

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie

Bc. Eva KNOPOVÁ

**Geografické aspekty ovlivňující spotřebu alkoholu:  
příklad měst Olomouc a Tartu**

Diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. David Fiedor, Ph.D.

Olomouc 2020

## Bibliografický záznam

<b>Autor (osobní číslo)</b>	Bc. Eva Knopová (R170137)
<b>Studijní obor:</b>	Regionální geografie
<b>Název práce:</b>	Geografické aspekty ovlivňující spotřebu alkoholu: příklad měst Olomouc a Tartu
<b>Title of thesis:</b>	Geographical aspects influencing alcohol consumption: example of Olomouc and Tartu
<b>Vedoucí práce:</b>	Mgr. David Fiedor, Ph.D.
<b>Rozsah práce:</b>	93 stran, 2 přílohy
<b>Abstrakt:</b>	Diplomová práce navazuje na předchozí bakalářskou práci a za cíl si dává odhalit geografické aspekty ovlivňující spotřebu alkoholu na příkladu dvou studentských měst obdobné velikosti (Olomouc a Tartu). K porovnání budou použita data získaná pomocí dvou terénních šetření. Jedno z nich bude zaměřeno na prostorové rozložení prodejen alkoholu v daných městech a druhé na šetření mezi obyvateli.
<b>Klíčová slova:</b>	prostorová analýza, distribuce prodejen alkoholu, geografie alkoholu, Olomouc, Tartu, konzumace alkoholu
<b>Abstract:</b>	The diploma thesis builds on the previous bachelor thesis and aims to reveal the geographical aspects influencing alcohol consumption on the example of two student cities of similar size (Olomouc and Tartu). Data obtained from two field surveys will be used for comparison. One of them will focus on the spatial distribution of alcohol stores in the cities and the other on the survey among the population.
<b>Keywords:</b>	spatial analysis, alcohol outlet distribution, geography of alcohol, Olomouc, Tartu, alcohol consumption

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracovávala samostatně pod vedením Mgr. Davida Fiedora, Ph.D. a veškerou použitou literaturu jsem uvedla a citovala v seznamu použité literatury.

V Olomouci dne:

Podpis:

Ráda bych na tomto místě poděkovala zejména vedoucímu diplomové práce Mgr. Davidu Fiedorovi, Ph.D. za cenné rady a připomínky, trpělivost a pozitivní přístup v průběhu tvorby této diplomové práce. Zároveň děkuji své rodině za podporu v průběhu mého studia.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI  
Přírodovědecká fakulta  
Akademický rok: 2017/2018

**ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Eva KNOPOVÁ**  
Osobní číslo: **R170137**  
Studijní program: **N1301 Geografie**  
Studijní obor: **Regionální geografie**  
Název tématu: **Geografické aspekty ovlivňující spotřebu alkoholu: příklad měst Olomouc a Tartu**  
Zadávající katedra: **Katedra geografie**

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

Diplomová práce navazuje na předchozí bakalářskou práci a za cíl si dává odhalit geografické aspekty ovlivňující spotřebu alkoholu na příkladu dvou studentských měst obdobné velikosti (Olomouc a Tartu). K porovnání budou použita data získaná pomocí dvou terénních šetření. Jedno z nich bude zaměřeno na prostorové rozložení prodejen alkoholu v daných městech a druhé na šetření mezi obyvateli.

Rozsah grafických prací: Podle potřeb zadání

Rozsah pracovní zprávy: 20 000 - 24 000 slov

Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

- Jayne, M., Valentine, G., Holloway, S. L. (2011): *Alcohol, Drinking, Drunkenness: (Dis)Orderly Spaces*. Aldershot: Ashgate Publishing, 157 s.
- Livingston, M., Chikritzhs, T., Room, R. (2007): Changing the density of alcohol outlets to reduce alcohol-related problems. *Drug and alcohol review*, č. 26, s. 557-566.
- Campbell, C. A., Hahn, R. A., Elder, R., Chattopadhyay, S., Fielding, J., Naimi, T. S., Toomey, T., Lawrence, B., Middleton, J. C. (2009): The effectiveness of limiting alcohol outlet density as a means of reducing excessive alcohol consumption and alcohol-related harms. *American journal of preventive medicine*, č. 37, s. 556-569.
- Popova, S., Rehm, J., Patra, J., Zatonski, W. (2007): Comparing alcohol consumption in central and eastern Europe to other European countries. *Alcohol and Alcoholism*, č. 42, s. 465-473.
- Pärna, K., Rahu, K., Helakorpi, S., Tekkel, M. (2010): Alcohol consumption in Estonia and Finland: Finbalt survey 1994-2006. *BMC Public Health*, č. 10, 261.
- Lai, T., Habicht, J. (2011): Decline in alcohol consumption in Estonia: combined effects of strengthened alcohol policy and economic downturn. *Alcohol and Alcoholism*, č. 46, s. 200-203.

Vedoucí diplomové práce: Mgr. David Fiedor

Katedra geografie

Datum zadání diplomové práce: 30. listopadu 2017

Termín odevzdání diplomové práce: 10. dubna 2019

L.S.

prof. RNDr. Ivo Frébort, CSc., Ph.D.  
děkan

doc. RNDr. Marián Halás, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Olomouci dne 30. listopadu 2017

# OBSAH

<b>1</b>	<b>ÚVOD.....</b>	<b>8</b>
1.1	Cíle práce.....	10
1.2	Hypotézy práce.....	11
<b>2</b>	<b>METODIKA PRÁCE, ZDROJE DAT .....</b>	<b>12</b>
<b>3</b>	<b>TEORETICKÉ ZARÁMOVÁNÍ.....</b>	<b>16</b>
3.1	Pozice alkoholu ve společnosti.....	16
3.2	Dopady konzumace alkoholu .....	17
3.3	Geografie alkoholu .....	18
3.4	Vzorce konzumace alkoholu.....	22
3.4.1	Socioekonomické faktory .....	23
3.4.2	Frekvence užívání alkoholu .....	25
3.4.3	Geografické faktory.....	27
3.4.4	Regulace konzumace alkoholu .....	31
<b>4</b>	<b>CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÉHO ÚZEMÍ.....</b>	<b>34</b>
4.1	Konzumace alkoholu v České republice.....	34
4.2	Konzumace alkoholu v Estonsku .....	36
<b>5</b>	<b>ANALÝZY A VÝSLEDKY TERÉNNÍCH ŠETŘENÍ.....</b>	<b>39</b>
5.1	Prostorová analýza .....	39
5.2	Dotazníkové šetření.....	52
5.2.1	Struktura vzorku .....	52
5.2.2	Zvyklosti a preference konzumentů.....	58
5.2.3	Dostupnost alkoholu podle respondentů .....	69
5.3	Analýzy terénních šetření .....	74
<b>6</b>	<b>DISKUZE.....</b>	<b>77</b>
<b>7</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>81</b>
<b>8</b>	<b>SUMMARY.....</b>	<b>83</b>
<b>9</b>	<b>POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE.....</b>	<b>84</b>
9.1	Literární zdroje .....	84
9.2	Datové a internetové zdroje .....	93
<b>10</b>	<b>PŘÍLOHY.....</b>	<b>94</b>

# 1 ÚVOD

Geografie patří mezi nejstarší vědní disciplíny, s čímž samozřejmě souvisí to, že během své existence prošla značným vývojem – ve svých počátcích zahrnovala všechny poznatky o Zemi, popis jejího tvaru, postavení ve vesmíru či její složení. Postupně se se vzrůstajícím zájmem o geografii začala rozšiřovat také oblast jejího zkoumání a začaly se řešit nové a aktuální otázky týkající se vybraných regionů světa, popisu jejich obyvatelstva, sídel, hospodářství nebo samotného vztahu společnosti k přírodnímu prostředí. A podobně jako u celé řady dalších disciplín není diferenciací geografie dosud ukončena, naopak se vzrůstajícím množstvím vědeckých poznatků stále vznikají a rozvíjejí se nové dílčí geografické disciplíny. Typická pro geografii je i její značná interdisciplinarita a propojení s dalšími obory, díky čemuž, kromě již etablovaných geografických subdisciplín (jako např. regionální, kulturní, historická, urbánní), mohou vznikat disciplíny jako je právě geografie alkoholu (může se prolínat s tzv. morální či protialkoholní geografii, částečně spadající pod geografii zdraví), kterou se zabývá tato práce. Zatímco v České republice je geografie alkoholu téma, kterému se zatím nevěnuje příliš velká pozornost, v zahraničí se touto problematikou zabývá mnoho odborníků a je předmětem řady studií. Na některých vysokých školách v zahraničí (např. University of Florida, Department of Geography) je geografie alkoholu (Geography of Alcohol) dokonce vyučována.

Jednou z možností, jak se dívat na geografii alkoholu, je podle původu jednotlivých alkoholických nápojů, který zcela bezpochyby souvisí právě s jejich geografickou polohou. Svou roli, nejen při jeho výrobě ale i následné konzumaci, přitom hraje jak geografická poloha, tak poloha z pohledu socioekonomické geografie. Samotná výroba alkoholických nápojů je totiž spjata s nutností zemědělské produkce určité plodiny, která je ovlivněna zeměpisnou šířkou, nadmořskou výškou, podnebím a mnoha dalšími fyzickogeografickými faktory. V důsledku toho pak ve světě vznikají různé alkoholové oblasti – vinařská/pivařská oblast dělící Evropu, či alkoholické nápoje typické pro určité země a území (vodka, tequila, whiskey). Faktorů ovlivňujících spotřebu alkoholu je nespočet. Z epidemiologických výzkumů jasně vyplývá, že zásadními vlivy jsou sociodemografické charakteristiky, např. pohlaví, věk, socioekonomický statut apod. Neméně důležitým faktorem je také kulturní prostředí, a to jak mezi různými státy, tak v rámci jednoho, nebo mezi odlišnými etnickými či náboženskými skupinami. Kulturní kontext v tomto případě ovlivňuje nejen druh konzumovaného alkoholu, ale i jeho objem, množství konzumovaného alkoholu, které je považováno za přijatelné, minimální dosažený věk (rozdíl v dolní věkové hranici mezi státy), příležitosti, u kterých je alkohol konzumován a mnoho dalších. I když díky globalizaci můžeme konstatovat, že se v posledních letech snižují rozdíly v



preferencích konzumace alkoholu mezi jednotlivými státy, stále se jedná o nezanedbatelné rozdíly. Geografické faktory ale ovlivňují konzumaci alkoholu i na nižších měřítkových úrovních. Z řady studií (které jsou zmíněny dále v práci) vyplývá, že snadnější přístup k alkoholu přispívá k jeho zvýšené konzumaci (ve smyslu čím blíže je zdroj alkoholu, tím snadnější je jeho koupě a následná konzumace). Stejně je tomu v případě koncentrace prodejen alkoholu, to tedy znamená, že oblasti s větší koncentrací prodejen alkoholu jsou rovněž oblastmi, kde ho jedinci konzumují větší množství. Tyto oblasti koncentrace prodejen alkoholu jsou pak zónami vyznačující se např. vyšší mírou kriminality a negativně ovlivňují kvalitu lidského života. Právě těmto problémům (např. vyšší míra kriminality, konzumace alkoholu u nezletilých, dopravní nehody pod vlivem alkoholu atd.) je věnována pozornost v předchozí bakalářské práci.

Snadný přístup k alkoholu se dá ale taktéž vyložit pomocí různých legislativních nástrojů a preventivních opatření (v tomto případě ve smyslu věkového omezení, omezení otevírací doby prodejen alkoholu, zákaz prodeje alkoholu v určitých oblastech, při určitých událostech nebo místech, zdanění alkoholu a další formy regulace), jejichž cílem je co nejvíce „znenájmňit“ cestu k alkoholu. Vzhledem k tomu, že alkohol je látka, která může vést k velmi vážným negativním dopadům nejen na lidské zdraví, ale i na další oblasti života a může mít důsledky ekonomické či sociální, je nanejvýš žádoucí, aby jeho požívání podléhalo některým omezením stanovených státem v právní úpravě. Tyto právní omezení ale i samotné protialkoholní politiky jednotlivých států se mezi sebou liší, což také přispívá k prostorové diferenciaci možností konzumace alkoholu.

Mimo již výše zmíněné geografické a legislativní faktory, či souhrn biopsychosociálních faktorů u konkrétních jedinců a komunit, hraje důležitou roli také cena alkoholu, reklama, nebo prevence s osvětou. Obecně se tedy dá říct, že aspektů ovlivňujících spotřebu alkoholu je nesmírně mnoho. V rámci této diplomové práce se ale zaměřím převážně na ty geografické. Zvláštní pozornost bude také věnována dvěma zemím – České republice a Estonsku. Tyto země, ačkoliv obě evropské, leží v odlišných geografických i socioekonomických podmínkách. Nachází se ale i v oblastech s odlišnými alkoholovými tradicemi. Česká republika byla a je spolu s dalšími zeměmi Střední Evropy považována za pивní národ, zatímco Estonsko se, jakožto země bývalého sovětského svazu či soused severských států, může řadit k zemím s oblibou destilovaných nápojů. V praktické části se pak zaměřím na konzumaci alkoholu na lokální úrovni, a to prostřednictvím průzkumu ve dvou městech těchto zemí – Olomouci a Tartu.

## 1.1 Cíle práce

Hlavním cílem předložené diplomové práce je analýza a popis možných geografických aspektů majících vliv na konzumaci alkoholu. Toho bude docíleno jednak pomocí rešerše relevantní odborné literatury a rozboru publikovaných studií zabývajících se konzumací alkoholu, jednak vlastním výzkumným šetřením, v rámci kterého byly stanoveny jednotlivé dílčí cíle a hypotézy. Rešerše literatury slouží k vytvoření obecného přehledu o problematice alkoholu a jeho konzumaci ve světě. Zejména ale popisuje, jaké faktory mohou konzumaci alkoholu ovlivňovat – od fyzickogeografických a socioekonomických až po legislativní nástroje. Pozornost je věnována také zhodnocení přínosu geografů v této oblasti. Neméně významnou částí je také výklad a porovnání dat týkající se konzumace alkoholu v České republice a Estonsku. Právě tato data budou v dalších částech práce sloužit při interpretaci získaných výsledků z vlastního šetření.

Vlastní výzkum této diplomové práce se skládá ze dvou terénních šetření, které byly provedeny ve městech Olomouc a Tartu. První z nich je zaměřeno na prostorové rozložení prodejen alkoholu v daných městech. Cílem toho bylo vymezit místa vyznačující se koncentrací či absencí zkoumaných prodejen a následně popsat a porovnat rozdíly v prostorovém uspořádání prodejen alkoholu mezi oběma městy. V rámci takto vytvořeného pasportu prodejen a prodejních míst bude možné porovnat počty a zastoupení kategorií prodejen v obou městech.

Druhá část výzkumu si dává za cíl porovnat preference nejen při výběru místa konzumace alkoholu ale i další zvyklosti jeho konzumace. Předpokládaným výstupem tedy bude porovnání preferencí mezi obyvateli obou měst. Tyto informace budou získány pomocí dotazníkového šetření mezi obyvateli. Jedním z dílčích cílů je i následné porovnání získaných dat s publikovanými výsledky již provedených výzkumů. V diplomové práci byly rovněž stanoveny hypotézy, které budou na základě získaných výsledků potvrzeny, nebo naopak vyvráceny.

## 1.2 Hypotézy práce

- Počet prodejen alkoholu je v obou městech přibližně stejný (hypotéza vychází z faktu, že se jedná o města obdobné velikosti, co se počtu obyvatel týče), rovněž je tomu u zastoupení jednotlivých kategorií prodejen.
- Prostorové rozložení prodejen alkoholu je shodné v obou městech a dochází k jejich koncentraci v městských centrech.
- Ve městě Tartu dochází (stejně jako v případě města Olomouc) k nepravidelnému rozložení prodejen alkoholu napříč městskými částmi, které se vyznačuje vznikem jader, do kterých se prodejny koncentrují.
- Prostorové rozložení prodejen alkoholu ovlivňuje jeho spotřebu, přesněji:
  - Frekvenci konzumace alkoholu ovlivňuje vzdálenost nejbližší prodejny alkoholu, tedy že: čím blíže prodejnímu místu alkoholu respondent bydlí, tím častěji konzumuje alkoholické nápoje.
  - Respondenti, kteří bydlí v městských částech s vyšším počtem prodejních míst alkoholu, konzumují alkoholické nápoje častěji.
  - Vzdálenost hraje při výběru prodejny alkoholu významnou roli v obou zemích.
- Získaná data potvrzují výsledky již prováděných výzkumů na národních úrovních. Jsou například potvrzeny předpoklady, že:
  - Obyvatelé Tartu konzumují větší množství lihovin v porovnání s obyvateli Olomouce, kteří dávají přednost pivu.
  - Muži konzumují alkohol častěji než ženy.
  - Studenti patří k nejvíce rizikovým skupinám co se konzumace alkoholu týče s častými sklony k tzv. binge drinking.
  - Frekvence konzumace alkoholu je v obou městech podobná.

## 2 METODIKA PRÁCE, ZDROJE DAT

Diplomová práce vychází a navazuje na předchozí bakalářskou práci zabývající se prostorovou analýzou míst prodeje alkoholu ve městě Olomouci. Je rozdělena na dvě části. První, teoretická část, je zpracována formou rešerše odborné literatury českých, ale zejména anglosaských publikací. Ze značné části se jedná i o veřejně publikované studie. Důležitými zdroji v rámci teoretické části jsou statistiky konzumace alkoholu (např WHO, OECD, ČSÚ), které poslouží k následné komparaci s výstupy praktické části diplomové práce.

Praktická část je zpracována pomocí dvou metod. První metodou je tvorba pasportu prodejních míst alkoholu. K jeho tvorbě byla využita primární data o stavu obchodní sítě alkoholu získána autorkou práce terénním šetřením. Soupis prodejen ve městě Olomouci probíhal již v rozmezí měsíců říjen 2016 až leden 2017 v rámci již zmíněné bakalářské práce, ze které byla data převzata. Terénní šetření v Tartu probíhalo od dubna 2018 do června 2018. V rámci tohoto terénního šetření byly zjišťovány následující charakteristiky: název prodejny alkoholu, ulice, číslo popisné a typ prodejny. Jako prodejna alkoholu byl označen podnik prodávající nápoje obsahující více než 0,5 objemového procenta alkoholu. Podle ustanovení zákona č. 379/2005 Sb. *o opatřeních k ochraně před škodami způsobenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami*, lze alkoholické nápoje prodávat pouze v těchto typech prodejen:

- specializované prodejny alkoholických nápojů,
- specializovaná oddělení velkoplošných prodejen,
- prodejny potravin a smíšeného zboží,
- zařízení společného stravování provozovaná na základě hostinské činnosti,
- ubytovací zařízení,
- kulturní zařízení s výjimkou zařízení určených pro osoby mladší 18 let.

Stejně jako v bakalářské práci (Knopová, 2017) byly pro účely diplomové práce vytvořeny čtyři kategorie prodejen. Prodejny alkoholu byly v první řadě rozděleny podle toho, zda je alkohol konzumován přímo v místě koupě, nebo se jedná pouze o prodej a alkohol je konzumován jinde. V odborné anglosaské literatuře se prodejny s konzumací alkoholu v místě koupě označují jako on-premise (bary, hospody, restaurace) a prodejny, ve kterých ho nelze přímo konzumovat jako off-premise (supermarkety, večerky). Prodejny byly dále rozděleny do čtyř kategorií (občerstvovací zařízení, zábavní zařízení, širokosortimentní prodejny a doplňkový prodej), do nichž jsou zařazeny jednotlivé níže popsané typy prodejen. Jedná se o:

#### Občerstvovací zařízení (on-premise prodejny)

- **Restaurace/hostinec** – Pohostinské podniky, ve kterých jsou podávány nápoje a pokrmy k okamžité konzumaci.
- **Bistro/občerstvení** – Místo pro prodej jídla a nápojů. Často se jedná o prodejní kiosky, okna nebo prodejny rychlého občerstvení bez obsluhy.
- **Cukrárna/kavárna** – Společenské místo podobné restauracím podávající v malém množství také alkohol.

#### Zábavní zařízení (on-premise prodejny)

- **Hospoda/pivnice** – Do této kategorie byly zařazovány podniky typu restaurací nebo hostinců, ve kterých ale převažuje význam podávání alkoholických nápojů nad teplou kuchyní, popř. jsou zcela bez kuchyně.
- **Vinotéka/vinárna** – Podniky prodávající, popř. také servírující převážně vína.
- **Bar/coffee bar** – Jedná se o pohostinský nebo zábavní podnik, zpravidla s nočním provozem. V mnoha případech jsou podobné kavárnám, od kterých se liší delší otevírací dobou a zaměřením prodejního sortimentu více na alkohol než kávu.
- **Noční klub/diskotéka** – Prostory určené ke společenským zábavním akcím, převážně s nočním provozem, ve kterých je alkohol konzumován ve velkém množství.
- **Herna/kasino** – Prostory, ve kterých se provozují hazardní hry nebo se zde dají využívat hrací automaty a jiná hazardní zařízení. Jedná se o prodejny s omezeným vstupem pro osoby, které nedosáhly plnoletosti.

#### Širokosortimentní prodejny (off-premise prodejny)

- **Směšené zboží/potraviny** – Typ maloobchodní prodejny, která nabízí široký sortiment zboží, včetně nápojů s obsahem alkoholu.
- **Supermarket** – Samoobslužná prodejna s rozsáhlou nabídkou zboží, zahrnující také nápoje a potraviny s obsahem alkoholu určená pro pozdější konzumaci. Do této kategorie byly zařazeny také hypermarkety a větší prodejní zařízení.
- **Obchodní dům** – Velkoplošné prodejny a nákupní centra, ve kterých se nachází více prodejen (nejen) alkoholických nápojů.

#### Doplňkový prodej (off-premise prodejny)

- **Tabák/trafika** – Malé prodejny tabákových výrobků a periodického tisku, ve kterých je možnost zakoupit alkohol. Zpravidla se jedná o prodejní stánek či okno.
- **Čerpací stanice** – Benzinové pumpy, u kterých je prodejna jídel a nápojů, zahrnující také prodej alkoholických nápojů.

Zařazení jednotlivých prodejen alkoholu do výše zmíněných kategorií bylo provedeno na základě subjektivního názoru autorky práce. Některé prodejny splňují kritéria pro více kategorií a mohou se prolínat. Z důvodu nezkrácení výsledků však pro ně byla zvolena pouze jedna kategorie, a to na základě převažující funkce prodejny. Do analýzy dále nebyly zahrnuty určité prodejny i přes to, že se v nich zakoupit alkohol dá. Jedná se především o alkohol prodávaný v místech, která nejsou přístupná všem, ale pouze vybraným osobám. Jako příklad mohou být zmíněny studentské ubytovny, soukromé kluby a obdobné prostory. Byly vynechány také sezónní prodejní stánky. V kategorii širokosortimentní prodejny jsou uvedeny také obchodní domy. Jedná se o společné prostory, ve kterých se nachází více prodejen (nejen alkoholu), ale v samotné analýze vystupují pouze jako jeden objekt.

