

Obsah

<u>Část I. Behaviorální ekonomie, Paternalismus a Nudge</u>	9
1. Koncept Behaviorální ekonomie	10
2. Problém omezené racionality	11
3. Paternalismus	11
4. Architektura výběru spotřebitele	12
5. Teorie nudge	13
6. Důvody ke zvolení nástroje nudge	14
7. Shrnutí	15
<u>Část II. Konzumace potravin v kontextu zdraví</u>	17
1. Kvalita stravy	18
2. Trendy ve spotřebě potravin	18
3. Dopady špatné životosprávy	20
4. Vyvážená strava	21
5. Shrnutí	22
<u>Část III. Nudge intervence na míru</u>	25
1. Pobídky a deskriptivní nudge	26
1.1 Pobídky ke zdravému stravování	26
1.2 Postup implementace pobídky	27
1.3 Přijatelnost pobídek: Sociální normy vs. Zdravotní sdělení	28
1.4 Deskriptivní nudges	30
1.5 Přijetí nudge spotřebitelem	32
1.6 Legislativa a kalorická informovanost spotřebitele	34
2. Design zdravého produktu	36
2.1 Výběr barvy obalu produktu	37
2.2 Tvar produktu	37
2.3 Symboly označující zdravý produkt	40
2.4 Delboeufova iluze	40
3. Umístění zdravých potravin	43
3.1 Role vzdálenosti zdravé potraviny od spotřebitele	43
3.2 Role viditelnosti a vhodné pozice zdravé potraviny	45
4. Dostupnost zdravých potravin	51
4.1 Fyzická dostupnost produktů	51
4.2 Finanční dostupnost zdravých potravin	52
4.3 Problém zkresleného vnímání stravovací porce	53
5. Senzorické nudge	54
5.1 Světelné efekty	54
5.2 Vůně v prostředí spotřeby zdravého jídla	55
6. Výchozí nastavení nabídky zdravých produktů	56
<u>Část IV. Vyhodnocování efektivity intervencí nudge</u>	59
7. Povědomí o zdravé výživě	60
7.1 Většinová společnost spotřebitelů zdravé výživy	60
7.2 Vztah rodičů a dětí ke zdravé výživě	61
7.3 Jídelní zařízení a zdravá výživa	61
8. Indikátory pro vyhodnocování efektivity	64
SEZNAM TABULEK	66
SEZNAM GRAFICKY ZPRACOVANÝCH NUDGE INTERVENCÍ	66
BIBLIOGRAFIE	67