt průměrnou hodnotu odpovědí k jednotlivým podotázkám otázky č. 15. Další hodnotou v tabulce je převrácená hodnota, která je použita pro vytvoření grafu. Lze tedy vyčíst, že výsledky daných podotázek byly téměř shodné. Většina respondentů ohodnotila kladně zaškolenost, příjemnost, rychlost a přesnost obsluhy. Nejméně kladně byla ohodnocena obětavost obsluhy.

16. Vyhovuje Vám ve fastfoodech skutečnost, že po zaplacení se o Vás obsluha dále nestará pokud o to nepožádáte?



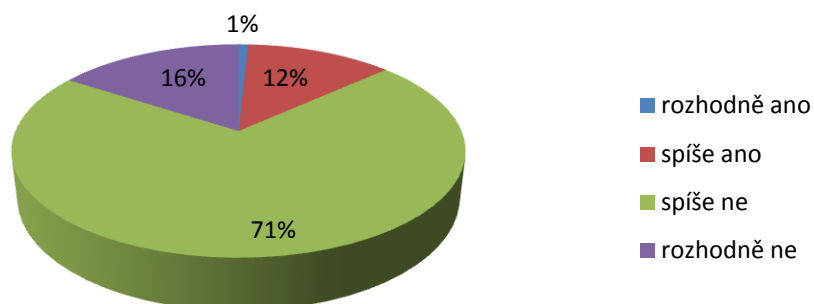
Graf 16 - Vyhovuje Vám ve fastfoodech skutečnost, že po zaplacení se o Vás obsluha dále nestará pokud o to nepožádáte?

Tabulka č. 16 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 16

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	54	1,7	2,0	0,6
Spíše ano	49			
Spíše ne	12			
Rozhodně ne	5			

Z grafu a tabulky je zřejmé, že většině respondentů vyhovuje, že po zaplacení se o ně fastfoodová obsluha více nestará, pokud o to nepožádají.

17. Pokud Vám fastfoodová obsluha nabídne k Vaší objednávce nějaký produkt, dáte si jej?



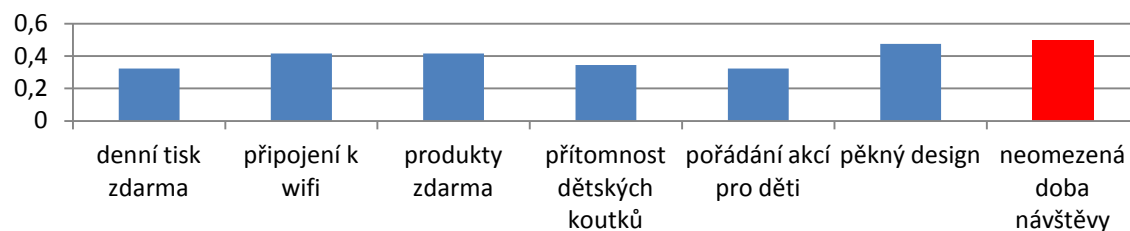
Graf 17 - Pokud Vám fastfoodová obsluha nabídne k Vaší objednávce nějaký produkt, dáte si jej?

Tabulka č. 17 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 17

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	1	3,0	3,0	0,3
Spíše ano	15			
Spíše ne	85			
Rozhodně ne	19			

Graf a tabulka znázorňují, že respondenti si většinou nekupují produkt nabízený obsluhou. Jelikož obsluha většinou nabízí nové produkty, se kterými respondenti setkají i v reklamních kampaních, vidím zde určitou provázanost této otázky s otázkou č. 11, kde respondenti také odpověděli, že nové produkty nabízené v reklamních kampaních převážně nekupují.

18. Uvedte, zda jsou pro Vás důležité jednotlivé aspekty, které jsou typické pro fastfood.



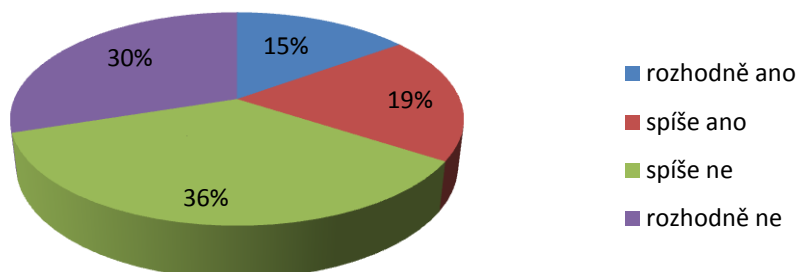
Graf 18 - Uvedte, zda jsou pro Vás důležité jednotlivé aspekty, které jsou typické pro fastfood.

Tabulka č. 18 - Průměr, převrácená hodnota k otázce č. 18

Aspekty	Průměr	Převrácená hodnota
Denní tisk zdarma	3,1	0,323
Připojení k wifi	2,4	0,417
Produkty zdarma	2,4	0,417
Přítomnost dětských koutků	2,9	0,345
Pořádání akcí pro děti	3,1	0,323
Pěkný design	2,1	0,476
Neomezená doba návštěvy	2,0	0,5

V grafu a tabulce můžeme nalézt celkové výsledky otázky č. 18. K jednotlivým podotázkám je zde uveden průměr a převrácená hodnota, ze které je vytvořen výše uvedený graf. Můžeme zde vyčíst, že pro respondenty je nejvíce důležité, že mohou ve fastfoodech trávit neomezenou dobu. Nejméně je pak pro ně důležité, že fastfoody pořádají akce pro děti a nabízí denní tisk.