Jako optimální prostředek pro zjištění individuálních preferencí a zvyklostí konzumace alkoholu bylo zvoleno dotazníkové šetření. Dotazník byl vytvořený pomocí webové aplikace Survio ([www.survio.com](http://www.survio.com)) a obsah i forma dotazníku byly uzpůsobeny tak, aby respondentovi zabralo jeho vyplňování co nejméně času a otázky byly zároveň co nejvíce jednoznačné. Celkový čas potřebný na vyplnění dotazníku činil v průměru 10–15 minut. Dotazník byl vytvořen ve dvou jazykových mutacích, v českém a anglickém jazyce a byl distribuován převážně elektronicky, v menší míře také osobně (zejména z důvodu zahrnutí staršího obyvatelstva do průzkumu) či pomocí třetí osoby (zejména v případě města Tartu díky pomoci ochotných zaměstnanců univerzity a spolužáků). Distribuován byl po dobu cca 4 měsíců (v rozmezí měsíců duben až červenec roku 2018). Respondenti byli před vyplněním dotazníku obeznámeni s faktem, že data sesbíraná prostřednictvím tohoto dotazníku jsou zcela anonymní. Otázek je celkem 15, z nichž některé jsou tvořeny dílčími podotázkami. Samotný dotazník je členěn do tří částí. První z nich je tvořena otázkami týkajícími se zvyklostí a preferencí konzumace alkoholu respondenta. Ve druhé části jsou pokládány otázky s cílem zjistit jeho názor na určitá tvrzení a třetí část je tvořena identifikačními otázkami. Úvodní otázka celého dotazníku „*konzumujete alkoholické nápoje?*“ je otázkou filtrační. V případě odpovědi *ano* respondent zodpovídá otázky celého dotazníku, v případě odpovědi *ne* je rovnou přesměrován ke druhé části (přeskočí tedy otázky, které se ho netýkají). Tato forma dotazníku byla zvolena proto, aby ve statistikách byli zahrnuti i abstinenti a jejich názory. Dotazovaných bylo v konečném stavu 616, z toho 306 v Tartu a 310 v Olomouci.

K dosažení cílů práce a zpracování získaných dat byl použit následující software – k základní úpravě dat, tvorbě tabulek a pro základní statistické výpočty sloužil tabulkový procesor Microsoft Office Excel. Součástí diplomové práce jsou také mapové výstupy prostorového rozložení prodejen alkoholu jež byly zpracovány v prostředí ArcGIS. Jednou

z použitých metod zpracování prostorových dat je i metoda heat-map. V prostředí ArcGIS existuje několik možností pro prostorovou analýzu a tvorby heat-map, pro potřeby diplomové práce byl použit nástroj Kernel Density. Kernel Density lze aplikovat jak na bodová data, tak i na data liniová. Ve své podstatě tento nástroj funguje na principu výpočtu jádrové hustoty dat. V případě bodových dat, která byla použita i v rámci diplomové práce, tato funkce funguje tak, že kolem každého bodu (v tomto případě každé prodejny alkoholu) vytvoří kruhové okolí. Toto okolí má nejvyšší hodnotu (1) v místě daného bodu a směrem k okraji postupně klesá až k nejnižší hodnotě (0). Pro každou buňku, resp. pixel, je následně vypočtena hodnota hustoty daného jevu a to tak, že jsou sečteny hodnoty všech jádrových povrchů, které překrývají střed dané buňky. Výsledkem je hladká zakřivená plocha nad každým bodem. Hodnota povrchu je nejvyšší v místě daného bodu a klesá se zvětšující se vzdáleností od tohoto místa až k nulové hodnotě, která je stanovena velikostí zvoleného poloměru (Search radius). Výchozím nastavením pro tvar oblasti kolem každé buňky je pouze kruh. Hustota každého výstupu buňky rastru se vypočítá jako součet hodnot všech jádrových povrchů, kde se překrývají centra buňky rastru (Krtička, Adamec a Bednář, 2012). Jedním z možných nedostatků při uplatnění této metody však může být značná subjektivita v interpretaci výsledů. Je tomu tak z toho důvodu, že stejná podkladová data mohou být zobrazena rozdílně a to jen díky rozdílnému nastavení metody a způsobu zobrazení (Ivan a Horák, 2016). V rámci diplomové práce byly také vytvořeny mapy metodou Kernel Density, pro které byl ponechán výchozí poloměr (default search radius, bandwidth). Ten je počítán speciálním algoritmem (Silverman's Rule of Thumb), založeném na základě prostorové konfigurace a počtu vstupních bodů (ArcGIS Desktop, 2019).

Při zpracování dat získaných z dotazníkového šetření byly použity vybrané statistické metody. Jednou z nich je i  $\chi^2$  test, který slouží pro testování nezávislosti proměnných. Pro tento test se stanovuje nulová hypotéza, která tvrdí, že náhodné veličiny X a Y jsou nezávislé, což znamená, že pravděpodobnost nastání určité varianty náhodné veličiny X nemá vliv na pravděpodobnost nastání určité varianty náhodné veličiny Y. Abychom mohli použít  $\chi^2$  test nezávislosti, musí být splněny podmínky dobré aproximace. To znamená, že alespoň 80 % hodnot očekávaných četností je větších než 5 a ve zbylých 20 % by neměly klesnout pod 2. Dále je v diplomové práci použit také Pearsonův korelační koeficient. To je statistický ukazatel síly lineárního vztahu mezi párovými daty. Rozšíření směrem k hodnocení určitých forem nelineární závislosti představuje tzv. Spearmanův korelační koeficient. Jedná se o neparametrický korelační koeficient, který je robustní vůči odlehlým hodnotám a odchýlkám od normality, neboť stejně jako řada dalších neparametrických metod pracuje pouze s pořadími pozorovaných hodnot.

## 3 TEORETICKÉ ZARÁMOVÁNÍ

Téma diplomové práce, respektive problematika alkoholu obecně je téma značně obsáhlé, široké a závažné. Na problematiku alkoholu lze nahlížet z různých pohledů a téma může být uchopeno různými způsoby. V následující části práce se pokusím objasnit základní poznatky týkající se alkoholu a jeho konzumace. Na úvod je důležité také rovněž vysvětlit, co je to alkohol a alkoholický nápoj. Alkohol je označení pro derivát uhlovodíku s širokým využitím, zvláště v chemii a různých druzích průmyslu. Existuje více druhů alkoholu, nicméně k nejznámějším a nejvyužívanějším patří etanol. Právě etanol je po tisíce let konzumován ve formě alkoholických nápojů (Kelbová, 1996). V rámci teoretické části diplomové práce se zaměřím na pozici alkoholu ve společnosti, na dopady jeho, zejména nadměrné, konzumace, pozornost budu věnovat současnému přínosu geografů do studia alkoholu, a zejména jednotlivým vzorcům ovlivňující konzumaci alkoholu. Těch může být celá řada, od socioekonomických faktorů (jako například věk, nejvyšší dosažené vzdělání, pohlaví atd.) až po geografické (konzumace alkoholu v různých kulturách a odlišných regionech). Důležitým vzorcem je rovněž frekvence konzumace alkoholu.

### 3.1 Pozice alkoholu ve společnosti

Alkohol je nedílnou součástí života ve většině společenstev na světě, setkáváme se s ním téměř denně v nejrůznějších souvislostech a při mnoha příležitostech. Spolu s tabákem je to celosvětově nejrozšířeněji užívaná psychoaktivní látka a jedná se o jeden z hlavních rizikových faktorů ohrožujících zdraví populace (Sudhinaraset, Wigglesworth a Takeuchi, 2016). Světová zdravotnická organizace (World Health Organization, 2018) odhaduje, že na celém světě jsou téměř dvě miliardy lidí, kteří konzumují alkoholické nápoje, z toho 76 milionů s diagnostikovatelnými poruchami konzumace alkoholu (nadměrné a škodlivé užívání alkoholu a závislosti), z nichž až 78 % zůstává neléčených. Historie konzumace alkoholu úzce souvisí s dějinami lidstva, lidé jej využívali k náboženským, společenským či soukromým účelům. Konzumaci alkoholu lze datovat až deset tisíc let zpět a to především díky výrobě piva a nápojů z medu. Další alkoholické nápoje se vyráběly dle dostupných surovin daného kraje, odkud vlastně pramení geografická podmíněnost jeho konzumace. Výroba a konzumace vína je o dosti mladším fenoménem a lze datovat zpětně pět až šest tisíc let (Sudhinaraset, Wigglesworth a Takeuchi, 2016). Alkohol může být konzumován z celé řady důvodů. Může sloužit jako rituální symbol, prostředek uvolňující psychické napětí a usnadňující navázání kontaktu ve společnosti, či jako prostředek intoxikace. Tak, jak se liší jednotlivé kultury svými tradicemi, liší se i užívání alkoholu v těchto kulturách.



## 3.2 Dopady konzumace alkoholu

Velká část konzumentů alkoholických nápojů si neuvědomuje, že pití alkoholu může mít rozsáhlé zdravotní, sociální a ekonomické následky. Dopady konzumace alkoholu lze tedy vnímat ve dvou oblastech, které jsou blíže popsány v následující části práce.

**Zdravotní dopady** – Nadměrná konzumace alkoholu může vést k somatickým onemocněním, jako například infekční nemoci, zhoubné nádory, poruchy výživy a přeměn látek, nemoci krve, nervové onemocnění, či otravy (Sovinová a Csémy, 2003). Nejčastěji je zvýšená konzumace alkoholu spojována s poškozováním jaterní tkáně. Epidemiologické studie uvádějí, že chronická konzumace alkoholu má za následek až 50 % případů jaterní cirhózy v západních civilizacích (Zima, 2006). Riziková konzumace alkoholu je každoročně příčinou až tří milionů úmrtí, což představuje 5,3 % všech úmrtí, navíc jeho konzumace způsobuje často smrt již v mládí. Ve věkové skupině 20–39 let je až 13,5 % úmrtí přisuzovaných právě nadměrné konzumaci alkoholu a z ní vycházejících zdravotních obtíží (World Health Organization, 2018). S jeho konzumací je také spojeno vyšší riziko nejrůznějších zranění, přispívá k výskytu jak neúmyslných (dopravní úrazy, utonutí, popáleniny, otravy, pády), tak úmyslných poranění (sebevraždy, mezilidské násilí). Konzumace alkoholu má rovněž vliv na vznik řady duševních nemocí a poruch chování (World Health Organization, 2018). Jeho dlouhodobá konzumace může vést k rozvoji psychické i fyzické závislosti (Sovinová a Csémy, 2003). Jeho vliv na zdraví populace je tak výrazný, že prevence nadměrné konzumace a léčba závislostí jsou součástí tzv. cílů udržitelného rozvoje (The United Nations Sustainable Development Goals), a to v části 3.5 (posílit prevenci a léčbu užívání návykových látek, včetně užívání narkotik a škodlivého užívání alkoholu).

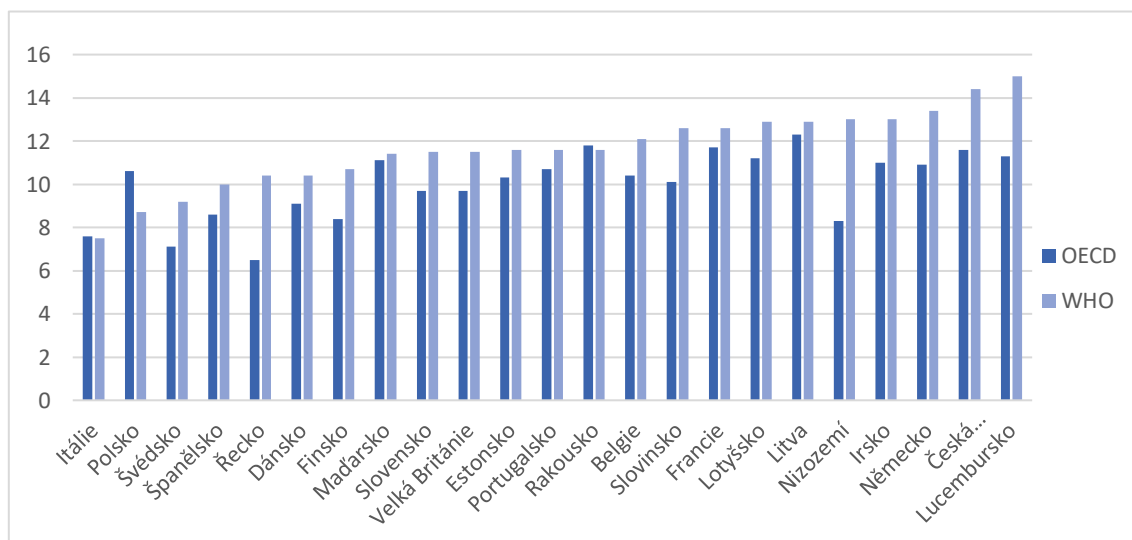
**Ekonomické a sociální dopady** – Nadměrná konzumace alkoholu ovlivňuje také další aspekty lidského života. Způsobuje újmu např. členům rodiny, přátelům či spolupracovníkům. Výzkumy rovněž potvrzují, že je přítomný ve velké části případů domácího násilí. Jeho zneužívání má ale také za následek značné sociální a ekonomické zatížení společnosti jako celku (World Health Organization, 2018). V souvislosti s užíváním alkoholu a jeho ekonomickými dopady bývá často zmiňován jeho vliv na pracovní výkon, nebo dokonce úplnou absenci v práci, což může vést k nezaměstnanosti. To má samozřejmě vliv na zaměstnance, zaměstnavatele ale i na celý systém. Finance investované do zdravotní péče (a to jak v případě léčby nemocí přímo způsobených konzumací alkoholem, léčení následků násilných trestných činů, neúmyslných úrazů, dopravních nehod či samotnou smrtí zaviněnou konzumací alkoholem) představují další z nezanedbatelných ekonomických problémů (Institute of Alcohol Studies, 2017).

### 3.3 Geografie alkoholu

Dopad konzumace alkoholu na chronické a akutní zdraví populace je bezesporu obrovský, míra jeho dopadu ale může být do značné míry určována dvěma samostatnými, avšak spolu souvisejícími vzorci konzumace alkoholu. Jedná se samozřejmě o celkový objem spotřebovaného alkoholu a také způsob jeho konzumace. Faktory blíže popsané v dalších částech práce ovlivňují konzumaci alkoholu na obou těchto úrovních. Nadměrná konzumace alkoholu je celosvětový problém, není tedy divu, že se jak jednotlivé státy, tak nadnárodní organizace snaží proti jeho zneužívání bojovat. Mimo legislativní a právní nástroje sloužící ke snížení a omezení jeho konzumace vzniká také mnoho studií, snažící se odhalit faktory, které jeho konzumaci ovlivňují. Právě identifikace těchto faktorů může totiž pomoci zacílit prostředky přímo do těch nejrizikovějších oblastí a zefektivňovat tak boj proti zneužívání a nadměrné konzumaci alkoholu (World Health Organization, 2018). Ačkoliv se může zdát, že výzkum konzumace alkoholu, či alkoholu obecně, spadá spolu s užíváním drog a kriminalitou do kategorie výzkumu deviantního chování, jakožto předmětu studia mnoha oborů (adiktologie, antropologie, sociologie, psychologie a řady dalších), problematika alkoholu se rovněž dotýká oblasti studia humánních geografů. Podle Jayne, Valentine a Holloway (2008) je v současné době výzkum alkoholu silně kritizován především pro chybějící interdisciplinární přístup. Je to zejména z toho důvodu, že konzumace alkoholu závisí na konkrétních lidech, situacích, místech a je tedy ovlivňována řadou faktorů. Proto nemůže být generalizována, jak tomu často bývá. I kvůli tomu jsou právě geografové ti, kteří mohou vnést do studia konzumace alkoholu důležité a nové poznatky, a to díky hledání spojitostí mezi lidmi a místy na různých prostorových úrovních (Jayne, Valentine a Holloway, 2008). Stále se objevují nové studie, jež se pokouší jak o objasnění prostorového propojení konzumace alkoholu a potíží z toho vyplývajících, tak o určení geografických aspektů, které spotřebu alkoholu ovlivňují. Mimo to existuje celá řada dalších témat, kterými se geografové mohou zabývat. Ty se mohou týkat legislativy, politiky, produkce, marketingu a prodeje, nebo také konzumaci ať už na nadnárodní, národní nebo lokální úrovni. Možností, jakými způsoby bývá tato problematika geografie uchopena, je mnoho.

Existuje mnoho geografických ukazatelů konzumace alkoholu a aspektů ovlivňujících jeho spotřebu. Jednou z možností, jak geografové mohou pracovat s daty konzumace alkoholu je výpočet průměrné spotřeby alkoholu na obyvatele a to porovnávat s prevalencí řady zdravotních či sociálních problémů. Ačkoliv tato metoda může poskytnout zajímavé výsledky, nedá se používat ve větších měřítkách, protože zde zcela chybí vliv prostředí. Podle Granta a Litvaka (1997) navíc existují důkazy o prospěšnosti konzumace mírného množství alkoholu na lidské

zdraví a tvrdí se, že konzumace alkoholu v malém množství je spojena se zanedbatelnými zdravotními riziky a naopak přináší i jisté zdravotní benefity. Je tedy důležité zaměřit se nejen na absolutní spotřebu alkoholu, ale také sledovat trendy a způsoby konzumace alkoholu spolu s kontextem společnosti. Více pozornosti by se tedy mělo věnovat jak negativním, tak i pozitivním důsledkům konzumace alkoholu (Grant a Litvak, 1997). Konzumace alkoholu v populaci může být měřena dvěma základními způsoby – podle analýzy statistik produkce a prodeje nebo pomocí dotazování osob na jejich návyky a zvyklosti týkající se konzumace alkoholu prostřednictvím průzkumů. V případě analýzy statistik produkce a prodeje nicméně dochází k poměrně výrazným odlišnostem díky rozdílným metodikám výpočtu. Například údaje Českého statistického úřadu o spotřebě alkoholu v České republice vycházejí z dat výrobců. Jedná se o výsledek součtu celkové domácí produkce a celkového objemu dovozu alkoholu, od kterého je dále odečten vývoz a výsledná hodnota je vydělena počtem obyvatel České republiky. Statistiky Českého statistického úřadu tedy vycházejí z průměrné spotřeby celého obyvatelstva a to včetně cizinců s trvalým a dlouhodobým pobytem a také osob mladších 18 let. Metodika OECD vychází z průměrné spotřeby obyvatelstva, a to bez obyvatel mladších 15 let (přibližně 85 % populace). WHO používá také statistiky spotřeby obyvatelstva bez obyvatel mladších 15 let, ale zároveň žijících v městských a příměstských oblastech (přibližně 73 % populace). Rozdílné hodnoty množství konzumovaného alkoholu v zemích EU (které jsou zároveň členy OECD) lze pozorovat na obr. 1. Mimo problematiku rozdílných metod je zároveň velmi těžké statisticky očistit celkovou domácí spotřebu alkoholu od spotřeby turistů dané země (Rod a Fanta, 2019).



**Obr. 1:** Spotřeba alkoholických nápojů na 1 obyvatele v zemích EU (které jsou zároveň členy OECD) v litrech čistého lihu za rok 2018

**Zdroj:** vlastní zpracování, OECD (2019); WHO (2018)

Rehm a kol. (1996) ve své práci poukazují na existenci názorů, že vzorce konzumace alkoholu a jeho prostorové rozložení mohou být dokonce mnohem důležitější než pouhé určení množství spotřeby alkoholu při předpovídání jeho rizikové konzumace. Tyto vzorce mohou totiž odrážet hned několik aspektů konzumace alkoholu, včetně rozdílných časů konzumace, počtu příležitostí k nadměrné konzumaci alkoholu, druh alkoholu a samotné místo konzumace (Rehm a kol., 1996). Grant a Litvak (1997) tedy popisují rozdíl mezi mírou konzumace alkoholu (vztaženo k tomu jaké množství alkoholu lidé konzumují) a vzorci konzumace alkoholu (ty odkazují na to jakým způsobem alkohol konzumují a jaké jsou okolnosti). Stále je ale mnoho důvodů proč se výzkumníci zaměřují na míru konzumace. Ta je totiž koncepčně jasnější a nabízí relativně jednoduchou standardizaci napříč časem i mezi různými společnostmi (například konzumace piva, vína či lihovin se snadno převádí do jednotek čistého alkoholu). Jedním ze způsobů, jak se dívat na prostorové rozložení prodejen alkoholu je i vzhledem k jejich shlukování a hustotě. Výzkumy zaměřené na zkoumání vztahu mezi hustotou prodejen alkoholu a mírou jeho konzumace ale přinášejí smíšené výsledky. Například Stockwell a Grunewald (2004) ve své práci napsali, že větší dostupnost alkoholu zvyšuje průměrnou míru konzumace alkoholu v populaci a zároveň má přímý vliv na množství problémů s jeho konzumací spojených. Tyto výzkumy ale zcela postrádají analýzu toho, co se stane s mírou konzumace pokud se hustota prodejen v určitém regionu změní (Livingston, Chikritzhs a Room, 2007). Problematika dostupnosti alkoholu, jako jednoho z faktorů ovlivňujících konzumaci alkoholu, je blíže popsána v dalších částech práce. Výzkumy zaměřené na problémy vznikající v oblastech s vysokou koncentrací prodejen jsou představeny v předchozí bakalářské práci (Knopová, 2017).

Konzumace alkoholu se dá posuzovat i z časového hlediska. V tomto případě je pití alkoholu často spojováno s volným časem. Tím pádem bývá množství spotřebovaného alkoholu samozřejmě nejvyšší mimo běžné pracovní hodiny a během víkendů. Nicméně i to se liší napříč kulturami a sociálními skupinami (Dawson, 1996). Mimo samotný den a čas konzumace alkoholu je rovněž důležité určit jeho "rytmus". Je totiž rozdíl mezi konzumací dvou alkoholických nápojů každý den (což by se dalo posoudit jako mírná konzumace alkoholu) a 14 nápojů během jednoho večera (pak se jedná o tzv. binge drinking, což je epizodická konzumace velkého množství alkoholu za krátkou dobu s úmyslem intoxikace). Proto se ve většině podobně orientovaných studií zaměřují výzkumníci mimo jiné na počet příležitostí ke konzumaci velkého množství alkoholu (5 a více nápojů) za určitou dobu (týden, měsíc, rok), nebo množství alkoholu vypitého během poslední příležitosti (Grant a Litvak, 1997).

Dalšími možnými aspekty ovlivňujícími konzumaci alkoholu, jsou podle Granta a Litvaka (1997) okolnosti a aktivity s jeho konzumací spojené. V různých společnostech se alkohol konzumuje z důvodů sociálních či náboženských rituálů a právě náboženství může být velice dobrým prediktorem. Konzumace alkoholu může být také spojena s určitými pracovními aktivitami. Rozdíl je rovněž mezi konzumací alkoholu v městských centrech a ve venkovských oblastech. Důležité je také určit, zda ke konzumaci dochází v soukromí či ve společnosti a na veřejných místech (bary, restaurace atd.). Při určování vzorů konzumace v různých státech je nutné vzít v potaz také sociodemografické pozadí, konzumace alkoholu totiž bývá obecně asociována s určitými osobnostními charakteristikami. Například ve většině zemí je všeobecně známo, že muži vypijí v průměru více než ženy, nebo že se vyšší spotřeba alkoholu vyskytuje mezi mladými dospělými (Grant a Litvak, 1997). Jak již bylo zmíněno výše, způsobů, jakými se problematika konzumace alkoholu dá uchopit, je mnoho.

Nicméně i navzdory pokroku, který učinili geografové ve výzkumu konzumace alkoholu a možnostem jejich dalších přínosů, se začínají objevovat názory, že geografové mají tendenci vyhýbat se určování míry, do jaké je právě prostorové rozložení klíčovou složkou daného problému. Ačkoliv se v řadě studií zabývají konzumací alkoholu na národní nebo lokální úrovni, v mnohých z nich chybí následné srovnání a hledání podobností nebo rozdílů mezi jednotlivými případovými studii (Jayne, Valentine a Holloway, 2008). Takové debaty probíhají například i na evropské úrovni ohledně typických "evropských vzorců konzumace alkoholu". Výzkumníci totiž začínají zpochybňovat tradiční rozdělení, například na "wet" (středomořské země, kde je nejběžnějším druhem alkoholického nápoje víno, konzumace alkoholu je vysoká, ale je nepravděpodobné, že by vedla k intoxikaci) a "dry" (severské země, kde je konzumováno pivo nebo lihoviny a jejich konzumace často vede k intoxikaci a dostupnost alkoholu je více regulována) (Knibbe a Bloomfield, 2001). Zpochybňují zejména to, že ačkoliv zde probíhá zcela zjevná homogenizace mezi těmito oblastmi (růst oblíbenosti vína v "dry" a naopak pokles ve "wet" zemích, oblíbenost piva i v netradičních oblastech atd.), nedošli k žádnému systematickému pokusu o výzkum tohoto problému (Leifman, 2001). Pokud zůstaneme na evropské úrovni, existuje celá řada výzkumů zabývajících se alkoholem (např. ESPAD, ECAS). Tyto i jiné výzkumy přinášejí užitečné výstupy, nicméně postrádají srovnání napříč státy a neřeší důvody rozdílných hodnot konzumace alkoholu. Mají také tendenci považovat prostorové rozložení spíše jako pasivní pozadí než aktivní složku (Jayne, Valentine a Holloway, 2008).

