

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

**ANALÝZA ZÁJMU O DODÁVKU ZDRAVÝCH SVAČIN V MĚSTĚ
OLOMOUCI**

Diplomová práce

(bakalářská)

Autor: Petr Ilgner, Rekreatologie

Vedoucí práce: Ing. Lenka Bartková

Olomouc, 2014

Jméno a příjmení autora: Petr Ilgner

Název diplomové práce: Analýza zájmu o dodávku zdravých svačin v městě v Olomouci

Pracoviště: Katedra rekreologie

Vedoucí diplomové práce: Ing. Lenka Bartková

Rok obhajoby diplomové práce: 2014

Abstrakt: Cílem diplomové práce je marketingový průzkum projektu dodávky zdravých a čerstvých svačin pro žáky základních škol v Olomouci. Syntéza poznatků je zaměřena na teoretické poznatky z oblasti marketingového průzkumu, výživy dětí a zabývá se také důležitostí školního stravování pro správný vývoj dětí. Metodika specifikuje anketní list, který byl vytvořen ve třech variantách a to pro rodiče, žáky prvního a žáky druhého stupně. Výsledky jsou rozčleněny dle jednotlivých skupin respondentů z důvodu přehlednosti. V závěrečné části se práce věnuje zodpovězení výzkumných otázek, vč. návrhu řešení pro praxi.

Klíčová slova: marketingový průzkum, školní stravování, výživa dětí.

Souhlasím s půjčováním své diplomové práci v rámci knihovních služeb.

Author's first name and surname: Petr Ilgner

Title of the bachelor's thesis: Analysis of interest in the delivery of healthy snacks in the city Olomouc

Department: Department of Recreationology

Supervisor: Ing. Lenka Bartková

The year of presentation: 2014

Abstract: The goal of this thesis is marketing research of delivery of healthy and fresh snacks for elementary school pupils in Olomouc. Synthesis of findings is focused on theoretical knowledge of marketing research, child nutrition and also addresses the importance of school meals for the proper development of children. The methodology specifies the questionnaire list, which was created in three variants - for parents, pupils of first and second degree students. The results are categorized by individual groups of respondents for transparency. In the final part work is dedicated to answering the research questions, incl. proposed solution for practice.

Keywords: marketing research, school meals, nutrition of children.

I agree this thesis paper to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovat samostatně, pod vedením Ing. Lenky Bartkové, uvedl jsem všechny použité literární a odborné zdroje a dodržoval základy vědecké etiky.

V Olomouci dne 28. 4. 2014

.....

Děkuji Ing. Lence Bartkové za vedení diplomové práce a za cenné rady a připomínky. Rovněž děkuji své manželce a svým dětem za obrovskou toleranci při velkém pracovním vytížení při psaní této práce.

OBSAH

1 ÚVOD.....	7
2 SYNTÉZA POZNATKŮ	8
2.1 Marketing	8
2.2 Marketingová analýza.....	8
2.2.1 Zákazník	11
2.3 Výživa dětí.....	12
2.4 Školní stravování	21
3 CÍLE A ÚKOLY	25
4 METODIKA.....	26
4.1 Cílová skupina	26
4.2 Primární analýza dat	27
4.2.1 Pilotáž	27
4.2.2 Vlastní výzkumné šetření	28
4.2.3 Anketní list	29
4.2.3.1 Anketní list - rodiče	29
4.2.3.2 Anketní list - žáci prvního stupně.....	31
4.2.3.3 Anketní list - žáci druhého stupně	32
5 VÝSLEDKY A DISKUSE.....	35
5.1 Výsledky a diskuse anketního listu pro rodiče	35
5.2 Výsledky a diskuse anketního listu pro žáky prvního stupně.....	46
5.3 Výsledky a diskuse anketního listu pro žáky prvního stupně.....	54
6 ZÁVĚR A DOPORUČENÍ	60
7 SOUHRN.....	65
8 SUMMARY	66
9 REFERENČNÍ SEZNAM	67
10 BIBLIOGRAFICKÝ SEZNAM.....	69
11 PŘÍLOHY	70

1 ÚVOD

Myšlenka dodávat zdravé a čerstvé svačiny dětem na základních školách v Olomouci vznikla jako reakce na stále se zhoršující stav výživy dětí v České republice. Stále častěji se ve své praxi, pořádání nejrůznější společenských akcí v rámci Olomouce, setkávám s dětmi, které mají nadváhu či jsou dokonce již obézní.

Jednou z nejčastějších příčin nadváhy či obezity dětí je nedostatečný pohyb a nesprávná výživa. A protože pohyb v rámci svého podnikání již podporuji, rozhodl jsem se podpořit myšlenku dodávky zdravých, čerstvých svačín pro žáky základních škol v Olomouci. S touto myšlenkou za mnou přišly dvě ženy, které za tímto nápadem stojí. Jako první bylo důležité provést marketingový průzkum trhu a zjistit, zda by o tuto službu v rámci Olomouce vůbec byl zájem. Na základě marketingového průzkumu jsem získal mnoho zajímavých informací, a proto jsem se rozhodl na toto téma zpracovat i svou bakalářskou práci.

Téma zdravých a čerstvých svačín je velmi široké a rozsah bakalářské práce nedovoluje postihnout toto téma celé, proto se ve své práci věnuji pouze vybraným tématům.

Věřím, že péče o děti po všech stránkách je budoucností nás všech. A pokud děti nenaučíme správnému stravování již v mladém věku, můžeme bezpečně očekávat v jejich dospělém věku výskyt nejrůznějších zdravotních problémů, které s nesprávným stravováním úzce souvisejí.

2 SYNTÉZA POZNATKŮ

2.1 Marketing

Najít jednoznačnou definici pojmu marketing není v dnešní době vůbec jednoduché. Existuje mnoho definic, ve kterých se přední autoři marketingových publikací rozcházejí. Definice, které ještě před pár lety byly přijatelné, jsou nyní již měněny a doplňovány. Tato situace je dána především rychlým vývojem nových technologií a zároveň i historickým vývojem.

„Marketing je uspokojování potřeb zákazníka na straně jedné a tvorba zisku na straně druhé” (Kotler & Armstrong, 2001, 52). Avšak stejný autor v roce 1991 uvádí mnohem širší definici. „Marketing je společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními” (Kotler & Armstrong, 1991, 4).

Kotler také uvádí: „Marketing je podnikatelskou funkcí, která rozpoznává nenaplněné potřeby a touhy, určuje a měří jejich rozsah a potenciální ziskovost, rozhoduje o tom, kterým cílovým trhům by podnik dokázal sloužit nejlépe, vybírá pro tyto trhy vhodné výrobky, služby a programy a vyžaduje od každého pracovníka organizace, aby měl neustále na paměti zákazníka a sloužil mu” (Kotler, 2003, 13).

2.2 Marketingová analýza

Marketingová analýza je široký pojem, který se nedá stručně charakterizovat. Existuje mnoho definic, a proto se v následující části budu věnovat charakteristice toho, co to marketingová analýza vůbec je.

Při strukturování marketingových plánů je velice důležitá analýza silných a slabých stránek a analýza podnikatelské příležitosti.

Dle Jakubíkové (2008) může být marketingová situační analýza nahrazena marketingovým auditem či marketingovou diagnostikou.

Zahrnuje následující body

a) analýza prostředí

- kontrolovatelných faktorů (marketingový mix),

- nekontrolovatelných faktorů (viz níže vnější okolí).

Nekontrolovatelné faktory, vnější okolí

Makrookolí daného podniku, organizace či v našem případě závodu lze velice těžko ovlivnit. V tomto okolí se odrážejí makroekonomické trendy vypovídající o vývoji celé společnosti, které jsou neustále v pohybu. Je proto velice důležité tyto změny sledovat, zaznamenávat a neustále vyvozovat důsledky a popřípadě měnit své chování.

Toto prostředí ovlivňující vlastní marketingový systém lze rozdělit do čtyř kategorií, někdy nazývaných STEP (Hannagan, 1996,90):

- sociální,
- technologické,
- ekonomické,
- politické.

b) analýza konkurence - jen výjimečně působí na trhu nějaká firma osamoceně.

Obvykle soupeří s velkým počtem konkurentů. Každý z těchto konkurentů musí být identifikován, sledován a poražen lepší strategií. Existují tři úrovně konkurence, a to přímá, nepřímá konkurence a substituce služeb.

c) společenské a kulturní prostředí

d) analýza tržního potenciálu – velice důležitý bod proto, aby vyšlo najevo, zda je trh dostatečně veliký, zda se na něm nachází dostatečný počet potenciálních zákazníků. Zprvu se začíná sběrem informací ze sekundárního výzkumu.

e) analýza služeb – každý subjekt by měl přesně definovat rozsah svých služeb, které chce poskytovat, aby uspokojil přání svých zákazníků.

f) analýza tržní pozice a marketingového plánu – subjekt si musí přesně definovat, jakou pozici chce na trhu obsadit, a najít slabé místo v již existujícím prostředí.

g) analýza SWOT – zabývá se rozbořem vnějších (prostředí, trh, konkurence) a vnitřních podmínek podniku. Jejím účelem je dle Horákové (1992) posoudit

vnitřní předpoklad firmy k uskutečnění určitého podnikatelského záměru a současně podrobit rozboru i vnější příležitosti a omezení diktovaná trhem.

h) marketingový audit - je komplexní, systematické, nezávislé a periodické zkoumání marketingového prostředí, cílů, strategie a aktivit firmy či organizace s cílem určit problémové oblasti a marketingové příležitosti a doporučit plán opatření pro zlepšení marketingových výsledků. Správně provedený marketingový audit a důsledné dodržení doporučení z něj vyplývajících může firmě ušetřit značné finanční prostředky a vede ke splnění stanovených cílů firmy.

Marketingový audit se skládá z těchto analýz:

- analýza marketingového prostředí,
- analýza marketingové strategie a cílů,
- analýza marketingové organizační struktury,
- analýza marketingových systémů,
- analýza marketingové produktivity,
- analýza nástrojů marketingového mixu a jeho funkcí.

Aby byla marketingová analýza správně provedena, je potřeba zvolit vhodné metody, které budou odpovídat určitým specifickým požadavkům daného trhu. V praxi existuje mnoho druhů přístupů, lze je rozdělit dle zaměření na externí a interní. Vůbec nejčastěji používanou metodou marketingové analýzy je PEST analýza či SWOT analýza.

Marketingová situační analýza

Marketingová situační analýza se dá označit za všeobecnou metodu zkoumání marketingového prostředí firmy.

Marketingová analýza je všeobecná metoda zkoumání jednotlivých složek a vlastního vnějšího prostředí (makroprostředí a mikroprostředí), ve kterém firma podniká, případně které na ni nějakým způsobem působí, ovlivňuje její činnost, a zkoumání vnitřního prostředí firmy (kvalita managementu a zaměstnanců, strategie

firmy), její schopnosti výrobky tvořit, vyvíjet a inovovat, produkovat, prodávat, financovat. Jakubíková, 2008, 78)

Náplň situační marketingové analýzy se označuje jako 5C, toto dělení uvádí např. Jakubíková (2008, 79):

- company - podnik,
- collaborators - spolupracující firmy a osoby,
- customers - zákazníci,
- competitors - konkurenti,
- climate - makroekonomické faktory.

Správně a detailně provedená situační marketingová analýza by měla být prvním krokem k vytvoření strategického i operačního marketingového plánu.

Marketingová analýza je velmi široká a není v možnostech diplomové práce se zabývat celou marketingovou analýzou. Pro potřeby mé diplomové práce se zaměřím pouze na tu část marketingové analýzy, která se zabývá zákazníkem a jeho potřebami. Chci zjistit zájem potenciálních zákazníků o dodávku zdravých a čerstvých svačin do základních škol v městě Olomouci. Proto se níže budu věnovat teoretické charakterizaci toho, kdo je zákazník, ostatním bodům se nebudu věnovat.

2.2.1 Zákazník

„Uspokojování zákazníků je stále těžší... zákazníci jsou stále náročnější a jsou zvyklí, že výrobky a služby plní svou funkci, a proto si stěžují, pokud firmy neposkytnou službu, kterou slíbí, nebo nenaplní očekávání zákazníka” (Kotler et al., 2007, 534).

Zákazník, na kterého bude cíleno v rámci propagace zdravých a čerstvých svačin, budou rodiče žáků základních škol v Olomouci. Ale v druhé řadě bude velmi důležité naplnit očekávání dětí - strávníků, na složení a chutnost svačiny. Proto se v praktické části věnuji průzkumu jak mezi rodiči, tak mezi žáky základních škol v Olomouci.

Nakupování a nákupní chování zákazníků ovlivňuje řada faktorů, jedním z nejvýznamnějších faktorů je motivace. „Motivem lidského chování je naplňování potřeb, přičemž základními složkami tohoto procesu jsou odstraňování nepříjemných pocitů a navozování pocitů příjemných” (Plamínek, 2008, 80).

Motivačních teorií pro chování zákazníka je celá řada. Jednou z nejznámějších a nejvíce používanou teorií je Maslowova pyramida potřeb. Tato pyramida pomáhá charakterizovat základní úrovně lidské motivace a lidského konání. „Teorie říká, že potřeby se uspokojují postupně od těch nejzákladnějších. Jakmile jsou uspokojeny základní potřeby, je možné uspokojit další, nadřazené” (Veškrna, 2012, 28).

Forsyth (2009, 16) uvádí, že „lidská motivace může být uspokojena pouze za předpokladu respektování hierarchické struktury potřeb. Motivační složka je neefektivní, pokud je vedena na jedné úrovni, aniž by byly uspokojeny potřeby na úrovni nižší”.

Proto, aby zákazník opakovaně nakupoval služby či výrobky, je velmi důležitá jeho spokojenost. „Obecně se dá říci, že spokojenost je pocit radosti nějaké osoby, vyvolaný porovnáním vnímaných výkonů (nebo vnímaného výsledku) k očekávání. Nedojde-li ke splnění očekávání, je zákazník nespokojený. Předčí-li výrobek nebo služba jeho očekávání, je zákazník vysoce spokojený nebo potěšený” (Kotler & Keller, 2007, 182).

Další autoři charakterizují spokojenost 5 předpoklady, které by měly být splněny. Členění dle Bureše a Řehulky (2006, 131):

- kvalitní produkt,
- dodržení termínu a ceny,
- servis bez diskusí,
- konzistentní úroveň služeb,
- osobní zájem.

Pro projekt zdravých a čerstvých svačin do škol je spokojenost zákazníka na prvním místě.

2.3 Výživa dětí

Znalost základů výživy dětí by měla být nutností nejen pro rodiče, ale také pro pedagogické pracovníky a další profese, které pracují s dětmi. Avšak ne vždy tomu tak je, že tyto zainteresované osoby mají dostatek znalostí a zároveň i dostatek času, aby výživě dětí věnovali potřebnou pozornost. Děti přejímají nejen stravovací návyky od svých rodičů, stále častěji se ve školním prostředí setkáváme s žáky, kteří přijdou do školy bez snídaně. Důvodů můžeme být hned několik, avšak důsledky takového chování jsou

hrozivé. „Procento mladých lidí, kteří snídají, se s věkem snižuje, přičemž ve věku 6-11 let snídá 92 % dětí, ve věku 12 - 19 let snídá 77 % dospívajících” (Kalman et al., 2011, 59).

„Žádná nebo nedostatečná snídanež snižuje kognitivní schopnosti, dokonce i u dětí, které jsou vyživovány správně” (Galloway, 2007, 11).

„Dokonce i mírný nedostatek příjmu živin může mít déletrvající negativní dopad na školní výsledky a poznávací procesy” (Galloway, 2007, 11).

Děti, které přijdou do školy bez snídanež, jsou častěji unavené, nejsou schopné se soustředit. A kvůli tomu, že později pak mají hlad, volí na svačinu či na pití koncentrovanější zdroje energie, které jsou stále častěji ve škole k dispozici. Mnohem více se ve školách sekáváme s automaty, kde si žáci mohou zakoupit bagety, čokoládové tyčinky, sušenky či slazené nápoje.

V některých školách je také zvyklostí mít tzv. školní bufet. Tento bufet není provozován školou, škola pouze pronajímá prostor k podnikání. Avšak i v těchto školních bufetech je k dostání mnoho nezdravých a pro děti nevhodných potravin a nápojů.

„Častější vynechávání snídání a posun posledního jídla do pozdních večerních hodin pozorujeme u obézních dětí. Naopak u dětí, které snídají, je pravděpodobnost vzniku obezity nižší” (Kalman et al., 2011, 59).

Fialová uvádí, že „v roce 2010 dosáhlo nadváhy již okolo 43 milionů dětí mladších pěti let, zatímco kolem roku 2000 byl jejich počet asi 22 milionů” (Fialová, 2012, 7).

„Vzrůstající výskyt nadváhy a obezity, zejména mezi dětmi a dospívajícími, je z dlouhodobého hlediska závažným medicínským problémem, protože u takových dětí výrazně vzrůstá riziko rozvoje obezity a s ní souvisejících onemocnění v dospělosti” (Fialová, 2012, 7).

„Děti, které naučíme zdravě se stravovat, mají větší šanci jíst zdravě i v dospělosti. naopak - z velké části dětí s nadváhou vyrůstají obézní dospělí” (Slimáková, 2012, 12).

Z výše uvedeného vyplývá, že výživa dětí je komplexní problém, na který je potřeba nahlížet z nejrůznějších úhlů. A to jak z pohledu výchovy v rodinách, tak i z pohledu školního stravování a výuky na základních a středních školách. Teprve pak souhra těchto jednotlivých komponent může efektivně změnit negativní trend rozvoje dětské obezity.

Bohužel rodiče si mnohdy veškeré důsledky svého chování, kterému často učí své děti, neuvědomují. Rodiče mnoho pracují, vracejí se domů čím dál tím později, a tím samozřejmě ztrácejí kontrolu nad tím, co jejich dítě v průběhu celého dne jí. Někteří rodiče, viz.praktická část diplomové práce, chystají svým dětem svačinu. Jiní rodiče svačiny nechystají, a dávají svým dětem peníze, aby si svačinu pořídily samy.

Školy, myšleno pedagogičtí pracovníci, ředitelé a kuchařky, mnohdy odmítají zodpovědnost za stravování dětí. Toto tvrzení si dovoluji prezentovat na základě osobních rozhovorů s řediteli některých základních škol v Olomouci, dále pak s vedoucími školních jídelen či se samotnými kuchařkami. Níže uvádím několik postřehů z těchto osobních rozhovorů.Vzhledem k tomu, že se jednalo o interní rozhovor mezi výzkumníkem a pracovníkem školy a že jsem si od těchto pracovníků nevyžádal svolení s uvedením jejich názorů, nemohu s ohledem na zachování dobrých mravů uvést jejich jména ani jejich působiště. Avšak jejich názory a postoje mi přijdou natolik zásadní, že jsem se rozhodl je ve své práci uvést.

Setkal jsem se s názorem, že ředitelé budou nabízet svým žákům to, co žáci chtějí, protože to je naučili doma.Škola má děti vzdělávat, a ne jim diktovat, co budou a nebudou během školního vyučování jíst. Ředitel této školy mimo jiné dovoluje provoz automatů na bagety, sladkosti a sladké nápoje ve své škole. Dle jeho názoru jsou tyto automaty o přestávkách v obležení žáků.

Názor vedoucí jedné školní jídelny v Olomouci ohledně zařazení luštěnin do dětských obědů. „Děti stejně jiné luštěniny než čočku s párkem nejedí, tak již nic jiného dětem nenabízíme.“ Stejná vedoucí kuchyně uvedla, že problémem vaření ve školních jídelnách není nedostatek peněz, ani nedostatek kuchařského umění, ale neochota žáků zdravější obědy konzumovat.

Rodiče rozhodují kolik, kdy a co jejich dítě sní a vypije.V dnešní době existuje řada poradenských center, kde se rodiče mohou informovat o ideální výživě přímo pro jejich dítě. Mimo jiné existuje neméně publikací zaměřených na toto téma s množstvím receptů vhodných jídel pro děti. Musíme brát v úvahu, že stejně jako u dospělých je každé dítě individuální jedinec, a proto musíme vhodný jídelníček zaměřit přímo na něj. (Nekolová, 2007, 7).