19. Využíváte službu Drive - Thru? (možnost objednávky jídla z Vašeho automobilu)

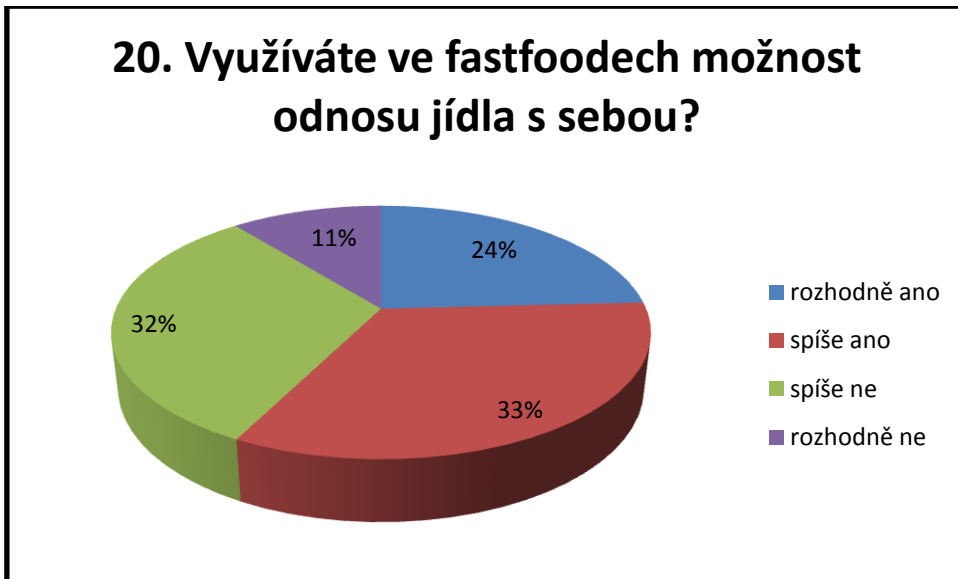


Graf 19 - Využíváte službu Drive - Thru? (možnost objednávky jídla z Vašeho automobilu)

Tabulka č. 19 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 19

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	18	2,8	3,0	1,0
Spíše ano	23			
Spíše ne	43			
Rozhodně ne	36			

Pokud se podíváme na výše uvedený graf a tabulku, je zřejmé, že větší část respondentů pro svůj nákup ve fastfoodech nepoužívá službu Drive - Thru. Zhruba čtvrtina uvedla, že tuto službu využívá.



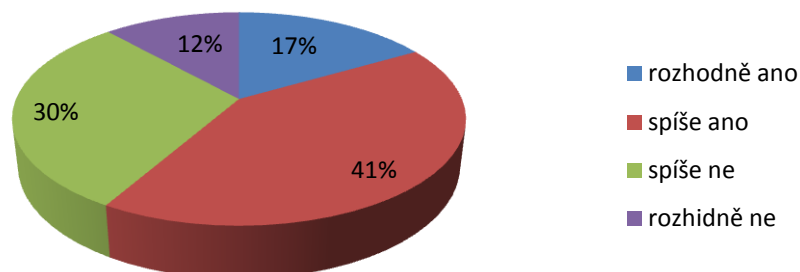
Graf 20 - Využíváte ve fastfoodech možnost odnosu jídla s sebou?

Tabulka č. 20 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 20

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	29	2,3	2,0	0,9
Spíše ano	40			
Spíše ne	38			
Rozhodně ne	13			

Tabulka a graf znázorňují, že větší část respondentů nekonsumuje jídlo ve fastfoodech, ale odnáší si jej s sebou.

21. Konzumujete fastfoodové jídlo v situacích, kdy máte opravdu málo času a potřebujete se něčím zasytit?



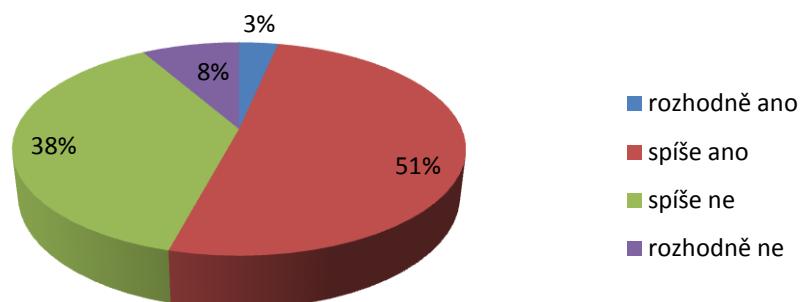
Graf 21 - Konzumujete fastfoodové jídlo v situacích, kdy máte opravdu málo času a potřebujete se něčím zasytit?"

Tabulka č. 21 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 21

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	20	2,4	2,0	0,7
Spíše ano	50			
Spíše ne	36			
Rozhodně ne	14			

V grafu a tabulce můžeme vyčíst, že větší část respondentů konzumuje fastfood jen při nedostatku času. Tento výsledek dle mého názoru úzce souvisí s výsledkem otázky č. 20, kde respondenti odpověděli, že nekonzumují fastfoodové jídlo v restauraci, ale odnášejí si ho s sebou.