## 3.4 Vzorce konzumace alkoholu

Pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání, zdravotní stav, životní styl, náboženství, zaměstnání, genetická výbava, sociální prostředí, kulturní kontext, síla ekonomiky země. To je pouze stručný výčet základních faktorů ovlivňující konzumaci alkoholu. Tyto faktory ovšem neovlivňují pouze množství konzumovaného alkoholu, ale také jeho způsob a formu (World Health Organization, 2018). V kontextu konzumace alkoholu jsou jednotlivci vnořeni do svého mikrosystému (jejich domov, pracovní či školní prostředí), který je součástí jakési širší komunity. Tato komunita je dále ovlivňována faktory na vyšších úrovních, které mají vliv na individuální postoje a chování, viz obr. 2 (Sudhinaraset, Wigglesworth a Takeuchi, 2016).



**Obr. 2:** Socio-ekologický rámec pro vysvětlení vlivů na konzumaci alkoholu

**Zdroj:** vlastní zpracování, Sudhinaraset, Wigglesworth a Takeuchi (2016)

Ani jeden z výše zmíněných faktorů nelze marginalizovat, současně ale žádný z nich nelze označit za klíčový, navíc se navzájem výrazně ovlivňují. I proto je těžké jednoduše určit geografické faktory, které spotřebu alkoholu ovlivňují. V následující části práce jsou představy jednotlivé faktory, které mohou mít na konzumaci alkoholu vliv. Prvním vzorcem konzumace alkoholu je způsob nebo také frekvence jeho užívání, neboť ta má zásadní vliv na úroveň konzumace a také úroveň negativních dopadů. Mimo základní socioekonomické faktory jsou zmíněné i kulturní, které nejbližše souvisí právě s geografickou polohou. Důležité je i prostorové rozložení, a to z hlediska dostupnosti, nebo nástroje pro regulaci spotřeby alkoholu.

### 3.4.1 Socioekonomické faktory

Socioekonomické a genetické faktory jsou jedny z mnoha faktorů, které mohou ovlivňovat míru a vzorce konzumace alkoholu. Mnoho studií naznačuje, že lidé s vyšším socioekonomickým statutem mohou konzumovat větší množství alkoholických nápojů ve srovnání s lidmi s nižším socioekonomickým statutem (Collins, 2016). Nicméně i tyto asociace jsou dále ovlivňovány řadou moderujících faktorů, jako je například rasa, etnicita nebo pohlaví.

**Pohlaví** – Jedna z tradičních diferenciací v míře konzumovaného alkoholu na individuální úrovni souvisí samozřejmě s pohlavím. Epidemiologické výzkumy z celého světa dochází ke stejnému závěru, totiž že muži obecně konzumují více alkoholu než ženy (Wilsnack a kol., 2009). To je dáno jak biologickými, tak psychosociálními faktory. V případě biologických faktorů se jedná hlavně o to, že ženy jsou po užití stejného množství alkoholu jako muži více intoxikované. Je to způsobeno například rozdílnou aktivitou enzymu, který působí v žaludeční tkáni a rozkládá alkohol. Alkohol je rovněž více rozpustný ve vodě než v tuku, což opět působí v nepřízeň žen, jejichž stavba těla obsahuje v porovnání s muži mnohem více tuku a méně vody, alkohol se v ženském těle tedy mnohem více koncentruje (Wilsnack a Wilsnack, 2002; Dufour, 1999). Z psychosociálního hlediska bývá rozdílná konzumace mezi pohlavími dána také odlišnými sociálními rolemi mužů a žen (Blume a Zilberman, 2005). V posledních letech se ale se změnami ve vzdělanosti, zaměstnanosti a celkovým postavením žen ve společnosti, mění i vzorce jejich konzumace alkoholu. Dá se tedy říci, že se vzorce konzumace alkoholu u žen pomalu přibližují ke vzorci užívání alkoholu u mužů (Roche a Deehan, 2002).

**Věk** – Míra a vzorce konzumace alkoholu se samozřejmě mění během životního cyklu člověka, proto je věk jedince jedním ze základních faktorů ovlivňující spotřebu alkoholu. Ačkoliv se pozornost médií a odborníků zaměřuje především na konzumaci alkoholu u dospělé populace, v posledních desetiletích se novou cílovou skupinou stali mladiství uživatelé. Užívání alkoholu u nezletilých vnímají odborníci jako vývojový fenomén, který je dáván do úzké souvislosti s kontextem samotného vývoje člověka (Masten a kol., 2009). Užívání alkoholu u mladistvých je rizikové už jen z toho důvodu, že tolerantní normy dospělých utvářejí také postoj dětí a mladých k alkoholu a ti potom velmi rychle přijímají pití jako normální součást sociálních kontaktů a téměř neodmyslitelnou součást života (Sovinová a Csémy, 2003). Výzkumy rovněž potvrzují, že u osob, které s užíváním alkoholu začaly před 14. rokem života, se mnohem častěji objevuje syndrom závislosti na alkoholu (Hingson a kol., 2006). Velmi častým vzorcem konzumace alkoholu u mladistvých je takzvané binge drinking, zvláště pak u vysokoškolských studentů

(Jones a kol., 2001). Na rozdíl od nezletilých, poměrně opomíjenou skupinou uživatelů alkoholických nápojů jsou senioři, jejichž nadměrná konzumace alkoholu se vzhledem k trendu stárnutí populace může stát obrovským problémem (O'Connell a kol., 2003). Konzumace alkoholu u seniorů se dá kategorizovat do dvou skupin – na osoby, které konzumovaly nadměrné množství alkoholu celý život a ty, kteří začali až ve stáří. U seniorů bývá nadměrná konzumace alkoholu způsobená samotou, nedostatkem sociální podpory, depresemi a celkovým špatným zdravotním stavem, který se následnou konzumací alkoholu ještě více zhoršuje (Gambert a Albrecht, 2005).

**Socioekonomický status** – V mnoha různých společnostech a kulturách byl přístup k alkoholickým nápojům snadnější pro osoby s vyšším sociálním statutem (Kan a Lau, 2013). Indikátory socioekonomického statusu, jako je vzdělání, výše příjmu a místo bydliště, jsou tak obvykle velmi silnými prediktory vzorců konzumace alkoholu. Lidé s větším socioekonomickým statutem mají tendence konzumovat alkohol častěji než ostatní, zároveň ale pijáci s nízkým socioekonomickým statutem konzumují alkohol ve větším množství (Huckle, You a Casswell, 2010). Stejně tak podle Probst, Manthey a Rehm (2017) je důležitým socioekonomickým faktorem ovlivňujícím míru pití právě výše příjmu, a to jak na úrovni jednotlivce, tak celých společností. Porovnání napříč mnoha společnostmi odhalilo, že míry abstinence jsou vyšší v chudších společnostech než u těch bohatších. Ke stejným závěrům došel také Bloomfield a kol. (2006). Obecně tedy platí, že čím větší je ekonomické bohatství země, tím větší množství alkoholu je zde konzumováno, a o to méně jsou zde zastoupeni abstinenti (World Health Organization, 2018). Rehm a kol. (2009) také odhalili, že ženy v rozvinutých zemích konzumují více alkoholu než v zemích rozvojových. Tradičním způsobem konzumace alkoholu v rozvojových a chudších zemích jsou převážně sporadické epizodické intoxikace, které se objevují během významných společenských událostí (Holcnerová, 2010). Důležité je rovněž vzdělání. Bloomfield a kol. (2006) porovnávali konzumaci alkoholu v souvislosti s nejvyšším dosaženým vzděláním jedince. Z jejich výzkumů vyplývá, že v zemích jako jsou Německo, Nizozemí, Francie, Švýcarsko nebo Rakousko byla u žen s vyšším vzděláním větší pravděpodobnost vysoké konzumace alkoholu, zatímco u mužů byli více ohroženi ti s nižším. V odborné literatuře zabývající se souvislostmi mezi mírou konzumace alkoholu a socioekonomickým statutem většina autorů tedy dochází k závěru, že lidé s vyšším socioekonomickým statutem (případně lidé žijící v oblastech s vyšším socioekonomickým statutem) mají větší tendence k nadměrné a zdraví ohrožující konzumaci alkoholu (Collins, 2016). Nicméně podle Collins (2016) naopak právě lidé s nižším socioekonomickým statutem jsou ti, u kterých se negativní dopady konzumace alkoholu projevují mnohem více.



## 3.4.2 Frekvence užívání alkoholu

Jak již bylo zmíněno výše, vzorce konzumace alkoholu jsou ovlivňovány celou řadou biopsychosociálních faktorů. Mezi jeden z hlavních vzorců a zvyklostí konzumace alkoholu patří také množství konzumovaného alkoholu a frekvence jeho užívání. V souvislosti s tím dělí Holcnerová (2010) vzorce konzumace do následujících skupin – abstinence, mírné užívání alkoholu, epizodické užívání alkoholu a nadměrné užívání alkoholu.

**Abstinence** – O abstinenci neboli zdrženlivost se jedná v případě, kdy se jedinec vzdá věci nebo činnosti, která mu způsobuje požitek. O abstinenci se hovoří zvláště v souvislosti s drogami, a to především právě s alkoholem. Ve spojitosti s abstinencí existují takzvané abstinenci příznaky, nebo také abstinenci syndrom, který je průvodním jevem „vystřízlivění“ z vlivu omamných látek. Jsou to symptomy, díky kterým organismus signalizuje vyprchávací účinky drog. Můžeme rozlišovat abstinenci celoživotní a současnou. Současná abstinence označuje zdrženlivost vůči alkoholu za poslední rok (Holcnerová, 2010). Abstinenci můžeme také rozdělit na abstinenci vnučenou, nebo dobrovolnou. V případě vnučené abstinence může existovat abstinence vnučovaná státem nazývaná prohibice. Konzumace alkoholu může být zakázaná i v mnoha jiných oblastech (např. zákaz konzumace alkoholu při řízení, zákaz konzumace alkoholu na pracovišti atd.). Obecně se dá také říct, že se vyšší zastoupení abstinentů nachází převážně v muslimských zemích a rovněž to, že ve většině kultur ženy abstinují častěji než muži (World Health Organization, 2004).

**Mírné užívání alkoholu** – Mírné užívání alkoholu, v angličtině moderate drinking, je takové užívání alkoholu, které jedinci ale ani širší společnosti nezpůsobuje přímé problémy. V odborné literatuře je za mírné užívání alkoholu považována konzumace maximálně jednoho alkoholického nápoje denně u žen a dvou u mužů (v praxi pak samozřejmě tato definice naráží na problematiku přesného vymezení jednoho alkoholického nápoje). Nicméně i konzumace malého množství alkoholu stále vede k celé řadě nepřímých negativních následků, jako jsou například dopravní nehody (Dufour, 1999). Narozdíl od epizodického a nadměrného užívání alkoholu bývá právě jeho mírná konzumace někdy spojována i s pozitivními dopady. Z psychologického hlediska se jedná především o snížení stresu a vnitřního vypětí, navození pocitu bezstarostnosti, zvýšení sociability a podporu dalších příjemných pocitů. Navíc roste i množství důkazů potvrzující pozitivní zdravotní benefity plynoucí z konzumace malého množství alkoholu, jako je například předcházení vzniku kardiovaskulárních onemocnění, cukrovky či žlučových kamenů (Ashley a kol., 2000).

**Epizodické užívání alkoholu** – Epizodické užívání alkoholu, často označováno jako takzvané binge drinking, bývá používáno ve spojitosti s takovou konzumací alkoholu, během které dojde k požití určitého počtu alkoholických nápojů při jedné příležitosti, vedoucí k intoxikaci (World Health Organization, 2004). Například podle Wechslera a Nelsona (2001) je binge drinking definováno jako konzumace pěti a více alkoholických nápojů během jedné příležitosti u mužů a čtyř a více nápojů u žen a mladistvých. National Institute of Alcohol Abuse and Alcoholism (2004) jako binge drinking označuje takovou konzumaci alkoholu, kdy dochází ke koncentraci alkoholu v krvi na 0,08 g nebo více. Binge drinking je bezesporu nejčastějším, nejnákladnějším a nejsmrtelnějším vzorcem nadměrného užívání alkoholu (Esser a kol., 2014; Sacks a kol., 2015; Stahre a kol., 2014). V mnoha státech je epizodické užívání alkoholu běžné jak u mužů, tak u žen, ale obecně je častější právě u mužů, přesněji až čtyři z pěti alkoholických nápojů jsou zkonsumovány muži. Binge drinking je nejčastější u dospívajících a mladých dospělých ve věku 18–34 let (Kanny a kol., 2018). Na rozdíl od nadměrného užívání alkoholu nedochází k jeho konzumaci každodenně, ale nárazově, zejména pak o víkendech či při speciálních příležitostech, popřípadě během náročných životních událostí, jako je například rozvod nebo ztráta zaměstnání (World Health Organization, 2004). Velká část lidí praktikujících binge drinking ovšem ale není závislá na alkoholu (Esser a kol., 2014).

**Nadměrné užívání alkoholu** – Za nadměrné užívání alkoholu, v angličtině heavy drinking, je považováno takové pití alkoholu, které překračuje určité normy, které jsou považovány za mírné či společensky přijatelné a které vede, nebo zvyšuje riziko vzniku zdravotních problémů. Podle World Health Organization (2004) jej lze definovat různými způsoby, například jako určité množství alkoholu denně (třeba více než tři nápoje denně) nebo jako konzumace alkoholu na denní bázi. Corrao a kol. (2004) označují jako nadměrnou konzumaci alkoholu i pití 11 alkoholických nápojů za týden u žen a 14 nápojů za týden u mužů. Právě v souvislosti s odlišnými interpretacemi a definicemi tohoto termínu souvisí problém nesnadné komparace výsledků výzkumů konzumace alkoholu z odlišných zemí. V mnoha zemích je nadměrná konzumace alkoholu obrovským problémem, například v Kolumbii a Gruzii spadá až 50 % všech konzumentů alkoholu do kategorie nadměrného užívání alkoholu, ve Velké Británii je to až 40 % (World Health Organization, 2004). V odborné literatuře se můžeme setkat také s pojmem rizikové pití alkoholu. Riziková konzumace alkoholu představuje takovou úroveň spotřeby nebo charakter pití, při nichž hrozí riziko poškození zdraví jedince, bude-li v tomto vzorci užívání pokračovat. Za zdravotně rizikovou konzumaci alkoholu je považováno požití takových dávek alkoholu, které odpovídají více než 40 g čistého alkoholu denně v případě mužů a více než 20 g čistého alkoholu denně u žen.

### 3.4.3 Geografické faktory

Na úrovni celých společenství je pak důležitým faktorem kulturní kontext. Právě kultura, v níž jedinec vyrůstá a žije, hraje podle Collinse a McNaira (2002) zásadní roli. Vzorce užívání alkoholu se tedy liší jak mezi státy, tak v rámci jednoho státu, a dokonce i mezi jednotlivými etnickými skupinami. Rozdíly můžeme hledat v typu a objemu konzumovaného alkoholického nápoje, v důvodech k jeho konzumaci, popřípadě v množství, které je považováno za přijatelné v dané kultuře. Dospělí lidé na celém světě konzumují v průměru 5 litrů čistého alkoholu ročně. Nejvyšší průměrná spotřeba alkoholu je v Evropě, následovaná Amerikou a Afrikou. Spotřeba alkoholu má rovněž tendenci zvyšovat se s ekonomickým rozvojem země. Nicméně ne všechen spotřebovaný alkohol se odráží v oficiálních národních výzkumech a statistikách, zejména kvůli nelegální domácí produkci alkoholu a nevidovanému obchodu. V důsledku toho bývá konzumace alkoholu často velmi podceňována, zejména pak v rozvojových zemích a ve východní Evropě (World Health Organization, 2004).

Podle vzorců užívání alkoholu rozdělili Room a Mäkelä (2000) tyto různé kultury do čtyř kategorií. Jedná se o *abstinující kultury*, mezi které se řadí například islámské země, ve kterých je z náboženských nebo politických důvodů konzumace alkoholu zcela zakázaná. Dále *Kultury s ritualizovaným užíváním alkoholu*. Do této kategorie patří například ortodoxní židé, kteří konzumují alkohol jen v malých dávkách. Další kategorií jsou *kultury se všedním užíváním alkoholu*. Příkladem této kategorie mohou být například státy v oblasti Středozemního moře, pro které je typické, že je alkohol mnohdy užíván jako potravina, nebo pouze z důvodu uhašení žízně, ne nutně jako prostředek intoxikace. Poslední kategorií jsou *kultury užívající nadměrné dávky alkoholu při speciálních příležitostech*, jako jsou víkendy, svátky či slavnosti, kam patří například některé latinskoamerické kultury. Holcnerová (2010) popisuje užívání alkoholu v různých geografických regionech – v zemích bývalého sovětského svazu, v Asijských zemích, v zemích subsaharské Afriky, v zemích latinské Ameriky, v Evropských zemích a v USA.

**Evropské země** – Konzumace alkoholu je již po staletí hluboce zakořeněná v evropské kultuře a v evropském stylu života. Ačkoliv množství konzumovaného alkoholu v zemích Evropy v posledních letech zůstává poměrně stabilní, stále se jedná o nejužívanější drogu. Že konzumace alkoholu představuje pro Evropu obrovský problém nasvědčuje i jeho více než dvakrát vyšší konzumace zde ve srovnání s celosvětovým průměrem (Rehm a kol., 2012). Nejoblíbenějším druhem alkoholického nápoje je pivo, následováno vínem a lihovinami. (Anderson a Baumberg, 2006). V souvislosti s konzumací alkoholu se dá Evropa rozdělit do tří

regionů na základě vzorců jeho konzumace. Prvním z nich jsou země ve středomořské oblasti, kde převládá konzumace vína. Alkohol je v těchto zemích konzumován často, většinou na denní bázi a to převážně jako součást jídla. Do této kategorie můžeme zařadit státy jako je Francie nebo Itálie. Druhou kategorií tvoří státy s oblibou piva. Jedná se o oblasti ve středozápadní až západní části Evropy, kde je pití alkoholu, na rozdíl od jižních států, méně často spojováno s konzumací jídla, ale naopak je konzumován bez něj. Jedná se o země jako je Německo, Velká Británie, popřípadě rovněž Česká republika. Do poslední skupiny spadají severské státy a státy ve středovýchodní a východní části Evropy. Typické pro tyto země je epizodická, nepravidelná konzumace velkého množství alkoholu, zejména pak alkoholu tvrdého. Představiteli této kategorie mohou být země jako je například Finsko či Švédsko (Rehm a kol., 2012). A ačkoliv tyto alkoholové oblasti a kultury dělí do jisté míry Evropu i v dnešní době, díky globalizaci dochází k jejich postupné homogenizaci a rozdílné vzorce konzumace alkoholu se v rámci Evropy začínají pomalu sjednocovat (Rehm a kol., 2012, Anderson a Baumberg, 2006). Celková spotřeba alkoholu na obyvatele je relativně vyrovnaná, výrazně se ovšem liší mezi jednotlivými státy. Zjednodušeně se dá říci, že množství spotřebovaného alkoholu v posledních letech mírně vzrostlo v některých severských a východoevropských státech, zatímco množství zkonsumovaného alkoholu v jižních státech (ve státech konzumujících převážně víno) pomalu klesá (Rehm a kol., 2012).

**Země bývalého sovětského svazu** – Konzumace alkoholu v zemích bývalého sovětského svazu je úzce spjata s jeho historií. V současné době tyto státy patří mezi země s největší spotřebou alkoholu na světě (Pomerleau a kol., 2008). Alkohol je v zemích bývalého Sovětského svazu považován za jeden z největších problémů veřejného zdraví (Primedore, 2006). Odhaduje se, že až 30 % úmrtí v Ruské federaci souviselo ať už přímo či nepřímo s konzumací alkoholu (Nemtsov, 2005). Oblíbené jsou destilované nápoje, převážně vodka, či podomácku vyráběná pálenka (Primedore, 2006). Typický je rovněž tzv. „ruský styl pití“, neboli epizodické užívání velkého množství alkoholu za účelem intoxikace (Kagan a Shafer, 2003). Podle Nemsov (2005) a Tapilina (2007) je nadměrná konzumace způsobena několika faktory, jako například špatné ekonomické podmínky, nízká kvalita zdravotní péče a malá informovanost v oblasti dopadů konzumace alkoholu na lidské zdraví. V současné době je největším rizikem ohrožujícím zdraví obyvatelstva konzumace podomácku vyrobeného alkoholu spolu s epizodami opilosti trvajících až několik dní (Tomkins a kol., 2007).

**Země Latinské Ameriky** – S výjimkou Evropy nehrál alkohol v žádném jiném regionu světa významnější roli při utváření sociálních norem a kulturní a národní identity než v Latinské Americe. Ještě před španělskou kolonizací byly v zemích Latinské Ameriky nejoblíbenějším typem alkoholu fermentované nápoje. Ty byly často konzumovány za jasně stanovených norem a současně byly spojeny s rituály v zemědělství, náboženství či dalšími významnými životními událostmi (Medina-Mora a kol., 2001). V současné době konzumace alkoholu v Latinské Americe představuje obrovský zdravotní problém, který každoročně způsobuje tisíce úmrtí (úmrtnost způsobena alkoholem je v zemích Latinské Ameriky vyšší, než v jiných kulturách), nemluvě o nespočtu případů akutních či chronických zdravotních komplikací způsobených jeho konzumací. Nejpopulárnějším alkoholickým nápojem je pivo, následované destilovanými lihovinami (zejména například tequilla či rum), nicméně existují rozdíly mezi jednotlivými zeměmi a v některých zemích naopak převažuje konzumace vína. Liší se však i způsob jeho konzumace. Ve státech jako je například Mexiko, se alkohol konzumuje méně často, zato ve větším množství a to zejména při významných událostech. V oblastech, kde převažuje obliba vína, je alkohol naopak konzumován v menším množství, ale zato častěji a většinou jako součást jídla (Munné, 2005). Alkoholový průmysl je ve státech Latinské Ameriky velice silný, většinou globalizovaný a často spojen s velkým politickým vlivem, současná situace i z toho důvodu tedy zvýhodňuje obchodní zájmy před veřejným zdravím (Pierce a Toxqui, 2014).

**Země severní Ameriky** – Konzumace alkoholu v severní Americe, respektive ve Spojených státech amerických, je stejně jako v mnoha dalších regionech světa hluboce zakořeněný zvyk. Alkoholické nápoje byly a jsou ve velké míře konzumovány a to i navzdory pokusům vlády a dalších institucí formovat nebo dokonce eliminovat jeho pití. Podle Olsona a Gersteina (1985) se spotřeba alkoholických nápojů během posledních desítek let značně lišila, nicméně největší vliv na míru jeho konzumace měla bezpochyby prohibice mezi lety 1920 až 1940, během které se snížila spotřeba legálního alkoholu na obyvatele na nejnižší úroveň v historii USA. Od té doby jeho spotřeba opět stoupá a od 60. let 20. století se výrazně zrychluje (Olson a Gerstein, 1985). Nicméně postoj velké části obyvatel Spojených států amerických vůči konzumaci alkoholu zůstává od té doby značně negativní a milióny Američanů dodneška podporují koncept prohibice (Hanson, 1995), což se projevuje také v tom, že při porovnání s ostatními západními státy je zde mnohem větší zastoupení abstinentsů (World Health Organization, 2004). Stejně jako v ostatních regionech světa, vzorce konzumace alkoholu se v rámci severní Ameriky liší mezi jednotlivými státy. Ve Spojených státech amerických je spodní věková hranice pro legální nákup alkoholu stanovená na 21 let, což se do jisté míry rovněž odráží ve způsobu jeho konzumace a mladí lidé jsou často nuceni hledat jiné alternativy jeho získání (Olson a Gerstein, 1985).