Správná výživa dětí

Existuje mnoho názorů na to, co je a co již není správná výživa. Mnoho erudovaných odborníků v oblasti výživy dětí se nemůže shodnout na tom, co to skutečně zdravá výživa je. Které živiny a v jakých poměrech konzumovat pro zdraví, to je i po mnoha letech intenzivního studia stále předmětem diskusí. Doporučení odborníků se stále pravidelně mění.

Mnohdy se k lidské výživě dostávají lidé, kteří se tváří jako odborníci, a přitom jim k získání označení výživový poradce či nutriční terapeut stačí absolvovat týdenní kurz a mohou radit lidem.

K provozování živnosti výživového poradce není zapotřebí žádného speciálního vzdělání, protože tato živnost patří mezi tzv. volnou živnost.

„Základem zdravé stravy jsou kompletní přirozené potraviny, ne jednotlivé živiny. Není proto třeba, aby každý z nás detailně studoval potraviny až k úrovni molekul, učil se encyklopedické informace a před jídlem analyzoval složení talíře” (Slimáková, 2012, 3).

„Výživa je hybným činitelem všech metabolických procesů organismu a při jejím nedostatku, ale i nadbytku může dojít k poruše těchto procesů, k postižení růstu, vývoje zdravotního stavu dítěte i dospělého člověka” (Nevoral, 2003, 125).

Zdravá výživa je jedním ze základních pilířů v boji s řadou civilizačních onemocnění, jako jsou nemoci srdce a cév, cukrovka, obezita. Tyto choroby mají stále častěji původ už v dětském věku, kdy se objevují první rizikové faktory (vysoká hladina cholesterolu, vysoký krevní tlak, obezita), proto je potřeba začínat s prevencí už v tomto období. (Retrieved 16. 3. 2014 from <http://www.fzv.cz/informacni-materialy/>).

Správná výživa dětí by měla obsahovat kompletní přirozené potraviny v takovém množství, jaké dítě potřebuje. Nejen složení, ale také rozložení stravy v průběhu dne hraje velmi důležitou roli. Správná výživa dítěte by měla obsahovat 5 až 6 menších porcí.

„Optimální počet je 5 - 6 krát denně menší porcí. Tělo pak nemá pocit hladu, a tudíž neukládá tukové zásoby, které by mohly vést k tloustnutí a obezitě. Pravidelně rozvržená strava také zabraňuje přejídání ve večerních hodinách” (Nekolová, 2007, 8).

Snídaně

Snídaně je základ dne. „Významným momentem ve výživě školního dítěte jsou snídaně. V rodině je častým zlovykem ranní spěch, kdy uspěchanou snídání trpí především děti” (Nevoral, 2003, 131).

Součástí snídaně by měly být i tekutiny, nedostatek tekutin se pak u dětí může projevit vyšší únavou, nepozorností či bolestí hlavy. Jak uvádí Nevoral: „Sliznice dítěte vysychají, jsou náchylné k průniku infekce, může se objevit zácpa, nechutenství, může to být počáteční moment k tvorbě žlučnickových či ledvinných kamenů” (Nevoral, 2003, 131).

Z celkového energetického příjmu za den by měla snídaně tvořit přibližně 20 - 25 % energie.

Příklady vhodné snídaně:

- ovesná kaše + sezónní ovoce + ořechy,
- rýžová kaše + sezónní ovoce + ořechy,
- kvalitní, ideálně kváskové pečivo s máslem a s luštěninovou, rybičkou nebo zeleninovou pomazánkou, sýrem či vejcem.

Nevhodné snídaně:

- sladkosti a sušenky,
- sladké, dětské cereálie,
- trvanlivé salámy,
- klobásy, párky,
- paštika,
- koblihy s marmeládou.

Svačina

Dopolední svačina se u dětí školního věku odehrává většinu týdne ve škole, tudíž je jisté, že i kolektiv ovlivňuje náladu dítěte na to, co bude pro svačiny preferovat. Hluběji se výzkumu svačiny budu věnovat v praktické části práce.

Dopolední svačina by měla tvořit okolo 10 % z celkového energetického příjmu za den.

Příklady vhodné svačiny:

- čerstvá ovocná + zeleninová šťáva, jogurtový koktejl,
- ovoce a zelenina,
- bílý jogurt, který může být doma dochucený,
- domácí buchta s tvarohem a ovocem,
- kvalitní, ideálně kváskové pečivo s tvarohovou, zeleninovou pomazánkou, sýrem či šunkou,
- mix oříšků se sušeným ovocem (pozor na kvalitu sušeného ovoce),
- šlehaný tvaroh s čerstvým ovocem.

Nevhodné příklady svačiny:

- sladkosti, čokolády,
- chipsy, tyčinky,
- párek v rohlíku,
- bagety se smaženými nugetami,
- hamburegery.

Oběd

Ve většině případů je pro děti oběd zajištěn ve škole ve školní jídelně. Školnímu stravování se budeme věnovat v následující kapitole.

Celková energetická hodnota oběda by měla být okolo 30 - 35 % z celkového denního energetického příjmu. Polévka nemusí být součástí jídla. Součástí hlavního jídla dne by ale vždy měla být zelenina nebo ovoce, což bohužel nebývá vždy pravidlem.

Příklady vhodného oběda:

- zapékané celozrnné těstoviny s kvalitním netučným masem, zeleninou a dýní hokkaido,
- rizoto s kuřecím masem, paprikou, cibulkou a kukuřicí,
- dušené rybí filé s vařenými brambory a zeleninovým salátem,
- luštěninová polévka, zahuštěná zeleninou s vajíčkem a kvalitním pečivem.

Příklady nevhodného oběda:

- smažené rybí prsty a hranolky,
- bramboráky,
- zapečené těstoviny s klobásou.

Odpolední svačina

Podobně jako dopolední svačina by měla tvořit okolo 10 % z celkového energetického příjmu za den. Dle věku dítěte se buď odpolední svačina odehrává již doma pod dohledem rodičů, často však dítě ještě není doma a nachází se v nějakém kroužku či odpolední družině.

Příklady vhodné odpolední svačiny:

- ovoce a zelenina,
- kvalitní kváskové pečivo s máslem a sýrem či šunkou,
- šlehaný tvaroh s domácí marmeládou či čerstvým ovocem,
- bílý jogurt s ovocem,
- domácí buchta s tvarohem a ovocem.

Příklady nevhodné odpolední svačiny:

- bílé pečivo s trvanlivým salámem,
- oplatky,
- pečivo s paštikou,
- chipsy, hranolky.

Večeře

Večeře by měla z celkového energetického příjmu tvořit přibližně 15 - 20%. Nemusí být vždy teplá, ale měla by vždy obsahovat složky, které dítě přes den nejedlo, a tudíž mu chybí k vyvážené stravě. V případě, že dítě mělo studený oběd, je teplá večeře na místě. Proto, aby rodiče mohli nachystat kvalitní večeři, ale potřebují mít přehled o složení jídel svého dítěte přes den.

Večeře by měla obsahovat jídlo, které je lehce stravitelné a nebude dítěti způsobovat trávicí obtíže.

Dle času, kdy je večeře podávána, může být večeře posledním jídlem dne. Někdy je ale ještě zařazováno tzv. 6. jídlo, které by mělo přijít nejpozději 3 hodiny před spaním.

Příklady vhodné večeře:

- zeleninová polévka s kvalitním pečivem,
- luštěninová polévka s kvalitním pečivem,
- celozrnné špagety s domácí rajčatovo-zeleninovou omáčkou a sýrem,
- zeleninový salát s luštěninami, vejcem, tuňákem a oříšky s kvalitním pečivem,
- kvalitní pečivo s tvarohovou pomazánkou a zeleninou.

Příklady nevhodné večeře:

- instantní kaše,
- sladké pečivo a kakao,
- smažené maso,
- smažené brambory,
- knedlíky s omáčkou.

2. večeře neboli 6. jídlo dne

U dětí s velkým fyzickým zatížením nebo u dětí hodně hubených můžeme bez problémů zařadit i tzv. 6. jídlo dne, neboli druhou večeři.

Toto jídlo by mělo přijít nejpozději 3 hodiny před spaním. Kdyby jídlo bylo zařazeno později, může dítě hůře spát a ráno být unavené.

V případě, že rodinné zvyklosti 2. večeři již nedovolují, může být 6. jídlo dne zařazeno v průběhu odpoledne jako druhá odpolední svačina. Toto je potřeba řešit vždy velmi individuálně.

Příklady vhodné druhé večeře:

- bílý jogurt s ovocem,

- jogurtový nápoj,
- méně sladké ovoce s ořechy,
- zelenina se sýrem.

Příklady nevhodné druhé večeře:

- sladké dezerty,
- sušenky,
- zmrzlina,
- uzeniny.

Dětský jídelníček by se měl skládat z pestrých druhů potravy. Je důležité dbát na to, aby měly děti dostatek všech živin, vitaminů a dodržovaly pitný režim. O nejrozličnějších receptech se rodiče mohou inspirovat v nejrozličnějších publikacích, kterých je na současném trhu mnoho. V případě, že má rodič obavy, které se týkají správné výživy a výživového stavu svého dítěte, může se poradit s odborníky ve specializovaných centrech, kterých v naší republice přibývá. (Nekolová, 2007, 12).

Potřeba živin

Nejen rozložení stravy během dne, ale celkové zastoupení jednotlivých živin ve výživě dětí je důležité.

Základními složkami potravy jsou tzv. makronutrienty, mezi které patří sacharidy, bílkoviny a tuky. Dalšími složkami potravy jsou tzv. mikronutrienty, mezi které patří vitaminy, minerály, stopové prvky a další. Velmi důležitou roli ve výživě dětí hrají tekutiny, voda.

Sacharidy by měly z celkového denního příjmu tvořit přibližně 50 - 60%. Bílkoviny by měly tvořit přibližně 12 - 20% z celkové přijaté energie za den. Tuky by měly tvořit okolo 30 - 35% z celkové přijaté energie. Toto rozložení mezi jednotlivé živiny se u mnohých autorů liší. Já zde uvádím rozložení, která preferuje např. Margit Slimáková či Jiří Nevoral.

2.4 Školní stravování

Školní stravování je jednou ze zásadních podmínek, aby se děti mohly efektivně účastnit školního vyučování, aby děti nebyly unavené a nesoustředěné.

Fialová uvádí, že „kvalita a frekvence stravování má také úzkou souvislost s rozvojem obezity dětí” (Fialová, 2012, 80).

„V České republice je na vysoké úrovni rozvinut systém školního stravování, který je zakotven v legislativě a dotován ze státního rozpočtu ČR” (Fialová, 2012, 81). Zákon, který upravuje systém školního stravování, je školský zákon č. 561/2004 Sb. § 119, § 122 o dotacích školního stravování, prováděcí vyhláška 107/2005 Sb. o školním stravování. „Školní stravování by mělo zabezpečovat adekvátní potřeby dětí” (Nevoral, 2003, 131).

Výživové normy pro školní stravování v ČR jsou nastaveny podle evropských požadavků, obsaženy jsou v příloze č. 1 vyhlášky č. 107/2005 SB., o školním stravování. Tzv. spotřební koš, který vedoucí školní jídelny sestavuje podle těchto doporučení a vzorového spotřebního koše, za nějž zodpovídá Ministerstvo školství spolu s Ministerstvem zdravotnictví, určuje měsíční spotřebu vybraných druhů potravin. (Fialová, 2012, 81).

V letech 1991 - 1994 byla v naší republice provedena studie ve školních jídelnách. Z výsledků vyplynulo, že ne všechny školou povinné děti školního stravování využívají. Z výzkumu vyplynulo, že se ve školní jídelně stravuje 75,6 % žáků základních škol. (Nevoral, 2003, 131).

Nevoral (2003, 131) také uvádí, že „podání tekutin během vyučování pomáhá zlepšit odolnost dítěte vůči vlivům školní zátěže. Otázkou je volba nápoje”.

Podávání vhodných tekutin dětem nejen ráno se snídání, ale také v průběhu školní docházky pomáhá zlepšit efektivitu školního vyučování. Avšak stále častěji se u dětí setkáváme s konzumací přeslazených nápojů, u dětí druhého stupně často i nápojů s obsahem kofeinu. „Přeslazené nápoje spolu se sladkostmi, které děti rády konzumují, velmi ovlivňují inzulín, který souvisí s následným rychlým propadem glykémie, což způsobuje poruchu pozornosti dítěte a únavu” (Nevoral, 2003, 131).

„Dalším velmi zásadním problémem školního stravování je, že během školní docházky se u dětí upevňují stravovací návyky” (Nevoral, 2003, 131). Proto by na utváření stravovacích návyků dětí měli rodiče a školní pracovníci úzce spolupracovat. Dle mého názoru již dávno neplatí, že za výživu dětí jsou zodpovědní pouze rodiče, protože dnešní doba vyžaduje, aby rodiče byli déle v práci. Proto určitou část zodpovědnosti za správnou výživu dětí by měla převzít i školní a mimoškolní pracoviště.

Příspěvek na školní stravování

Školní oběd je vždy dotován ze státního rozpočtu, některé obce nabízejí i příspěvek z rozpočtu obce.

Státní rozpočet: na každého dětského strávnicka je poskytován příspěvek (dotace) ze státního rozpočtu, a to na platy zaměstnanců, na odvody na sociální a zdravotní pojištění, včetně příspěvku na náklady vyplývající z pracovně právních vztahů. Tento příspěvek je na jeden oběd celkem 21.00 Kč (průměr rok 2007). (Retrieved 16. 3. 2014 from <http://www.jidelna-bory.cz/dotovana-strava-v-jidelnach.htm>).

Dle § 5 Vyhlášky č. 107/2005 Sb. rodiče (zákonní zástupci) hradí za děti a žáky pouze náklady na potraviny. Výši této částky určuje ředitelka organizace v ceníku pro příslušné roční období dle rozpětí finančních limitů, které jsou stanoveny v příloze č. 2 uvedené vyhlášky. V průběhu roku lze tyto limity měnit s ohledem na rostoucí nebo klesající ceny potravin. (Retrieved 16. 3. 2014 from <http://www.jidelna-bory.cz/dotovana-strava-v-jidelnach.htm>).

Do školního stravování je ale také potřeba zařadit další projekty v oblasti výživy, která škola buď podporuje, nebo na svém území dovoluje. Dle mého mínění můžeme mezi školní stravování zařadit projekty jako je Mléko do škol, Ovoce do škol apod. Mezi další "projekty", které se na území školy uchytily, patří školní bufety a také automaty s nejrůznějšími potravinami.

Mléko do škol

Hlavní realizátorem akce Školní mléko je společnost Laktea, o.p.s.. Tato společnost dodává mléko a mléčné výrobky do základních, mateřských a středních škol na základě předem uzavřené smlouvy o spolupráci.

Více informací o tomto projektu lze najít na webových stránkách http://www.laktea.cz/skolni_mleko.

Ovoce do škol

Projekt Ovoce do škol byl v ČR zahájen ve školním roce 2009/2010. Jedná se projekt Evropské Unie.

„Základním cílem celého projektu „Ovoce do škol“ je přispět k trvalému zvýšení spotřeby ovoce a zeleniny, vytvořit správné stravovací návyky ve výživě dětí, a tím zároveň bojovat proti dětské obezitě” (Retrieved 16. 3. 2014 from <http://www.ovocedoskol.szif.cz/web/Default.aspx?aid=33>) .

„Ve školním roce 2009/2010 se projektu zúčastnilo 2 883 škol, tzn. 71% dětí v cílové skupině. Účast v projektu stoupá a ve školním roce 2011/2012 byla účast 3 243 škol (387 080 dětí), což představuje 85% dětí cílové skupiny” (Retrieved 16. 3. 2014 from <http://www.ovocedoskol.szif.cz/web/Default.aspx?aid=140>).

Školní bufety

Stále častěji se na základních školách v ČR objevují bufety, která nabízejí žákům v průběhu školního vyučování nejrozumnější sortiment. Tyto bufety nebývají provozovány školou, ale často nějakým soukromým subjektem.

Co se týče věcí, které jsou v těchto školních bufetech nabízeny, tak mohu z osobní zkušenosti říci, že na základních školách v Olomouci je to převážně sortiment, který obsahuje sladkosti, bagety, párky v rohlíku, slazené nápoje, zákusky.

Ač tyto školní bufety nespadají do rámce školního stravování, který upravuje legislativa, rozhodně je s nimi v rámci školního stravování potřeba počítat. Protože nabídka nejrozumnějších potravin umožní dětem nákup a konzumaci.

Pro dokreslení situace se školními bufety uvádím jednu reakci paní z diskusního fóra, zřejmě pracovníci školní kuchyně:

Dobrý den, ráda bych se dozvěděla od ostatních vedoucích, jak u nich funguje školní bufet, jaký mají sortiment a zda to neovlivňuje konzumaci obědů. V letošním roce se u nás rozšířilo, že spousta zvláště malých strávníků (1-3 třída), vrátí téměř

celý oběd s tím, že si koupili bagetu, brumíka, tyčinku, kolu apod. a že už nemůžou. Tyto malé děti mají totiž potřebu zdůvodňovat, proč oběd nesnědli, tak se vlastně dozvíme i tyto důvody. Docela nás to v jídelně všechny trápí, ale dělat nemůžeme nic. Má někdo podobné problémy, nebo můžete nám někdo poradit, co by s tímto šlo dělat? Předem děkuji za všechny reakce a zdravím. (Retrieved 16. 3. 2014 from http://www.jidelny.cz/diskuse_show.aspx?katID=15&temaID=24558).

Školní automaty

Ve školách se stále častěji můžeme setkat také s automaty. Rozdělil bych je do dvou základních skupin. První skupinu tvoří automaty společnosti Happysnack a druhou skupinou jsou ostatní automaty, které nabízejí nejrozličnější sladkosti, bagety a nápoje.

Happysnack

Happysnack je projekt dodávky výrobků zdravé výživy do škol prostřednictvím chladících výdejních automatů. Garantem tohoto projektu je Poradenské centrum Výživa dětí.

Poradenské centrum Výživa dětí je provozováno Občanským sdružením Výživa dětí, které se snaží aktivně podporovat zdravý životní styl dětí, především podporou vhodného stravování. Členy jsou přední odborníci z oblasti pediatrie a nutričního poradenství, kteří zaručují vysokou odbornou úroveň poskytovaných služeb a zajišťují, aby veškeré aktivity byly v souladu s nejnovějšími poznatky o zdraví dětí a jejich výživě. (Retrieved 16. 3. 2014 from <http://www.happysnack.cz/skolni-automat/garant-projektu/>).

Ostatní automaty

Ostatní automaty, se kterými se na školních chodbách můžeme setkat, jsou již provozovány soukromými subjekty, u kterých nikdo negarantuje obsah těchto automatů.

Nejčastěji jsou v těchto automatech nabízeny pochutiny, které nejsou v souladu se správnou výživou dětí. Mezi nejčastější sortiment, který jsem viděl na základních školách v Olomouci, byly sušenky, čokoládové tyčinky, bagety, slazené nápoje.

Je určitě otázkou, zda tyto automaty ve školách mít a dovolovat jejich provoz, či naopak jejich provoz zakazovat. Je to velmi široké téma, na které v této diplomové práci bohužel není prostor.

3 CÍLE A ÚKOLY

Cílem diplomové práce je analyzovat zájem rodičů a žáků o dodávku zdravých svačín pro žáky základních škol v městě Olomouci.

Výzkumné otázky:

1. Chystají rodiče žáků základních škol v Olomouci svým dětem svačinu do školy?
2. Mají žáci základních škol rádi ovoce či zeleninu? A jaké tekutiny preferují ve škole?
3. Kolik žáků na druhém stupni si svačinu kupuje, chystá samo nebo jim je svačina chystaná rodiči?

Pro bližší pochopení problematiky provedu výzkumné šetření mezi 3 cílovými skupinami, z nichž ale nejdůležitější bude cílová skupina rodiče. Předpokládám, že rodiče jsou ti, na které se při propagaci celého záměru musím soustředit, protože ač si dítě říká na co má a nemá chuť, tak rodič je stále v tomto věku cílové skupiny ten, který rozhoduje o nákupu.

4 METODIKA

Pro diplomovou práci jsem zvolil jak primární, tak sekundární analýzu dat. Primární analýza dat, kvantitativní výzkumné šetření, je zaměřeno jak na rodiče, tak i žáky základních škol v Olomouci a je provedeno matematicko-statistickou metodou. Technika je anketa, metoda dotazování.