22. Když budete hodnotit cenu fastfoodového jídla, je dle Vašeho názoru cena produktů přijatelná?



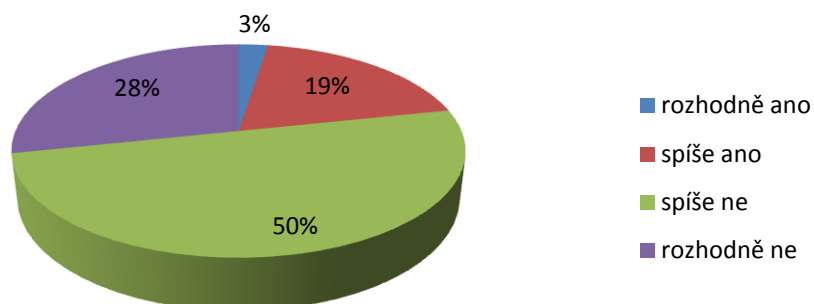
Graf 22 - Když budete hodnotit cenu fastfoodového jídla, je dle Vašeho názoru cena produktů přijatelná?

Tabulka č. 22 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 22

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	4	2,5	2,0	0,4
Spíše ano	61			
Spíše ne	45			
Rozhodně ne	10			

Výše uvedená tabulka a graf demonstrují, že o něco větší část respondentů hodnotí cenu fastfoodového jídla jako přijatelnou. Druhá část respondentů si myslí opak.

23. Kdyby byla strava z fastfoodu levnější, stravoval(a) byste se zde častěji?



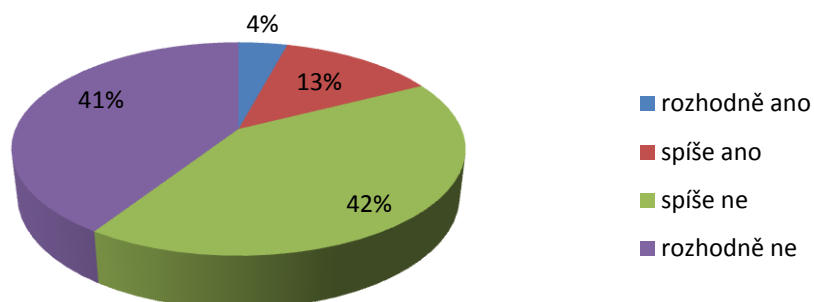
Graf 23 - Kdyby byla strava z fastfoodu levnější, stravoval(a) byste se zde častěji?

Tabulka č. 23 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 23

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	3	3,0	3,0	0,5
Spíše ano	23			
Spíše ne	60			
Rozhodně ne	34			

Pokud se podíváme na graf a tabulku, zjistíme, že polovina respondentů by se ve fastfoodech nestravovala častěji, ani kdyby bylo fastfoodové jídlo levnější. Pro necelou čtvrtinu by levnější jídlo bylo motivací pro častější návštěvu fastfoodů.

24. Chodíte do fastfoodů kvůli jejich slevovým akcím? (kupónové knížky, množstevní slevy, bezedné nápoje)



Graf 24 - Chodíte do fastfoodů kvůli jejich slevovým akcím? (kupónové knížky, množstevní slevy, bezedné nápoje)

Tabulka č. 24 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 24

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	5	3,2	3,0	0,6
Spíše ano	16			
Spíše ne	50			
Rozhodně ne	49			

Tabulka a graf znázorňují, že valnou většinu respondentů do fastfoodu nepřilákají slevové akce. Respondentů, které slevové akce využívají je méně než čtvrtina.

Celkové shrnutí výsledů 1. části - Jaká je motivace lidí pro návštěvu fastfood?

V následující tabulce jsou přehledně shrnuty výsledky celé první části. V prvním sloupci nalezneme název výzkumné otázky, v druhém sloupci se nachází čísla otázek, třetí sloupec nese průměrnou hodnotu odpovědí jednotlivých otázek. Poslední sloupec vyjadřuje průměrnou hodnotu odpovědí dané výzkumné otázky. Dle této hodnoty jsem určovala celkový výsledek první části.

Tabulka č. 25 - výsledky první části - Jaká je motivace lidí pro návštěvu fastfood?

Název výzkumné podotázky	Čísla otázek	Průměrná hodnota odpovědí	Konečná průměrná hodnota odpovědí dané výzkumné podotázky
Je hlavní motivací chuť pokrmů?	Otázka č. 6	2,3	2,3
	Otázka č. 7	2,4	
	Otázka č. 8	2,3	
	Otázka č. 9	2,2	
Je hlavní motivací stálá nabídka?	Otázka č. 10.1	2,3	2,6
	Otázka č. 10.2	2,5	
	Otázka č. 10.3	2,9	
Je hlavní motivací masivní reklama?	Otázka č. 11	3,1	2,8
	Otázka č. 12	3,2	
	Otázka č. 13	3,4	
	Otázka č. 14.1	3,2	
	Otázka č. 14.2	1,8	
	Otázka č. 14.3	2,2	
	Otázka č. 14.4	2,8	