**Asijské země** – Ve většině muslimských zemí je konzumace alkoholu považována za hřích, korán jeho užívání dokonce přímo zakazuje. V současné době je konzumace alkoholu regulována spíše sociálním tlakem než zákony, a v některých zemích se dokonce používá i věznění nebo bičování jako forma trestu (Abudabbeh a Hamid, 2003). Pokud se posuneme více na východ, ve většině zemí východní Asie není konzumace alkoholu běžnou součástí života obyvatel, což je mimo jiné způsobené i tím, že velká část místního obyvatelstva má zhoršenou schopnost metabolismu díky absenci enzymů odbourávajících alkohol (Collins a McNair, 2002). Vliv má ovšem také sociální prostředí, neboť některé asijské státy jsou založeny na konfucianismu či taoismu. Tyto filosofie jsou v rozporu s konzumací alkoholu, protože podporují střídmé a disciplinované chování (Lai, 2003). Výjimkou v konzumaci alkoholu je například Japonsko, kde je konzumace alkoholu na rozdíl od ostatních států důležitou součástí společenského života (Kim a Kim, 2008). Během posledních let se zvyšuje množství konzumovaného alkoholu také např. v Číně, a to především díky ekonomickému růstu a postupné westernizaci (Cochrane a kol., 2003, Wei a kol., 2001).

**Africké země** – Co se vzorců konzumace alkoholu v afrických zemích týče, je zde typická buď naprostá abstinence nebo naopak jeho nadměrné užívání (Mustonen, Beukes a Du Preez, 2001). Tradiční a původní vzorce konzumace alkoholu se ale v afrických kulturách změnily, a to především v důsledku kolonizace. Hlavní změnou bylo to, že byly v afrických zemích představeny destiláty a došlo k regulaci konzumace alkoholu. Ta měla mimo jiné za následek také to, že došlo k nárůstu podomácku vyrobených alkoholických nápojů, zejména piva (Rataemane a Rataemane, 2006). Po příchodu Evropanů hrál alkohol důležitou a často i poněkud kontroverzní roli, a to především kvůli nárůstu podnapilých osob, pašování lihovin a s tím spojeného násilí. V současné době přispívá i špatná politická situace či chudoba v mnoha afrických zemích k vyšší konzumaci alkoholických nápojů a ta je pak spojena se zdravotními riziky, jako je například infekce virem HIV (Tumwesigye a Kasirye, 2005). V období od sedmáctého do dvacátého století došlo k obrovskému nárůstu vinařského a pivovarského průmyslu, které jsou, zejména v jižní části kontinentu dodnes významnými hráči na trhu s alkoholem (Parry, 2005). Zároveň pokračuje produkce podomácku vyrobených alkoholických nápojů, které tvoří jeden ze základních zdrojů obživy žen a dětí, zejména pak v chudých státech. Konzumace alkoholu u žen, je také možná právě i z toho důvodu ne natolik rozdílná od množství konzumovaného alkoholu u mužů (Mustonen, Beukes a Du Preez, 2001).

### 3.4.4 Regulace konzumace alkoholu

Zdravotně riziková konzumace alkoholu se v posledních letech stává globální zdravotní hrozbou, což má za následek vytváření a přijímání protialkoholových strategií a opatření. Například strategie vedoucí k minimalizaci škod způsobených konzumací alkoholu v Evropské unii byla přijata již v roce 2006. Došlo k tomu zejména proto, že míra zdravotních problémů způsobená nadměrnou konzumací alkoholu je v Evropě velmi vysoká. Nejvíce pak ve střední a východní Evropě (Mathers, Stevens a Mascarenhas, 2009). V minulosti tvořil základ protialkoholní politiky mnoha států předpoklad, že existuje přímá spojitost mezi průměrnou denní spotřebou alkoholu na obyvatele a prevalencí široké škály zdravotních a sociálních problémů asociovaných s jeho spotřebou. Často pak docházelo k tomu, že díky těmto předpokladům byly chybně vnímány vzorce konzumace alkoholu a zdravotních problémů v jednotlivých kulturách. V dnešní době se už ale ví, že konzumace alkoholu v malém množství má minimální škodlivé účinky na zdraví a může naopak přinášet i řadu benefitů (Grant a Litvak, 1997). Existuje také celá řada studií, které zápasí s problémem rozporupné povahy alkoholu, který představuje jak zdroj bohatství, tak riziko ohrožující zdraví populace (Jayne, Valentine a Holloway, 2008). Alavaikko a Osterberg (2000) se zabývají tím, jaký má dopad zvyšující se globalizace a nabídka mezinárodní dodavatelské sítě alkoholu na strategie ke snížení škod způsobených alkoholem. Holder (2000) například poukazuje na to, že zatímco je v mnoha zemích konzumace alkoholu z hlediska zdraví a bezpečnosti populace významným problémem, jsou to především zájmy obchodního sektoru, které ovlivňují politiku a legislativu. Zdraví a sociální péče jsou často označovány jako druhotné ve srovnání s ekonomickými benefity vycházejícími přímo i nepřímo ze zaměstnanosti a z příjmů na daních, z přítomnosti investic nadnárodních korporací a z mnoha dalších faktorů. Mezinárodní výzkum proto identifikoval řadu účinných a nákladově efektivních intervencí pro snížení škodlivé konzumace alkoholu a jím způsobených negativních zdravotních následků. Můžeme mezi ně řadit například vyšší zdanění, kompletní zákaz reklamy na alkohol, přísnější omezení prodeje alkoholu (jak časově – otevírací doba, tak prostorově – snížení hustoty prodejen alkoholu), vyšší frekvence náhodných dechových testů a zahájení krátkého poradenství v primární zdravotní péči či jasnější oddělení alkoholických nápojů od ostatního zboží v maloobchodních prodejnách (World Health Organization Regional Office for Europe, 2009). Rizikovou konzumaci alkoholu a s tím spojených negativních dopadů lze tedy regulovat celou řadou různých nástrojů, nejvýznamnější z nich jsou popsány dále.

**Regulace reklamy** – Jednou z možných metod jak regulovat množství konzumovaného alkoholu je pomocí regulace reklamy. Ta je, v porovnání s ostatními nástroji, jedna z nejsnadněji implementovatelných způsobů regulace. Nicméně otázkou zůstává její účinnost. Zatímco některé studie její spojitost se snížením množství spotřebovaného alkoholu vyvracejí a docházejí k závěrům, že výdaje na reklamu nemají přímý vliv na celkový prodej alkoholu, ale ovlivňují spíše preference spotřebitelů při výběru druhu alkoholu (Wilcox, Kang a Chilek, 2015), jiné naopak říkají, že v zemích s regulovanou reklamou alkoholu je spotřeba alkoholu nižší než v zemích, kde k regulaci nedochází (Saffer, 1991). Vliv může mít reklama zejména na spotřebu alkoholu mezi mladistvými, k takovým výsledkům dospěli například Saffer a Dave (2006).

**Zákonná minimální cena** – Dalším faktorem ovlivňujícím konzumaci alkoholu je bezesporu jeho cena. Cena alkoholu je jedním z rozhodujících determinantů objemu celkové spotřeby alkoholu v souvislosti s jeho dostupností. Je tomu tak proto, že například pro lidi s významnějším finančním omezením (mladiství a nezletilí) může představovat jistou bariéru v jeho konzumaci. Zákonná minimální mzda zavádí cenový práh pro prodej alkoholu, tedy každý kdo působí na trhu s alkoholem určuje minimální cenu alkoholu bez ohledu na jeho vlastní výrobní náklady. Ze zemí EU má se zákonnou minimální cenou alkoholu od roku 2018 zkušenosti například Skotsko. Zavedení minimálních cen se většinou týká alkoholu nejlevnější kategorie, tedy alkoholu, který nakupují převážně lidé s nízkými příjmy (Rod a Fanta, 2019).

**Daňové zatížení** – Daňová zátěž je jedním z dalších možných účinných nástrojů regulace spotřeby alkoholu ve spojitosti s jeho cenou, nicméně vzhledem k nízké pružnosti poptávky alkoholu, často dochází k změně preferencí spotřebitelů, kteří často vyhledávají levnější alternativy alkoholických nápojů. Příkladem může být například zvýšení spotřební daně na alkohol v České republice z roku 2010, kdy došlo ke snížení poptávky piva u on-sales prodejen, zatímco u off-sales mírně vzrostla. I přes to však celkově došlo k mírnému snížení prodaného množství piva (Rod a Fanta, 2019).

**Omezení míst prodeje** – Omezování míst prodeje alkoholu přímo souvisí s hustotou a koncentrací prodejních míst alkoholu. Oblasti s vysokou koncentrací prodejen alkoholu mají nepřímý vliv na lidské zdraví a kvalitu života, jelikož se jedná o místa s vyšším výskytem negativních jevů, jako například kriminalitou (Donnelly a kol., 2006; Gorman a kol., 2001), či dopravních nehod (Treno a kol., 2007; Scribner, MacKinnon a Dwyer 1994). Omezení prodeje lze chápat jako vymezení míst, kde je možné alkohol prodávat, nebo také vymezení určitého času, během kterého lze alkohol prodávat. Nicméně je zde stále mnoho nejasností týkající se účinnosti tohoto opatření, neboť s těmito omezeními souvisí také celá řada negativních vedlejších



dopadů, jako je například binge drinking či nelegální pašování alkoholu v severských státech (Rod a Fanta, 2019). Napříč mnoha státy a kulturami se omezování počtu míst, kde je možné prodávat alkohol, již dlouhodobě používá jako strategie vedoucí k boji s jeho nadměrnou konzumací. Důvodů k tomu je celá řada. Jako jednou z možností je to, že se tím zvýší množství potíží, které musí průměrný konzument alkoholu překonat během jeho koupě. Zamýšleným cílem takového opatření je odradit konzumenta od nákupu alkoholu. Další možností je omezit maloobchodní konkurenci prodejen alkoholu, tím pádem nebudou obchodníci nuceni prodávat alkohol například nezletilým. Zvětšení vzdáleností mezi prodejny je další možností, která zamezí shlukování (převážně on-sales) prodejen (Livingston, Chikritzhs a Room, 2007).

**Prevence a osvěta** – Důležitou součástí boje proti nadměrné konzumaci alkoholu a s tím spojených negativních dopadů a zdravotních obtíží je rovněž i prevence. Prevence je nesmírně důležitá zejména u nezletilých a mladistvých. Zásadní jsou preventivní aktivity na základních a středních školách, jež mají za cíl informovat o negativních dopadech nadměrné konzumace alkoholu. Jako další z účinných řešení se jeví také včasná identifikace problémových konzumentů (Rod a Fanta, 2019).

## 4 CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÉHO ÚZEMÍ

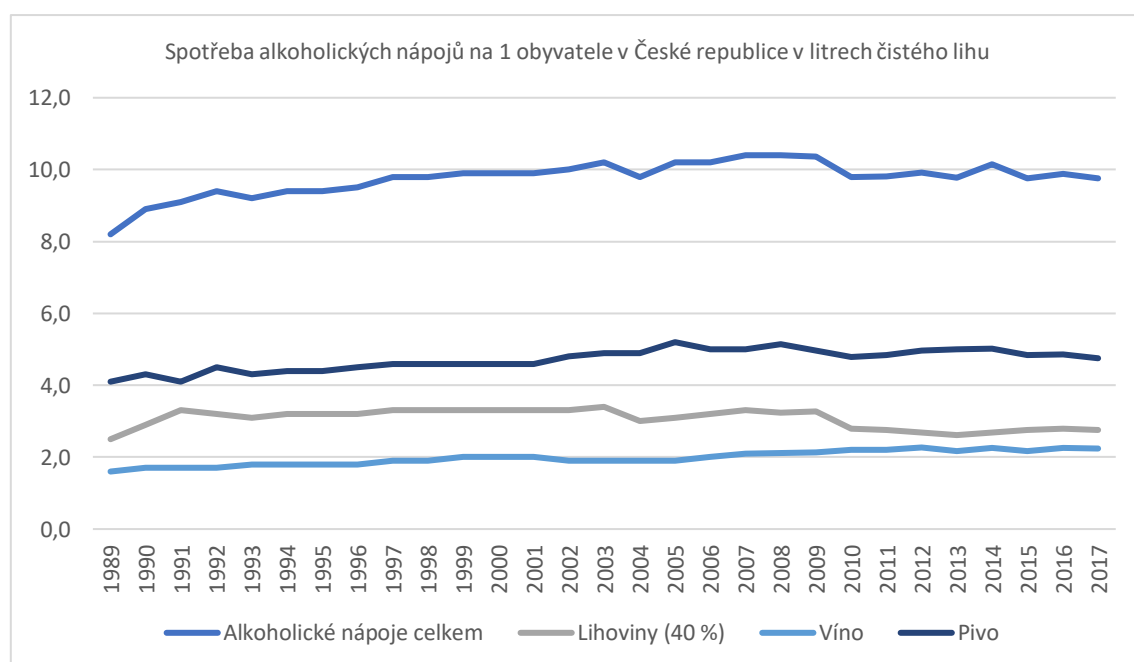
Praktická část diplomové práce zkoumá faktory ovlivňující konzumaci alkoholu ve dvou městech – Olomouci a Tartu. Obě tato města, ačkoliv obě evropská, leží v odlišných geografických i socioekonomických podmínkách. Nachází se ale i v oblastech s odlišnými alkoholovými tradicemi. Česká republika byla a je spolu s dalšími zeměmi Střední Evropy považována za pивní národ, zatímco Estonsko se, jakožto země bývalého sovětského svazu či soused severských států, může řadit k zemím s oblibou v destilovaných nápojích. Nicméně co se počtu obyvatel týče, jedná se o města obdobné velikosti, což nabízí dobrý předpoklad k jejich komparaci. Počet obyvatel města Olomouce byl k 1. 1. 2019 100 523 (Český statistický úřad, 2019), což z něj, dle počtu obyvatel, dělá šesté největší město v České republice. Tartu je sice estonské druhé nejlidnatější město Estonska, počet obyvatel ale k 1. 1. 2019 činí „jen“ 93 865 (Statistics Estonia, 2019). Zároveň se v obou případech jedná o studentská města, takže významnou skupinu obyvatel města, a tím pádem i potenciálních konzumentů alkoholu, tvoří právě studenti. Ačkoliv jsou města dle počtu obyvatel srovnatelná, zásadní rozdíl je v jejich rozloze. Zatímco rozloha Olomouce činí 103,36 km<sup>2</sup>, rozloha Tartu je pouhých 39,0 km<sup>2</sup>.

### 4.1 Konzumace alkoholu v České republice

Konzumace alkoholu v České republice je podle Chromynové (2013) často podceňovaný zdravotní problém, který si velká část populace neuvědomuje a nepovažuje jej za závažný, navíc česká společnost je ke konzumaci alkoholu velmi tolerantní. Nepříznivá je rovněž skladba spotřeby, kdy sice její polovinu tvoří pivo a víno, nicméně zhruba třetinu celkové spotřeby reprezentují lihoviny. Spotřeba alkoholu je v České republice pravidelně monitorována mezinárodními organizacemi, jako jsou například WHO, OECD, nebo také Český statistický úřad. Riziková konzumace alkoholu se týká 17,0 % populace (což při přepočtu na dospělou populaci ČR představuje 1,2 mil. osob), škodlivé nebo problémové pití pak 8,2 % populace, tj. 600 tis. osob (Mravčík, Chromynová a Grohmannová, 2013). Pití nadměrných dávek alkoholu, tj. pití pěti a více sklenic alkoholu při jedné příležitosti, občas nebo často uvádí více než polovina dospělé populace, tedy přes 60 % mužů a 40 % žen (Chromynová 2013). Údaje o spotřebním chování dospělé populace vůči alkoholu vycházejí i například ze šetření Státního zdravotního ústavu z roku 2012, které vykazuje podobné výsledky jako Csémy a Winkler (2012). Csémy a Winkler (2012) dokonce uvádějí, že spotřeba alkoholu v České republice patří mezi jednu z nejvyšších v zemích Evropské unie a činí přes 16 litrů čistého alkoholu na rok v přepočtu na osoby starší 15 let. V případě přepočtu na každého občana v ČR, včetně novorozenců a kojenců, tato hodnota

v roce 2017 činila 9,8 litrů čistého alkoholu za rok (Český statistický úřad, 2018). Porovnání úrovně spotřeby alkoholu v České republice s ostatními zeměmi EU (které jsou zároveň členy OECD) lze vidět na obr. 1. Jak již bylo zmíněno v kapitole 3.3, díky rozdílné metodice se výsledné hodnoty spotřeby alkoholu nepatrně liší. Podle OECD činila za rok 2017 konzumace alkoholu v České republice 11,6 l čistého alkoholu na osobu za rok, řadila se tak na pomyslnou čtvrtou příčku v konzumaci alkoholu v zemích OECD (OECD, 2019). Spotřeba alkoholu podle WHO v roce 2016 činila 14,4 l čistého alkoholu na osobu za rok, což řadí Českou republiku za Moldavskem a Litvou na třetí místo v celosvětovém žebříčku konzumace alkoholu (WHO, 2018).

Obr. 3 znázorňuje vývoj spotřeby alkoholických nápojů v České republice v litrech čistého alkoholu v přepočtu na jednoho obyvatele mezi lety 1989 a 2017. Z grafu lze vyčíst, že se průměrná spotřeba alkoholu od roku 1989 postupně zvyšovala, a to až do roku 2017, kdy dosáhla pomyslného vrcholu (10,4 l čistého alkoholu), od té doby pomalu klesla těsně pod hranici 10 l. Samozřejmě se ale jedná o hodnoty konzumace čistého alkoholu. Pokud se podíváme na celkové množství spotřebovaného alkoholu, nejoblíbenějším alkoholickým nápojem v České republice je bezesporu pivo. Jeho spotřeba ale nicméně dlouhodobě klesá. Například v roce 2005 byla jeho průměrná spotřeba 163,5 l, v roce 2017 již pouze 144,3 l na osobu za rok. Mírný pokles lze vysledovat také v případě lihovin. V roce 2005 bylo spotřebováno v průměru 188,1 litrů lihovin na osobu za rok, nicméně v roce 2017 pouze 170,6 l. Opačný trend lze ale vidět ve spotřebě vína, jehož spotřeba v posledních letech stoupá.



**Obr. 3:** Spotřeba alkoholických nápojů na 1 obyvatele v České republice v litrech čistého lihu

**Zdroj:** vlastní zpracování, Český statistický úřad (2018)

Významným faktorem ovlivňujícím spotřebu a zároveň dostupnost alkoholu v České republice je také jeho nízká cena. Nastává tedy situace, kdy je mnohdy levnější půllitr piva, než půllitr nealkoholického nápoje (Nešpor a Csémy, 1997). Důležitá je také kupní síla průměrné mzdy v České republice, tedy kolik daného zboží, v tomto případě alkoholu, si může průměrný český spotřebitel koupit za svou mzdu. Například mezi lety 2008 a 2017 se průměrná mzda zvýšila o 6 904 Kč a zatímco v roce 2008 si mohl průměrný český spotřebitel za svou mzdu koupit 114 litrů tuzemského rumu, v roce 2017 si mohl koupit pouze 112 (Rod a Fanta, 2019). Podobně stagnující trend lze sledovat také u lahvového piva, z čehož lze usuzovat, že ceny alkoholu rostou úměrně výši průměrné mzdy v České republice. S návazností na cenu alkoholu lze zmínit také takzvanou alko turistiku, a to zejména z toho důvodu, že nejvíce turistů v České republice pochází například z Německa, Ruska, Slovenska, Spojených států amerických, Velké Británie, Itálie, Rakouska či Nizozemí, tedy zemí s relativně vysokými mzdami (Rod a Fanta, 2019). V České republice proto disponují vysokou kupní silou a alkohol je pro ně výrazně dostupnější než doma. Mezi lety 2012 a 2018 došlo k nárůstu počtu zahraničních turistů z 7,6 mil. ročně na 10,6 mil. a s jejich rostoucím počtem roste také počet přenocování, díky čemuž lze také předpokládat, že roste i spotřeba alkoholu mezi nimi (což je podpořeno také faktem, že podle OECD výše zmíněné státy vykazují nadprůměrnou spotřebu alkoholu). V celkových statistikách spotřeby alkoholu je pak velmi těžké statisticky oddělit spotřebu alkoholických nápojů právě mezi turisty (Rod a Fanta, 2019).

## 4.2 Konzumace alkoholu v Estonsku

Estonian Institute of Economic Research (2017) provádí každoročně průzkumy mezi estonským obyvatelstvem ve věku 18–74 let za účelem zjištění jejich spotřebních zvyklostí, v rámci kterých se zaměřují na jejich preference a množství konzumovaného alkoholu, či frekvenci pití. Průzkum z roku 2016 ukázal, že 83 % obyvatelstva konzumuje alkohol. Tradiční vzorce konzumace alkoholu v Estonsku jsou charakteristické nepravidelnou a nárazovou konzumací alkoholu neboli takzvaným binge drinking, např. o víkendech a svátcích (Popova a kol., 2007). Podle oficiálních statistik o prodeji alkoholu byla v minulosti nejoblíbenějším druhem alkoholu vodka. V osmdesátých letech činilo zastoupení vodky a likérů až 50–55 % z celkového množství prodaného alkoholu. Zastoupení vína naopak bylo pouze 27 % v roce 1980 a v roce 1987 kleslo až na 13 %, zejména díky zničení vinic na jihu bývalého Sovětského svazu a nedostatku finančních zdrojů na dovoz kvalitních vín. V osmdesátých letech zastoupení konzumace piva činilo 18–26 % z celkového prodaného množství alkoholu (Nordic Council for Alcohol and Drug Research, 2000). Jak již bylo zmíněno výše, Estonsko se již nedá považovat za

čistě lihoviny konzumující národ, jak tomu bylo v minulosti. V současné době je pivo nejčastější výrobní komoditou mezi alkoholickými nápoji. V roce 2016 bylo v Estonsku vyrobeno 142 milionů litrů piva, což činí 73 % celkové výroby alkoholických nápojů v zemi (Estonian Institute of Economic Research, 2017). Za problematickou lze určitě považovat konzumaci alkoholu u adolescentů. Nezletilí v Estonsku konzumují více alkoholu a s vážnějšími důsledky v porovnání s evropským průměrem (Hibell, Guttormsson a Ahlström, 2009). Dostupnost alkoholu v Estonsku se během posledních let výrazně zvýšila. Obyvatel Estonska si například v roce 2008 mohl za průměrný plat koupit 62 litrů čistého alkoholu, což je velké číslo v porovnání s rokem 2000 (28 litrů) (Estonian Institute of Economic Research, 2010). Takto vysoký nárůst dostupnosti byl jeden z největších v EU (Rabinovich a kol., 2009).