Sekundární analýza dat je formou literární rešerše vybraných zdrojů s úzkým vztahem ke zvolené problematice. Velký sociologický slovník (1996, 67) říká: „sekundární analýza, česky také analýza druhotná, je aplikací analytické metody zaměřené k určitému výzkumnému účelu na dokumenty, které byly původně zhotoveny pro jiný účel“. Dle Hendla (2005) rozumíme sekundární analýzou novou analýzu (reanalýzu) původních dat jedné nebo více primárních studií.

4.1 Cílová skupina

Cílovou skupinou respondentů jsou především rodiče či opatrovníci žáků základních škol ve městě Olomouci a blízkém okolí. Respondenti byli osloveni prostřednictvím základních škol, které jejich děti navštěvují.

Výzkumné šetření probíhalo také u samotných žáků základních škol v Olomouci, a to proto, že bylo důležité zjistit, jak by na dodávku čerstvých svačin reagovala samotná cílová skupina.

Výběr respondentů neprobíhal náhodným výběrem. Vzhledem k velké časové náročnosti a rozsahu samotného výzkumného šetření nebylo možné náhodný výběr realizovat. Mým cílem bylo oslovit co nejvíce respondentů, tím pádem získat co nejvíce dat pro následnou analýzu.

Cesta k oslovení samotné cílové skupiny vedla nejdříve přes oslovení vybraných základních škol v Olomouci a blízkém okolí. Základní školy jsou zřizované především příslušnou obcí, ale mohou být také zřizovány církvemi či soukromými subjekty. Speciální základní školy pak zřizuje kraj. Ze všech základních škol v Olomouci a blízkém (dojezdovém) okolí bylo vybráno 36 škol. Výběr základních škol neprobíhal náhodným výběrem. Seznam oslovených základních škol je uveden v příloze č. 1.

Všech 36 základních škol bylo osloveno telefonicky, osobně a jako poslední variantu oslovení jsem zvolil e-mail. U všech vybraných škol nebylo možné představit

chystaný projekt zdravých svačin přímo vedení školy. Jako nejčastější důvod, proč nebylo možné představit vedení školy projekt zdravých svačin, byla uváděna velká časová vytíženost vedení školy či nezájem o tuto službu. Na zaslané emaily se žádostí o schůzku jsem často nedostal žádnou odpověď.

Z 36 oslovených základních škol souhlasilo s provedením výzkumného šetření 9. Seznam škol, ve kterých probíhal výzkum, je uveden v příloze č. 2.

4.2 Primární analýza dat

Vlastní dotazníkové šetření bylo sestaveno na základě podnikatelského nápadu dodávky zdravých a denně čerstvých svačin žákům základních škol v Olomouci. Dále také na základě literární rešerše potřebných zdrojů a připomínek vedoucí práce Ing. Bartkové jsem navrhl první verzi anketního listu.

Dotazníkové šetření probíhalo současně mezi třemi cílovými skupinami, proto bylo potřeba pro každou cílovou skupinu vytvořit odpovídající podobu anketního listu.

4.2.1 Pilotáž

Pilotáž nebylo možné provést na žádné z 9 škol, které byly ochotny se výzkumného šetření zúčastnit. Důvodem bylo, dle vedení škol, narušení školní výuky a nadměrné obtěžování rodičů. Proto byla provedena pilotáž mezi blízkými známými a spolupracovníky, kteří spadají do cílové skupiny. Podmínkou bylo, že respondenti-rodiče musí mít dítě, které navštěvují základní školu v Olomouci, resp. oslovení respondenti-žáci navštěvují základní školu v Olomouci.

Celkem bylo osloveno 15 rodičů, přičemž se zpět vrátilo 10 vyplněných anketních listů. Dále bylo osloveno 10 dětí, které navštěvují první stupeň základní školy, bylo vráceno 5 vyplněných anketních listů. A také 15 dětí, které navštěvují druhý stupeň základní školy, bylo vráceno 12 anketních listů.

Tyto anketní listy jsem následně vyhodnotil a na základě výsledků, hodnocení respondentů a vlastního pozorování jsem anketní listy upravil. Některé otázky byly přeformulovány, celkově byly všechny 3 druhy anketních listů zkráceny.

Vzor finálních anketních listů je uveden v příloze č. 3, 4 a 5.

4.2.2 Vlastní výzkumné šetření

Na základě pilotáže byly anketní listy upraveny, jejich novou podobu jsem prověřil v praxi druhou pilotáží. Druhá pilotáž proběhla pouze mezi spolupracovníky a jejich dětmi. Celkem bylo osloveno 6 rodičů, 5 žáků prvního stupně a 5 žáků druhého stupně. Zpět byly vráceny všechny anketní listy.

Opravená verze anketních listů se ukázalo jako vhodná, respondenti reagovali na všechny otázky a dle jejich hodnocení byla pro ně tato verze již plně pochopitelná.

Na základě druhé pilotáže bylo možné zahájit samotné výzkumné šetření.

Vlastní výzkumné šetření probíhalo v časovém horizontu květen až červen 2013.

Do 9 základních škol bylo doručeno 4858 anketních listů. Z toho bylo určeno 2511 pro rodiče, 891 pro žáky druhého stupně, 1456 pro žáky prvního stupně.

Anketní listy byly do škol rozděleny dle ústní dohody s vedením školy. Vedení školy samo určilo, ve kterých třídách povolí toto výzkumné šetření. Některé třídy vedení školy vyřadilo z důvodu špatného prospěchu či z důvodu nepřítomnosti v době výzkumného šetření. Jsem si vědom, že tento výběr není zcela v souladu s výzkumnými metodami, ale jak jsem již uvedl, mým hlavním cílem bylo oslovit co největší množství respondentů. Anketní listy nebylo možné rovnoměrně rozprostřít mezi všechny základní školy, proto ve výsledcích budu hodnotit všechny školy dohromady, aby nedošlo ke zkreslení informací z důvodu malého zastoupení respondentů.

Anketní listy byly osobně doručeny na všech 9 základních škol, jejich distribuci žákům a rodičům zajišťovali jednotliví učitelé. Učitelé, kteří tyto anketní listy s respondenty vyplňovali, byli předem od vedení školy informováni o důvodu tohoto výzkumného šetření a dále byli instruováni, jak správně tuto anketu provést.

Učitelé nesměli žáky navádět k odpovědím, během vyplňování anketního listu neměli žáci od sebe opisovat, žáci měli na vyplnění dostatek času.

Anketní listy rodičům byly doručeny prostřednictvím jejich dětí. Rodiče následně vyplněné dotazníky prostřednictvím svým dětí vrátili zpět do školy.

Na konci června 2013 jsem měl sesbírané všechny anketní listy. Celkem bylo rozdáno 4858 a vráceno, resp. použito pro vyhodnocení bylo 3346 anketních listů. Návratnost anketních listů je 69 %, což je velmi vysoká návratnost.

4.2.3 Anketní list

Anketní listy pro výzkumné účely diplomové práce mají 3 varianty. Tyto varianty jsou odlišné dle cílové skupiny. Cílové skupiny jsou rodiče, žáci prvního stupně, žáci druhého stupně.

Celkem bylo rozdáno 2511 anketních listů rodičům, z toho bylo vráceno a použito pro vyhodnocení 1479 kusů.

Žákům druhého stupně bylo rozdáno 891 anketních listů, z toho bylo vráceno 641 kusů.

Žákům prvního stupně bylo rozdáno 1456 anketních listů, z toho vráceno 1226 kusů.

4.2.3.1 Anketní list - rodiče

Anketní list pro rodiče má 10 otázek, resp. 8, protože otázka číslo 1 pouze rozlišuje školu, kterou jejich dítě navštěvuje, a otázka číslo 10 jsou další nápady a připomínky. Pro potřeby mé bakalářské práce proto budu vyhodnocovat pouze 8 otázek.

Zásadní otázkou anketního listu pro rodiče bylo zjistit, zda chystají svým dětem každý den svačiny. Dále také zda se zajímají o potraviny, které jsou a nejsou vhodné pro děti. V neposlední řadě byla velmi významná otázka na cenovou citlivost, za jakou cenu by rodiče byli ochotni zdravou svačinku svým dětem koupit.

8 otázek z 10 je uzavřených.

Pro zvýšení návratnosti a pro vytvoření databáze rodičů se zájmem o zdravé stravování dětí byla v závěru anketního listu vyhlášena soutěž o poukázku na rodinnou večeři. Podmínkou zařazení do slosování bylo uvedení platné e-mailové adresy.

Seznam otázek, které byly zahrnuty do anketního listu pro rodiče a zároveň byly použity pro vyhodnocení pro potřeby diplomové práce.

- **Chystáte denně svým dětem svačinku do školy?**

Otázka byla zahrnuta, protože jsem chtěl zjistit, zda rodiče svým dětem chystají svačinu do školy. Toto byla jedna ze zásadních otázek průzkumu trhu. Odpověď byla možná pouze ano či ne. Pouze dvě varianty odpovědi byly zvoleny záměrně, chtěl jsem znát jednoznačnou odpověď od rodičů.

- **Zajímáte se o zdravé potraviny, které jsou vhodné pro vaše děti?**

- **Nakupujete speciálně vhodné potraviny pro děti?**

Projekt zdravých a denně čerstvých svačin by měl být zaměřen na kvalitní a skutečně zdravé potraviny, které jsou vhodné pro děti. Komunikace a propagace projektu by měla být postavena na skutečnosti, že svačina obsahuje zdravé potraviny. Kvůli tomuto záměru však bylo důležité zjistit, zda se rodiče o zdravé potraviny a o potraviny, které jsou vhodné pro děti, zajímají. Chtěl jsem zjistit, zda rodiče budou na tuto komunikaci celého projektu "slyšet".

- **Vyhovovalo by vám, kdyby vaše dítě dostalo každý den čerstvou svačinku přímo ve škole?**

Projekt zdravých a denně čerstvých svačin měl být pro rodiče a žáky co nejméně komplikovaný, proto je záměrem tyto svačiny dětem rozdávat až přímo ve škole. Avšak bylo důležité zjistit, zda rodiče o tuto službu mají zájem.

- **Za jakou cenu jste ochotni zdravou svačinku dětem koupit?**

Zájem o zdravé a vhodné potraviny pro děti je jedna věc, ale velmi podstatnou otázkou je, zda by vůbec rodiče byli ochotni zdravou svačinku dětem kupovat a za jakou cenu? Proto byla položena tato otázka. Pro jednodušší vyhodnocení byla rodičům nabídnuta rozmezí 10 - 20 Kč, 20 - 30 Kč, 30 - 40 Kč, a 40 Kč a více.

- **Používáte denně v práci či doma internet?**

Svačiny by měly být doručovány dětem každý den do školy, což vyžaduje možnost si každý den svačinu přihlásit či odhlásit. Proto byla do průzkumu zahrnuta tato otázka, která měla zjistit, zda rodiče denně používají doma či v práci internet. V dnešní době je mnohem pohodlnější učinit objednávku prostřednictvím internetu, než někam složitě telefonovat.

- **Používáte aplikace v tzv. chytrých telefonech?**

Rozmach tzv. chytrých telefonů je celosvětovým trendem a ČR není výjimkou. Pro maximální zjednodušení objednávání či odhlašování svačin by měl být vznik on-

line aplikace pro chytré telefony, která by tyto objednávky umožňovala jednoduše řešit.

- **Trpí vaše dítě nějakou potravinovou alergií či musí dodržovat nějaký speciální stravovací režim?**

V naší populaci se stále častěji vyskytují nejrůznější alergie na nejrůznější složky potravy, proto jsem chtěl v průzkumu zjistit, jak velká skupina těchto alergiků a osob se speciálním stravovacím režimem se nachází mezi respondenty.

4.2.3.2 Anketní list - žáci prvního stupně

Anketní list pro žáky prvního stupně má celkem 6 otázek. Z toho 2 otázky jsou uzavřené, 4 otevřené.

Pro potřeby diplomové práce budu u tohoto anketního listu vyhodnocovat pouze otázky 2 až 5. Otázka č. 1 je určena pro roztrídění respondentů (škola, třída). Ve své diplomové práci nebudu vyhodnocovat jednotlivé školy, resp. třídy zvlášť, protože toto hodnocení by díky nerovnoměrnému zastoupení jednotlivých respondentů mohlo být zkreslené. Otázku č. 6, "Napiš, jak by měla vypadat (co by měla obsahovat) nejlepší svačina na světě.", není možné kvantitativně vyhodnotit.

Pro zvýšení zájmu dětí odpovídat na anketní list byla vyhlášena soutěž o zdravou svačinku pro celou třídu. Ze všech anketních listů, které děti odevzdaly, byl vylosován jeden, který vyhrál pro celou svou třídu bednu plnou ovoce. O výsledku soutěže byli informováni ředitelé zúčastněných škol.

Seznam otázek, které byly zahrnuty do anketního listu pro žáky prvního stupně a zároveň byly použity pro vyhodnocení pro potřeby diplomové práce.

- **Nosíš si každý den do školy svačinu?**

Touto otázkou jsem chtěl zjistit, kolik dětí si nosí svačinu do školy. Zajímalo mě také, zda se bude tento údaj lišit nebo shodovat s údajem, který uvedou rodiče.

- **Oznámkuj jako ve škole (1= výborně, 5 = nechutná), jak ti chutná - chléb, houska, rohlík, celozrnné (semínkové pečivo), sýr, šunka, marmeláda, ovoce, zelenina, pomazánka, voda, džus.**

Otázkou jsem chtěl zjistit, jak jsou vybrané základní potraviny u dětí oblíbené. Zvolil jsem známkování jako ve škole proto, aby to bylo žákům prvního stupně co nejbližší.

- **Napiš 3 nejoblíbenější druhy ovoce?**
- **Napiš 3 nejoblíbenější druhy zeleniny?**

Součástí svačiny by mělo být vždy ovoce nebo zelenina, proto bylo pro mě důležité zjistit, které druhy jsou u dětí oblíbené.

4.2.3.3 Anketní list - žáci druhého stupně

Anketní list pro žáky druhého stupně má celkem 11 otázek, z toho 8 otázek uzavřených, 3 otevřené. Pro potřeby diplomové práce budu vyhodnocovat pouze otázky 2 až 9. Otázka č. 1 slouží pro rozlišení respondentů, ze které jsou třídy a školy. Ve své diplomové práci nebudu vyhodnocovat jednotlivé školy, resp. třídy odděleně, protože některé výsledky by mohly být zkreslené, jelikož anketní listy nebyly rovnoměrně rozděleny ve všech školách.

Otázky číslo 10 a 11 vyžadují kvalitativní vyhodnocení, na které v mé diplomové práci není prostor.

Pro zvýšení zájmu dětí odpovídat na anketní list byla vyhlášena soutěž o zdravou svačinku pro celou třídu. Ze všech anketních listů, které děti odevzdaly, byl vylosován jeden, který vyhrál pro celou svoji třídu bednu plnou ovoce. O výsledku soutěže byli informováni ředitelé zúčastněných škol.

Seznam otázek, které byly zahrnuty do anketního listu pro žáky druhého stupně a zároveň byly použity pro vyhodnocení pro potřeby diplomové práce.

- **Kupujete si (chystáte si) každý den svačinku do školy?**

Otázkou jsem chtěl zjistit, zda si žáci druhého stupně nosí každý den svačinu do školy, nebo ne. Protože žáci druhého stupně již mnohdy dostávají peníze na svačiny, byla v této otázce zahrnuta i možnost, že si svačinu kupují.

- **Svačinku si: kupuji, chystám doma, chystají rodiče**

Otázkou jsem chtěl zjistit, kterou z možností děti nejčastěji využívají k získání svačiny. Zda si svačinu koupí, nachystají doma nebo jim svačinu stále ještě chystají rodiče.

- **Kolik peněz vás každý den svačina stojí? 10 - 20 Kč, 20 - 30 Kč, 30 - 40 Kč, 40 Kč a více.**

Žáci druhého stupně by již měli mít přehled o ceně jednotlivých potravin. Touto otázkou jsem chtěl zjistit, zda mají přehled o tom, kolik je každý den svačina stojí.

- **Zajímáte se o to, zda jíte zdravě?**

Žáci druhého stupně jsou již hodně samostatní a mnohdy si rozhodují o tom, co budou a nebudou jíst. Proto mě zajímalo, zda se žáci druhého stupně zajímají o to, zda jedí zdravě.

- **Za jakou cenu byste byli ochotni zdravou svačinku koupit? 10 - 20 Kč, 20 - 30 Kč, 30 - 40 Kč, 40 Kč a více.**

Následující otázka měla u respondentů zjistit, zda by si byli ochotni zdravou svačinku koupit. Předpokládal jsem, že mnoho žáků má již kapesné a mohou si zvolit, co si za něj koupí.

- **Vybíráte se potraviny podle toho, zda jsou zdravé a vhodné pro váš organismus?**

Žáci druhého stupně si často kupují nejrůznější potraviny již sami bez dozoru rodičů, proto mě zajímalo, zda se při nákupu také ohlížejí na to, zda jsou potraviny zdravé a vhodné pro jejich organismus.

- **Vyhovovalo by vám, kdybyste každý den měli čerstvou a zdravou svačinku připravenou přímo ve škole?**

Následující otázka měla u respondentů zjistit, zda by měli zájem o čerstvou a zdravou svačinku, kterou by měli každý den připravenou ve škole.

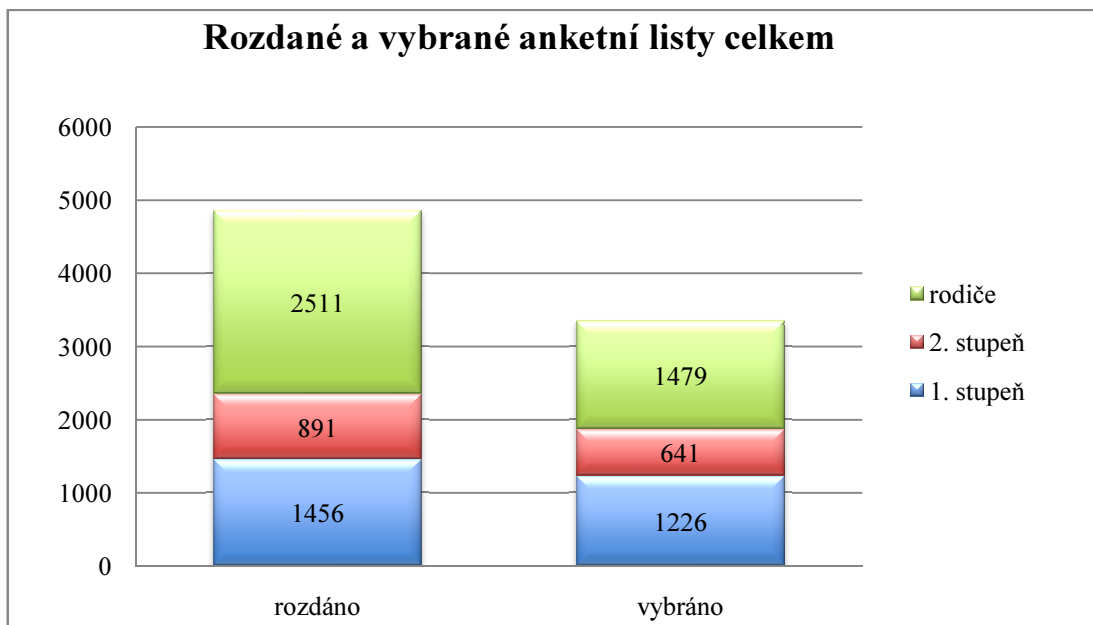
- **Trpíte nějakou potravinovou alergií či dodržujete nějaký speciální stravovací režim?**

Alergie a různé speciální stravovací režimy nejsou mezi současnou populací žádnou výjimkou, proto jsem chtěl zjistit, jak je to u žáků druhého stupně základních škol.

5 VÝSLEDKY A DISKUSE

Následující kapitola bude dále rozdělena dle jednotlivých anketních listů pro přehlednější vyhodnocení.