Je hlavní motivací obsluha?	Otázka č. 15.1	1,9	2,1
	Otázka č. 15.2	1,9	
	Otázka č. 15.3	2,2	
	Otázka č. 15.4	1,9	
	Otázka č. 15.5	1,9	
	Otázka č. 16	1,7	
	Otázka č. 17	3,0	
Je hlavní motivací prostředí?	Otázka 18.1	3,1	2,6
	Otázka 18.2	2,4	
	Otázka 18.3	2,4	
	Otázka 18.4	2,9	
	Otázka 18.5	3,1	
	Otázka 18.6	2,1	
	Otázka 18.7	2,0	
Je hlavní motivací rychlá příprava jídel?	Otázka č. 19	2,8	2,5
	Otázka č. 20	2,3	
	Otázka č. 21	2,4	
Je hlavní motivací cena?	Otázka č. 22	2,5	2,9
	Otázka č. 23	3,0	
	Otázka č. 24	3,2	

Z výše uvedené tabulky je zřejmé, že hlavní motivací lidí pro návštěvu fastfood je obsluha, která má výslednou průměrnou hodnotu 2,1. Hodnota 2,1 znamená, že respondenti odpovídali na otázky týkající se obsluhy kladně. Jelikož se výsledná průměrná hodnota blíží číslu 2, je možné říci, že respondenti v dotazníku zaškrtovali nejčastěji odpověď spíše ano.

Tabulka dále demonstruje, že motivací lidí pro návštěvu fastfood může být i chuť pokrmů. Chuť pokrmů má výslednou průměrnou hodnotu 2,3. Z těchto hodnot lze předpokládat, že respondenti odpovídali na otázky spíše kladně. V dotazníku si tedy vybírali možnost spíše ano, avšak ne v tolika případech jako u otázek týkajících se obsluhy.

Z tabulky je dále zřejmé, že na otázky týkající se rychlé přípravy jídel odpovídali respondenti vyrovnaně. Její výsledná průměrná hodnota je 2,5. Nelze tedy říci, zda je rychlá příprava jídel motivací lidí pro návštěvu fastfoodových restaurací či není.

Tabulka dále znázorňuje, že stálá nabídka, prostředí, reklama a cena nejsou tak silnými motivacemi lidí pro návštěvu fastfoodových restaurací. Stálá nabídka a prostředí mají výslednou průměrnou hodnotu 2,6. Reklama má výslednou průměrnou hodnotu 2,8 a cena má výslednou průměrnou hodnotu 2,9. O těchto hodnotách lze říci, že respondenti odpovídali na otázky týkající se těchto oblastí spíše záporně. Jelikož se tyto hodnoty blíží číslu 3, můžeme říci, že nejčastěji vybranou odpovědí byla odpověď spíše ne.

4.2.7.2. 2. část - Uvědomují si lidé navštěvující fastfood dopad konzumace tučného jídla na jejich zdravotní stav?



Graf 25 - Myslíte si, že je strava (pokrmů a nápoje) z fastfoodu z výživového hlediska vyvážená? (má správný poměr všech živin)

Tabulka č. 25 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 25

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	0	3,5	4,0	0,3
Spíše ano	5			
Spíše ne	48			
Rozhodně ne	67			

Graf a tabulka demonstrují, že valná většina respondentů považuje fastfoodové jídlo za nevyvážené.

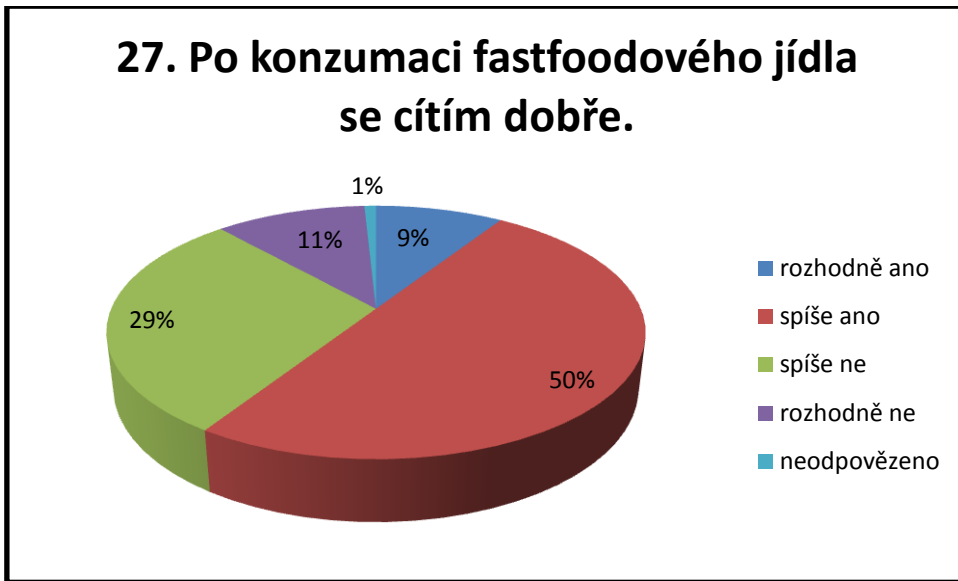


Graf 26 - Myslíte si, že je fastfoodové jídlo nezdravé?

