Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

ČESKÁ RODINA ŽIJE…

Výzkum na téma **Kde se rodí zdraví** připravený pro Nadaci Kooperativa

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

METODOLOGIE

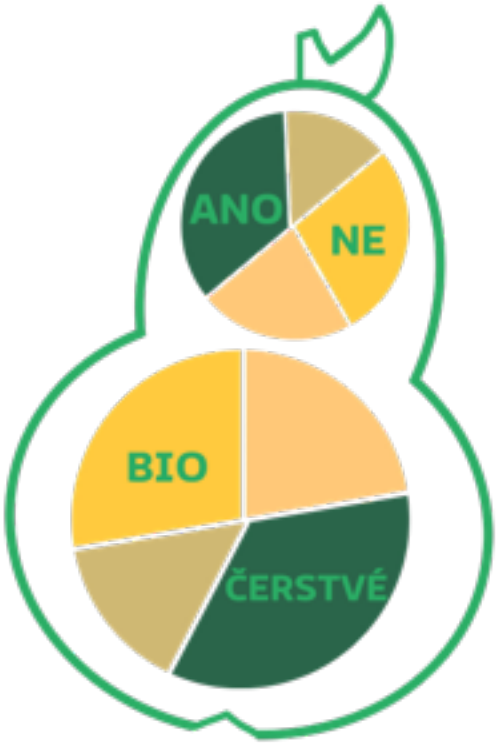
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Metoda	Online dotazník naprogramovaný v prostředí Kvalikvant Distribuovaný na panel respondentů Perfect Crowd
Země	Česká republika
Sběr	13.5. – 20.5. 2015
Cílové skupiny	Reprezentativní vzorek respondentů podle pohlaví, věku, regionu a velikosti místa
Velikost vzorku	N=750 respondentů
Délka dotazníku	38 minut

METODOLOGIE

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE



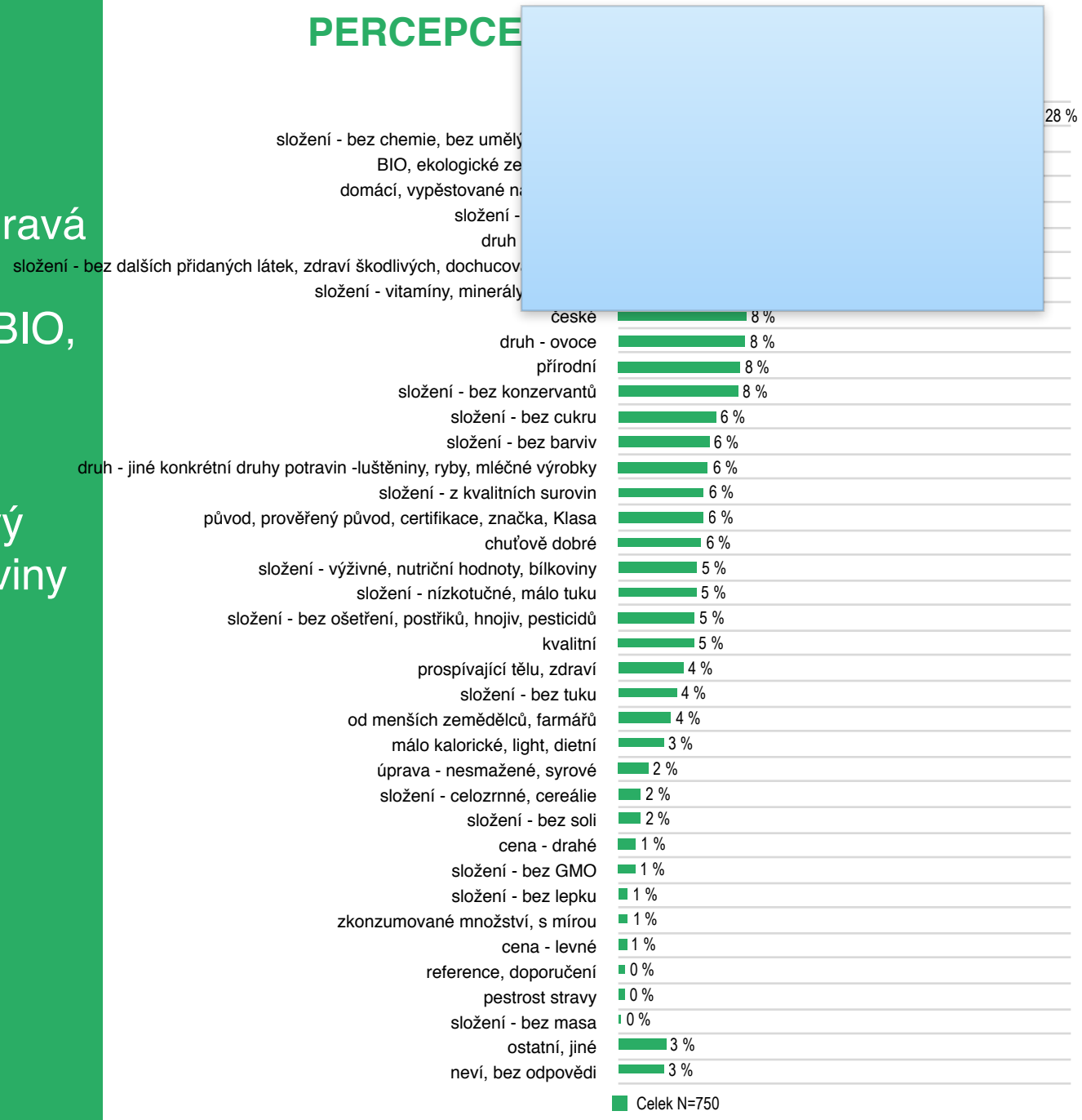
DETAILNÍ VÝSLEDKY

PERCEPCE ZDRAVÉ POTRAVINY

PERCEPCE

Pro respondenty je zdravá potravina především čerstvá, bez chemie, BIO, domácí, bez „Éček“.

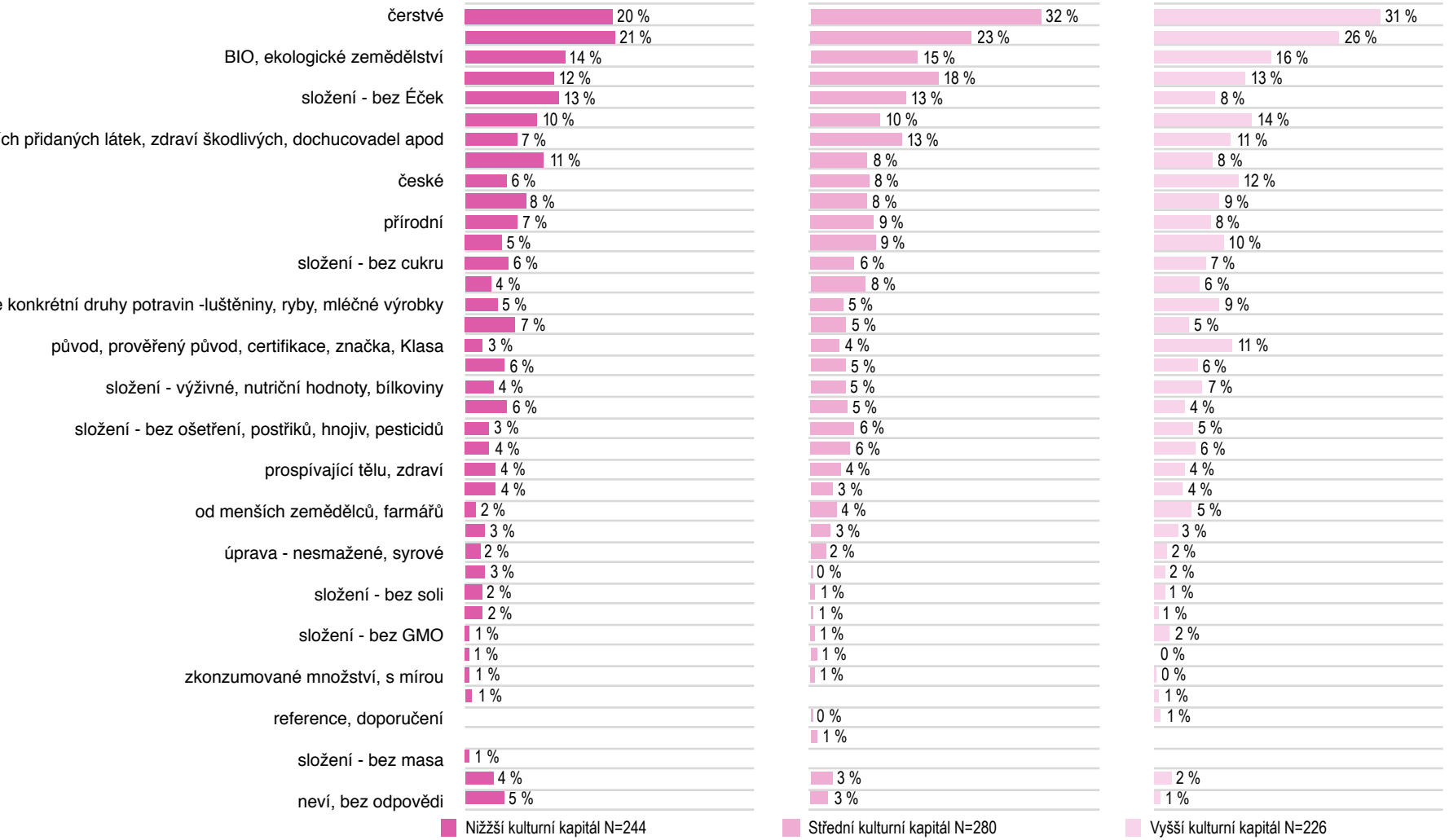
Spíše tedy hraje roli přírodní ne-průmyslový původ než druh potraviny nebo obsah vitamínů, vlákniny, cukrů apod.



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

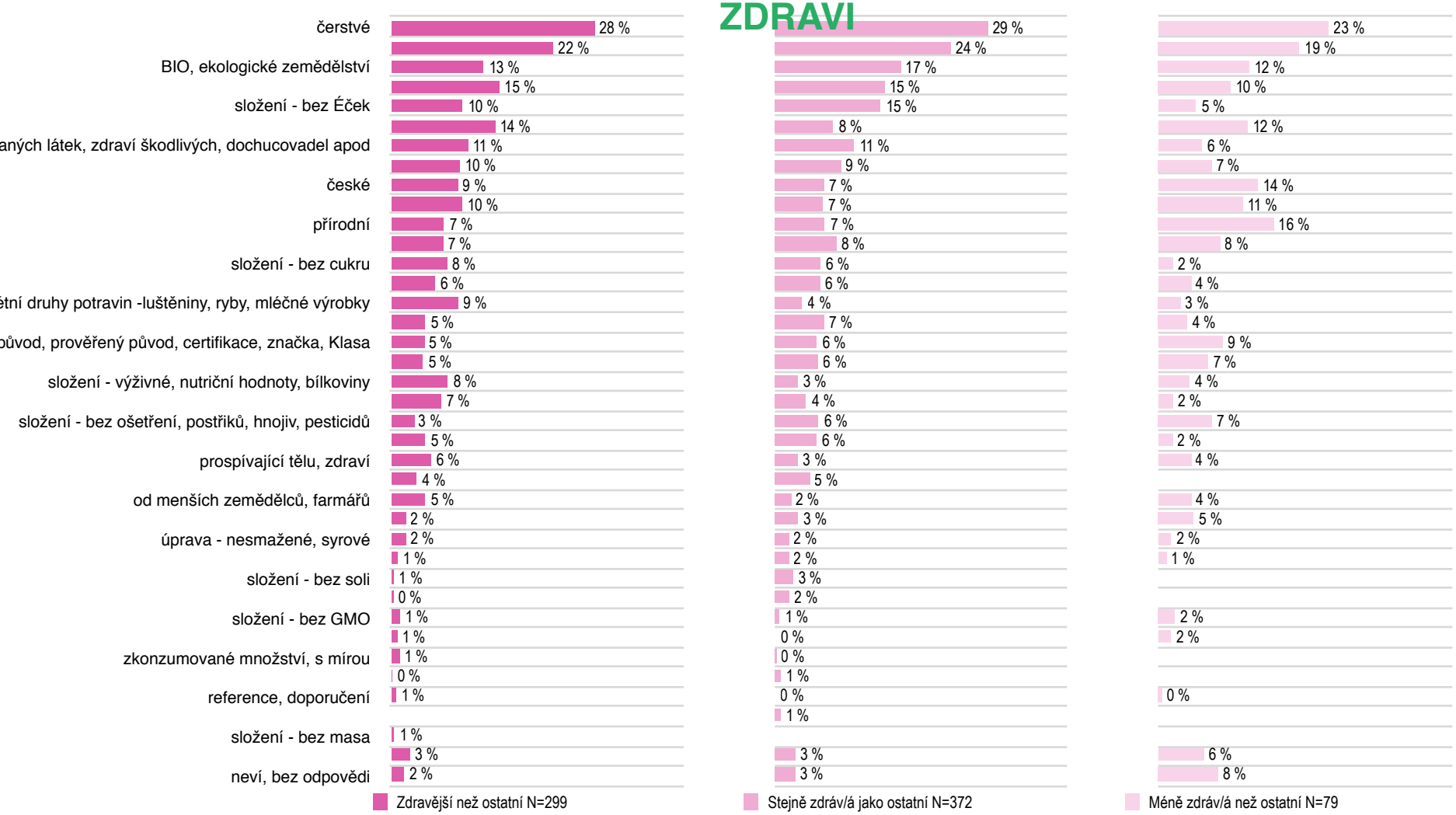
NADACE

PERCEPCE ZDRAVÉ POTRAVINY PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



Lidé s nižším kulturním kapitálem méně často vnímají zdravou potravinu jako čerstvou a s ověřeným původem.

PERCEPCE ZDRAVÉ POTRAVINY PODLE VNÍMÁNÍ VLASTNÍHO ZDRAVÍ

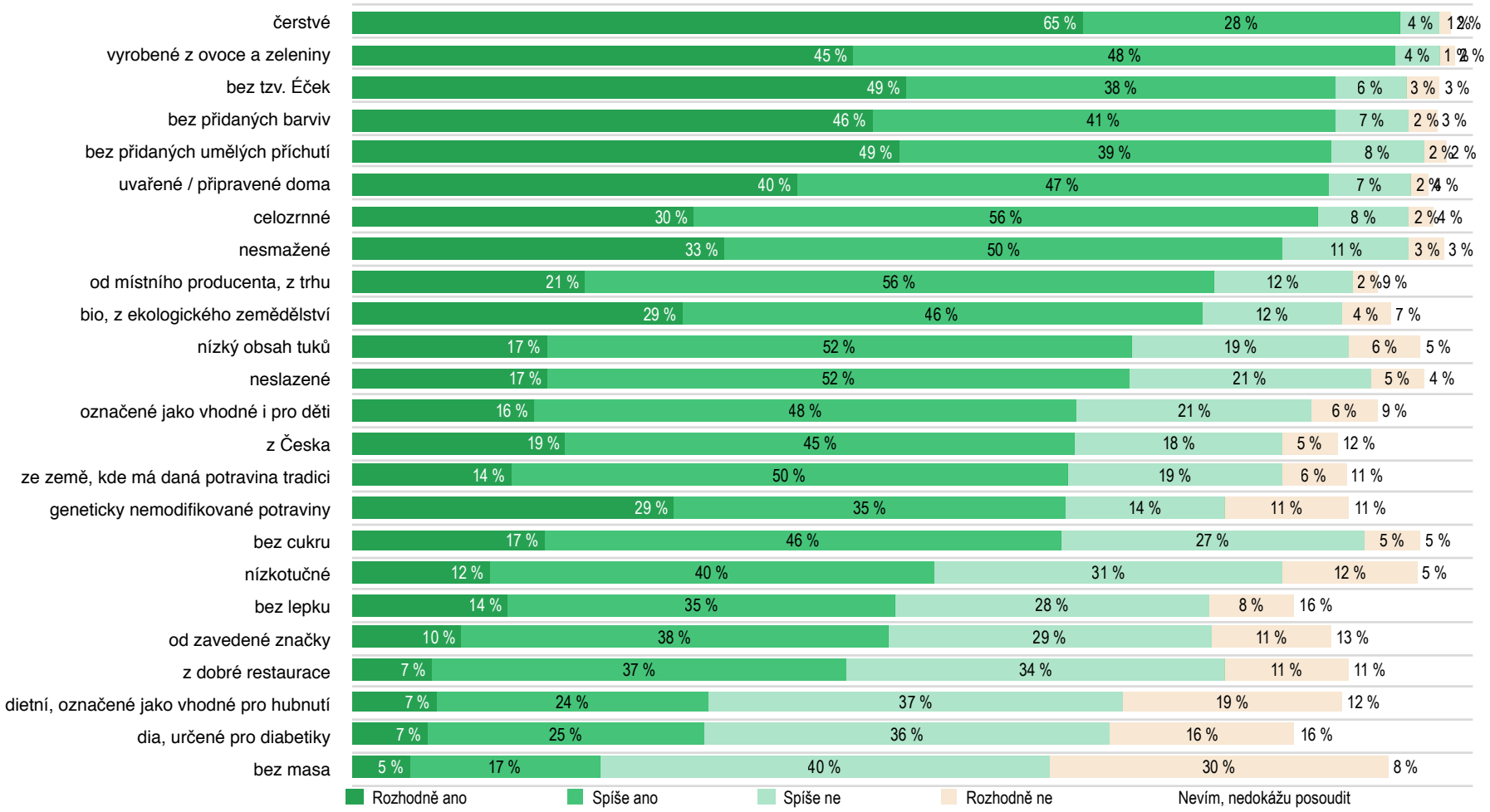


Lidé, kteří se hodnotí jako méně zdraví, označují za zdravé potraviny častěji slovem „přírodní“ (viz přírodní aromata apod.). Naopak zdravější než ostatní více zmiňují zeleninu, konkrétní potraviny a nutriční hodnoty.

DETAILNÍ VÝSLEDKY V GRAFECH

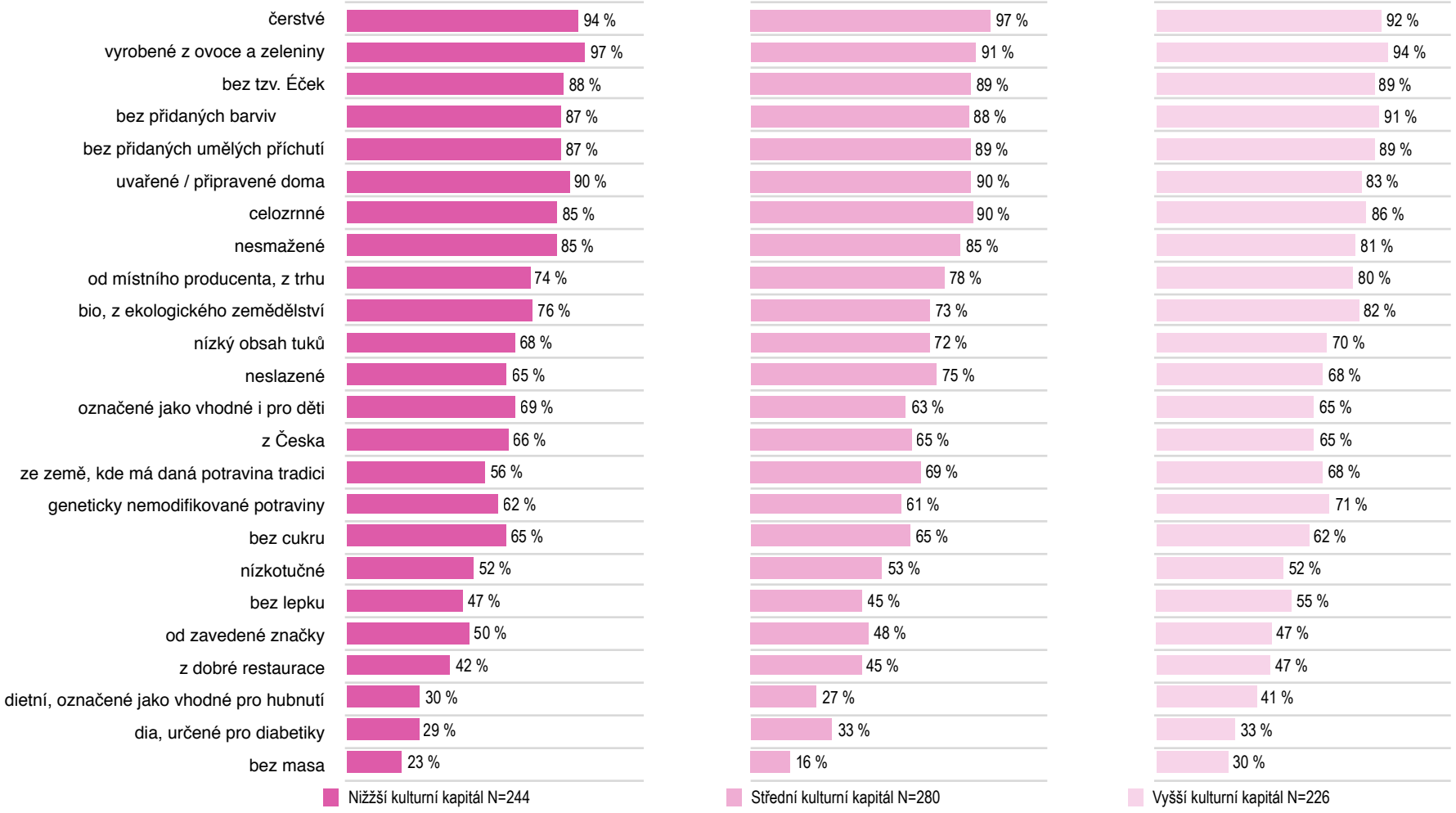
BARIÉRY KONZUMACE ZDRAVÝCH POTRAVIN

NÁZOR, CO JE ZDRAVÉ



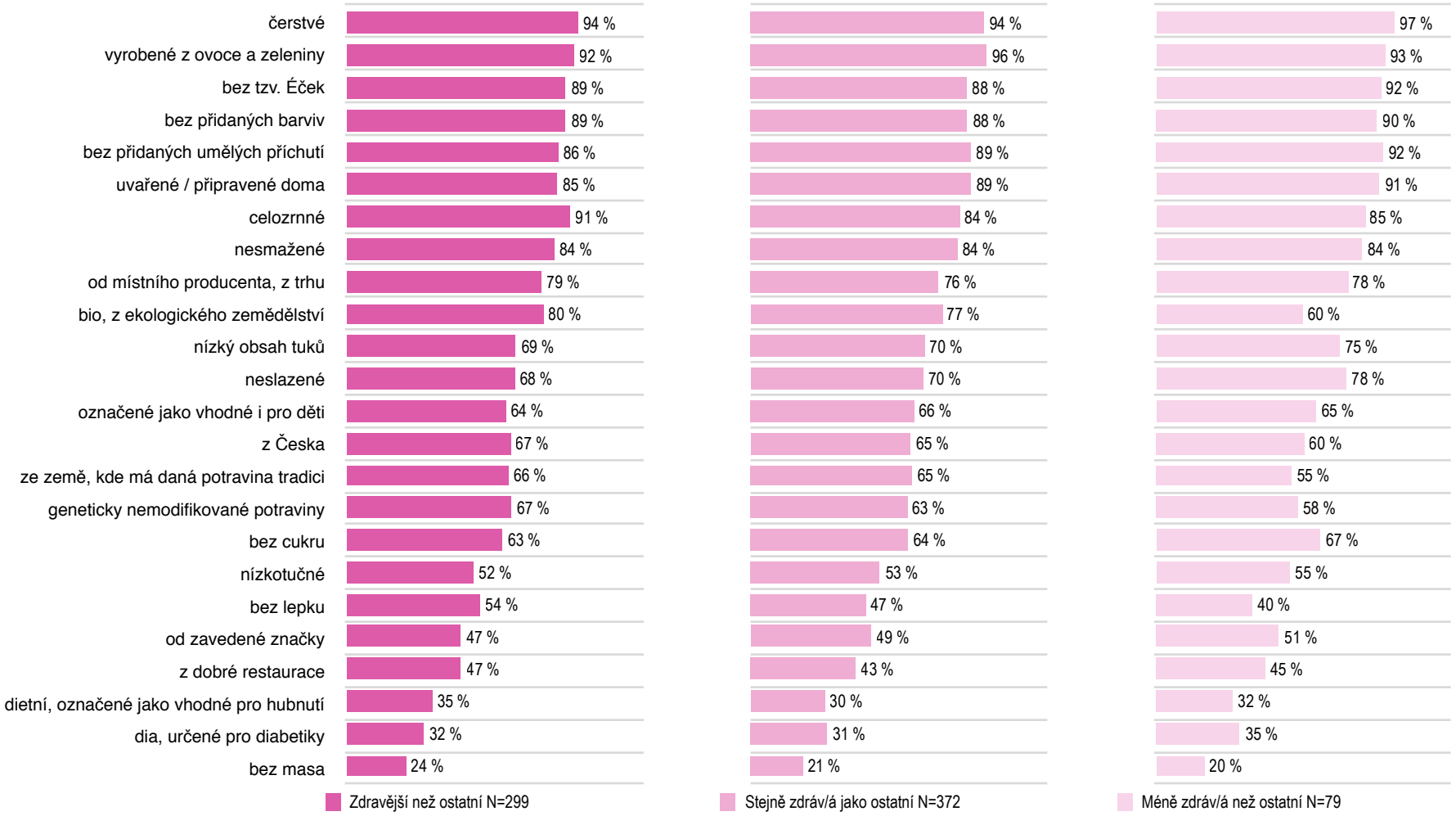
S otevřenou otázkou koresponduje i hodnocený seznam, v kterém jako zdravé respondenti nejčastěji označovali potraviny: čerstvé, z ovoce nebo zeleniny, bez „Éček“, bez barviv a umělých chutí.

NÁZOR, CO JE ZDRAVÉ, PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



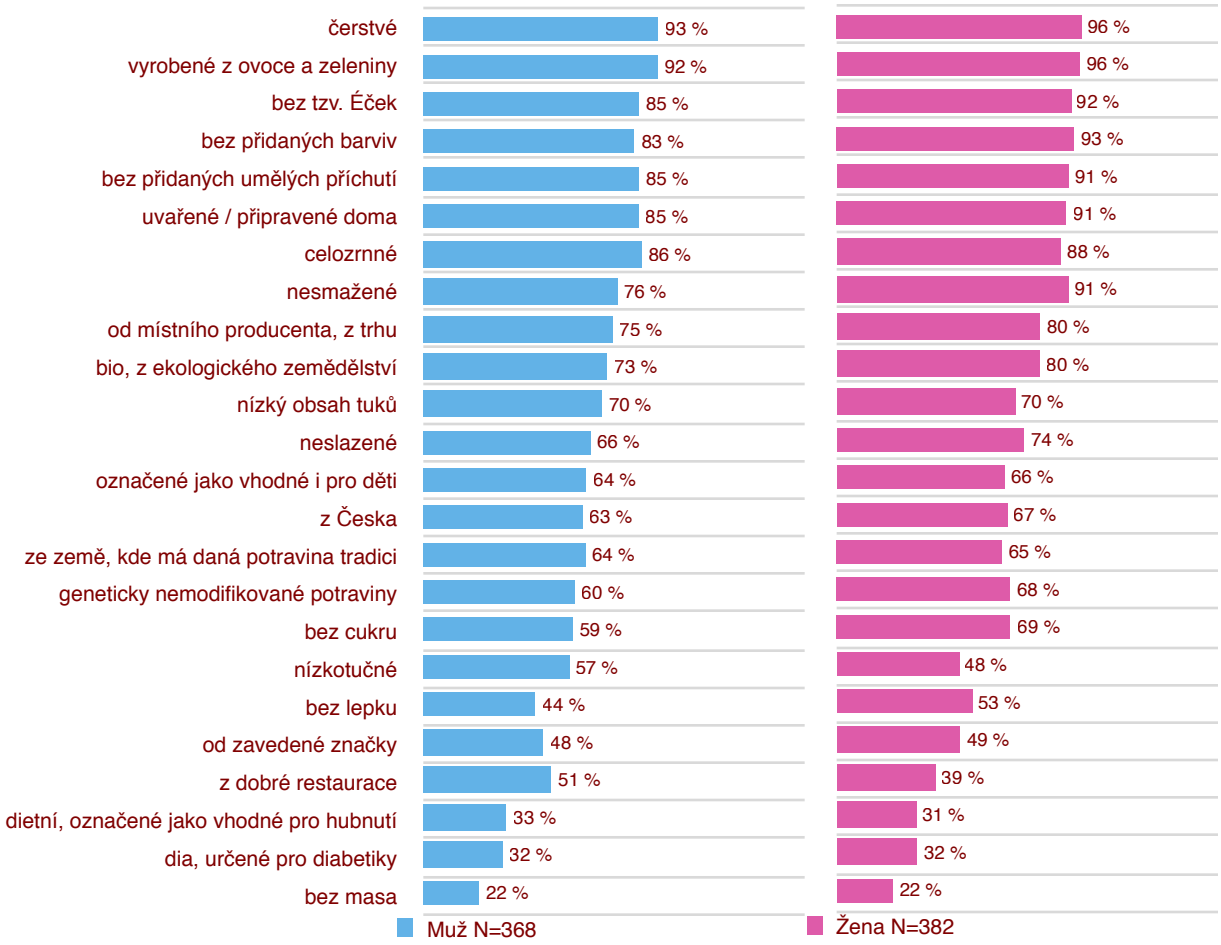
Respondenti zařazení do skupiny s nižším kulturním kapitálem méně často hodnotí jako zdravé potraviny neslazené a ze země, kde má daná potravina tradici.

NÁZOR, CO JE ZDRAVÉ, PODLE VLASTNÍ PERCEPCE ZDRAVÍ



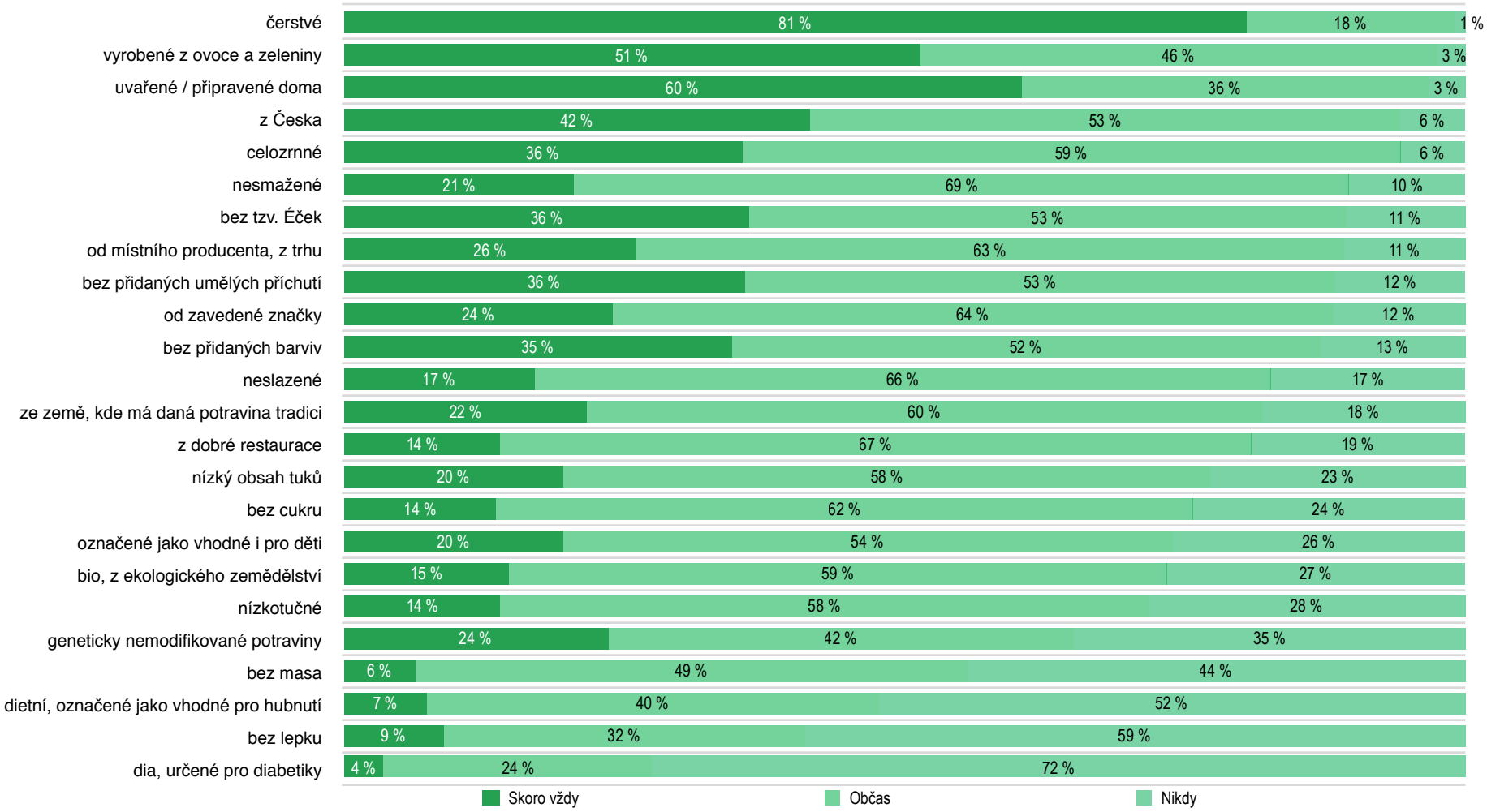
Lidé, kteří se považují za méně zdravé, méně častěji považují za zdravé potraviny z ekologického zemědělství.

CO POVAŽUJÍ ZA ZDRAVÉ PODLE POHLAVÍ



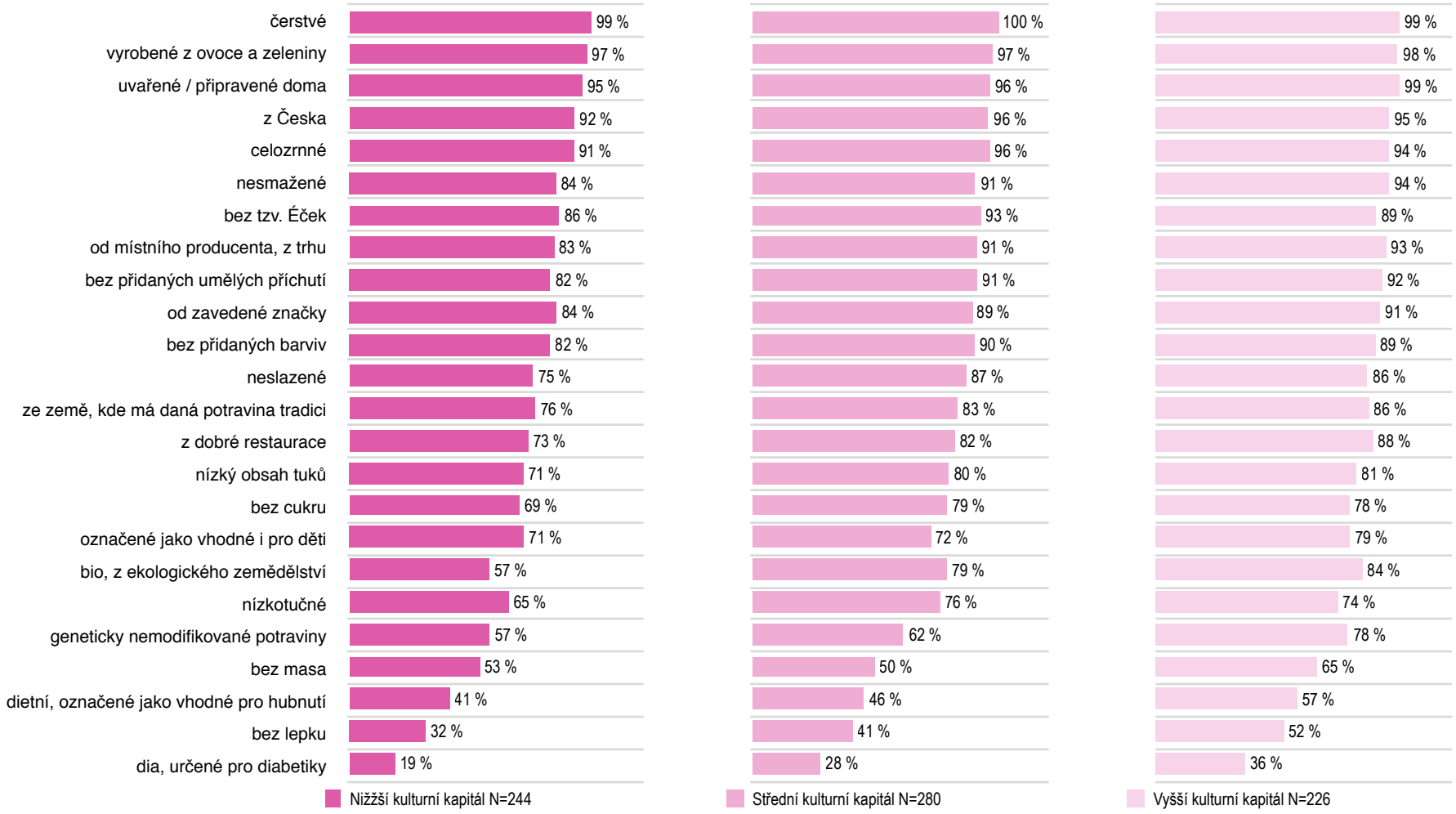
Muži více považují za zdravé potraviny ty, které jsou z dobré restaurace nebo nízkotučné.

KTERÉ POTRAVINY VYHLEDÁVAJÍ



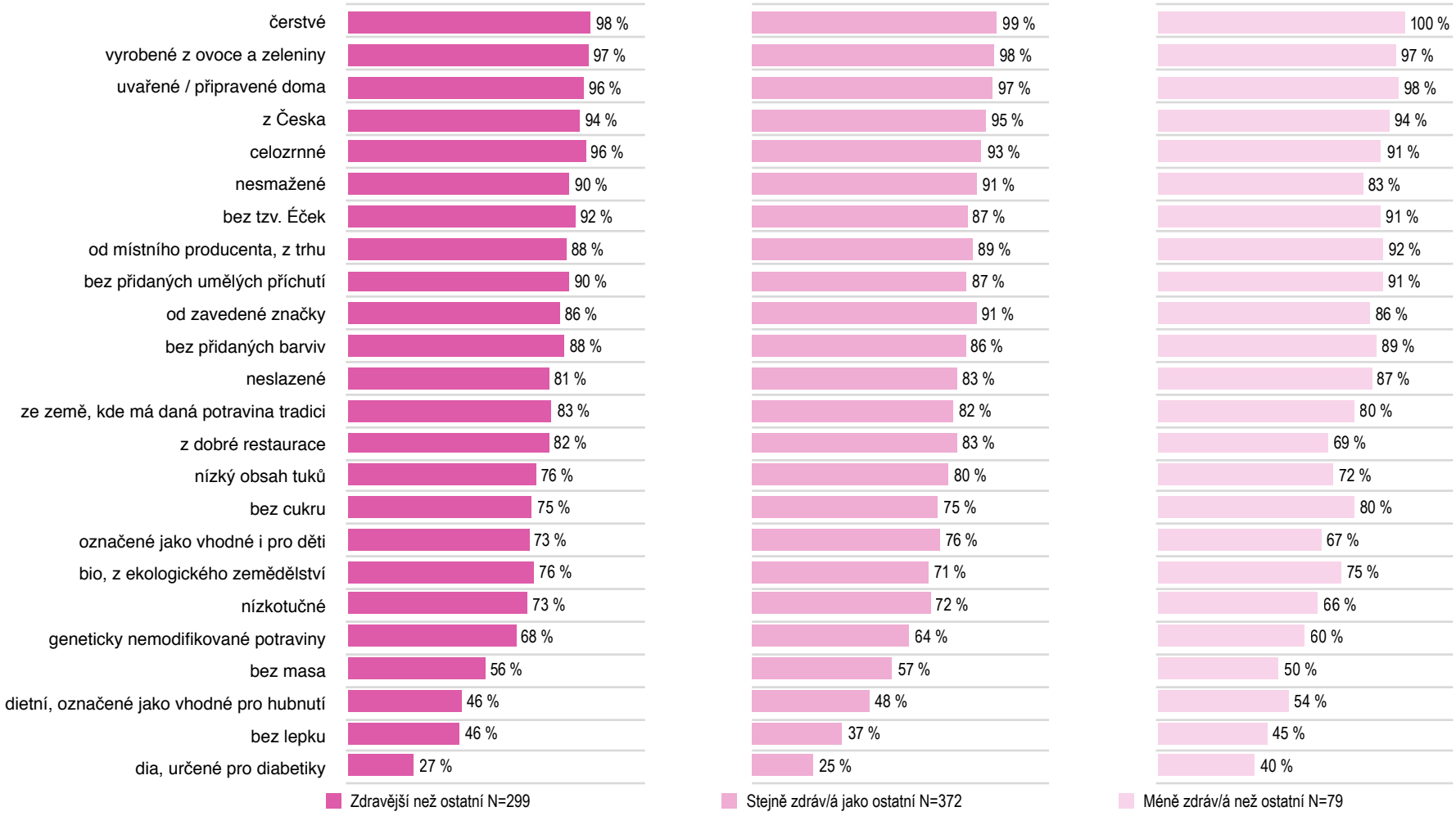
Méně vyhledávané jsou pouze potraviny dia, bez lepku, a dietní. Zajímavě jinak platí nezásadovost. Většinu potravin podle hledisek zdraví respondenti vyhledávají „občas“.

KTERÉ POTRAVINY VYHLEDÁVAJÍ PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



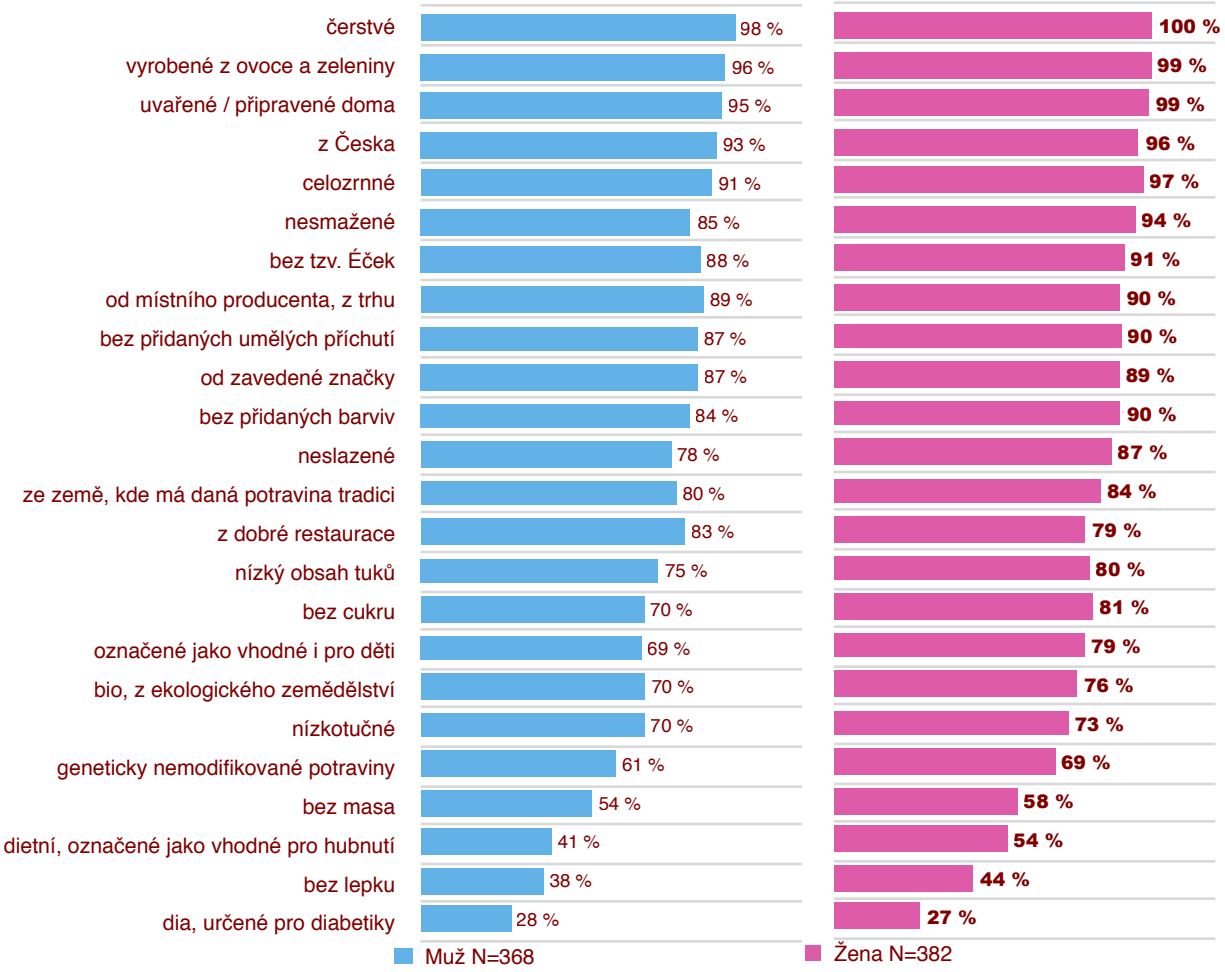
Zatímco v názorech prakticky nejsou rozdíly, když se zeptáme na konkrétní jednání, projeví se dramatické rozdíly ve vyhledávaných potravinách podle kulturního kapitálu. Věc zdravé výživy je tak spíše problémem habitu než osvěty.

KTERÉ POTRAVINY VYHLEDÁVAJÍ PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



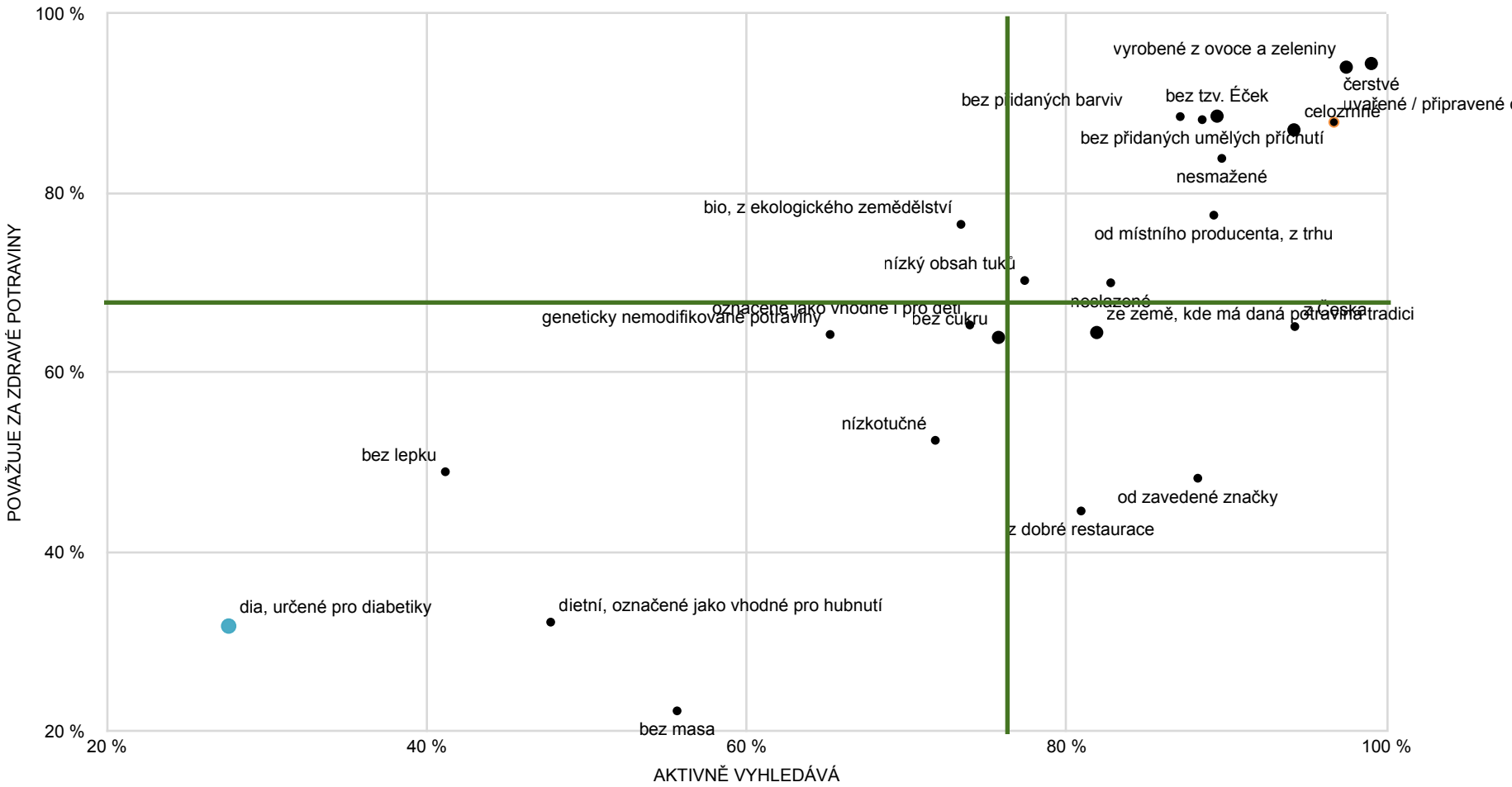
Zajímavě složení vyhledávaných potravin se neliší podle percepce vlastního zdraví.

AKTIVNĚ VYHLEDÁVANÉ POTRAVINY DLE POHLAVÍ



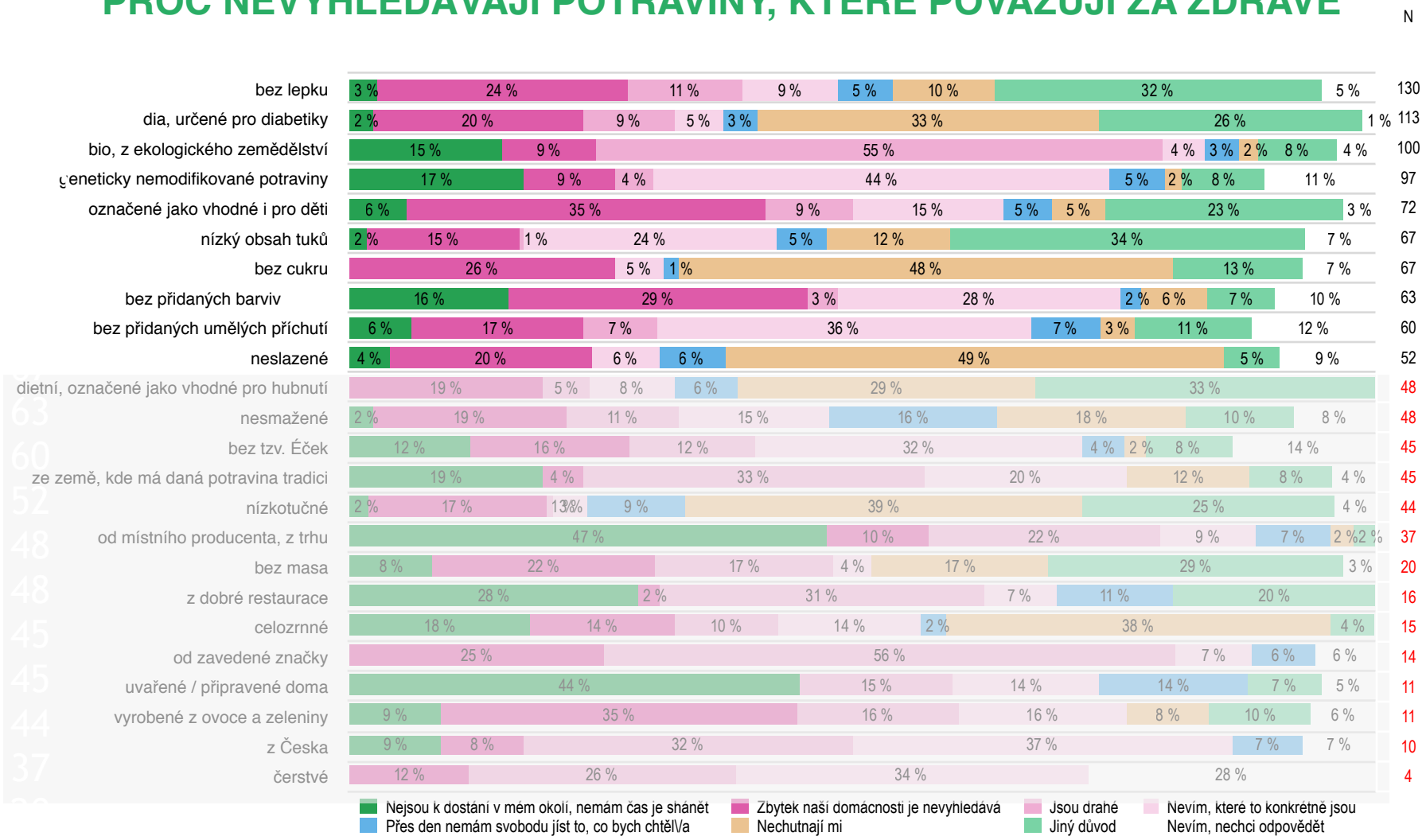
Ženy obecně si dávají mnohem větší pozor, co jedí.

POTRAVINY VNÍMANÉ JAKO ZDRAVÉ VS. VYHLEDÁVANÉ



Je patrná korelace, čím je potravina více vnímána jako zdravá, tím spíše je aktivně vyhledávána. Výjimkou z trendu je faktor chuti: z dobré restaurace a faktor ideového přesvědčení (bez masa, z Česka).

PROČ NEVYHLEDÁVAJÍ POTRAVINY, KTERÉ POVAŽUJÍ ZA ZDRAVÉ



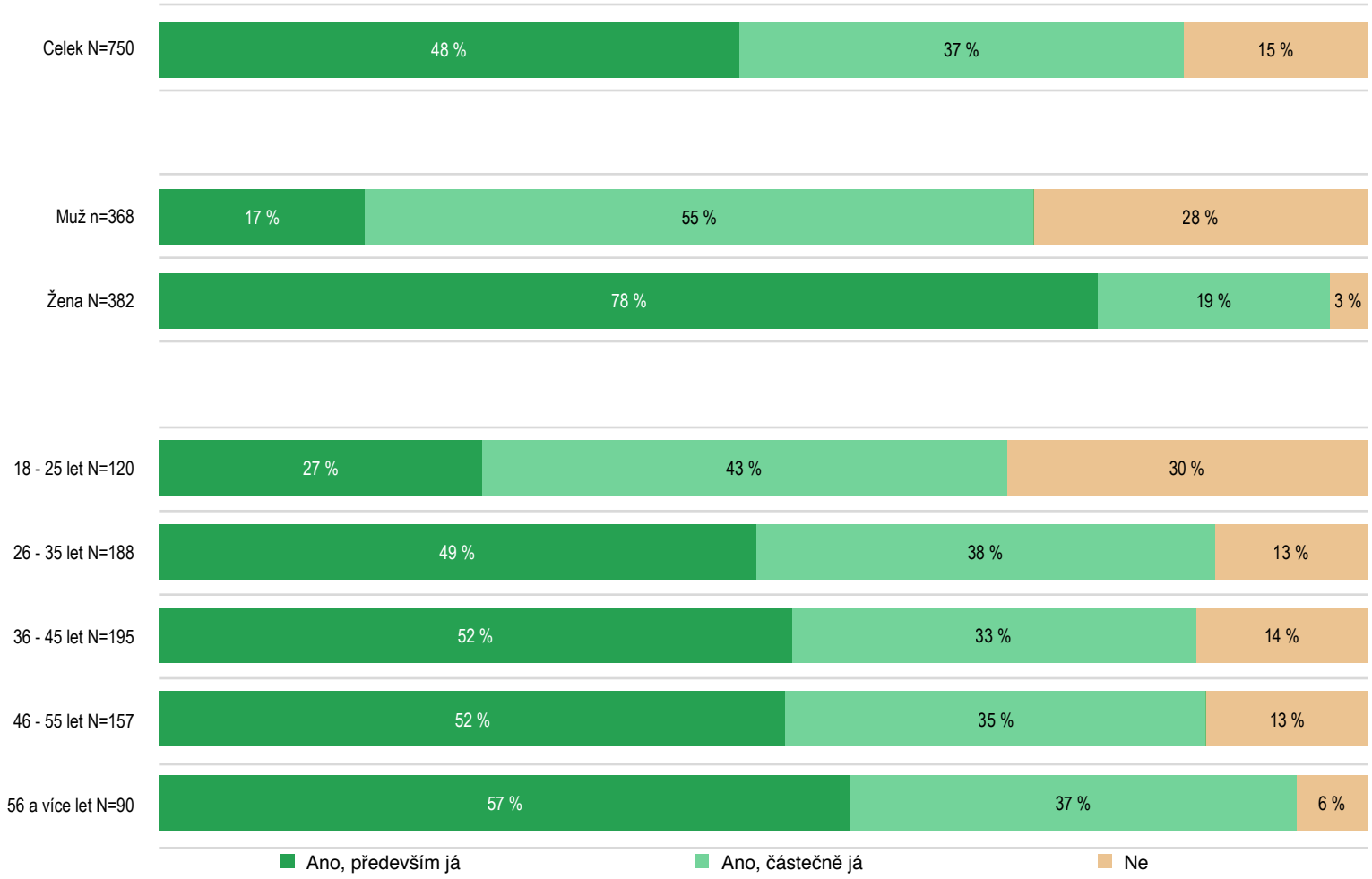
U lepku, potravin pro děti, potravin bez cukru / neslazených a bez barviv je problém, že je respondent nevyhledává, protože je na ně sám. Bio potraviny respondenti označují jako drahé. Bez přidaných chutí, barviv nebo geneticky nemodifikované mají zase obtíže rozpoznat. Bez cukru a dia jim nechutnají.