Základní rozdělení respondentů

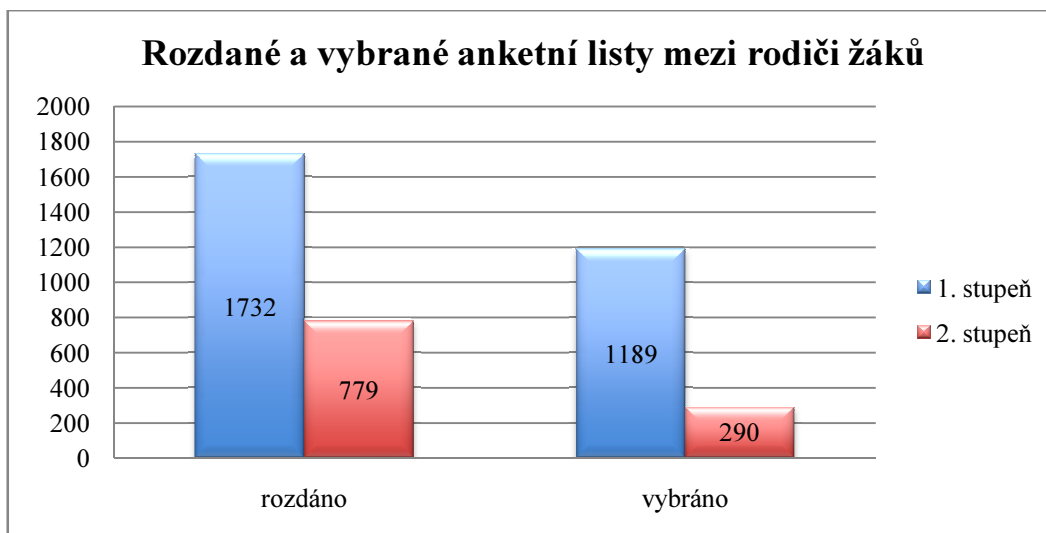


Graf 1. Rozdané a vybrané anketní listy celkem.

Celkem bylo rozdáno 2511 anketních listů rodičům, z toho bylo vráceno a použito pro vyhodnocení 1479 kusů. Žákům druhého stupně bylo rozdáno 891 anketních listů, z toho bylo vráceno 641 kusů. Žákům prvního stupně bylo rozdáno 1456 anketních listů, z toho vráceno 1226 kusů.

5.1 Výsledky a diskuse k anketnímu listu pro rodiče

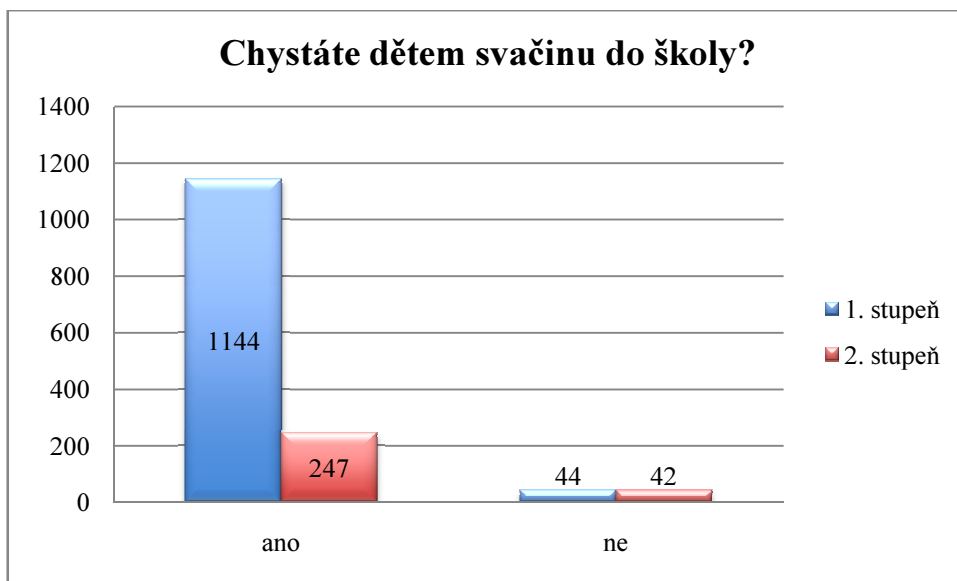
Ne všichni respondenti v anketním listu zodpověděli všechny otázky, nicméně pro větší množství odpovědí jsem se rozhodl i tyto anketní listy do vyhodnocení zanést. Důvod toho, proč respondenti neodpověděli, může být různý. Např. otázce správně neporozuměli, nemohli si vybrat ani jednu z nabízených možností či jednoduše na otázku nechtěli odpovídat.



Graf 2. Rozdané a vybrané dotazníky mezi rodiči

Celkem bylo rodičům rozdáno 2511 anketních listů, z toho bylo 1732 kusů rozdáno rodičům dětí, které navštěvují první stupeň, a 779 kusů rodičům dětí, které navštěvují druhý stupeň. Z celkového množství anketních listů bylo vráceno 1479 kusů, resp. od rodičů žáků prvního stupně 1189 kusů a od rodičů žáků druhého stupně 290 kusů.

Celková návratnost mezi rodiči byla 59 %. To je velmi vysoká návratnost. Návratnost u rodičů dětí z prvního stupně byla 69 % a u rodičů dětí z druhého stupně byla 37 %. Celková i dílčí návratnost dotazníků je vysoká. Dle mého názoru za takto vysokou návratností stojí pozitivní vztah mezi rodiči a školou. Dalším důvodem může být přání rodičů zajistit dětem lepší stravování nebo v neposlední řadě vyhrát v soutěži rodinnou večeří. Tato soutěž byla součástí anketního listu.

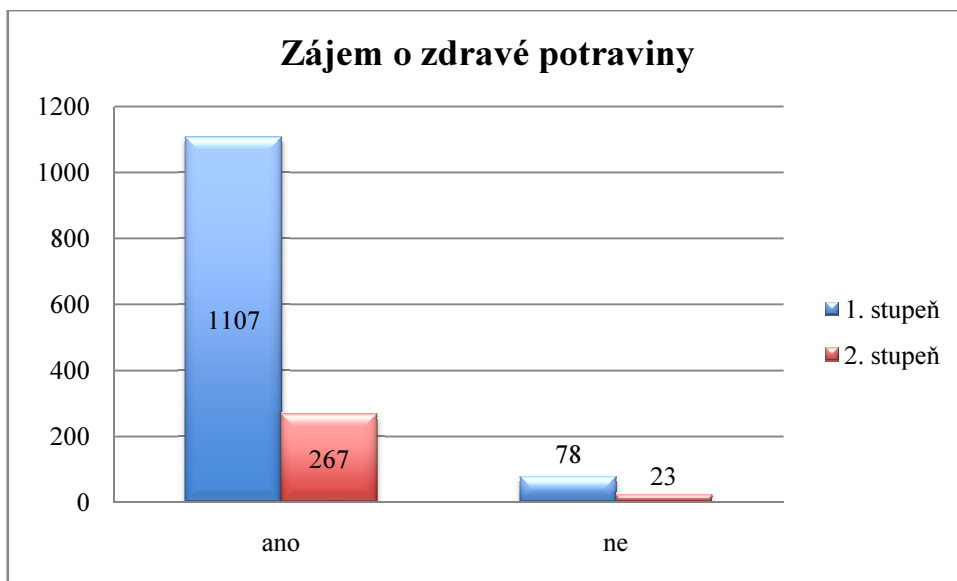


Graf 3. Chystáte denně svým dětem svačinu do školy?

Naprostá většina rodičů, kteří zodpověděli tuto otázku, uvádí, že chystá denně svým dětem svačinu. Rodiče žáků na prvním stupni chystají svačinu v 96 % případů. Rodiče žáků na druhém stupni chystají svačinu v 85 % případů.

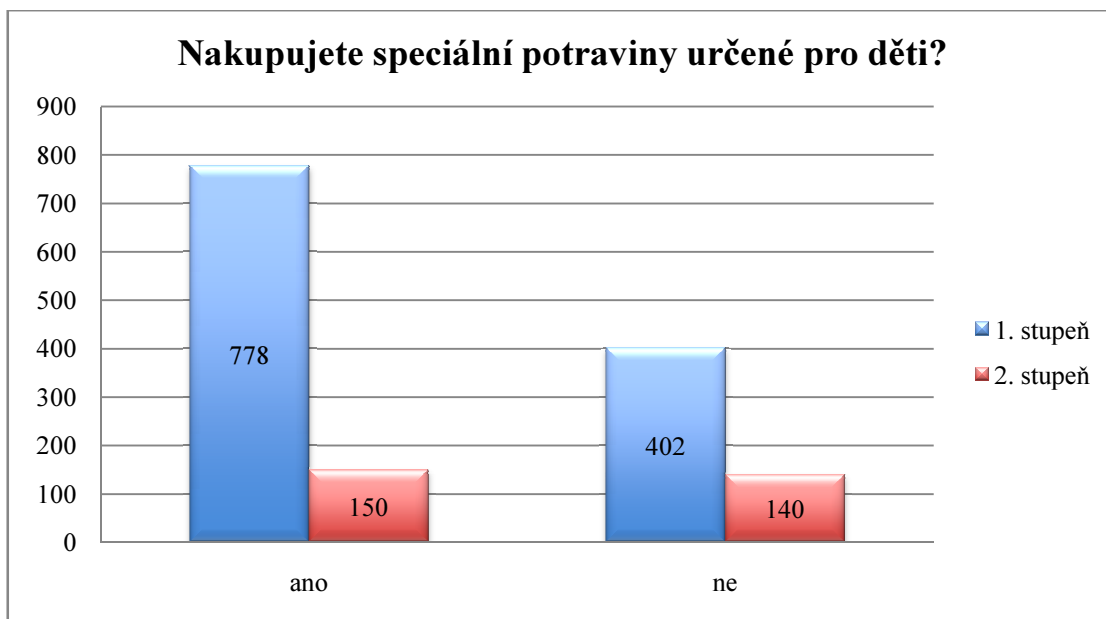
Toto zjištění bylo pro mě velmi nečekané, očekával jsem, že mnohem větší část rodičů svým dětem svačiny nechystá, resp. že rodiče žáků na prvním stupni svačinu ještě svým dětem připravují, ale že žáci na druhém stupni si buď svačinu chystají sami, nebo si ji kupují cestou do školy či přímo ve škole.

Na základě tohoto zjištění doporučuji rozšířit cílovou skupinu pro výrobu zdravých čerstvých svačin i mezi žáky druhého stupně. V původním podnikatelském plánu bylo cílem oslovit převážně žáky prvního stupně. Nicméně, jak výzkumné šetření ukazuje, je potenciální skupinou i skupina žáků druhého stupně základní školy.



Graf 4. Zájem rodičů o zdravé potraviny, které jsou vhodné pro děti

Většina respondentů (93 %, tj. 1374 respondentů) z celkem 1479 uvádí, že se zajímá o zdravé potraviny. Pouze 7 % rodičů uvádí, že se nezajímá o zdravé potraviny, které by byly pro jejich děti vhodné. Když se podíváme na výsledek vyjádření rodičů dle stupně základní školy, tak rodiče dětí na prvním stupni kupují zdravé potraviny v 93 % případů a rodiče dětí na druhém stupni v 92 % případů. Avšak odpověď na otázku, co jsou zdravé a vhodné potraviny pro děti, je velmi složitá a určitě každý respondent tuto problematiku vnímá odlišně. Proto by bylo vhodné formou dalšího šetření, např. formou kvalitativního rozhovoru, zjistit u vybraných rodičů představu o tom, co jsou zdravé a vhodné potraviny pro děti. Pro diplomovou práci z této otázky vyplývá závěr, že v doporučení pro marketingovou propagaci svačín pro děti bude kladen důraz na zdravé potraviny.

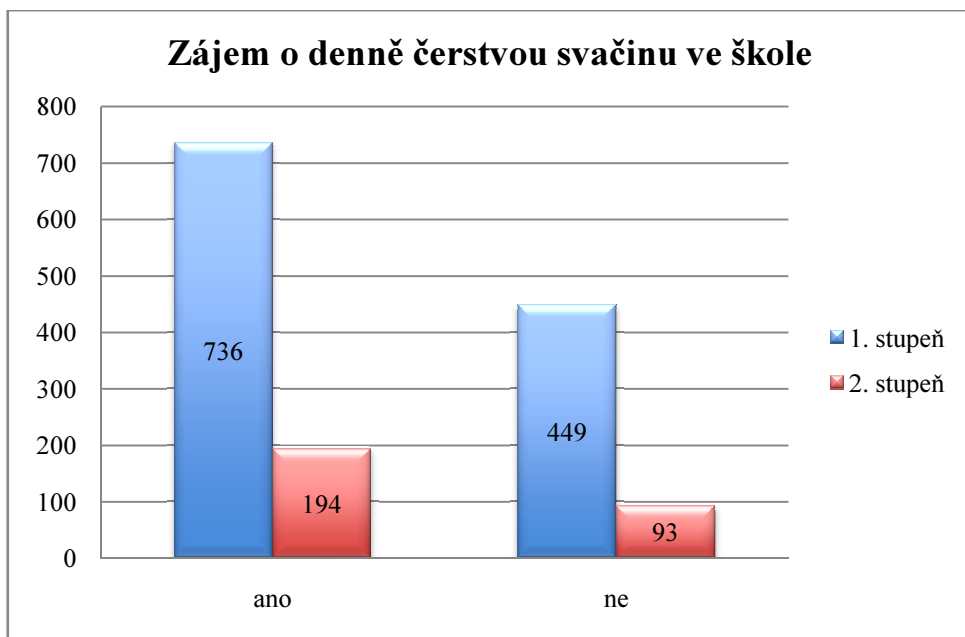


Graf 5. Nakupujete potraviny vhodné speciálně pro děti?

Nadpoloviční většina všech respondentů, 63 %, kteří zodpověděli tuto otázku, uvádí, že nakupuje potraviny vhodné speciálně pro děti. Rodiče žáků na prvním stupni nakupují potraviny určené speciálně pro děti v 66 % odpovědí. U rodičů žáků na druhém stupni je patrný pozitivní vztah k těmto potravinám v 52 % odpovědí.

Vyhláška č. 54/2004 Sb. definuje potraviny určené pro zvláštní výživu. Mezi speciální skupiny obyvatelstva, která tato vyhláška upravuje, patří např. kojenci a malé děti. Avšak o dětech jako takových se v této, ani v žádné jiné vyhlášce nehovoří. Takže je pouze na výrobci, jaká kritéria si např. u dětské šunky zvolí. To, že je výrobek označen jako "dětský" nebo že má čistě dětský design, ještě nemusí z výživového hlediska znamenat, že je pro dětský organismus vhodnější. Avšak nadpoloviční většina respondentů uvedla, že takto označené výrobky svým dětem kupuje.

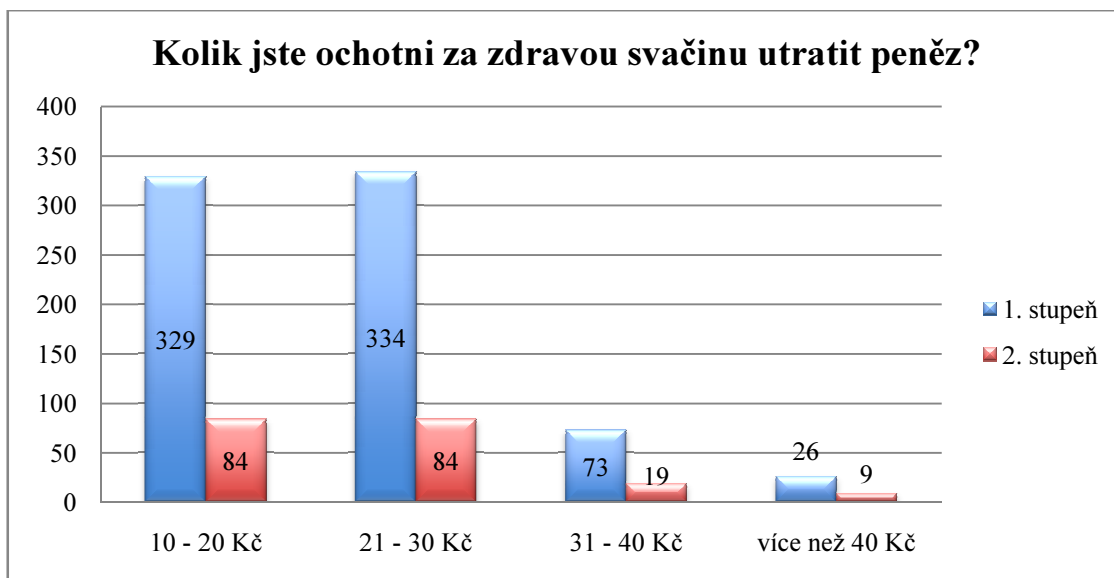
Z tohoto zjištění plyne doporučení pro závěrečné zhodnocení v oblasti marketingu - zaměřit se na komunikaci speciálně cílenou na děti.



Graf 6. Zájem rodičů o denně připravenou čerstvou svačinu pro jejich děti přímo ve škole

Nadpoloviční většina respondentů (63 %) uvedla, že by měla zájem o dodávku denně čerstvých svačin pro jejich děti přímo do školy. Rodiče žáků prvního stupně mají o tuto službu zájem v 62% případů, rodiče žáků druhého stupně v 67 % případů.

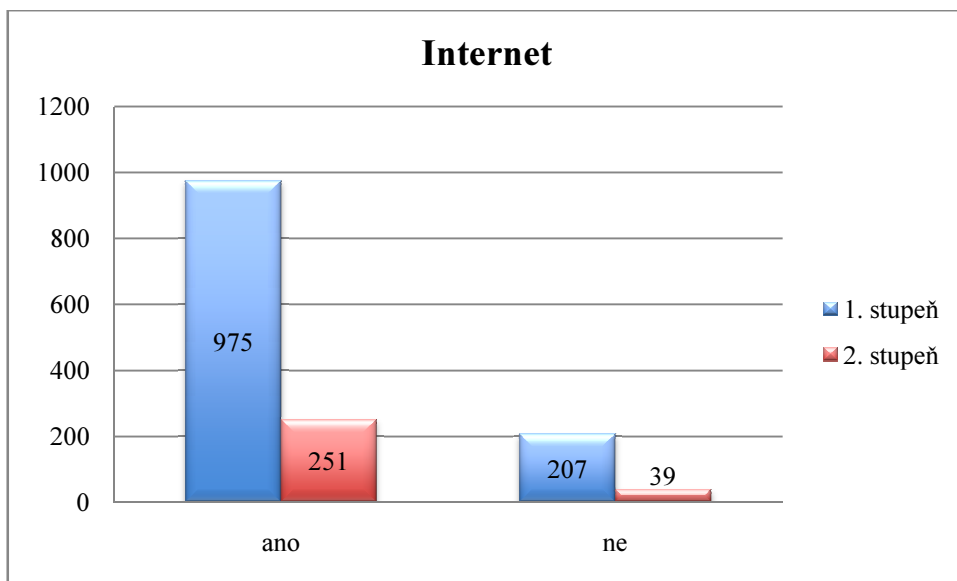
Následující graf ukazuje, že rodiče žáků druhého stupně by měli o čerstvou svačinu větší zájem než rodiče žáků na prvním stupni. Tento rozdíl může být daný nedůvěrou rodičů žáků prvního stupně, nebo také potřebou rodičů žáků na prvním stupni hlídat si kvalitu jídla u svých potomků. Řízenými rozhovory s rodiči by pak bylo možné zjistit, jaký je skutečný důvod.



Graf 7. Kolik jsou rodiče ochotni zaplatit za zdravou a čerstvou svačinku pro své děti

28 % všech respondentů, resp. 28 % rodičů dětí na prvním stupni a 29 % rodičů dětí na druhém stupni, je za zdravou svačinu ochotno zaplatit částku mezi 10 - 20 Kč. Dalších 28 % rodičů dětí na první stupni a 29 % rodičů dětí na druhém stupni je za zdravou svačinu ochotno zaplatit částku mezi 20 až 30 Kč. Pouze 8 % rodičů dětí na první stupni a 10 % rodičů na druhém stupni je ochotno zaplatit za svačinu částku vyšší než 30 Kč.