Tabulka č. 26 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 26

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	51	1,7	2,0	0,6
Spíše ano	53			
Spíše ne	10			
Rozhodně ne	6			

Pokud se povídáme na výše uvedený graf a tabulku, můžeme zde vyčíst, že drtivá většina považuje fastfoodové jídlo za nezdravé. Tento výsledek koresponduje s otázkou č. 25, kde můžeme vyčíst, že respondenti považují fastfoodové jídlo za nevyvážené. Lze tedy říci, že respondenti považují fastfoodové jídlo za všeobecně špatné pro jejich organismus.



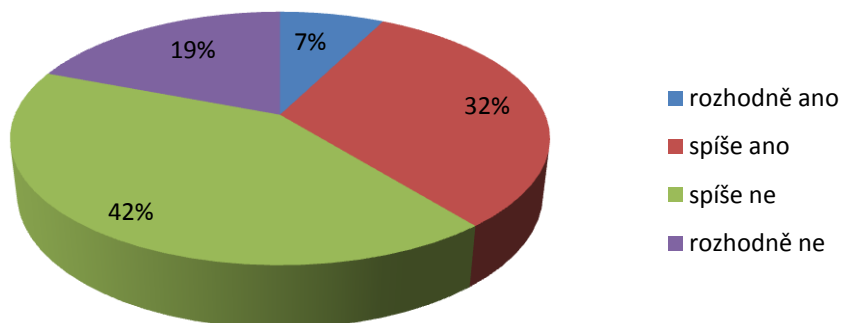
Graf 27 - Po konzumaci fastfoodového jídla se cítím dobře.

Tabulka č. 27 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 27

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	11	2,4	2,0	0,6
Spíše ano	60			
Spíše ne	35			
Rozhodně ne	13			
Neodpovězeno	1			

Graf a tabulka znázorňují, že více než polovina respondentů uvedla, že se po konzumaci fastfoodového jídla cítí dobře.

28. Po konzumaci fastfoodového jídla se necítím dobře.



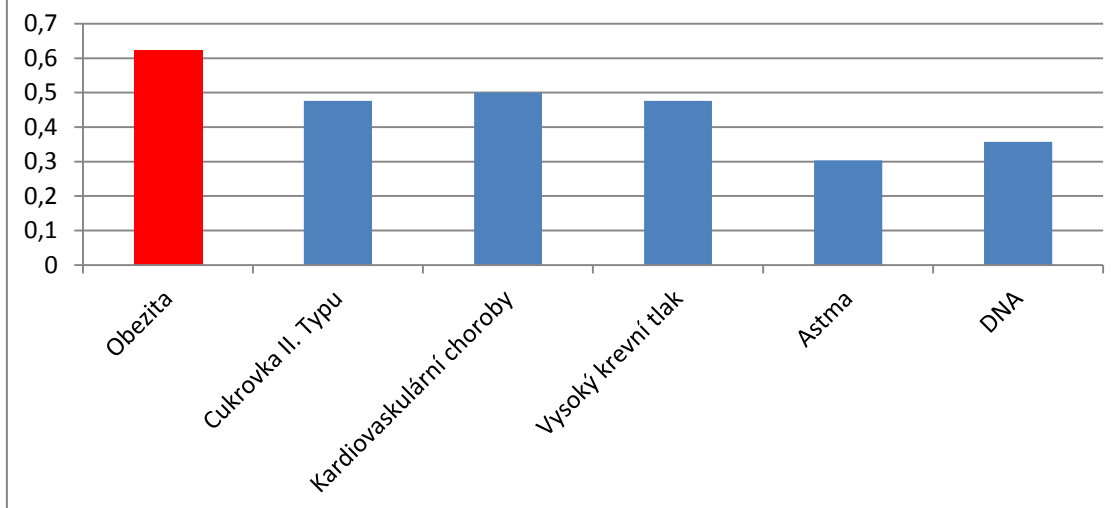
Graf 28 - Po konzumaci fastfoodového jídla se necítím dobře.

Tabulka č. 28 - Četnost, průměr, medián, rozptyl k otázce č. 28

Četnost		Průměr	Medián	Rozptyl
Rozhodně ano	9	2,7	3,0	0,7
Spíše ano	38			
Spíše ne	50			
Rozhodně ne	23			

Graf a tabulka nám říkají, že téměř tři čtvrtiny respondentů tvrdí, že se po konzumaci fastfoodového jídla cítí dobře. Tyto výsledky souvisí s výsledky otázky č. 27, kde respondenti odpovídali téměř stejně.

29. Rozhodněte, jak velké je riziko, že po konzumaci fastfoodových jídel onemocníte následujícími nemocemi:



Graf 29 - Rozhodněte, jak velké je riziko, že po konzumaci fastfoodových jídel onemocníte následujícími nemocemi:

Tabulka č. 29 - Průměr a převrácená hodnota k otázce č. 29

Název nemoci	Průměr	Převrácená hodnota
Obezita	1,6	0,625
Cukrovka II. typu	2,1	0,476
Kardiovaskulární choroby	2,0	0,500
Vysoký krevní tlak	2,1	0,476
Astma	3,3	0,303
DNA	2,8	0,357

Z grafu a tabulky lze vyčíst celkové výsledky otázky č. 29. V tabulce jsou demonstrovány průměrné hodnoty odpovědí jednotlivých podotázek, ke kterým je ve vedlejším sloupci vypočítána převrácená hodnota. Z této převrácené hodnoty je vytvořen výše uvedený graf. Z grafu můžeme vyčíst, zda si respondenti myslí, že po konzumaci fastfoodových jídel onemocní výše uvedenými nemocemi. Nejrizikovější nemocí je dle respondentů obezita a následně v sestupném pořadí kardiovaskulární choroby, cukrovka II. typu a vysoký krevní tlak. Jako málo rizikové choroby považují astma a onemocnění s názvem dna.