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

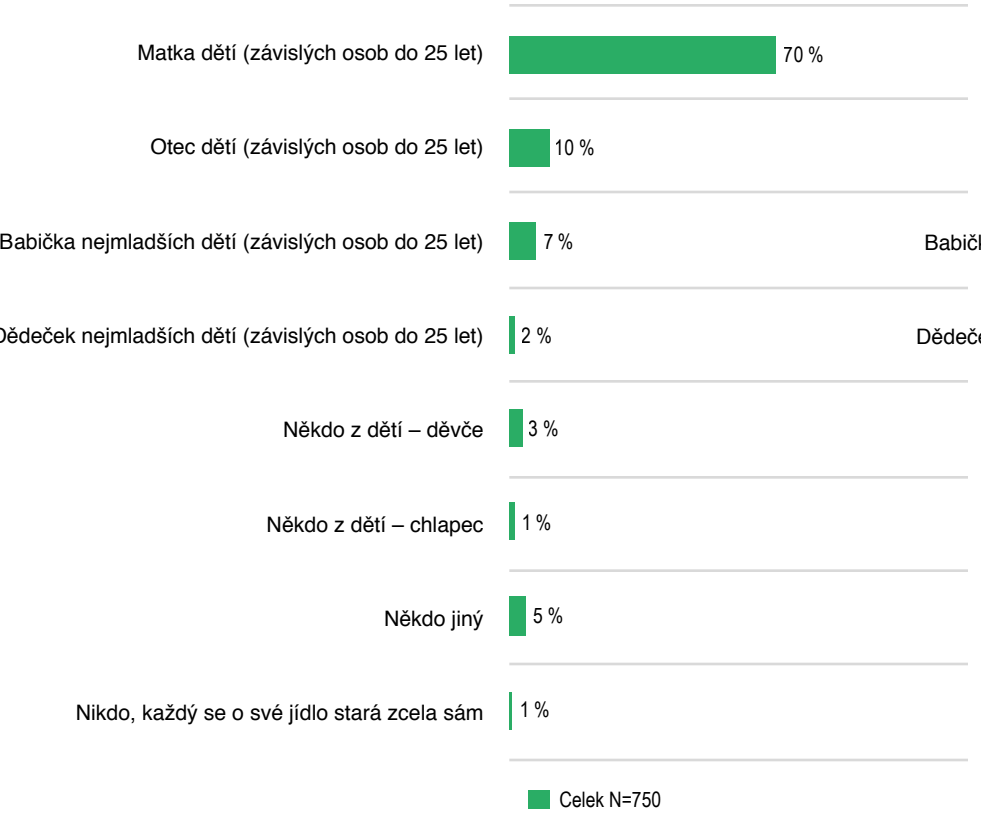
DETAILNÍ VÝSLEDKY
DOMÁCÍ PŘÍPRAVA JÍDEL

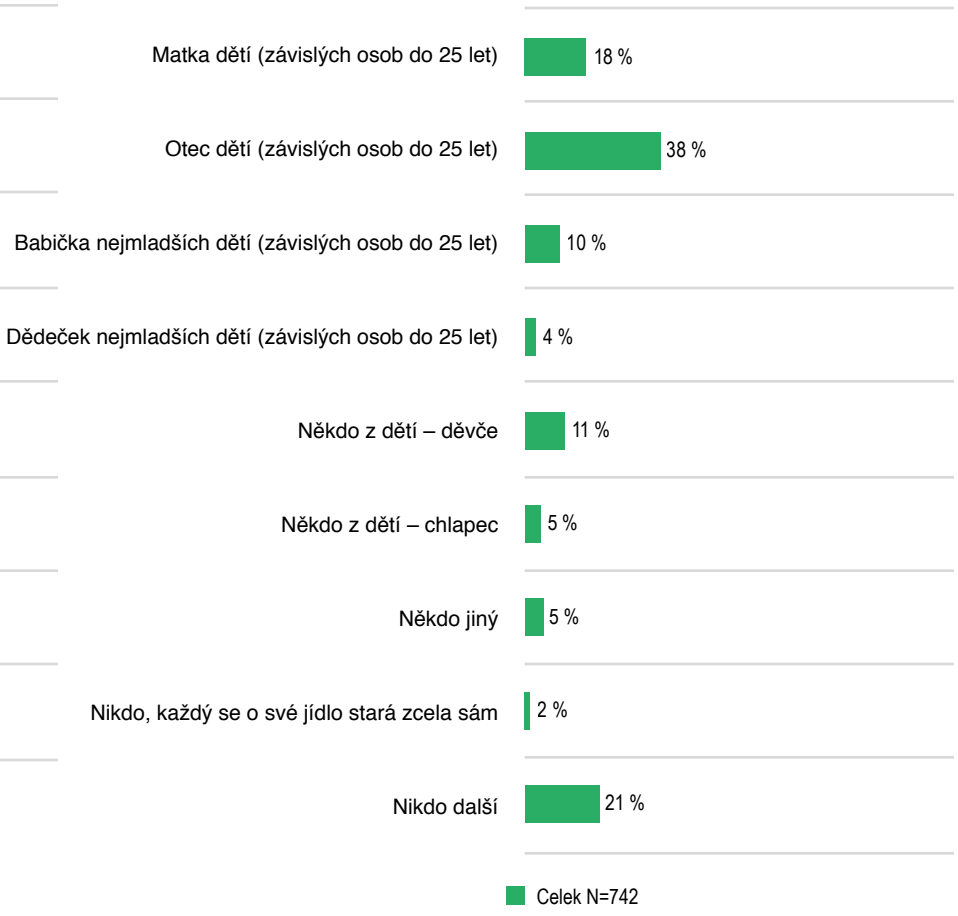
KDO PŘIPRAVUJE V DOMÁCNOSTI JÍDLA PRO OSTATNÍ



Pouze 3 % respondentek vůbec nepřipravuje jídla pro ostatní v domácnosti. Jsou to téměř výlučně mladé ženy.

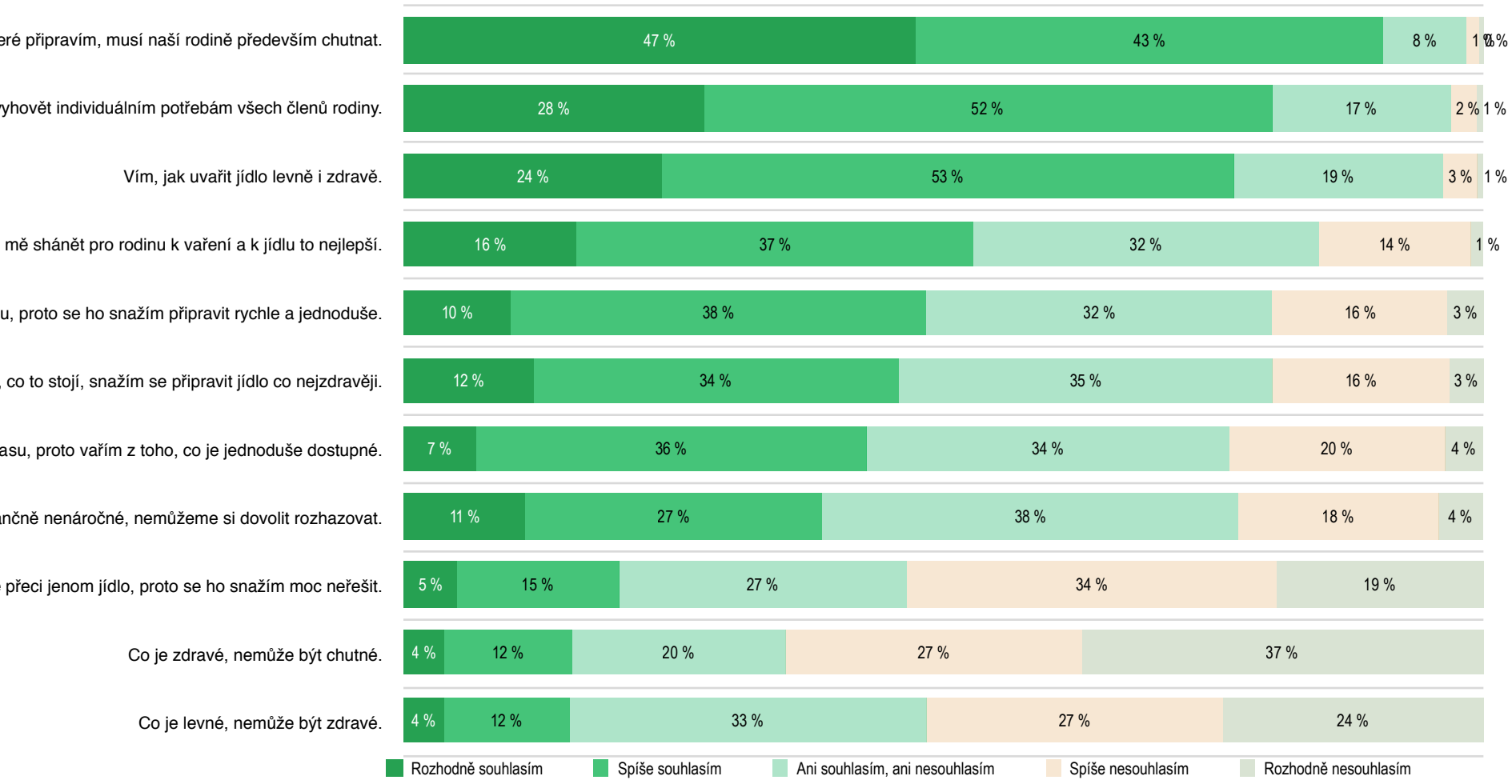
KDO PŘIPRAVUJE V JÍDLA DOMÁCNOSTI





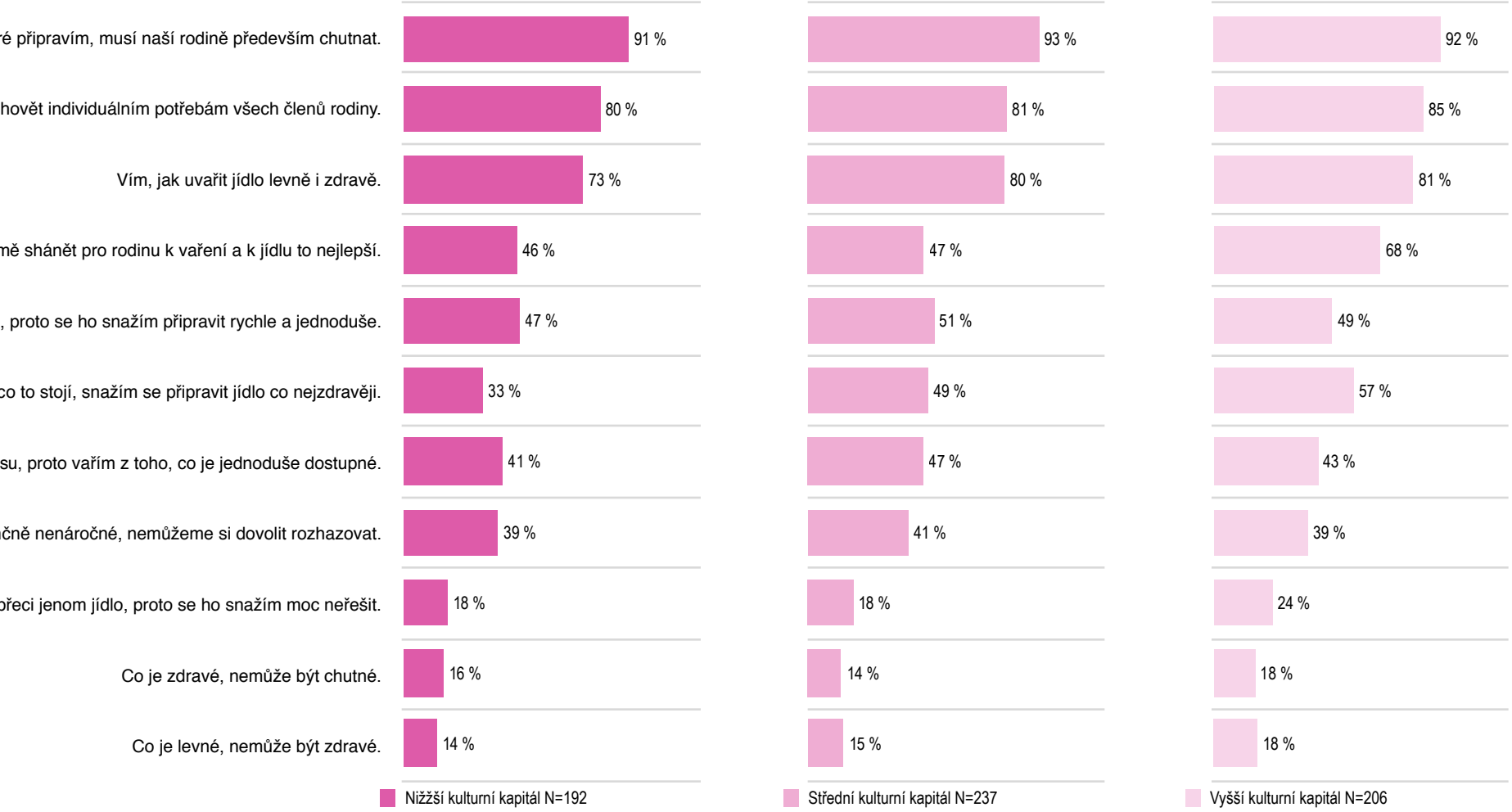
Ze 70 % je to matka závislých dětí v domácnosti, babičky nebo dědečkové pouze z 9 %, sekundárně pak připravuje jídla otec dětí. Je patrné genderové rozdělení na dívky a chlapce i u dětí.

POSTOJE K VAŘENÍ PRO DOMÁCNOST



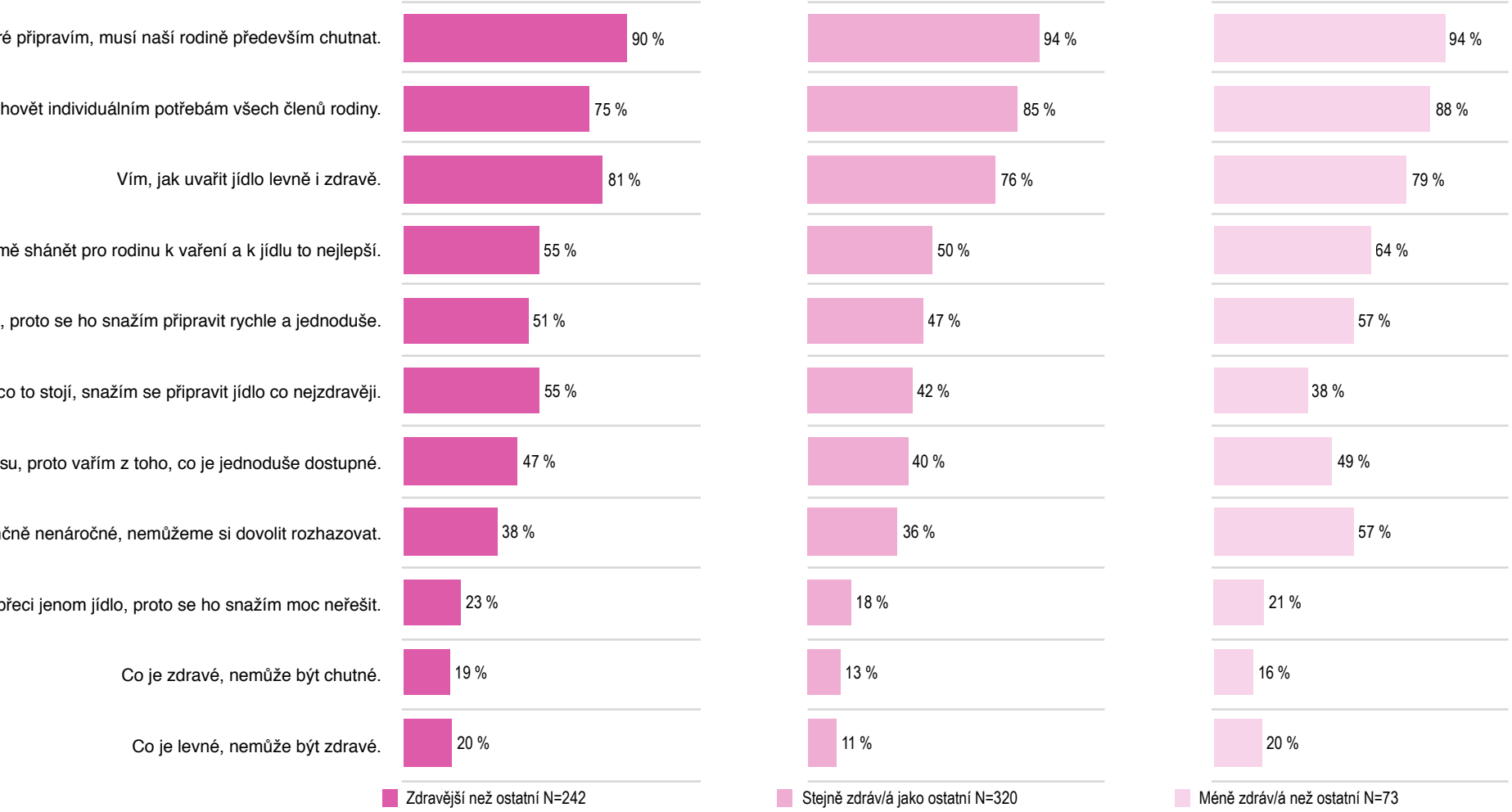
Hospodyňky kladou větší důraz na chuť než na zdraví. Z výroků, které mohou vystihovat problém při přípravě jídla, nejčastěji respondenti souhlasí s tím, že na přípravu jídla jim nezbývá mnoho času.

POSTOJE K VAŘENÍ PRO DOMÁCNOST PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



Respondenty s nižším kulturním kapitálem méně baví shánět pro rodinu to nejlepší a jsou méně ochotni vydávat peníze za to nejlepší.

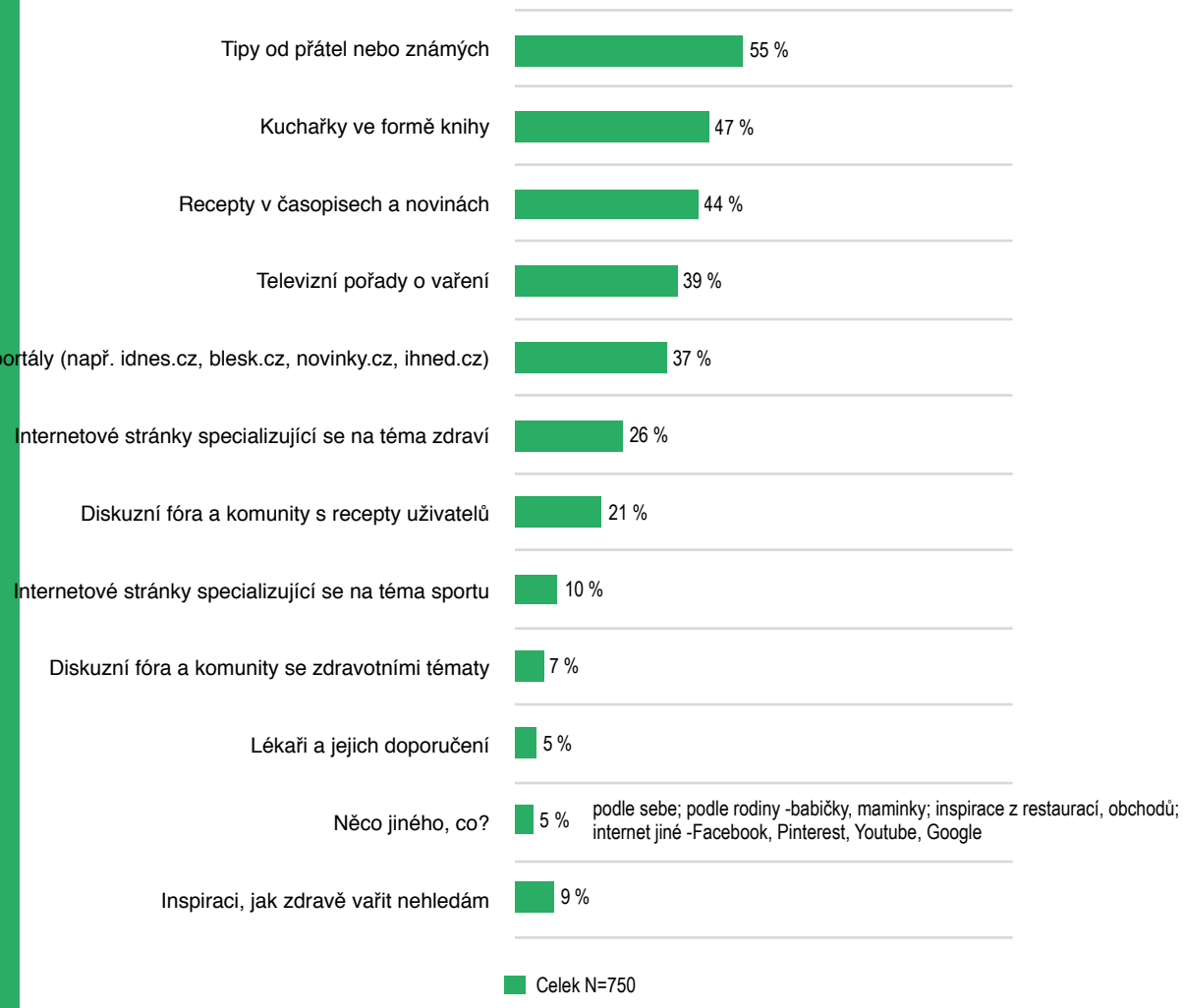
POSTOJE K VAŘENÍ PRO DOMÁCNOST PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



Lidé, kteří se hodnotí jako méně zdraví, více na jídle šetří. Větší snaha vyhovět všem členům domácnosti může vést k menší možnosti nastolit řád a zdraví způsob stravování.

Možná poněkud překvapivě, hlavním zdrojem inspirace při vaření jsou tipy od přátel a známých a klasické knižní kuchařky následované časopisy.

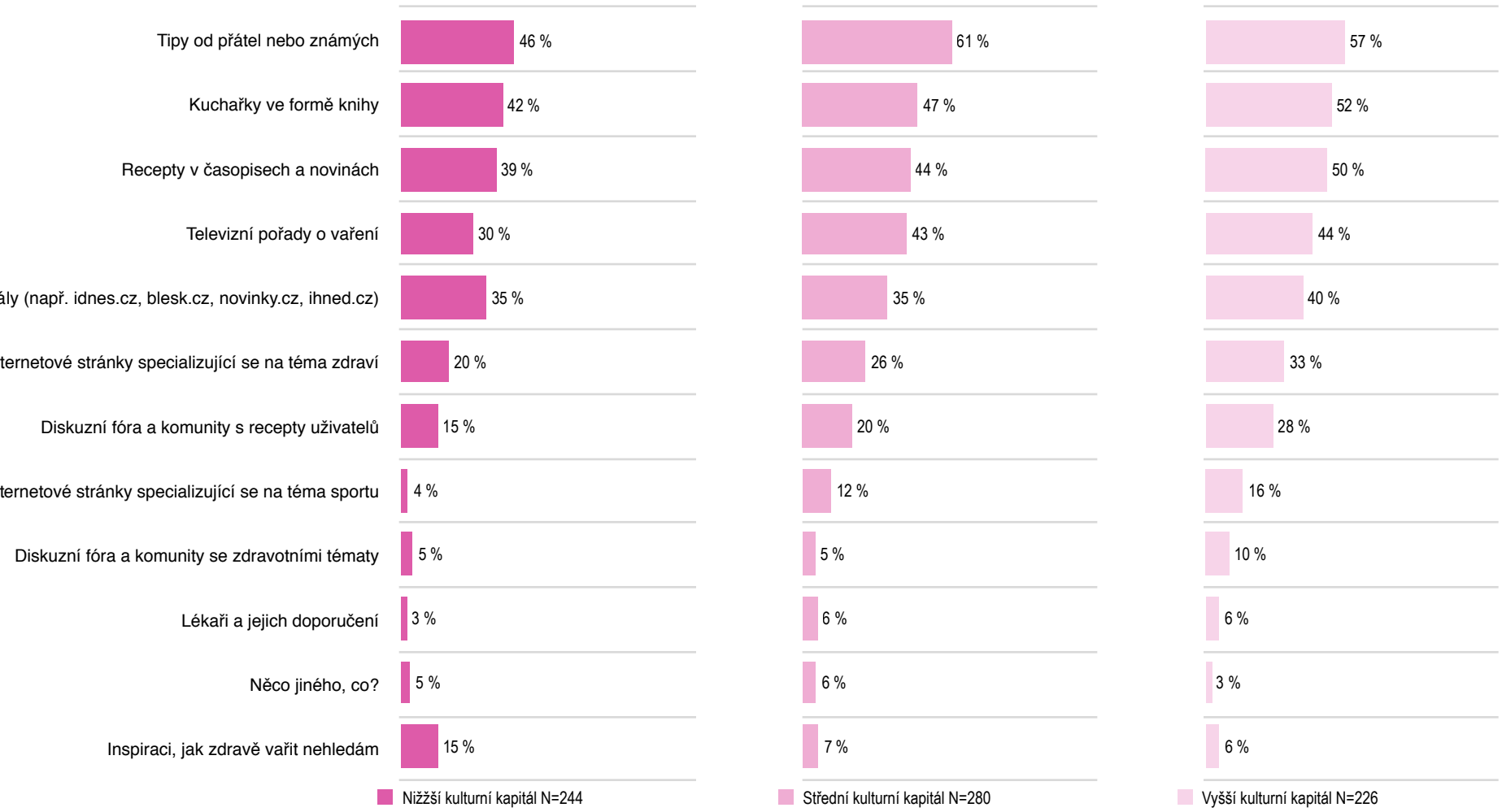
ZDROJE INSPIRACE PRO VAŘENÍ



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

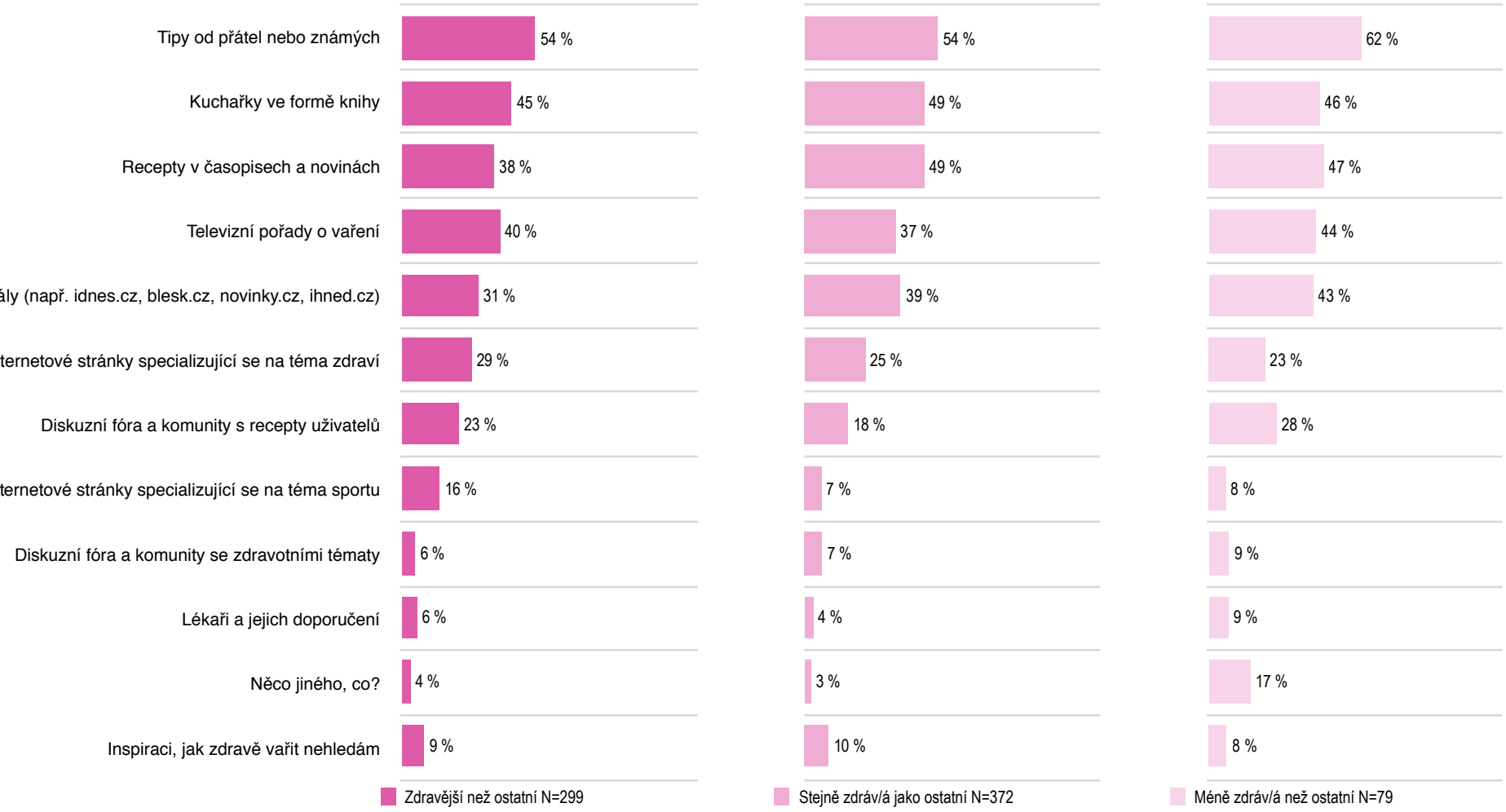
NADACE

ZDROJE INSPIRACE PRO VAŘENÍ PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



Nižší kulturní kapitál se projevuje obecně menší ochotou se při vaření inspirovat.

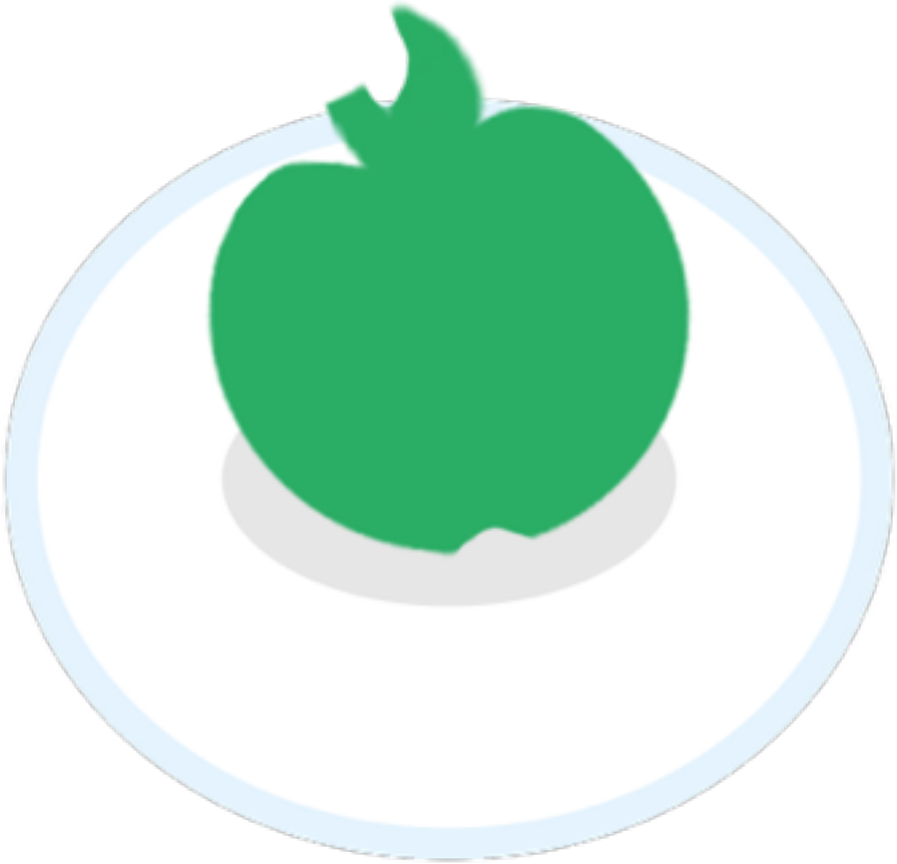
ZDROJE INSPIRACE PRO VAŘENÍ PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



V inspiraci se zdravější lidé liší pouze tím, že se inspirují i na internetových stránkách o sportu, tudíž zkrátka více sportují.

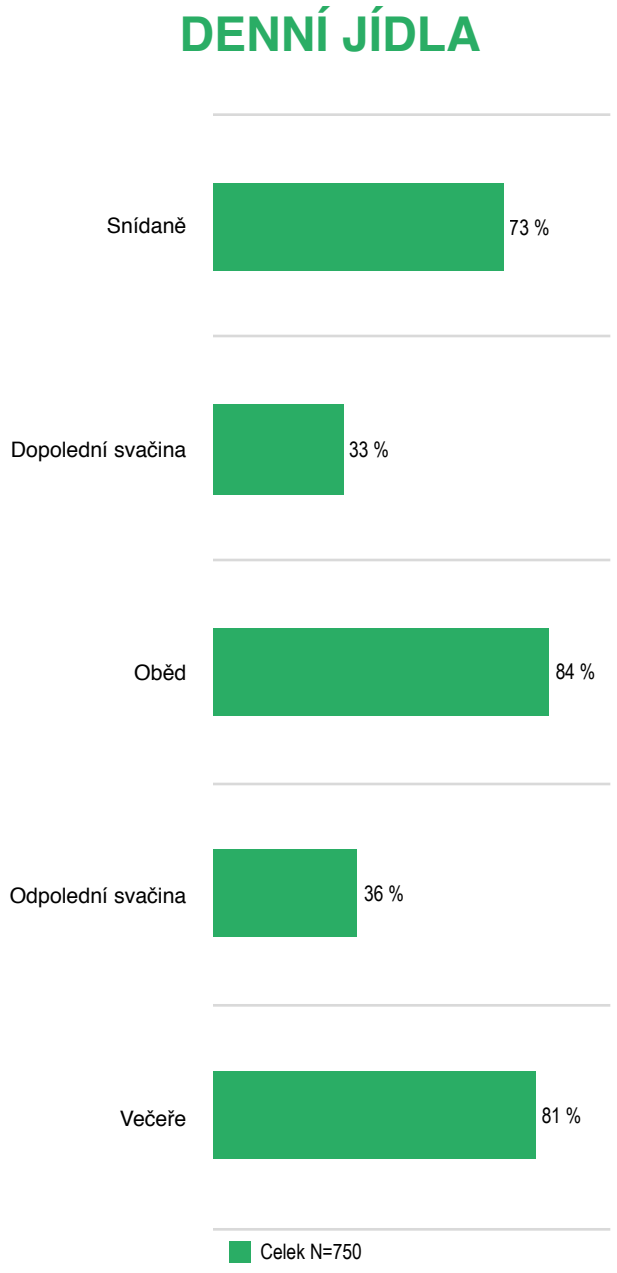
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE



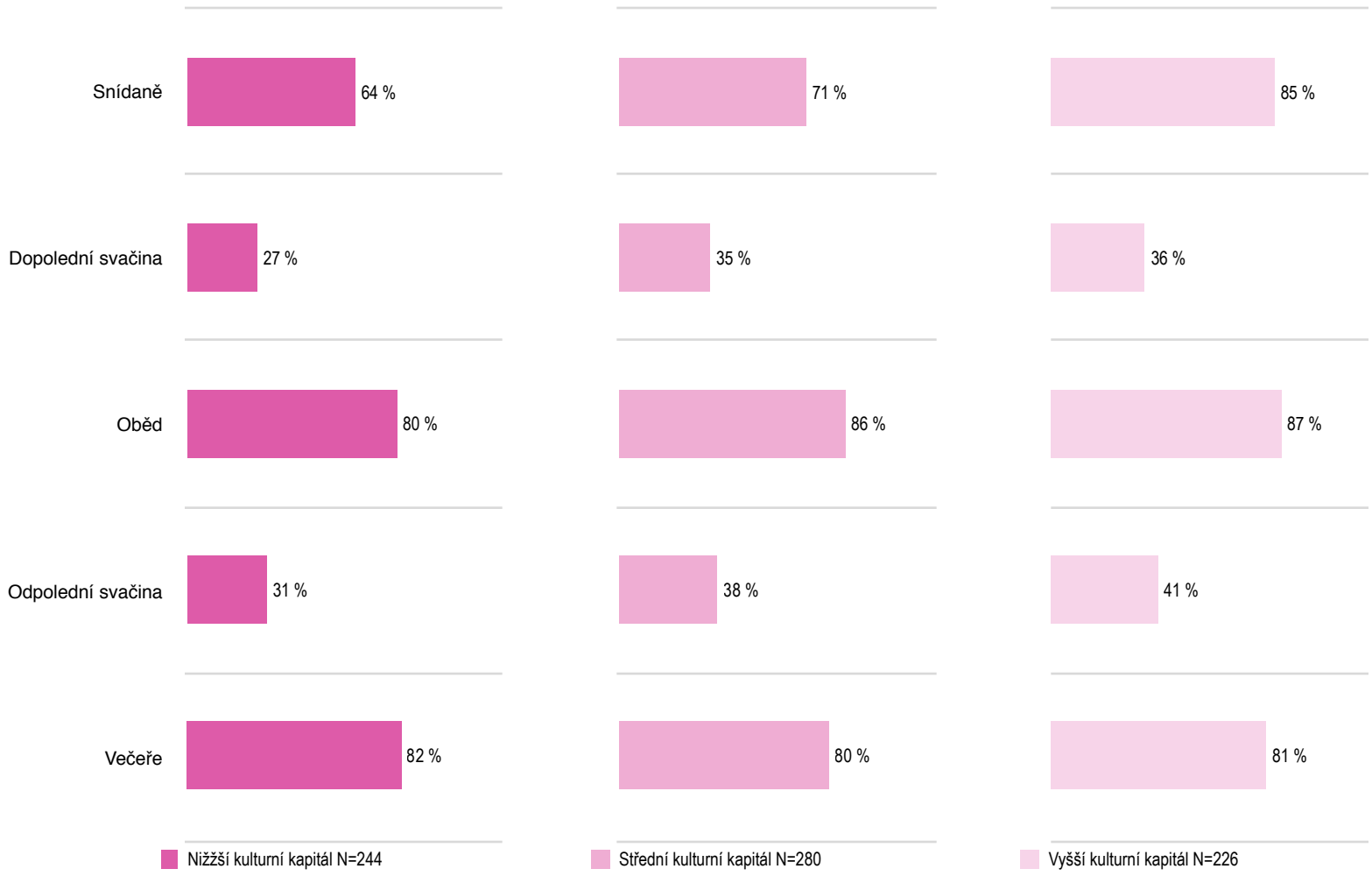
DETAILNÍ VÝSLEDKY
DENNÍ JÍDLA

Pravidelně nesnídá 27 % respondentů.



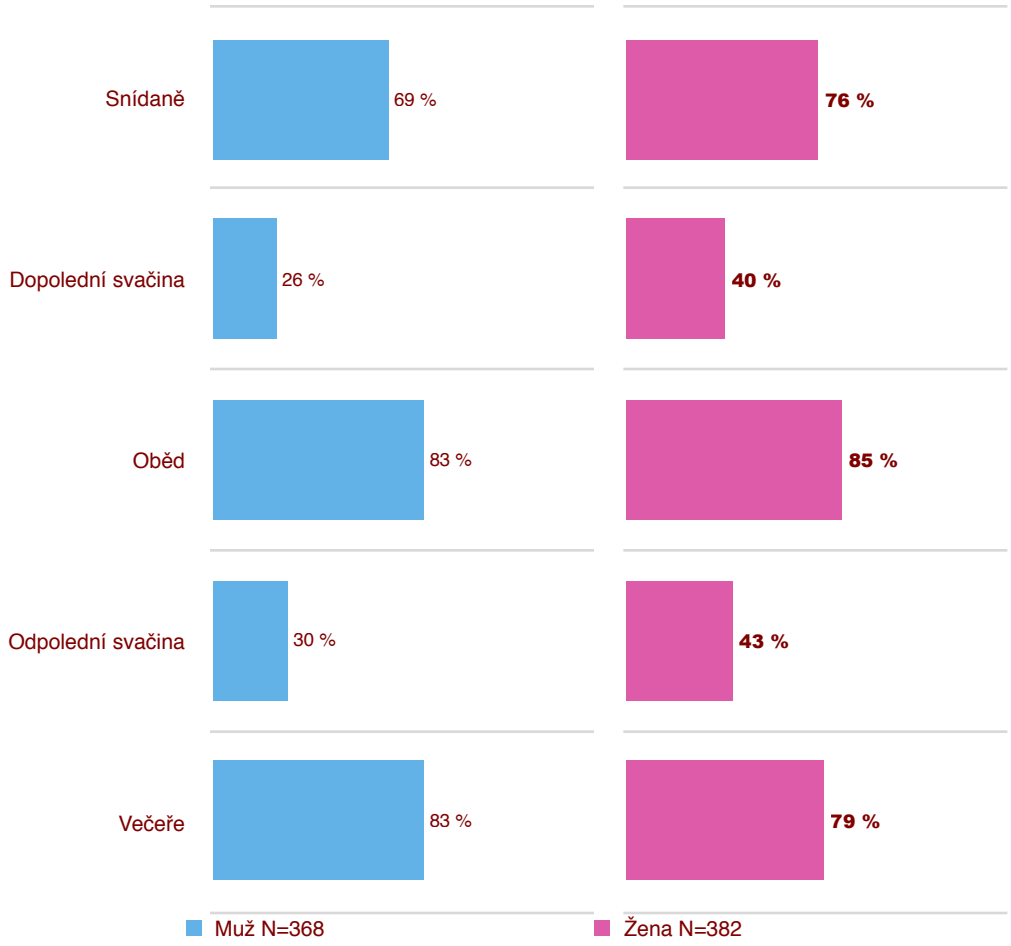
Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

DENNÍ JÍDLA PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



A právě snídaně je do velké míry věcí kulturního kapitálu.

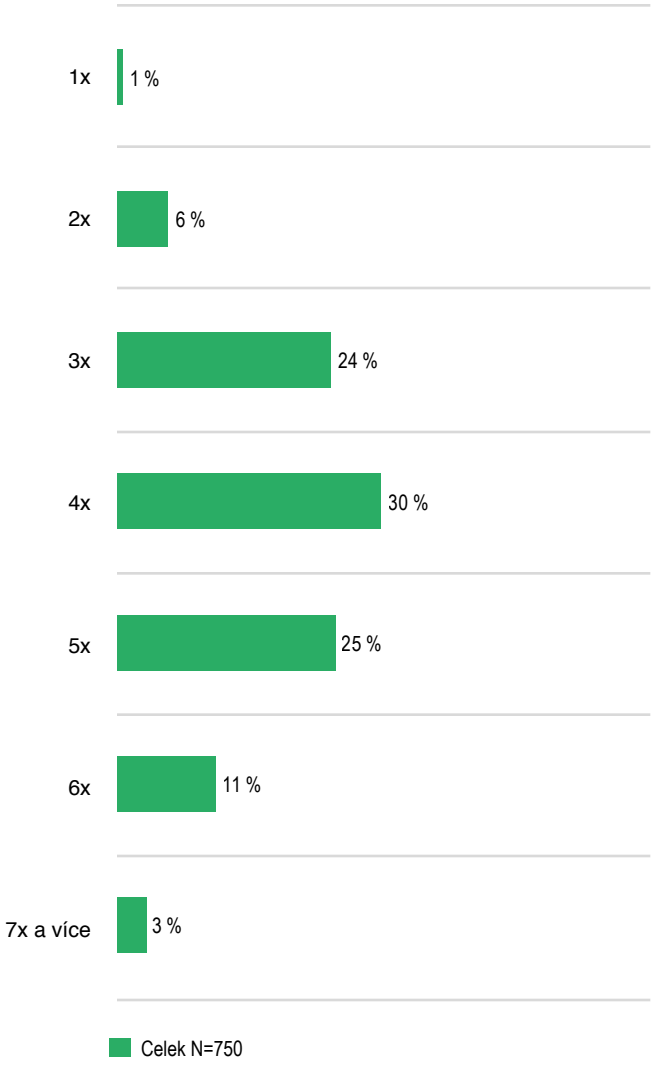
DENNÍ JÍDLA PODLE POHLAVÍ



Ženy také jedí pravidelněji menší denní jídla, jako jsou svačiny, snídaně a odpolední svačiny.

Více jak 4x denně jí 39 % respondentů.

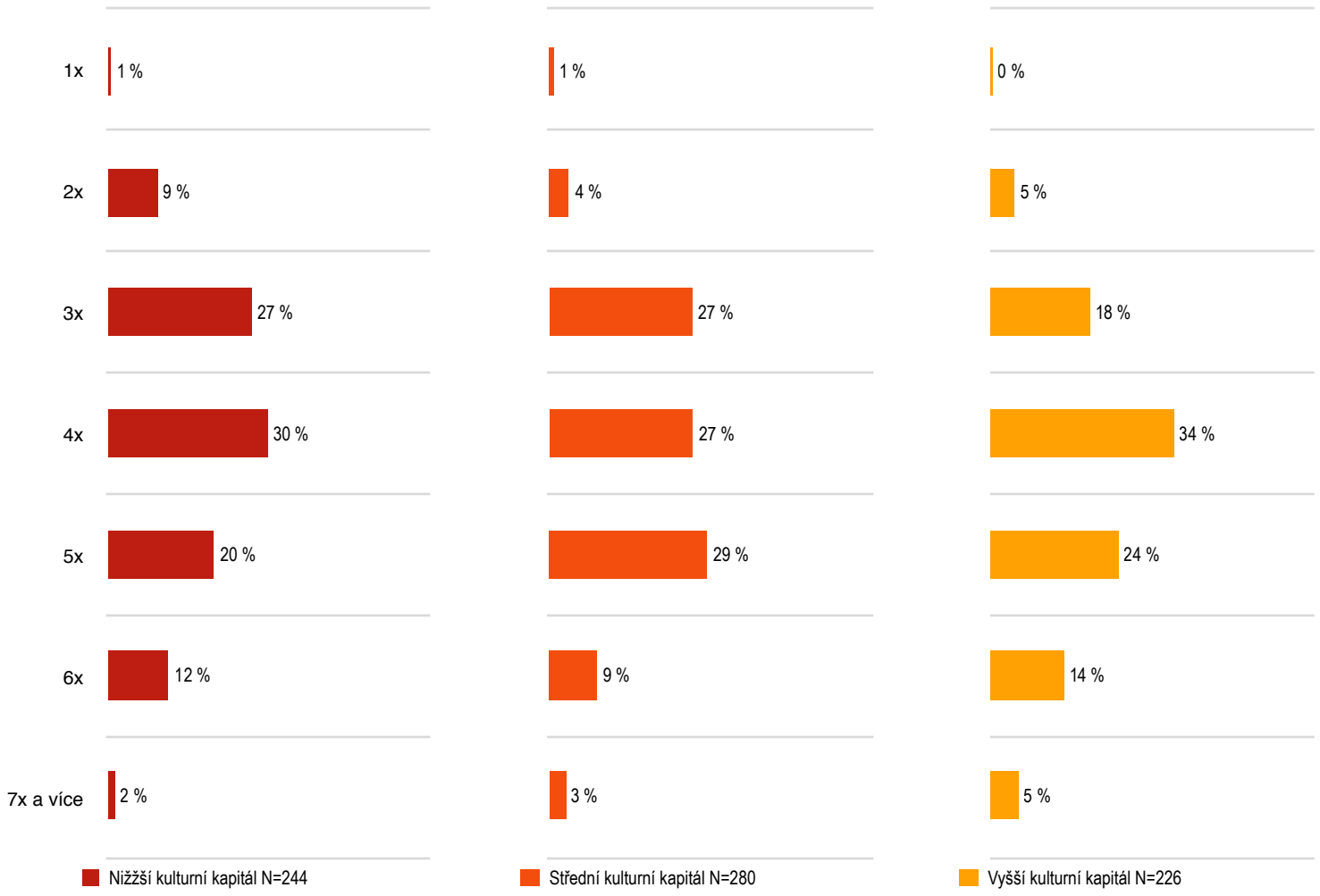
FREKVENCE DENNÍCH JÍDEL



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

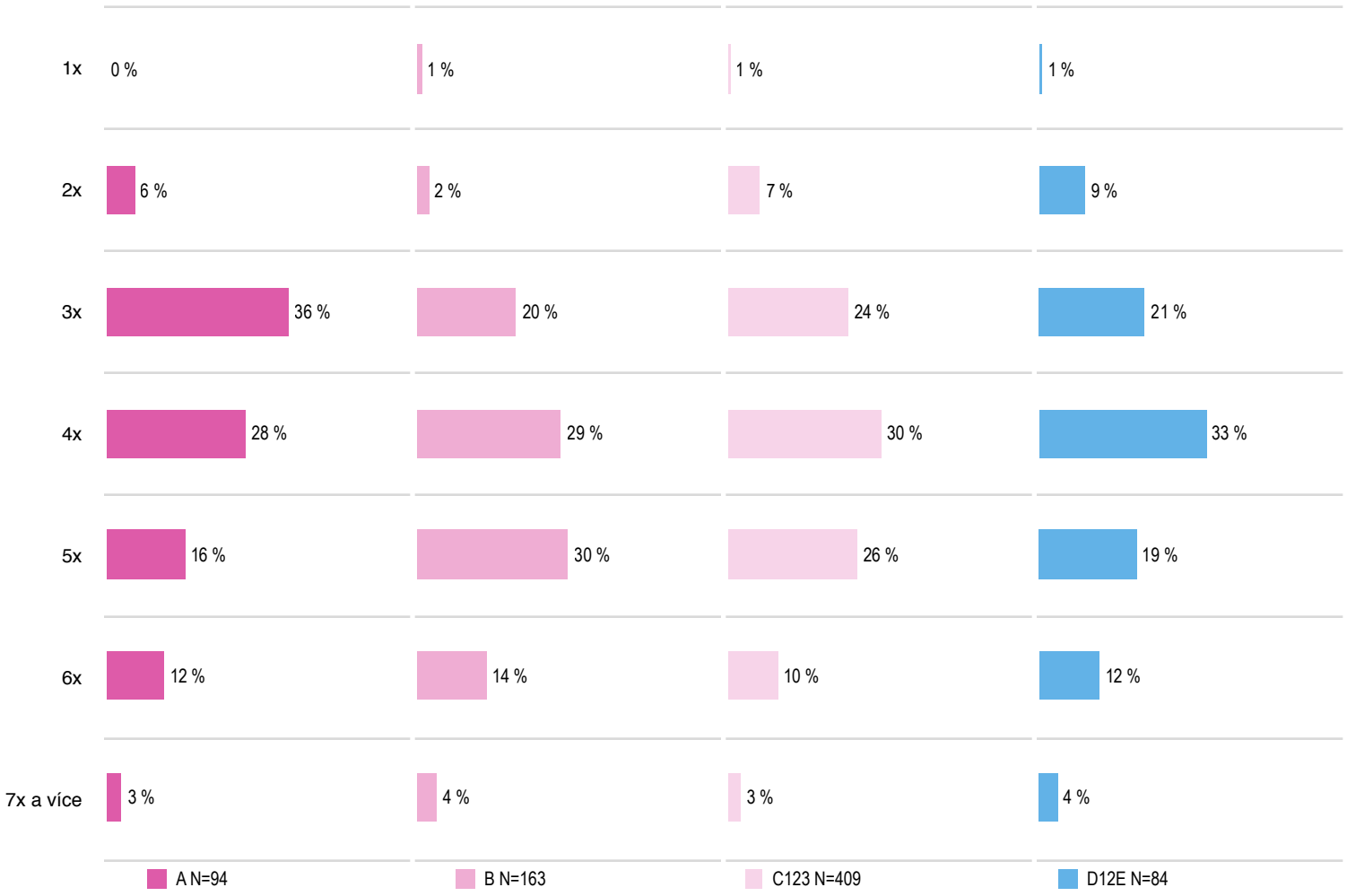
NADACE

FREKVENCE DENNÍCH JÍDEL PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



Lze pozorovat trend, že počet jídel je dán právě kulturním kapitálem.

FREKVENCE DENNÍCH JÍDEL PODLE SOCIO-EKONOMICKÉHO STATUSU



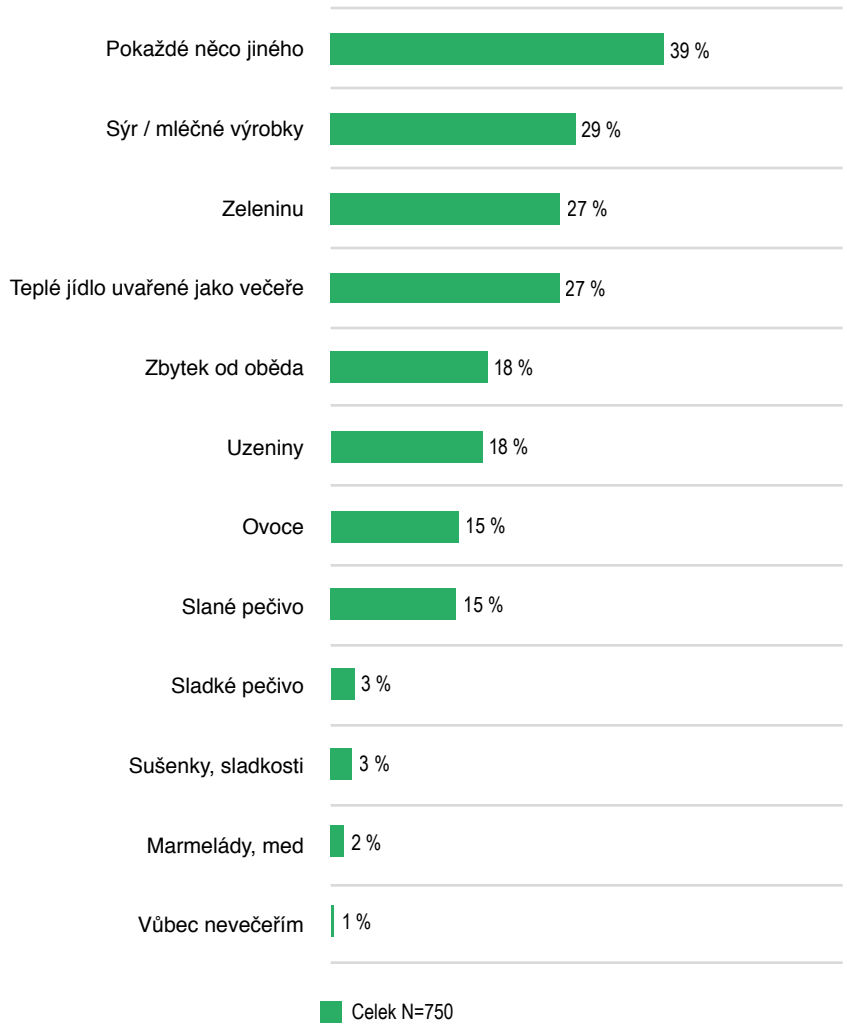
Přičemž ale pohled na SE status říká, že frekvence denních jídel není věcí statusu, mnoho respondentů z kategorie A jí méně častěji, než zbytek populace.

Nejčastější večeří je sýr / mléčné výrobky, následované zeleninou a teplým jídlem speciálně připraveným jako večeře.

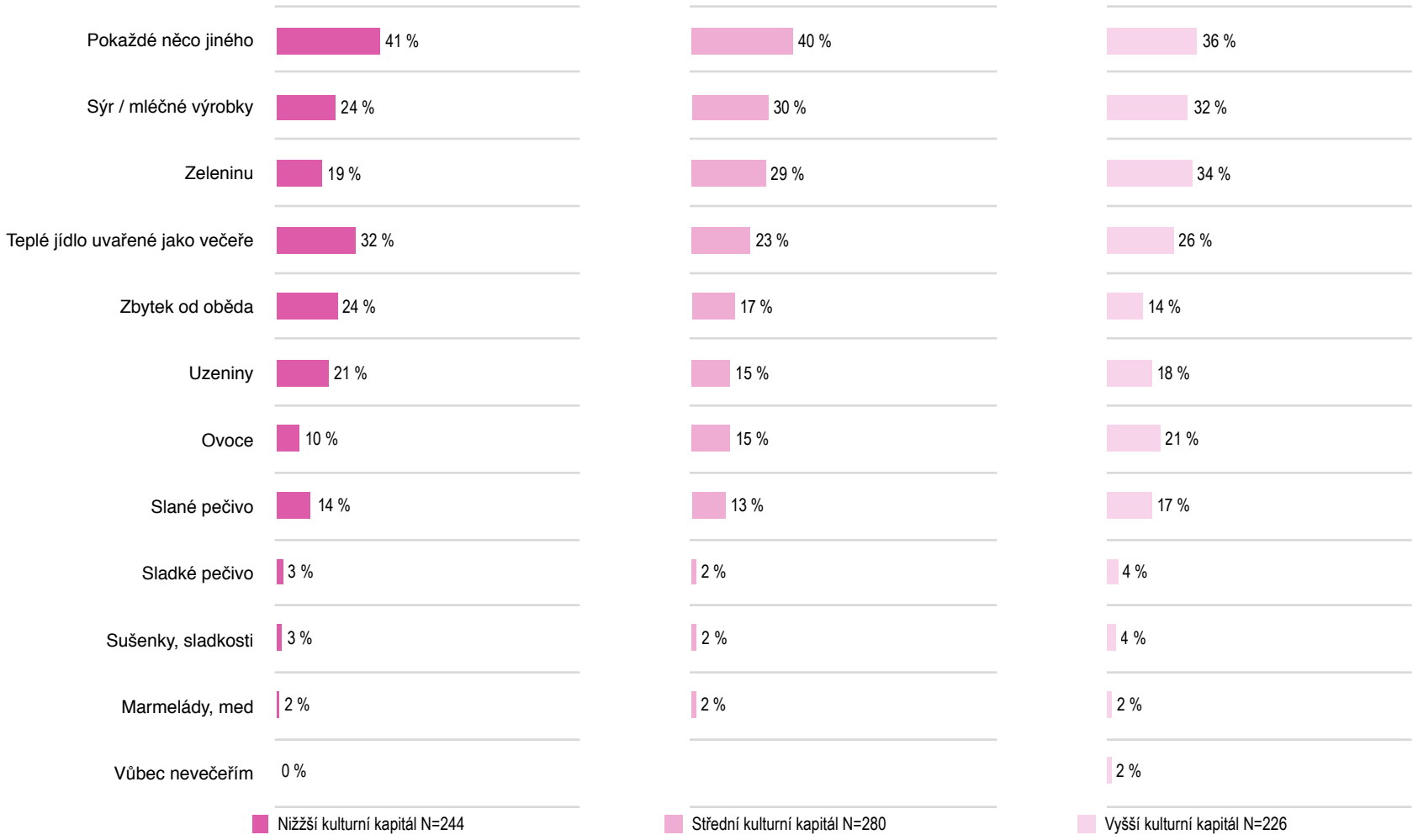
Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

TYPICKÁ VEČEŘE

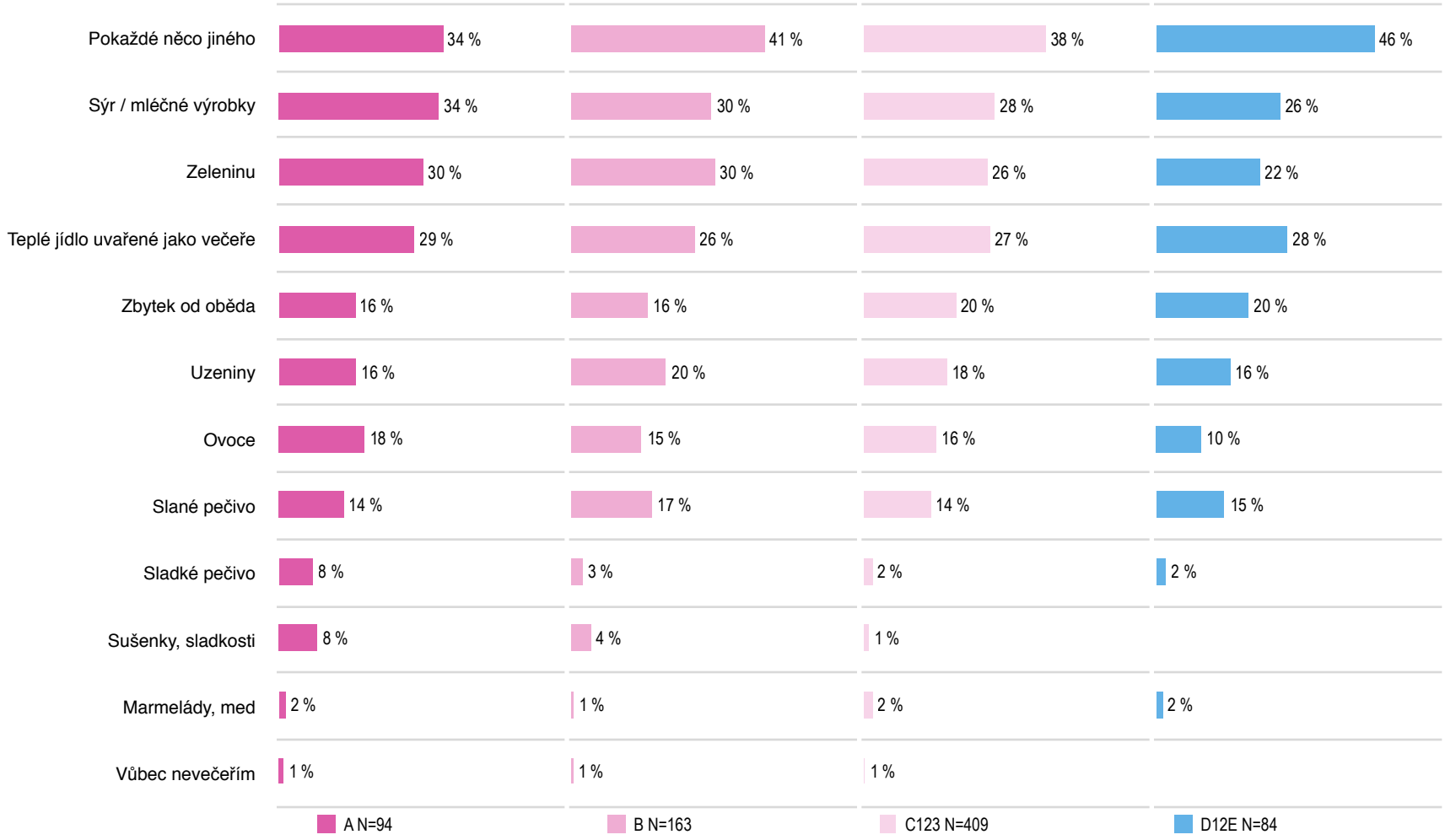


TYPICKÁ VEČEŘE PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



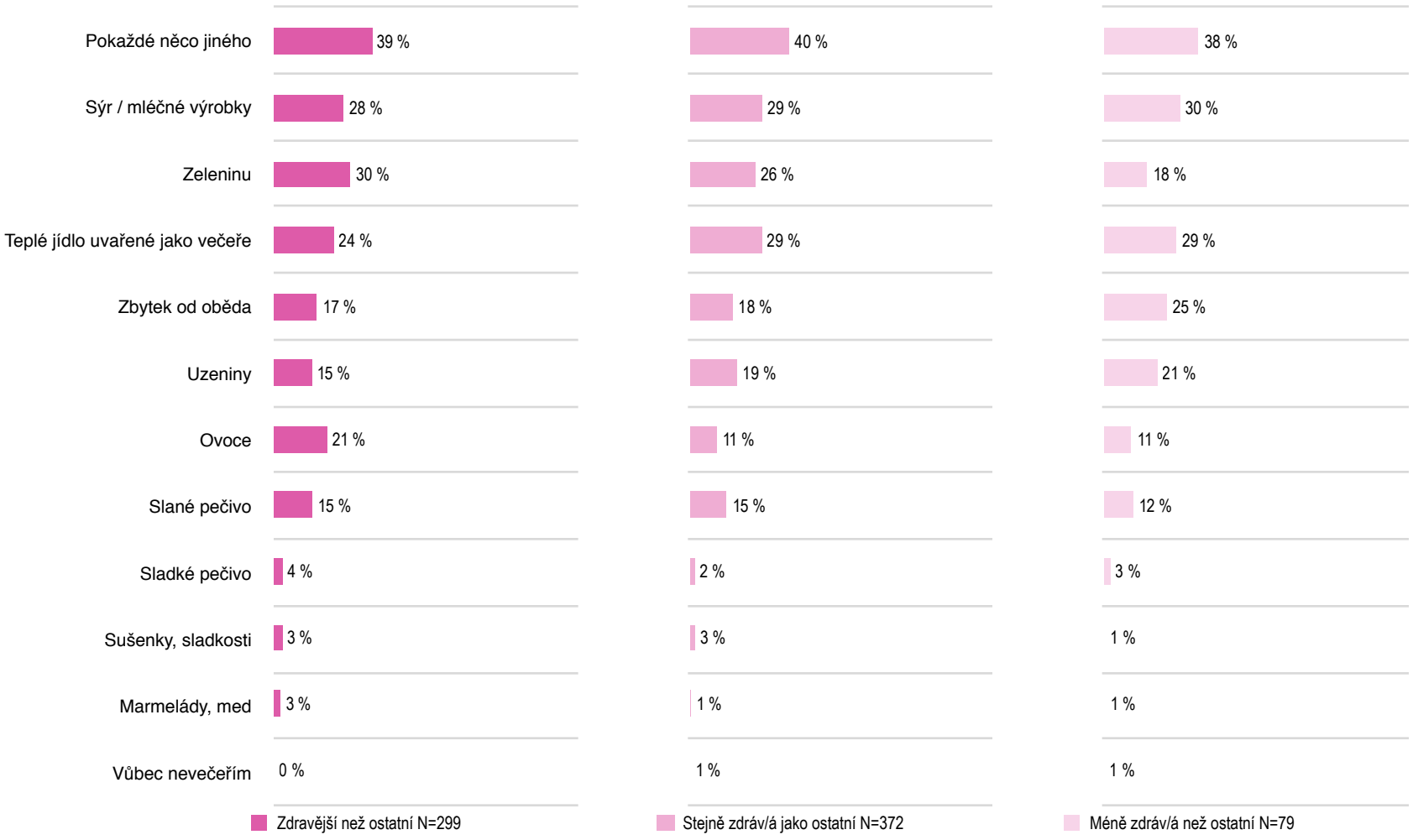
Zeleninu a ovoce k večeři si dávají spíše lidé s vyšším kulturním kapitálem, naopak respondenti s nižším kulturním kapitálem častěji uvádí zbytek od oběda.