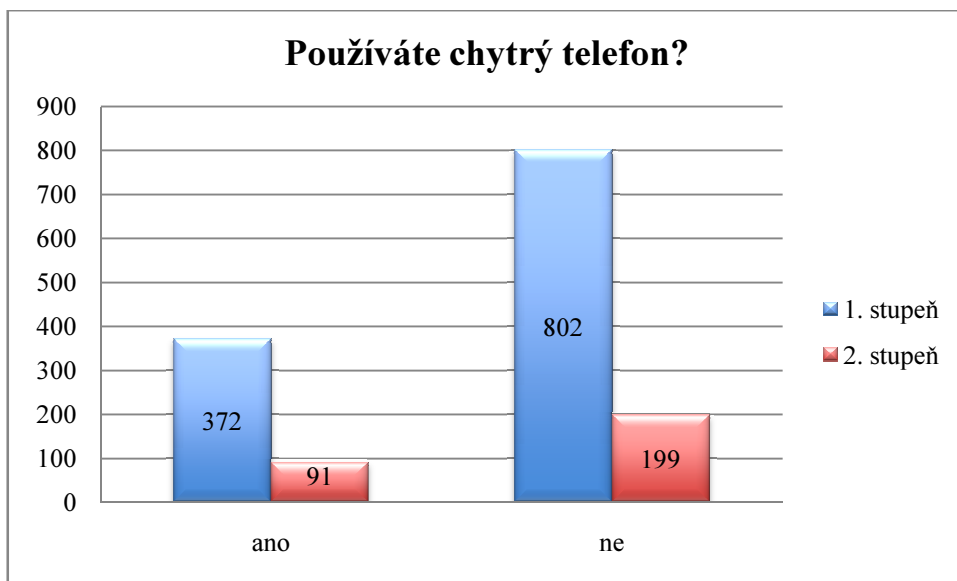
Z této otázky vyplývá, že rodiče sice o službu zdravých svačin mají zájem, avšak jsou ochotni zaplatit pouze částku do 30 Kč. Což je částka, která dle předběžných cenových kalkulací odpovídá nákladové ceně svačiny.



Graf 8. Používáte denně doma nebo v práci internet?

Tato otázka byla položena z důvodu nastavení vhodné formy objednávání svačin. Dle původního záměru jsme chtěli vytvořit on-line rezervační systém, který bude přístupný a použitelný jak pro počítače, tak i pro chytré telefony.

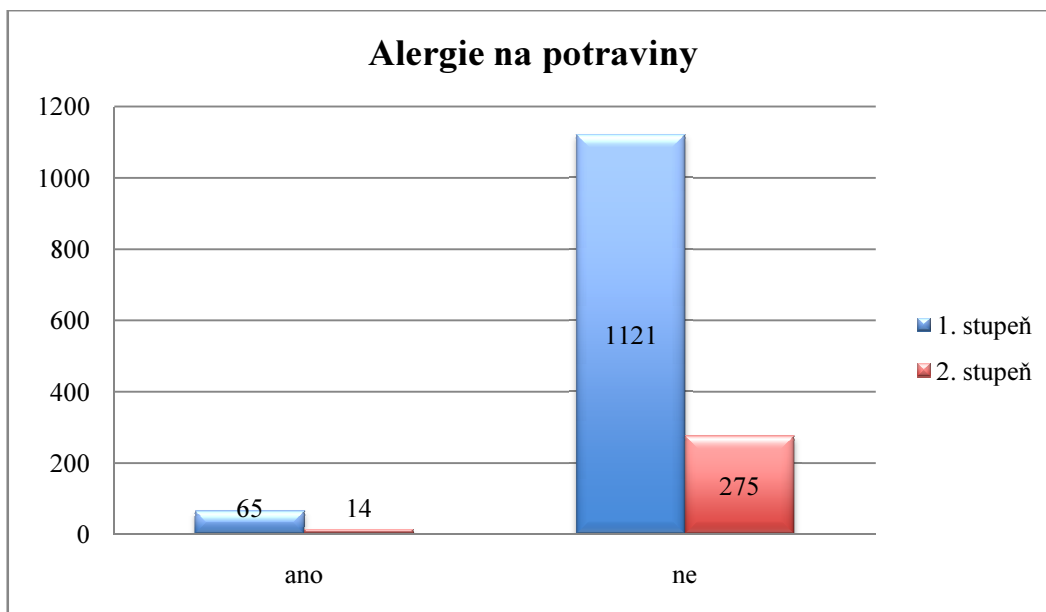
Naprostá většina respondentů uvedla, že internet denně doma či v práci používá. Takže původní záměr provádět objednávku svačin přes internet by bylo možné zrealizovat.



Graf 9. Používáte chytrý telefon?

Otázka na používání tzv. chytrého telefonu byla položena opět z důvodu využití moderních technologií pro objednávání svačin. Původním záměrem bylo vytvořit mobilní aplikaci, která by maximálně zjednodušila objednávání svačin. Avšak většina respondentů uvedla, že chytré telefony nepoužívá. Vzhledem k tomu, že výzkum proběhl v časovém rozmezí květen-červen 2013, je možné usuzovat, že nyní by situace byla jiná, protože za poslední rok je rozmach a dostupnost chytrých telefonů v ČR větší.

Avšak na základě tohoto zjištění nepovažuji za důležité v první fázi tohoto projektu zaměřit se na vývoj mobilní aplikace, protože náklady by nemusely odpovídat poptávce. Tato služba může být zprovozněna v budoucnu.



Graf 10. Alergie dětí na potraviny

Otázkou na alergie na potraviny jsme chtěli zjistit, jak velké procento respondentů by preferovalo přípravu svačin pro děti s různými zdravotními omezeními. Čím dál častěji se mezi odbornou veřejností hovoří o větším výskytu nejrůznějších potravinových alergií a intolerancí. Nicméně na základě výzkumného šetření pro účely diplomové práce byl zjištěn pouze malý výskyt těchto alergií a intolerancí. Pouze 5 % rodičů uvedlo, že jejich děti trpí alergií či intolerancí.

Na základě tohoto zjištění doporučuji pro první fázi projektu nezařazovat speciální balíčky pro tyto děti, avšak výhledově je možné tyto svačinky pro děti s výživovým omezením zařadit. Důvodného doporučení není pouze ekonomický, ale i z technologického hlediska by příprava např. bezlepkových svačin či vyžadovala oddělení jednotlivých výrobních procesů, a to buď v místě, nebo v čase, což by mělo za následek zvýšení nákladové ceny svačiny.

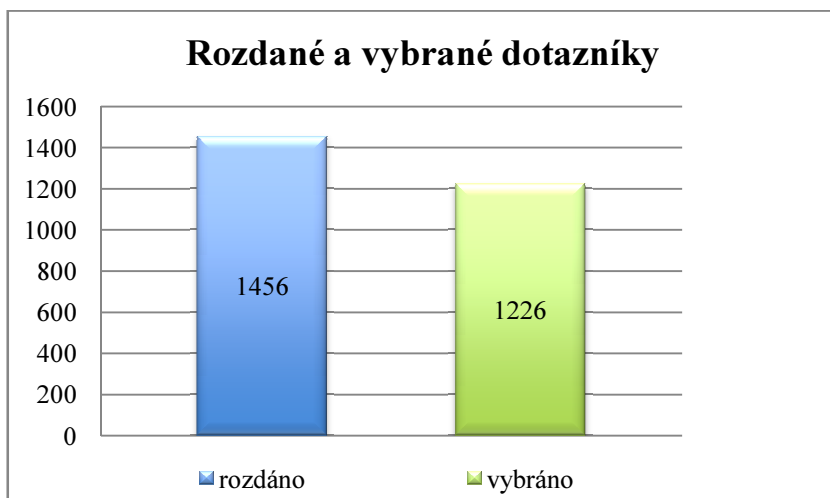
Na základě analýzy výsledků anketních listů rodičů lze konstatovat, že by rodiče o službu zdravých a čerstvých svačin pro své děti měli zájem. A to bez rozdílu, zda jejich dítě navštěvuje první nebo druhý stupeň základní školy. Což je velmi pozitivní zjištění. Avšak na základě dalších otázek lze vidět velmi vysokou cenovou citlivost rodičů, kdy

28 % respondentů uvedlo, že je ochotno zaplatit pouze 10 - 20 Kč, dalších 28 % pak částku 20- 30 Kč. Cena, kterou jsou rodiče ochotni zaplatit, se pohybuje na samé hranici vstupních nákladů na výrobu této zdravé, čerstvé svačiny.

Pouze 8 % rodičů dětí na prvním stupni a 10 % rodičů na druhém stupni je ochotno zaplatit za svačinu částku vyšší než 30 Kč, která odpovídá představě o prodejní ceně této svačiny.

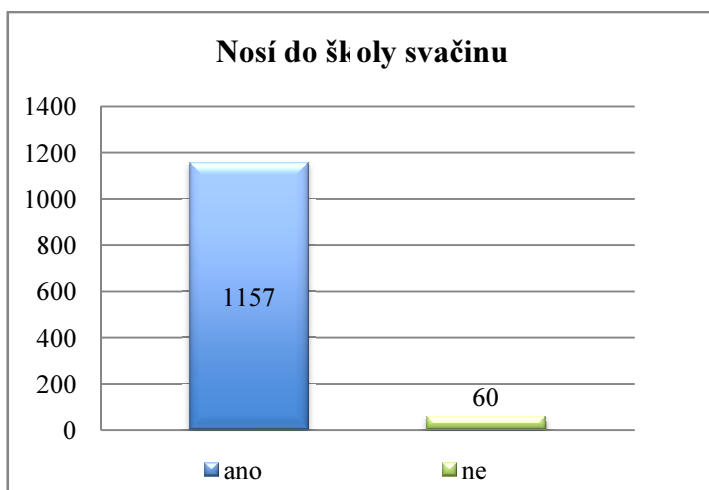
Rodiče určitě jistě posuzují cenu svačiny na základě srovnání ceny oběda, který má dítě ve škole k dispozici. Cena školního oběda, v daném období 2013, se v Olomouci pohybovala v rozmezí 18 - 25 Kč, což není konečná cena oběda, ale cena, kterou rodiče za obědy platí. Školní obědy jsou dotované, blíže tuto problematiku popisují v teoretické části diplomové práce.

5.2 Výsledky a diskuse k anketnímu listu pro žáky prvního stupně



Graf 11. Množství rozdaných dotazníků mezi žáky prvního stupně

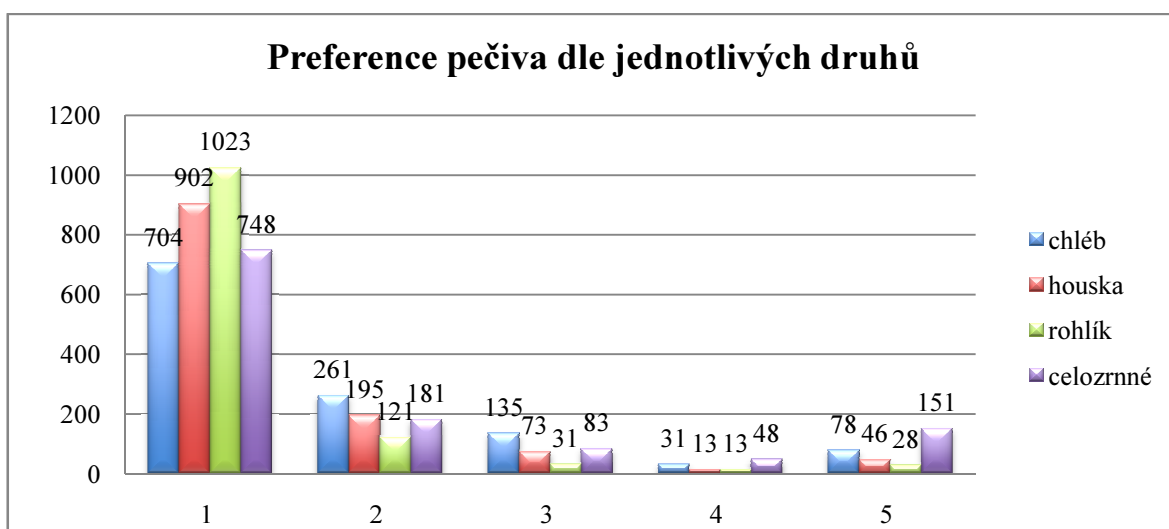
Z celkového množství 1456 rozdaných kusů dotazníků pro žáky prvního stupně bylo vráceno a použito pro vyhodnocení 1226 kusů, tj. návratnost 84 %. Tato velmi vysoká návratnost je daná tím, že žáci vyplňovali dotazník přímo ve škole pod dozorem učitelů.



Graf 12. Kolik žáků prvního stupně nosí do školy pravidelně svačinu

94 % respondentů uvedlo, že nosí denně do školy svačinu. Toto číslo odpovídá odpovědi rodičů, kteří uvedli, že chystají svačinu v 96 % případů.

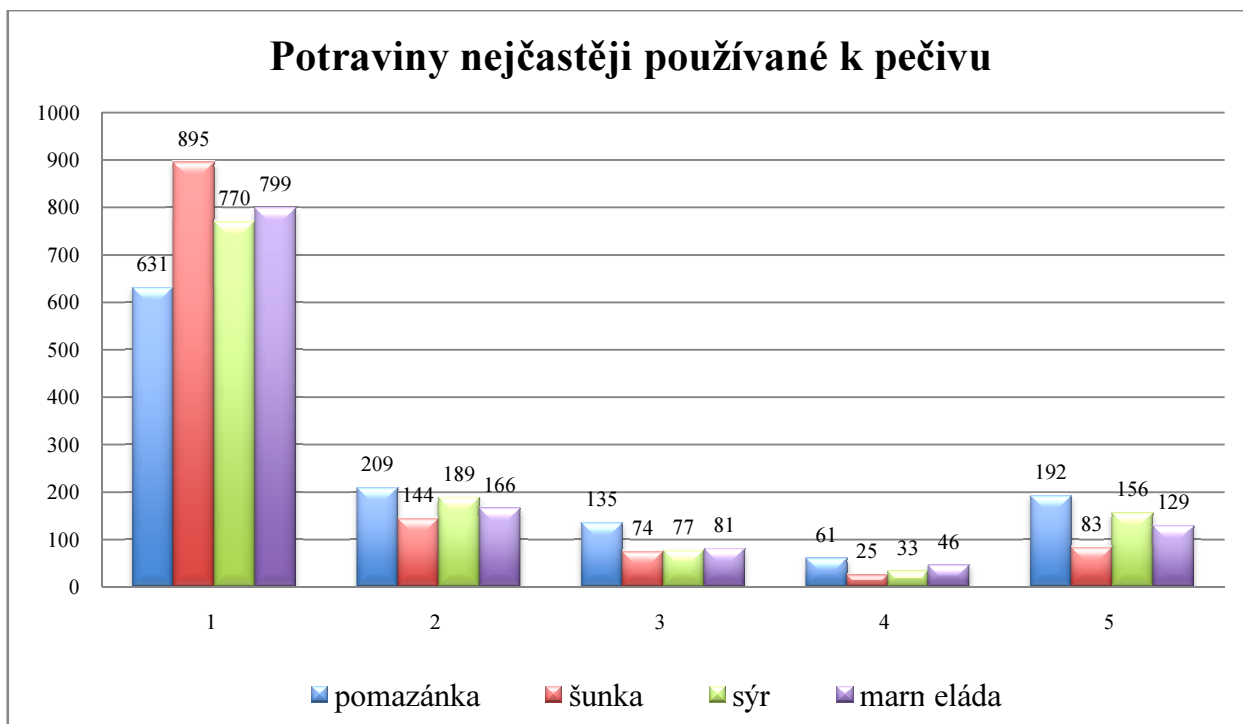
Otázka číslo 3 z anketního listu pro žáky druhého stupně má zjistit oblíbenost jednotlivých potravin, které se nejčastěji používají na svačinu. Pro přehlednější vyhodnocení jsem tyto skupiny potravin rozdělil do několika kategorií. Žáci měli potraviny známkovat jako ve škole, s tím, že 1 znamená chutná a 5 znamená nechutná. Tato hodnotící škála byla zvolena s ohledem na věk respondentů, jsem si vědom, že nemusí být zcela objektivní, ale pro přehled oblíbenosti jednotlivých potravin určitě splnila svůj účel.



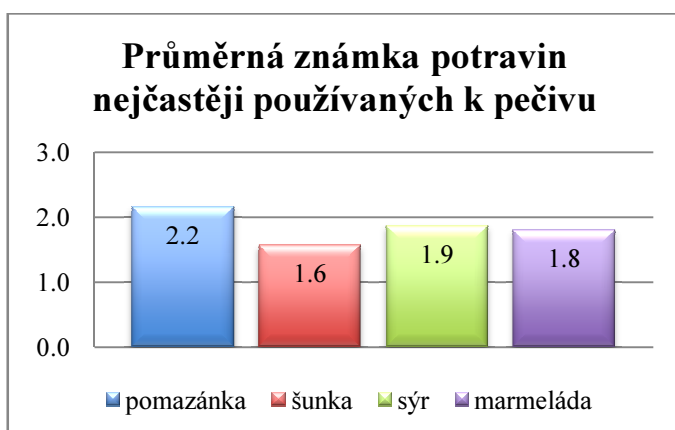
Graf 13. Rozdělení jednotlivých druhů pečiva dle oblíbenosti

Mezi nejoblíbenější formy pečiva patří rohlík a houska, naopak mezi nejméně oblíbené pečivo patří pečivo celozrnné. Z výsledků vidíme, že děti konzumují všechny druhy pečiva.

Pro dětskou výživu a pro záměr zdravých svačin bylo zamýšleno především kváskové pečivo, a to jak z celozrnné, tak i z klasické mouky. A to právě s ohledem na jeho lepší zdravotní účinky i na lepší vstřebatelnost. Nicméně dotaz na kváskové pečivo jsem nezařadil, protože jsem předpokládal, že děti toto označení nebudou znát.



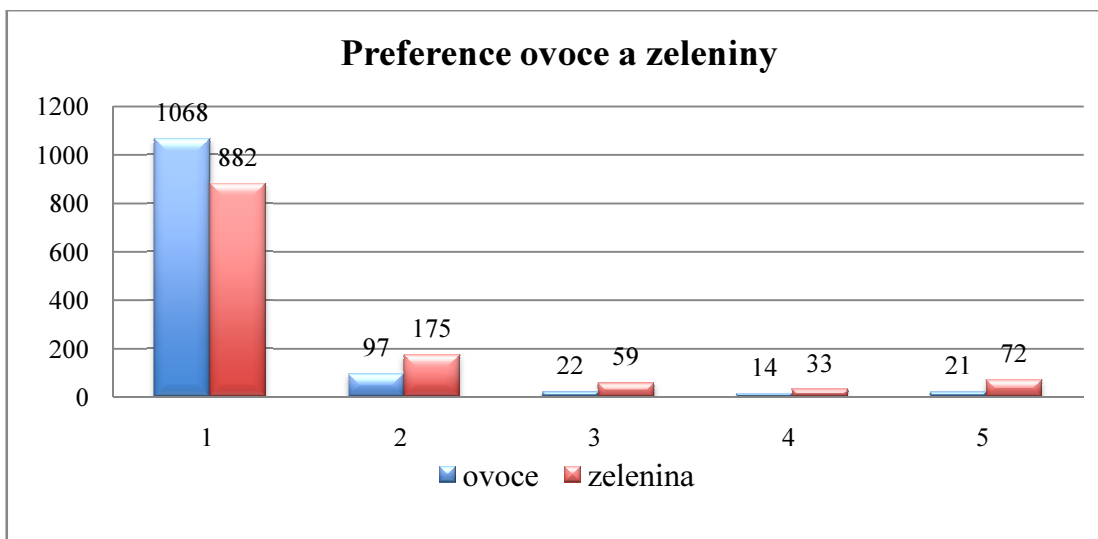
Graf 14. Potraviny nejčastěji používané k pečivu



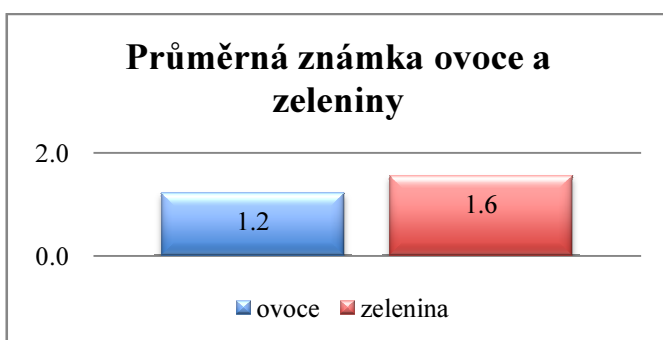
Graf 14.1 Průměrná známka potravin nejčastěji používaných k pečivu

Následující 2 grafy měly zodpovědět otázku, co mají děti nejraději na svačinu spolu s pečivem. Ze zjištění odpovědí můžeme uvést, že děti mají nejraději šunku, ale i ostatní často používané ingredience (jako je sýr a marmeláda) patří mezi oblíbené. Z nejméně oblíbených ingrediencí vítězí pomazánka. Avšak ve výzkumném šetření jsem nijak nspecifikoval, o jakou pomazánku by se mělo jednat, takže zde určitě hraje roli osobní zkušenost s jednotlivými druhy pomazánek.