Celkové shrnutí výsledů 2. části - Uvědomují si lidé navštěvující fastfood dopad konzumace tučného jídla na jejich zdravotní stav?

V této podkapitole jsou shrnuty výsledky 2. části dotazníku. Z výsledků vyplývá, že respondenti považují fastfoodové jídlo za nevyvážené a nezdravé, ale oproti tomu převážně odpovídali, že se po konzumaci fastfoodového jídla cítí dobře. Jelikož respondenti v úvodu dotazníku uvedli, že se ve fastfoodech stravují převážně méně než 1x měsíčně, můžeme tedy očekávat, že dopad fastfoodového jídla na jejich organismus není tak velký a proto po jeho konzumaci nepocítí žádné změny. Z výsledků je dále zřejmé, že jako nejvíce riziková nemoc byla označena obezita. Toto prvenství může být způsobeno tím, že obezita je v médiích velmi úzce spojovaná právě s fastfoody. Naopak choroby jako jsou astma a dna s fastfoody velmi často spojovány nejsou. Respondenti tyto dvě choroby určili jako nejméně rizikové.

5 ZÁVĚR

Účelem bakalářské práce bylo poskytnout ucelený pohled na problematiku fastfoodu. Na základě zpracované teoretické části bakalářské práce lze shrnout následující fakta, která se vztahují k vytyčeným cílům v úvodu práce:

Zdravá výživa je styl stravování, který nezatěžuje náš organismus. Naopak je pro náš organismus velice prospěšný a pomáhá proti mnoha onemocněním. Pro dodržování zásad zdravé výživy musíme přijímat ve správném poměru bílkoviny, cukry, tuky, vitamíny, minerály a vodu.

Pojem fastfood se doslovně překládá jako rychlé jídlo. Mnoho definicí slova fastfood ještě dodává, že je to jídlo připravené s nízkými nároky na kvalitu. Charakteristika jednotlivých fastfoodových značek se od sebe o mnoho neliší. Každá provozovna je zaměřena na rychlost. Zákazník přijde do restaurace a vybere si z přehledné nabídky. Jídlo obdrží nejdéle do 5 minut. Pokud se budeme zabývat historií fastfoodových restaurací je velmi překvapivé, že fastfoody existovaly již ve starověku. První restaurací, která se podobou velice blížila dnešním fastfoodům byla restaurace White Castle založena roku 1921.

Nemocí spojených s konzumací fastfood existuje celá řada. Nejvíce spojovanou nemocí s konzumací tohoto typu jídla je obezita. Obezita vzniká pokud organismus dlouhodobě přijímá více energie než vydává. Z obezity plyne mnoho dalších onemocnění, záleží však na stupni obezity nebo rozmístění tuku v těle. Mezi nemoci, které plynou z obezity řadíme např. astma, dnu, cukrovku, hypertenzi a kardiovaskulární onemocnění.

Z jednotlivých výsledků je zřejmé, že hlavní motivací lidí pro návštěvu fastfoodových zařízení je obsluha. Respondenti zde hodnotili velmi kladně přístup a systém fastfoodové obsluhy. Většina z nich považovala obsluhu za dobře zaškolenou, přesnou, rychlou a příjemnou. Respondentům také velmi vyhovuje, že po zaplacení s obsluhou nemusí dále komunikovat.

Zpracovanými výsledky bylo zjištěno, že si lidé konzumující fastfood uvědomují dopady tohoto typu stravy na jejich organismus jen částečně. Dalo by se říci, že v povědomí respondentů jsou pouze choroby, které jsou s fastfoody spojovány v médiích. Těmito chorobami jsou obezita, cukrovka II. typu, kardiovaskulární choroby a vysoký krevní tlak. Naopak nemoci jako jsou astma a Dna většina respondentů nepropojuje s konzumací fastfoodového jídla. V tomto případě bych navrhovala aby tyto nemoci byly propagovány v médiích stejně často jako obezita, cukrovka II. typu, kardiovaskulární

choroby a vysoký krevní tlak. Čímž by byla veřejnost více informována o problematice nemocí spojených s konzumací fastfoodového jídla, což by mohlo výrazně ovlivnit jejich rozhodování při výběru potravin.

Závěrem této práce bych chtěla říci, že jsem pracovala ve fastfoodu více než 3 roky. Z vlastních zkušeností mohu souhlasit s většinou získaných výsledků. Překvapily mě ale výsledky otázky č. 24, která se ptá, zda respondenti využívají ve fastfoodech slevových akcí. Většina respondentů odpověděla, že takové akce nevyužívají. Z mé tříleté zkušenosti mohu ale tvrdit přesný opak. V době slevových akcí navštěvovalo restauraci mnohem více lidí než bylo obvyklé. Tyto výsledky mohou být tedy mírně zkreslené, jelikož se respondenti mohli stydět za to, že ve fastfoodech nakupují v době slevových akcí.