TYPICKÁ VEČEŘE PODLE SOCIO-EKONOMICKÉHO STATUSU



Nejvyšší skupina A častěji jí k večeři sladké. Jinak není složení večeře tolik věcí sociálního statusu.

TYPICKÁ VEČEŘE PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ

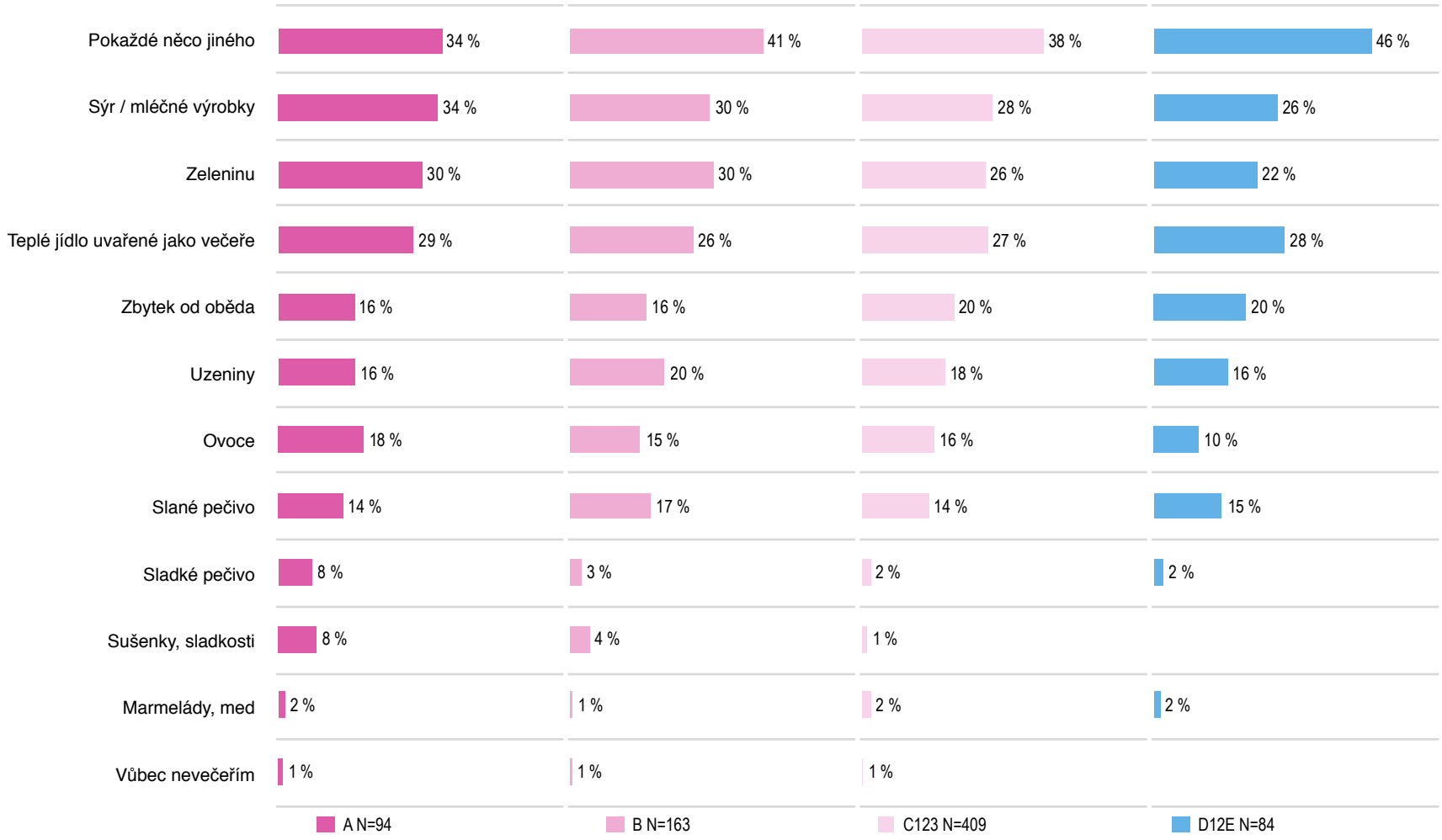


Lidé, kteří více jedí ovoce a zeleninu k večeři, se hodnotí jako zdravější.

JAK VE SKUTEČNOSTI RODINNÝ (JÍDELNÍ) STŮL VYPADÁ?

U televize jí česká rodina častěji než jinde zbytky od oběda.

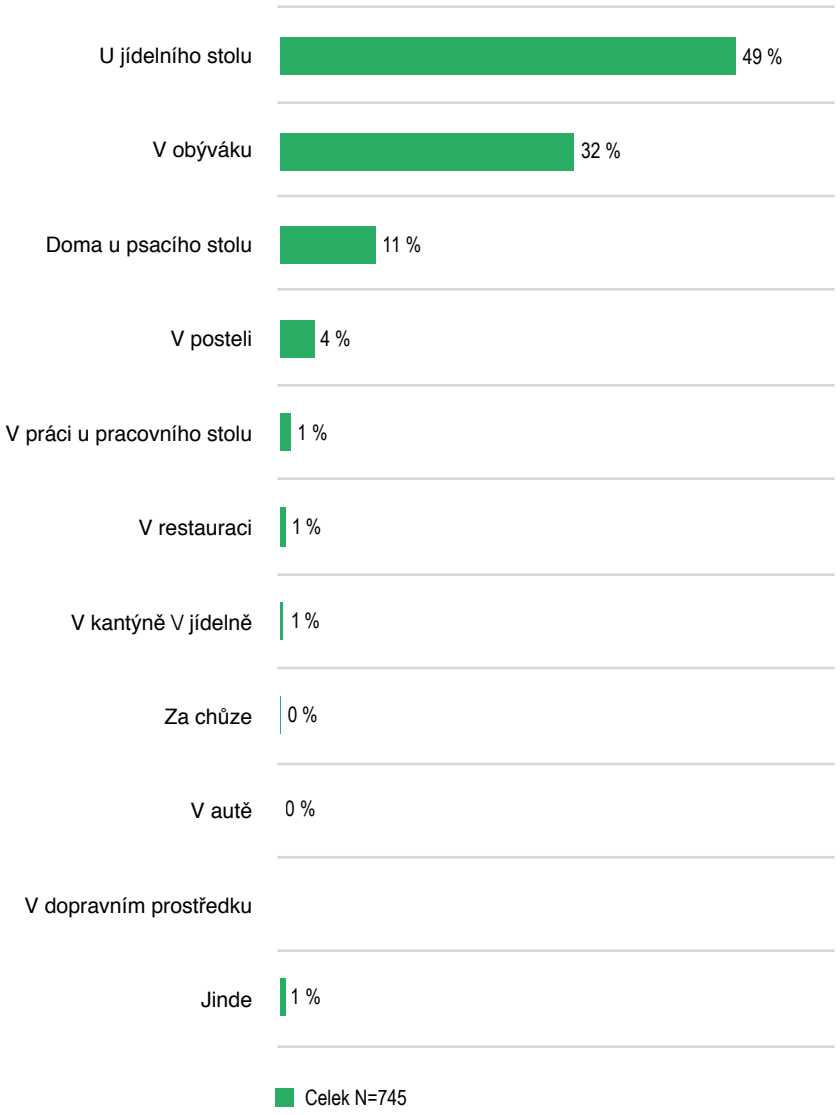
JAK OVLIVŇUJE RODINNÝ (JÍDELNÍ) STŮL SOCIOEKONOMICKÝ STATUS?



Vyšší socioekonomický vrstva častěji večeří sladké pečivo a sušenky.

U jídelního stolu večeří polovina respondentů.

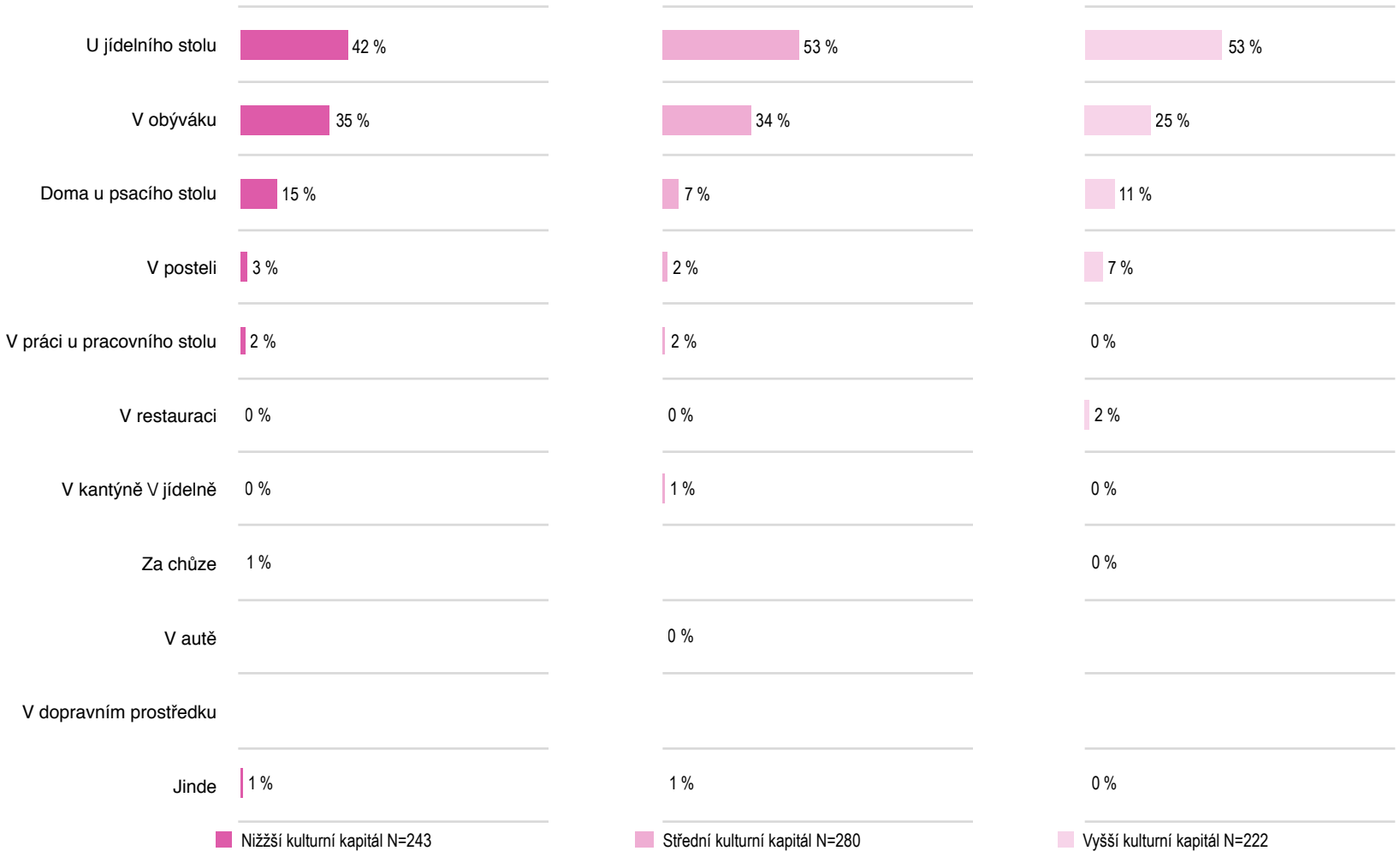
MÍSTO VEČEŘE



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

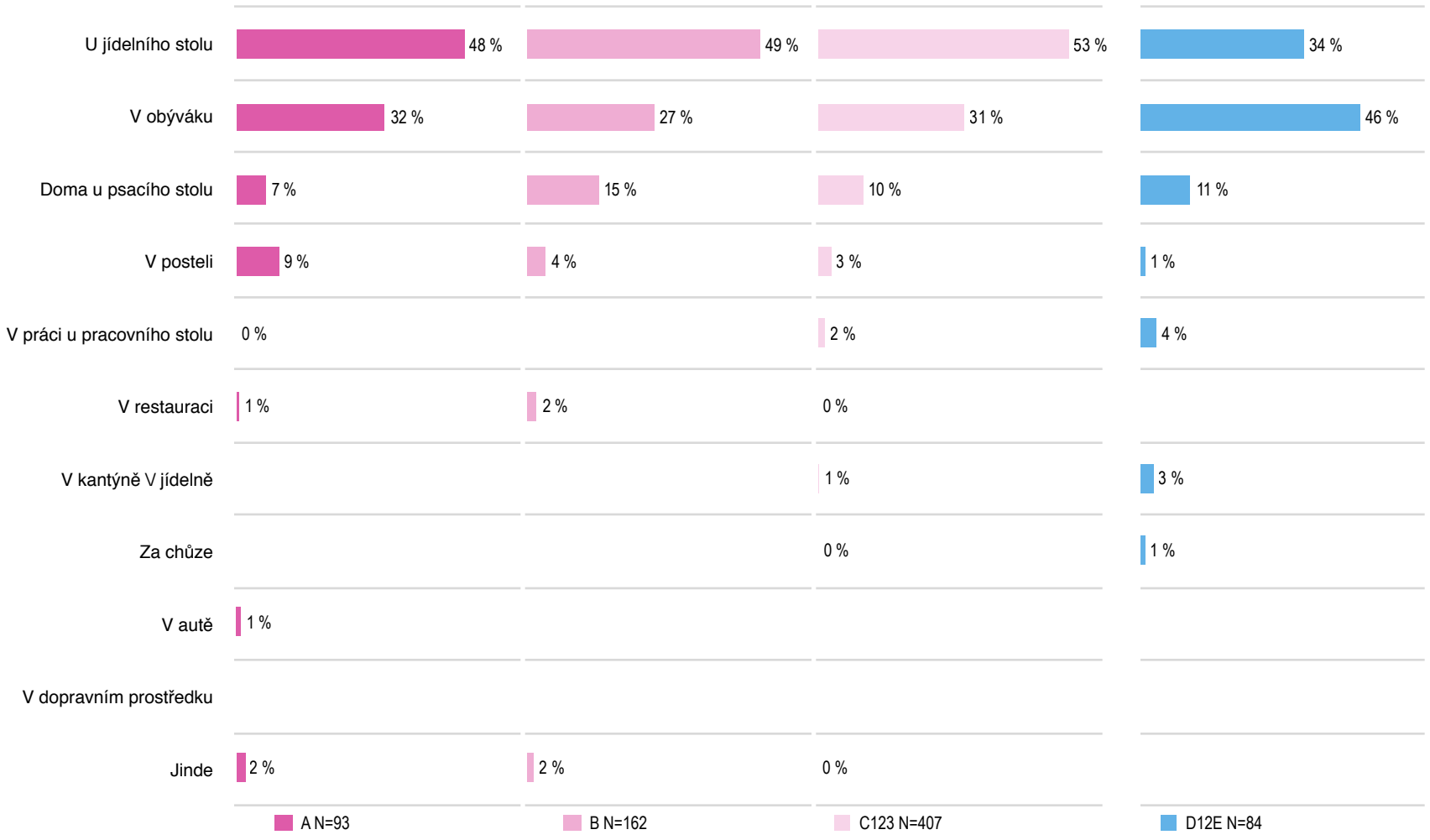
NADACE

MÍSTO VEČEŘE PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



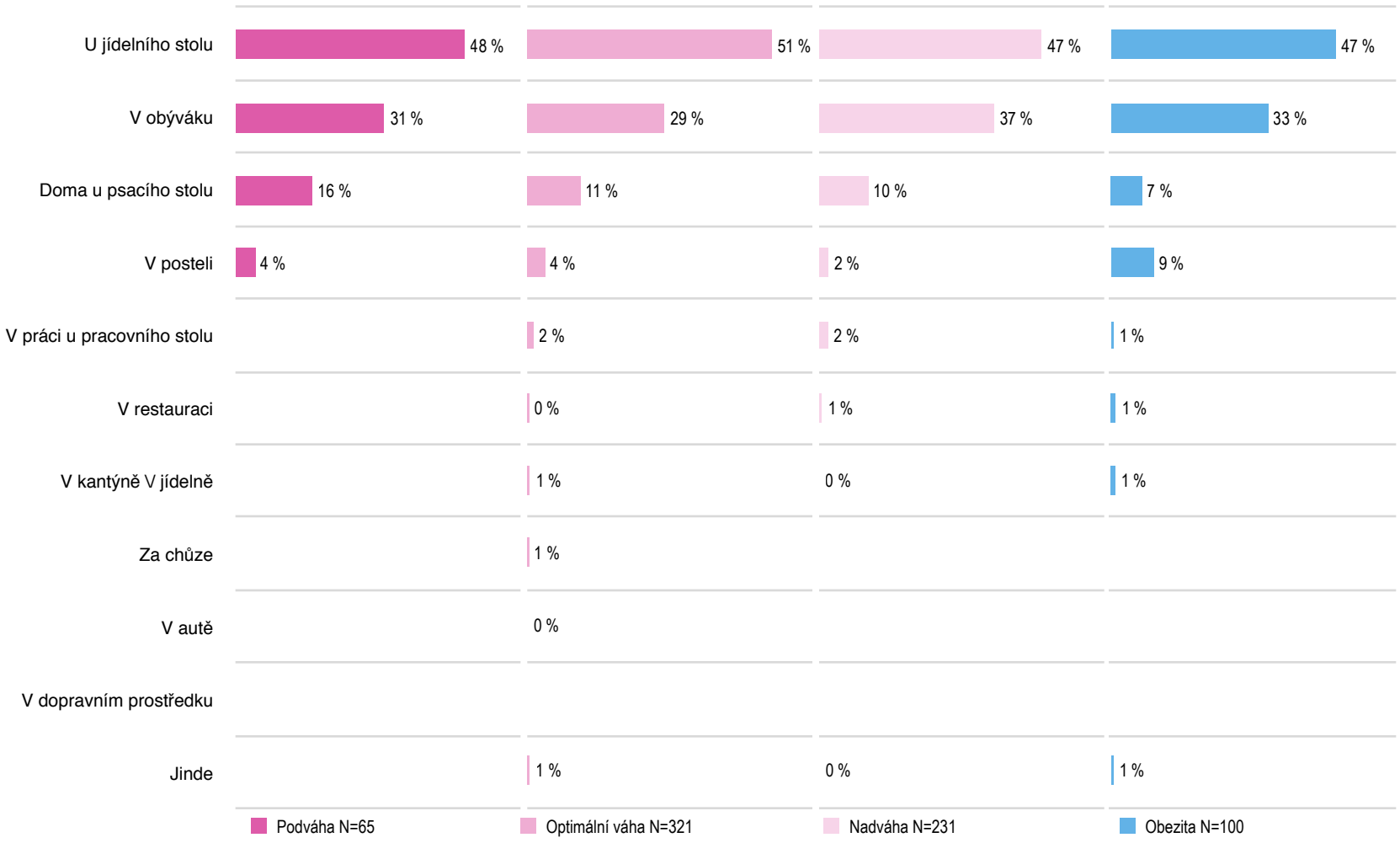
Lidé s nižším kulturním kapitálem mají tendenci jíst u jídelního stolu méně často.

MÍSTO VEČEŘE PODLE SE STATUSU



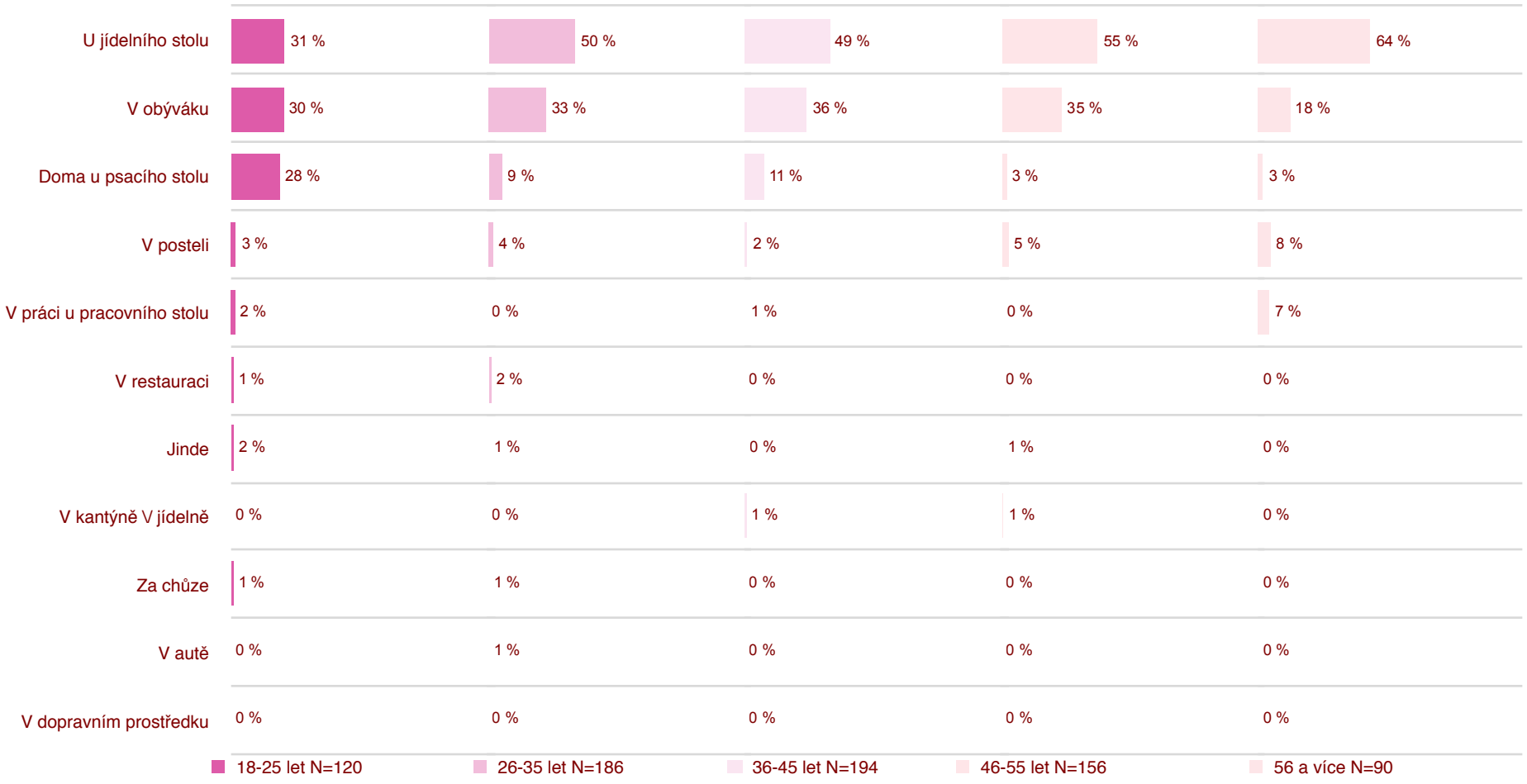
Preference obýváků před jídelním stolem je typická právě pro domácnosti s nejnižším SE statusem.

MÍSTO VEČEŘE PODLE BMI



Lidé s nadváhou častěji večeří v posteli.

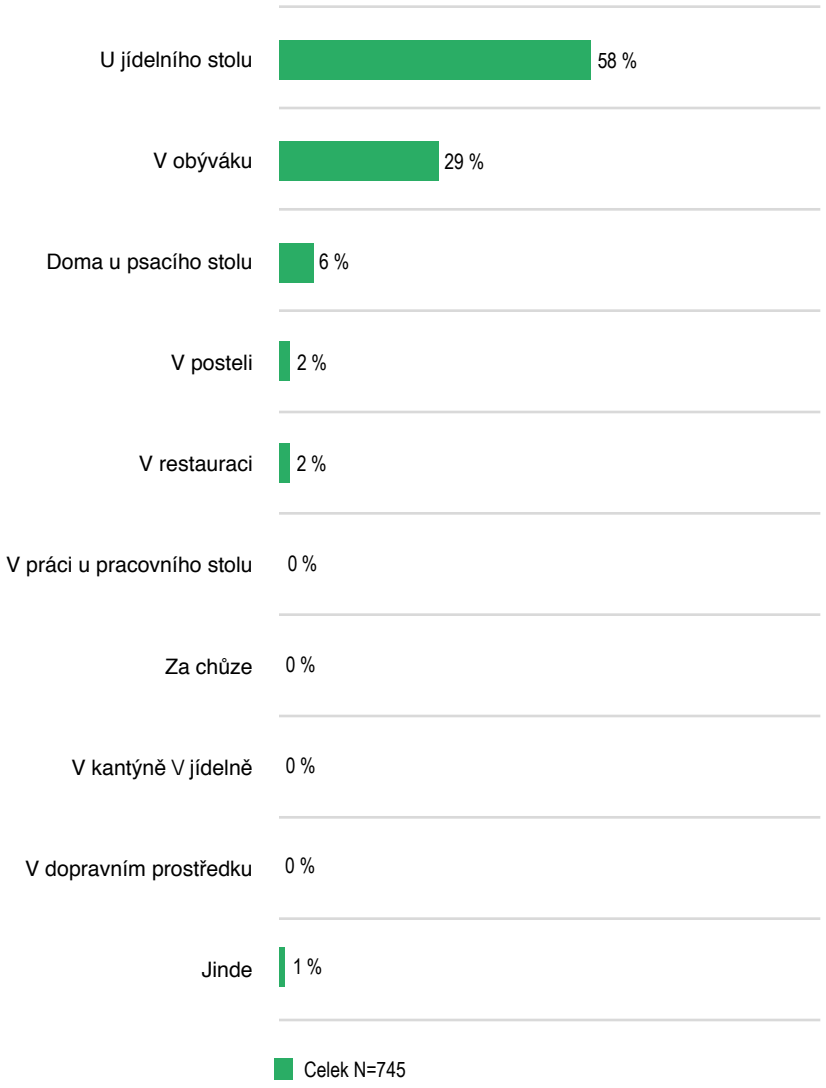
MÍSTO OBVYKLÉ VEČEŘE PODLE VĚKU



Večeření mimo jídelní stůl je jednoznačně spojeno s nižším věkem.

O víkendu se u jídelního stolu večeří mírně častěji.

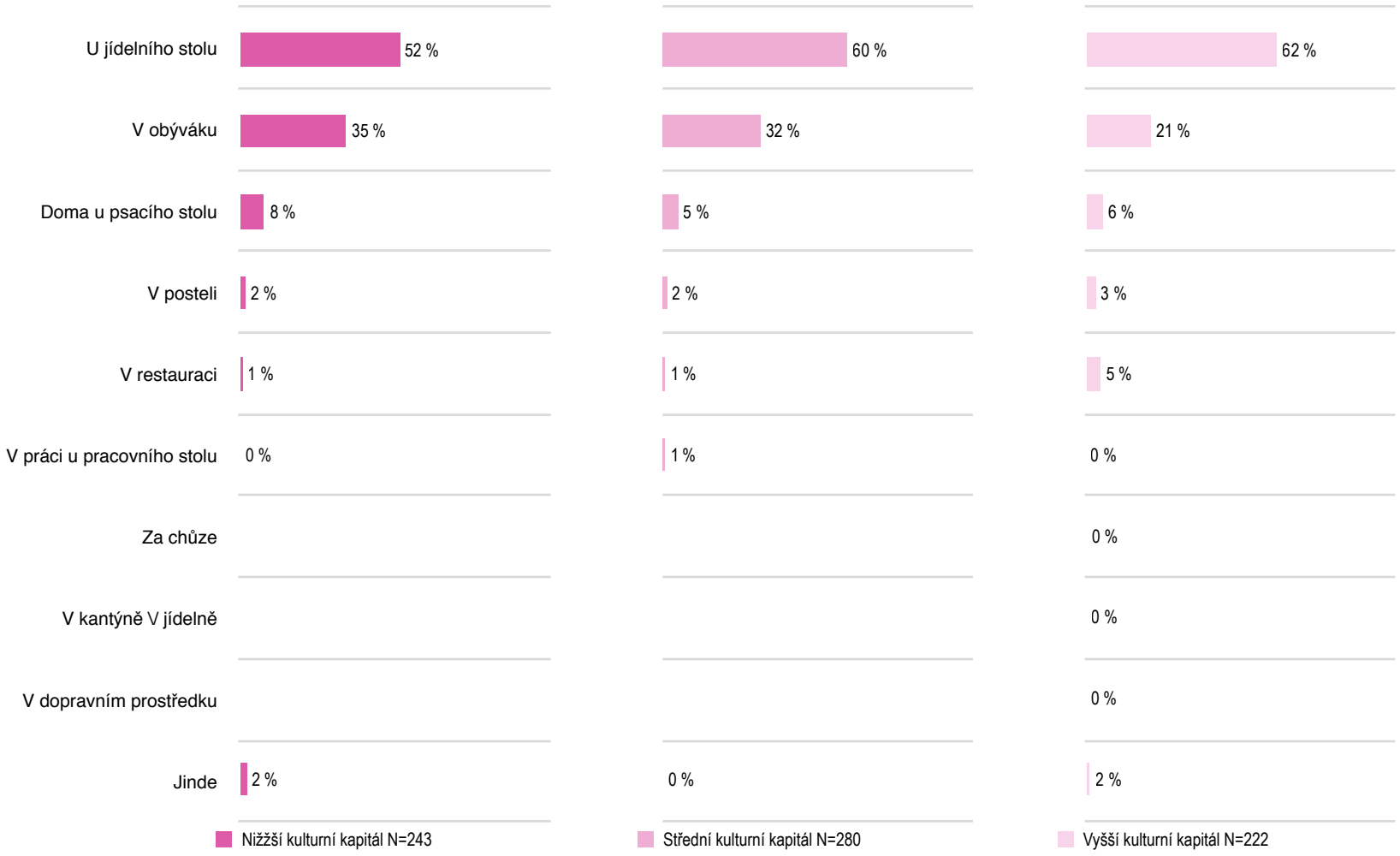
MÍSTO VÍKENDOVÉ VEČEŘE



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

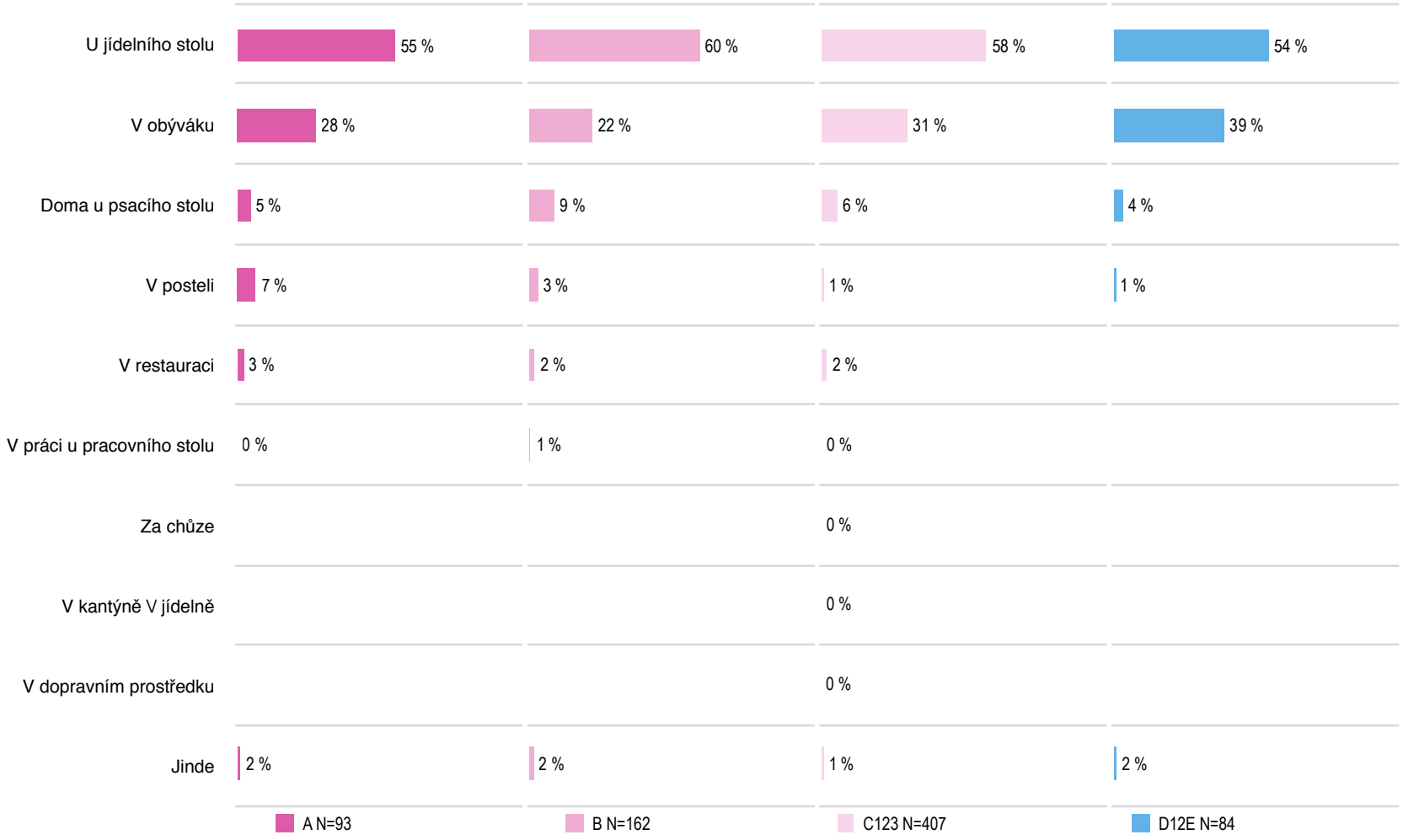
NADACE

MÍSTO VÍKENDOVÉ VEČEŘE PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



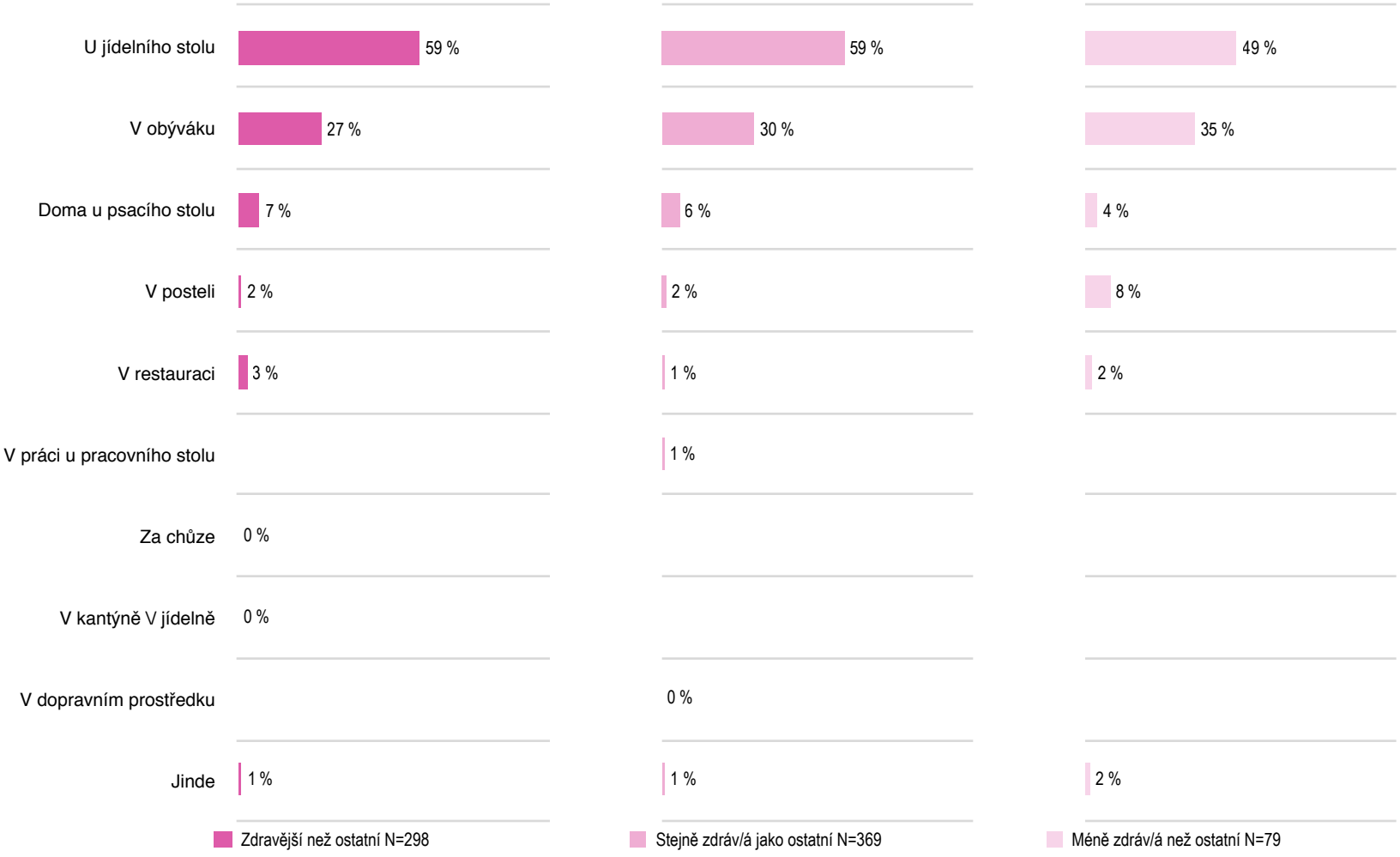
Zákonitost ohledně preference obýváků respondenty z domácností s nižším SE statusem platí i o víkendu.

MÍSTO VÍKENDOVÉ VEČEŘE PODLE SE STATUSU



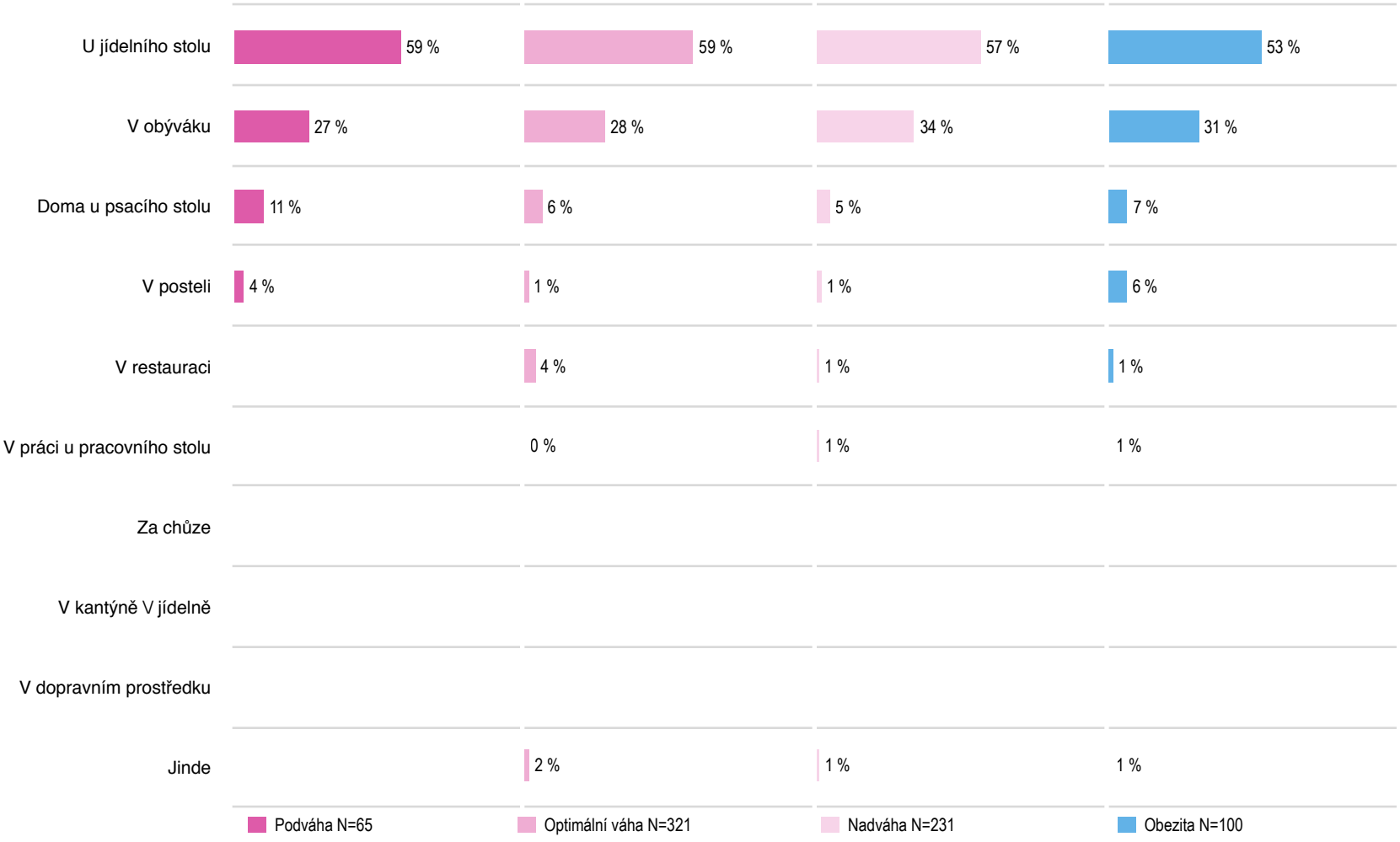
Stejně tak v případě SE statusu.

MÍSTO VÍKENDOVÉ VEČEŘE PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



Mezi těmi, kdo své zdraví hodnotí jako horší, je více těch, kdo o víkendu večeří v posteli.

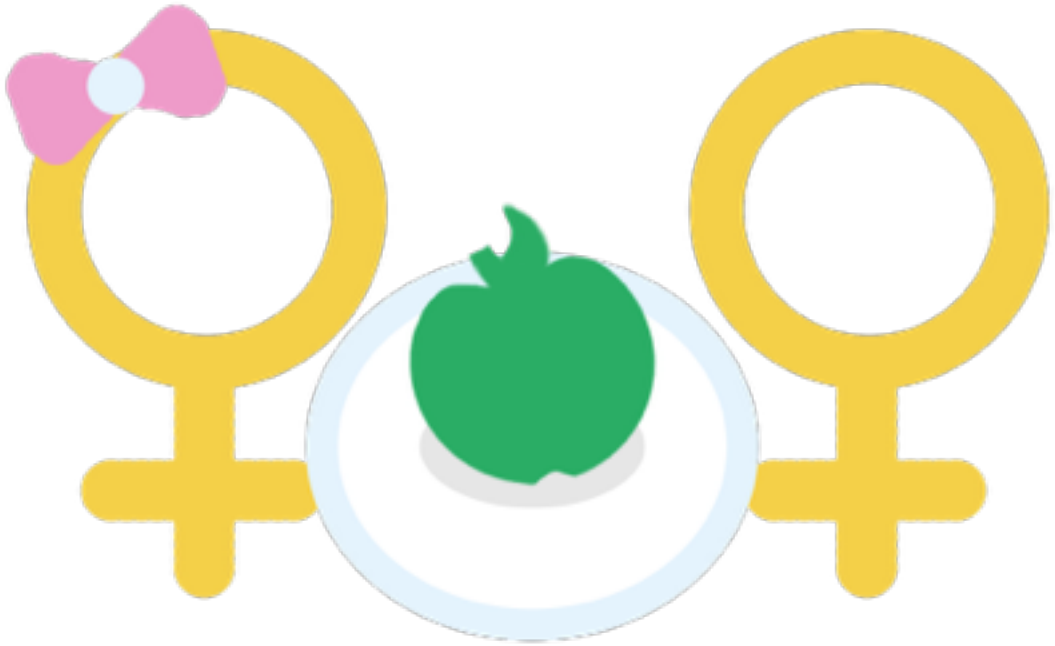
MÍSTO VÍKENDOVÉ VEČEŘE PODLE BMI



Obézní respondenti častěji během víkendu večeří v posteli.

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

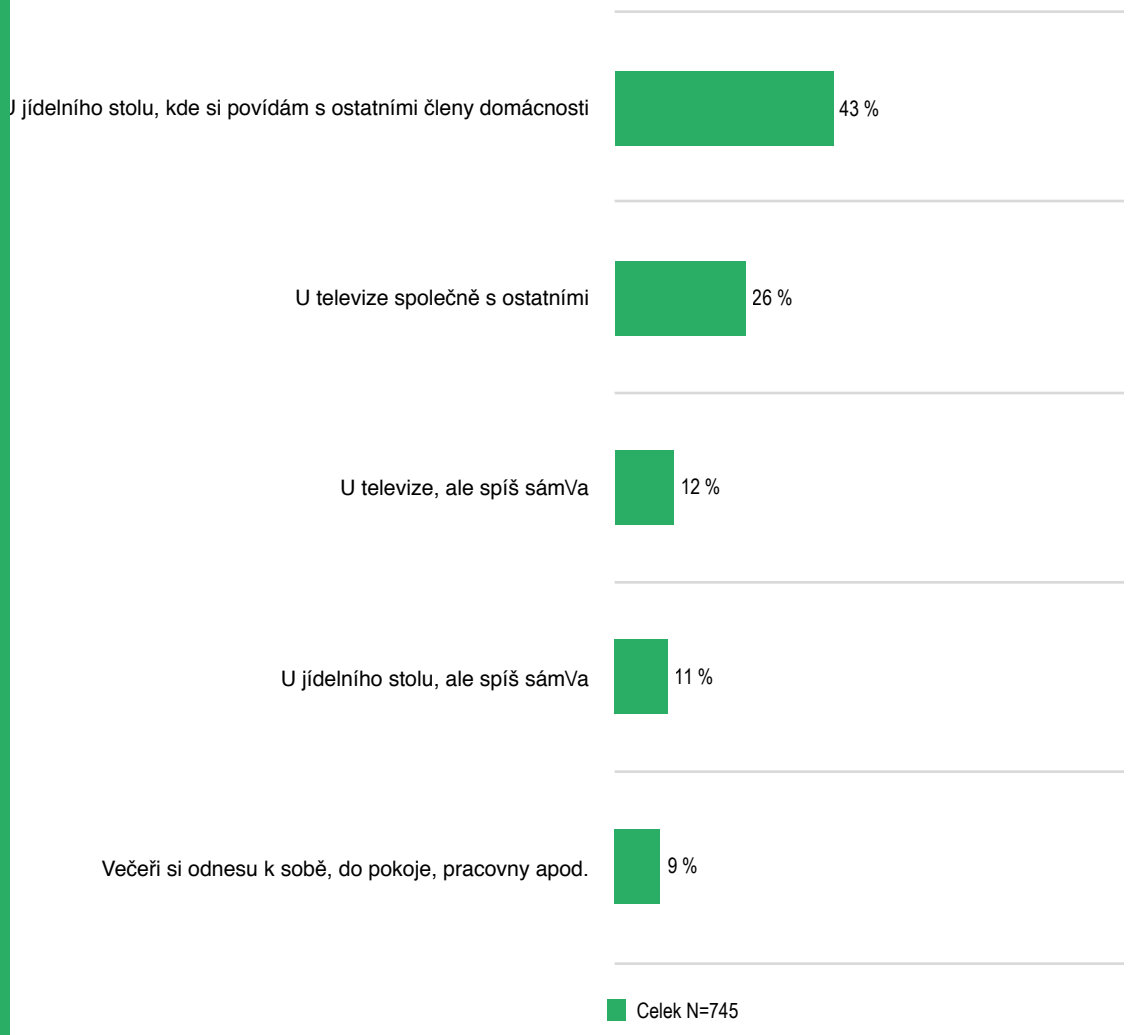
Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE



DETAILNÍ VÝSLEDKY
SPOLEČNÁ VEČEŘE

Když už respondenti sedí u jídelního stolu, pak si obvykle i povídají.

ZPŮSOB VEČEŘENÍ



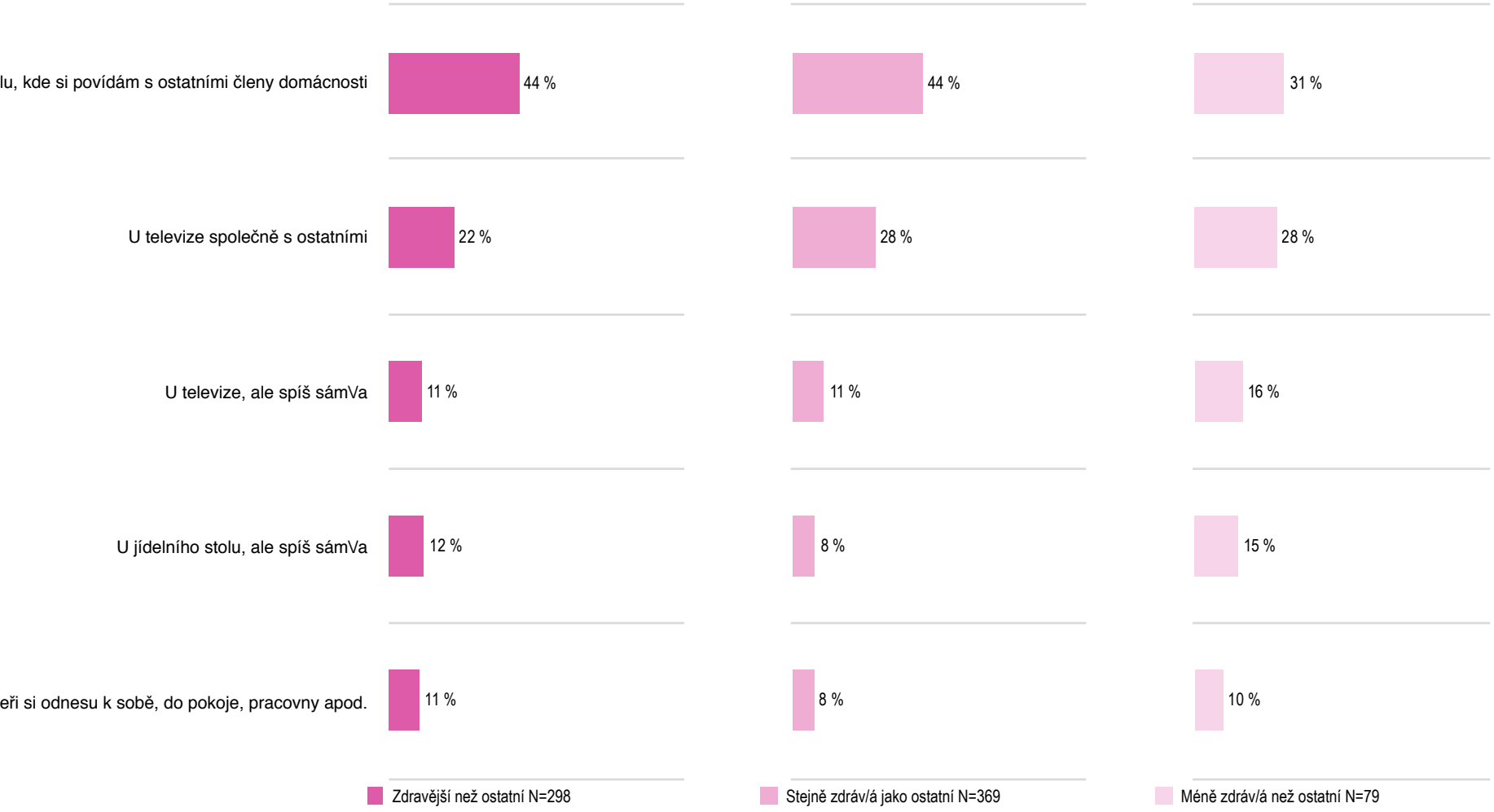
Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

SLEDUJÍ OD RODINNÉHO (JÍDELNÍHO) STOLU TELEVIZI…?

Skutečně ti, kdo večeří u jídelního stolu, častěji také méně koukají ve svém volném čase na televizi = stolování u jídelního stolu není sledováním televize v kuchyni.

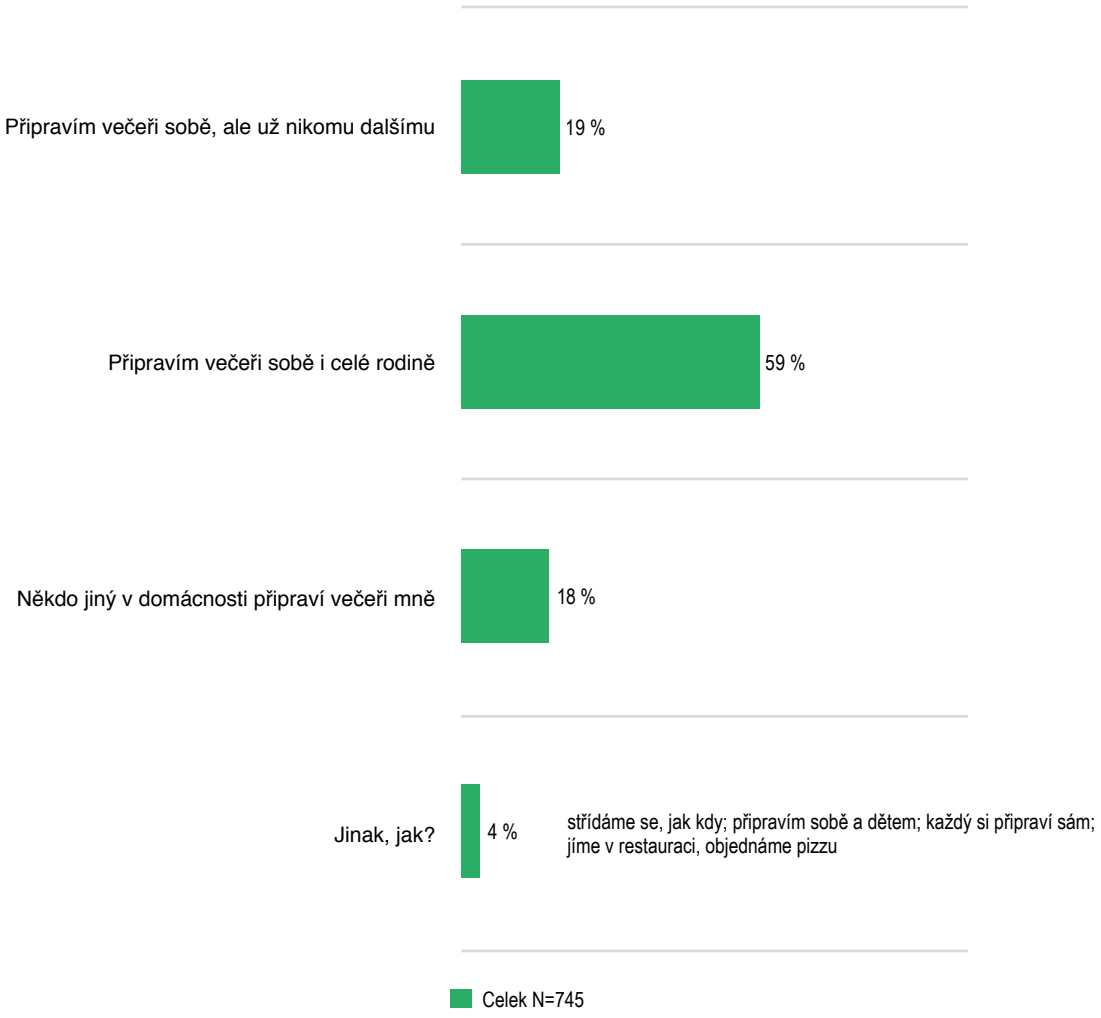
ZPŮSOB VEČEŘENÍ PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



Ti, kdo se hodnotí jako méně zdravé, večeří méně společně u jídelního stolu.