Pro výpočet průměrné známky potravin byl použit vážený aritmetický průměr, aby byla zohledněna četnost jednotlivých známek.



Graf 15. Preference ovoce a zeleniny u dětí

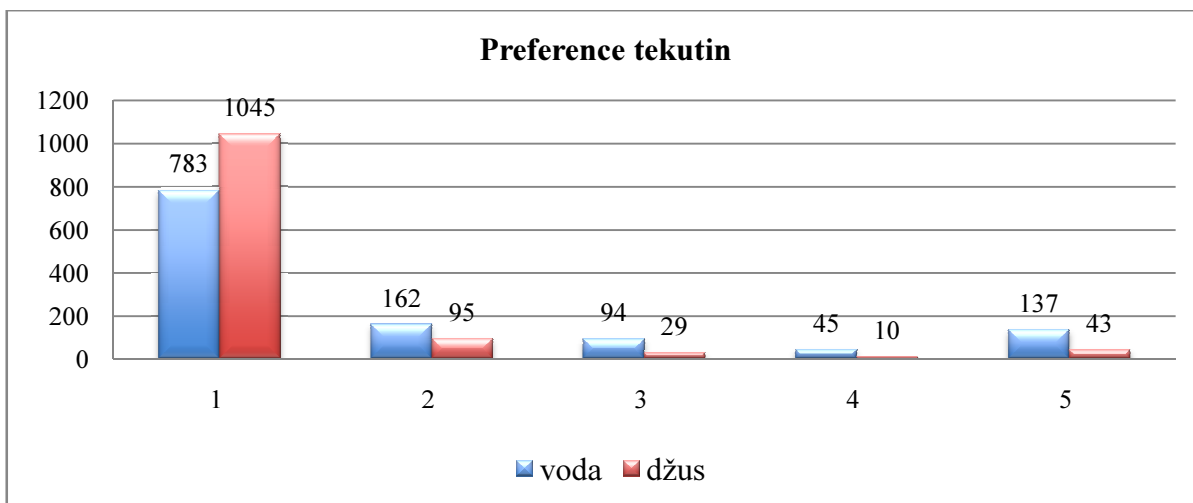


Graf 15.1 Průměrná známka ovoce a zeleniny

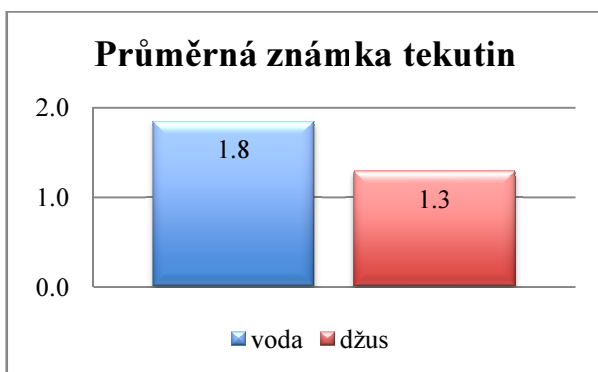
Další z potravin, u kterých jsem v otázce č. 3 zjišťoval oblíbenost u dětí, bylo ovoce a zelenina. Respondenti přiřazovali ovoci a zelenině známky jako u předchozího grafu. Z uvedeného zjištění vyplývá, že děti mají nepatrně více raději ovoce než zeleninu, avšak oba druhy potravin vycházejí v hodnocení dětí velmi pozitivně.

Toto zjištění je pro mě velmi pozitivní a ukazuje, že děti mají rády ovoce a zeleninu, i když názor ve společnosti (i dle kuchařek základních škol) uvádí, že děti o ovoce a zeleninu nemají zájem.

Průměrná známka ovoce je 1,2 a průměrná známka zeleniny 1,6. Oba průměry jsem počítal jako vážený aritmetický průměr, proto aby byla zohledněna četnost jednotlivých známek.



Graf 16. Preference tekutin



Graf 16.1 Průměrná známka u tekutin

Součástí zdravé a vyvážené svačiny by rozhodně mělo být i pití. Proto se v anketě žáků prvního stupně ptáme, které pití mají nejraději. Na základě pilotáže jsem zvolil pouze 2 druhy tekutin, a to vodu a džus.

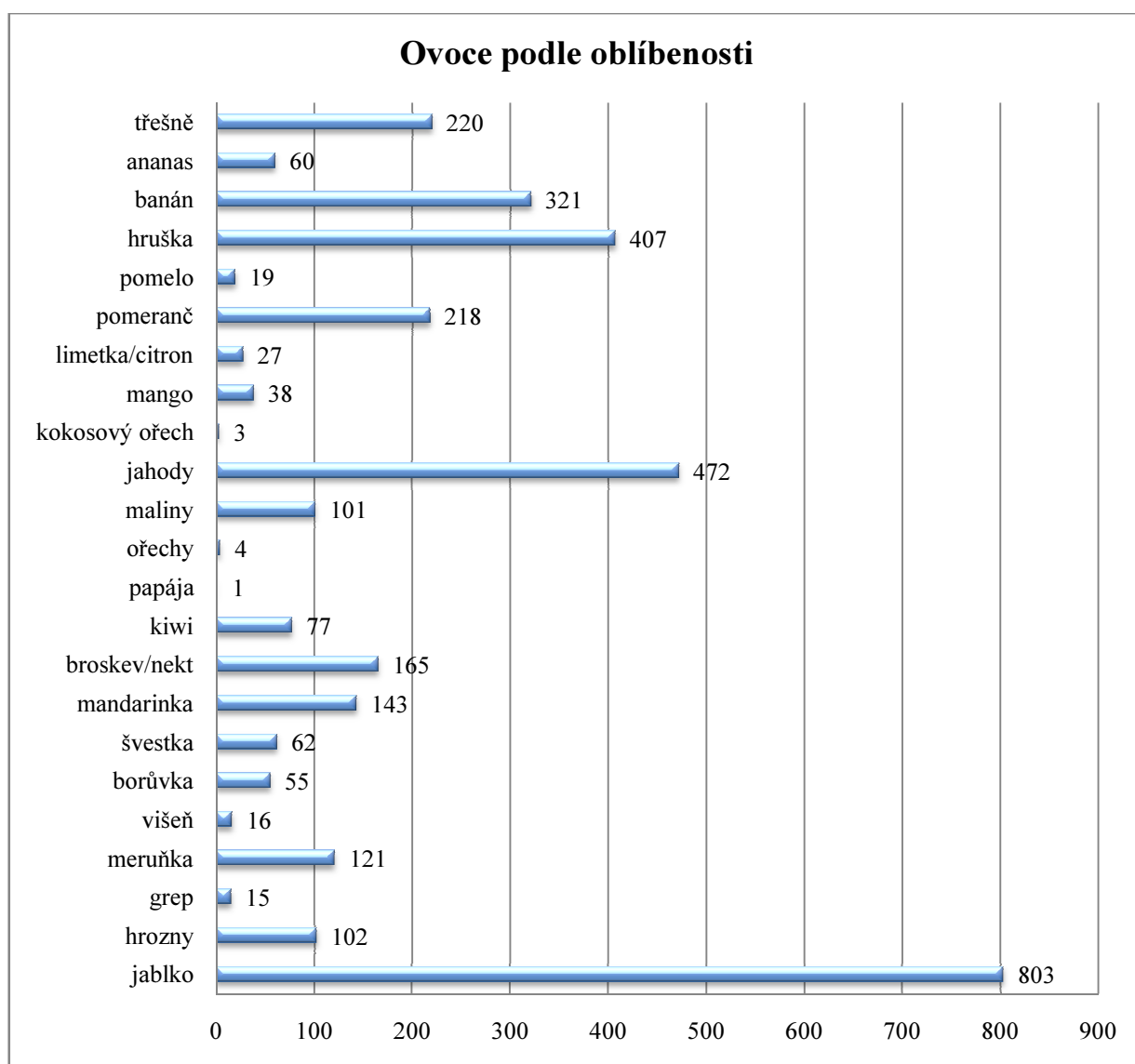
V průzkumu se ukazuje, že džus je oblíbenější u žáků prvního stupně více než voda. Průměrná známka džusu je 1,3 a průměrná známka vody je 1,8. Oba průměry jsem počítal jako vážený aritmetický průměr, aby byla zohledněna četnost jednotlivých známek.

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že děti mají raději na pití džus než čistou vodu. Toto se shoduje s trendem v dnešní společnosti, kdy je stále méně konzumovaná čistá voda a je nahrazována nejrůznějšími sladkými vodami, šťávou či případně džusem. Bohužel právě slazené tekutiny bývají ve stravě velmi významným zdrojem kalorií a mohou společně se špatnou životosprávou vést ke zvýšení tělesné hmotnosti. Dalším "proti" slazeným tekutinám je i fakt, že velké množství cukru, které tyto nápoje obsahují,

negativně působí na pozornost dětí. Je prokázáno, že nápoje s vysokým obsahem cukru vedou ke zvýšení aktivity u dětí, které se pak méně soustředí.

Dle mého názoru by součástí zdravé svačiny mělo být pití v podobě čisté vody, i když si nejsem jistý, zda by byla dětmi, potažmo i rodiči, brána jako významný benefit zdravé svačiny. Nad touto otázkou doporučuji se ještě zamyslet, či provést další šetření.

Otázka číslo 4 měla zjistit, které ovoce je u dětí nejoblíbenější.

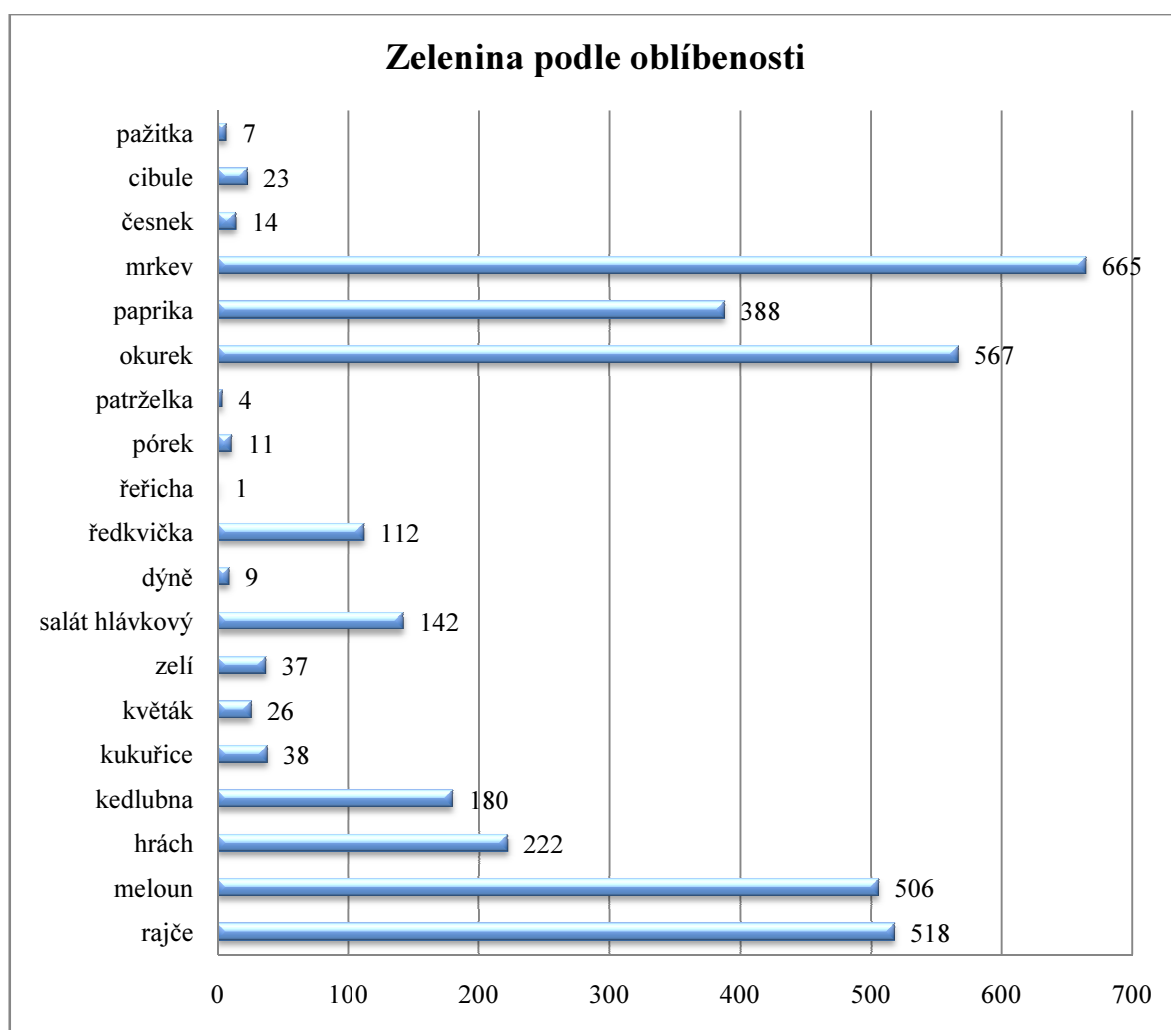


Graf 17. Oblíbenost jednotlivých druhů ovoce u žáků prvního stupně

Respondenti mohli vypsát nejvýše 3 druhy svého nejoblíbenějšího ovoce. Protože předem neměli respondenti stanovený výběr, dostalo se mezi ovoce i několik druhů exotičtějšího ovoce a ořechů. Pro názornost jsem ořechy nechal mezi ovocem zařazený.

Mezi nejoblíbenější ovoce patří jablka, jahody a hrušky. Především jahody odpovídají sezónnosti, kdy právě v červnu se v jídelníčku dětí začínají objevovat častěji než po zbytek roku.

Otázka č. 5 měla zjistit, která zelenina je u dětí nejoblíbenější.

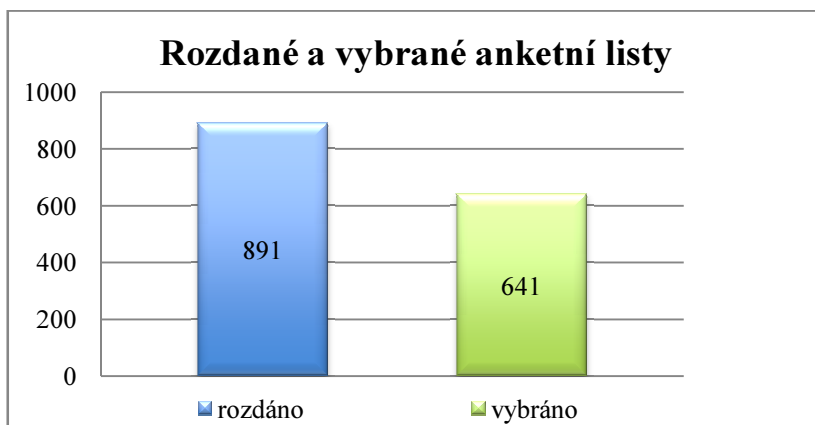


Graf 18. Oblíbenost jednotlivých druhů zeleniny u žáků prvního stupně

Respondenti mohli vypsát nejvýše 3 druhy své nejoblíbenější zeleniny. Protože předem neměli stanovený výběr, dostalo se mezi zeleninu i několik druhů bylinek. U některých druhů zeleniny se často vedou spory, zda se jedná o ovoce či zeleninu, já jsem ve své diplomové práci zvolil hodnocení dle běžných standardů používaných v České republice.

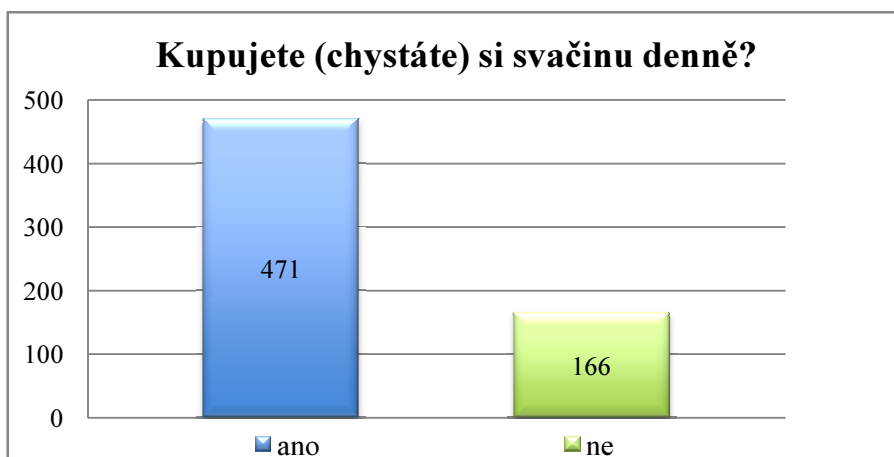
Z uvedeného grafu vyplývá, že nejoblíbenější zeleninou je mrkev, dále pak okurek a rajče.

5.3 Výsledky a diskuse k anketnímu listu pro žáky prvního stupně



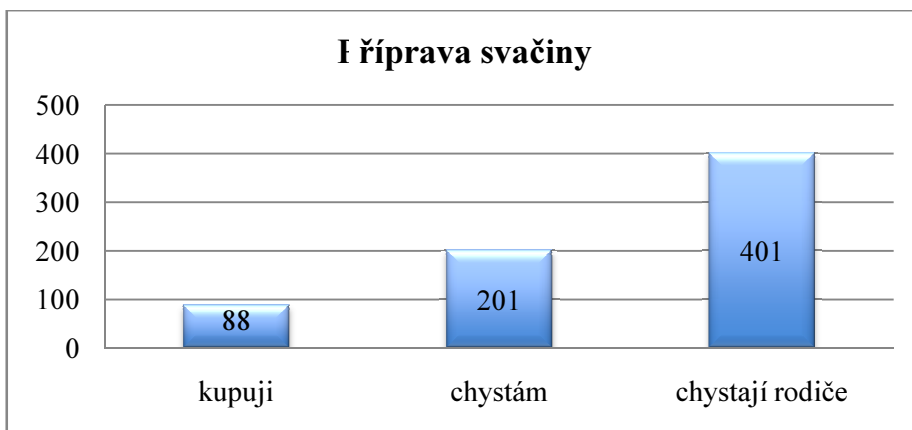
Graf 19. Množství respondentů mezi žáky druhého stupně

Celkem bylo žákům druhého stupně rozdáno 891 anketních listů, z toho bylo vráceno a vyhodnoceno 641 kusů. Návratnost je velmi vysoká, 72 %. Toto vysoké číslo bylo způsobeno tím, že žáci vyplňovali anketní list přímo ve škole pod dohledem učitelů.



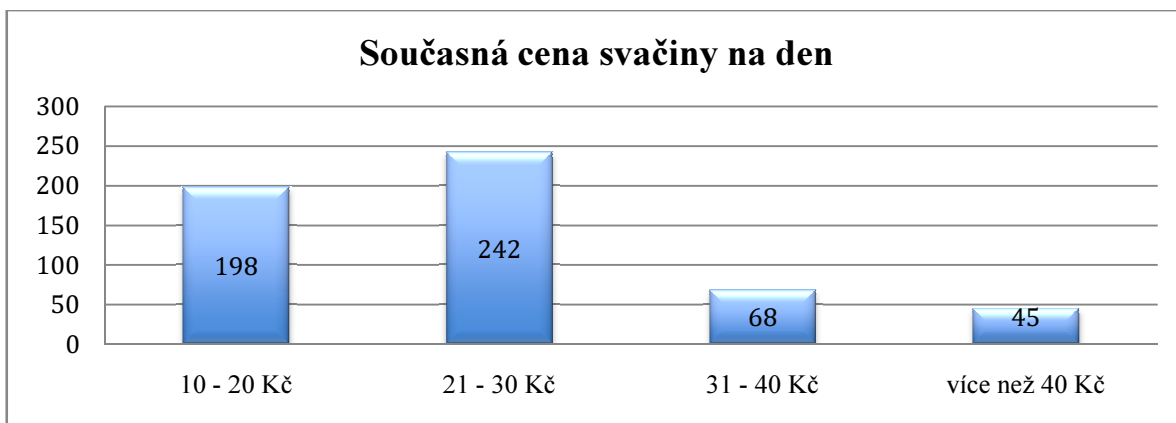
Graf 20. Kolik žáků druhého stupně si kupuje či denně chystá svačinu?