Na míru a způsob konzumace alkoholu má, jak již bylo zmíněno, nesporný vliv také protialkoholová politika a legislativní opatření. Estonská alkoholová politika prošla během posledních dekad několika změnami. Relativně stabilní období v počátcích osmdesátých let skončilo v roce 1985 se zahájením slavné protialkoholové kampaně v bývalém Sovětském svazu. Přestože kampaň způsobila mnoho problémů, měla také své kladné dopady (během let 1985–1988 došlo k dočasnému zlepšení v několika sociálních ukazatelích, jako jsou úmrtí zaviněná alkoholem, alkoholové psychózy, sebevraždy, dopravní nehody aj.). Během let 1988–1991, se alkoholová politika ubírala spíše více liberálním směrem, nicméně trh s alkoholem byl i přesto nepříznivě ovlivněn ekonomickými obtížemi. Po měnové reformě v roce 1992 se dostupnost alkoholu zlepšila a s tím vzrostla i jeho konzumace. Podle některých sociálních ukazatelů byl rok 1994 jedním z nejnáročnějších v Estonsku, protože všechny tyto ukazatele dosáhly nejvyšších hodnot od roku 1950). Stejně tak bylo v roce 1994 ohlášené nadprůměrné množství dopravních nehod pod vlivem alkoholu či jiných trestných činů. V současné době se zdá, že se situace do jisté míry stabilizovala a nedochází k žádným významným změnám ve spotřebě alkoholu a problémech s jeho konzumací spojenými (Nordic Council for Alcohol and Drug Research, 2000). Podle Estonian Institute of Economic (2017) obyvatelé Estonska preferují státem regulovanou politiku týkající se alkoholu, rozdělují se však v názoru na to, jak striktní či liberální by měla být. Více striktní zákony byly požadovány od žen, abstinentů a národnostních menšin, mírnější (proti)alkoholovou politiku preferují obyvatelé konzumující alkohol (jak příležitostně, tak často konzumující), muži a lidé s vyššími příjmy. Nicméně podle obyvatel je nejdůležitějším faktorem vedoucím k omezení konzumace alkoholu postoj lidí a jejich snaha omezit svou spotřebu alkoholu. Zároveň se obyvatelé nejvíce zasazují za zákaz prodeje alkoholu v prodejnách, které nejsou přímo určené k prodeji alkoholu či potravin (upřednostňované 74 % respondentů), a za jeho prodej pouze v oddělených sekcích prodejny

(71 % respondentů). Podle výzkumu obyvatelé rovněž podporují zákaz prodeje alkoholu na sportovních akcích (89 % respondentů) a čerpacích stanicích (72 %), omezení prodeje alkoholu v tzv. HORECA<sup>1</sup> podporuje 48 % respondentů a pro zákaz prodeje alkoholu po půlnoci je 30 % respondentů. Negativní postoj zastává velká část také k reklamám na alkoholické nápoje a jsou proti jejich veřejnému marketingu.

**Tab. 1:** Vzdálenost k nejbližší prodejně alkoholu z místa bydliště v % (výsledky průzkumu v Estonsku)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
do 10 min	88	83	86	86	85	87
do 30 min	10	14	11	12	12	11
více než 30 min	2	3	3	2	3	2

**Zdroj:** Estonian Institute of Economic Research (2017), vlastní zpracování

**Tab. 2:** Hodnocení obyvatel Estonska jejich konzumace alkoholu v % (výsledky průzkumu v Estonsku)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
nepije vůbec	14	13	17	18	21	20	17
pije příležitostně	56	56	53	52	48	54	55
pije pravidelně	26	29	28	27	29	22	24
pije moc	4	2	2	3	2	4	4

**Zdroj:** Estonian Institute of Economic Research (2017) vlastní zpracování

Podle statistik prodejních povolení se dostupnost alkoholu za poslední roky zvyšuje. Na začátku května 2017 bylo v Estonsku 7 850 prodejních povolení. Podle šetření z roku 2016 87 % respondentů uvedlo, že jim cesta k nejbližší prodejně alkoholu trvá méně než 10 minut (pro 11 % respondentů to bylo méně než půl hodiny a pouze 2 % uvedla více než hodinu a půl). Podle obchodního rejstříku jsou maloobchodní prodejny alkoholu většinou více koncentrovány ve velkých městech (v Pärnu je 50 prodejen alkoholu na každých 10 km<sup>2</sup>, 47 v Tallinnu a 44 v Tartu) (Estonian Institute of Economic Research, 2017). Výsledky šetření (Nordic Council for Alcohol and Drug Research, 2000) dokazují to, že omezení týkající se prodeje alkoholu a růst cen alkoholu vedou ke zvýšení domácí produkce nelegálního alkoholu. Estonsko se rovněž stalo cílem pro tzv. alkoholový turismus, zejména pro turisty ze severovýchodních zemí (Rabinovich a kol., 2009).

---

<sup>1</sup> 1 HORECA je zkratka prvních dvou písmen slov – HOTels, REStaurants, CAFé. Definuje segment trhu, který se zabývá hotelnictvím, restauracemi, pivnicemi, kluby, kavárnami a jinými typy pohostinství (ITBIZ, 2011).

## 5 ANALÝZY A VÝSLEDKY TERÉNNÍCH ŠETŘENÍ

Praktická část diplomové práce je věnována samotné analýze terénních šetření – prostorové analýze prodejních míst alkoholu ve městech Tartu a Olomouc a dotazníkového šetření mezi obyvateli obou měst, snažící se zjistit vzorce a zvyklosti konzumace alkoholu. V následujících podkapitolách budou shrnuty výsledky těchto šetření. V první části jsou prezentovány výstupy prostorové analýzy prodejen alkoholu, ve druhé části výsledky dotazníkového šetření a poslední část se snaží najít spojitosti mezi těmito terénními šetřeními.

### 5.1 Prostorová analýza

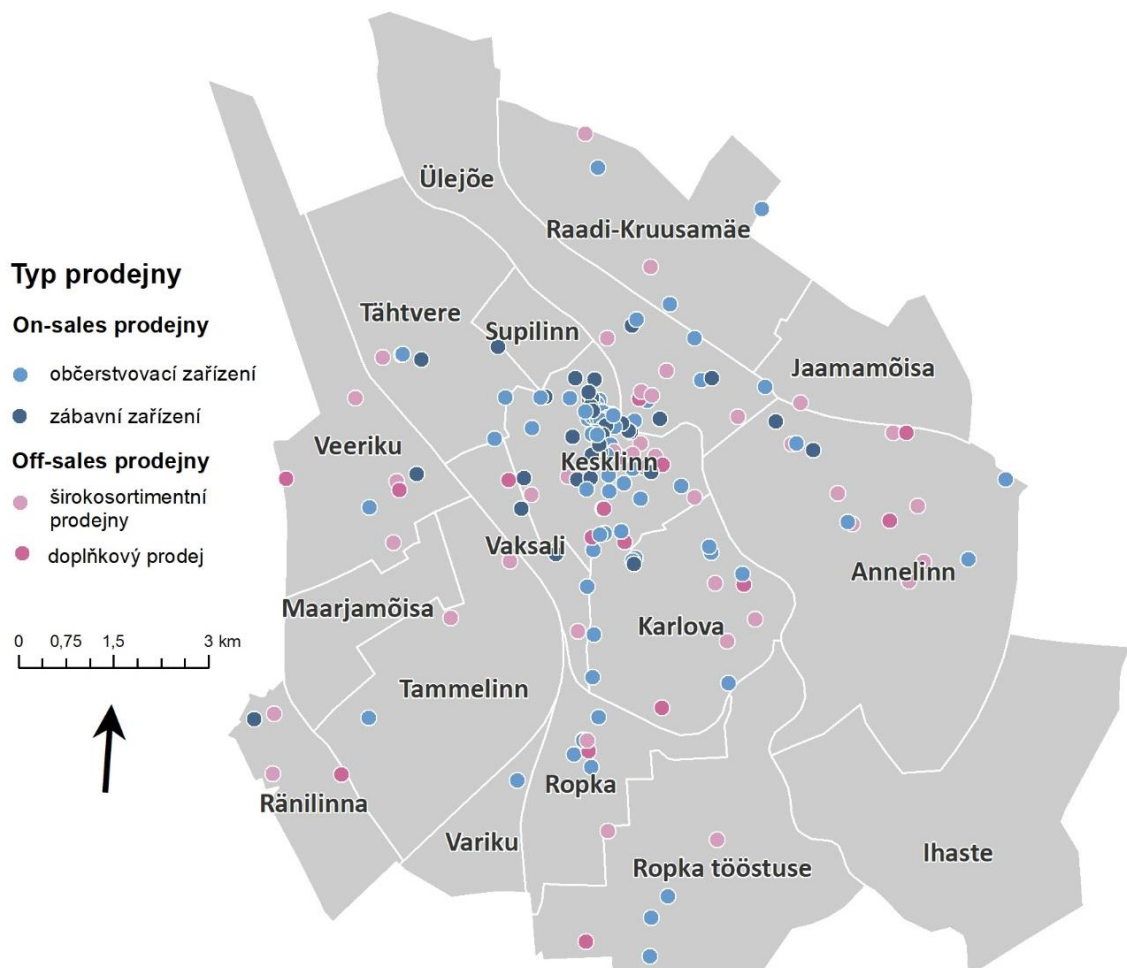
**Zastoupení kategorií prodejen** – V rámci terénního šetření a samotné tvorby pasportu prodejních míst alkoholu byly mimo polohu prodejního místa zjišťovány také další charakteristiky. Důležitou charakteristikou je například typ prodejny. Pro přehlednost byly proto všechny prodejny rozděleny do čtyř základních kategorií. Dvě z nich spadají pod on-sales prodejny, jedná se o občerstvovací a zábavní zařízení, další dvě pod off-sales, tedy širokosortimentní prodejny a doplňkový prodej. Celkové počty jednotlivých kategorií a typů prodejen jsou zobrazeny v tab. 3.

**Tab. 3:** Prodejny alkoholu ve městech Olomouc a Tartu

			Olomouc			Tartu			
on-sales	občerstvovací zařízení	restaurace/hostinec	146	28,4 %	<b>218</b> <b>(42,3 %)</b>	63	32,6 %	<b>95</b> <b>(49,2 %)</b>	
		bistro/občerstvení	17	3,3 %		16	8,3 %		
		cukrárna/kavárna	55	10,6 %		16	8,3 %		
	zábavní zařízení	hosпода/pivnice	47	9,1 %	<b>175</b> <b>(34,0 %)</b>	9	4,7 %	<b>40</b> <b>(20,7 %)</b>	
		vinotéka/vinárna/ostatní	32	6,2 %		6	3,1 %		
		bar/coffee bar	59	11,5 %		19	9,9 %		
		herna/kasino	30	5,8 %		3	1,5 %		
		noční klub/diskotéka	7	1,4 %		3	1,5 %		
	off-sales	širokosortimentní prodejny	smíšené zboží/potraviny	66	12,8 %	<b>90</b> <b>(17,5 %)</b>	12	6,2 %	<b>42</b> <b>(21,8 %)</b>
			supermarket	17	3,3 %		22	11,4 %	
obchodní dům			7	1,4 %	8		4,2 %		
doplňkový prodej		čerpací stanice	15	2,9 %	<b>32</b> <b>(6,2 %)</b>	11	6,2 %	<b>16</b> <b>(8,3 %)</b>	
		tabák/trafika	17	3,3 %		4	2,1 %		
			<b>515 (100,0 %)</b>			<b>193 (100,0 %)</b>			

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování, Knopová (2017)

Na území města Olomouce bylo zmapováno celkem 515 zařízení prodávajících alkohol (Knopová, 2017) a ačkoliv se dle počtu obyvatel jedná o města obdobné velikosti, v Tartu bylo prodejen zjištěno pouze 193. V procentuálním zastoupení jednotlivých kategorií prodejen nicméně tak závratné rozdíly nejsou. V obou městech výrazně převažují on-sales prodejny (76,3 % v Olomouci, 69,9 % v Tartu). Téměř poloviční zastoupení pak tvoří občerstvovací zařízení (42,3 % v Olomouci, 49,2 % v Tartu), v rámci této kategorie je zároveň v obou městech nejvíce restaurací/hostinců (28,4 % v Olomouci, 32,6 % v Tartu). Nejvýraznější rozdíl lze sledovat u zábavních zařízení, které v případě Olomouce tvoří druhou nejčetnější kategorii (34,0 %), zatímco v Tartu mají zastoupení mnohem menší (20,7 %). V obou městech je ale v rámci zábavních zařízení nejvíce barů/coffee barů (11,5 % v Olomouci, 9,9 % v Tartu).

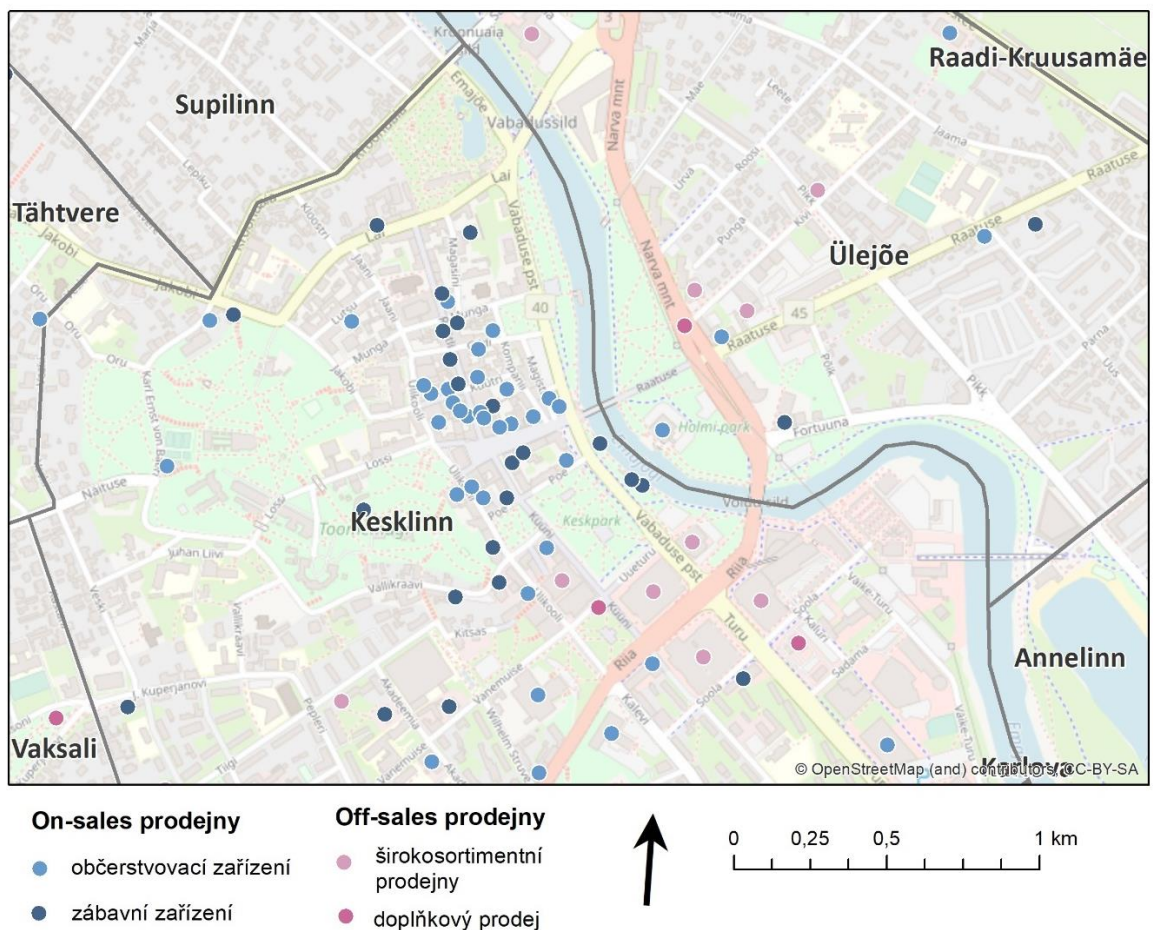


**Obr. 4:** Prostorové rozložení jednotlivých kategorií prodejen ve městě Tartu

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS

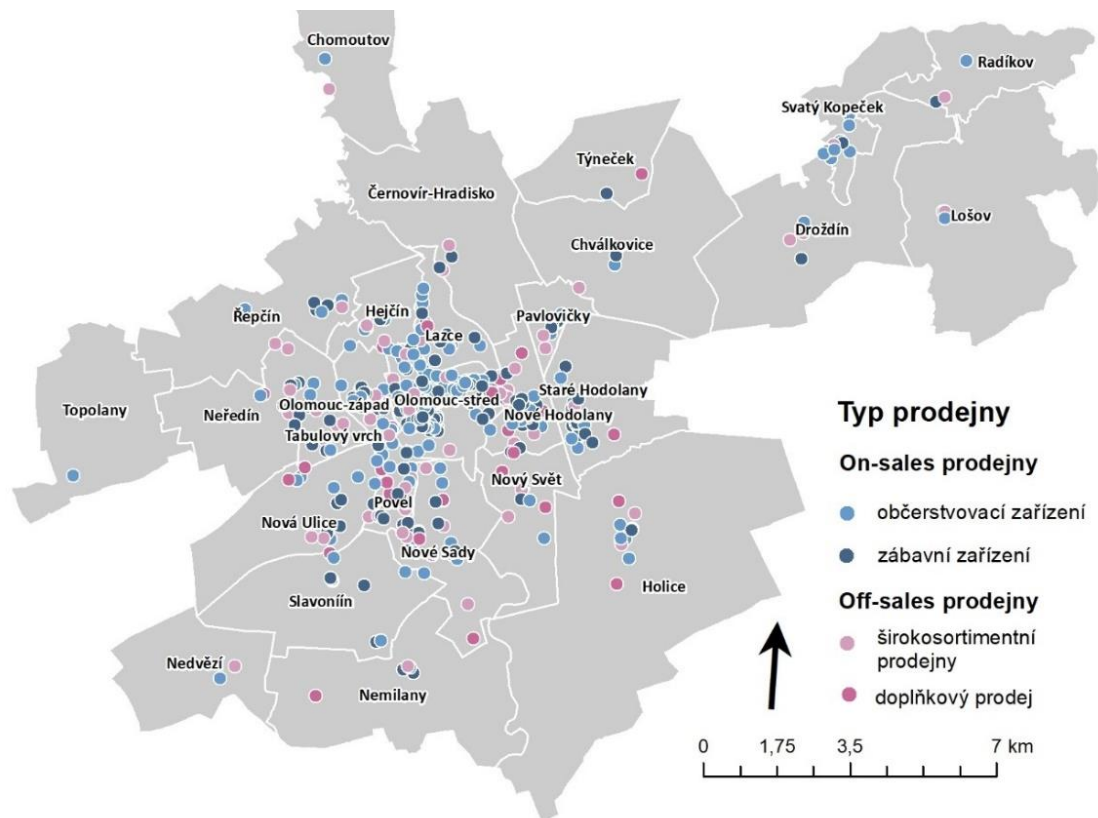


Z off-sales prodejen mají největší zastoupení širokosortimentní prodejny (17,5 % v Olomouci, 21,8 % v Tartu). Zatímco ale v Olomouci v rámci této kategorie převažují menší prodejny potravin, tedy typ smíšené zboží/potraviny (12,8 %), v Tartu se nachází mnohem více supermarketů (11,4 %). Velké množství supermarketů se samozřejmě nachází i v obchodních domech, které jsou vyčleněny jako samostatný typ prodejního místa, supermarkety v nich už tedy nejsou započítány zvlášť. I přesto jsou ale v Tartu obchodní domy častější (4,2 %), než v Olomouci (1,4 %). Poslední kategorií tvoří doplňkový prodej (6,2 % v Olomouci, 8,3 % v Tartu). Na obr. 4 a obr. 6 je znázorněno rozmístění jednotlivých prodejen na území měst Olomouc a Tartu, rozdělených na on-sales a off-sales prodejny a do čtyř základních kategorií prodejen. Z obrázků je zřejmé, že se většina prodejen koncentruje v okolí městských center.



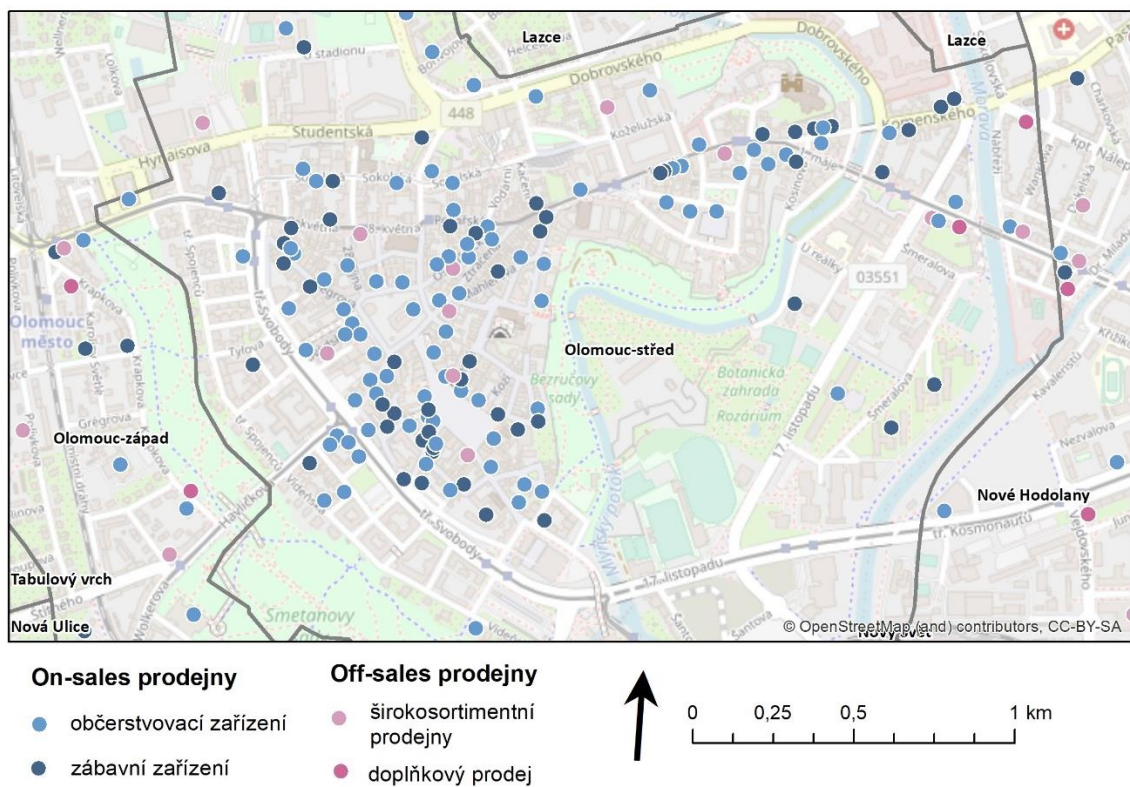
**Obr. 5:** Prostorové rozložení jednotlivých kategorií prodejen v městské centru města Tartu

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS



**Obr. 6:** Prostorové rozložení jednotlivých kategorií prodejen ve městě Olomouc

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS



**Obr. 7:** Prostorové rozložení jednotlivých kategorií prodejen v městské centru města Tartu

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS

**Rozložení prodejen v městských částech** – Prodejny alkoholu byly na základě jejich prostorové polohy zařazeny mezi městské části. Tartu oficiálně žádné nemá, dělí se však do 17 sousedství, které ale nemají žádnou administrativní funkci. Z hlediska počtu obyvatel a rozlohy je největší částí Annelinn. Město Olomouc můžeme rozdělit do 27 komisí městských částí, z nichž největší, co se rozlohy týče, je městská část Holice, naopak nejvíce obyvatel mají Nové Sady. Jak již bylo popsáno v bakalářské práci, dá se říci, že ve městě Olomouci klesá počet prodejen alkoholu s rostoucí vzdáleností od centra města. Jak lze vidět v tab. 4, největší počet prodejen je tedy v městské části Olomouc - střed (37,1 %), jež obklopují Nové Hodolany (8,9 %) a Nové Sady (8,3 %). Podobná situace byla zjištěná i v případě města Tartu. Největší podíl prodejen se nachází v centru města (45,6 %), jež obklopují části Karlova (8,3 %), Ülejõe (8,3 %). Vyšší počet prodejen se nachází také mimo centrum, tedy v části Annelinn (10,4 %).