59 % respondentů připravuje večeři sobě i celé rodině.

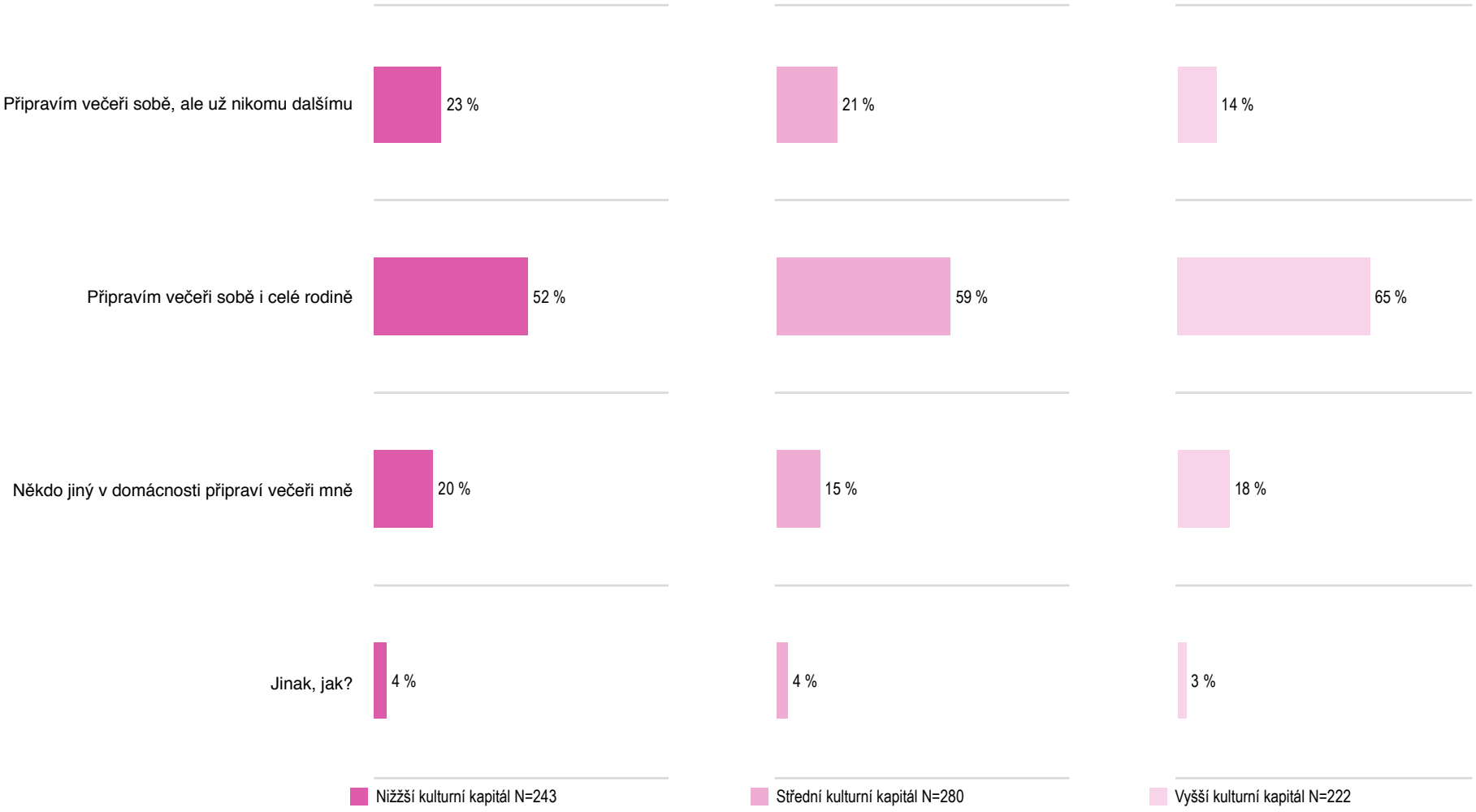
KDO PŘIPRAVÍ VEČEŘI



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

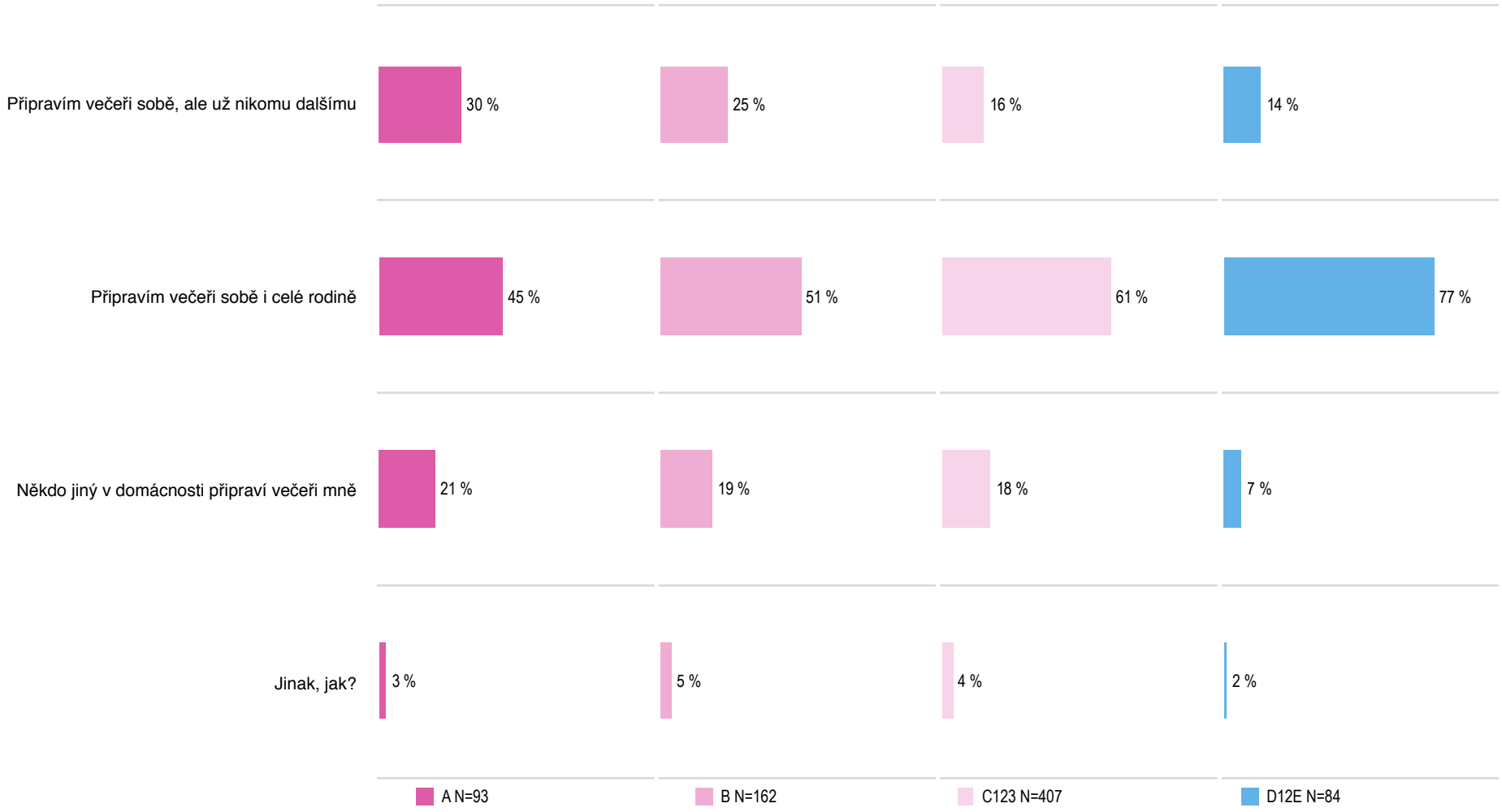
NADACE

KDO PŘIPRAVÍ VEČEŘI PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



Společné stolování u lidí s vyšším kulturním kapitálem se projevuje i společnou přípravou večeře.

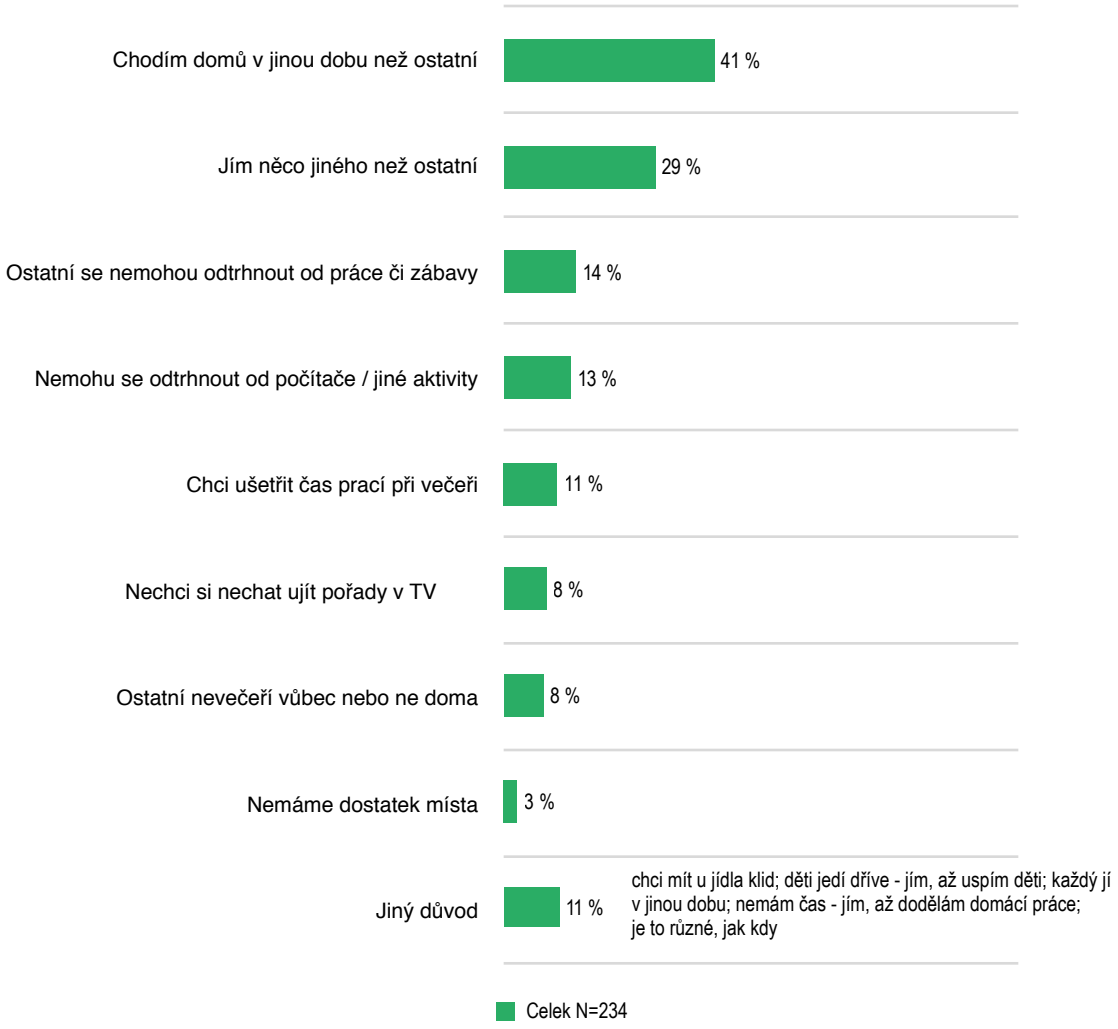
KDO PŘIPRAVÍ VEČEŘI PODLE SE STATUSU



Překvapivě ale příprava společné večeře jde proti SE statusu.

Nejčastějším důvodem, proč respondenti nevečeří se zbytkem rodiny, je čas příchodu domů, následovaný individuálním jídelníčkem.

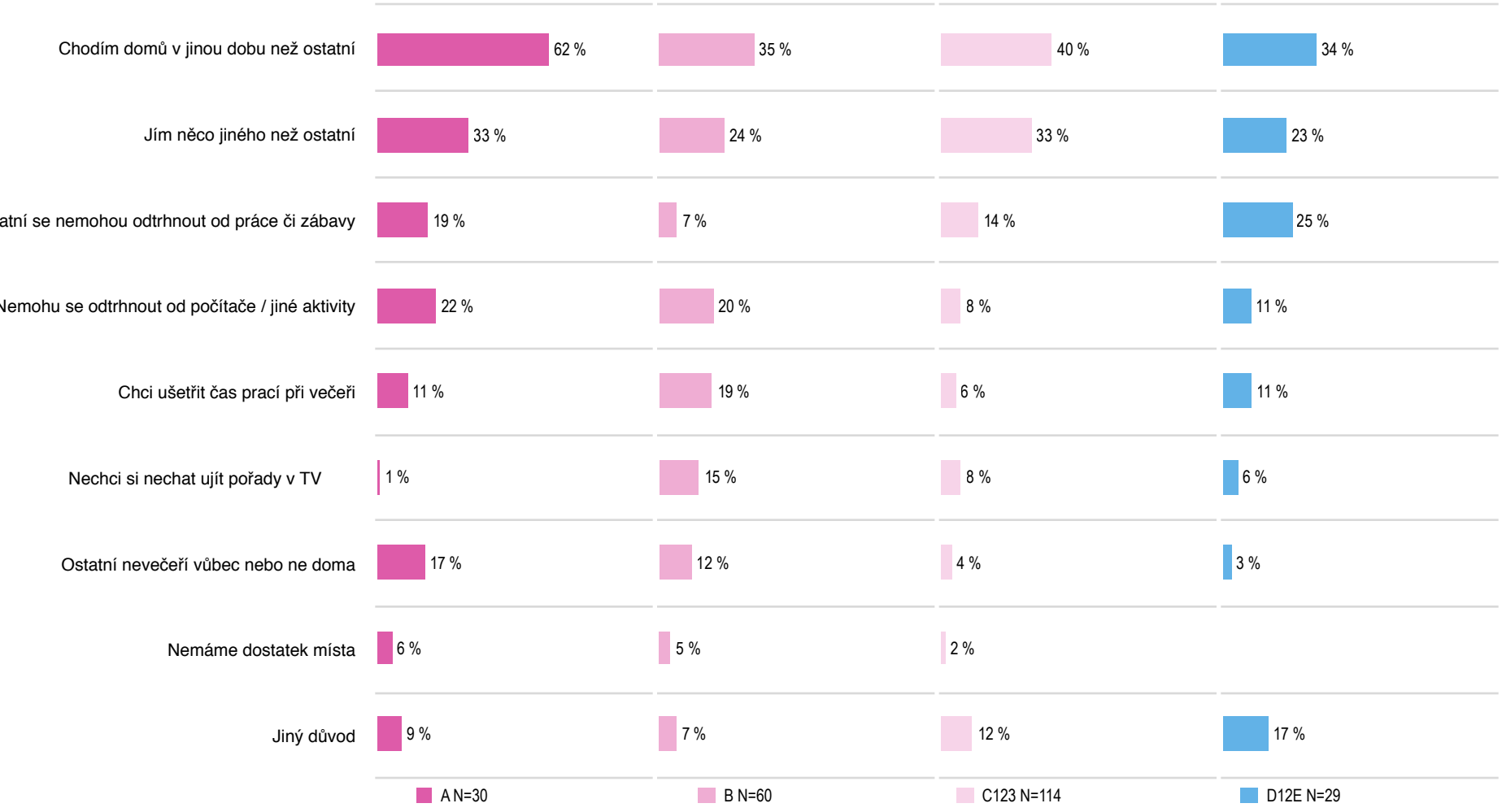
DŮVODY VEČEŘE O SAMOTĚ



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

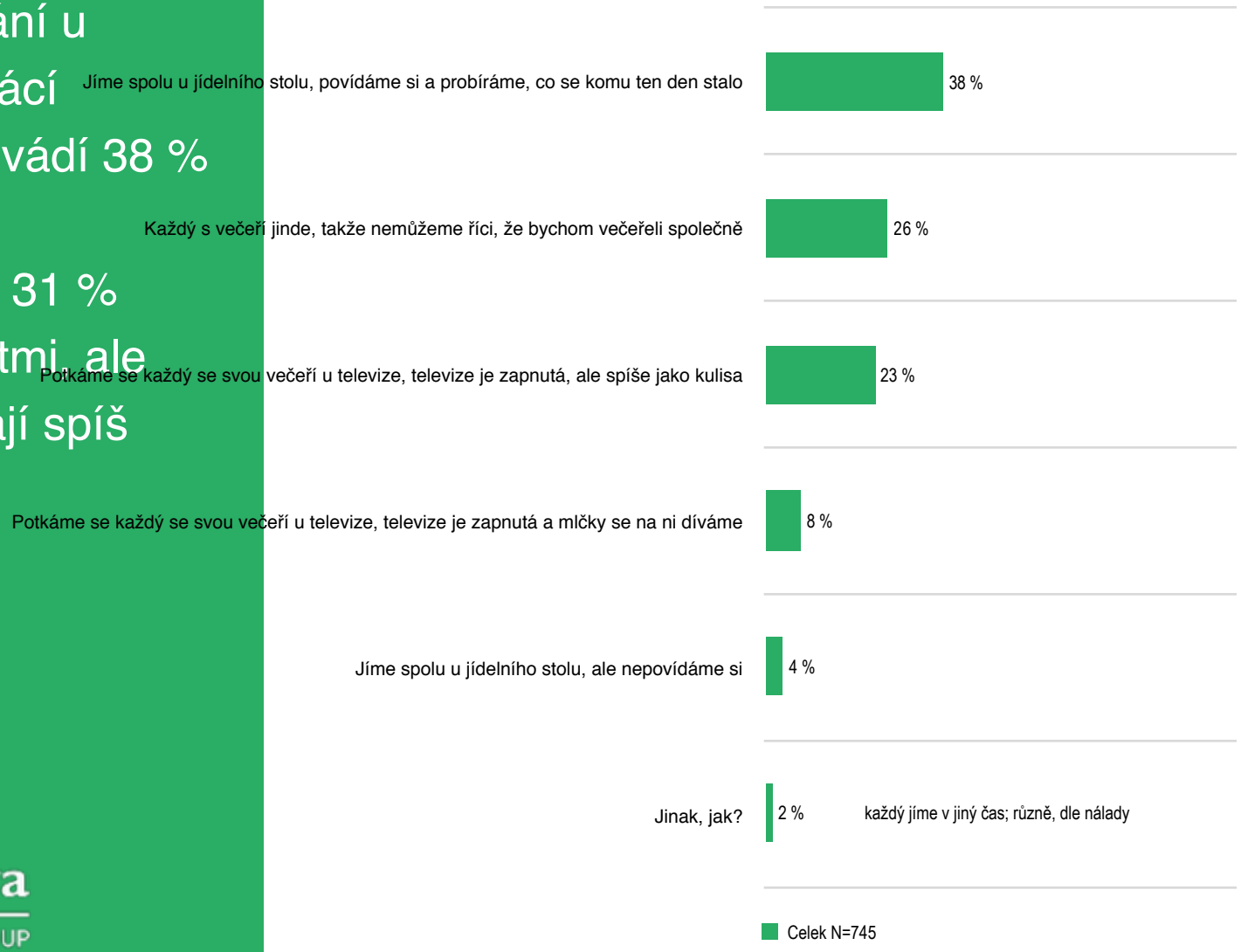
DŮVODY VEČEŘE O SAMOTĚ PODLE SE STATUSU



A právě u skupiny A je tato nesourodost denního rozvrhu nejtypičtější (indikativní výsledek).

TYPICKÁ VEČEŘE V RODINĚ

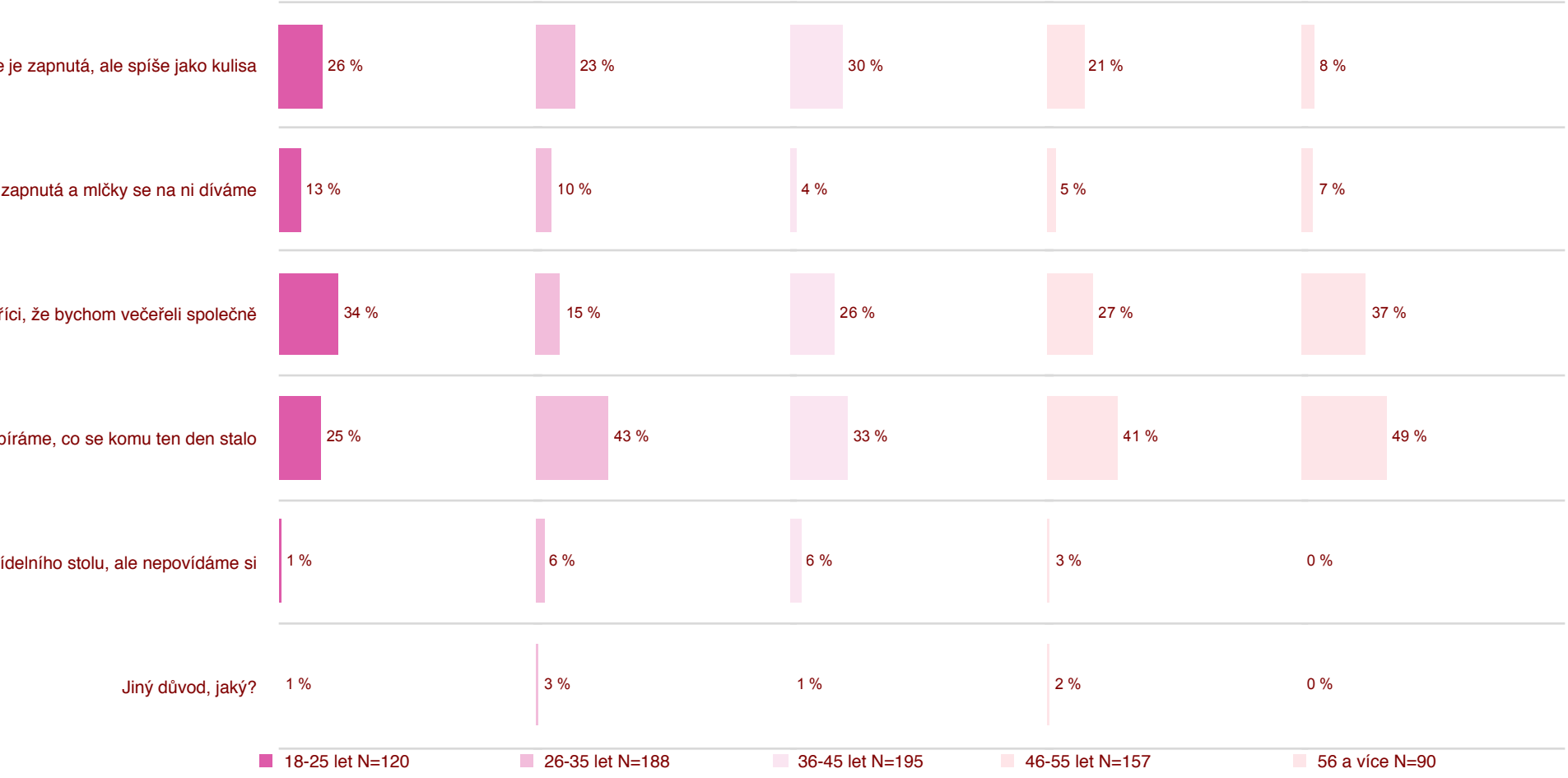
Společné stolování u večeře jako domácí sociabilní rituál uvádí 38 % respondentů.
U televize večeří 31 % domácností s dětmi, ale typicky ji používají spíš jako kulisu.



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

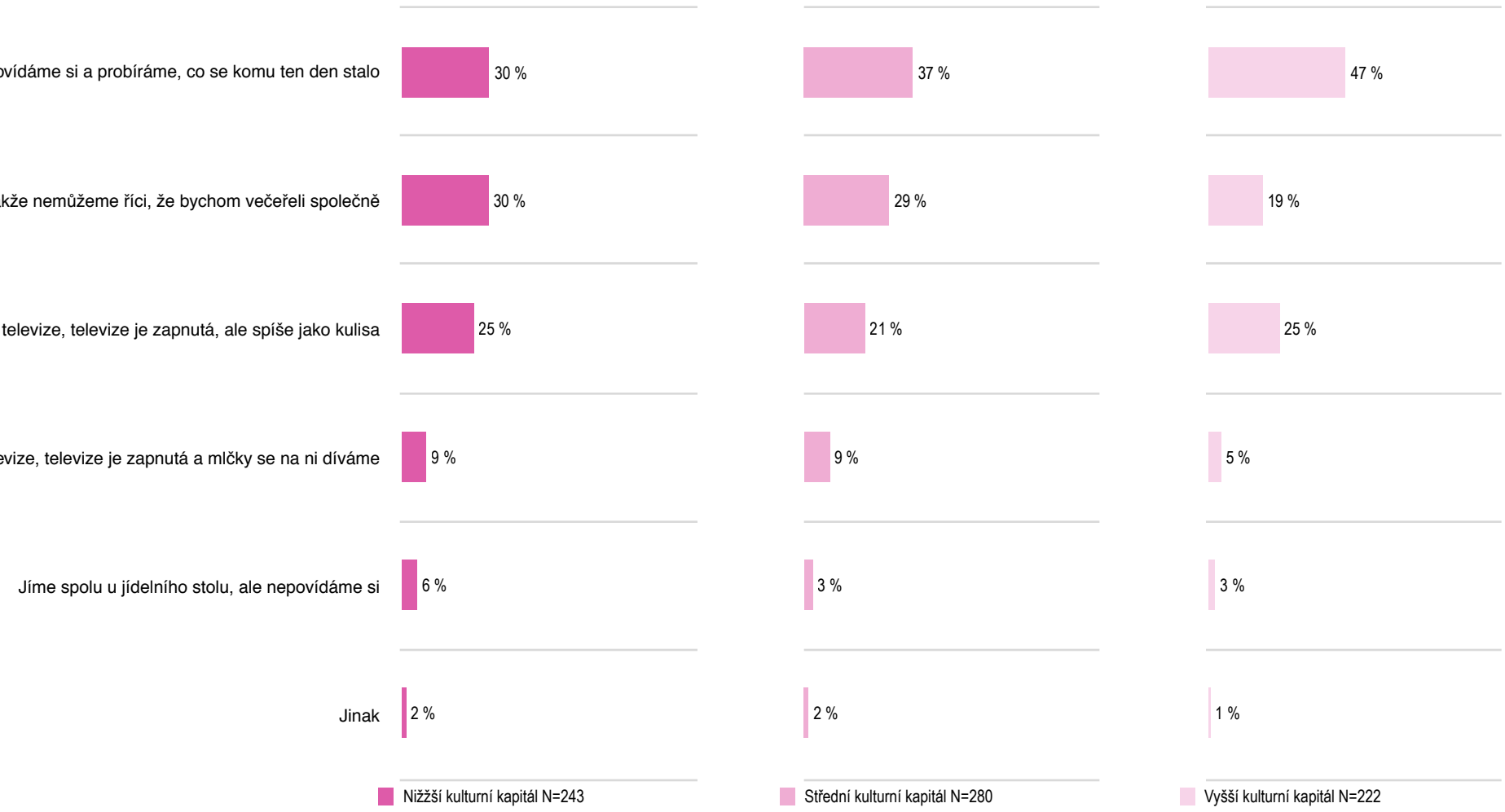
NADACE

SPOLEČNOST U VEČEŘE PODLE VĚKU



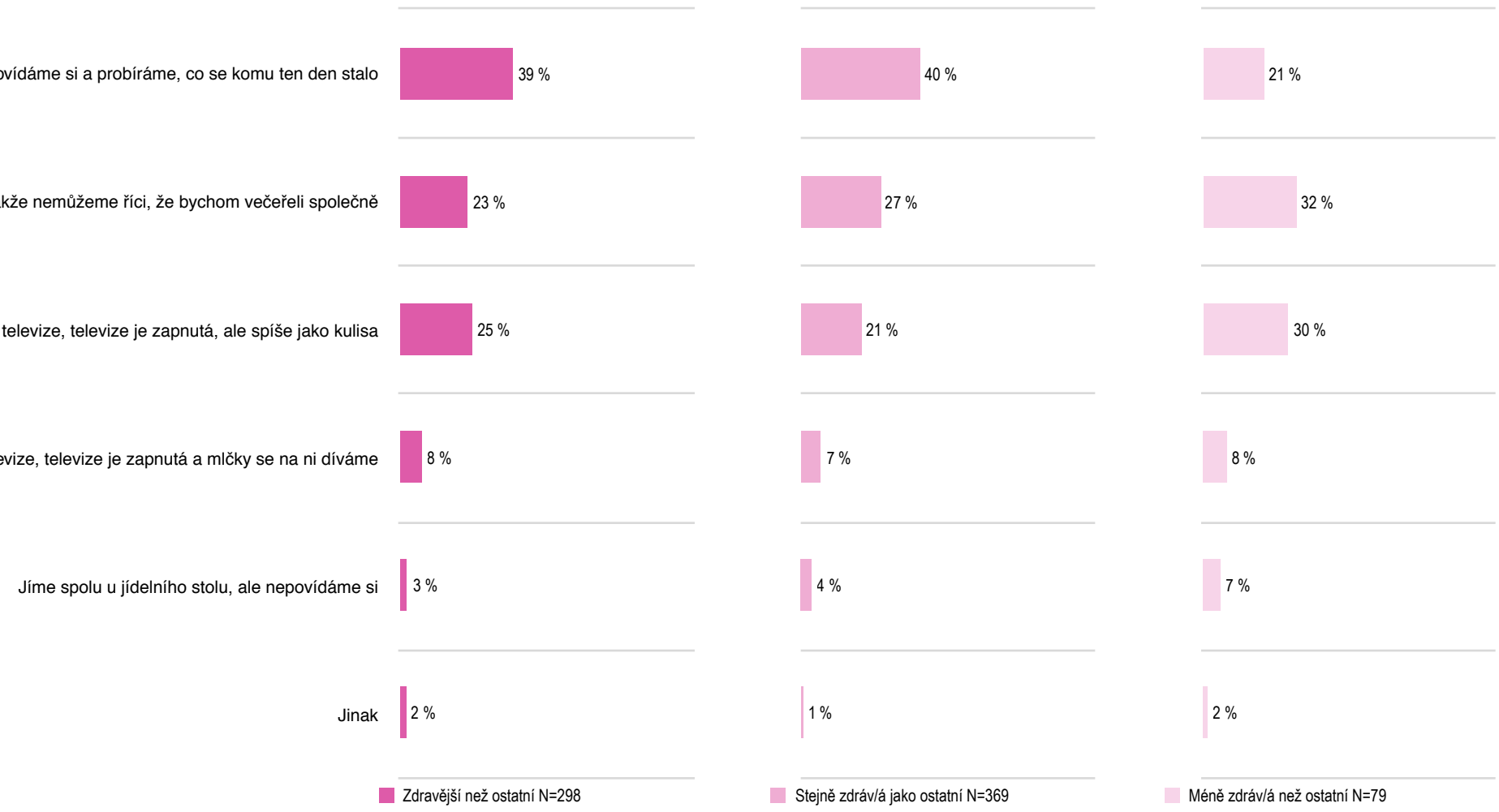
Odklon mladých od společné rodinné potvrzuje i tento pohled.

TYPICKÁ VEČEŘE V RODINĚ PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



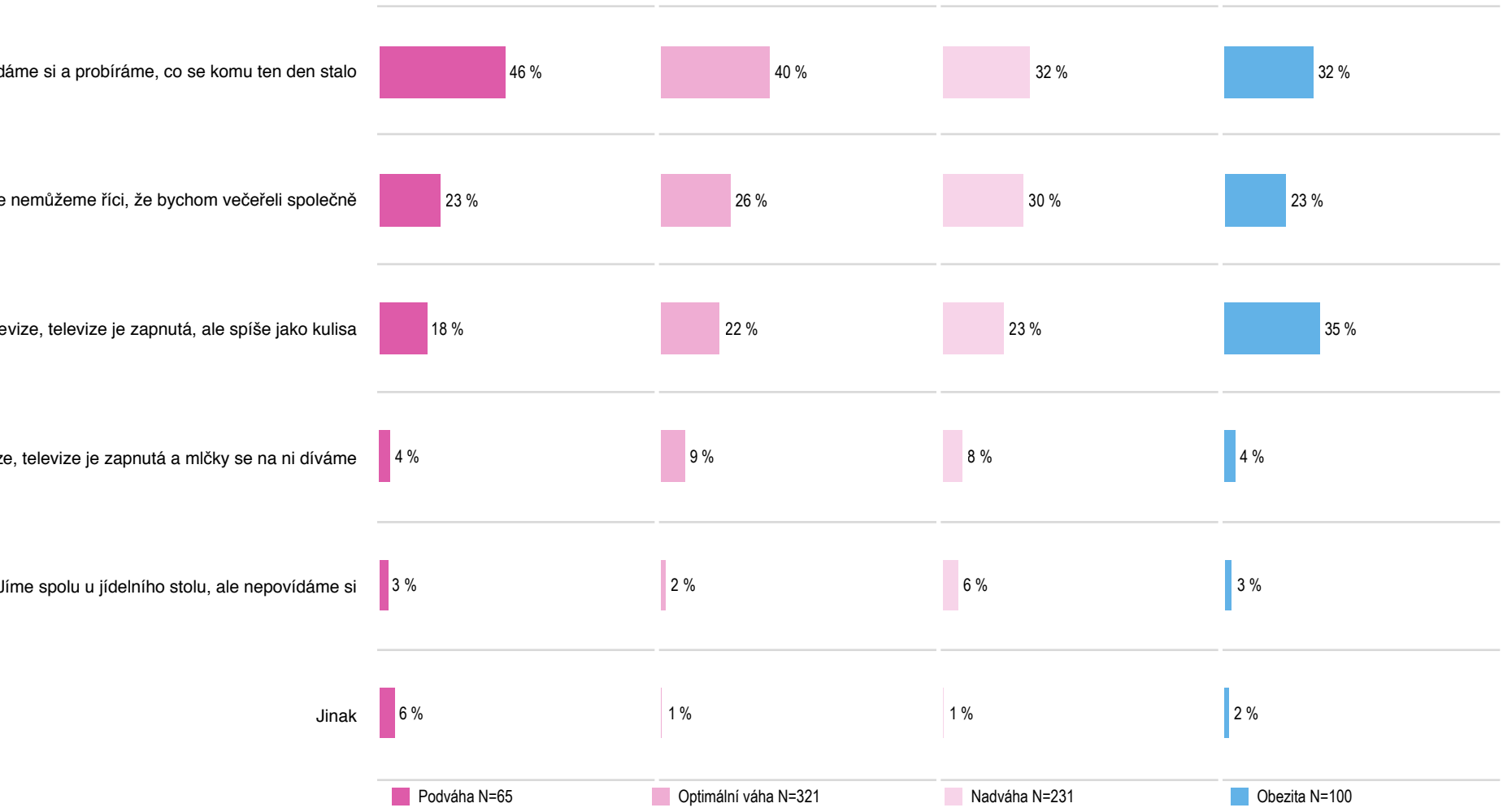
Opět patrná role kulturního kapitálu.

TYPICKÁ VEČEŘE V RODINĚ PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



Navíc ti, kdo se hodnotí jako méně zdraví, méně častěji nevečeří spolu.

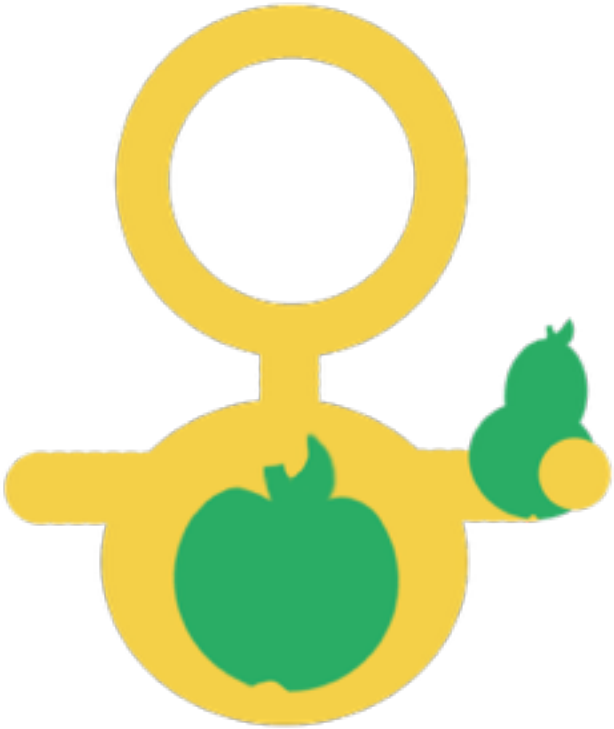
TYPICKÁ VEČEŘE V RODINĚ PODLE BMI



A je zde i náznak trendu v tloušťce.

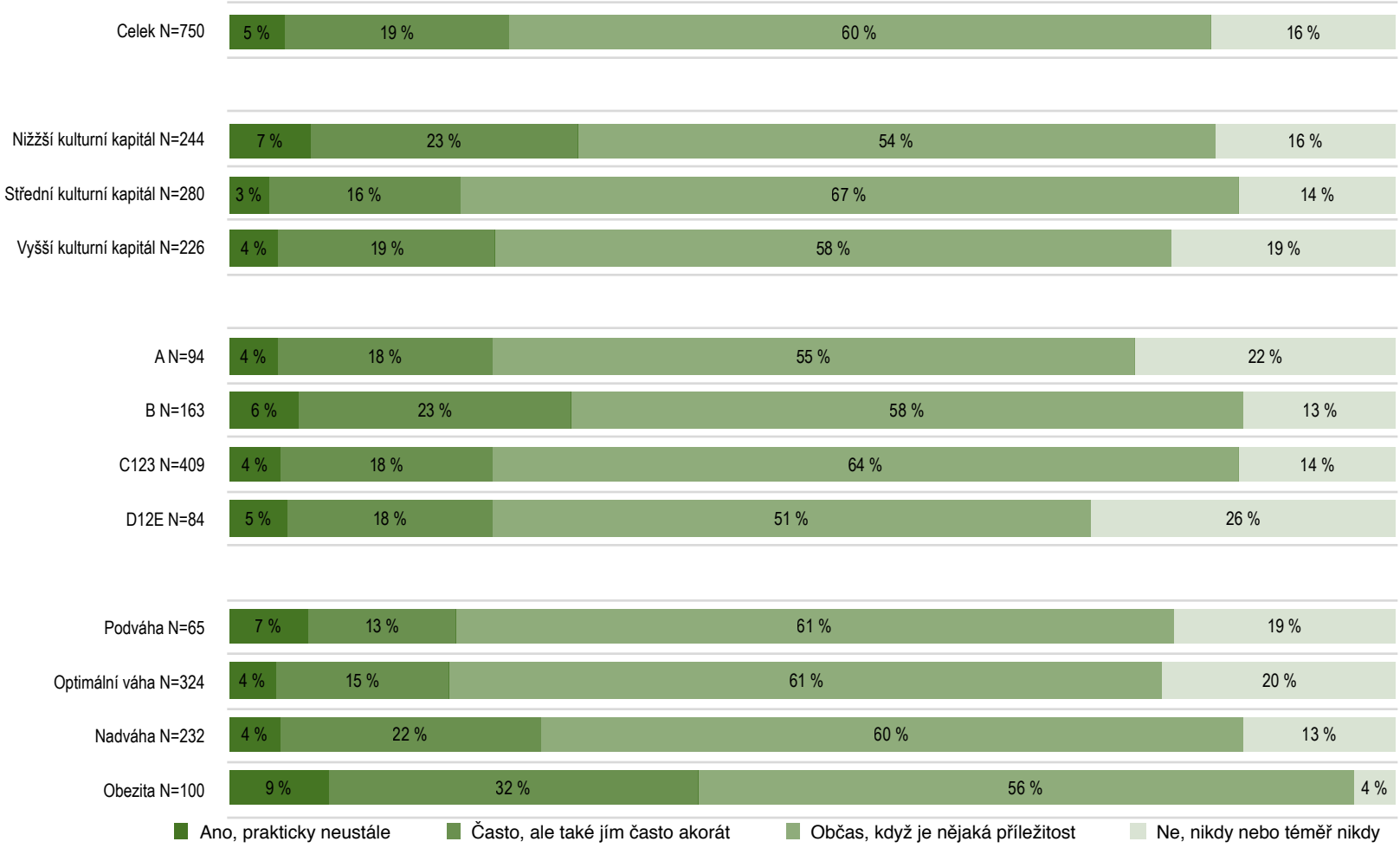
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE



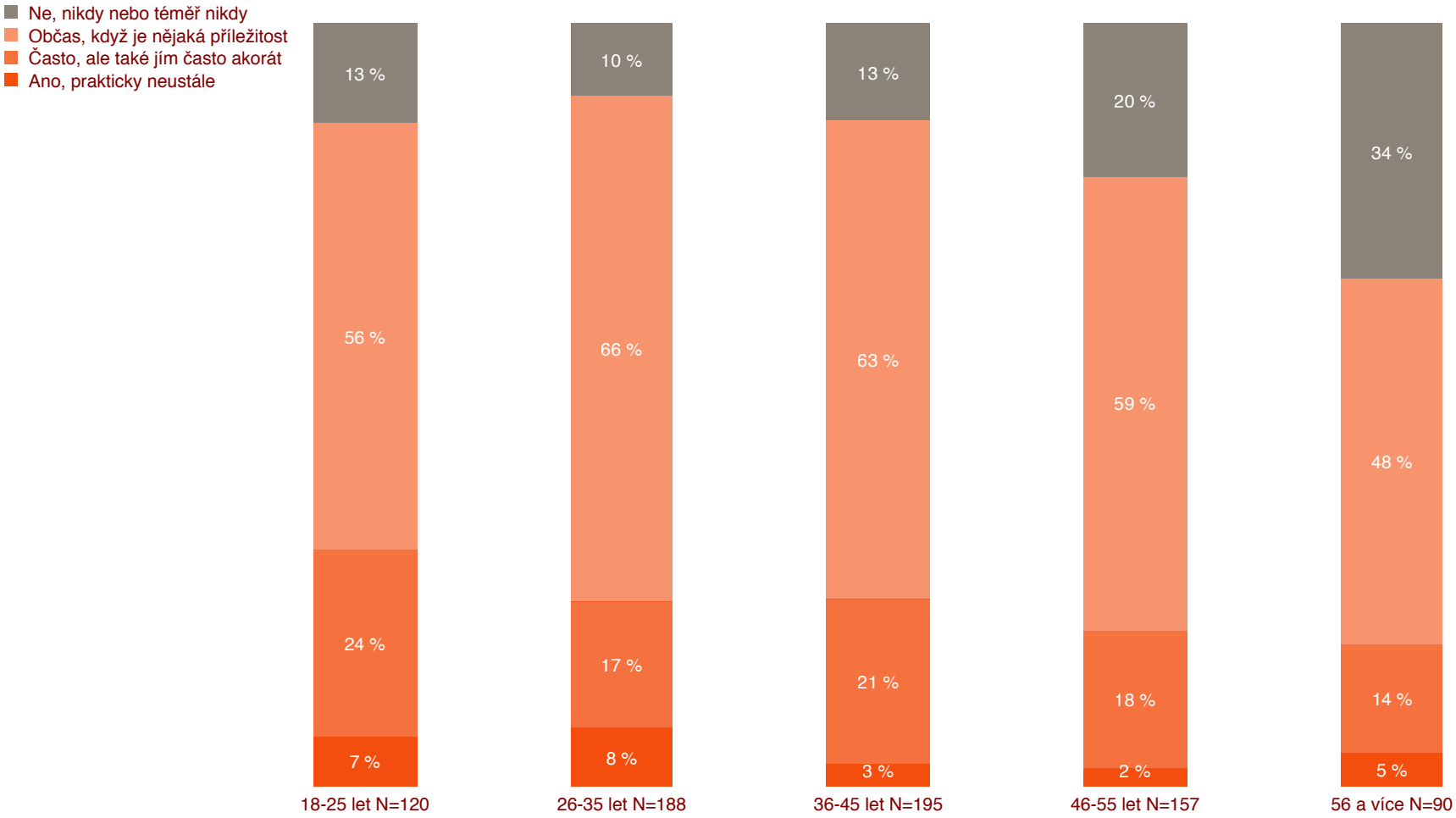
DETAILNÍ VÝSLEDKY
PŘEJÍDÁNÍ

PŘEJÍDÁNÍ



Vysoký podíl, 84 %, se aspoň někdy přejídá.

PŘEJÍDÁNÍ PODLE VĚKU



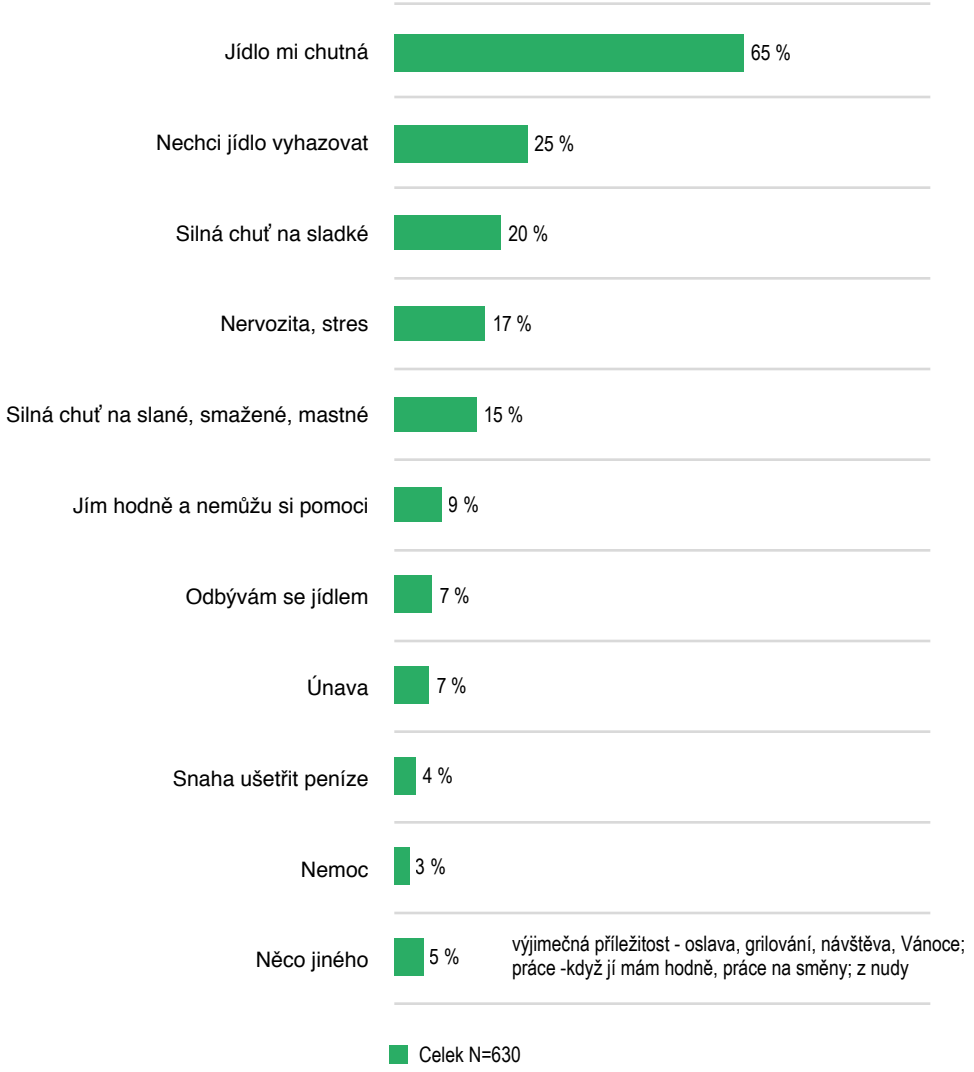
Po 25 roku života se nám začne přejídání zajídat.

Přejídáme se, prostě proto, že nám chutná, ale pro 1/4 respondentů je důvodem nechuť jídlo vyhodit, a pro 17 % nervozita a stres.
1/5 respondentů také uvádí silnou chuť na sladké a 15 % na slané / smažené / mastné.

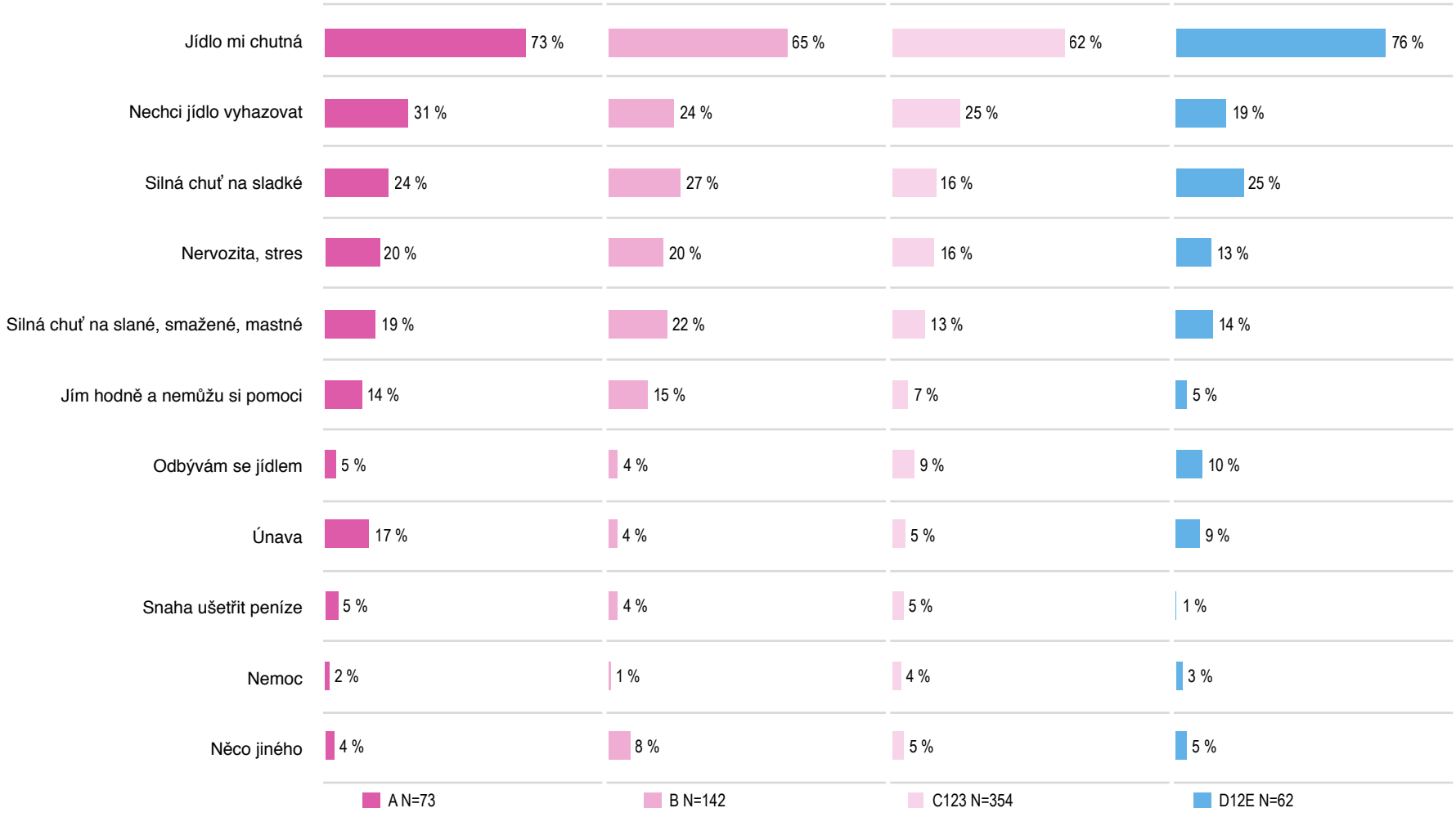
Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

DŮVOD PŘEJÍDÁNÍ

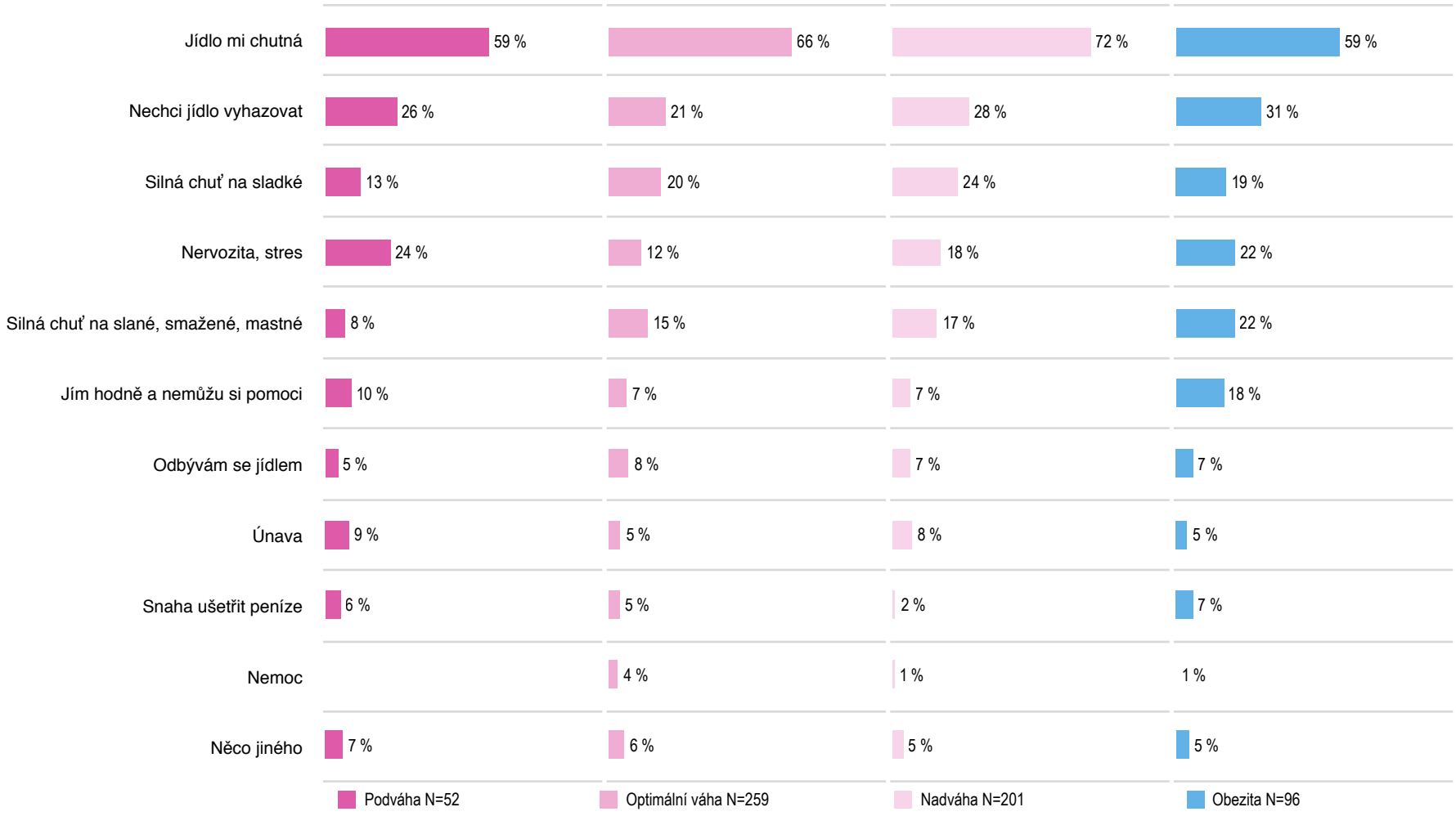


DŮVOD PŘEJÍDÁNÍ PODLE SE STATUSU



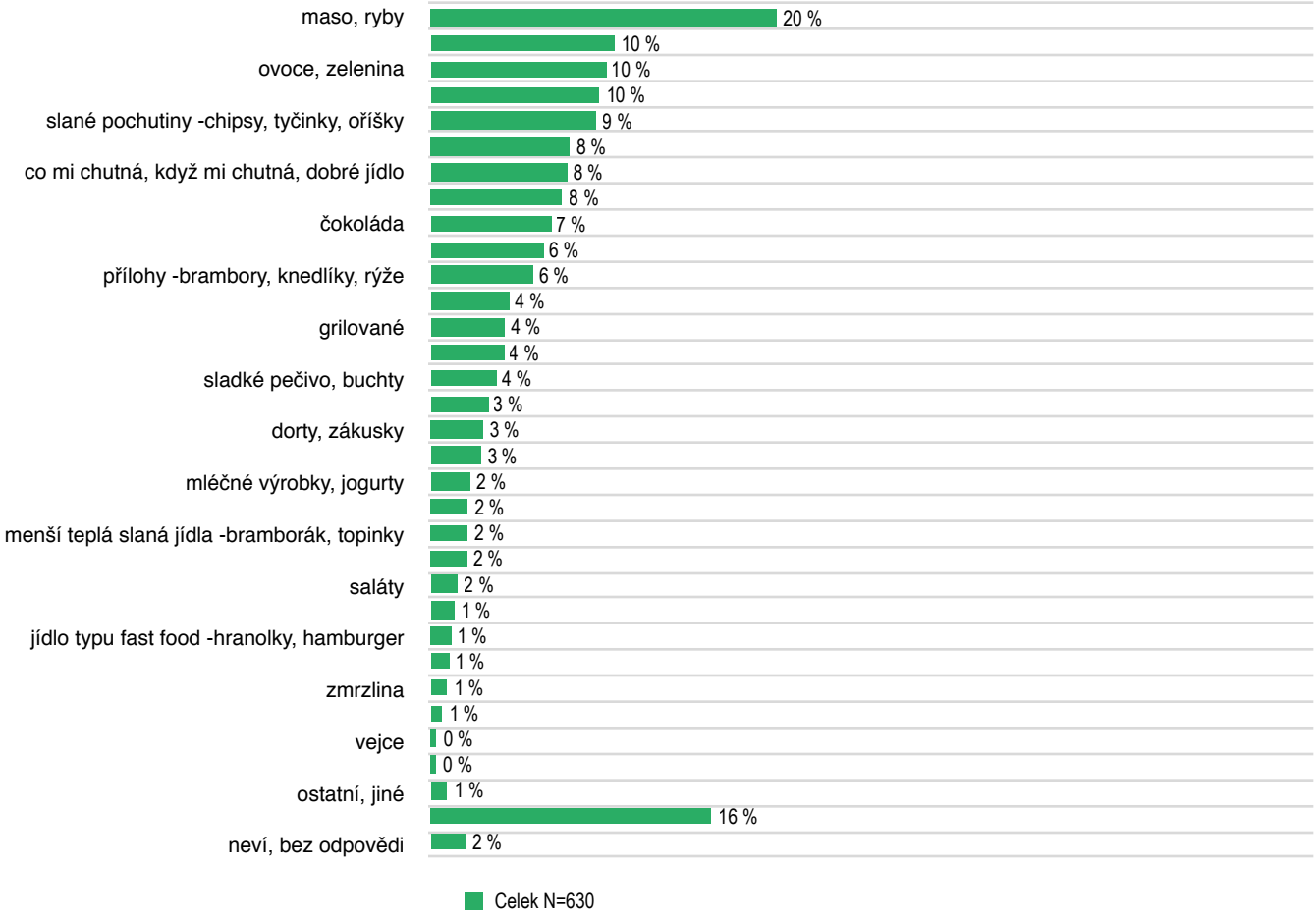
V případě skupiny A je častějším důvodem přejídání únava.