Z uvedeného grafu lze vidět, že 73 % respondentů si denně chystá nebo kupuje svačinu do školy. U této otázky jsem očekával mnohem menší procento respondentů, kteří si svačinu do školy přinesou.



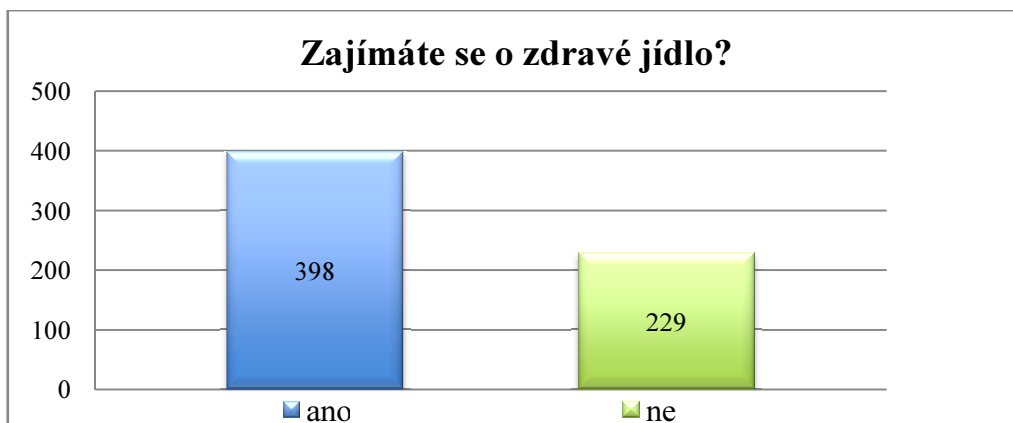
Graf 21. Kolik žáků druhého stupně si svačinu kupuje, chystá nebo svačinu chystají rodiče?

I u žáků druhého stupně stále převládá v přípravě svačiny péče rodičů. Celkem 641 respondentů uvedlo, že jim svačinu chystají rodiče. U této otázky někteří respondenti označili více odpovědí, proto je součet odpovědí větší než 100 %. Tato varianta odpovědi je přijatelná, protože některý den mohou svačinu chystat rodiče, jiný den si ji žák může jít koupit či si ji připravit sám. Nicméně většina žáků má svačinu připravenou od svých rodičů.



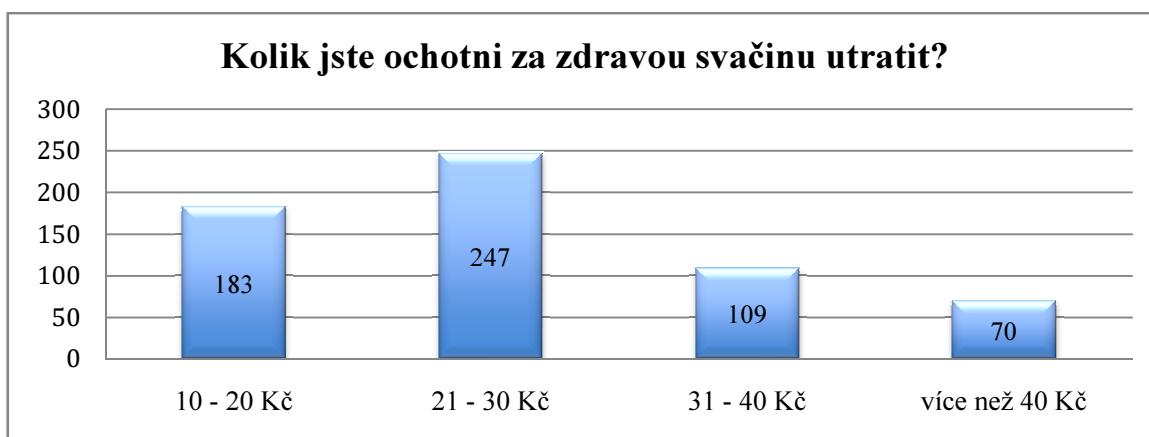
Graf 22. Kolik peněz vás denně stojí vaše současná svačina?

Tato otázka měla u respondentů zjistit, zda mají přehled o současné ceně svačiny, kterou si do školy nosí. Dle uvedených výsledků se nejvíce respondentů domnívá, že je současná svačina stojí mezi 21 až 30 Kč. Což může a nemusí být pravda, protože nemáme ověřeno, zda respondenti skutečně znají cenu současných potravin.



Graf 23. Zajímají se žáci druhého stupně ZŠ, zda jí zdravé potraviny?

Na jednu stranu 62 % respondentů uvedlo, že se zajímá o to, zda jí zdravé potraviny. Což na stranu druhou ukazuje, že 38 % respondentů se nezajímá o to, zda jí zdravé potraviny či ne. Což je velmi kritické, protože v této době dochází k ustálení stravovacích návyků a to, co si děti v tomto věku osvojí, si s největší pravděpodobností odnesou do svého dospělého života.

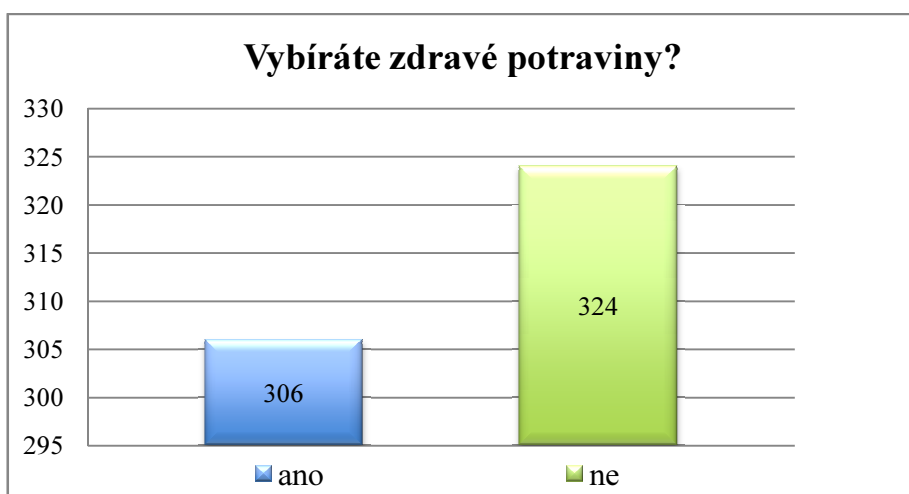


Graf 24. Kolik peněz jste ochotni za zdravou svačinu utratit peněz?

S ohledem na otázku č. 4 byla položena i tato otázka, kdy jsem chtěl zjistit, kolik peněz jsou respondenti ochotni za zdravou svačinu zaplatit. Nejvíce respondentů, a to 39 %, je ochotno zaplatit částku 21 - 30 Kč, což v podstatě odpovídá ceně, kterou v současné době respondenti údajně nejvíce za svačinu utratí. Z uvedeného zjištění vyplývá, že pro žáky druhého stupně není zdravá svačina příliš lákavá, a pokud by byli ochotni si tuto svačinu koupit, pak pouze do 30 Kč.

Cenová citlivost se zde shoduje s citlivostí, kterou uvedli i rodiče.

Z obou údajů můžeme tedy usuzovat, že pokud se bude konečná cena svačiny pohybovat do 30 Kč, je zde určitý okruh potenciálních zákazníků. V případě, že svačina bude dražší, tak se množství potenciálních zákazníků rapidně snižuje. Což může vést k finančním problémům, protože zdravé svačiny mají být produktem, který bude dostupný pro širokou skupinu žáků a bude to produkt, na kterém nebudeme pracovat s vysokou marží.

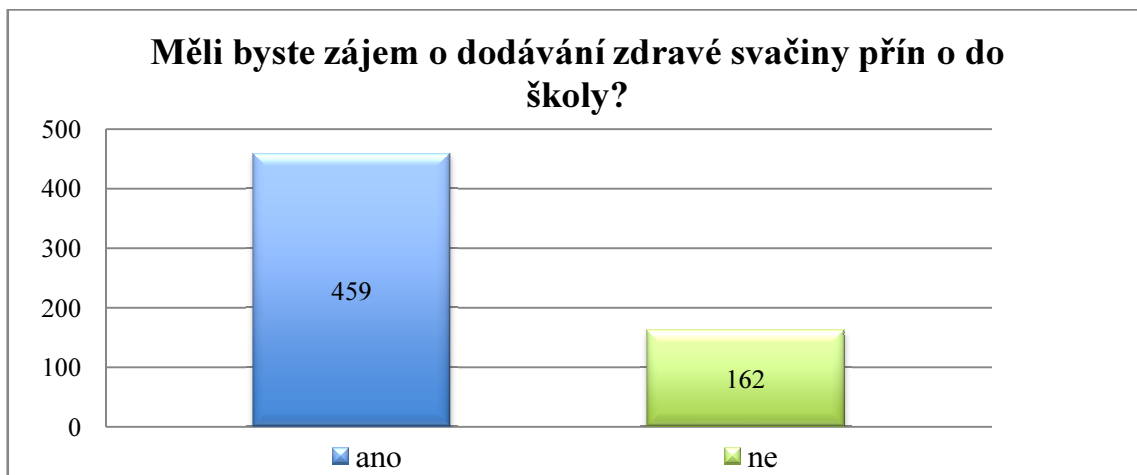


Graf 25. Vybíráte si potraviny dle toho, zda jsou zdravé a vhodné pro váš organismus?

Většina respondentů, celkem 324, odpovědělo, že si nevybírají potraviny dle toho, zda jsou zdravé a vhodné pro jejich organismus. Část respondentů na tuto otázku vůbec neodpověděla, proto součet odpovědí není 641 ale pouze 630. 306 respondentů uvedlo, že si vybírá zdravé potraviny.

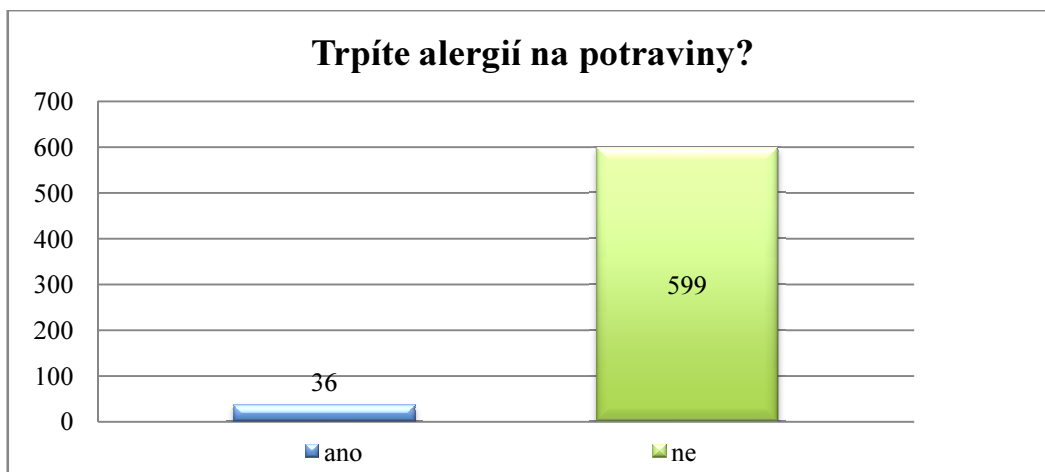
Otázkou je, zda žáci druhého stupně znají či neznají pojem zdravé potraviny a dokážou si pod tímto pojmem představit něco konkrétního. A pokud termín znají, nemají zdravé potraviny v oblibě a dávají přednost potravinám, o kterých si sami myslí, že jsou nezdravé či nevhodné pro jejich organismus. K hlubšímu pochopení této problematiky by bylo vhodné provést kvalitativní šetření, nejlépe formou osobního rozhovoru. Kvalitativní šetření by také pomohlo zjistit, do jaké míry jsou respondenti ovlivněni reklamou, např. televizní. V televizi bývá často označováno za zdravou snídani, která je vhodná pro děti, miska plná slazených snídaňových cereálií (např. čokoládových kuliček), kterou jsou ale

plné jednoduchého cukru a ztuženého tuku a rozhodně nejsou z mého pohledu, ale i z pohledu pí. Slimákové, odbornice na dětskou výživu, vhodné jako zdravá snídaně.



Graf 26. Měli byste zájem o dodávání zdravé svačiny přímo do školy?

Na přímou otázku, zda by respondenti měli zájem o pravidelnou dodávku zdravých svačin přímo do školy, odpovědělo 72 % ano. Což trošku odporuje odpovědím na předchozí dotaz, při kterých respondenti naznačovali, že nemají zájem o zdravé potraviny. Nicméně na stranu druhou z této odpovědi vyplývá, že žáci druhého stupně sice v současné době nevyhledávají zdravé potraviny (resp. nadpoloviční většina respondentů je nevyhledává), ale v případě, že by měli možnost takovéto potraviny mít denně k dispozici, pak by tuto možnost využívali. Pro ověření této otázky bych doporučil provést ještě kvalitativní šetření, nejlépe formou osobních rozhovorů, kdy by bylo možné zjistit, co si respondenti představují pod pojmem zdravé svačina. Toto zjištění беру za velmi pozitivní ve vztahu k záměru vyrábět a distribuovat zdravé a denně čerstvé svačiny.



Graf 27. Trpíte nějakou potravinovou alergií či intolerancí?

Pouze 6 % respondentů odpovědělo, že trpí určitou potravinovou alergií či intolerancí. Tento výsledek přímo koreluje s vyjádřením rodičů.

6 ZÁVĚR A DOPORUČENÍ

Cílem diplomové práce bylo analyzovat zájem rodičů a žáků základních škol v městě Olomouci o dodávku zdravých svačin. Pro splnění cíle byla diplomová práce rozdělena do dvou částí, teoretické a praktické.

Cílem teoretické části bylo především vymezit problematiků pojmů marketing, marketingová situační analýza, výživa dětí a školní stravování. Teoretické poznatky, které jsou v práci uvedeny, slouží jako východiska pro zpracování praktické části práce.

V praktické části práce byl proveden průzkum trhu mezi rodiči a žáky prvního a druhého stupně základních škol v městě Olomouci. Z 36 oslovených základních škol se průzkumu zúčastnilo. Celkem bylo rozdáno 2511 anketních listů rodičům, z toho bylo vráceno a použito pro vyhodnocení 1479 kusů. Žákům druhého stupně bylo rozdáno 891 anketních listů, z toho bylo vráceno 641 kusů. Žákům prvního stupně bylo rozdáno 1456 anketních listů, z toho vráceno 1226 kusů.

V praktické části byly položeny 3 výzkumné otázky.

1. výzkumná otázka

Chystají rodiče žáků základní škol v Olomouci svým dětem svačinu do školy?

Rodiče žáků prvního stupně chystají svačinu v 96 % případů, rodiče žáků druhého stupně chystají svačiny svým dětem v 85 % případů. Toto je velmi pozitivní zjištění. Původním záměrem bylo oslovit především rodiče žáků prvního stupně, ale z uvedeného zjištění vyplývá, že žáci druhého stupně by možná byli vhodnější cílovou skupinou.

2. výzkumná otázka

Mají žáci základní škol rádi ovoce či zeleninu? A jaké tekutiny preferují mít s sebou ve škole?

Z uvedeného průzkumu vyplývá, že žáci základních škol v Olomouci mají rádi ovoce i zeleninu. Přičemž ovoce má celkovou průměrnou známku 1,2, zelenina 1,6. Průměrná známka byla stanovena váženým aritmetickým průměrem.

Toto zjištění je velmi pozitivní, protože ukazuje, že žáci mají ovoce i zeleninu rádi, což jde tak trochu proti všeobecnému mínění, že děti ovoce a zeleninu nejí.

Mezi nejoblíbenější druhy ovoce patří jablko, dále pak jahody, hrušky a banány. Mezi nejoblíbenější druhy zeleniny patří mrkev, okurek, rajče a meloun. Oblíbené druhy ovoce a zeleniny patří také mezi druhy, kterou jsou bezproblémově celoročně dostupné a i jejich ceny se pohybují celý rok v přijatelných cenových relacích. U druhů jako je jablko, hruška a mrkev je také možné zaměřit se na místní, regionální pěstitele. Z ekonomického hlediska vnímám toto zjištění jako velmi důležité.

Z uvedeného zjištění rozhodně doporučuji, aby ovoce či zelenina byla pravidelnou součástí plánovaných svačinek.

Dále jsem u žáků zjišťoval, zda mají rádi na pití vodu nebo džus. Záměrně jsem dal na výběr pouze dvě tekutiny, jedna čistá a druhá tzv. slazená. Z výzkumu vyplynulo, že džus má průměrnou známku 1,3 voda 1,8. Průměrná známka byla zjištěna váženým aritmetickým průměrem.

Na základě těchto údajů doporučuji, aby součástí každé svačiny byla vždy i tekutina. Dle následné dohody s výživovým poradcem bych doporučoval střídat ve svačinkách vodu a kvalitní džus. Džusem myslím čerstvě lisovanou šťávu z ovoce a zeleniny, která by byla vždy den předem připravena.

3. výzkumná otázka

Kolik žáků na druhém stupni si svačinu kupuje, chystá samo nebo jim je svačina chystaná rodiči?

Při plánování průzkumu jsem se domníval, že žáci na druhém stupni budou nosit svačiny z domu méně. Avšak z průzkumu vyplynulo, že na druhém stupni chystají rodiče svačinu v 86 % případů. Z průzkumu mezi žáky druhého stupně vyplynulo, že si denně kupuje nebo chystá svačinu 73 % respondentů. Ve většině případů, 401 z 641, zodpověděli, že svačinu jim chystají rodiče. 201 respondentů uvedlo, že si svačinu chystají a pouze 88 respondentů uvedlo, že si svačinu kupují. Celkový součet odpovědí u této otázky není 641, ale 690, a to proto, že někteří respondenti zvolili dvě a více možností.

Z předchozího zjištění vyplývá, že rodiče na druhém stupni jsou stále ti, kteří hlídají kvalitu svačinek svých dětí. Proto na základě tohoto zjištění doporučuji cílit v komunikaci na rodiče, jak žáků prvního, tak i druhého stupně.

Dále bylo v průzkumu zjištěno, že nadpoloviční většina rodičů (63 %) by měla zájem o dodávku svačin pro své děti přímo do školy. Avšak cena, kterou jsou rodiče za tuto službu ochotni utratit, se pohybuje mezi 10 - 30 Kč. Pouze 8 % rodičů na první stupni a 10 % rodičů na druhém stupni je ochotno zaplatit za svačinu částku vyšší než 30 Kč. Toto zjištění souvisí určitě i s cenou dotovaného oběda, který může dítě ve škole odebírat. Průměrná cena oběda v roce 2013 se v Olomouci pohybovala mezi 18 - 25 Kč. Rodiče často uváděli, že by za svačinu nebyli ochotni zaplatit vyšší částku, než je částka oběda.

Toto je bohužel velmi negativní zjištění, protože částka do 30 Kč odpovídá předběžným kalkulacím na nákladovou cenu svačiny. Proto, aby mohl být projekt zrealizován, tak musí nastat následující. Je třeba snížit nákladovou cenu svačiny, a to na základě výběru surovin, ze kterých bude svačina vyráběna. To ale odporuje základní myšlence projektu, kterou je zdravá svačina. Další možností je zajistit určitou finanční pomoc ve formě státního příspěvku či dotace. Státní příspěvek na dotování ceny svačiny by například mohl být čerpán z tzv. příspěvku na školní stravování, který je nyní používán pouze pro obědy žáků základních škol. Možná by bylo možné zajistit, aby z tohoto titulu byla dotována i školní svačina.