**Tab. 4:** Zastoupení kategorií prodejen v městských částech města Tartu

	počet obyvatel	počet prodejen na 1 000 obyvatel	rozloha	počet prodejen na 1 km <sup>2</sup>	počet prodejen				Σ
					občerstvovací zařízení	zábravní zařízení	širokosortim. prodejny	doplňkový prodej	
Annelinn	24957	<b>0,8</b>	5,4	<b>3,7</b>	8	2	8	2	10,4 %
Ihaste	2616	<b>0,0</b>	4,2	<b>0,0</b>	0	0	0	0	0,0 %
Jaamamõisa	3098	<b>0,3</b>	2,5	<b>0,4</b>	0	0	1	0	0,5 %
Karlova	8269	<b>1,9</b>	3,2	<b>5,1</b>	10	1	3	2	8,3 %
Kesklin	6436	<b>13,7</b>	1,8	<b>49,2</b>	49	27	8	4	45,6 %
Maarjamõisa	403	<b>0,0</b>	1,1	<b>0,0</b>	0	0	0	0	0,0 %
Raadi-Kruusamäe	4503	<b>1,1</b>	2,8	<b>1,8</b>	2	0	3	0	2,6 %
Ränilinn	1588	<b>2,5</b>	1,2	<b>3,3</b>	0	1	2	1	2,1 %
Ropka	4799	<b>1,7</b>	1,4	<b>5,6</b>	5	0	1	2	4,1 %
Ropka tööstuse	2236	<b>3,1</b>	3,6	<b>1,9</b>	4	0	2	1	3,5 %
Supilinn	2067	<b>0,0</b>	0,5	<b>0,0</b>	0	0	0	0	0,0 %
Tähtvere	3197	<b>2,2</b>	1,5	<b>4,7</b>	3	2	2	0	3,6 %
Tammelinn	7227	<b>0,4</b>	3,0	<b>1,0</b>	1	0	2	0	1,6 %
Ülejõe	8386	<b>1,9</b>	2,3	<b>7,0</b>	7	3	5	1	8,3 %
Vaksali	3022	<b>3,0</b>	0,7	<b>13,6</b>	4	3	1	1	4,7 %
Variku	1794	<b>0,6</b>	0,8	<b>1,3</b>	1	0	0	0	0,5 %
Veeriku	5371	<b>1,5</b>	2,8	<b>2,9</b>	1	1	4	2	4,2 %
	89969	<b>Ø 2,0</b>	38,8	<b>Ø 6,0</b>	95	40	42	16	100,0 %

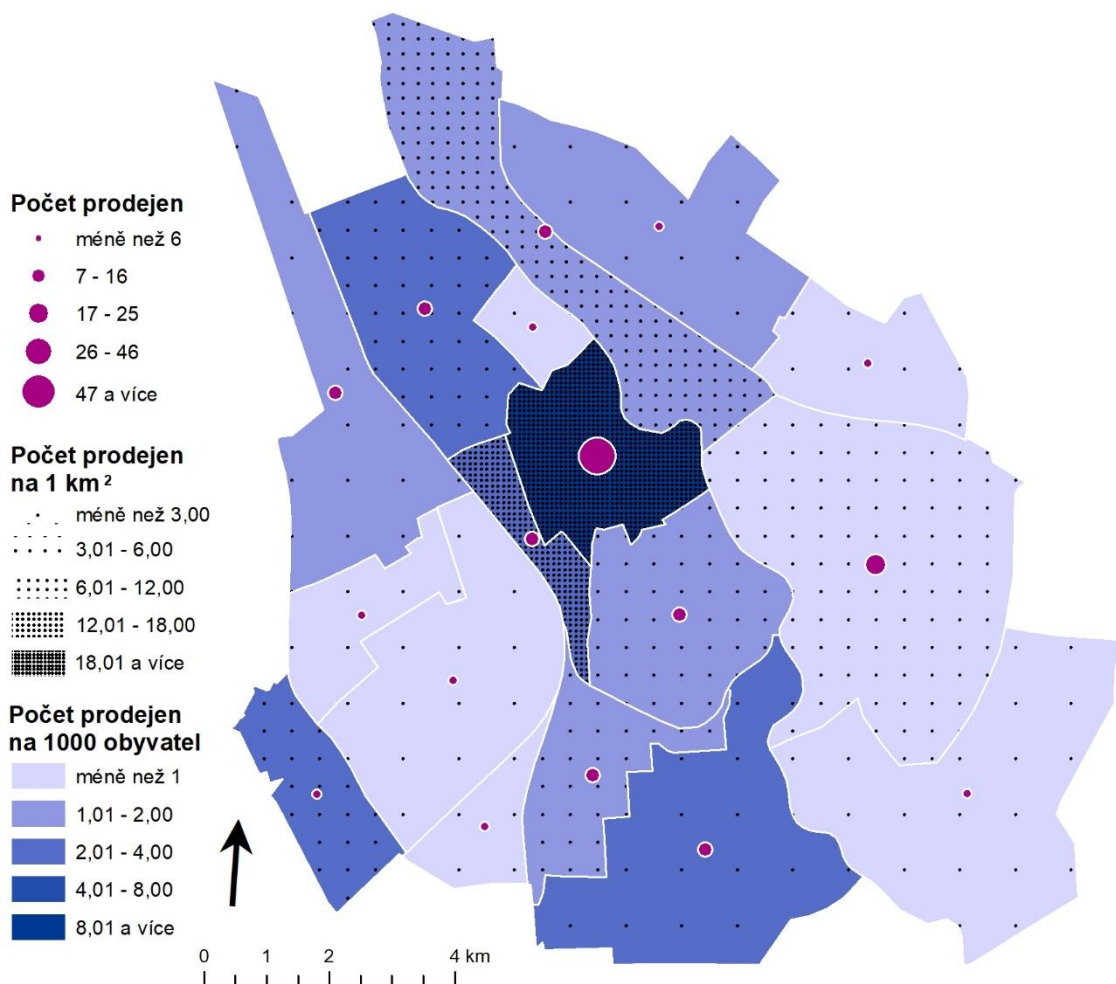
**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování, Statistiline (2017)

**Tab. 5:** Zastoupení kategorií prodejen v městských částech města Olomouc

	počet obyvatel	počet prodejen na 1 000 obyvatel	rozloha	počet prodejen na 1 km <sup>2</sup>	počet prodejen				
					občerstvovací zařízení	zábavní zařízení	širokosortim. prodejny	doplňkový prodej	Σ
Tabulový vrch	13274	<b>0,9</b>	0,8	<b>15,5</b>	2	4	4	2	2,3 %
Nový Svět	4449	<b>2,0</b>	2,6	<b>3,5</b>	2	2	3	2	1,7 %
Povel	9002	<b>2,1</b>	0,7	<b>29,2</b>	2	9	6	2	3,7 %
Chomoutov	1866	<b>2,1</b>	4,0	<b>1,0</b>	2	0	2	0	0,8 %
Nové Sady	19901	<b>2,2</b>	3,2	<b>13,4</b>	14	14	12	3	8,3 %
Chválkovice	1937	<b>2,6</b>	6,1	<b>0,8</b>	1	1	2	1	1,0 %
Černovír-Hradisko	1132	<b>2,7</b>	5,9	<b>0,5</b>	0	2	1	0	0,6 %
Nová Ulice	5074	<b>2,8</b>	3,6	<b>3,9</b>	7	4	3	0	2,7 %
Holice	3842	<b>2,9</b>	14,7	<b>0,8</b>	5	1	3	2	2,1 %
Olomouc - západ	8557	<b>2,9</b>	1,2	<b>20,3</b>	9	12	3	1	4,9 %
Lazce	8041	<b>3,1</b>	1,3	<b>19,3</b>	12	10	2	1	4,9 %
Staré Hodolany	7182	<b>3,3</b>	3,6	<b>6,7</b>	8	9	5	2	4,6 %
Droždín	992	<b>4,0</b>	6,7	<b>0,6</b>	1	1	2	0	0,8 %
Slavonín	1643	<b>4,3</b>	4,3	<b>1,6</b>	3	3	1	0	1,4 %
Týneček	462	<b>4,3</b>	2,5	<b>0,8</b>	0	1	0	1	0,4 %
Nové Hodolany	10013	<b>4,6</b>	1,5	<b>30,7</b>	14	17	8	7	8,9 %
Neředín	3361	<b>4,8</b>	3,7	<b>4,3</b>	7	4	4	1	3,1 %
Lošov	572	<b>5,2</b>	7,9	<b>0,4</b>	1	0	2	0	0,6 %
Nedvězí	374	<b>5,4</b>	3,3	<b>0,6</b>	1	0	1	0	0,4 %
Hejčín	1795	<b>6,1</b>	1,4	<b>7,9</b>	5	2	3	1	2,1 %
Topolany	317	<b>6,3</b>	4,8	<b>0,4</b>	1	1	0	0	0,4 %
Nemilany	884	<b>7,9</b>	6,2	<b>1,1</b>	1	2	2	2	1,4 %
Řepčín	691	<b>11,6</b>	5,3	<b>1,5</b>	4	3	1	0	1,5 %
Radíkov	252	<b>11,9</b>	2,7	<b>1,1</b>	1	1	1	0	0,6 %
Svatý Kopeček	794	<b>13,9</b>	2,0	<b>5,5</b>	8	1	2	0	2,1 %
Pavlovičky	436	<b>18,4</b>	0,9	<b>9,4</b>	3	3	2	0	1,6 %
Olomouc - střed	7251	<b>26,3</b>	2,4	<b>79,1</b>	104	68	15	4	37,1 %
	114094	<b>ø 6,1</b>	103,3	<b>ø 9,6</b>	218	175	90	32	100,0 %

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování, Knopová (2017)

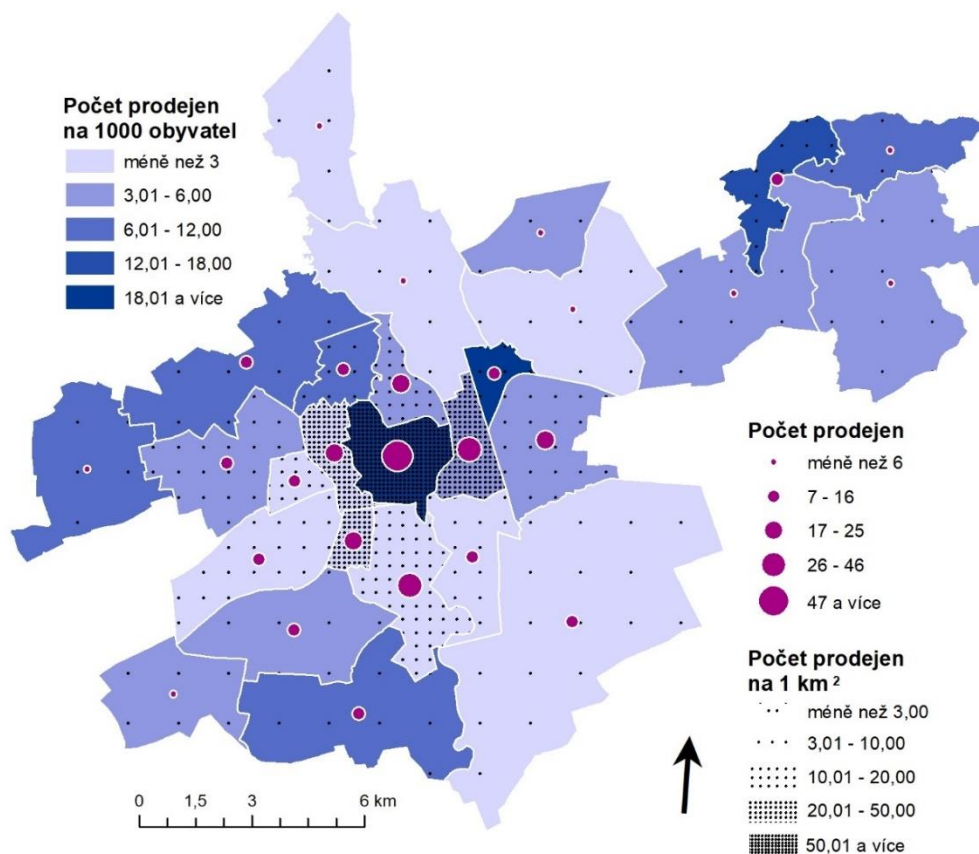
Na rozdíl od Olomouce se v Tartu nachází městské části, ve kterých nebyla zjištěna žádná prodejna alkoholu. Jedná se o části Ihaste, Maarjamõisa a Supilinn. V případě Ihaste může být důvodem to, že množství prodejen se nachází v obci Veibri, která na část Ihaste přímo navazuje. Část Maarjamõisa sice patří mezi jedny z nejmenších částí co se rozlohy týče, hlavním důvodem ale může být to, že se v části nachází velké množství zelených ploch, nemocnice a budovy univerzity, jedná se tedy o městskou část s nejmenším počtem obyvatel. Poslední částí bez prodejen alkoholu je Supilinn, jež je celkově nejmenší. Jak již bylo zmíněno výše, Supilinn je jednou z nejstarších částí města, což se projevuje i na charakteru zástavby. Je známý především tím, že se jedná o bývalý slum, který tvořily převážně jedno až dvou podlažní dřevěné bytové domy, které v části stojí dodnes. Je sice pravda, že nejvíce prodejen je v centru města a směrem k okrajovým částem jejich počet klesá, ale mimo to je zastoupení prodejen v jednotlivých městských částech ale i napříč celým městem velmi nevyrovnané.



**Obr. 8:** Počet prodejen (na 1km<sup>2</sup>, na 1 000 obyvatel) alkoholu ve městě Tartu

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS

V přepočtu na 1 000 obyvatel v jednotlivých částech je nejvyšší počet v městském centru, v případě města Tartu tedy v části Kesklin (13,7), po něm ale následují části jako například Ropka tööstuse (3,1), Vaksali (3,0) či Ränilinn (2,5). Druhý největší absolutní počet prodejen se nachází sice v městské části Annelinn, v přepočtu na 1 000 obyvatel se ale naopak jedná o část s jednou z nejmenších koncentrací (0,8). Annelinn se převážně skládá ze sovětských bytových domů, jedná se tedy o část s vysokou koncentrací obyvatel na jednom místě – bydlí zde téměř třetina obyvatel města. Pokud dáme do poměru počet prodejen a rozlohu jednotlivých městských částí, největší zastoupení je v městském centru (49,2), v části Vaksali (13,6), nebo Ülejõe (7,0), které se nachází hned vedle městského centra. Vzhledem k relativně nízkému počtu prodejen alkoholu ve většině městských částí, komparace zastoupení jednotlivých kategorií prodejen v nich nepřináší vypovídající srovnání. Zajímavé může být pouze porovnání městského centra Kesklin s průměrným procentuálním zastoupením kategorií prodejen. V tomto případě se v centru nachází více občerstvovacích a zábavních zařízení na úkor širokosortimentních prodejen a obchodů s doplňkovým prodejem alkoholu. V části Annelinn se naopak nachází více širokosortimentních prodejen a méně zábavních a občerstvovacích zařízení.

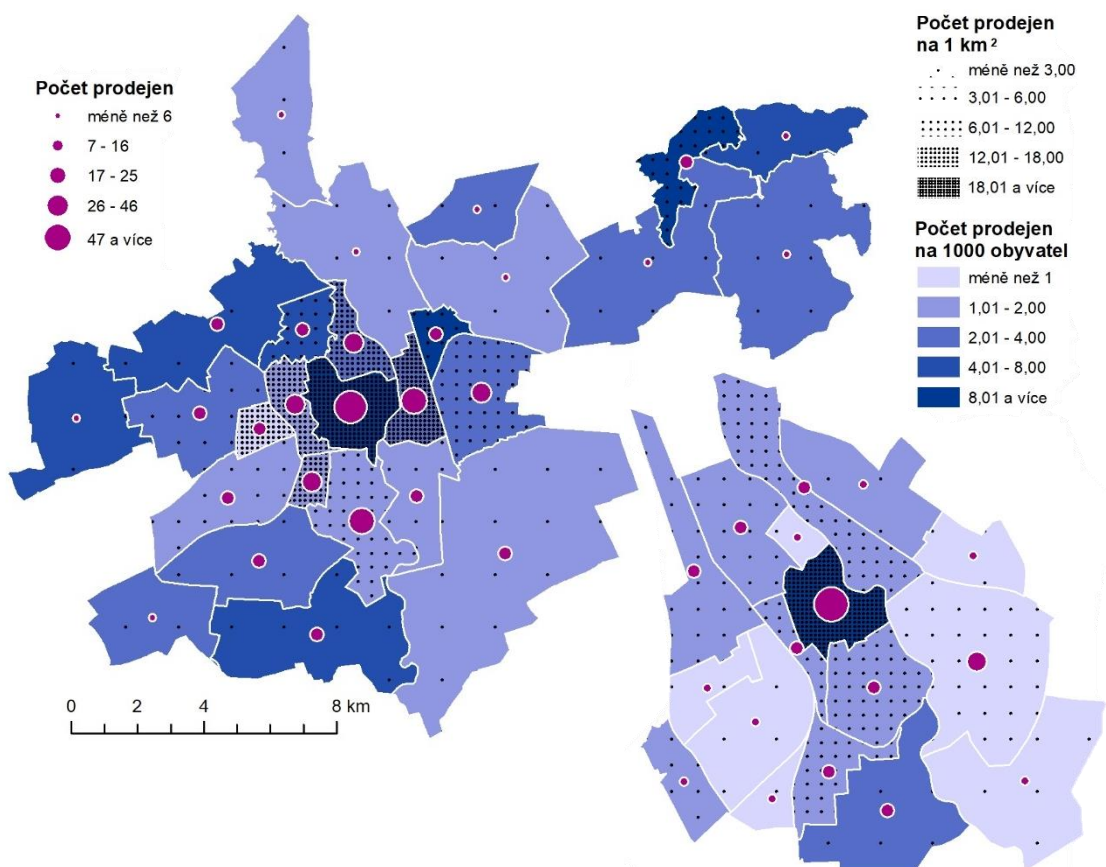


**Obr. 9:** Počet prodejen (na 1km<sup>2</sup>, na 1 000 obyvatel) alkoholu ve městě Olomouc

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS

V Olomouci se nachází téměř jednou tolik prodejen alkoholu, je tedy logické, že průměrné množství prodejen alkoholu v přepočtu na 1 000 obyvatel bude vzhledem k jejich porovnatelnému počtu obyvatel mnohem vyšší právě v Olomouci (6,1 v Olomouci a 2,0 v Tartu). Rozloha je sice odlišná a Olomouc je více než dvakrát větší, nicméně i přes to je množství prodejen na 1 km<sup>2</sup> stále vyšší v Olomouci (9,6 v Olomouci, 6,0 v Tartu). Stejně jako ve městě Tartu, i v Olomouci se nejvíce prodejen koncentruje v městském centru, jinak tomu není ani v přepočtu na 1 000 obyvatel (26,3). Dále je velké množství prodejen v městské části Pavlovičky (18,4) a Svatý Kopeček (13,85).

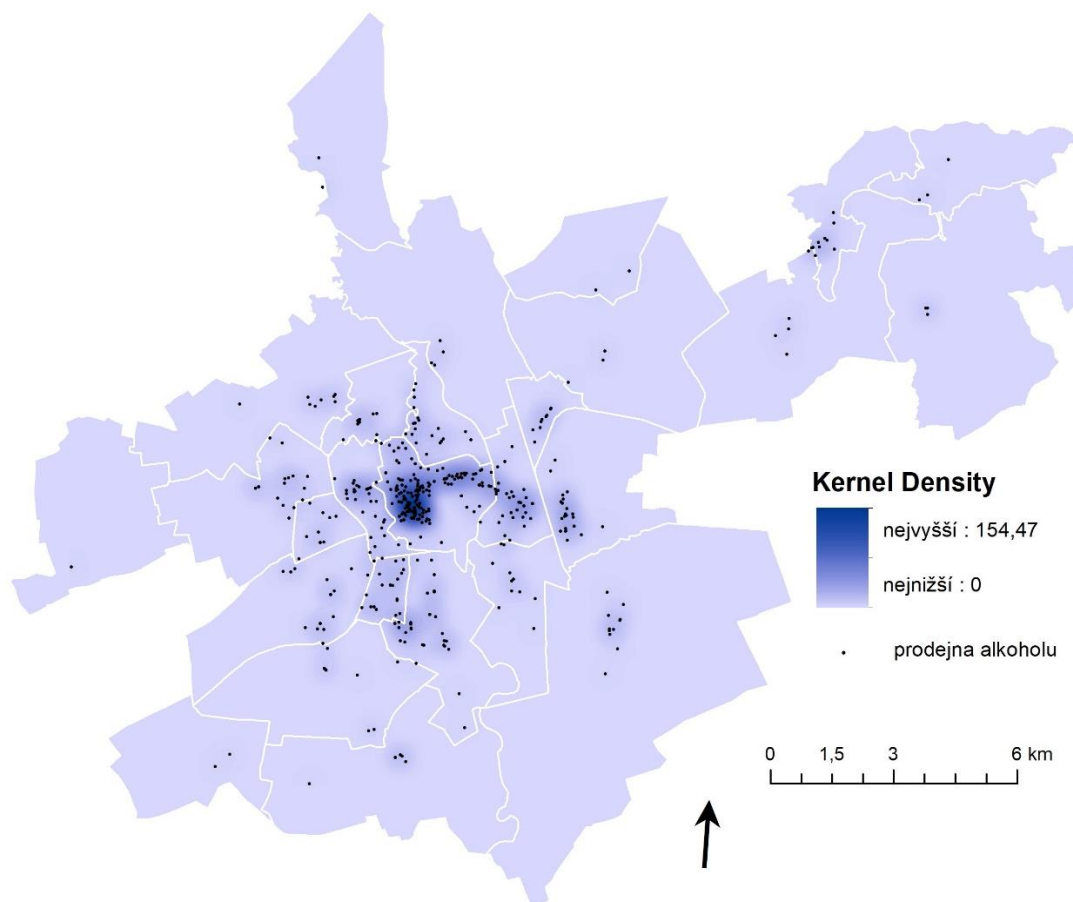
Z důvodu velmi rozdílných hodnot počtu prodejen alkoholu, počtu prodejen alkoholu na 1 km<sup>2</sup> a počtu prodejen alkoholu na 1 000 obyvatel ve městech Olomouc (obr 9.) a Tartu (obr 8.), byly pro znázornění těchto jevů použity rozdílné kategorie. Na obr. 10 jsou pro názornější komparaci obou měst použity totožné kategorie a města jsou ve stejném měřítku.