Domnívám se, že se mi podařilo naplnit všechny cíle práce, které jsem si stanovila v úvodu práce. Chtěla bych ale říci, že problematika fastfoodu je velmi široká a tak nebylo možné ji do této práce obsáhnout kompletně.

6 RESUMÉ

Bakalářská práce nese název Fastfood jako stravovací styl současné doby. Práce se skládá z teoretické a praktické části.

Teoretická část práce obsahuje tři kapitoly. První kapitola se zabývá zdravou výživou. Druhá kapitola je zaměřena na fastfood. Zabývá se charakteristikou a historií fastfoodu. Poslední kapitola teoretické části popisuje nemoci spojené s konzumací fastfoodového jídla.

Praktická část je zaměřena na problematiku fastfood. Hlavním cílem práce je zjistit jaká je motivace lidí pro návštěvu fastfoodů a zda si uvědomují dopady fastfoodového jídla na jejich organismus. Tyto hlavní cíle jsou zjišťovány pomocí dotazníkového šetření.

My Bachelor's Thesis takes the name fast food as an eating style of the current period. The labour consists of a theoretical part and a practical part.

The theoretical part consists of 3 chapters. The first chapter deal with healthy food. The second chapter is focused on fast food and deal with characteristic and history of fast food restaurants. The last chapter of the theoretical part describes illnesses, which are related to a consumption of fast food meal.

The practical part is focused on issue of fast food. The main goal of this labour is to detect a motivation of people who are visiting this fast food restaurants and whether they realize which effects this meal has on their organism. These main goals are found out by the survey.

7 SEZNAM LITERATURY

7.1 KNIŽNÍ ZDROJE

- BLAHUŠOVÁ, E. *Wellness; Fitness*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2005. 235 s. ISBN 80-246-0891-X.
- BRIFFA, J. *Zdravě jíst*. Vyd. 1. Praha: Ikar, 2000. 112 s. ISBN 80-7202-598-8.
- [5] FOŘT, P. *Co jíme a pijeme?: výživa pro 3. tisíciletí*. Vyd. 1. Praha: Olympia, 2003. 246 s. ISBN 80-7033-814-8.
- FOŘT, P. *Výživa pro dokonalou kondici a zdraví*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2004. 181 s. ISBN 80-247-1057-9.
- FOŘT, P. *Tak co mám jíst?*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2007. 417 s. ISBN 978-80-247-1459-2.
- FREEDMAN, P. *Jídlo: dějiny chuti*. Vyd.1. Praha: Mladá fronta, 2008. 368 s. ISBN 978-80-204-1847-0.
- GAVORA, P. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2. rozš. české vyd. Brno: Paido, 2010. 261 s. ISBN 978-80-7315-185-0.
- CHRPOVÁ, D. *S výživou zdravě po celý rok*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2010. 133 s. ISBN 978-80-247-2512-3.
- KRCH, F., MÁLKOVÁ, I. *SOS nadváha: Průvodce úskalím diet a životního stylu*. Vyd. 1. Praha: Granit, 1993. 191 s. ISBN 80-85805-12-X.
- MACHOVÁ, J., KUBÁTOVÁ, D., HAMANOVÁ, H., KABÍČEK, P., MRÁZOVÁ, M., SVOBODA, Z., WEDLICHOVÁ, I. *Výchova ke zdraví*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2009. 291 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-2715-8.
- MARTINCOVÁ, O. *Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 2*. Praha : Academia, 2004. 568 s. ISBN: 80-200-1168-4
- PLAMÍNEK, J. *Tajemství motivace: jak zařídit, aby pro vás lidé rádi pracovali*. 2., dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. 160 s. ISBN 978-80-247-3447-7.
- VOLDŘICH, M., JECHOVÁ, M., ČÍHALOVÁ, J., MÍČEK, E., ČERMÁKOVÁ, A., DOČKAL, A., ŠOTOLOVÁ, P., JANOTOVÁ, L., KOLOUCH, M. *Zásady správné výrobní a hygienické praxe ve stravovacích službách – část I.* Vyd.1. Praha : Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2006. 67 s. ISBN 80-02-01822-2.

VÍTEK, L. *Jak ovlivnit nadváhu a obezitu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2008. 148 s. ISBN 978-80-247-2247-4.

SPURLOCK, M. *Super size me*. Česko, 2007. 1 videodisk (DVD) (100 min.).

7.2 INTERNETOVÉ ZDROJE

[1] Merriam - Webster [online, cit. 23.9.2015]

<http://www.merriam-webster.com/dictionary/fast%20food>.

[2] PharmDr. Margit Slimáková [online, cit. 22.11.2015]

<http://www.margit.cz/encyklopedie/junk-food>

[3] Fast Food in Medieval Europe [online, cit. 10.12.2015]

http://www.engr.psu.edu/mtah/articles/pdf/fast_food.pdf

[4] Wikipedie otevřená encyklopedie [online, cit. 22.10.2015]

[https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=White_Castle_\(restaurace\)&oldid=12137470](https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=White_Castle_(restaurace)&oldid=12137470)

[6] Fórum zdravé výživy [online, cit. 22.1.2016].