U žáků druhého stupně jsem se ptal, zda si vybírají potraviny dle toho, zda jsou zdravé a vhodné pro jejich organismus. 324 respondentů z 630 odpovědělo, že si potraviny nevybírají dle toho, zda jsou zdravé a vhodné pro jejich organismus. Naproti tomu stejní respondenti - 398 (tj. 62 %) uvedli, že se zajímají o zdravé jídlo. Otázkou je jak se tyto dvě skupiny respondentů vzájemně překrývají. Pro bližší pochopení této skutečnosti bych doporučoval provést ještě kvalitativní šetření formou osobní rozhovorů s respondenty.

Závěrem lze tedy říci, že o dodávku zdravých a čerstvých svačin mezi rodiči i žáky základních škol v městě Olomouci je zájem. Nicméně je potřeba vyřešit financování projektu, protože rodiče jsou ochotni zaplatit pouze částku do 30 Kč, což je částka, která se pohybuje na hranici provozních nákladů.

Doporučení pro praxi

- Vyřešit financování projektu. Zjistit možnosti financování prostřednictvím státního rozpočtu ČR, či prostřednictvím rozpočtu obcí. Další variantou může být financování prostřednictvím vhodného grantu.
- Distribuce svačin. Na základě prozkoumání přístupu jednotlivých škol a rozhovorů s řediteli bude distribuce jednou ze zásadních otázek. Vedení školy je ochotno zabezpečit prostory pro výdej svačin, ale již se nechce podílet na samotném vydávání svačin. A protože většina škol začíná s výukou přibližně ve stejnou dobu, zvedly by se personální náklady, protože co škola to, jeden řidič s autem, který svačinu bude vydávat. Variantou distribuce by mohla být distribuce skrze automaty, ale původní záměr byl, že svačiny budou denně čerstvé. U výdeje z automatu také není možné zajistit, aby si každý den dítě vybralo svačinu dle své chuti, resp. automat má jen omezenou kapacitu a může se stát, že dítě si již nebude moci zvolit podle toho na co má chuť, ale pouze dle toho, co v automatu zbylo.
- Nejen distribuce, ale i reklamace svačin je velmi důležitá. Může se stát, že budou doručeny svačiny špatné či v nevyhovující kvalitě, ale díky předem stanovenému rozvrhu a díky tomu, že ředitelé si jednohlasně nepřejí narušování školní výuky, by tato otázka mohla být velmi problematická.
- Objednávání svačin. Pro rychlé a snadné objednávání svačin by měla být vytvořena on-line rezervace, která by byla přístupná přes internet i přes chytré telefony. Při objednávání svačin pak bude třeba přesně stanovit termíny, do kdy je svačinu možné objednat či odhlásit.
- Výběr dodavatelů. Pro výrobu kvalitních svačin pro děti je potřeba mít kvalitní dodavatele. Původním záměrem bylo oslovit producenty z Olomouckého kraje, aby byla podpořena místní produkce. Otázkou je, zda vybrat malé producenty, u kterých bude těžké získat nižší cenu, nebo se

obrátit na producenty velké. Toto by mělo být součástí dlouhodobé strategie, projektu.

- Obalový materiál. Zajisté je třeba neopomíjet ekologickou stránku celého projektu. A proto navrhuji, aby svačiny byly baleny do papírových sáčků z recyklovaného papíru. Výchova dětí k recyklaci odpadu by také měla být součástí celého konceptu.
- Propagace projektu by měla být zaměřena na rodiče, protože ti - jak u žáků prvního, tak i druhého stupně - stále rozhodují o tom, co bude mít dítě na svačinu. Nicméně v druhé linii je potřeba myslet i na žáky, protože svačina pro ně musí být dostatečně atraktivní, chutná, aby o ní doma pozitivně referovali a vybídli rodiče k opakovanému nákupu.
- Součástí projektu by měla být i celkové osvěta a vzdělávání v oblasti zdravé výživy, protože tímto bude projekt společensky přínosný. V případě, že bude součástí projektu pouze samotný prodej svačin bez doprovodného vzdělávání, může se na něj veřejnost dívat nelibě.
- Pro převod celého projektu do dalšího kroku je potřeba zpracovat podrobný podnikatelský záměr, který by zhodnotil všechny možnosti na všech potřebných úrovních. Zpracování podnikatelského záměru je však nad rámec této diplomové práce.

7 SOUHRN

Cílem diplomové práce bylo analyzovat zájem rodičů a žáků základních škol v městě Olomouci o dodávku zdravých svačin. Tato diplomová práce se skládá z teoretické části, výsledků průzkumu, závěrečného doporučení a příloh.

V teoretické části byly vymezeny základní pojmy, které se vztahují k problematice diplomové práce. Teoretická část se zabývá pojmy jako je marketing, marketingová situační analýza, výživa dětí a školní stravování.

V rámci diplomové práce bylo provedeno šetření prostřednictvím anketních listů, které byly rozdány rodičům, žákům prvního a druhého stupně na vybraných základních školách v Olomouci. Na základě průzkumu pak byly zodpovězeny 3 výzkumné otázky a učiněny závěry, které jsou uvedeny v závěrečné části diplomové práce. Závěrečná část obsahuje také doporučení pro praxi, co je třeba ještě udělat, než bude moci být projekt spuštěn.

8 SUMMARY

The goal of this thesis was to analyze parents interest and pupils of elementary schools in Olomouc in delivery of healthy snacks. This thesis contains a theoretical part, the survey results, final recommendations and attachments.

In the theoretical part were defined the basic concepts related to the issue of the thesis. The theoretical part deals with concepts such as marketing, marketing situational analysis, child nutrition and school meals.

Within the thesis was carried out an investigation by means of questionnaire sheets that were distributed to parents, pupils of first and second grades at selected elementary schools in Olomouc. Based on the survey were answered three research questions and made conclusions which are presented in the final part of the thesis. The final section contains recommendations for practice, what remains to be done before the project can be started.

9 REFERENČNÍ SEZNAM

- Bureš, I., & Řehulka, P. (2006). *10 zlatých pravidel péče o zákazníka aneb CRM v digitálním věku*. Praha: Management Press.
- Čáslavová, E. (1995). *Marketing v tělesné výchově a sportu*. Praha: Karolinum.
- Čáslavová, E. (2000). *Management sportu*. Praha: East West Publishing Company.
- Čáslavová, E. (2009). *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia.
- Čihovský, J. (2006). *Sociologický výzkum*. Olomouc: Fakulta tělesné kultury.
- Fialová, J. (2012). *Stravovací návyky dětí a školní prostředí*. Brno: Barrister & Principal.
- Forsyth, P. (2009). *Jak motivovat svůj tým*. Praha: Grada Publishing.
- Galloway, J. (2007). *Děti v kondici*. Praha: Grada Publishing.
- Hannagan, J.T. (1996). *Marketing pro neziskový sektor*. Praha: Management Press.
- Hendl, J. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- Jakubíková, D. (2008). *Strategický marketing - Strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing.
- Kalman, M., Sigmund, E., Sigmundová, D., Hamřík, Z., Beneš, L., Benešová, D., Csémy, L. (2011). *Národní zpráva o zdraví a životním stylu dětí a školáků*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1991). *Marketing management*. 7. rozšířené vydání. Praha: Victoria Publishing.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). *Marketing management*. 10. rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing.
- Kotler, P. & Keller, K. (2007). *Marketing a Management*. Praha: Grada.
- Kotler, P. (1991). *Marketing Management: analýza, plánování, využití, kontrola*. Praha: Victoria Publishing.
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management* (10. rozšířené vydání). Praha: Grada Publishing.
- Kotler, P. (2003). *Marketing od A do Z: osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. Praha: Grada Publishing.

- Kotler, P. (2004). *Marketing od A do Z*. Praha: Management Press.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, J. (2007). *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing.
- Nekolová, P. (2007). *Výživové zvyklosti u dětí mladšího školního věku*. Brno: Masarykova Univerzita.
- Nevoral, J., et al. (2003). *Výživa v dětském věku*. Jinočany: Nakladatelství H&H.
- Plamínek, J. (2008). *Vedení lidí, týmů a firem*. Praha: Grada Publishing.
- Slimáková, M. (2012). *Přirozená péče o zdraví dětí*. Brno: Labyrint Brno.
- Světlík, J. (1996). *Marketing školy*. Zlín: Ekka.
- Velký sociologický slovník. (1996). Praha: Karolinum.
- Veškrna, R. (2012). *Marketingová analýza klubu Nutrend*. Olomouc: FTK.

10 BIBLIOGRAFICKÝ SEZNAM

Cajthamlová, K. & Hinková, J. (2012). *Čtěte pohádky, čtěte mezi řádky*. Praha: Orbis in.

Frömel, K. (2002). *Kompendium psaní a publikování v kinantropologii*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

Hodaň, B. (1997). *Úvod do teorie tělesné kultury*. [Učební texty]. Olomouc: Vydavatelství univerzity Palackého.

Horáková, I. (1992). *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada Publishing.

11 PŘÍLOHY

1. Seznam oslovených základních škol pro výzkumné šetření
2. Seznam škol, kde probíhalo výzkumné šetření
3. Vzor anketního listu pro rodiče
4. Vzor anketního listu pro žáky prvního stupně
5. Vzor anketního listu pro žáky druhého stupně

Příloha č. 1 Seznam oslovených základních škol pro výzkumné šetření

	ŠKOLA		TELEFON	ADRESA	ŘEDITEL/KA
1	ZŠ	Hlubočky		Olomoucká 116, Hlubočky	Mgr. Libuše Balášová
2	ZŠ	Olomouc	585243872	Zeyerova 28, Olomouc	Mgr. Alena Miková
3	ZŠ	Velká Bystř.		8.května 67, Vel.Bystřice	Ing. Jaroslav Mihal
4	ZŠ	Olomouc	585427142	Mozartova 48, Olomouc	PhDr.et Zbyněk Kundrum
5	ZŠ	Dolany		Dolany 174	Mgr. Eva Medková
6	ZŠ	SŠ DC90, s.r.o.	602 655 968	Nedbalova 36,Topolany	Ing. Jitka Lattová
7	ZŠ	SŠ DC90, s.r.o.	585 436 636	Husitská 19, OL	Ing. Jitka Lattová
8	ZŠ	Heyrovského	585 758 031	Heyrovského 33	Mgr. Oldřich Anděl
9	ZŠ	Velký Týnec		Příčná 326, Velký Týnec	Mgr. Tomáš Jurka
10	ZŠ	Olomouc	585 411 539	Svatoplukova 11	Mgr. Šindler Jiří
11	ZŠ	Olomouc	585392091	Gorkého 39, Pavlovičky	Mgr. Vladislav Tesařík
12	ZŠ	Tršice		Tršice 183	RNDr. Bc. Jaromír Vachutka
13	ZŠ	SŠ CREDO o.p.s.	605 000 641	Mozartova 43	Mgr. Blanka Vacková
14	ZŠ	Olomouc	585158921	třída Svornosti 37/900	Mgr. Pavla Lukáčová
15	ZŠ	SŠ DC90, s.r.o.		Nedbalova 36	Ing. Jitka Lattová
16	ZŠ	Olomouc	585567111	tř. Kosmonautů 4	Mgr. M. Michalíková
17	ZŠ	Olomouc	585 413 262	Tererovo nám. 1	PaeDr. Jaroslav Hála
18	ZŠ	sv. Voršily	585 237 280	Aksamitova 6/707	Mgr. Zdeněk Navrátil

19	ZŠ	Olomouc	585 385 357	Dvorského 33, Sv.Kopeček	Mgr. Lumír Hamal
20	ZŠ	Olomouc	585 758 510	Holečkova 10	Mgr. Petr Horák
21	ZŠ	Mil.Horák	585 759 105,	Rožňavská 21	Mgr. Milan Král
22	ZŠ	Olomouc	585 519 144 u	Halkova 4	Mgr. Božena Vítková
23	ZŠ	Lutín		Školní 80, Lutín	Mgr.Jan Spurný
24	ZŠ	Olomouc	585209310	Demlova 18	RNDr. Anna Dobrovooolná
25	ZŠ	Olomouc	585 431 498	Nedvědova 17	Mgr. Pavel Pala
26	ZŠ	Olomouc	585 111 201	Stupkova 16	Václav Poul
27	ZŠ	CREDO, o.p.s.		Mozartova 43	Helena Birčáková
28	ZŠ	Bělkovice		Bělkovice-Lašťany 373	Milena Přikrylová
29	ZŠ	Holice Olomouc	585 313 636, 736 776 022	Náves Svobody 41	Mgr. Mojmír Chytil
30	ZŠ	Olomouc	585 854 444	I.P.Pavlova 6	Mgr. Ivana Petrů
31	ZŠ	Olomouc	585 225 611	tř. Spojenců 8	Mgr. Petr Bazger
32	ZŠ	Nemilany	585416821, 733 753 398	Raisova 1, Nemilany	Mgr. Eva Kaněčková
33	ZŠ	Olomouc	585 312 437, 603 873 106	Řezníčkova 1	Mgr. Marie Melcherová
34	ZŠ	Olomouc	585 208 227, 732 772 286	8.května 29	Mgr. František Vlček
35	ZŠ	Olomouc	585 412 493	Čajkovského 9	Mgr. Radka Hladíková
36	ZŠ	Olomouc		Svatoplukova 11	PeaDr. Dan Blaha

Příloha č. 2 Seznam škol, kde probíhalo výzkumné šetření

1	Olomouc	585 222 689	Aksamitova 6/707	Mgr. Zdeněk Navrátil	info@zcsol.cz
2	Olomouc	585 225 611	tř. Spojenců 8	Mgr. Petr Bazger	www.zsspojencuol.com
3	Bělkovice		Bělkovice-Lašťany	Milena Přikrylová	
4	Olomouc	585 519 144	Halkova 4	Mgr. Božena Vítková	www.zshalkova.cz
5	Velký Týnec		Příčná 326, Velký Týnec	Mgr. Tomáš Jurka	www.zs.velkytynec.cz
6	Olomouc	585 519 144	Halkova 4	Mgr. Božena Vítková	www.zshalkova.cz
7	Olomouc	585 413 262	Tererovo nám. 1	PaeDr. Jaroslav Hála	www.zsterera.com
8	Olomouc	585 759 105,	Rožňavská 21	Mgr. Milan Král	www.zsroznavska.cz
9	SŠ DC90, s.r.o.	585 436 636	Husitská 19	Ing. Jitka Lattová	www.dc90.wz.cz

Příloha č. 3 Vzor anketního listu pro rodiče

SVAČINKY DO ŠKOL

Svačinky do škol je v Olomouci ojedinělý projekt, který si klade za cíl podpořit zdravé stravování a zdravý životní styl u našich dětí na základních školách. Myšlenka projektu vyvstala v první řadě z osobní potřeby nás rodičů zabezpečit svým dětem zdravou svačinu do školy a dále také z trendu nárůstu dětské obezity a úbytku přirozené pohybové aktivity dětí.

Cílem projektu je v první řadě zabezpečit pravidelnou dodávku čerstvých, zdravých a nutričně vyvážených svačin žákům základních škol v Olomouci.

1. Třída: _____ Škola: _____
2. Chystáte denně svým dětem svačinku do školy? ☐ ano ☐ ne
3. Zajímáte se o zdravé potraviny, které jsou vhodné pro vaše děti? ☐ ano ☐ ne
4. Nakupujete speciálně vhodné potraviny pro děti (např. dětskou šunku apod.)? ☐ ano ☐ ne
5. Vyhovovalo by vám, kdyby vaše dítě dostalo každý den čerstvou svačinku přímo ve škole? ☐ ano ☐ ne
6. Za jakou cenu jste ochotni zdravou svačinku koupit?
- ☐ 10-20Kč ☐ 20-30Kč ☐ 30-40Kč ☐ 40Kč a víc
7. Používáte denně v práci či doma internet? ☐ ano ☐ ne
8. Používáte aplikace v tzv. chytrých telefonech? ☐ ano ☐ ne
9. Trpí vaše dítě nějakou potravinovou alergií či musí dodržovat nějaký speciální stravovací režim? ☐ ano ☐ ne
- Pokud ano, můžete blíže specifikovat (př. alergie na lepek, nesnášenlivost laktózy apod.)?
10. Další nápady, připomínky:

Pakliže chcete být pravidelně informováni o novinkách ve zdravé výživě, receptech a akcích, stačí nám napsat vaši e-mailovou adresu. Ze všech adres bude vylosována jedna a výherce obdrží poukázku na rodinnou večeři a bowling hodnotě 2000 Kč.

Váš e-mail:

Uvedením své e-mailové adresy dáváte v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, souhlas se zpracováním osobních údajů. Tento souhlas platí na dobu neurčitou, resp. až do jeho odvolání.

Příloha č. 4 - Vzor anketního listu pro žáky prvního stupně

SVAČINKY DO ŠKOL

1. Třída: _____ Škola: _____

2. Nosíš si každý den do školy svačinku? ano ☐ ne ☐

3. Oznámkuj jako ve škole (1 = výborné, 5 = nechutná), jak ti chutná:

chleba	_____	marmeláda	_____
houska	_____	ovoce	_____
rohlík	_____	zelenina	_____
celozrnné (semínkové) pečivo	_____	pomazánka	_____
sýr	_____	voda	_____
šunka	_____	džus	_____

4. Napiš 3 nejoblíbenější druhy ovoce.

1. _____
2. _____
3. _____

5. Napiš 3 nejoblíbenější druhy zeleniny.

1. _____
2. _____
3. _____

6. Napiš, jak by měla vypadat (co by měla obsahovat) nejlepší svačina na světě.

SOUTĚŽ: VYHRAJ ZDRAVOU SVAČINKU PRO CELOU TŘÍDU!

Ze všech vybraných dotazníků bude vylosován jeden výherce, který získá bedýnku plnou ovoce pro celou třídu.

O výsledku soutěže budou informováni ředitelé všech škol.

Příloha č. 5 - Vzor anketního listu pro žáky druhého stupně

SVAČINKY DO ŠKOL

Svačinky do škol je v Olomouci ojedinělý projekt, který si klade za cíl podpořit zdravé stravování a zdravý životní styl žáků a studentů. Myšlenka projektu vyvstala v první řadě z potřeby zabezpečit zdravou svačinu do školy, zajistit vyváženou a zdravou stravu ve školní dny, a předcházet tak negativním vlivům způsobeným nevhodným stravováním.

Cílem projektu je v první řadě zabezpečit pravidelnou dodávku čerstvých, zdravých a nutričně vyvážených svačin žákům základních škol a studentům středních škol v Olomouci.

1. Třída: _____ Škola: _____
2. Kupujete si (chystáte si) každý den svačinku do školy? ☐ ano ☐ ne
3. Svačinku si: ☐ kupuji ☐ chystám doma ☐ chystají rodiče
4. Kolik peněz vás každý den svačinka stojí?
☐ 10-20Kč ☐ 20-30Kč ☐ 30-40Kč ☐ 40Kč a víc
5. Zajímáte se o to, zda jíte zdravě? ☐ ano ☐ ne
6. Za jakou cenu by jste byli ochotni zdravou svačinku koupit?
☐ 10-20Kč ☐ 20-30Kč ☐ 30-40Kč ☐ 40Kč a víc
7. Vybíráte si potraviny podle toho, zda jsou zdravé a vhodné pro váš organismus? ☐ ano ☐ ne
8. Vyhovovalo by vám, kdybyste každý den měli čerstvou a zdravou svačinku připravenou přímo ve škole? ☐ ano ☐ ne
9. Trpíte nějakou potravinovou alergií či dodržujete nějaký speciální stravovací režim? ☐ ano ☐ ne
Pokud ano, můžete blíže specifikovat (př. alergie na lepek, vegetarián apod.) ? _____
10. Jak by měla podle vás vypadat (co by měla obsahovat) ideální svačinka pro školní den?
11. Další nápady, připomínky

SOUTĚŽ: VYHRAJ ZDRAVOU SVAČINKU PRO CELOU TŘÍDU!

Ze všech vybraných dotazníků bude vylosován jeden výherce, který získá bedýnku plnou ovoce pro celou třídu.

O výsledku soutěže budou informováni ředitelé všech škol.