**Obr. 10:** Počet prodejen (na 1km<sup>2</sup>, na 1 000 obyvatel) alkoholu ve městě Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS

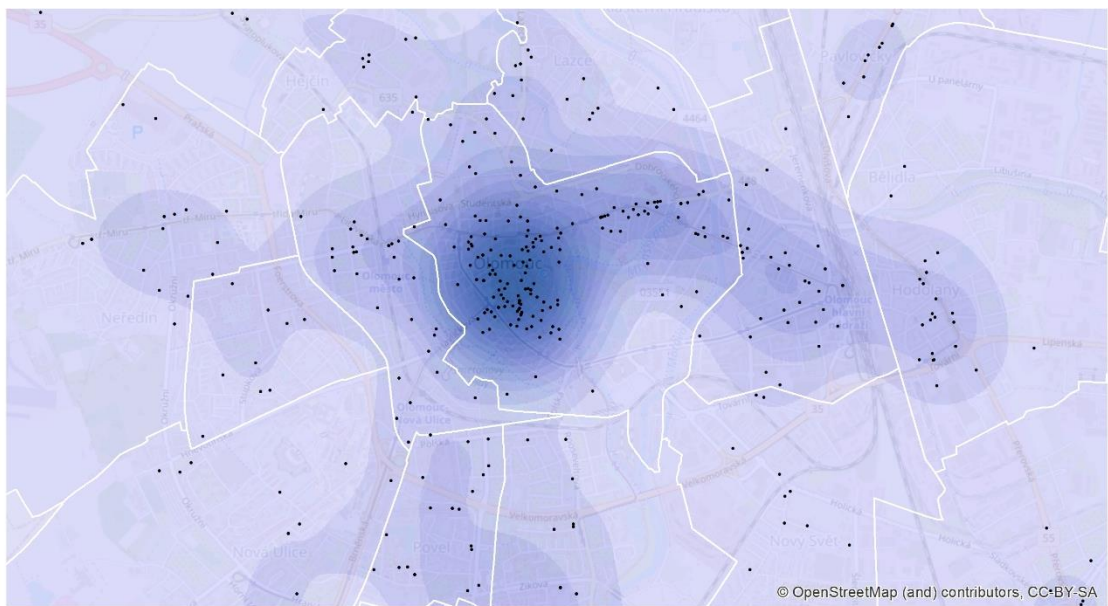
**Jádrová koncentrace prodejen alkoholu** – Pro názornější zobrazení prostorového rozložení prodejen alkoholu ve městech Olomouc a Tartu a pro snadnější identifikaci míst jejich koncentrace byly vytvořeny takzvané heat-mapy. Tato jádra koncentrací byla nalezena výpočtem jádrové hustoty dat a to pomocí nástroje Kernel Density (program ArcGIS). V obou městech byla jako Search radius ponechána výchozí hodnota. Ve městě Olomouc (obr. 11) se nejvýznamnější jádro nachází v centru města, v oblasti Horního a Dolního náměstí a jejich nejbližšího okolí. Jedná se o oblast četných zábavních a občerstvovacích zařízení. Toto jádro dále pokračuje podél ulice 1. Máje. Část jádra se nachází v městské části Nové Hodolany, kde se prodejny koncentrují v oblasti Masarykovy třídy. Vyšší koncentrace prodejen pokračuje až k ulici Jeremenkova, kde se nachází vlakové nádraží. Opačným směrem jádro pokračuje v části Olomouc-západ v okolí třídy Svornosti. Část jádra zasahuje až do místní části Lazce. Vyšší koncentrace prodejen alkoholu se nachází i v městské části Staré Hodolany, v blízkosti důležitých silničních tahů. Další větší jádro je v Nových Sadech. Na obr. 12 pak lze vidět Kernel Density v městském centru města Olomouc, při search radius 1 000 m. Stejný search radius byl použit i na obr. 13, který obrazuje Kernel Density zvlášť pro on-sales a off-sales prodejny alkoholu.



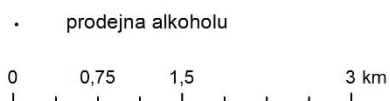
**Obr. 11:** Kernel Density index prodejen alkoholu v Olomouci (default search radius = 611,99 m)

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS



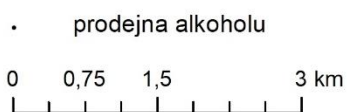
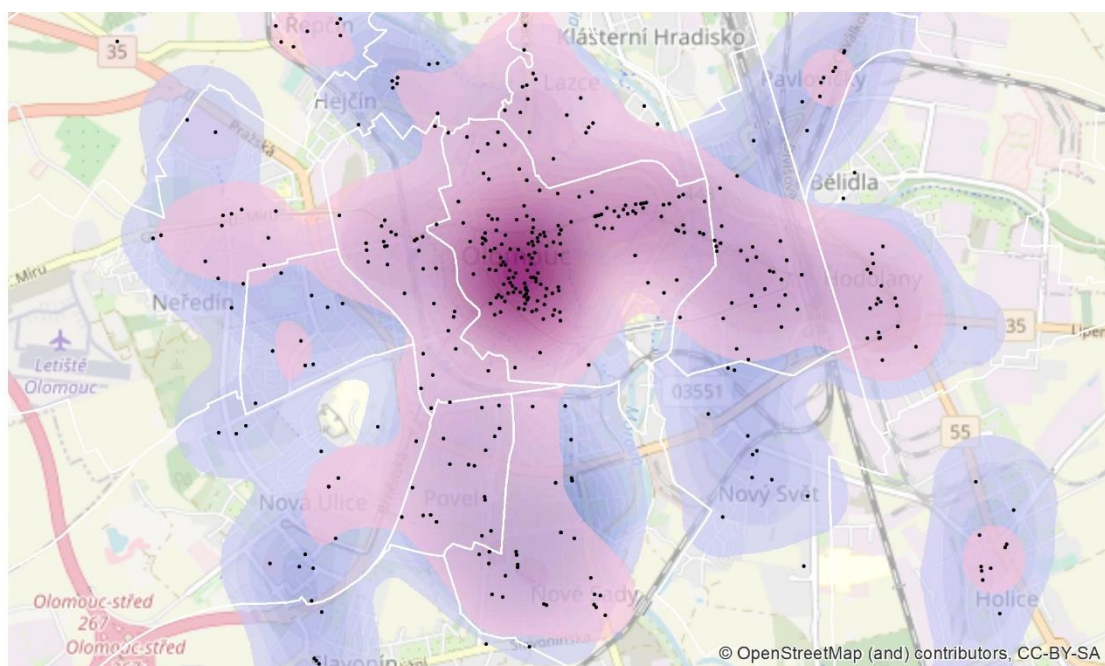


**Kernel Density**



**Obr. 12:** Kernel Density index prodejen alkoholu v centru města Olomouc (search radius = 1 000 m)

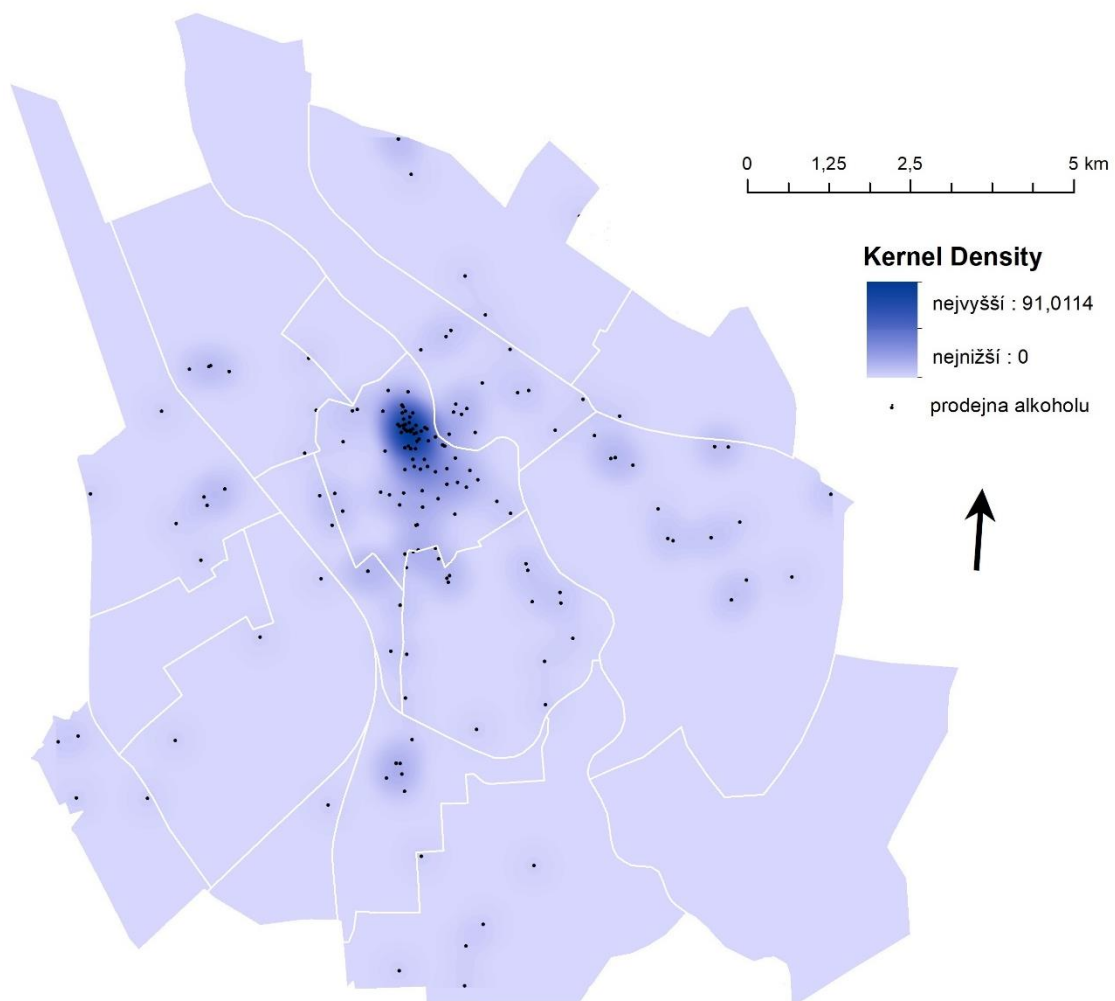
**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS



**Obr. 13:** Kernel Density index off-sales a on-sales prodejen alkoholu v Olomouci (search radius = 1 000 m)

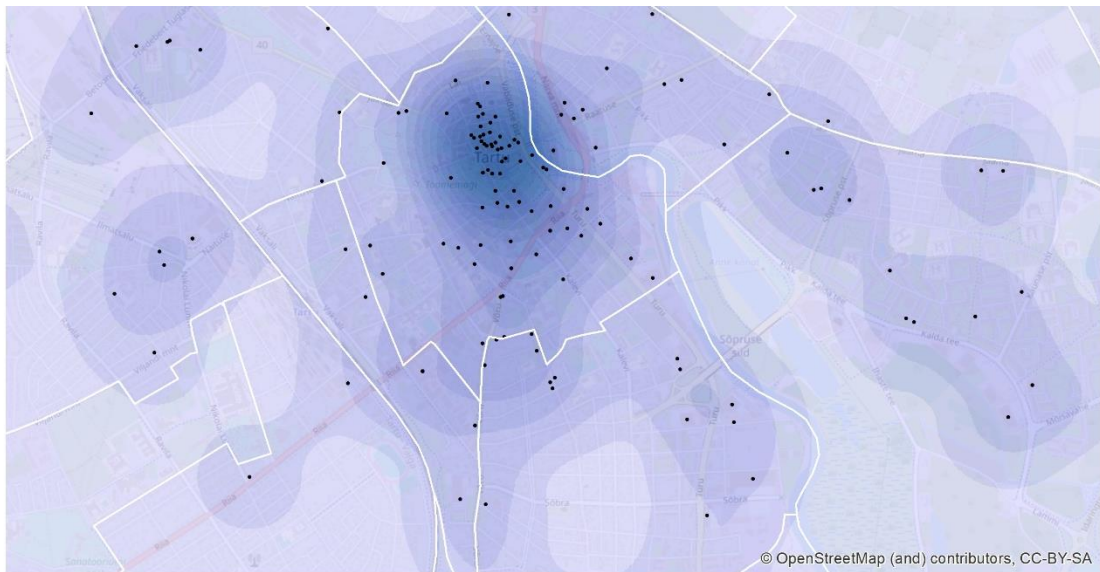
**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS

Pomocí funkce Kernel Density byla nalezena jádra také ve městě Tartu (obr 14). Je samozřejmé, že se největší jádro nachází v oblasti městského centra, kde je nejvyšší koncentrace prodejen alkoholu. Jedná se zejména o oblast kolem náměstí Raekoja plats a v okolí univerzity (Tartu Ülikool). Jádro dále pokračuje do místní části Ülejõe. V této oblasti se nachází vysokoškolské koleje, což může být důvodem větší koncentrace prodejen alkoholu. Velké množství prodejen alkoholu se rovněž soustředí v okolí ulice Turu a Riia a stejným směrem jádro pokračuje a částečně zasahuje až do místní části Karlova. Menší jádro vzniká také v části Ropka v oblasti křižovatky silnic Võru a Aardla. Na obr. 15 pak lze vidět Kernel Density v městském centru města Tartu, při search radius 1 000 m. Stejný search radius byl použitý na obr. 16, který obrazuje Kernel Density zvlášť pro on-sales a off-sales prodejny alkoholu. Z obrázku je tedy patrné, jak se liší koncentrace on-sales a off-sales prodejen alkoholu. Zatímco on-sales prodejny se výrazně koncentrují zejména v městském centru, off-sales prodejny se nachází mnohem rovnoměrněji napříč celým městem.

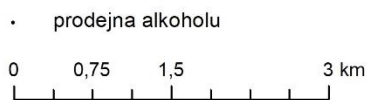


**Obr. 14:** Kernel Density index prodejen alkoholu v Tartu (default search radius = 587,34 m)

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS

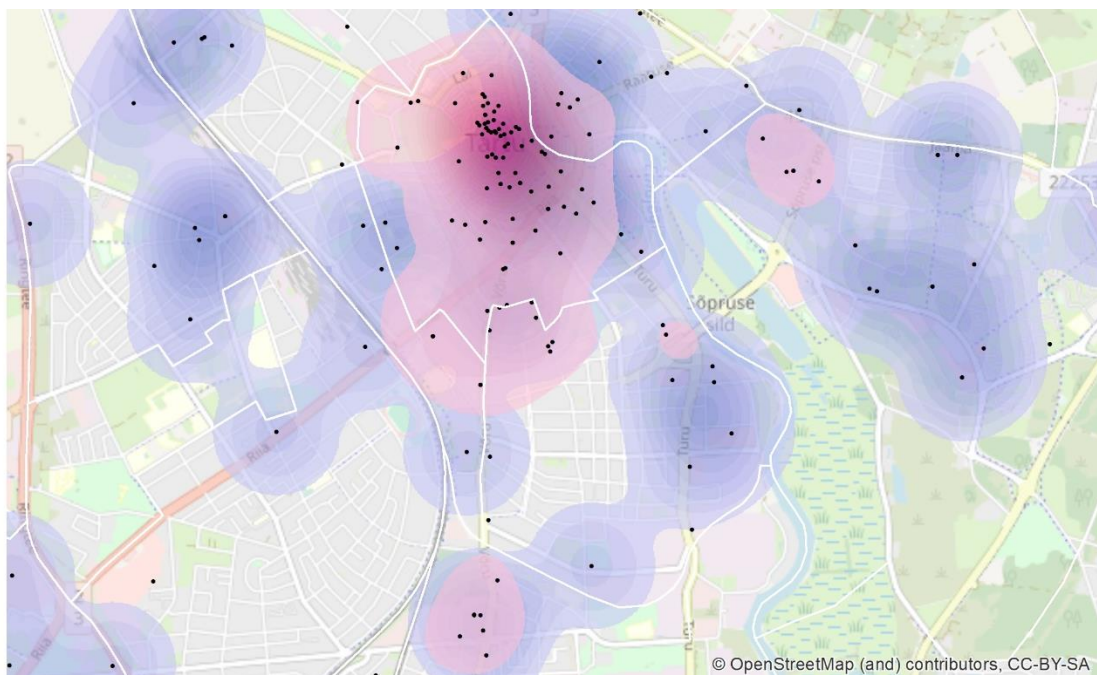


**Kernel Density**

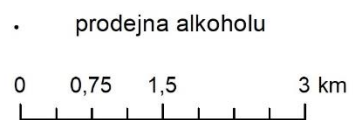


**Obr. 15:** Kernel Density index prodejen alkoholu v centru města Tartu (search radius = 1 000 m)

**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS



**Kernel Density off-sales    Kernel Density on-sales**



**Obr. 16:** Kernel Density index off-sales a on-sales prodejen alkoholu v Tartu (search radius = 1 000 m)

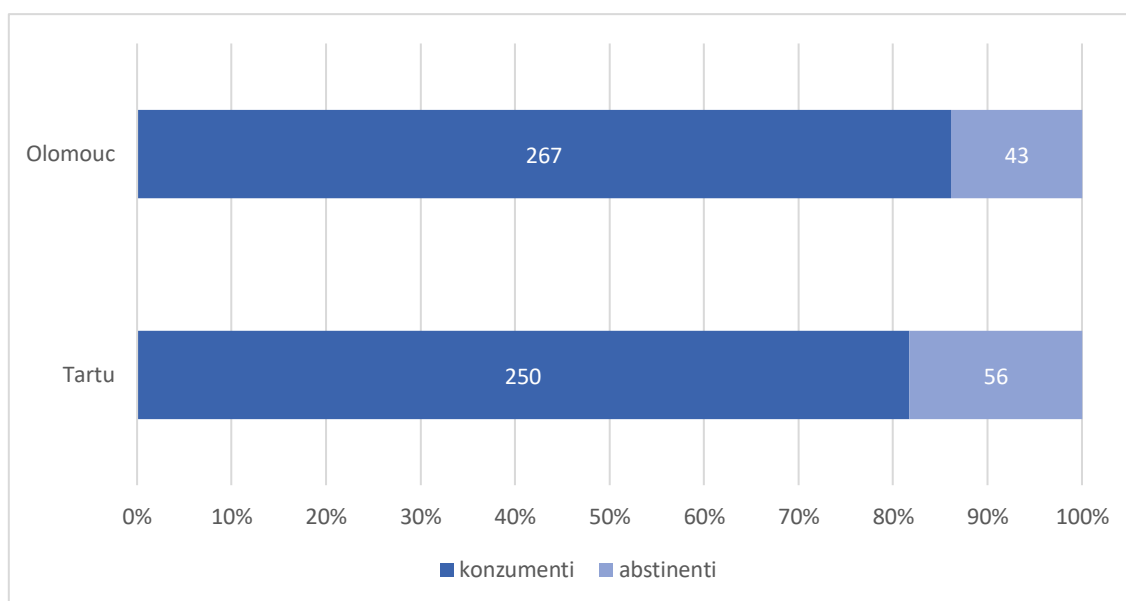
**Zdroj:** vlastní šetření a zpracování v ArcGIS

## 5.2 Dotazníkové šetření

Další složka výzkumné části diplomové práce se opírá o dotazníkové šetření, které mělo za cíl zhodnotit návyky, zvyklosti a preference konzumace alkoholu ve městech Olomouc a Tartu. Celkově bylo v rámci práce zpracováno 616 dotazníků. Z toho 310 dotazníků za město Olomouc a 306 za město Tartu. Celý dotazník lze rozdělit do tří částí. První z nich je tvořena identifikačními otázkami, druhou část zodpovídali pouze konzumenti alkoholu a třetí část opět všichni respondenti dotazníku. V následující části práce jsou zpracovány výsledky jednotlivých otázek dotazníkového šetření a získaná data jsou zde prezentována a dále analyzována.

### 5.2.1 Struktura vzorku

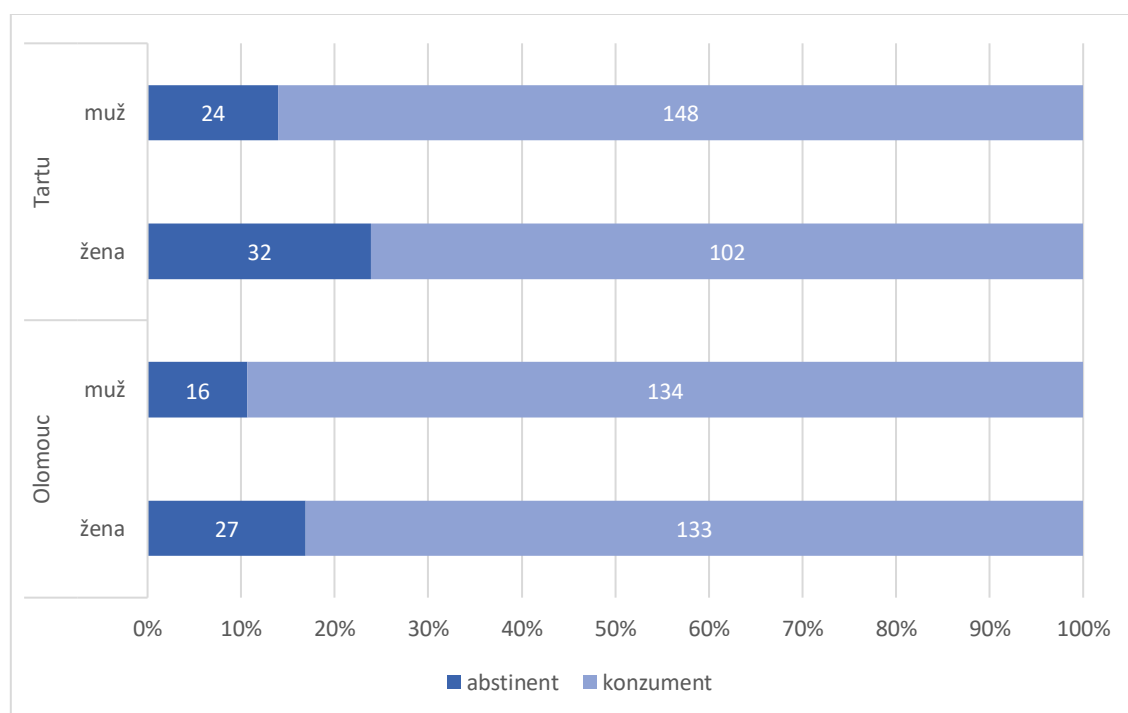
Důležitou součástí dotazníku byla část zjišťující sociodemografické charakteristiky respondentů. Nicméně ještě před prezentováním výsledků identifikačních otázek, je nutno zmínit úvodní otázku celého dotazníku. Tato otázka „konzumujete alkoholické nápoje?“ je otázkou filtrační a jejím smyslem je identifikovat respondenty konzumující alkohol a abstinenty. Podle odpovědi je respondent dále přeměřován do odpovídající části dotazníku. Poměr konzumentů alkoholu a abstinentů je v obou městech víceméně vyrovnaný, pouze nepatrně větší zastoupení konzumentů alkoholu je ve městě Olomouc. Na obr. 17 lze vidět zastoupení abstinentů a konzumentů alkoholu. Respondentů konzumujících alkohol ve městě Olomouc je celkem 267 (86,1 %) a 250 (81,7 %) ve městě Tartu.



**Obr. 17:** Zastoupení abstinentů a konzumentů alkoholu ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

První identifikační otázkou je dotaz na pohlaví respondenta. Dotazník zodpovědělo celkem 160 žen a 150 mužů ve městě Olomouci a 134 žen a 178 mužů ve městě Tartu. S pohlavím je spojena také jedna z hypotéz práce, totiž **že muži konzumují alkohol častěji než ženy**. Tato hypotéza vychází z mnoha epidemiologických výzkumů z celého světa, které potvrzují toto obecně známé tvrzení. Součástí dotazníku nebyla otázka týkající se množství spotřebovaného alkoholu, nicméně můžeme porovnat zastoupení abstinentů a konzumentů alkoholu mezi pohlavími, či zhodnotit frekvenci konzumace alkoholu (dále v práci). Co se zastoupení abstinentů týče, v obou městech abstinují častěji ženy než muži. Z celkového počtu 616 respondentů v obou městech abstinuje 59 žen (20,1 % ze všech žen) a 40 mužů (12,4 % ze všech mužů). Větší procento žen abstinuje ve městě Tartu (23,9 % ze všech žen v Tartu), v Olomouci abstinuje 16,9 % ze všech žen. Stejně je tomu také u mužů. Ve městě Tartu abstinuje 14,0 % z mužů, zatímco v Olomouci pouze 10,7 % z mužů. Obr. 18 znázorňuje zastoupení abstinentů a konzumentů alkoholu mezi muži a ženami ve městech Olomouc a Tartu.