DŮVOD PŘEJÍDÁNÍ PODLE BMI



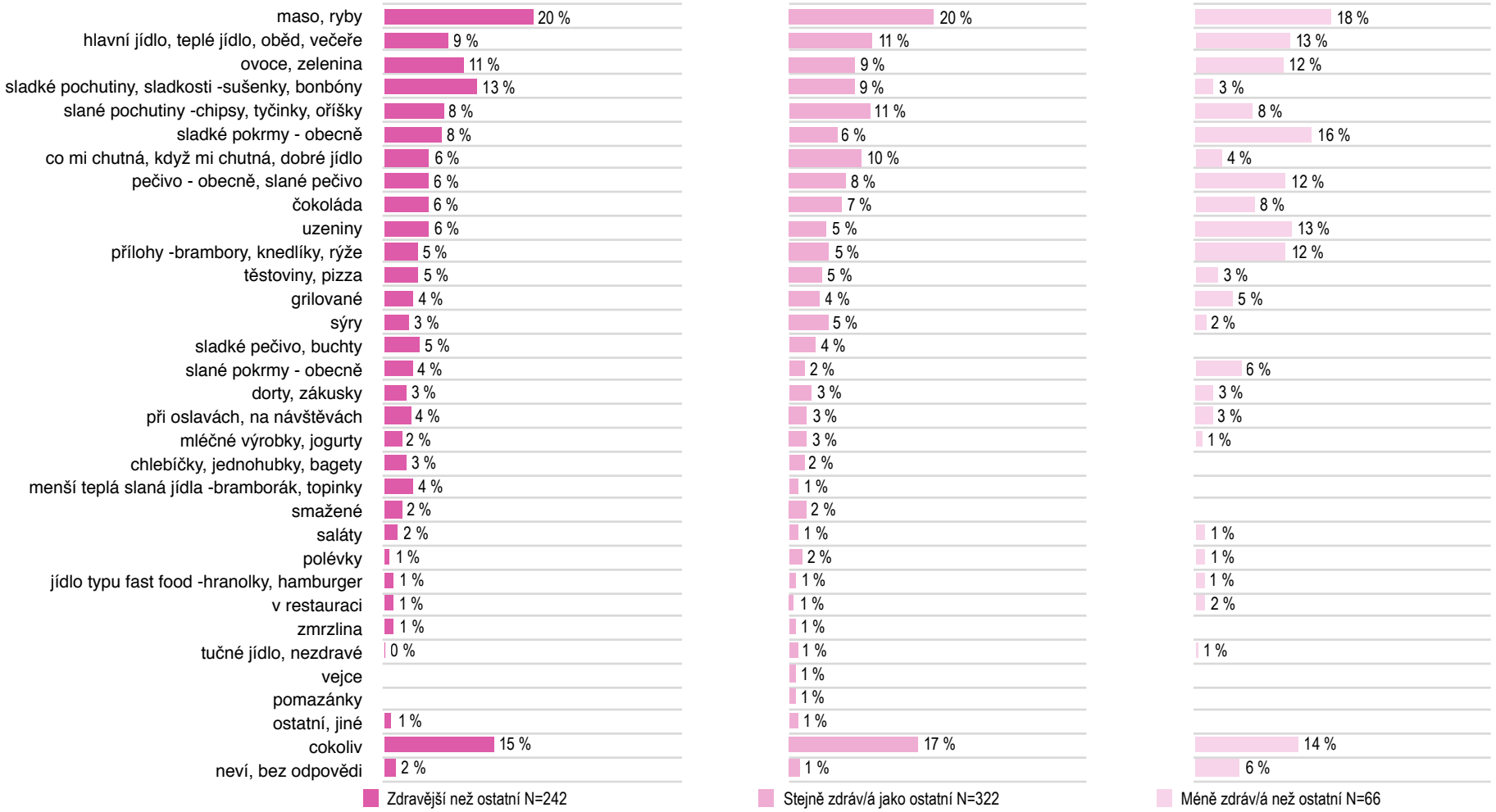
Obézní lidé si častěji prostě nemohou pomoci.

ČÍM SE PŘEJÍDÁME



Pokud se přejídáme, pak typicky spíše hlavním jídlem s masem, ale i ovocem / zeleninou, sladkým slanými pochutinami.

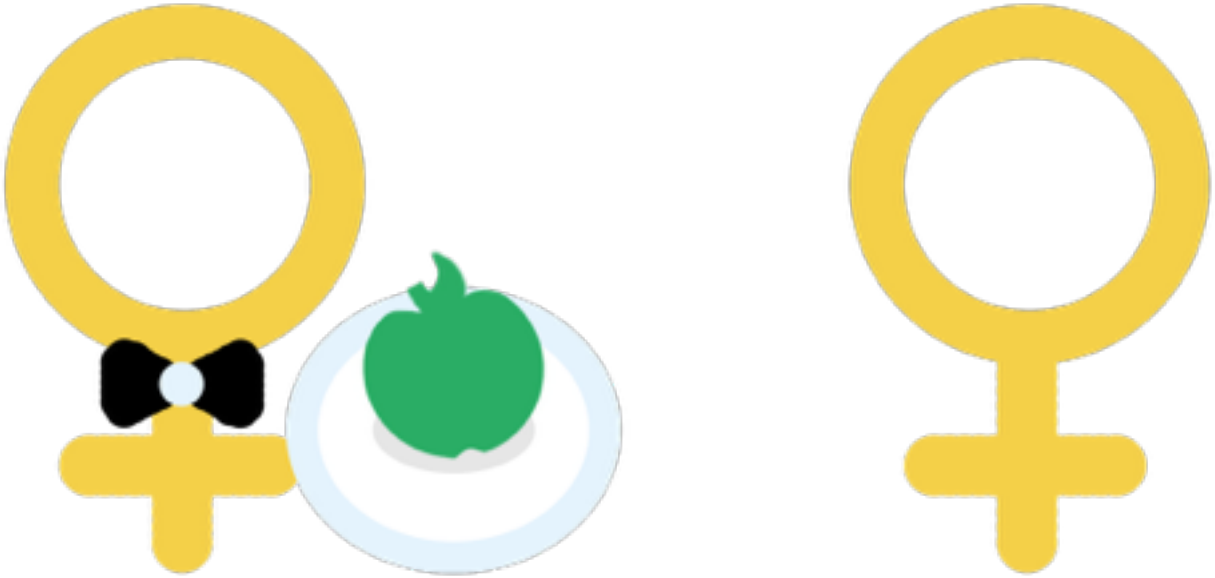
DŮVOD PŘEJÍDÁNÍ PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



Méně zdraví se častěji přejídají sladkým.

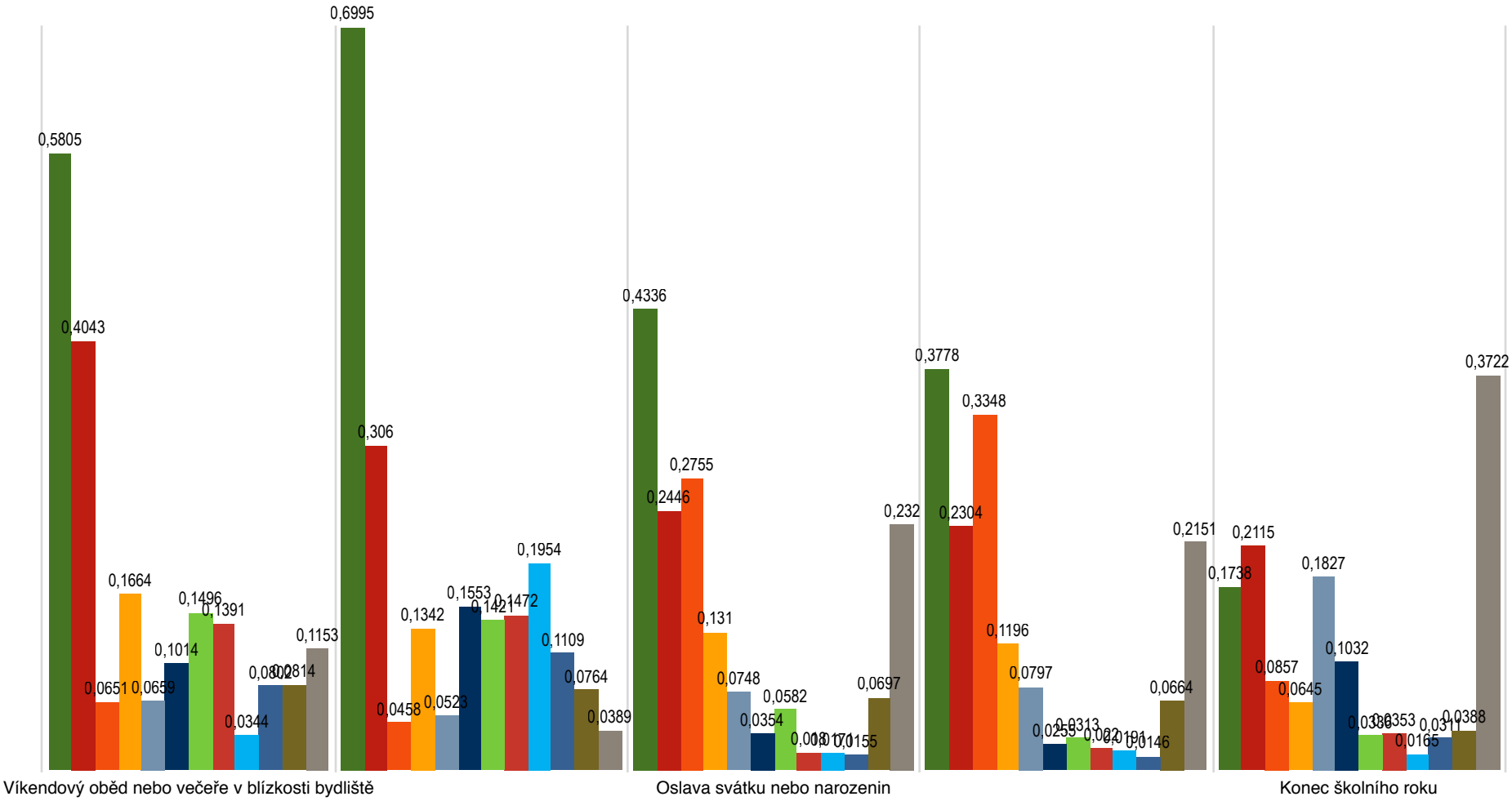
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE



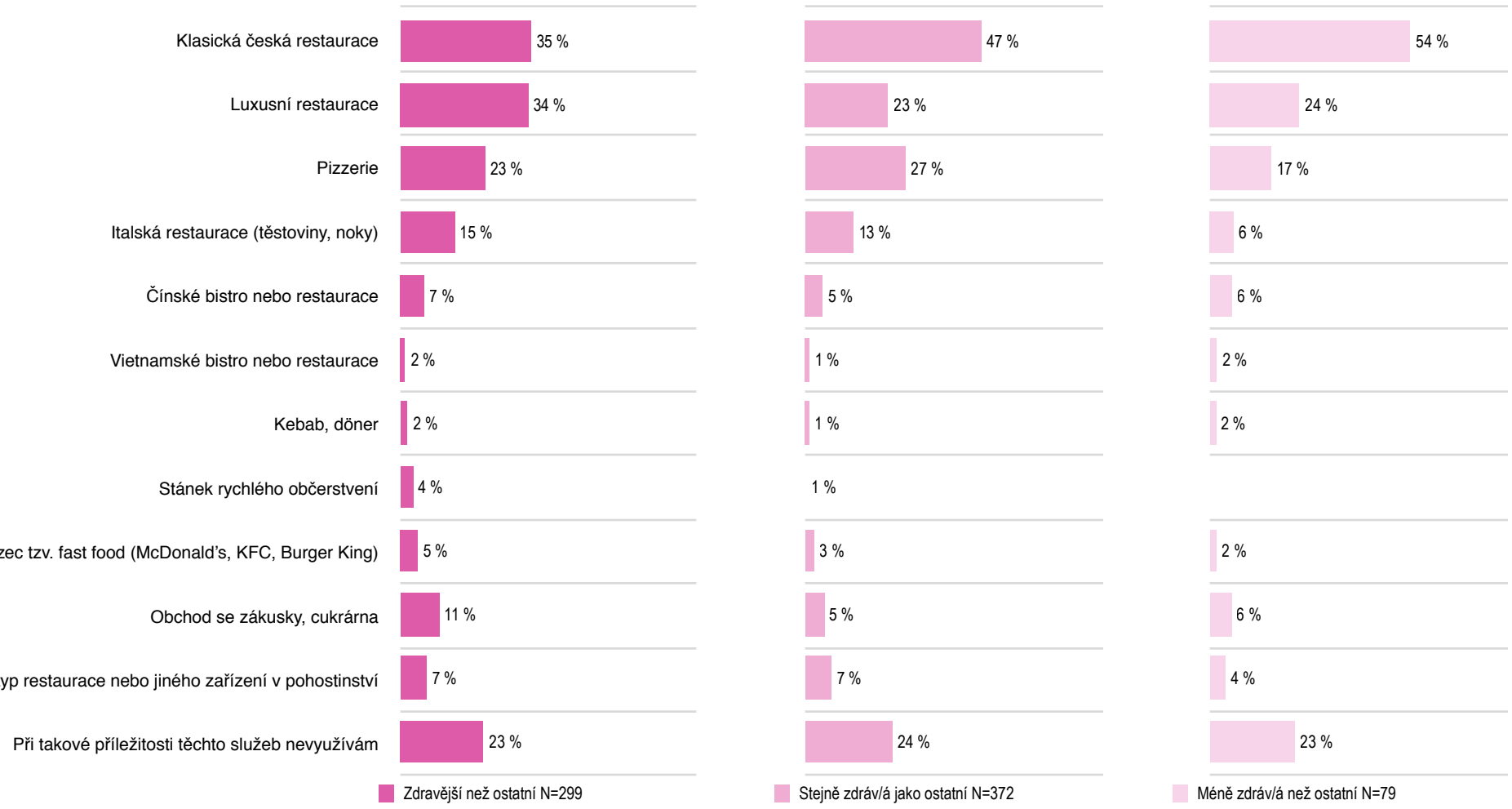
DETAILNÍ VÝSLEDKY
RESTAURACE

VOLBA RESTAURACE PODLE PŘÍLEŽITOSTI



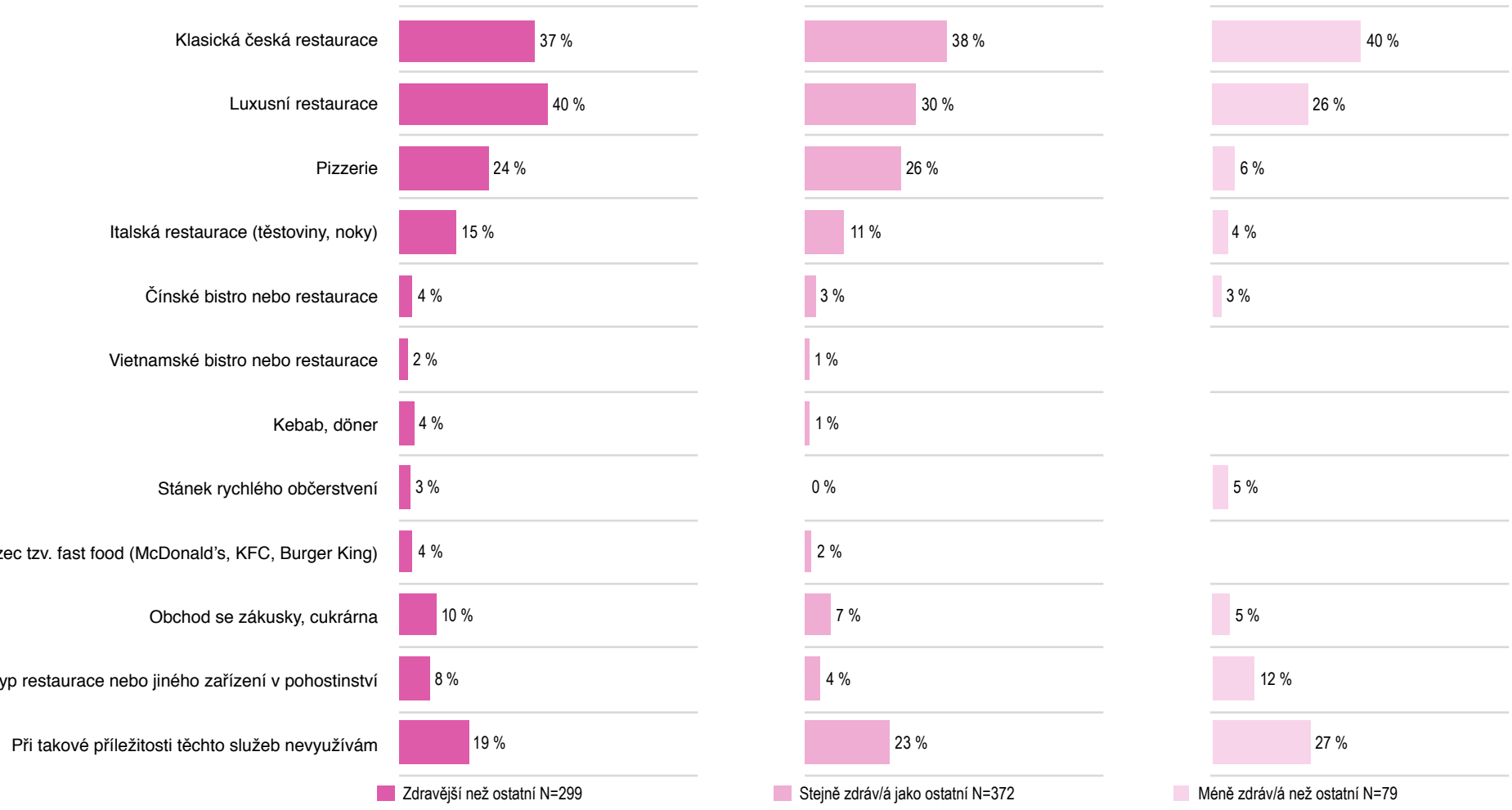
Jak patrno, u vybraných slavnostních příležitostí, vede klasická česká restaurace, následovaná pizzerií. Děti pravděpodobně více vyhledávají pizzerie a fast foody.

OSLAVA SVÁTKU NEBO NAROZENIN A ZDRAVÍ



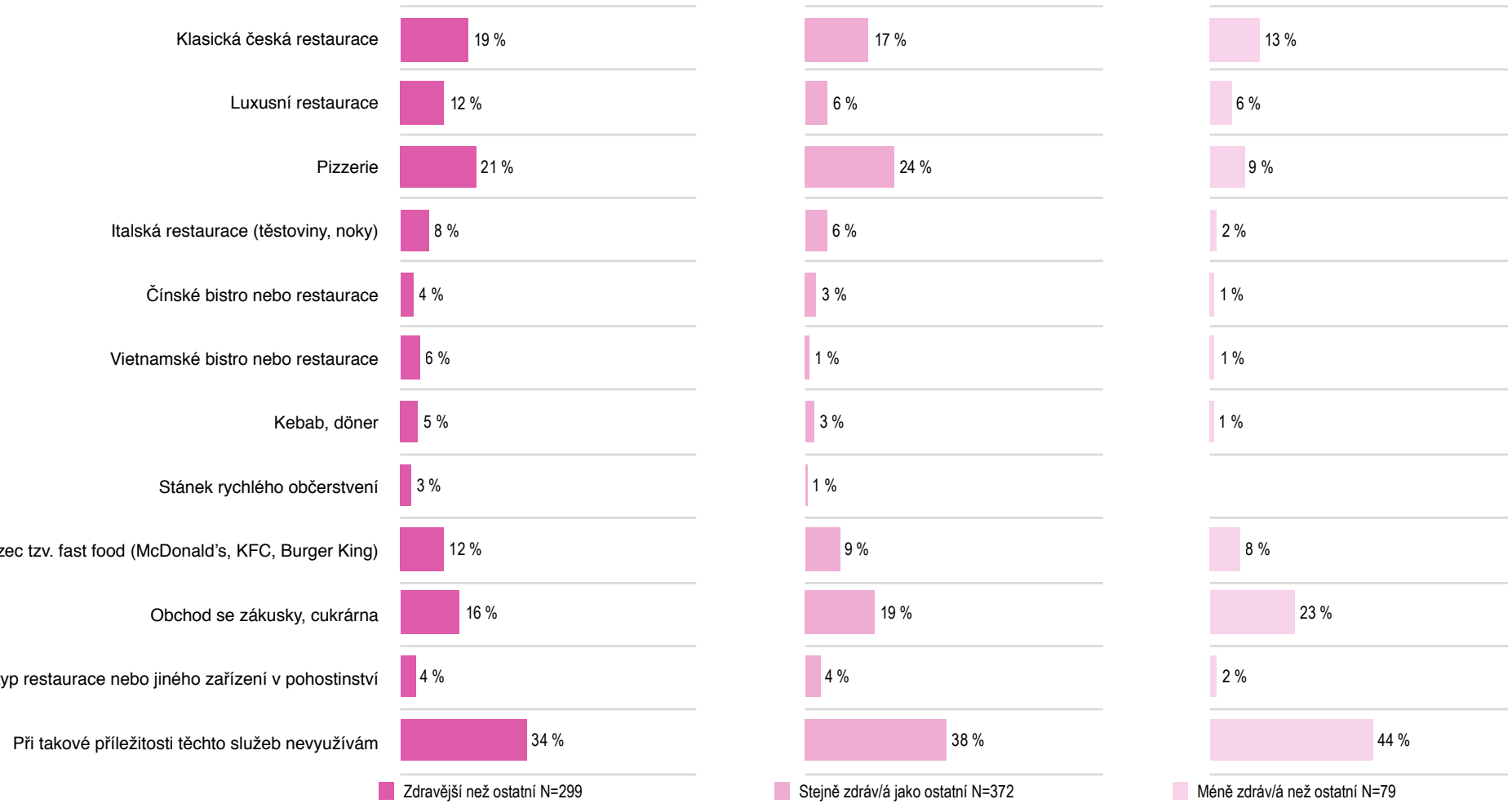
Méně zdravější respondenti více vyhledávají klasické české restaurace.

VÝZNAMNÉ DOSAŽENÉ ÚSPĚCHY V PRÁCI NEBO VE ŠKOLE A VZDĚLÁNÍ



V případě oslav úspěchů volí méně častěji do pizzerií.

KONEC ŠKOLNÍHO ROKU A ZDRAVÍ



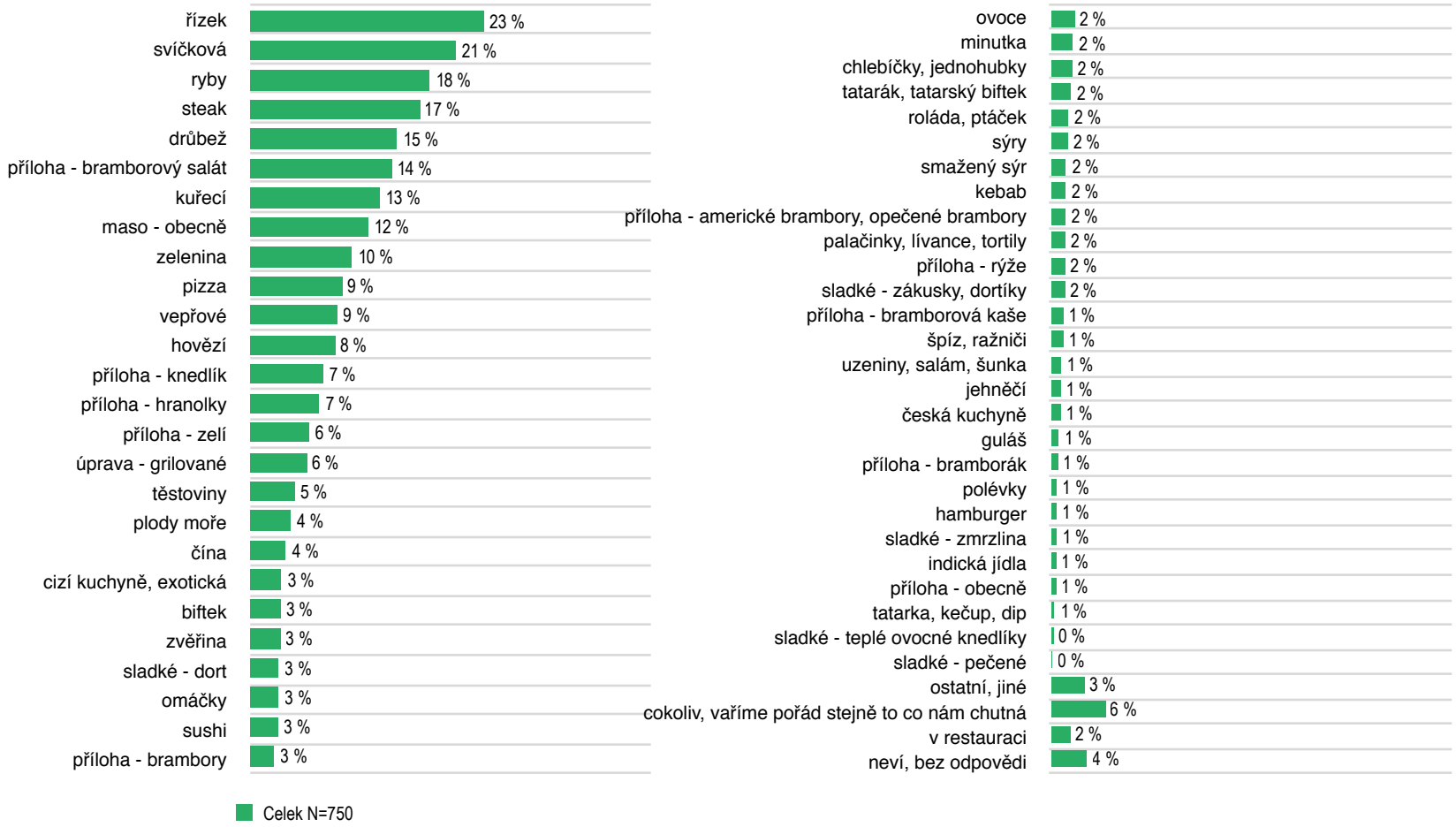
A to i s dětmi na konci školního roku.

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

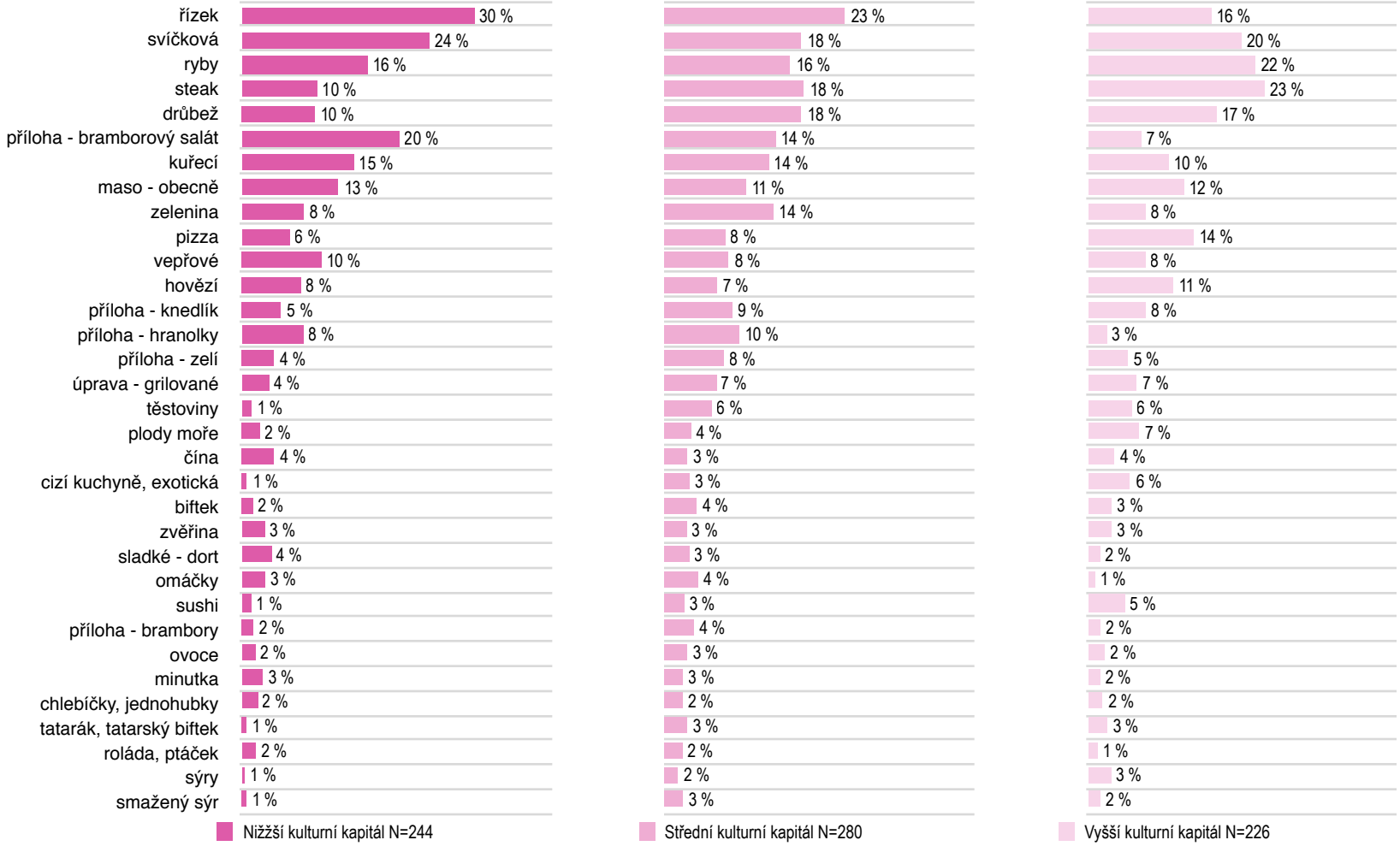
DETAILNÍ VÝSLEDKY
DOPŘÁVÁNÍ SI

OSLAVA JÍDLEM



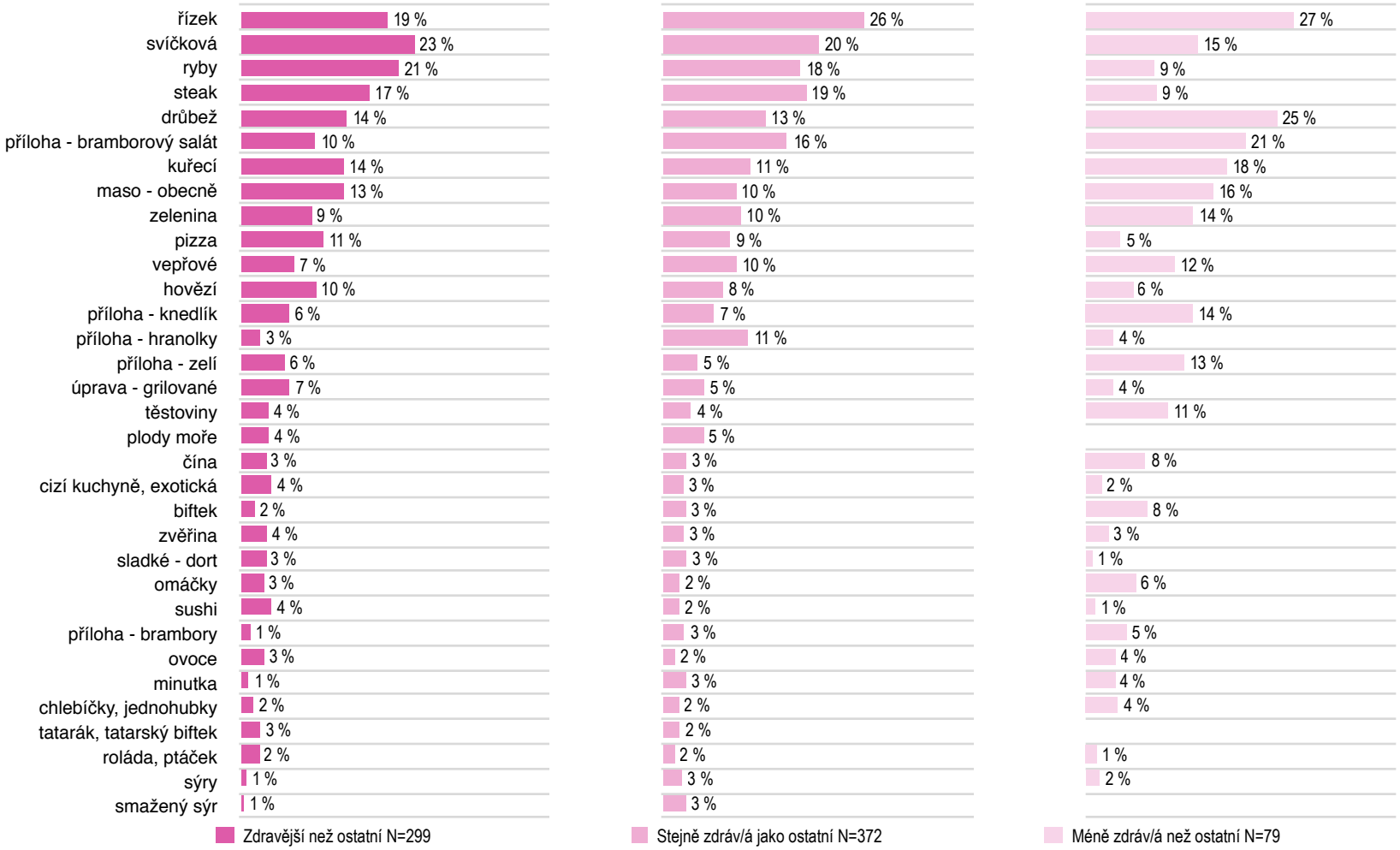
Když si chce česká rodina dopřát, tak volí nejčastěji řízek, svíčkovou, ryby, steak, drůbež. Tedy maso.

OSLAVA JÍDLEM PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



Co konkrétně si lidé dávají, když si chtějí dopřát, je evidentně silným kulturním habitem.

OSLAVA JÍDLEM PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



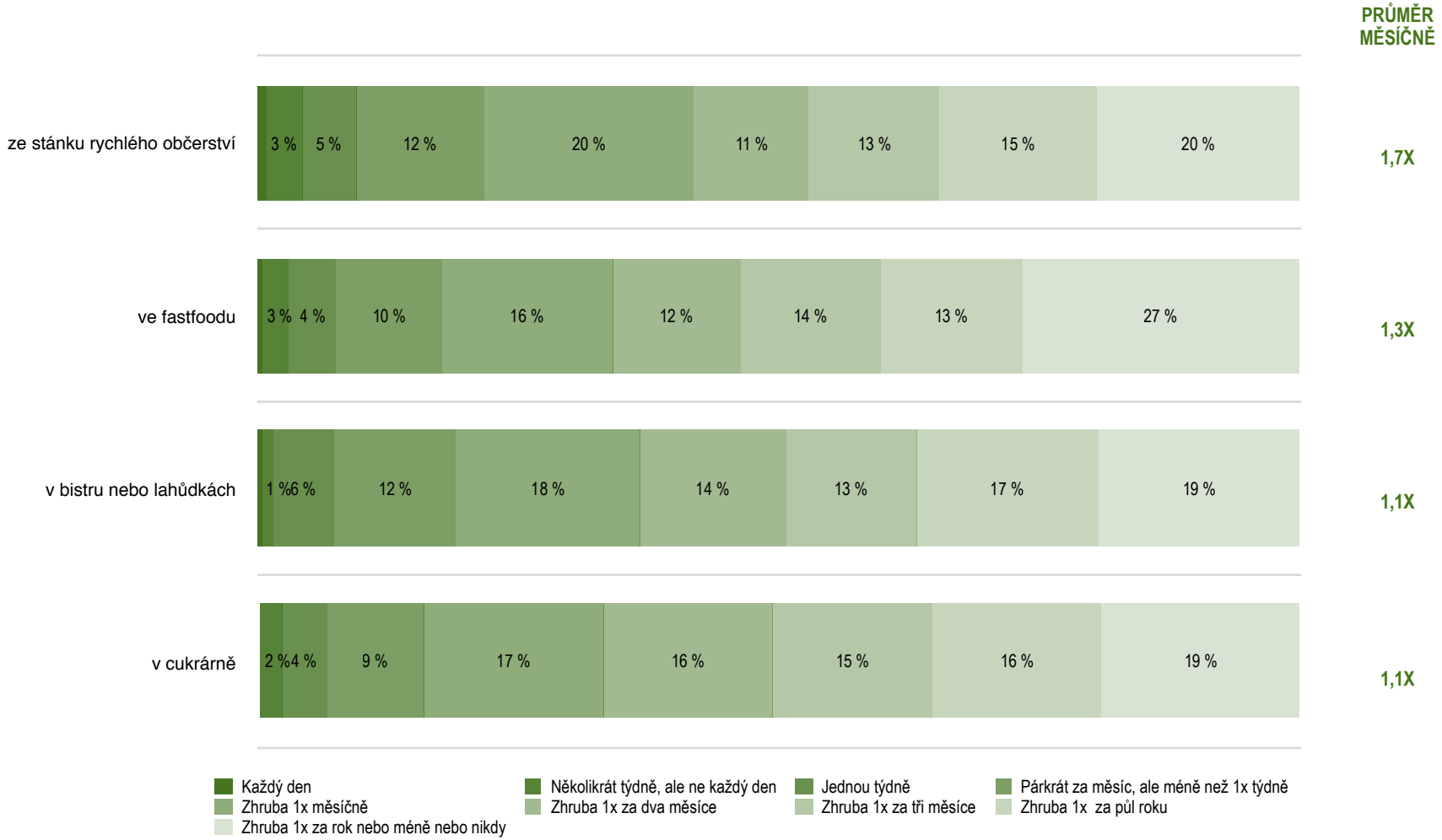
Ti méně zdraví si častěji dopřávají drůbežím, bramborovým salátem, těstovinami a biftekem.

SLAVNOSTNÍ JÍDLO PODLE VĚKU

		Pohlaví		Věk				
	Total N=750	Muž N=368	Žena N=382	18 - 25 let N=120	26 - 35 let N=188	36 - 45 let N=195	46 - 55 let N=157	56 a více let N=90
řízek	23%	20%	**26%**	15%	22%	24%	26%	30%
svíčková	21%	19%	22%	24%	21%	22%	20%	14%
ryby	18%	16%	20%	13%	14%	23%	21%	16%
steak	17%	17%	16%	**26%**	16%	**19%**	15%	6%
drůbež	15%	14%	16%	15%	17%	13%	18%	9%
příloha - bramborový salát	14%	13%	16%	6%	11%	13%	**19%**	**26%**
kuřecí	13%	9%	**17%**	10%	8%	11%	9%	**37%**
maso - obecně	12%	9%	**14%**	15%	9%	9%	14%	15%
zelenina	10%	9%	12%	7%	6%	11%	8%	**27%**
pizza	9%	8%	10%	13%	10%	9%	4%	11%
vepřové	9%	7%	10%	10%	7%	8%	11%	7%
hovězí	8%	9%	8%	10%	13%	6%	10%	
příloha - knedlík	7%	5%	**10%**	8%	5%	7%	9%	8%
příloha - hranolky	7%	7%	7%	4%	2%	9%	4%	**22%**
příloha - zelí	6%	4%	**8%**	5%	7%	4%	8%	7%
úprava - grilované	6%	5%	7%	4%	5%	6%	6%	7%
cokoliv, vaříme pořád stejně to co nám chutná	6%	**8%**	3%	6%	5%	4%	6%	9%
těstoviny	5%	3%	6%	6%	7%	3%	1%	5%
plody moře	4%	5%	4%	3%	8%	2%	5%	1%
čína	4%	4%	4%	1%	3%	1%	5%	**13%**
cizí kuchyně, exotická	3%	4%	3%	1%	**7%**	4%	2%	
biftek	3%	3%	3%	2%	2%	3%	2%	9%
zvěřina	3%	4%	2%	5%	4%	2%	4%	
sladké - dort	3%	2%	4%	3%	4%	4%	2%	
omáčky	3%	3%	3%	4%	2%	4%	2%	4%
sushi	3%	3%	3%	3%	4%	4%	0%	3%
příloha - brambory	3%	2%	3%	4%	2%	3%	1%	4%
ovoce	2%	2%	3%	4%	2%	2%	2%	3%
minutka	2%	1%	**4%**		1%	1%	3%	**9%**
chlebíčky, jednohubky	2%	2%	2%	5%	2%	1%	2%	3%
tatarák, tatarský biftek	2%	3%	2%	1%	1%	2%	5%	3%
v restauraci	2%	1%	3%	3%	4%	2%	0%	
roláda, ptáček	2%	1%	3%	3%	4%	1%	1%	1%
sýry	2%	2%	2%	2%	1%	3%	1%	
smažený sýr	2%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	6%
kebab	2%	**3%**	1%	1%	1%	1%	1%	**8%**
příloha - americké brambory, opečené brambory	2%	2%	2%		2%	1%	4%	
palačinky, lívance, tortily	2%	1%	2%	0%	1%	3%	1%	3%
příloha - rýže	2%	1%	2%	2%	1%	1%	3%	
sladké - zákusky, dortíky	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	
ostatní, jiné	16%	16%	16%	21%	15%	19%	16%	5%

Generační zlom lze spařit u skupiny 56 +, která upřednostňuje kuřecí.

FREKVENCE JÍDEL PODLE MÍSTA



Z nezdravých tipů stravovacích zařízení jsou nejčastěji využívané stánky rychlého občerstvení a fastfoody.

FREKVENCE JÍDEL PODLE MÍSTA A PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU
PRŮMĚR MĚSÍČNĚ

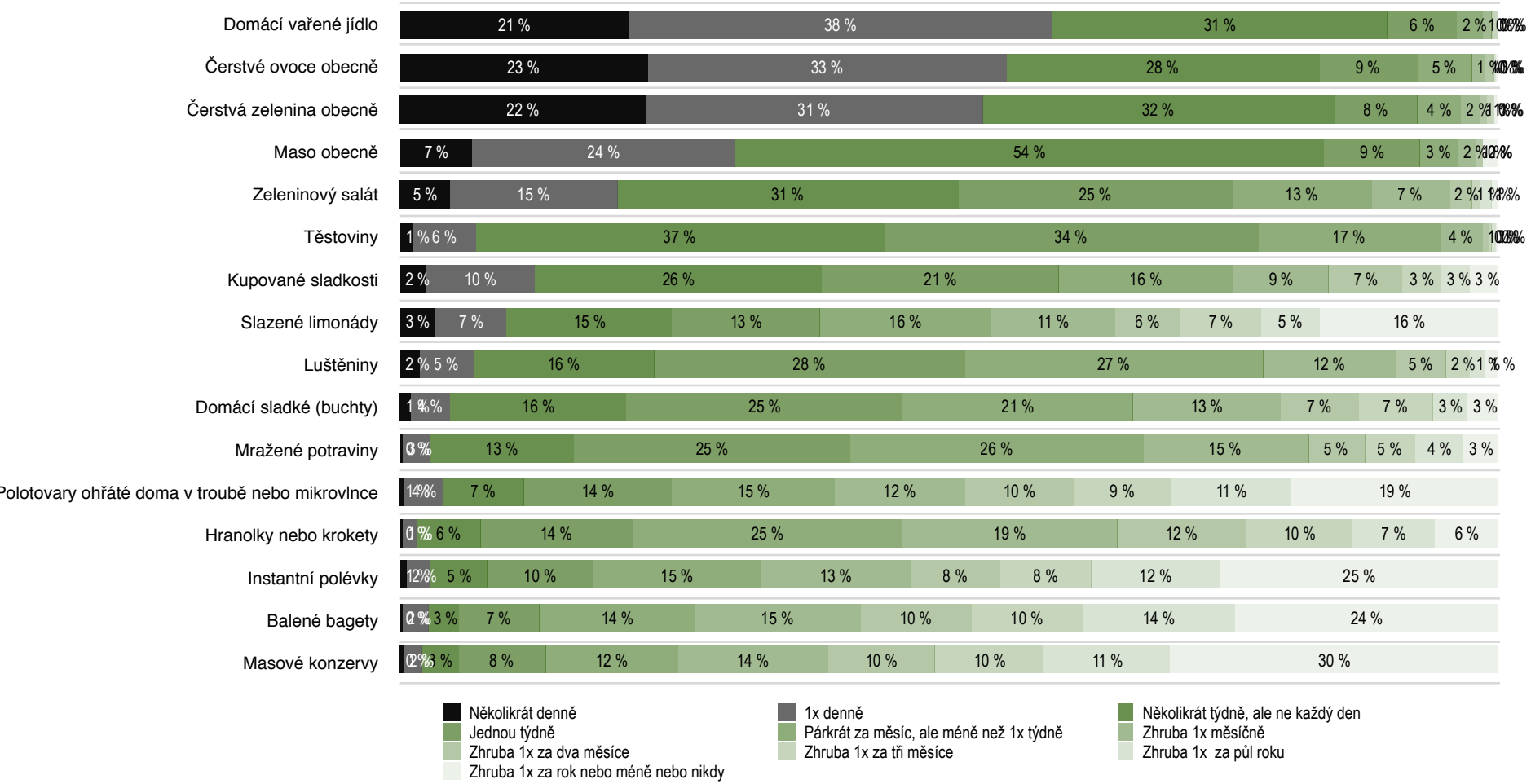
Kromě bistra s lahůdkami je zde patrný vliv kultury stolování.

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

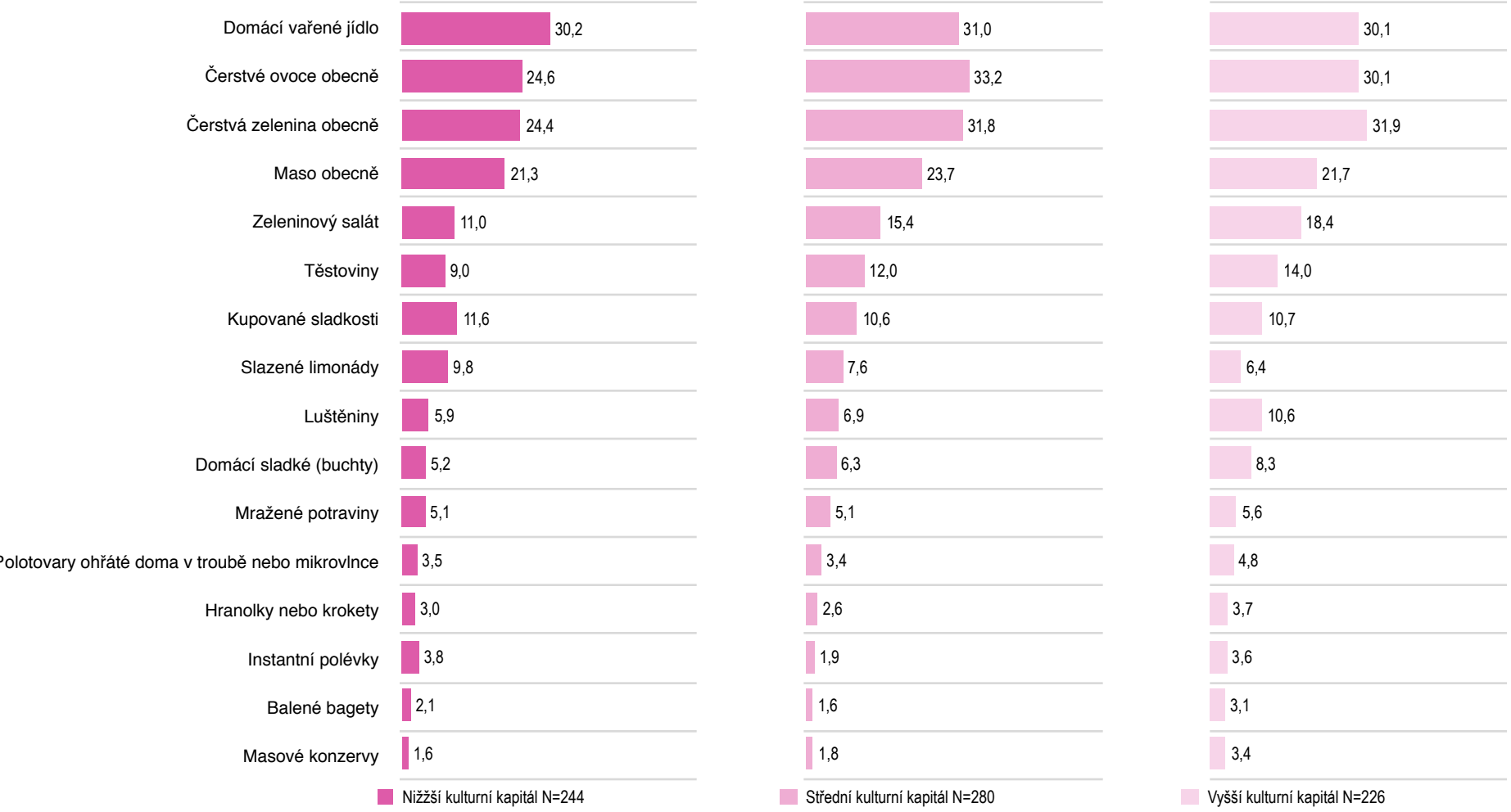
DETAILNÍ VÝSLEDKY
KONZUMOVANÁ JÍDLA

FREKVENCE KONZUMACE VYBRANÝCH POTRAVIN



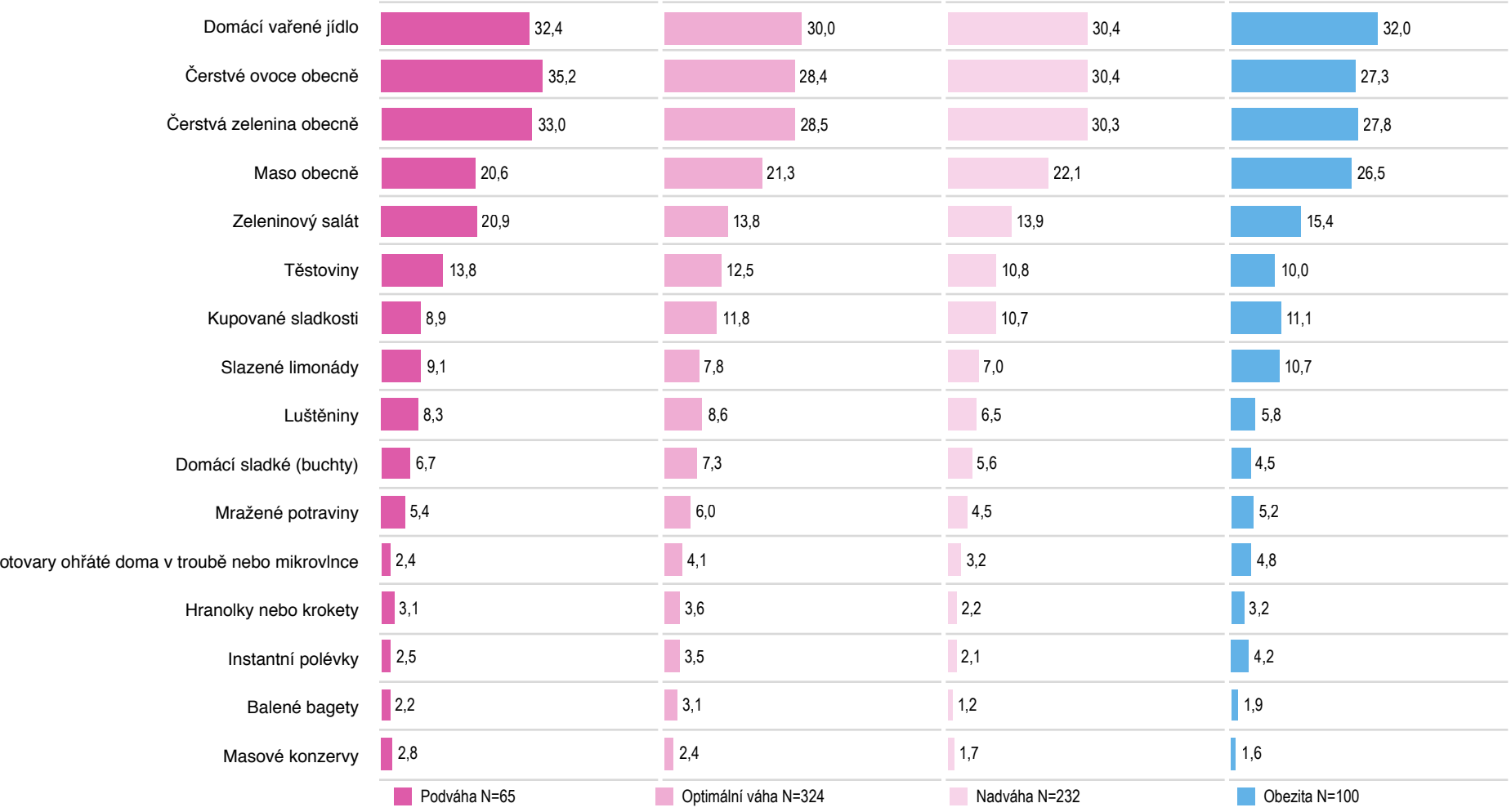
47 % respondentů nejí aspoň jednou denně čerstvou zeleninu.

POČET JÍDEL MĚSÍČNĚ PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



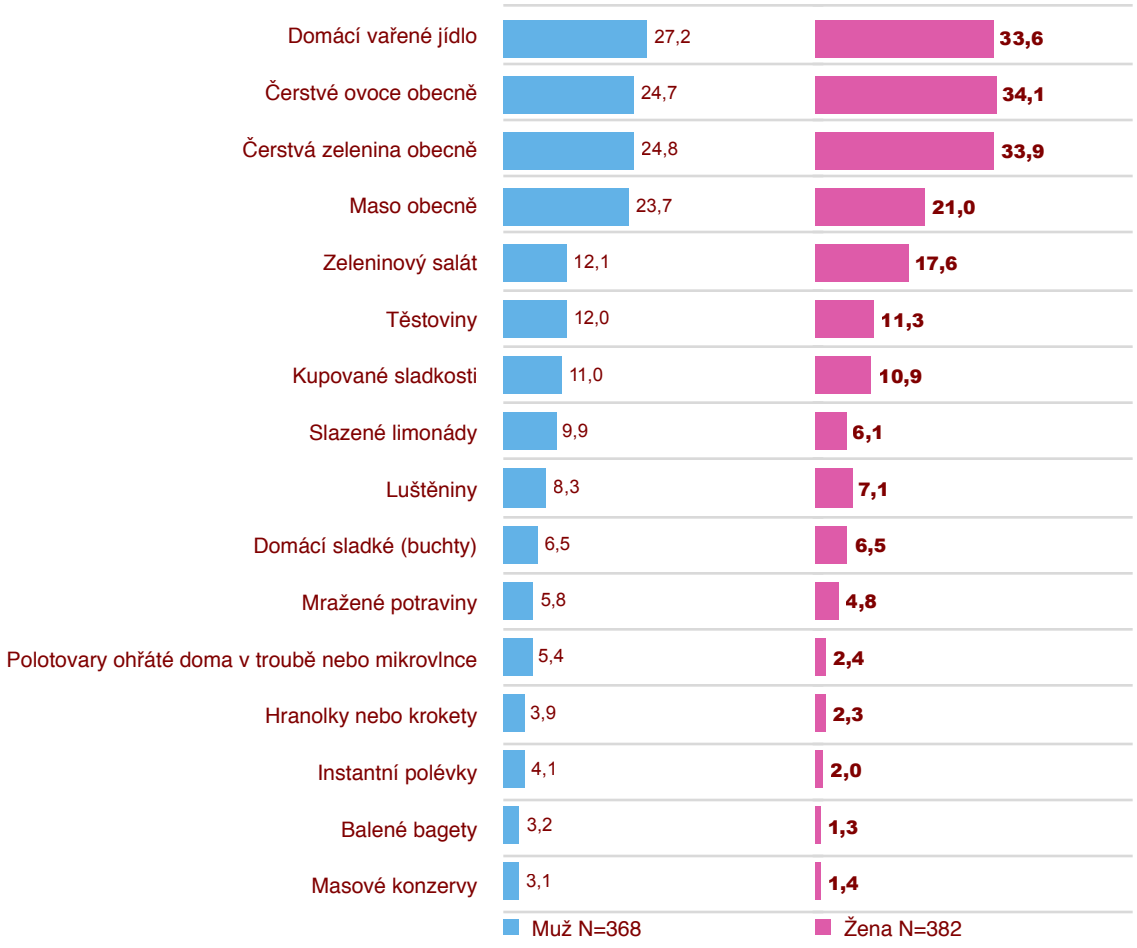
Lze říci, že konzumace ovoce, zeleniny, zeleninového salátu a luštěnin je věcí kulturního kapitálu a tedy i osvěty.

POČET JÍDEL MĚSÍČNĚ PODLE BMI



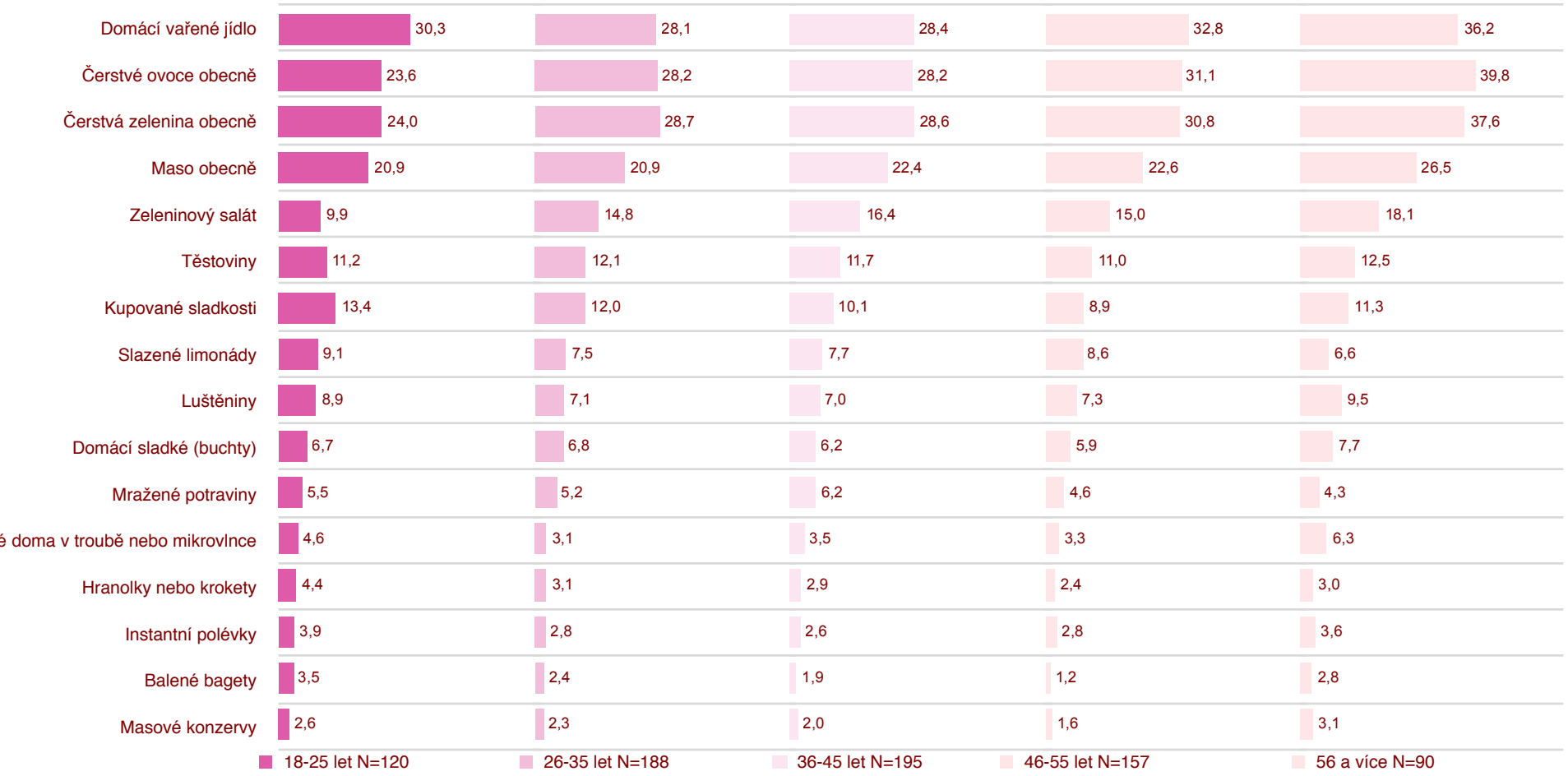
Obézní respondenti preferují maso před zeleninovým salátem.