<http://www.fzv.cz/pyramida-fzv/>

PŘÍLOHY

Dobrý den,

jmenuji se Iveta Rysová, jsem studentkou Fakulty pedagogické Západočeské univerzity v Plzni. Prosím Vás o vyplnění následujícího dotazníku zaměřeného na fastfood. Dotazník je součástí bakalářské práce "Fastfood jako stravovací styl současné doby". Dotazník je zcela anonymní. Všechny otázky si prosím pečlivě přečtete a vždy zaškrtněte právě jednu odpověď.

Děkuji za spolupráci.

1. Jste muž nebo žena?

- žena
- muž

2. Do jaké věkové kategorie patříte?

- 15 - 25 let
- 25 - 35 let
- 35 - 45 let
- 45 let a více

3. Jaké je Vaše současné vzdělání?

- ZŠ
- SOU bez maturity
- SŠ s maturitou
- VŠ – Bc., DiS.
- VŠ – Ing., Mgr., MUDr.

4. Jak často navštěvujete restaurace fastfoodového typu?

- několikrát denně
- jednou denně
- 4-6× týdně
- 1-3× týdně
- 1-3× měsíčně
- méně než 1× měsíčně

5. Navštěvujete následující fastfoody?

McDonald's	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
KFC	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
Big Burger	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
Bageterie Boulevard	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
Subway	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>

6. Považujete fastfoodové jídlo za chutné?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

7. Myslíte si, že je fastfoodová nabídka pestrá?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

8. Stává se Vám, že někdy dostanete chuť vyloženě na nějaký fastfoodový produkt?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

9. Máte ve fastfoodu nějaký oblíbený produkt, který si dáváte při každé návštěvě?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

10. Představte si, že se stravujete v zahraničí. Vyberete si fastfoody kvůli:

celosvětově

stejně nabídce *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

stejnému systému

fungování

restaurace *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

stejně vypadajícím

logu nebo

reklamě *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

11. Kupujete nové produkty, které fastfoody nabízejí ve svých reklamových kampaních?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

12. Stává se Vám, že Vás v reklamě na rychlé občerstvení zaujme nějaký produkt, který si následně jdete koupit?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

13. Stane se Vám, že navštívíte fastfood na základě reklamy, která Vám přišla poštou? (reklamní leták)

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

14. Rozhodněte, zda se setkáváte s reklamou na fastfood v následujících médiích.

rádio	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
televize	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
internet	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
tisk	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>

15. Když si představíte obsluhu rychlého občerstvení je podle Vás tato obsluha:

dobře zaškolená	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
příjemná	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
obětavá	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
rychlá	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>
přesná	<i>rozhodně ano</i>	<i>spíše ano</i>	<i>spíše ne</i>	<i>rozhodně ne</i>

(dostanete kompletní a správnou objednávku)

16. Vyhovuje Vám ve fastfoodech skutečnost, že po zaplacení se o Vás obsluha dále nestará pokud o to nepožádáte?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

17. Pokud Vám fastfoodová obsluha nabídne k Vaší objednávce nějaký produkt, dáte si jej?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

18. Uved'te, zda jsou pro Váš důležité jednotlivé aspekty, které jsou typické pro fastfood.

denní tisk zdarma *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

připojení k wifi *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

produkty zdarma *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*
(bezedný kelímek, ranní káva zdarma)

přítomnost

dětského koutku *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

pořádání akcí

pro děti *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

pěkný design

restaurace *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

neomezená doba

návštěvy *rozhodně ano* *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

19. Využíváte službu Drive - Thru? (možnost objednávky jídla z Vašeho automobilu)

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

20. Využíváte ve fastfoodech možnost odnosu jídla s sebou?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

21. Konzumujete fastfoodové jídlo v situacích, kdy máte opravdu málo času a potřebujete se něčím zasytit?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

22. Když budete hodnotit cenu fastfoodového jídla, je dle Vašeho názoru cena produktů přijatelná?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

23. Kdyby byla strava z fastfoodu levnější, stravoval(a) byste se zde častěji?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

24. Chodíte do fastfoodů kvůli jejich slevovým akcím? (kupónové knížky, slevy na produkty v určité dny, množstevní slevy, bezedné nápoje)

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

25. Myslíte si, že je strava (pokrmý a nápoje) z fastfoodu z výživového hlediska vyvážená (má správný poměr všech živin)?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

26. Myslíte si, že je fastfoodové jídlo nezdravé?

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

27. Po konzumaci fastfoodového jídla se cítím dobře.

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

28. Po konzumaci fastfoodového jídla se **ne**cítím dobře.

rozhodně ano *spíše ano* *spíše ne* *rozhodně ne*

29. Rozhodněte jak velké je riziko, že po konzumaci fastfoodových jídel onemocníte následujícími nemocemi:

Obezita *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

Cukrovka II. typu *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

Kardiovaskulární

choroby *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*
(onemocnění srdce a cév)

Vysoký krevní tlak *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

Astma *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*

Dna *rozhodně velké* *spíše velké* *spíše malé* *rozhodně malé*
(zánětlivost kloubů)

Příloha I. - Dotazník k praktické části



Příloha II. - Potravinová pyramida, zdroj: <http://www.fzv.cz/pyramida-fzv/>