MĚSÍČNĚ KONZUMOVANÉ POTRAVINY PODLE POHLAVÍ



Ženy více jedí jak domácí jídlo, tak ovoce a zeleninu, muži jsou více odkázáni na polotovary a restaurace a více si libují v mase.

MĚSÍČNĚ KONZUMOVANÉ POTRAVINY PODLE VĚKU



S věkem roste zdravější složení potravin.

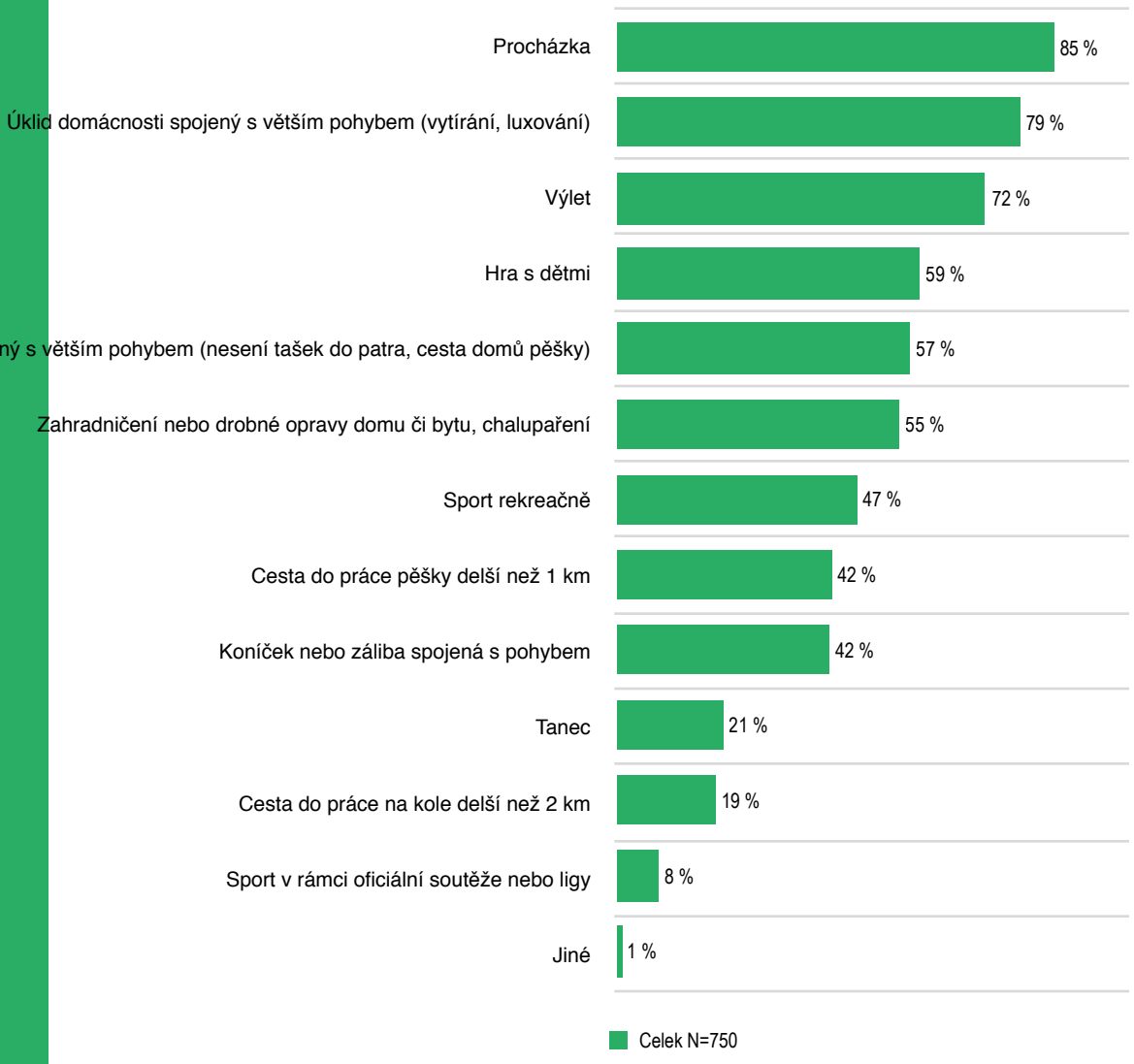
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

DETAILNÍ VÝSLEDKY
POHYB OBECNĚ

AKTIVITY ZA POSLEDNÍ PŮLROK

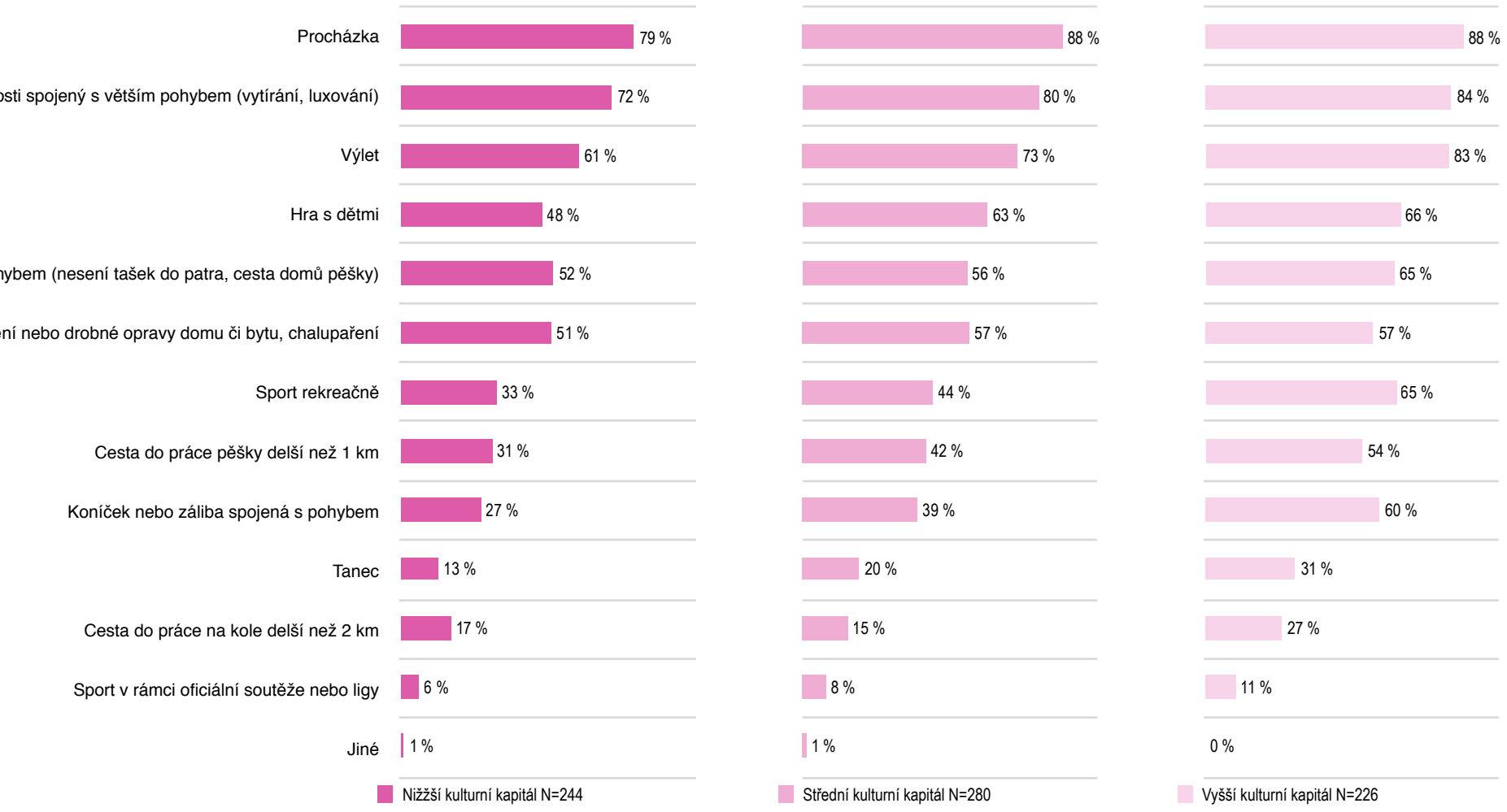
Pouze 15 % respondentů nebylo za poslední půl rok ani jednou na procházce.



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

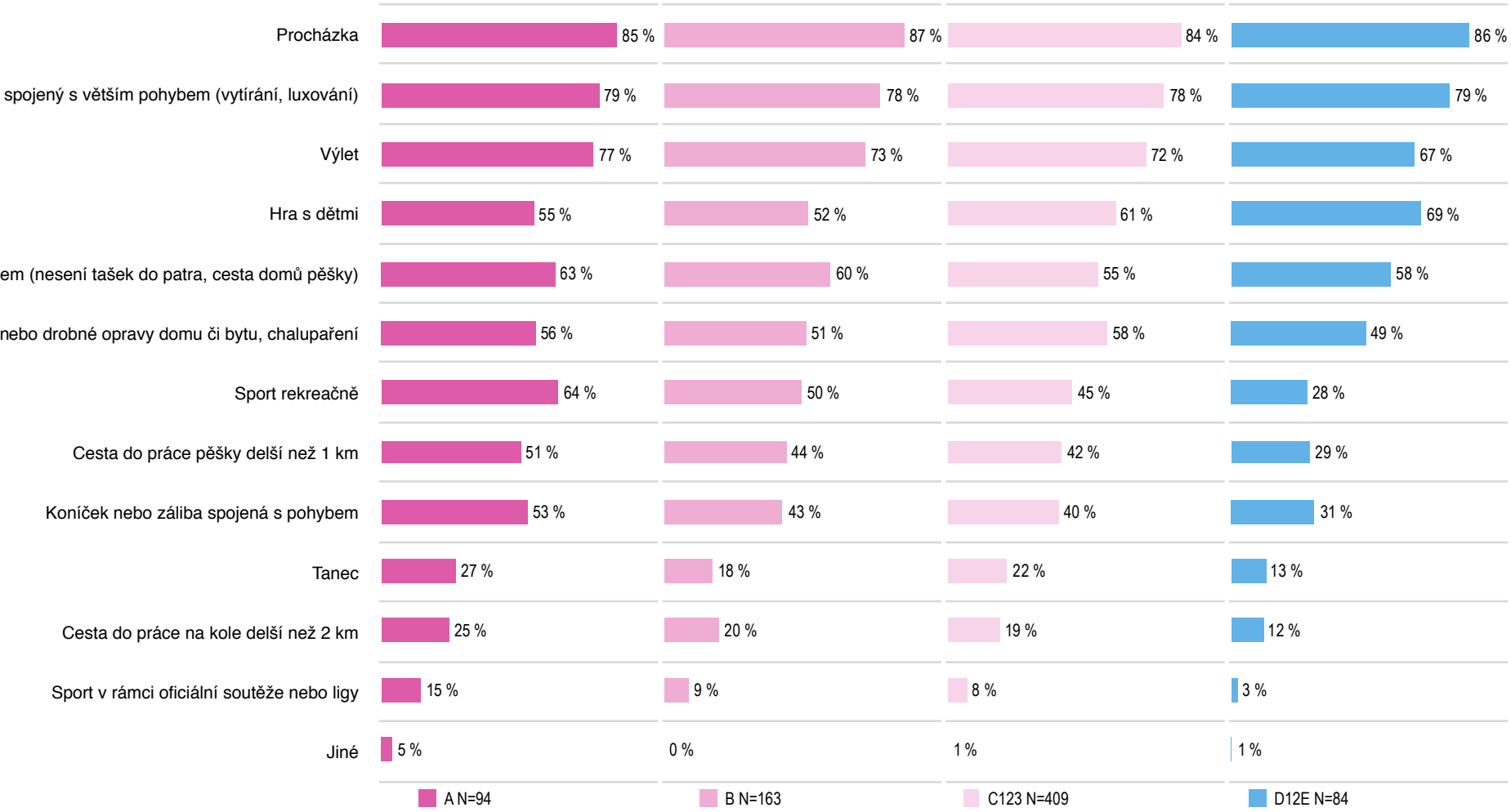
NADACE

AKTIVITY ZA POSLEDNÍ PŮLROK PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



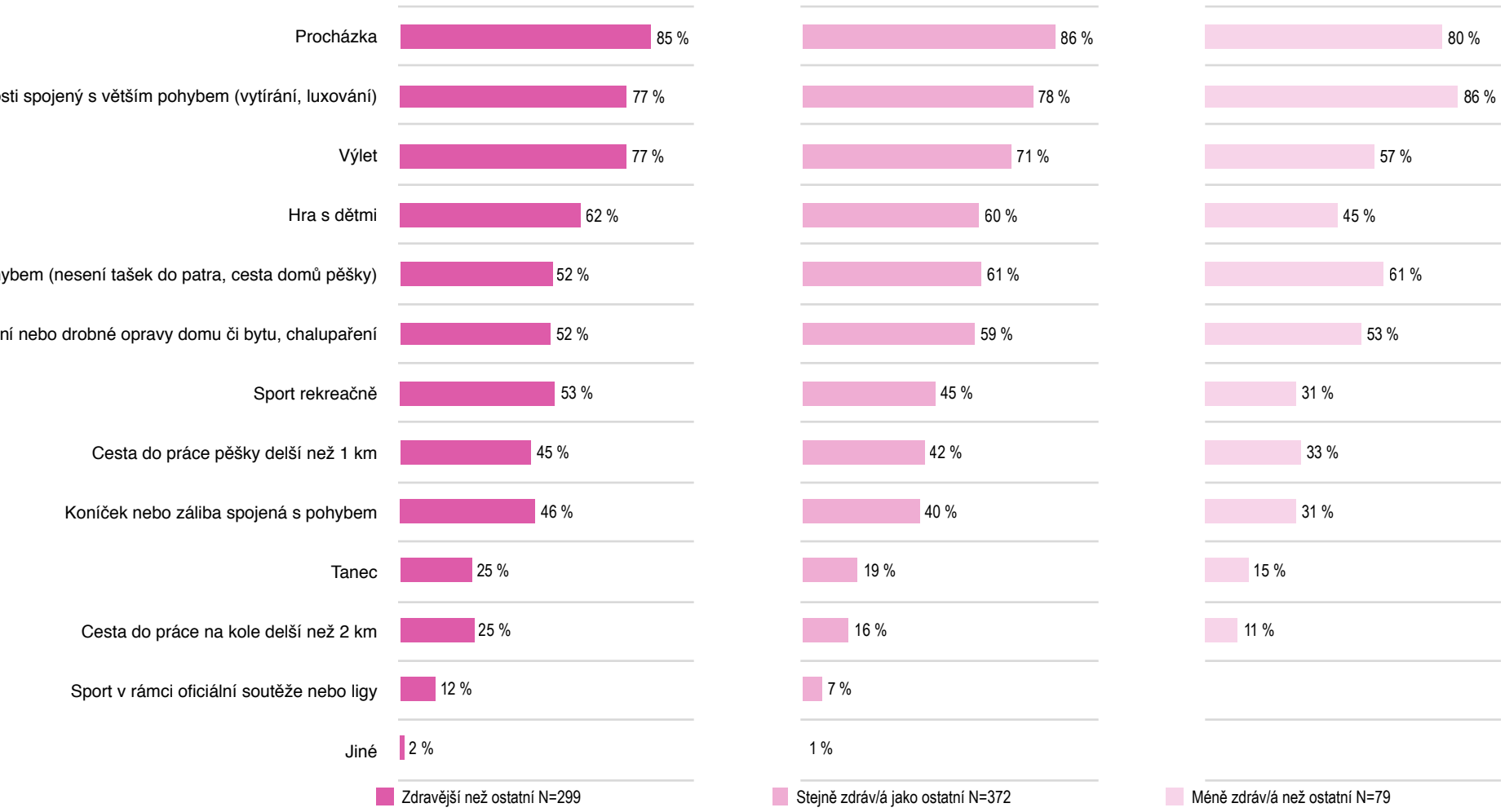
Obecně je stejně jako u jídla i pohyb (jako jeden z výrazů aktivního přístupu k životu) věcí kulturního kapitálu.

AKTIVITY ZA POSLEDNÍ PŮLROK PODLE SE STATUSU



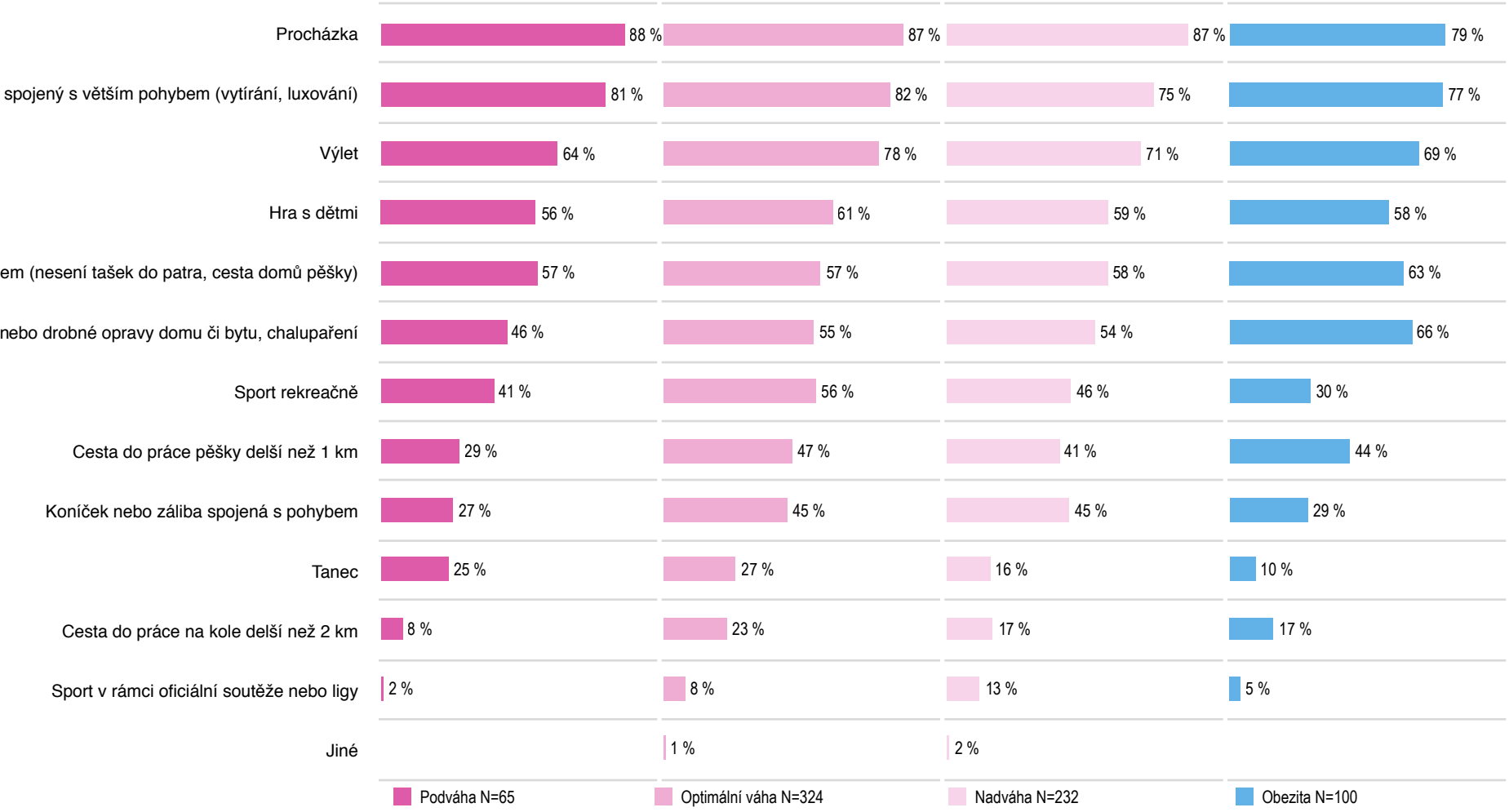
V domácnostech s vyšším SE statusem se lidé více věnují sportu, cestě do práce pěšky, koníčkem spojeným s pohybem.

AKTIVITY ZA POSLEDNÍ PŮLROK PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



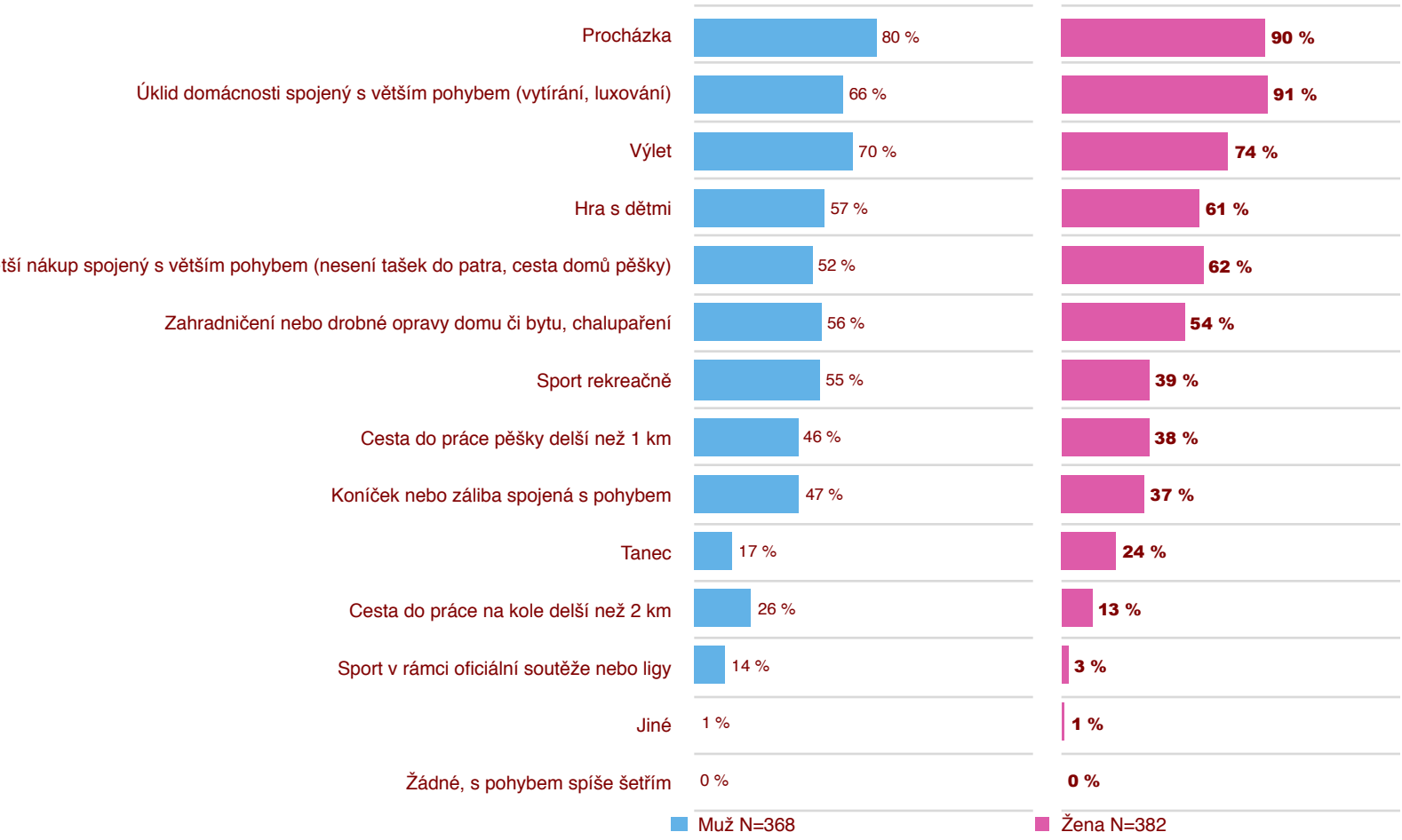
Méně zdraví respondenti méně častěji deklarují, že by chodili na výlet, hráli si s dětmi, rekreačně sportovali apod.

AKTIVITY ZA POSLEDNÍ PŮLROK PODLE BMI



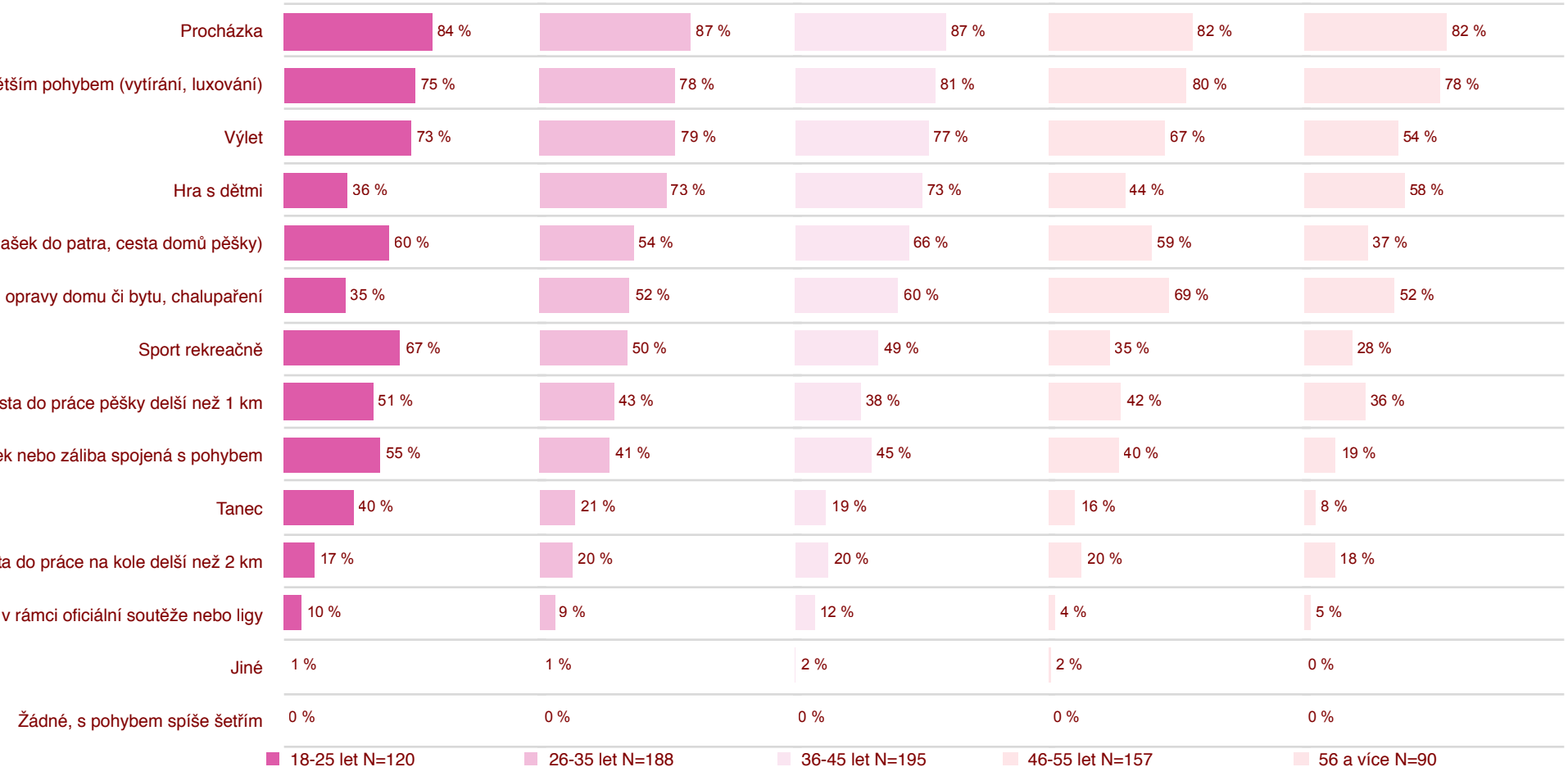
Podobně obézní respondenti.

POHYBOVÉ AKTIVITY DLE POHLAVÍ



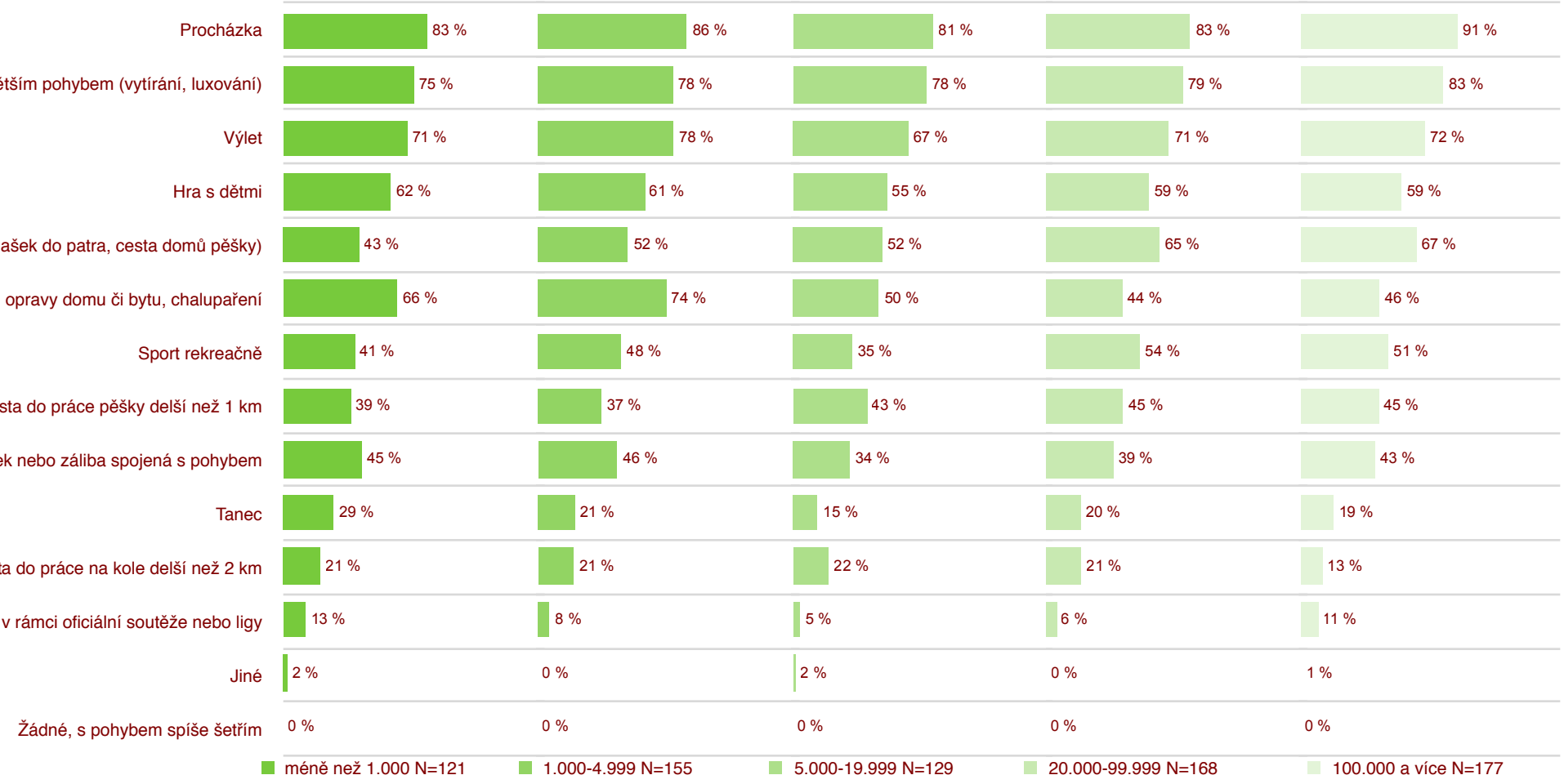
Pro muže je častější pohyb pro pohyb a pohyb během cesty do práce, ženy mají více pohybu spojeného s péčí o domácnost.

POHYBOVÉ AKTIVITY DLE VĚKU



Hra s dětmi rozpohybuje Čechy v momentě, kde jsou malé, nebo když už mohou mít vnoučata. Mladí sportují, v mladším produktivním věku se hýbeme s dětmi.

POHYBOVÉ AKTIVITY DLE VELIKOSTI BYDLIŠTĚ



Na vesnici se více zahradničí, ve městech zase nakupuje.

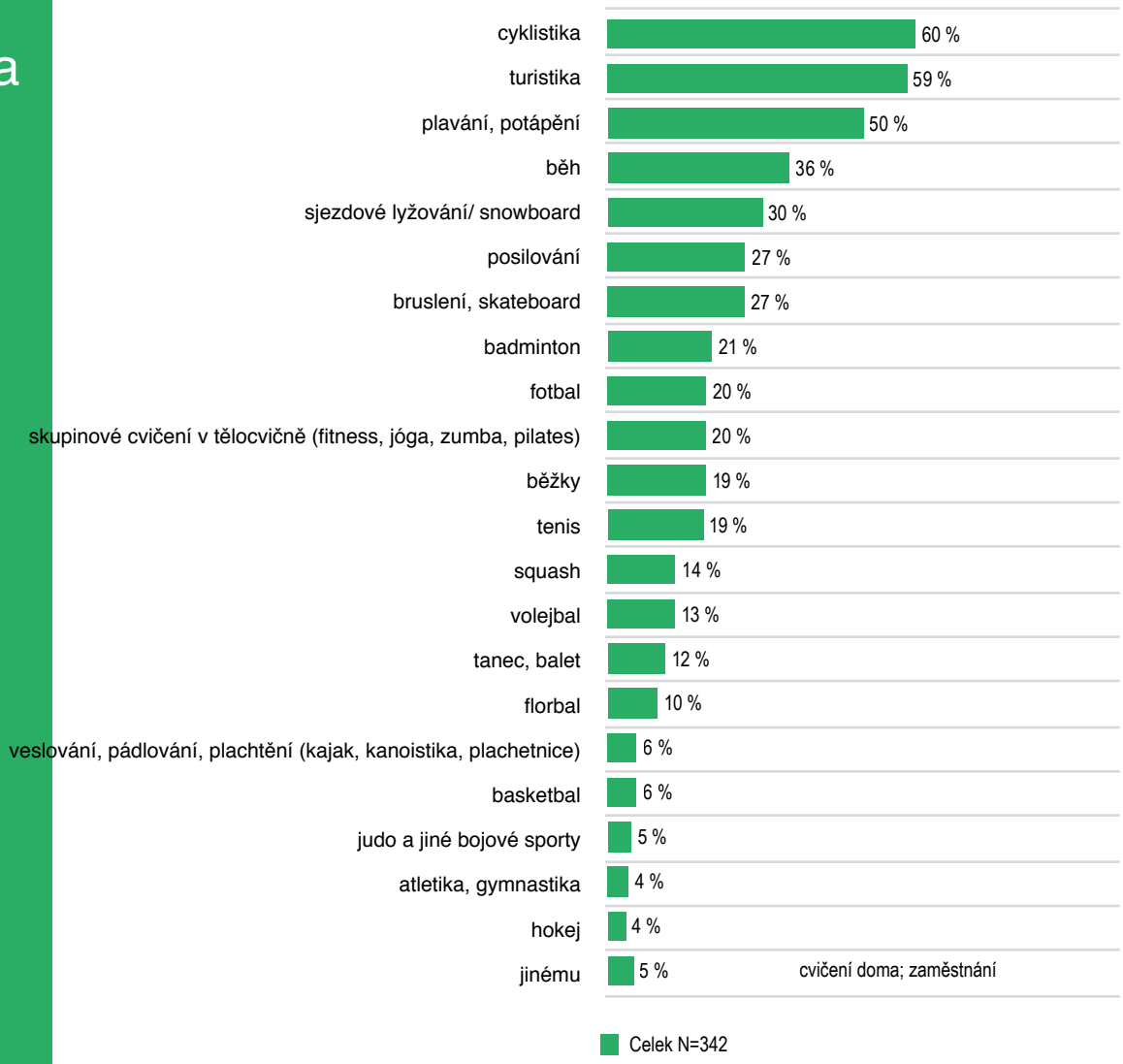
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

DETAILNÍ VÝSLEDKY
SPORT

Dobře známá struktura českých sportů.

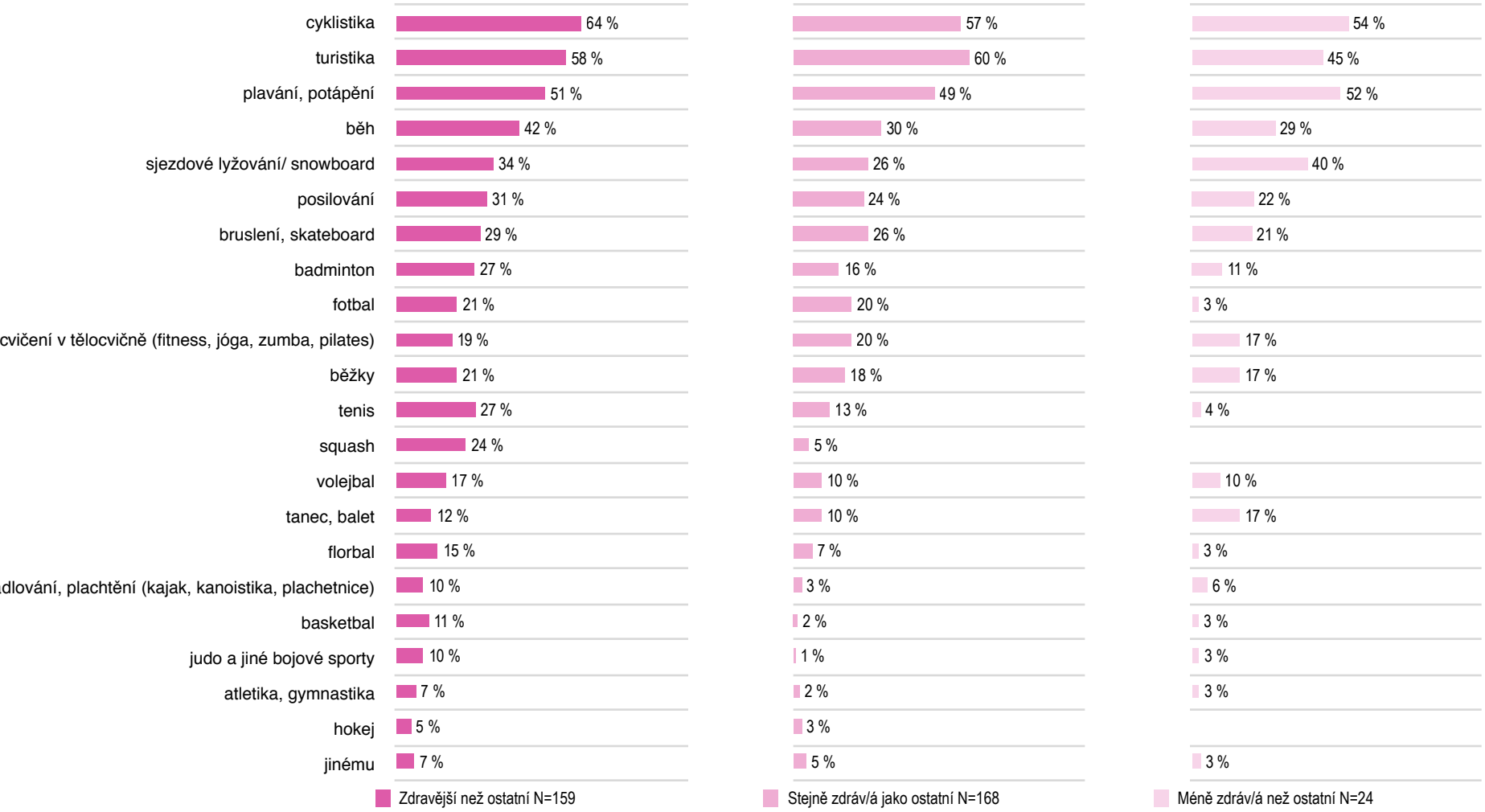
PROVOZOVANÉ SPORTY REKREAČNĚ



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

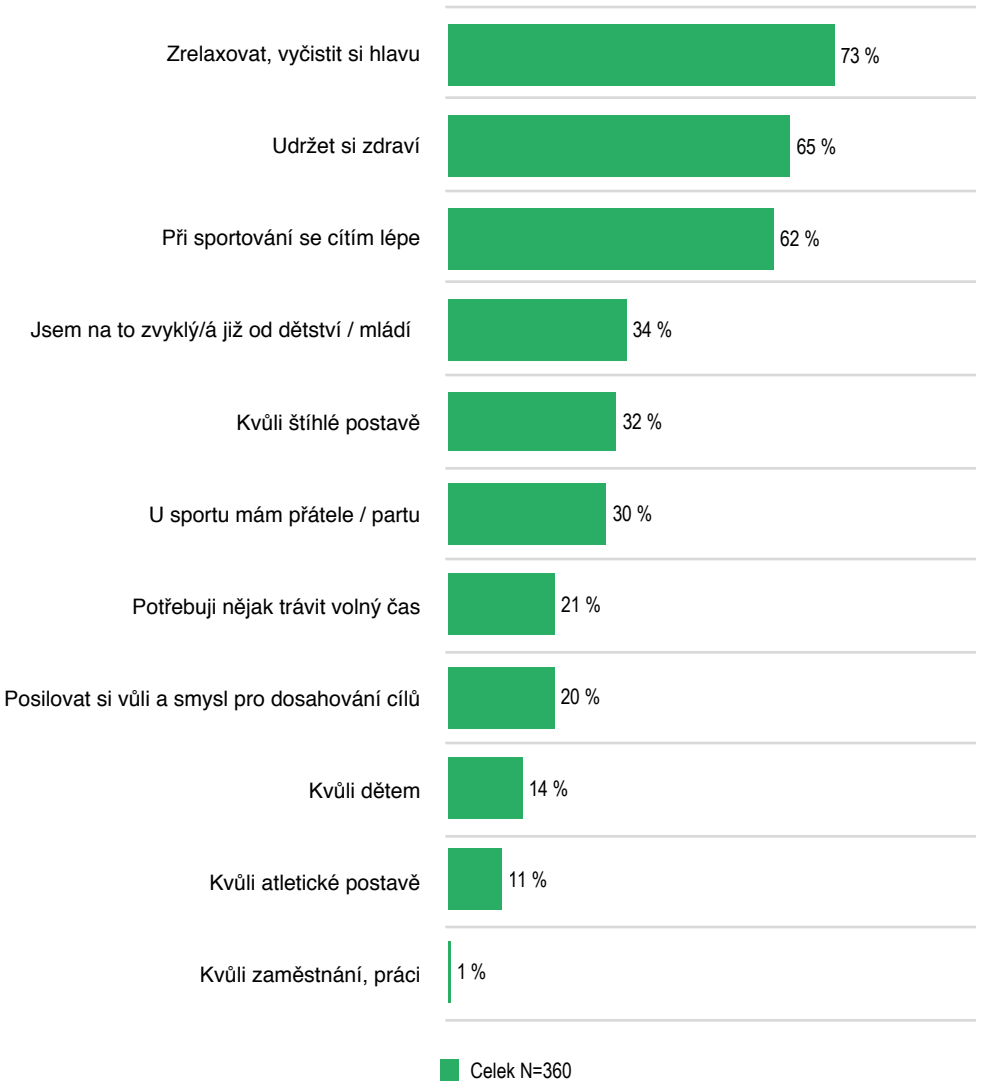
REKREAČNÍ SPORTY PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



Badminton, tenis, squash, veslování, basketbal a bojové sporty jsou častěji uváděny těmi, kdo se považují za více zdravé.

Pro respondenty je sport především způsob relaxace, případně snahou udržet si zdraví.

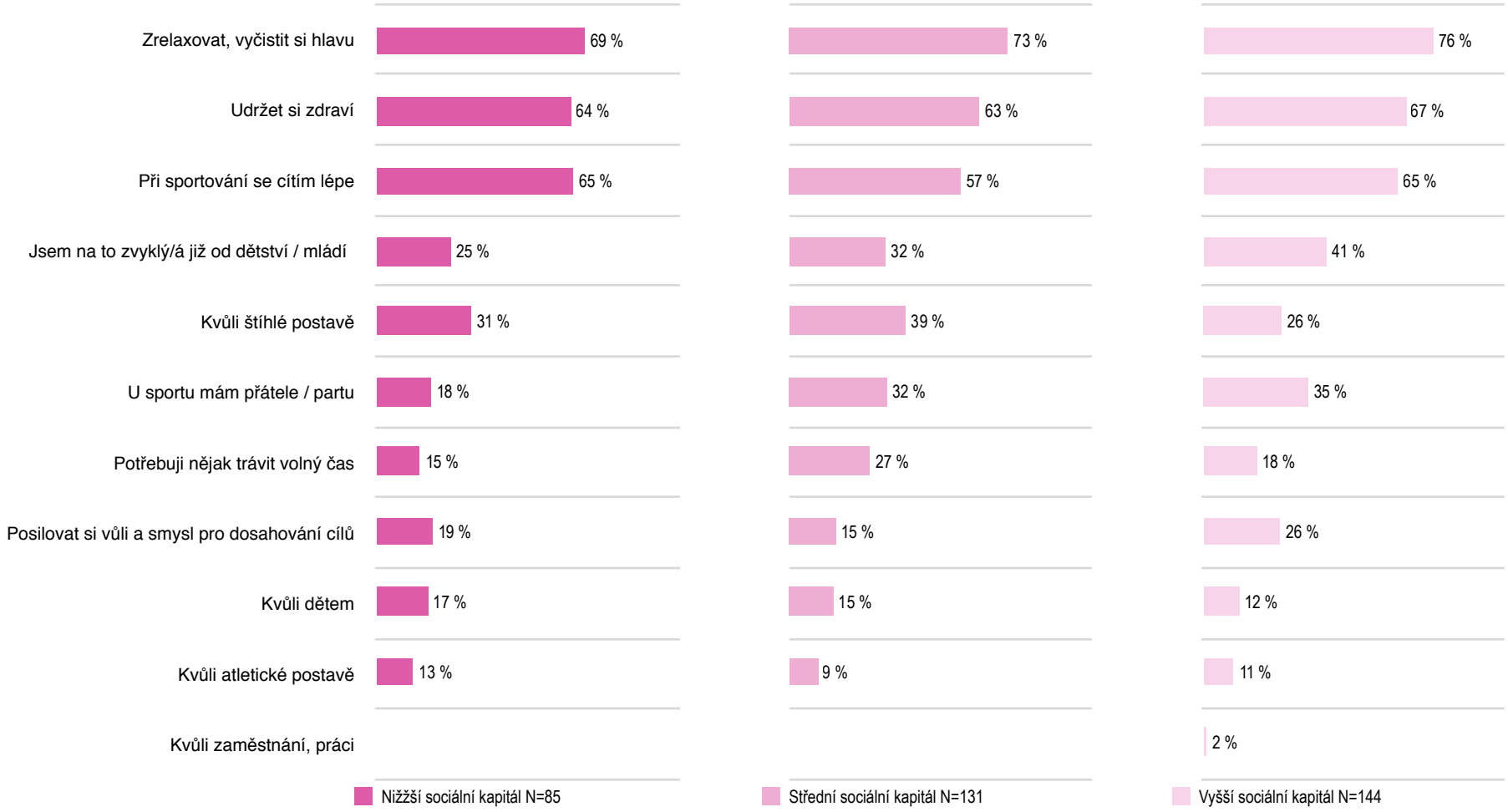
DŮVODY PROVOZOVÁNÍ SPORTU



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

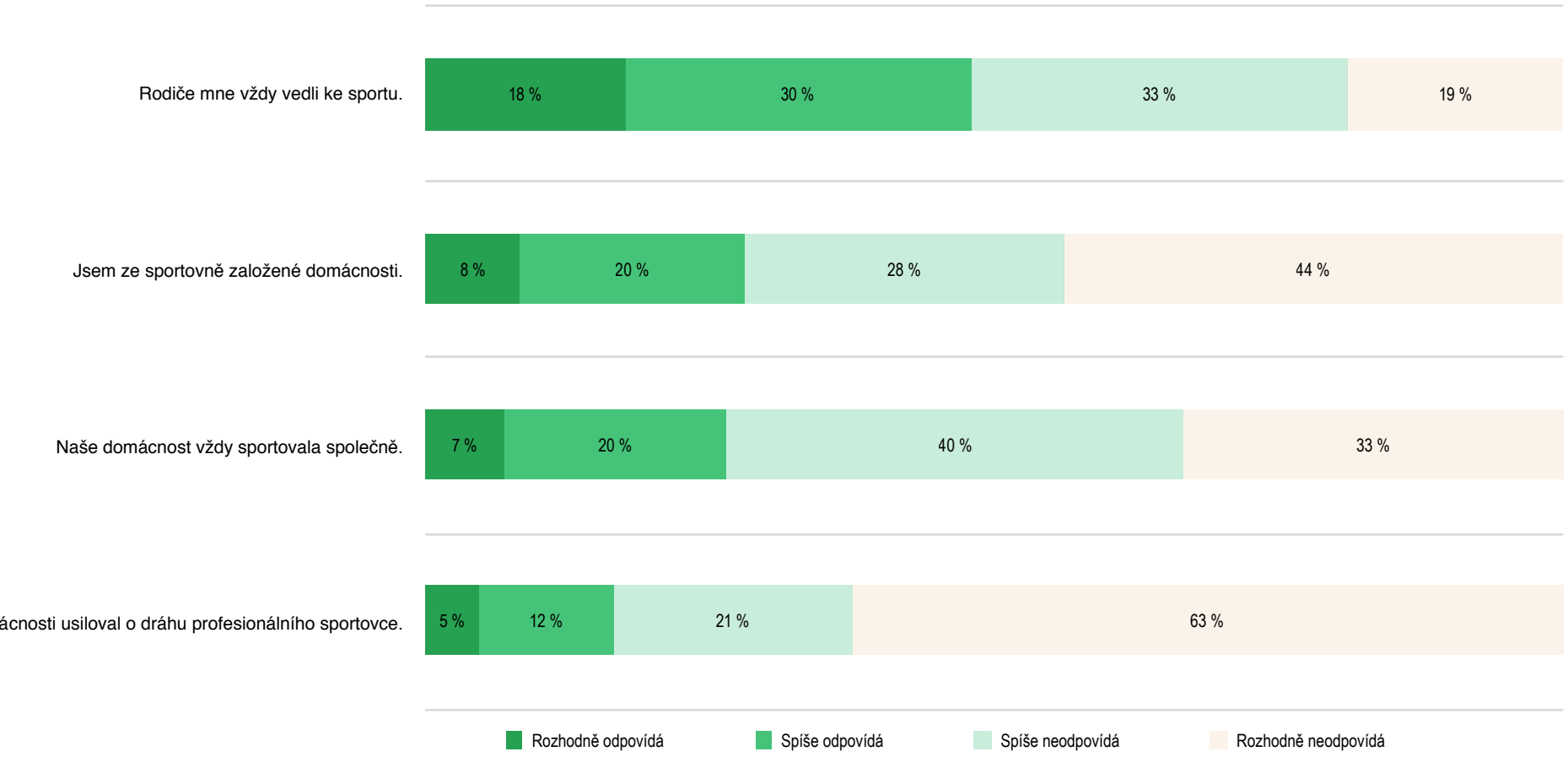
NADACE

DŮVODY PROVOZOVÁNÍ SPORTU PODLE SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU



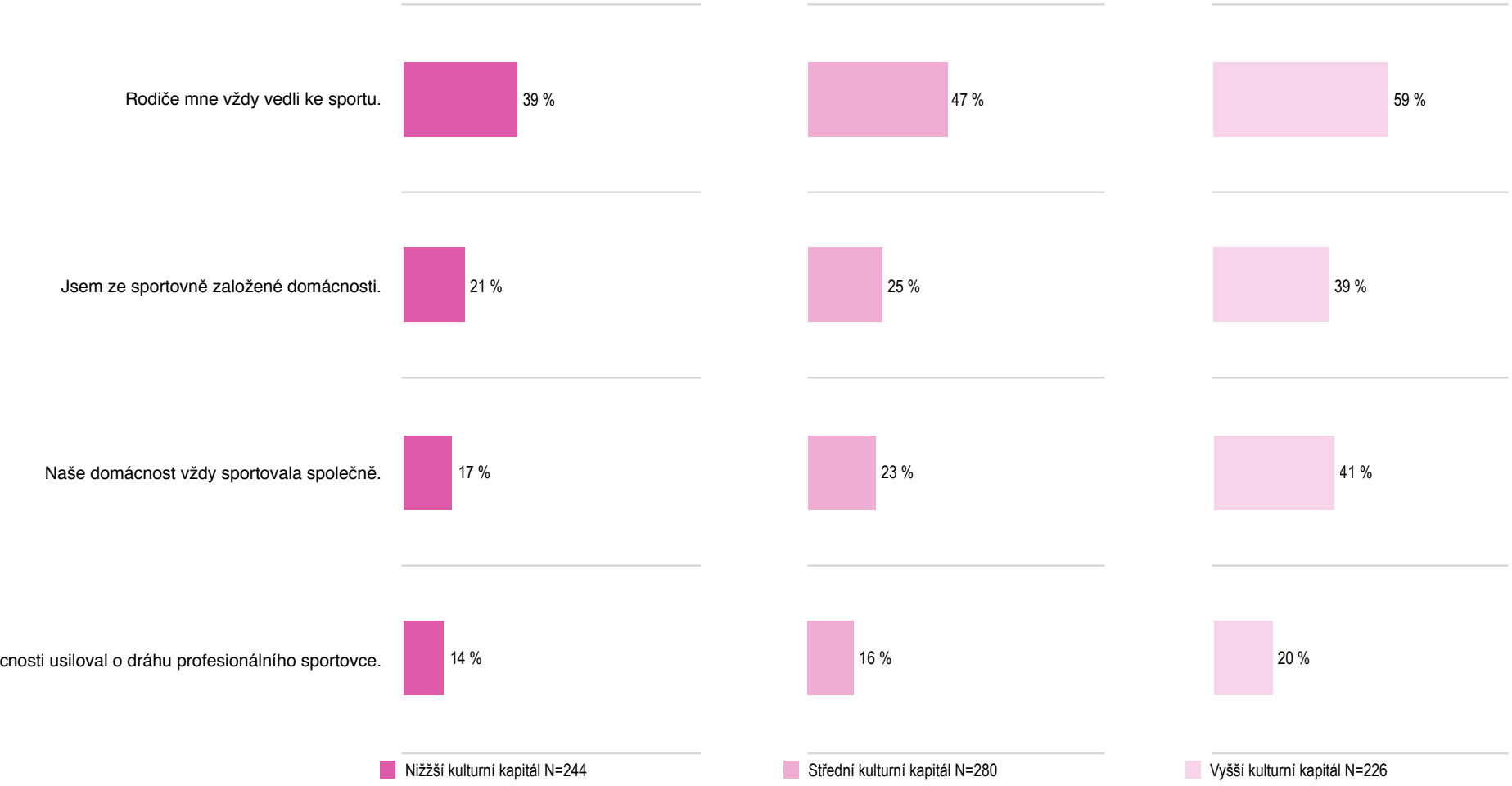
Vyšší sociální kapitál je spojen s méně účelovými důvody sportování.

SPORT A RODINNÉ HODNOTY



Pouze polovina respondentů může říci, že by je rodiče vedli ke sportu.

SPORT A RODINNÉ HODNOTY PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



V Česku jsou sportovně založené rodinné zvyky a hodnoty spojeny s vyšším kulturním kapitálem.

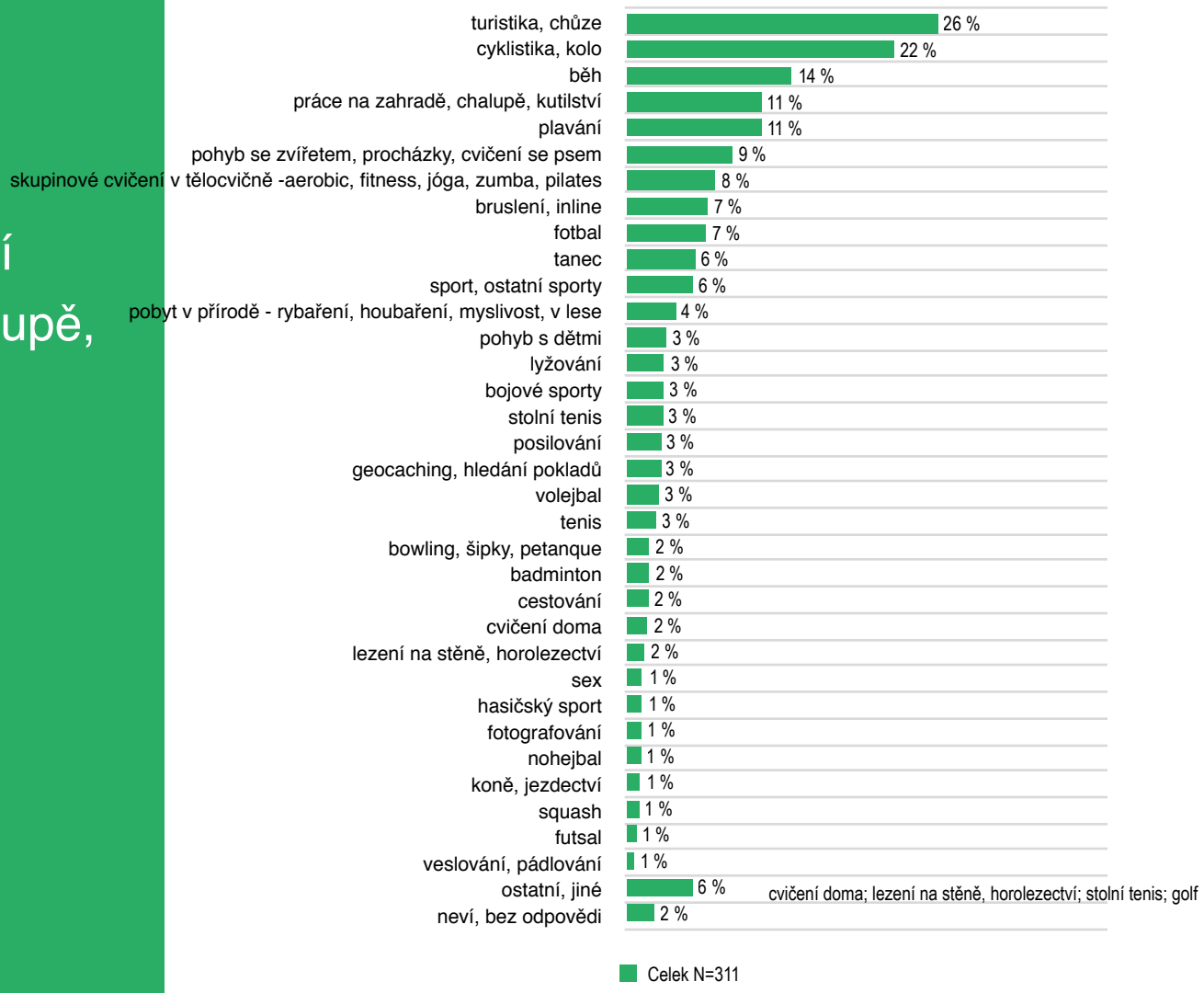
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

DETAILNÍ VÝSLEDKY
PROCHÁZKY

POHYBOVÁ ZÁLIBA

Kromě sportů sem patří
práce na zahradě, chalupě, kutilství
a pohyb se zvířetem.



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

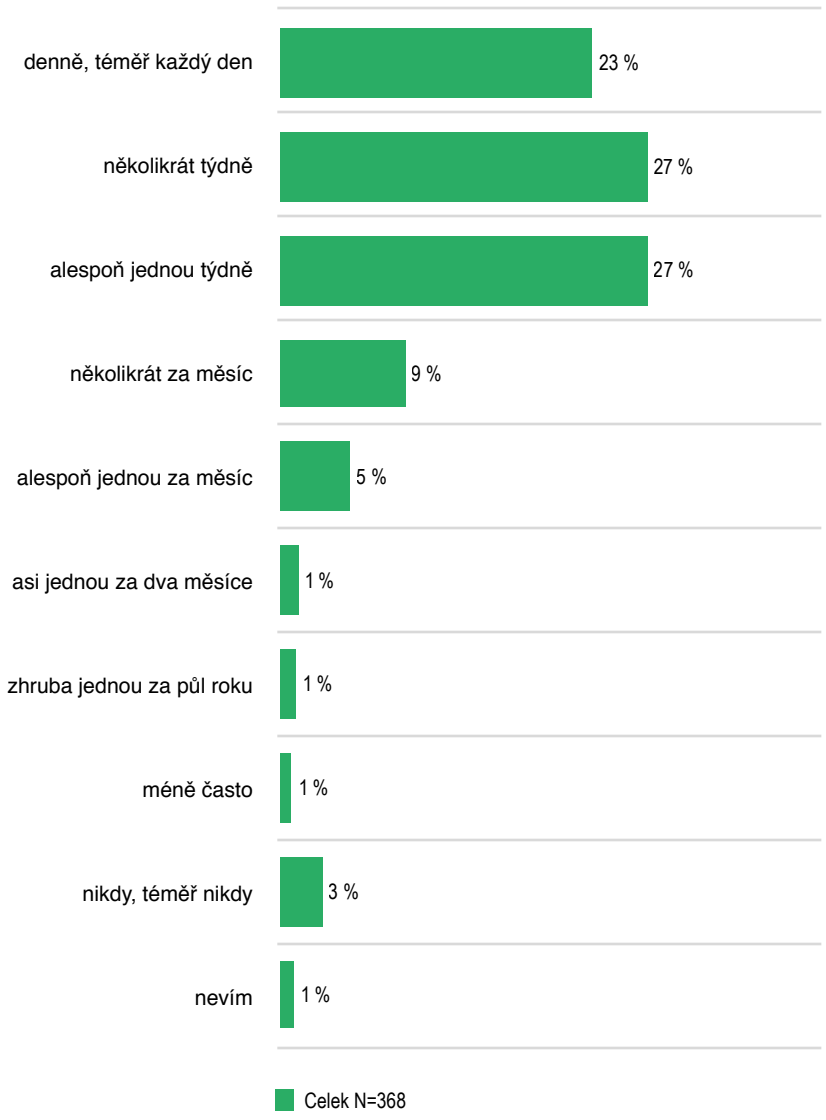
NADACE

S dětmi v nižším školním věku chodí aspoň jednou týdně na procházku 77 % domácností.

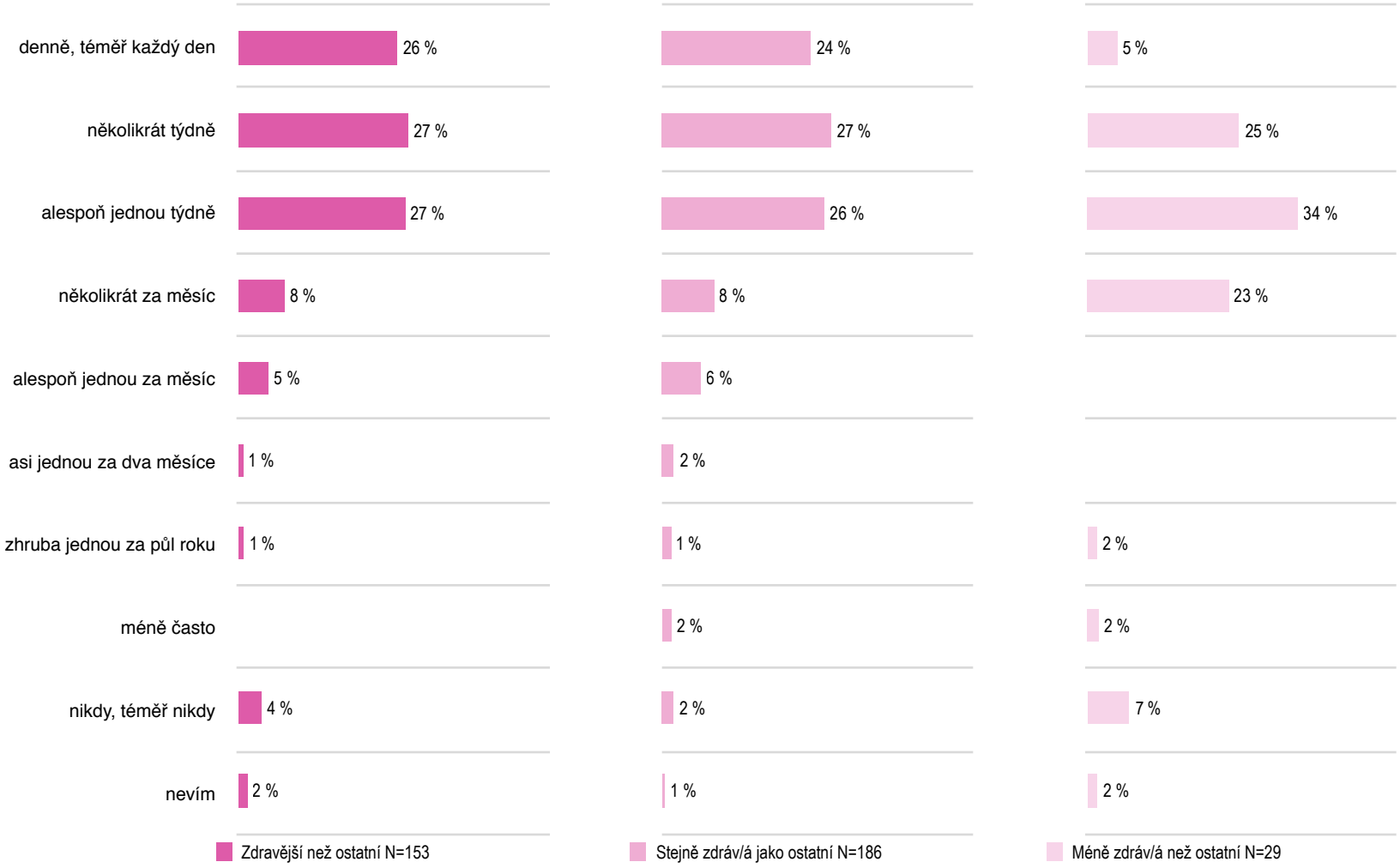
Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

DŮVODY PROVOZOVÁNÍ SPORTU



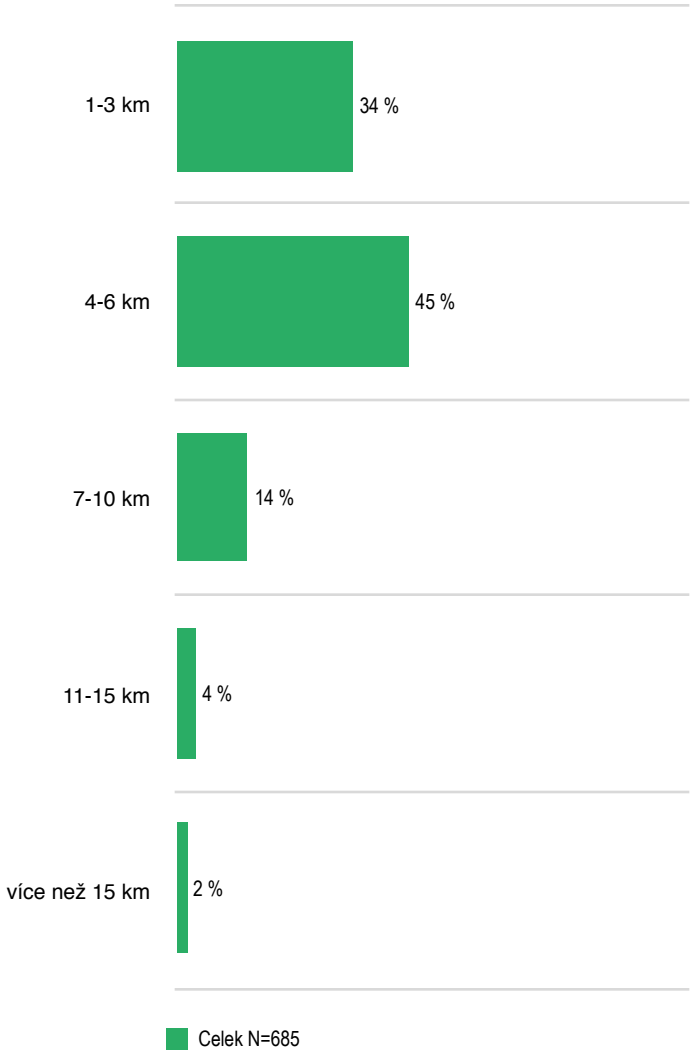
FREKVENCE PROCHÁZEK S DÍTĚTEM PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



A skutečně vlastní zdraví a frekvence procházek s dítětem spolu souvisí.

Minimum domácností ujde o víkendu aspoň 10 km.

TYPICKÁ DÉLKA VÍKENDOVÉHO VÝLETU



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

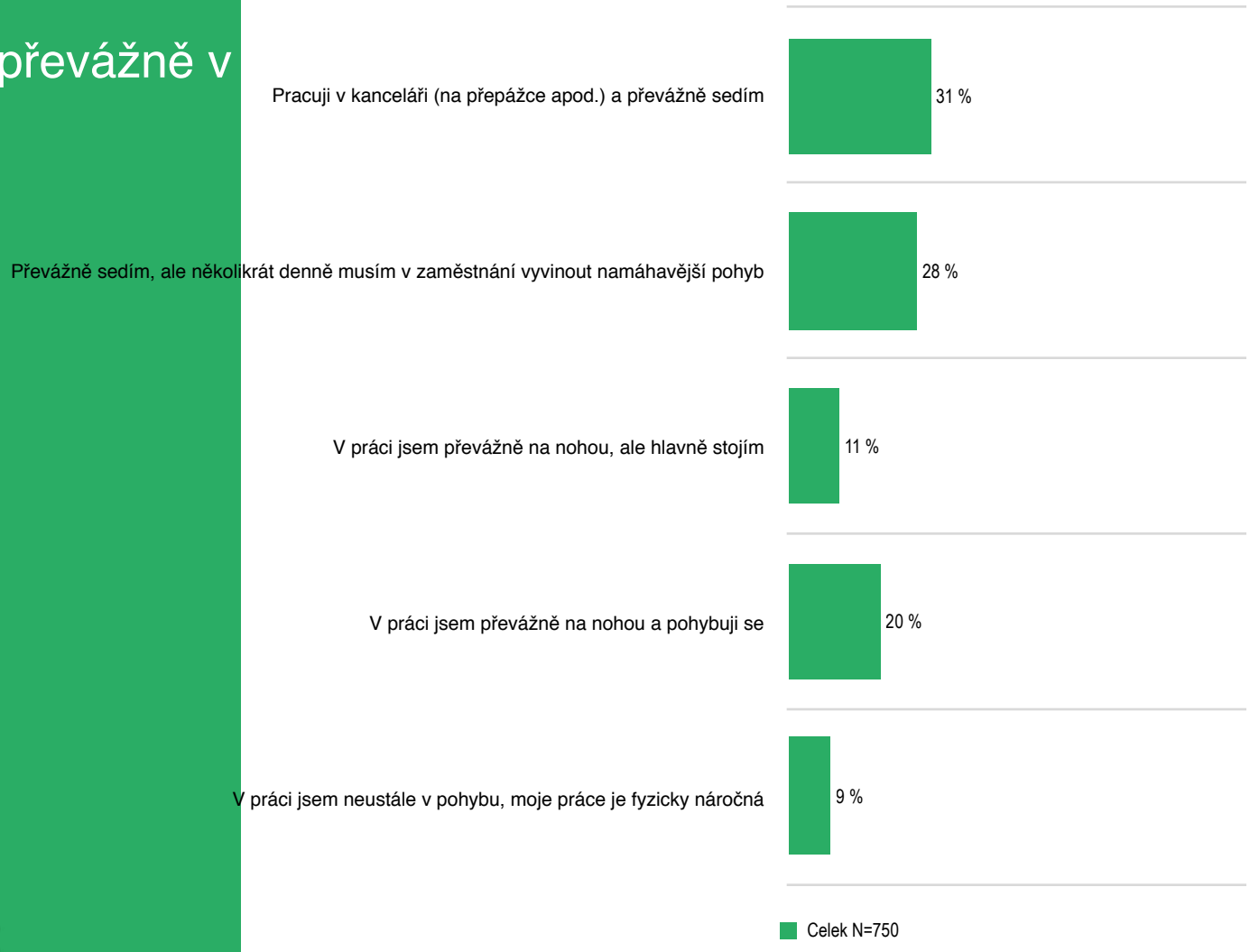
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

DETAILNÍ VÝSLEDKY
POHYB V PRÁCI

POPIS ZAMĚSTNÁNÍ Z POHLEDU POHYBU

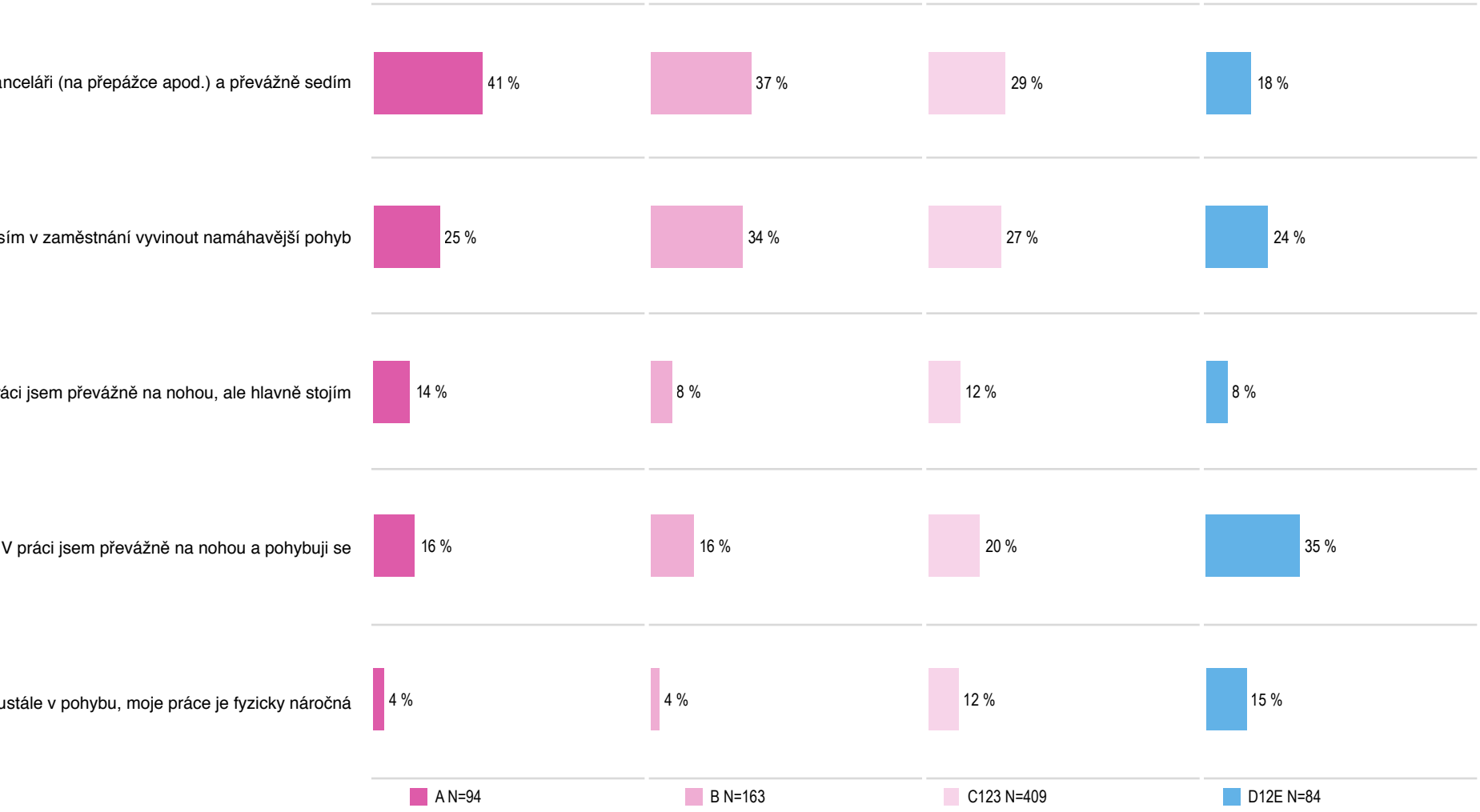
57 % respondentů převážně v práci sedí.



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

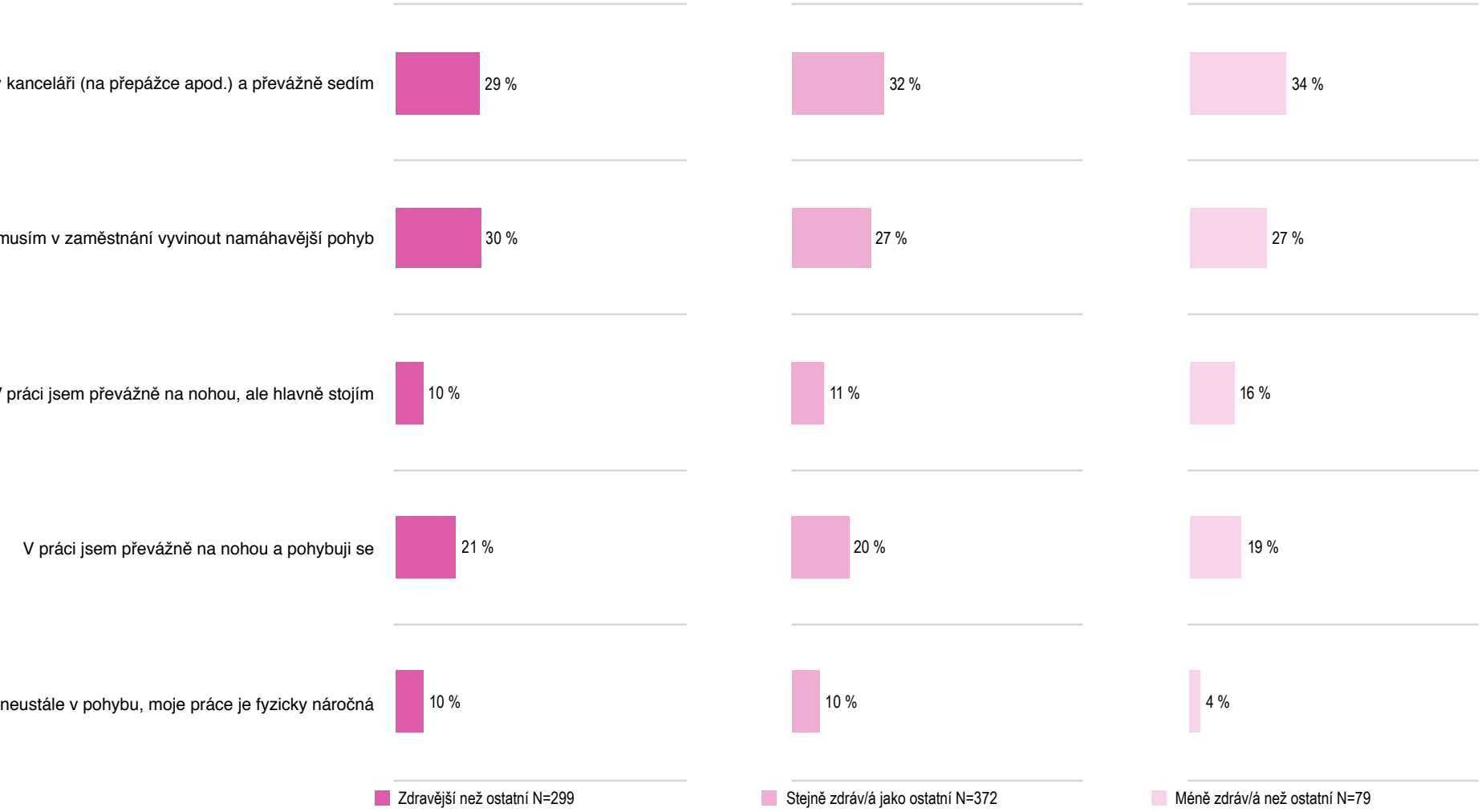
NADACE

POPIS ZAMĚSTNÁNÍ Z POHLEDU POHYBU POLDE SE STATUSU



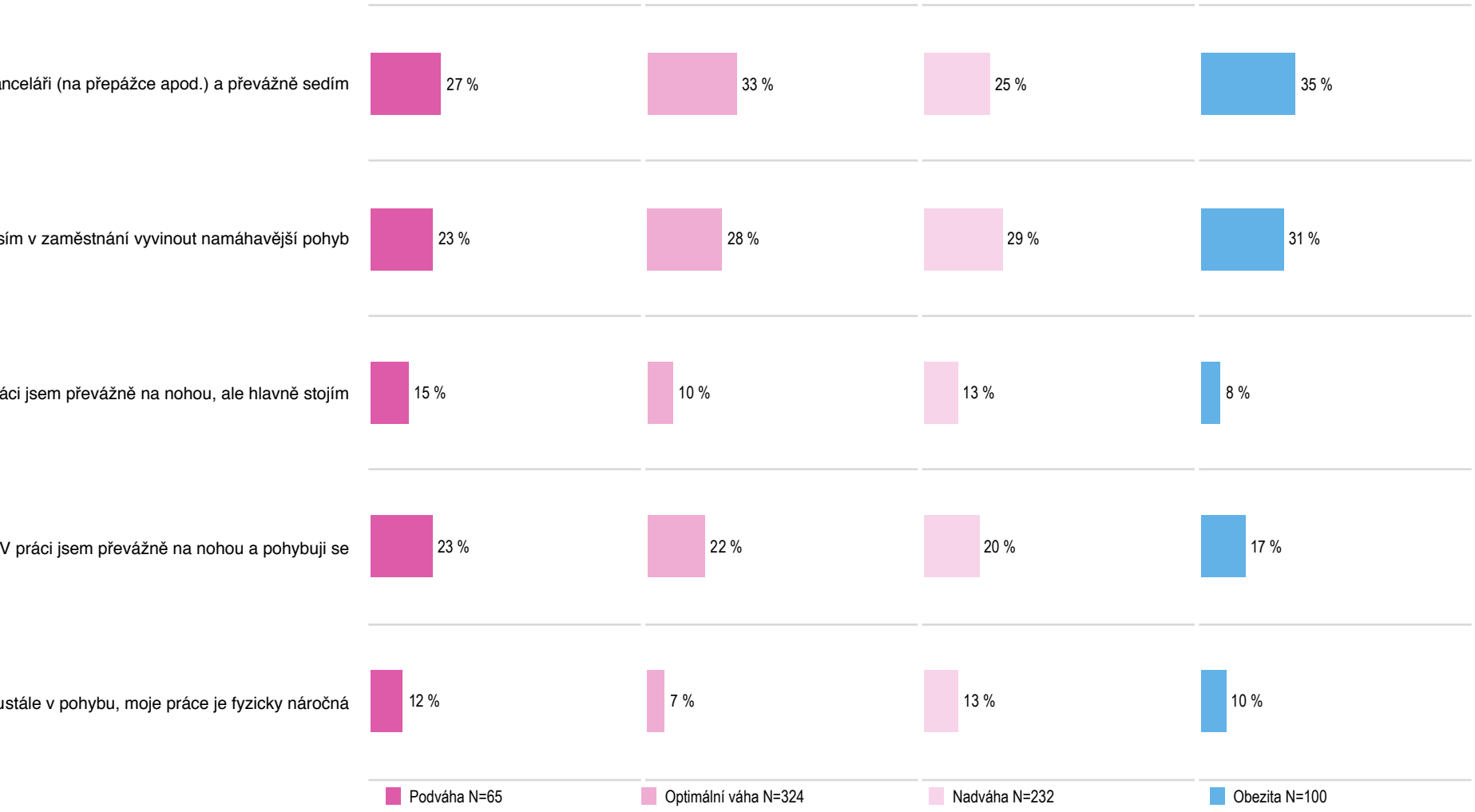
Sedavé zaměstnání je častěji problémem vyšších společenských vrstev.

POPIS ZAMĚSTNÁNÍ Z POHLEDU POHYBU PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



A zdá se, že nemá vliv na hodnocení vlastního zdraví.

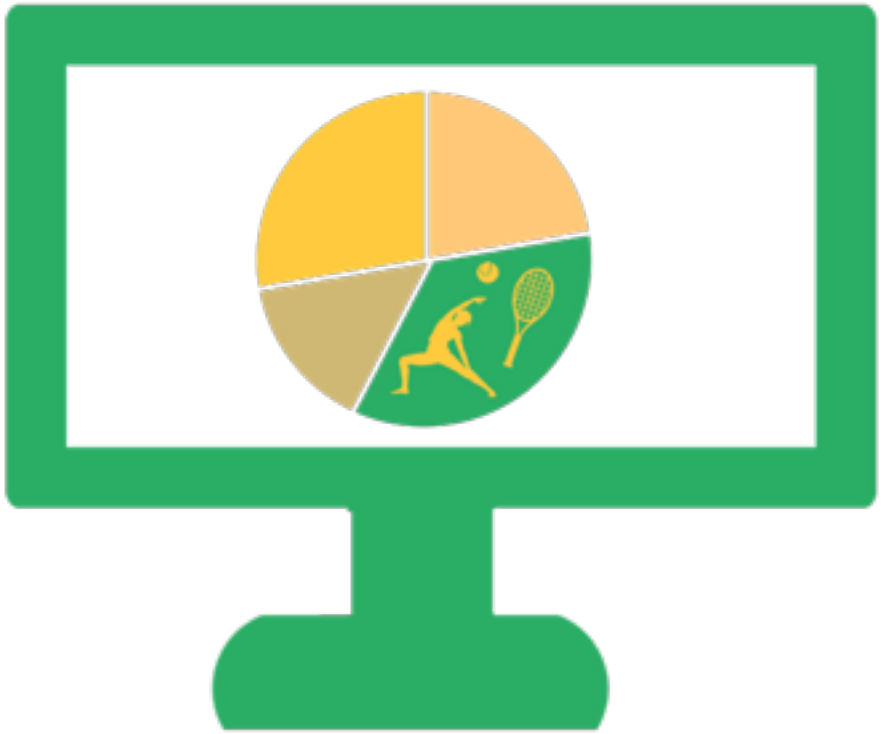
POPIS ZAMĚSTNÁNÍ Z POHLEDU POHYBU PODLE BMI



Ani na tloušťku.

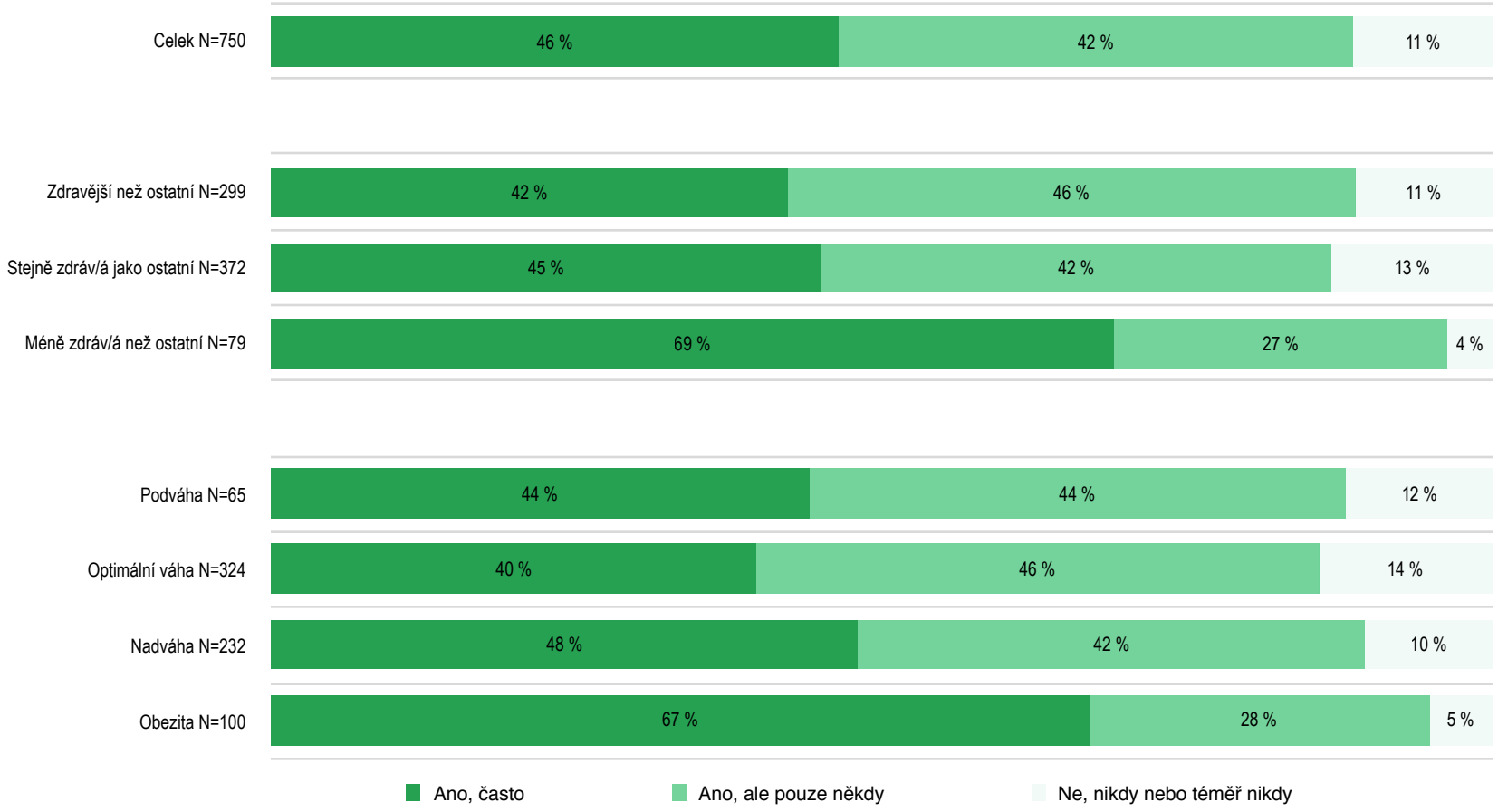
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE



DETAILNÍ VÝSLEDKY
NEDOSTATEK POHYBU

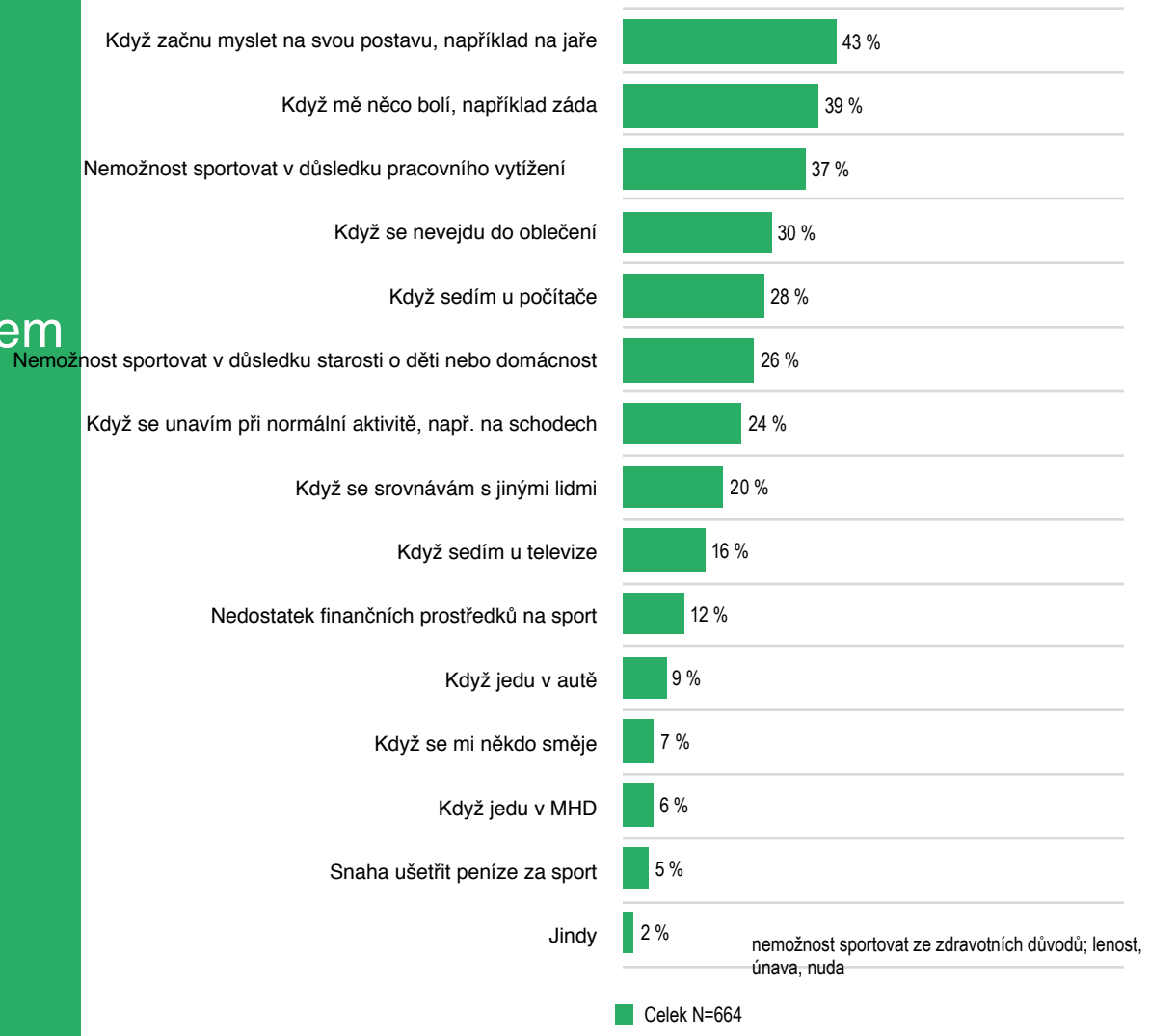
POCIŤOVANÝ NEDOSTATEK POHYBU



Respondenti, kteří se hodnotí jako méně zdraví, pociťují nedostatek pohybu mnohem více, stejně tak obézní respondenti.

Pociťovaný nedostatek pohybu nemá jeden hlavní důvod. Určitě silným faktorem je vlastní postava, aktuální bolest
a pracovní vytížení.

DŮVOD NEDOSTATKU POHYBU



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

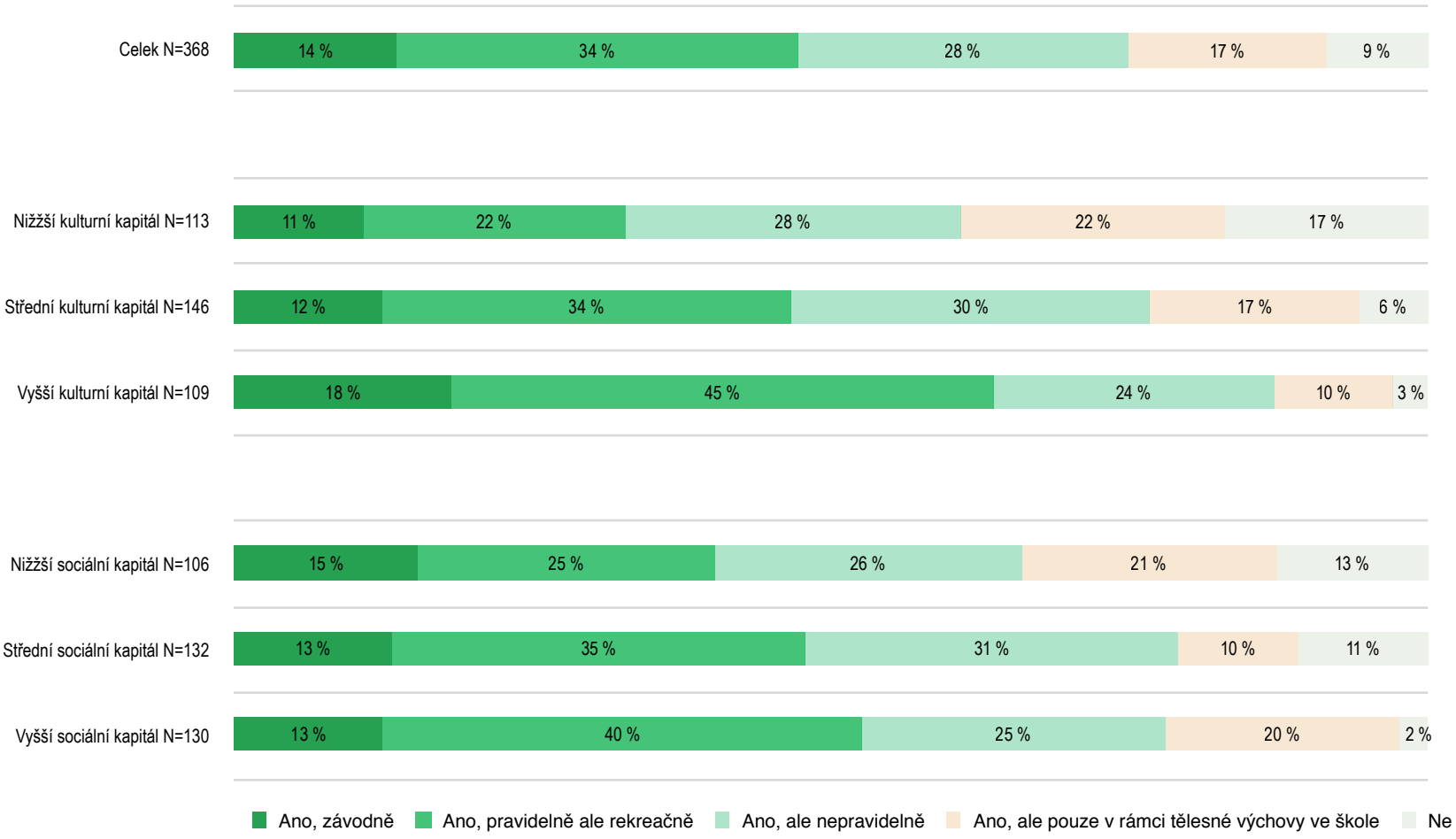
NADACE

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

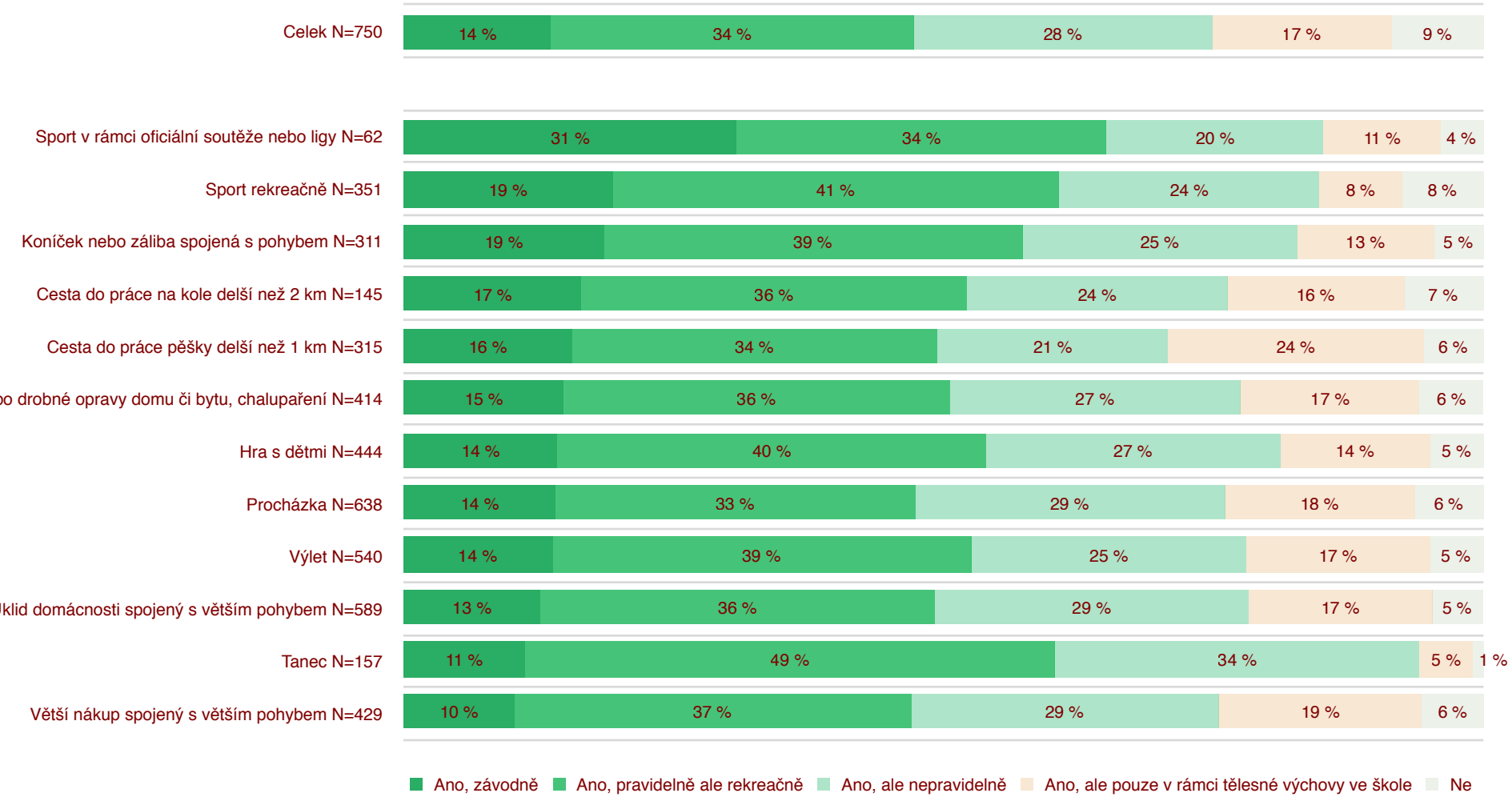
DETAILNÍ VÝSLEDKY
DĚTI A SPORT

SPORTOVÁNÍ DĚTÍ PODLE KULTURNÍHO A SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU



Děti sportují především v rodinách s vyšším kulturním i sociálním kapitálem.

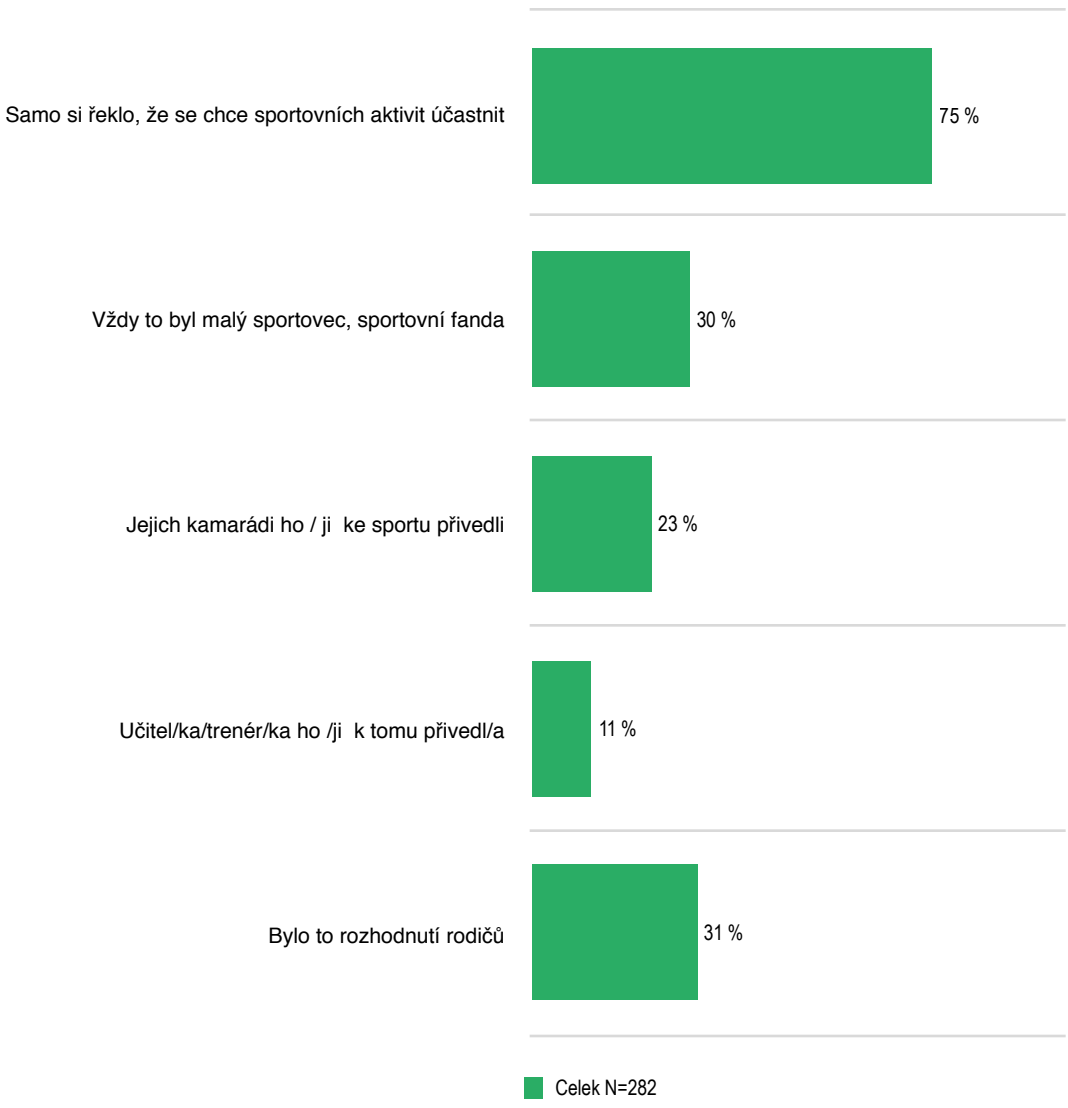
SPORTUJÍ DĚTI, KDYŽ SPORTUJÍ RODIČE?



Skoro všechny děti sportují, ale děti rodičů, kteří sportují v rámci oficiální soutěži, sportují závodně a děti rodičů, kteří sportují rekreačně také sportují rekreačně. Překvapivě vysoký vliv na sportování dětí má také skutečnost, zda se rodič věnuje tanci.

Dítě je podle respondentů nejčastěji iniciátorem svých pohybových aktivit.

JAK SE DÍTĚ DOSTALO KE SPORTU



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

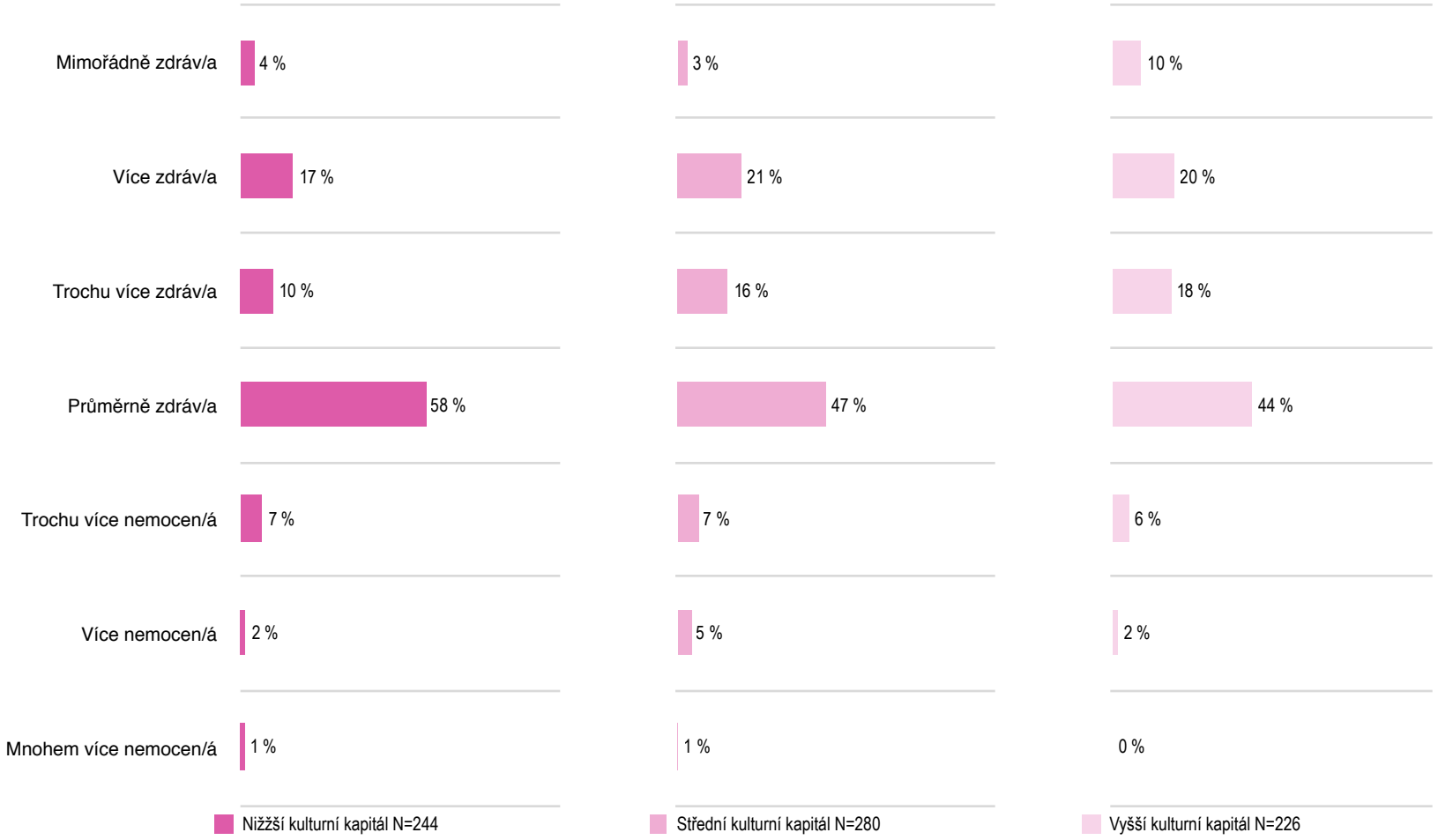
NADACE

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

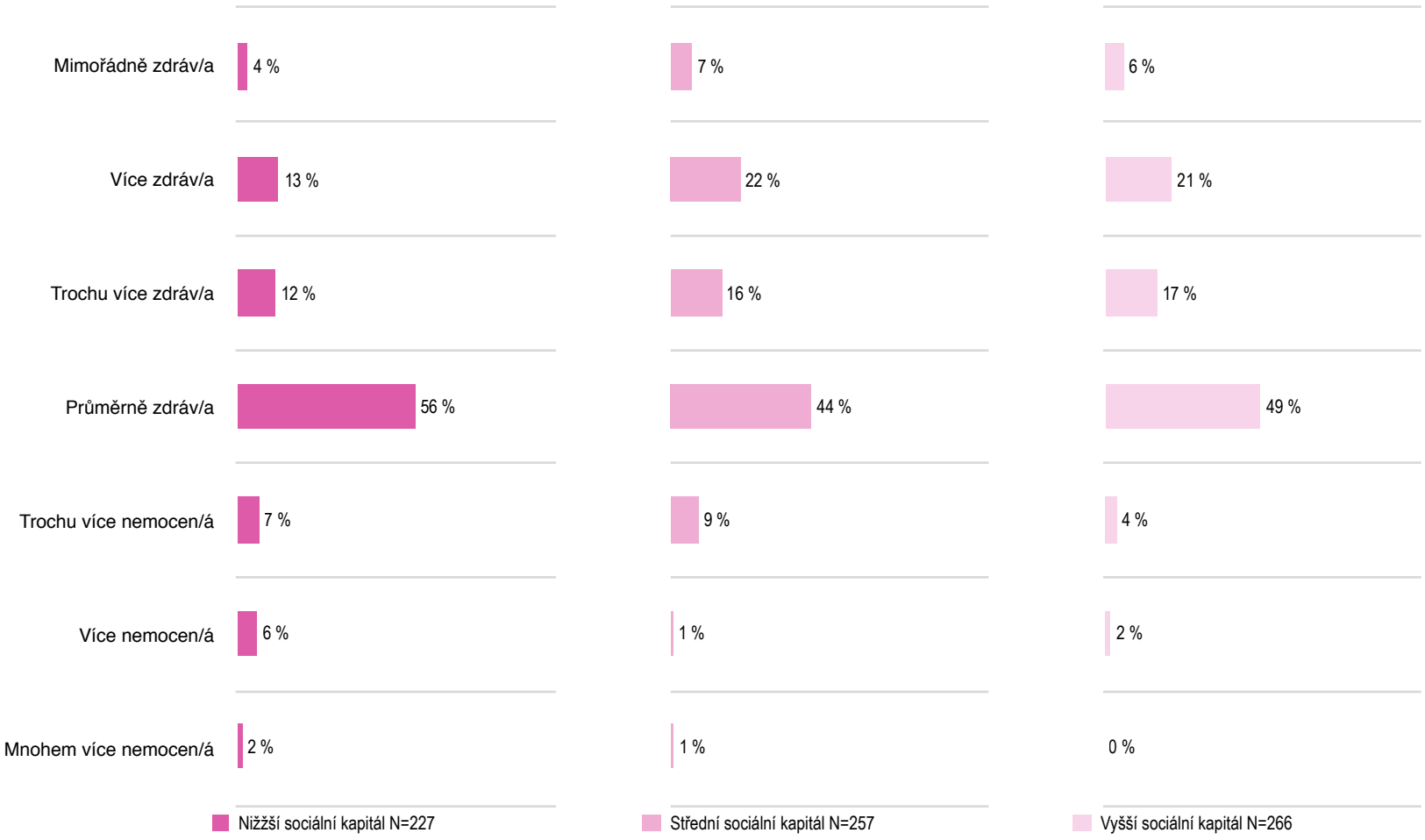
DETAILNÍ VÝSLEDKY
VNÍMÁNÍ VLASTNÍHO ZDRAVÍ

PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ PODLE KULTURNÍHO KAPITÁLU



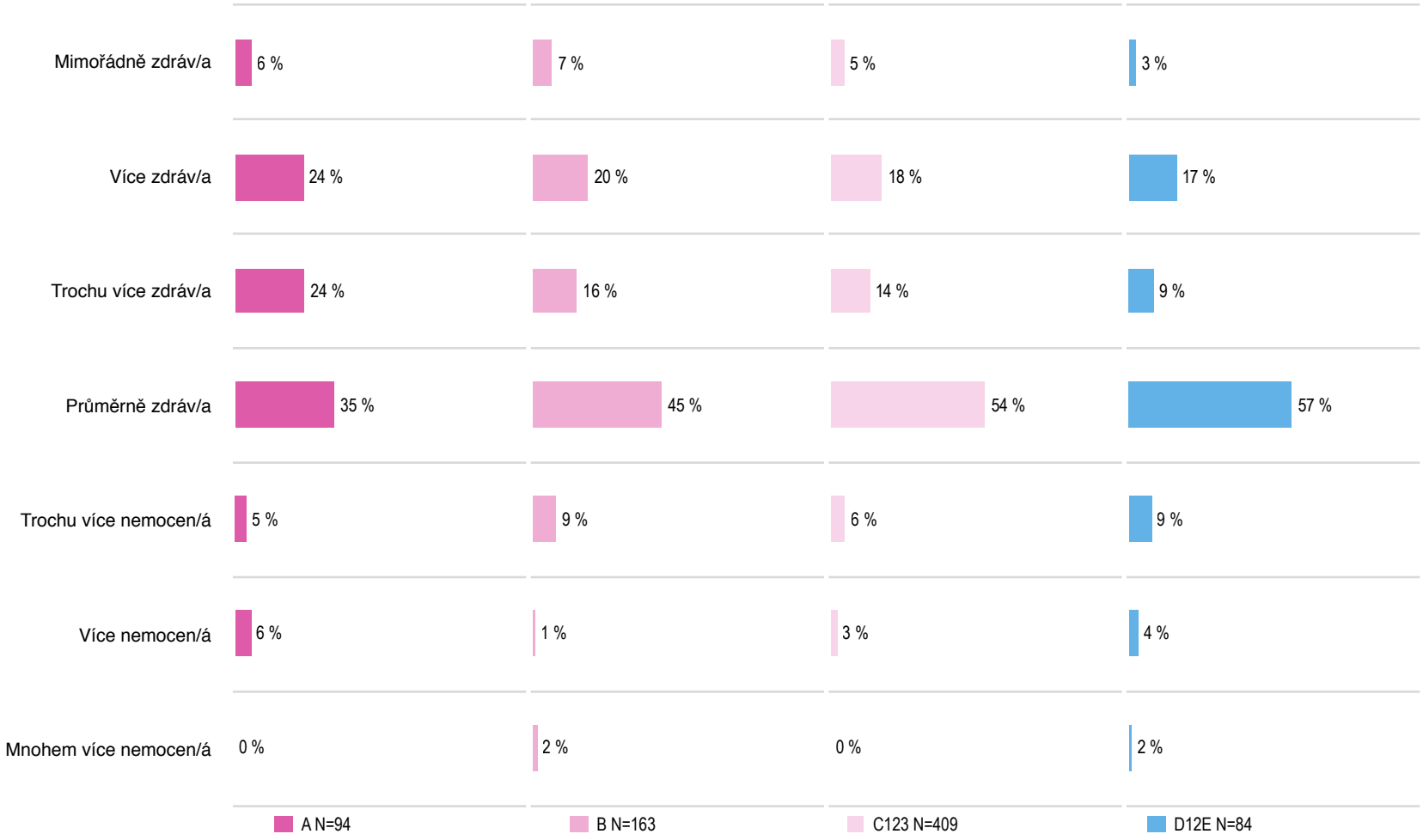
Lidé s vyšším kulturním kapitálem se považují za zdravější.

PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ PODLE SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU



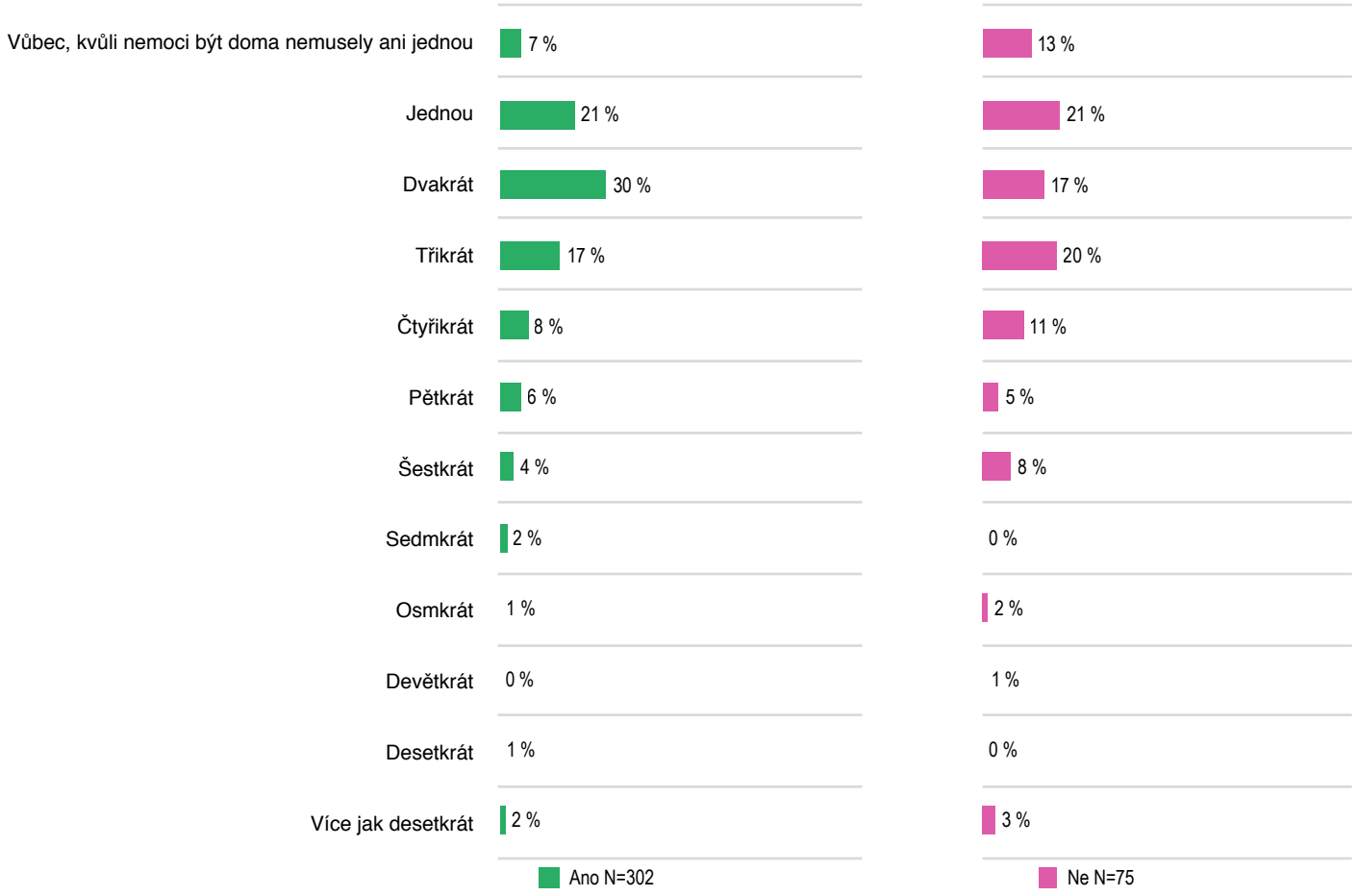
Stejně tak lidé aspoň se středním sociálním kapitálem.

PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ PODLE SE STATUSU



A za zdravější se považují i lidé s vyšším SE statusem.

NEMOCNOST DĚTÍ MLADŠÍHO ŠKOLNÍHO VĚKU PODLE ÚČASTI NA KROUŽCÍCH



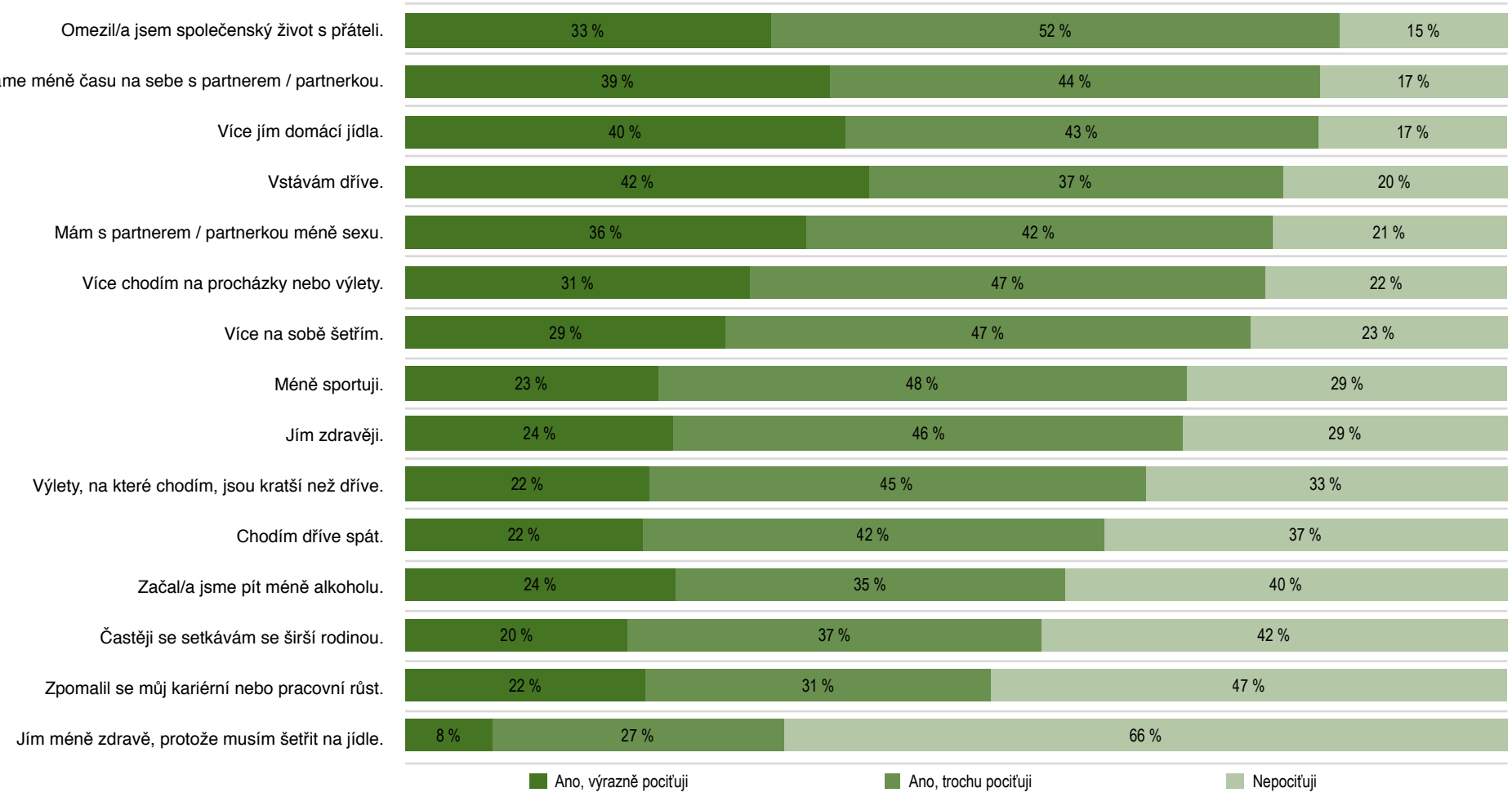
Zatímco děti, které nechodí na kroužky, byly nemocné v průměru 2,76x, děti, které chodí 2,84x.

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

DETAILNÍ VÝSLEDKY
DĚTI JAKO RESTART

DĚTI JAKO RESTART



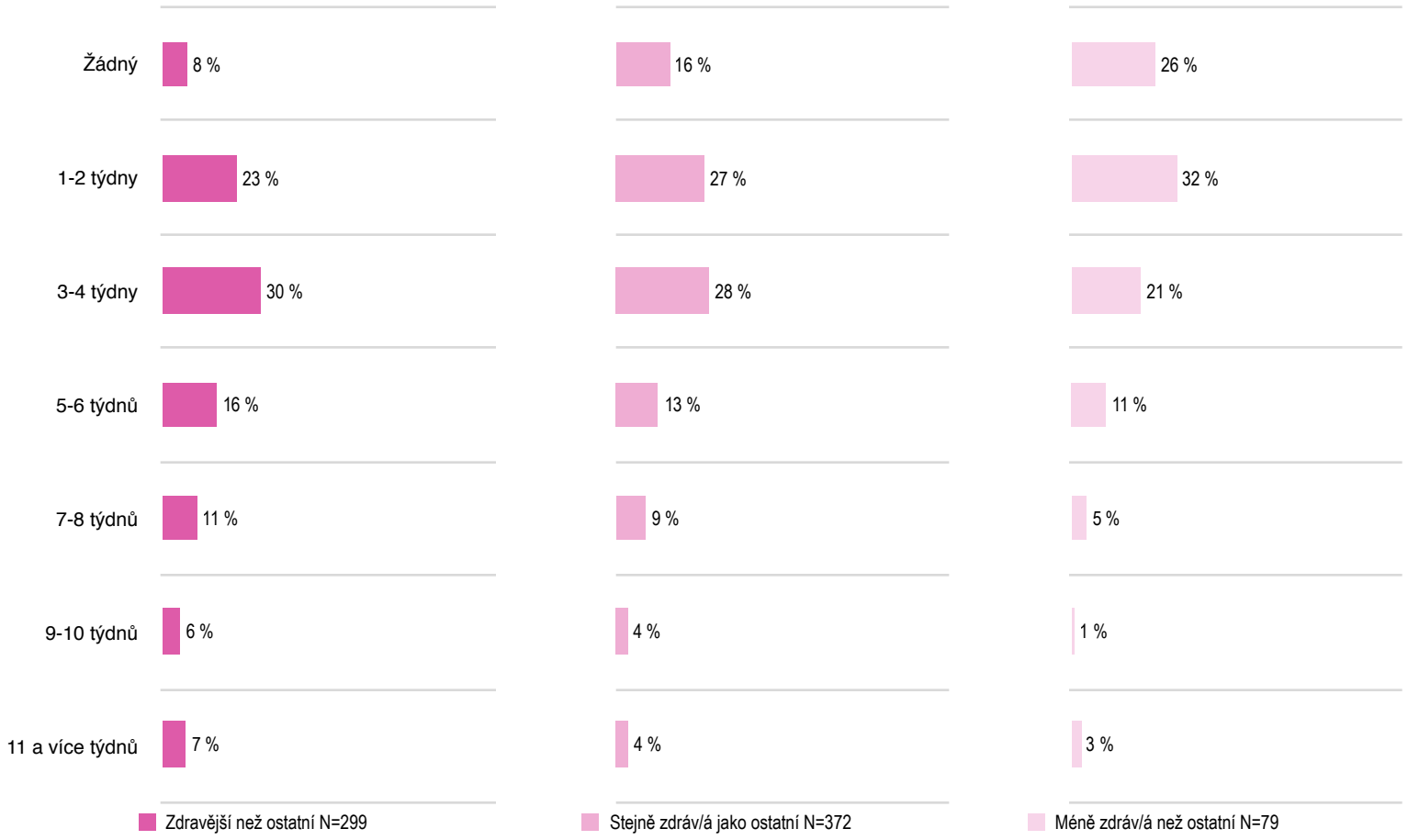
Utužení denního režimu na úkor času pro partnera a přátele.

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

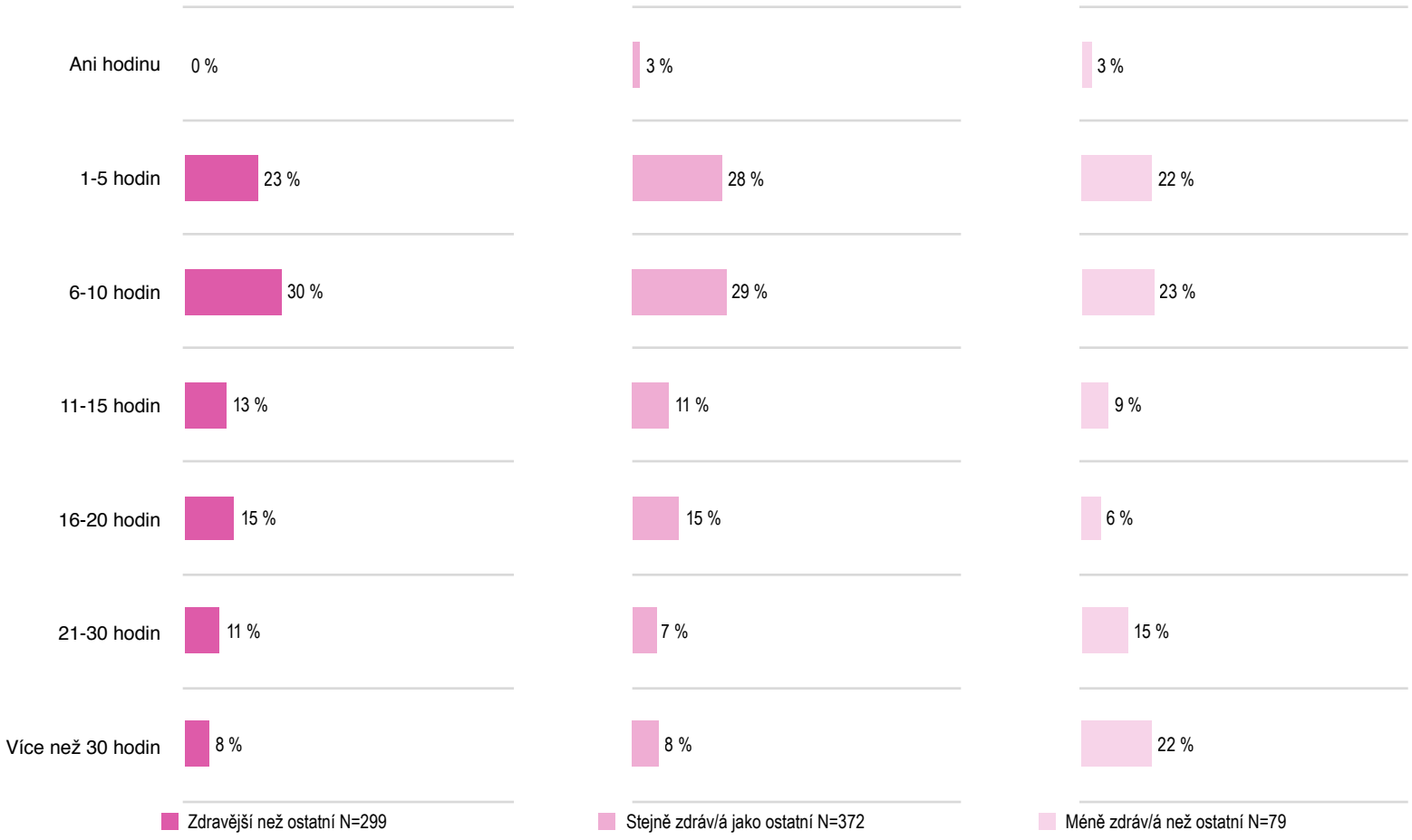
DETAILNÍ VÝSLEDKY
NAPOJENÍ SEKCE VOLNÉHO ČASU

POČET TÝDNŮ DOVOLENÉ



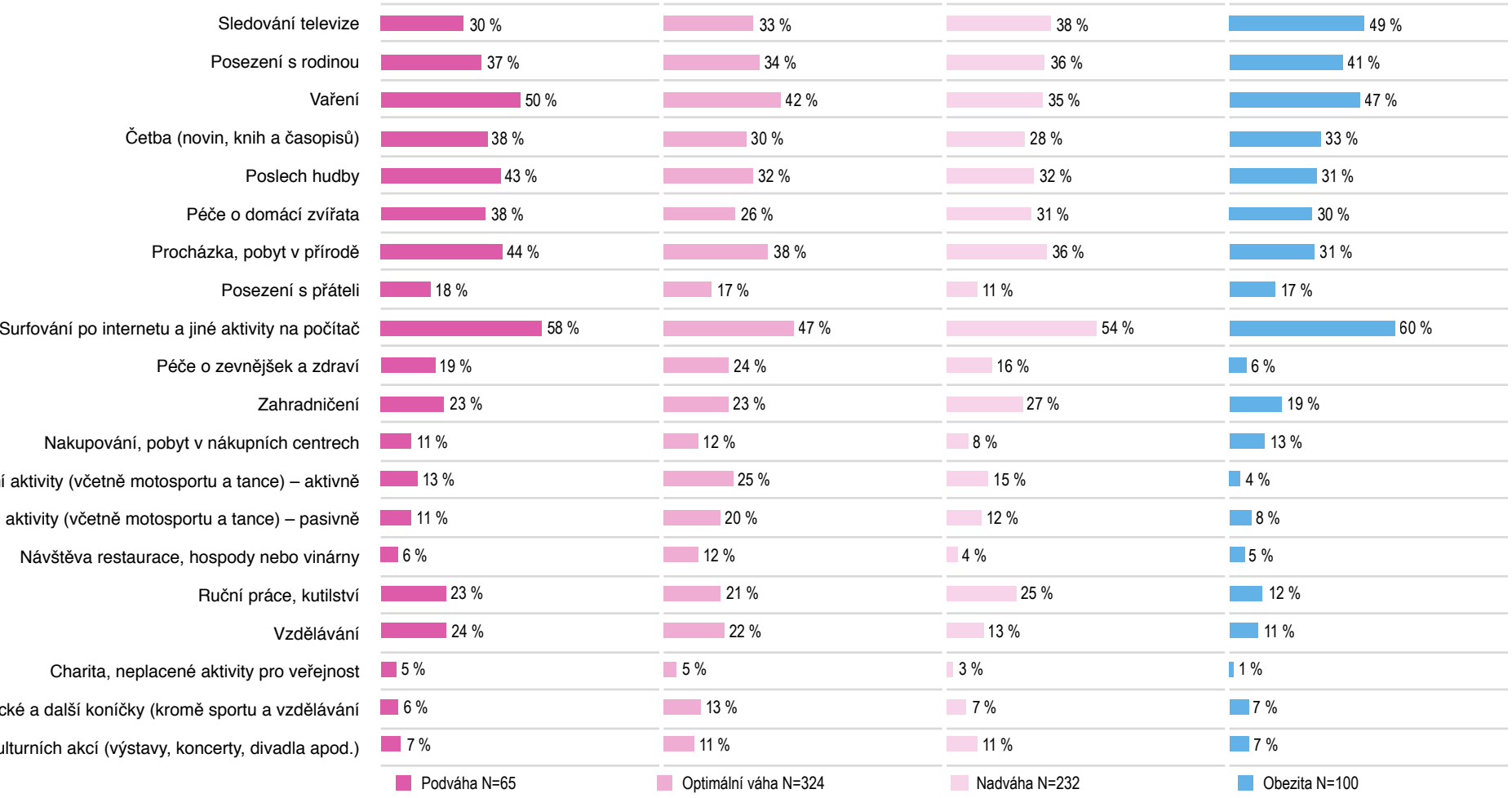
Lidé s méně dovolené bývají častěji mezi těmi, kdo se hodnotí jako méně zdraví.

ČAS PRO SEBE PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



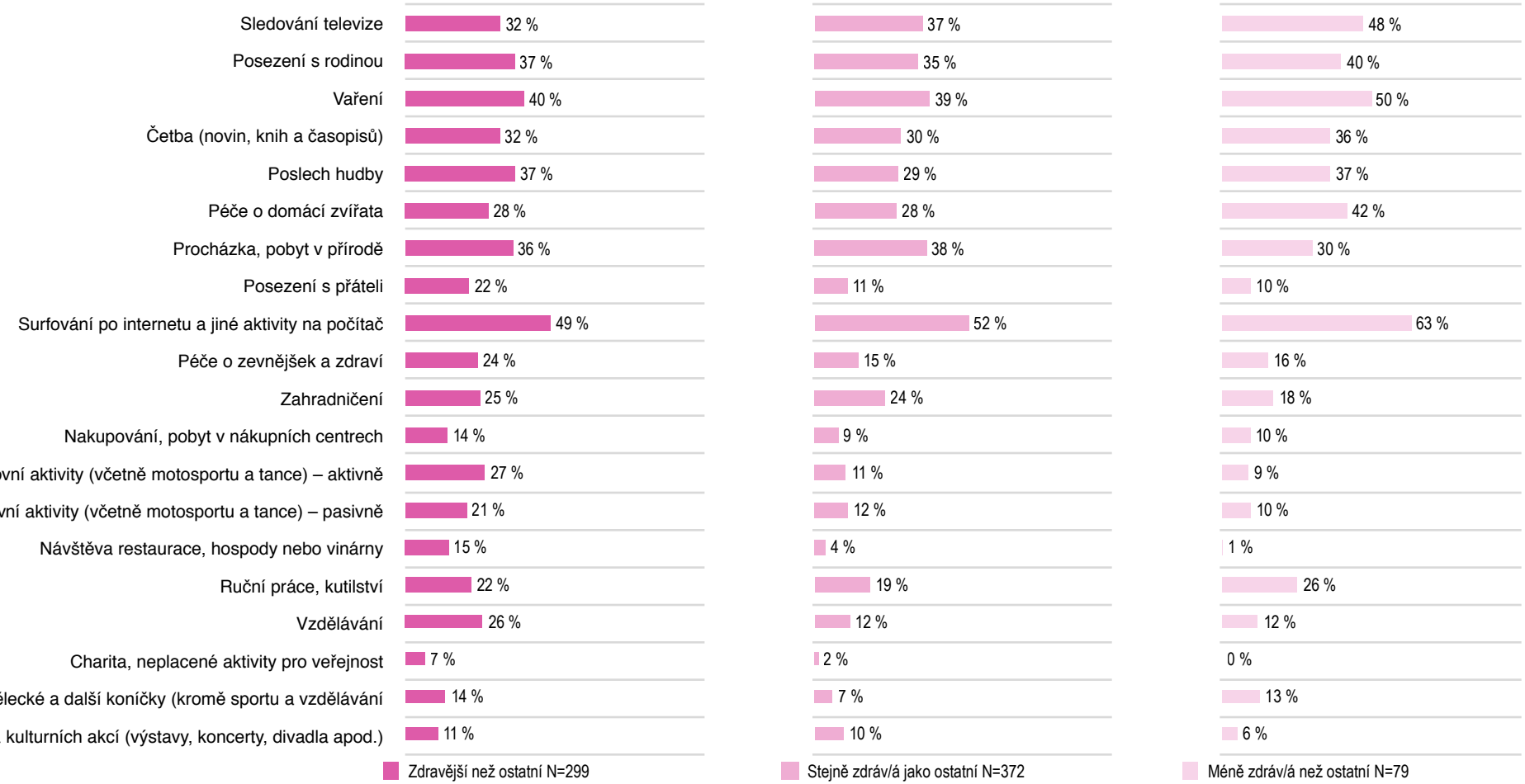
Ale paradoxně lidé, kteří se hodnotí jako méně zdraví, mívají pro sebe více času.

VOLNOČASOVÉ AKTIVITY PODLE BMI



Lidé s obezitou méně pečují o svůj zevnějšek a zdraví, méně sportují a méně navštěvují restaurace a hospody.

VOLNOČASOVÉ AKTIVITY PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



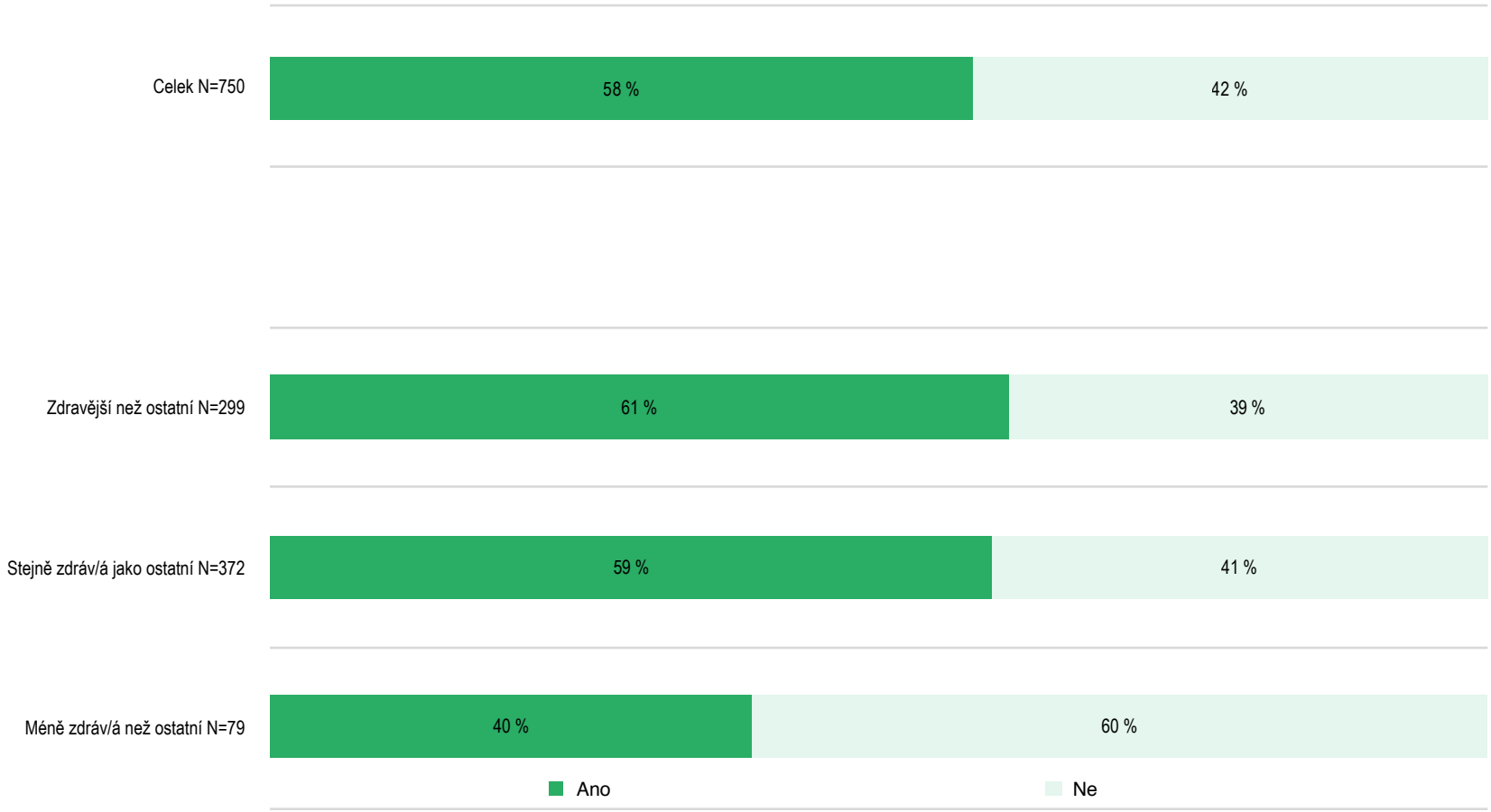
Méně zdraví více sledují televizi a pečují o domácí zvířata, méně se věnují sportu, vzdělávání, charitě, koníčkům umění a posezení s přáteli.

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

DETAILNÍ VÝSLEDKY
NAPOJENÍ SEKCE VZDĚLÁNÍ

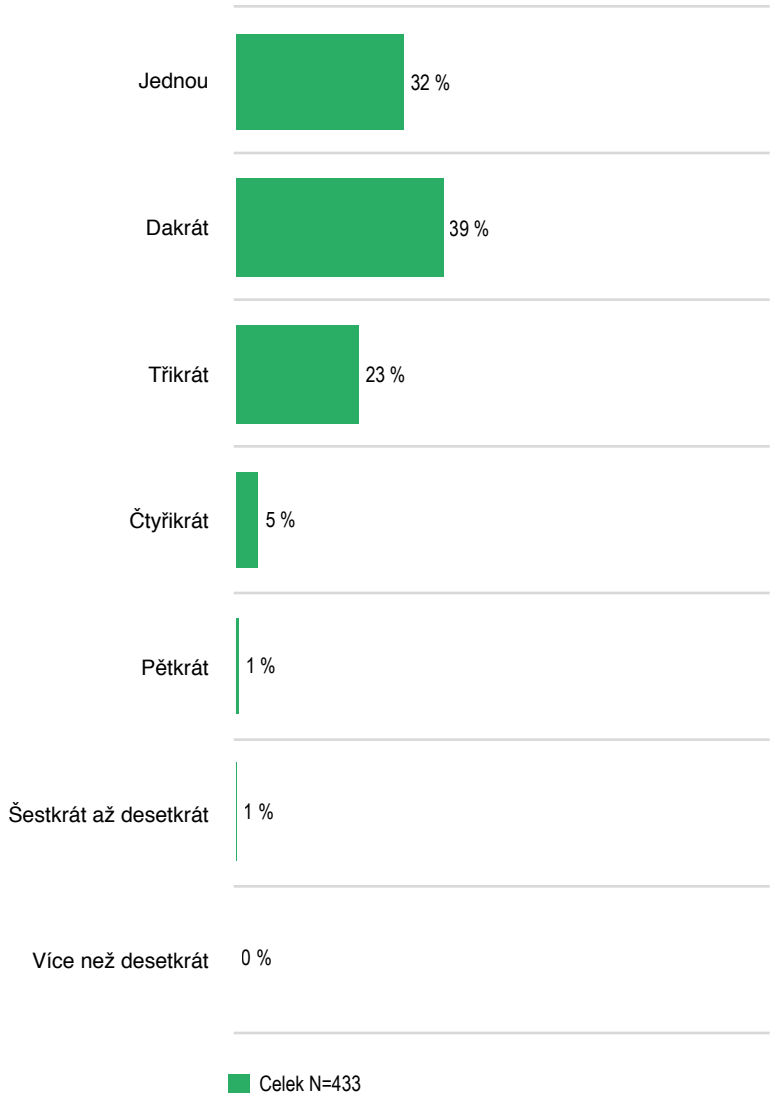
NÁVŠTĚVA KROUŽKŮ



Kroužky navštěvuje 58 % dětí.

Většina děti navštěvuje kroužky 2x týdně.

JAK SE DÍTĚ DOSTALO KE SPORTU



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

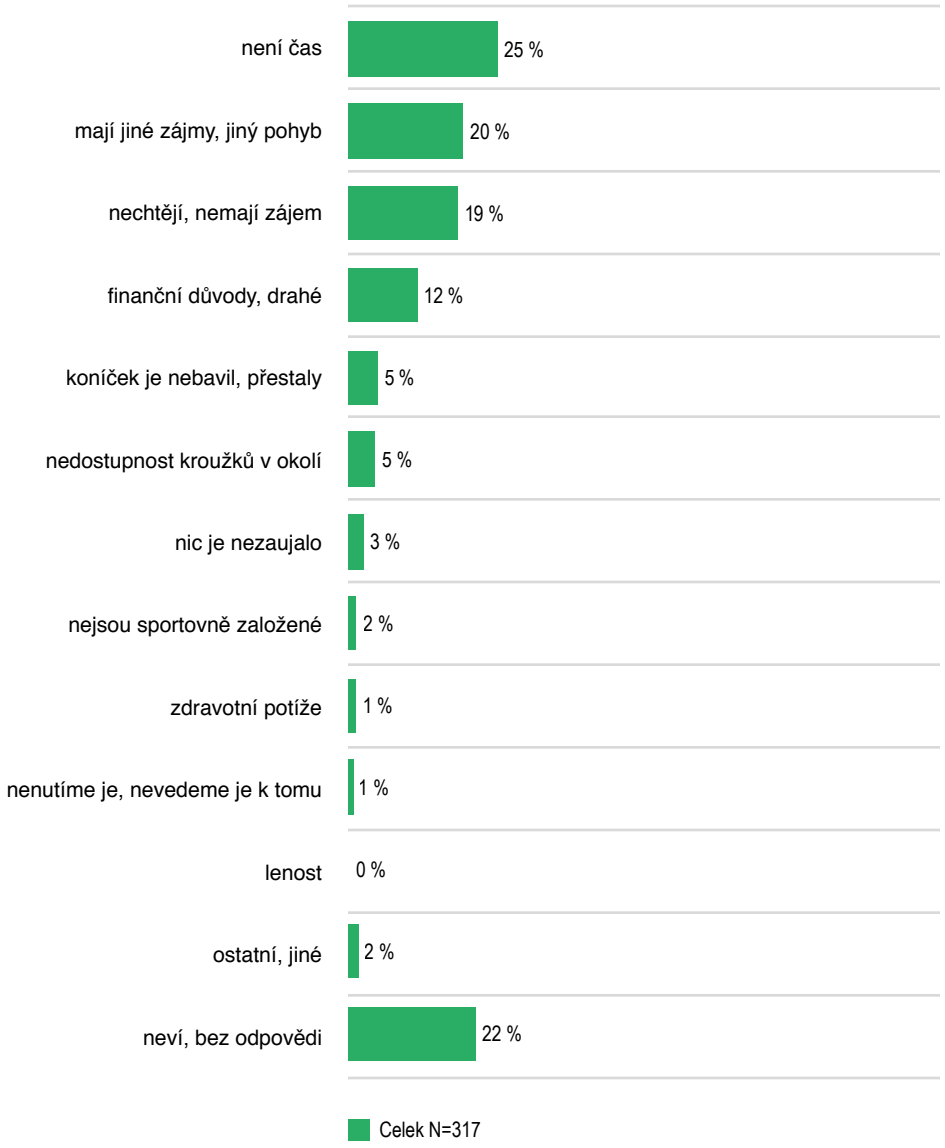
NADACE

Hlavním důvodem, proč nenavštěvují kroužky, je nedostatek času, jiné zájmy, nezájem, finanční důvody.

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

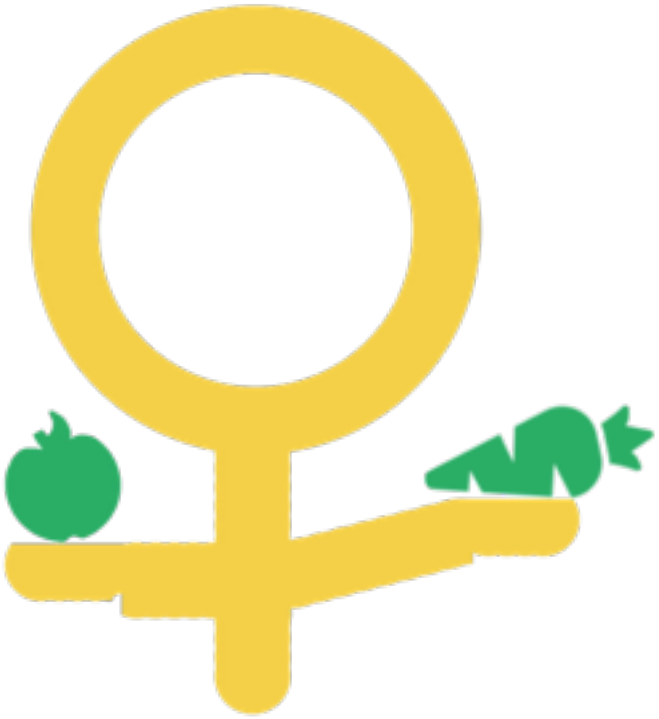
NADACE

PROČ NENAVŠTĚVUJÍ DĚTI KROUŽKY



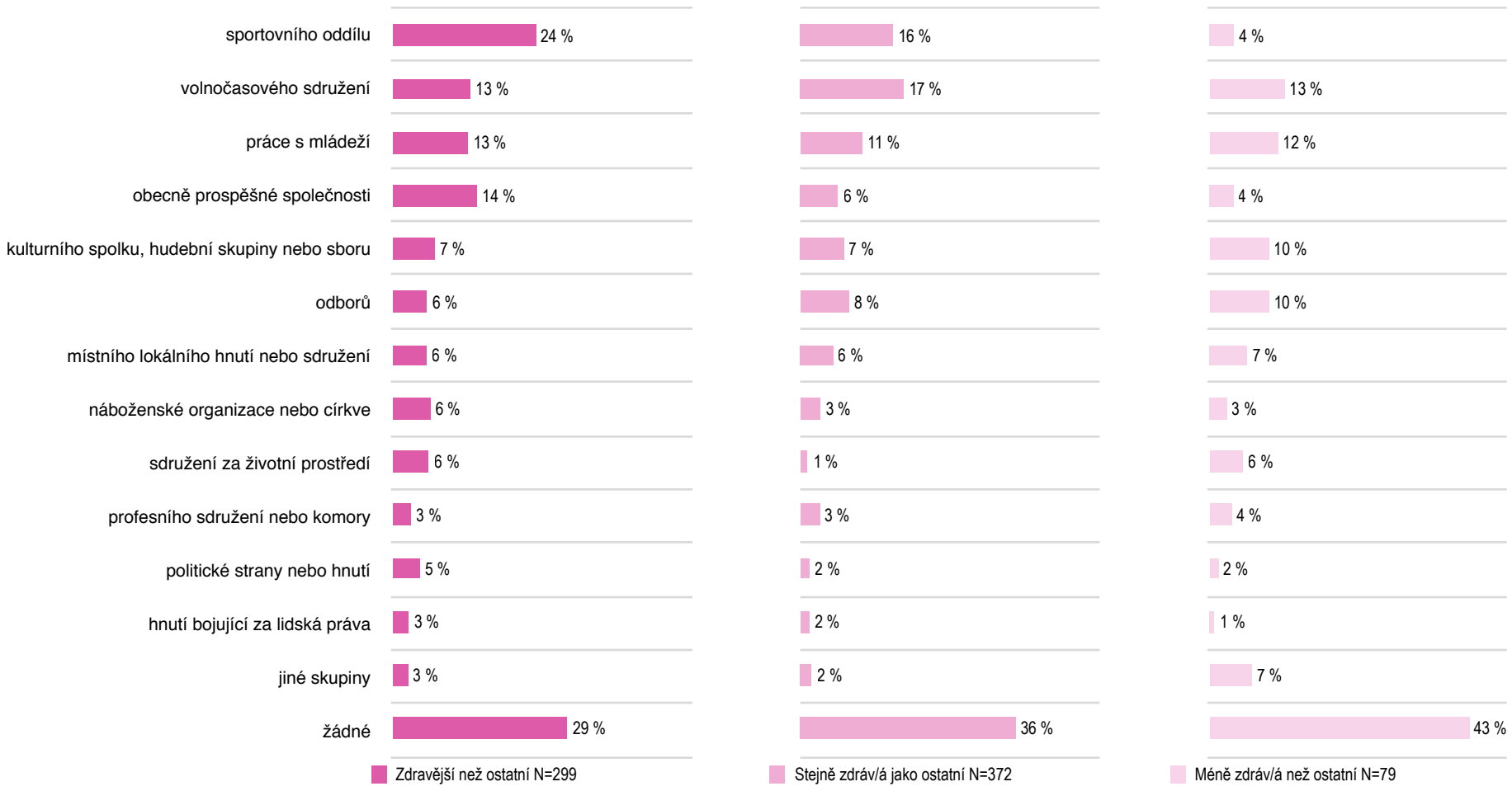
ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE



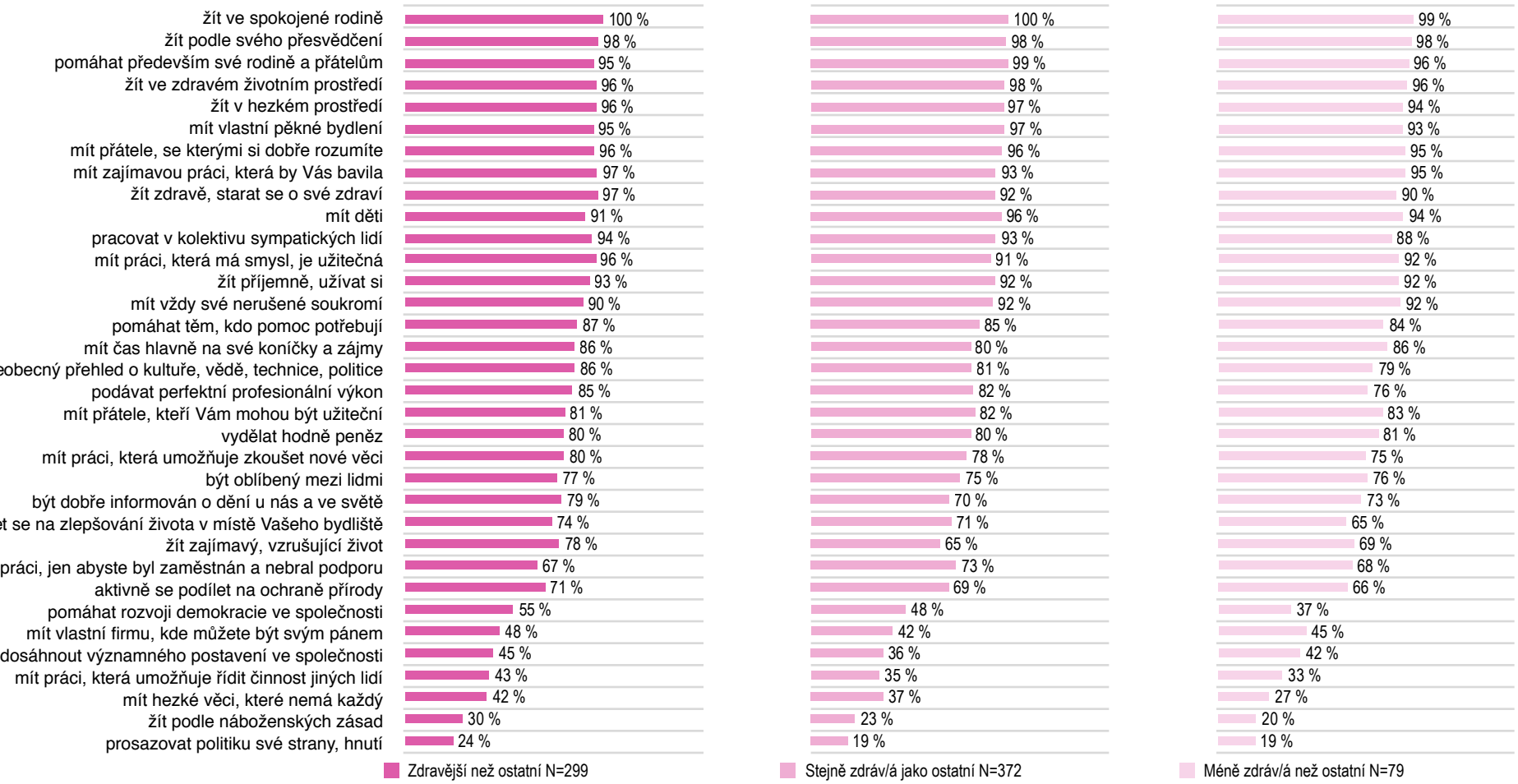
DETAILNÍ VÝSLEDKY
NAPOJENÍ SEKCE HODNOTY

PARTICIPACE NA OBČANSKÉ SPOLEČNOSTI PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



Obecně aktivní přístup ke světu a společnosti je spojen se zdravím.

HODNOTY PODLE PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ



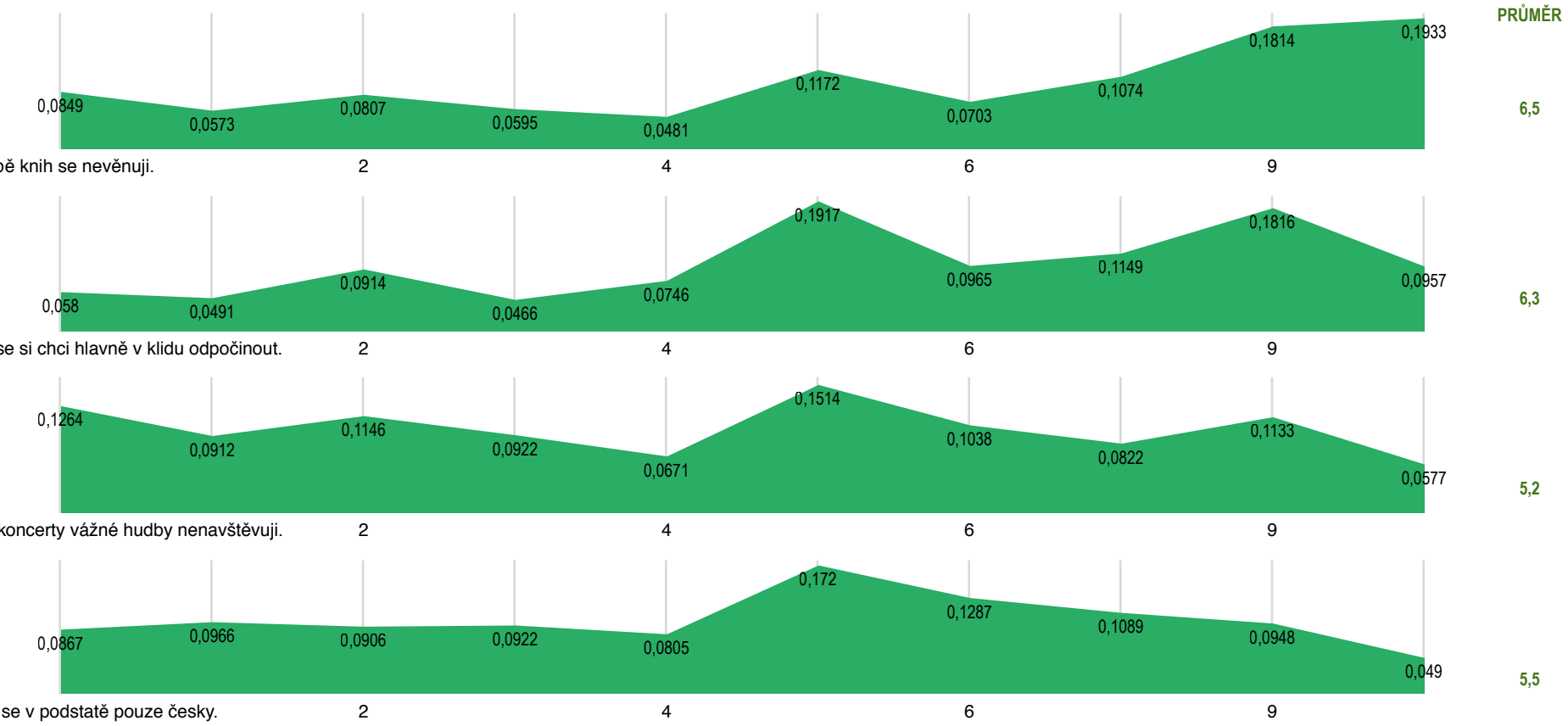
Což potvrzují i rozdíly v hodnotách.

ČESKÁ RODINA ŽIJE…
Kde se rodí zdraví

Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP
NADACE

DETAILNÍ VÝSLEDKY
TRADIČNÍ PROMNĚNNÉ

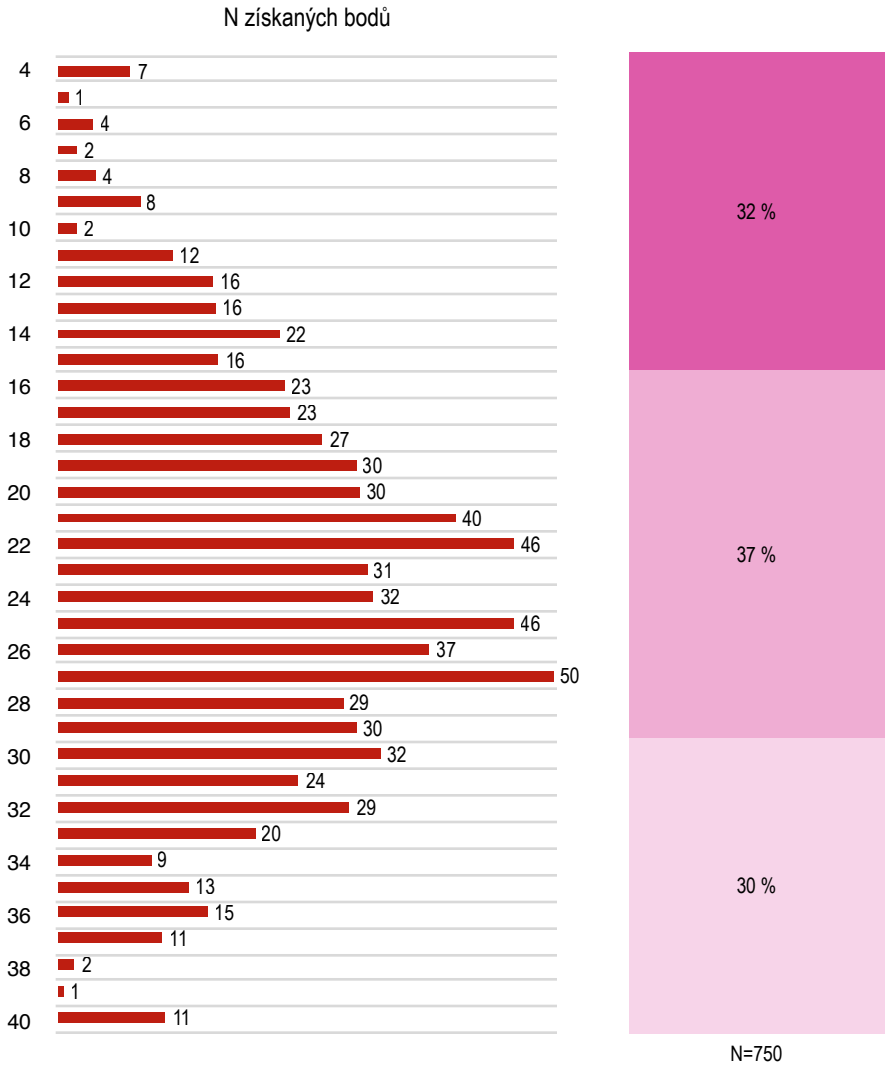
KULTURNÍ KAPITÁL



Nejblíže k normálnímu rozdělení je kritérium znalosti jazyků.

KULTURNÍ KAPITÁL

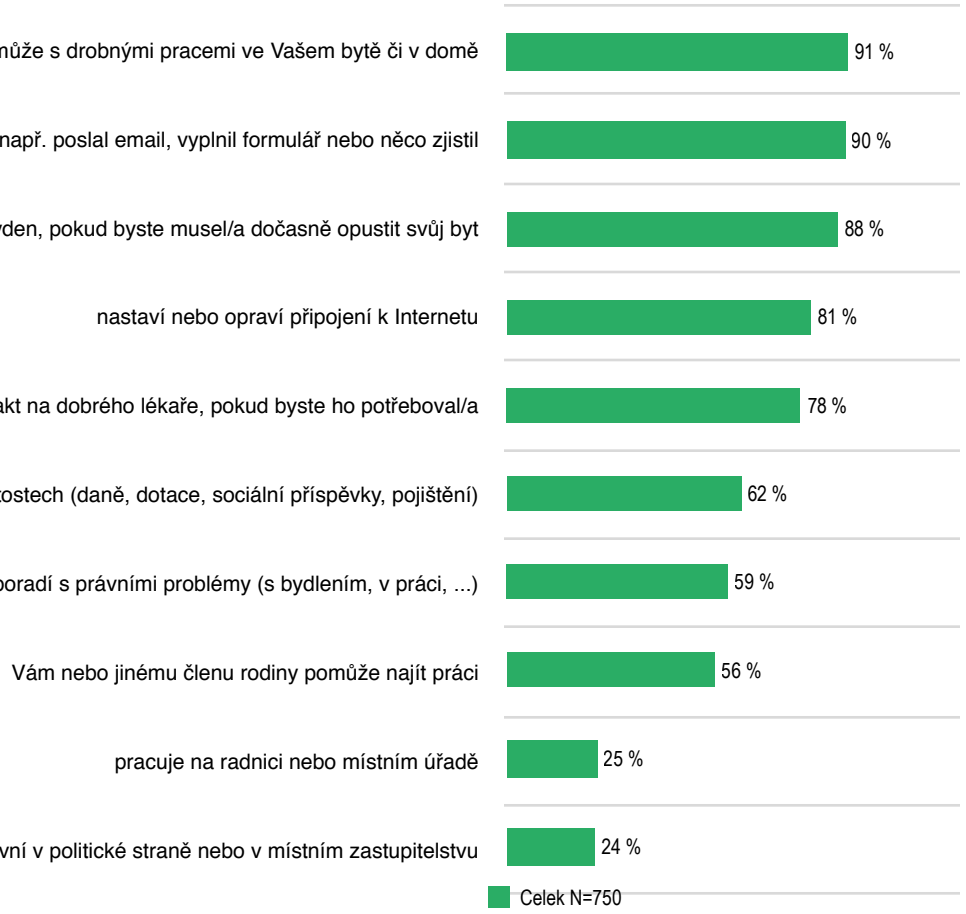
Podle celkového scoringu v otázkách na kulturní kapitál jsme rozdělili respondenty na tři přibližně velké skupiny, podle kterých třídíme jiné otázky v dotazníku.

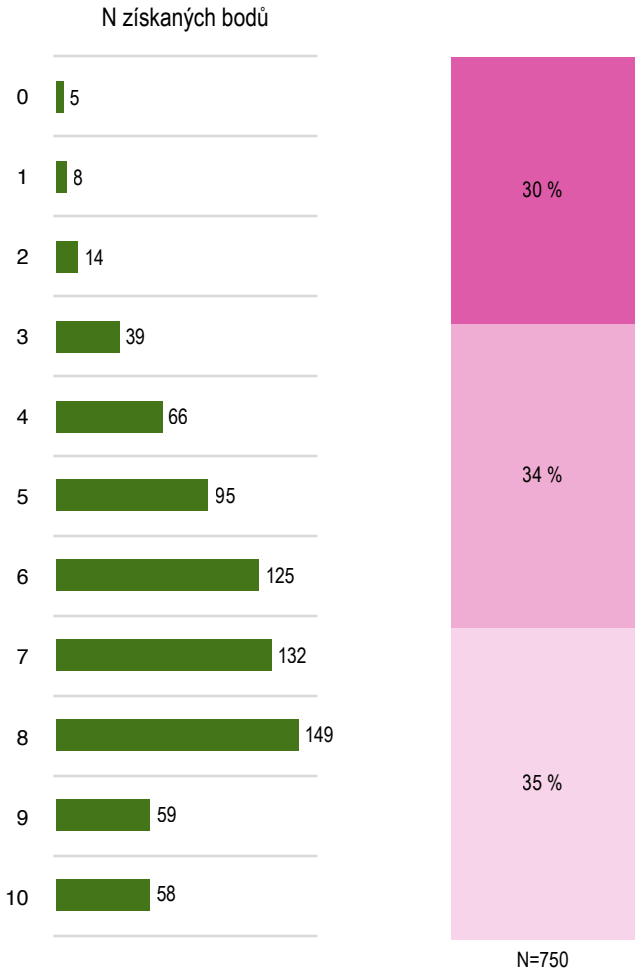


Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

SOCIÁLNÍ KAPITÁL

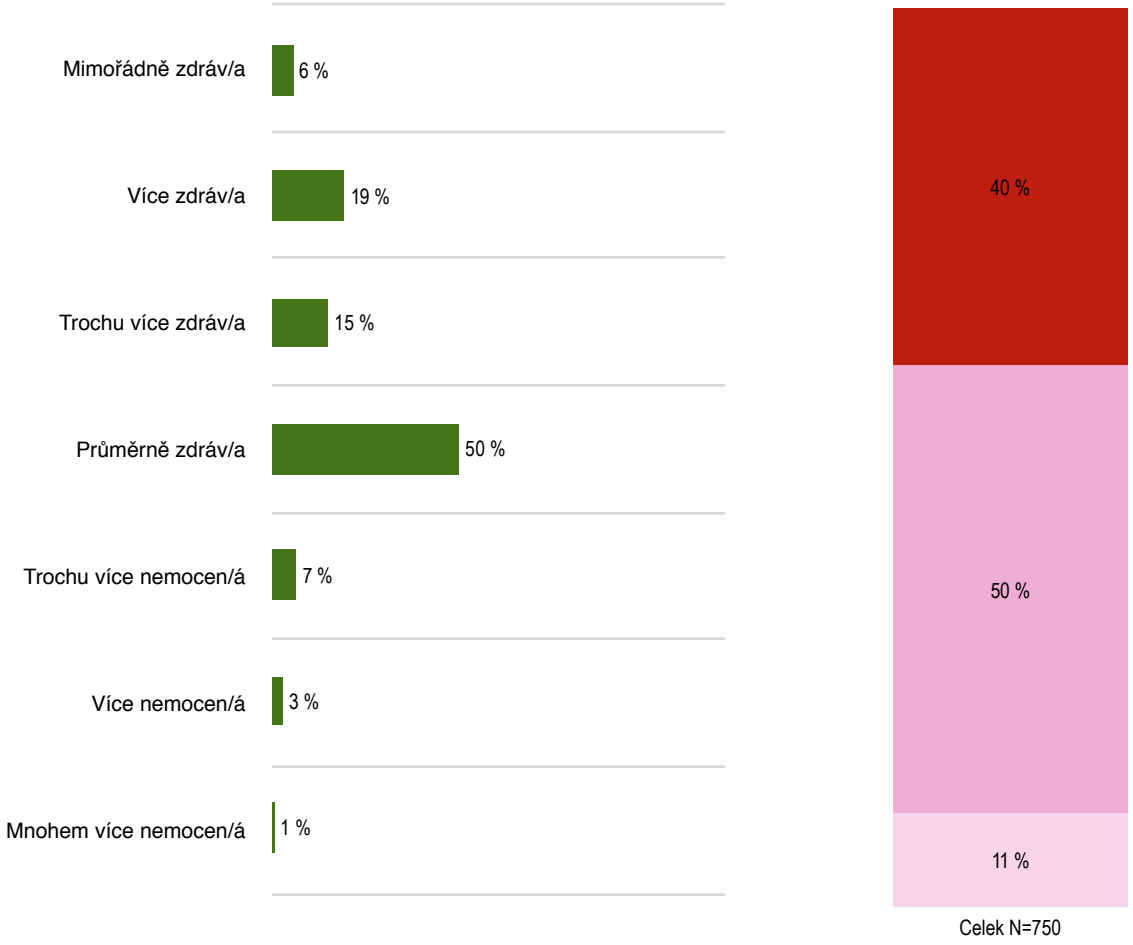




Podle celkového scoringu v otázkách na sociální kapitál jsme také rozdělili respondenty na tři přibližně velké skupiny, podle kterých třídíme jiné otázky v dotazníku.

PERCEPCE VLASTNÍHO ZDRAVÍ

Respondenty jsme rozdělili i podle vnímání vlastního zdraví na méně zdravé, stejně zdravé a více zdravé než ostatní.



Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

NADACE

KONEC

Výzkum realizovala pro Nadaci Kooperativa společnost
Perfect Crowd
23. července 2015