**Obr. 18:** Zastoupení abstinentů a konzumentů alkoholu podle pohlaví ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

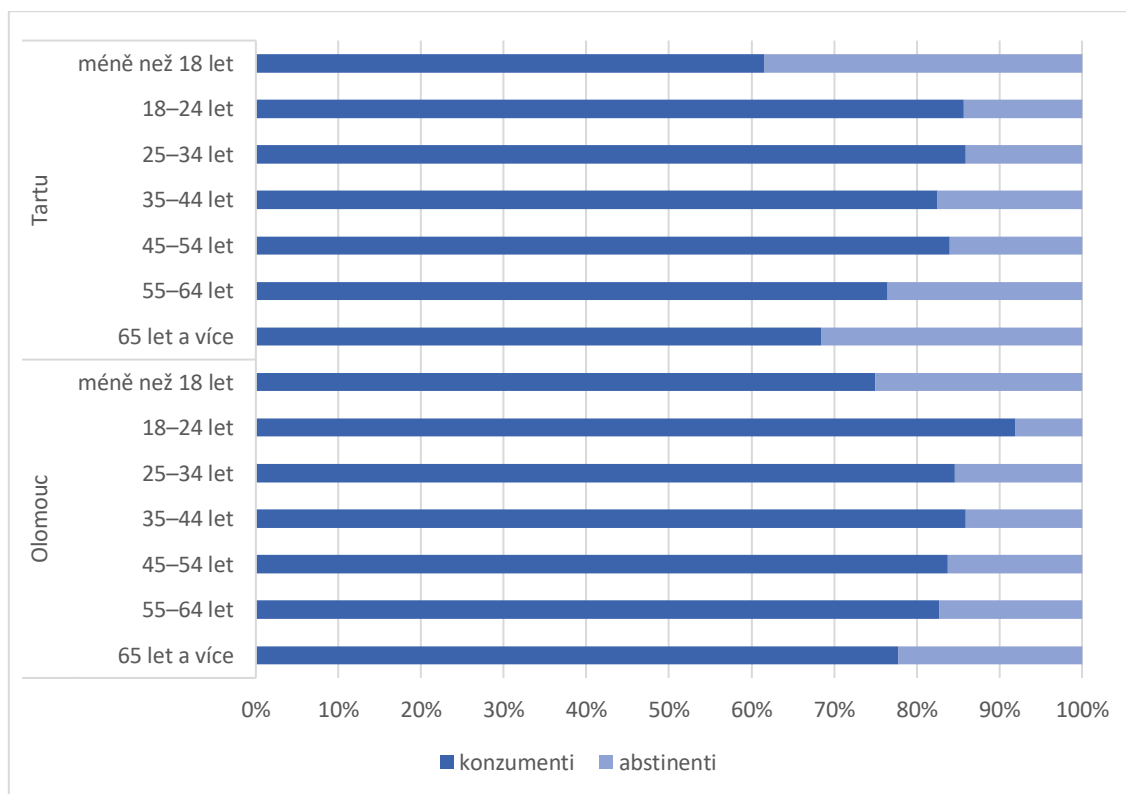
Druhá identifikační otázka se dotazuje na věk respondenta. V tab. 6 lze vidět zastoupení jednotlivých věkových kategorií ve městech Olomouc a Tartu. Nejpočetnější věkovou skupinou v obou městech je kategorie 18–24 let (27,7 % v Olomouci, 22,9 % v Tartu). Nejmenší zastoupení mají okrajové kategorie, tedy pod 18 let (2,6 % v Olomouci, 4,3 % v Tartu) a 65 let a více (2,9 % v Olomouci, 6,2 % v Tartu).

**Tab. 6:** Věkové zastoupení respondentů dotazníku ve městech Olomouc a Tartu

	Olomouc		Tartu	
	čet	podíl (%)	čet	podíl (%)
méně než 18 let	8	2,6 %	13	4,3 %
18–24 let	86	27,7 %	70	22,9 %
25–34 let	78	25,2 %	57	18,6 %
35–44 let	57	18,3 %	63	20,6 %
45–54 let	43	13,9 %	50	16,3 %
55–64 let	29	9,4 %	34	11,1 %
65 let a více	9	2,9 %	19	6,2 %
celkem	310	100,0 %	306	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Zajímavé je rovněž porovnání zastoupení abstinentsů a konzumentů alkoholu mezi jednotlivými věkovými skupinami (obr. 19). Nejvíce abstinujícími skupinami v obou městech jsou kategorie méně než 18 let (25,0 % respondentů mladší 18 let jsou abstinenti ve městě Olomouci, 38,5 % ve městě Tartu) a 65 let a více (22,2 % ve městě Olomouci a 31,6 % ve městě Tartu). Naopak největší zastoupení konzumentů alkoholu je ve městě Olomouci v kategorii 18–24 let (91,9 % respondentů konzumuje alkohol). Ve městě Tartu v kategorii 25–34 let (86,0 %).



**Obr. 19:** Zastoupení abstinentsů a konzumentů alkoholu podle věku ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

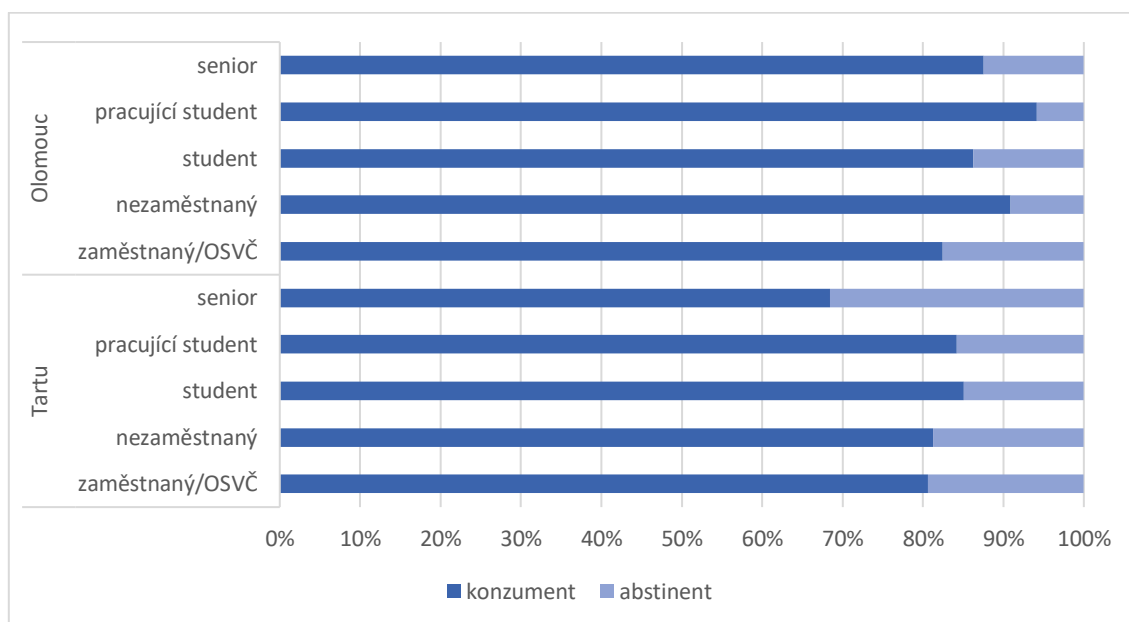
Další otázka dotazníku zkoumá současný status respondenta (tab. 7). Respondent měl na výběr z celkem pěti možností. Velká část respondentů odpověděla, že je jejich současný status zaměstnaný nebo OSVČ (42,3 % v Olomouci, 45,4 % v Tartu). Velmi početnou skupinu tvoří rovněž studenti, celkově tedy 51,6 % v Olomouci a 43,1 % v Tartu.

**Tab. 7:** Status respondentů dotazníku ve městech Olomouc a Tartu

	Olomouc		Tartu	
zaměstnaný/OSVČ	<b>131</b>	42,3 %	<b>139</b>	45,4 %
nezaměstnaný	<b>11</b>	3,5 %	<b>16</b>	5,2 %
student	<b>109</b>	35,2 %	<b>94</b>	30,7 %
pracující student	<b>51</b>	16,5 %	<b>38</b>	12,4 %
senior	<b>8</b>	2,5 %	<b>19</b>	6,3 %
celkem	310	100,0 %	306	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Další z hypotéz diplomové práce je tvrzení, že **studenti patří k rizikovým skupinám co se konzumace alkoholu týče a to především díky častým sklonům k tzv. binge drinking**. Samotné binge drinking je blíže zkoumáno v dalších částech dotazníku. Na tuto problematiku se však dá nahlížet také z hlediska zastoupení abstinentů a konzumentů podle statusu respondentů. Ve městě Tartu vykazují studenti největší poměr konzumentů alkoholu, tedy 84,7 % (85,1 % studenti a 84,2 % pracující studenti). V Olomouci je situace poněkud jiná a největší podíl konzumentů alkoholu je ve skupině nezaměstnaných (90,9 %), studenti jsou na místě druhém s 90,2 % (z toho 94,1 % pracující studenti a 86,2 % studenti).



**Obr. 20:** Zastoupení abstinentů a konzumentů alkoholu podle statusu ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Město Tartu je rozděleno do 17 městských částí, Olomouc do 26. V otázce na místo bydliště respondenti však měli možnost zvolit i odpověď N/A (tuto možnost zvolilo 0,3 % respondentů v Tartu a 8,3 % v Olomouci). V tab. 8 a tab. 9 je zobrazen, mimo počet respondentů z jednotlivých městských částí, také jejich počet obyvatel. Je nutno rovněž zmínit, že do počtu obyvatel nejsou zahrnuti studenti, kteří tvoří podstatnou část respondentů a vzorek respondentů tedy nemůže zcela odpovídat prostorovému rozložení obyvatel. Co se města Olomouc týče, nejvíce respondentů pochází z městské části Neředín (14,2 %), dále z městského centra (13,2 %), nebo z části Nová Ulice (9,4 %). Z částí Chomoutov, Černovír-Hradisko, Droždín, Holice, Nedvězí, Hejčín, Topolany a Radíkov nepochází žádný respondent dotazníku. Ve městě Tartu pochází nejvíce respondentů z části Annelinn (20,9 %), což je rovněž část s největším počtem obyvatel. Následuje část Ülejõe (16,3 %) a městské centrum Kesklinn (11,8 %). Ani jeden respondent nepochází z části Maarjamõisa, která má rovněž nejmenší počet obyvatel.

**Tab. 8:** Počet respondentů dotazníku podle městských částí města Tartu

	počet respondentů		počet obyvatel	
	absolutní	relativní (%)	absolutní	relativní (%)
Annelinn	64	20,9 %	24957	27,7 %
Ihaste	11	3,6 %	2616	2,9 %
Jaamamõisa	13	4,3 %	3098	3,4 %
Karlova	33	10,8 %	8269	9,2 %
Kesklinn	36	11,8 %	6436	7,2 %
Maarjamõisa	0	0,0 %	403	0,5 %
Raadi-Krusamäe	8	2,6 %	4503	5,0 %
Ropka	9	2,8 %	4799	5,2 %
Ropka industrial	1	0,3 %	2236	2,5 %
Ränilinn	1	0,3 %	1588	1,8 %
Supilinn	17	5,6 %	2067	2,3 %
Tammelinn	18	5,9 %	7227	8,0 %
Tähtvere	26	8,5 %	3197	3,6 %
Vaksali	6	2,0 %	3022	3,4 %
Variku	2	0,7 %	1794	2,0 %
Veeriku	10	3,3 %	5371	6,0 %
Ülejõe	50	16,3 %	8386	9,3 %
N/A	1	0,3 %	0	0,0 %
celkem	306	100,0 %	89969	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

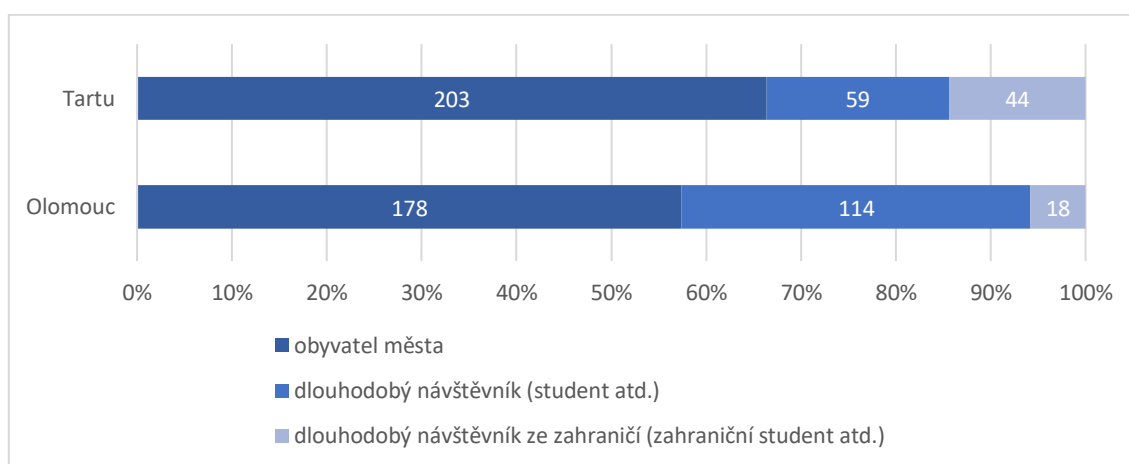


**Tab. 9:** Počet respondentů dotazníku podle městských částí města Olomouc

	počet respondentů		počet obyvatel	
Tabulový vrch	<b>3</b>	1,0 %	13274	11,6 %
Nový Svět	<b>2</b>	0,6 %	4449	3,9 %
Povel	<b>16</b>	5,2 %	9002	7,9 %
Chomoutov	<b>0</b>	0,0 %	1866	1,6 %
Nové Sady	<b>21</b>	6,8 %	19901	17,4 %
Chválkovice	<b>13</b>	4,2 %	1937	1,7 %
Černovír-Hradisko	<b>0</b>	0,0 %	1132	1,0 %
Nová Ulice	<b>29</b>	9,4 %	5074	4,5 %
Holice	<b>0</b>	0,0 %	3842	3,4 %
Olomouc - západ	<b>28</b>	9,0 %	8557	7,5 %
Lazce	<b>21</b>	6,8 %	8041	7,1 %
Staré Hodolany	<b>19</b>	6,1 %	7182	6,3 %
Droždín	<b>0</b>	0,0 %	992	0,9 %
Slavonín	<b>20</b>	6,5 %	1643	1,3 %
Týneček	<b>1</b>	0,3 %	462	0,4 %
Nové Hodolany	<b>17</b>	5,5 %	10013	8,7 %
Neředín	<b>44</b>	14,2 %	3361	3,0 %
Lošov	<b>1</b>	0,3 %	572	0,5 %
Nedvězí	<b>0</b>	0,0 %	374	0,3 %
Hejčín	<b>0</b>	0,0 %	1795	1,6 %
Topolany	<b>0</b>	0,0 %	317	0,3 %
Nemilany	<b>2</b>	0,6 %	884	0,8 %
Řepčín	<b>3</b>	1,0 %	691	0,6 %
Radíkov	<b>0</b>	0,0 %	252	0,2 %
Svatý Kopeček	<b>2</b>	0,6 %	794	0,7 %
Pavlovičky	<b>1</b>	0,3 %	436	0,4 %
Olomouc - střed	<b>41</b>	13,2 %	7251	6,4 %
N/A	<b>26</b>	8,4 %	0	0,0 %
celkem	313	100,0 %	114094	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Poslední otázka z identifikační části dotazníku zkoumá, jaký je vztah respondenta vůči městu Olomouc a Tartu, tedy zda je respondent obyvatel města či pouze návštěvník (obr. 21). V dotazníku měli dotazovaní na výběr z možností obyvatel města, dlouhodobý návštěvník (student atd.), dlouhodobý návštěvník ze zahraničí (zahraniční student atd.), a krátkodobý návštěvník (turista). Z důvodu nezkreslení výsledků byly proto při zpracování výstupů dotazníku vyjmuty odpovědi respondentů, kteří zvolili odpověď krátkodobý návštěvník (ve městě Olomouc se jednalo o 3 respondenty a 16 ve městě Tartu). V obou městech jsou nejvíce zastoupeni obyvatelé města (57,4 % v Olomouci a 66,3 % v Tartu). Druhou nejpočetnější skupinou jsou dlouhodobí návštěvníci města (36,8 % v Olomouci a 19,3 % v Tartu). Nejmenší zastoupení je dlouhodobých návštěvníků ze zahraničí (5,8 % v Olomouci a 14,4 % v Tartu).



**Obr. 21:** Vztah respondentů dotazníku vůči městu Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

## 5.2.2 Zvyklosti a preference konzumentů

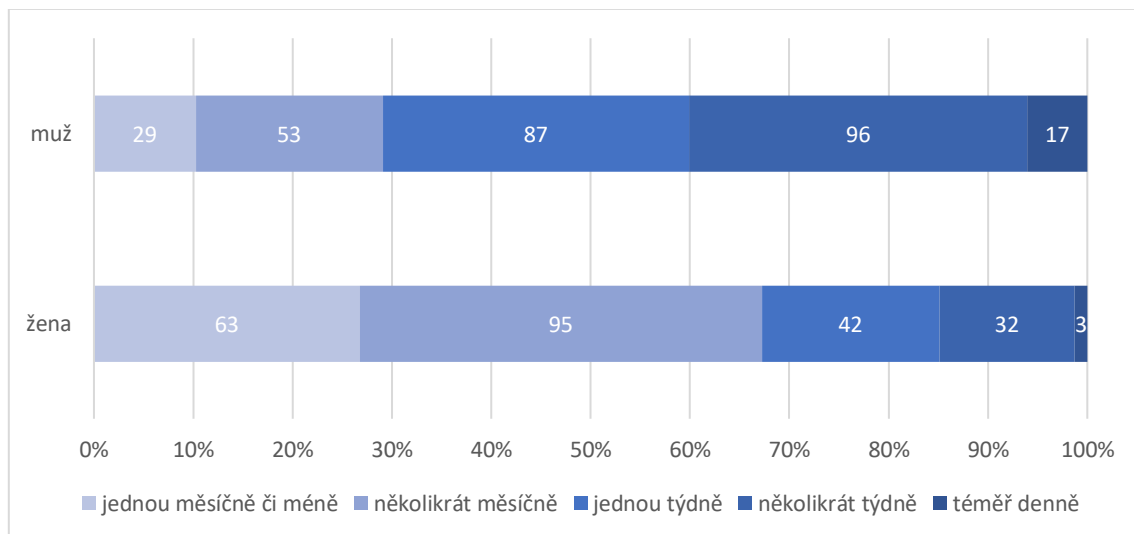
Následující část dotazníku je tvořena otázkami dotazující se na zvyklosti a preference konzumace alkoholu respondenta. Je tedy určená pouze pro konzumenty alkoholu, abstinenti tuto část přeskočili. Respondentů konzumujících alkohol ve městě Olomouc je celkem 267 a 250 ve městě Tartu. První z těchto otázek zjišťuje frekvenci konzumace alkoholu. Jednou z hypotéz práce je tvrzení, že **frekvence konzumace alkoholu je v obou městech podobná**. Z výsledků tedy vyplývá, že se frekvence konzumace mezi městy nijak zásadně neliší, což potvrdil i  $\chi^2$  test nezávislosti proměnných. P-hodnota tohoto testu vyšla 0,87, takže na hladině významnosti 0,05 nezamítáme hypotézu o shodě rozdělení četností. Navíc vcelku vyrovnané množství odpovědí bylo získáno hned u tří kategorií (několikrát týdně, jednou týdně a několikrát měsíčně). Nejméně respondentů konzumuje alkohol téměř denně (3,7 % v Olomouci a 4,0 % v Tartu), naopak nejvíce respondentů konzumuje alkohol několikrát měsíčně (30,3 % v Olomouci, 26,8 % v Tartu).

**Tab. 10:** Frekvence konzumace alkoholu respondentů dotazníku ve městech Olomouc a Tartu

	Olomouc		Tartu	
jednou měsíčně či méně	<b>45</b>	16,9 %	<b>47</b>	18,8 %
několikrát měsíčně	<b>81</b>	30,3 %	<b>67</b>	26,8 %
jednou týdně	<b>68</b>	25,5 %	<b>61</b>	24,4 %
několikrát týdně	<b>63</b>	23,6 %	<b>65</b>	26,0 %
téměř denně	<b>10</b>	3,7 %	<b>10</b>	4,0 %
celkem	267	100,0 %	250	100,0 %

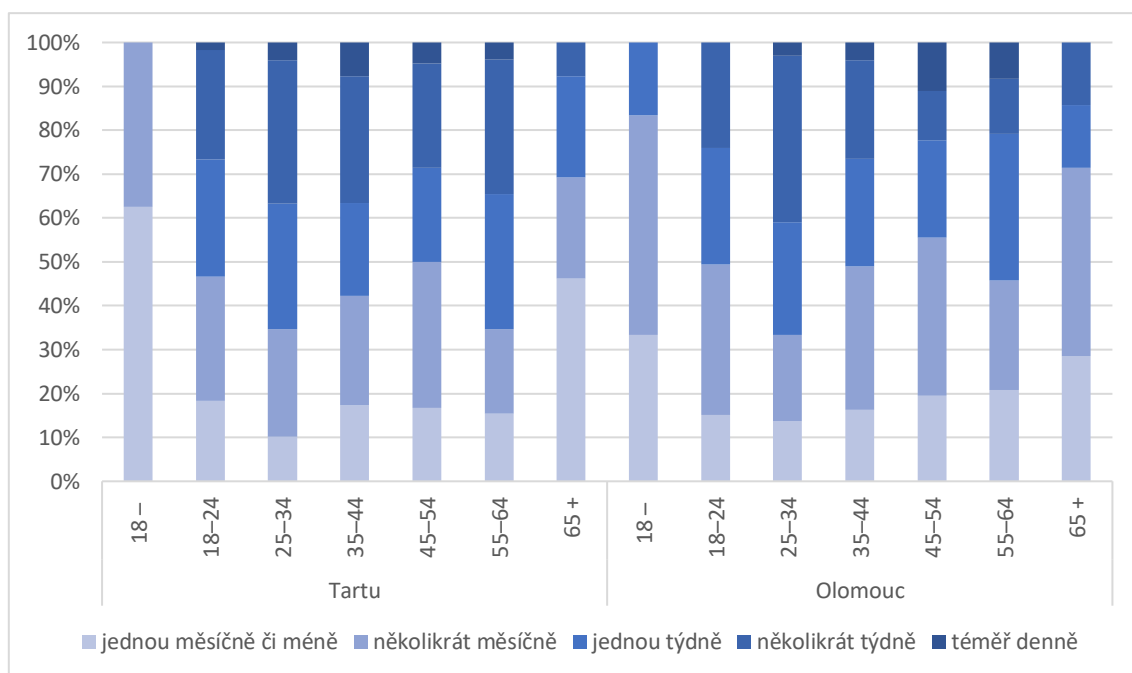
**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Frekvence konzumace alkoholu se rovněž týká další hypotézy práce, tedy že **muži konzumují alkohol častěji než ženy**. Na obr. 22 lze vidět frekvence konzumace alkoholu respondentů obou měst. Už na první pohled je jasné, že muži konzumují alkohol častěji. 6,0 % mužů konzumuje alkohol téměř denně, zatímco žen pouze 1,3 %. Největší procento mužů (34,0 %) konzumuje alkohol několikrát týdně (13,6 % žen), 30,9 % mužů konzumuje alkohol jednou týdně (17,9 % žen). Nejvíce žen (40,4 %) konzumuje alkohol naopak několikrát měsíčně (18,8 % mužů) nebo jednou měsíčně či méně (26,8 %, 10,3 % mužů). Toto pořadí je shodné jak při součtu respondentů obou měst, tak při individuálních analýzách.

**Obr. 22:** Frekvence konzumace alkoholu mezi pohlavími ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Frekvenci konzumace alkoholu můžeme blíže zkoumat i u jednotlivých věkových skupin (obr. 23). Ve městě Tartu konzumují alkohol nejčastěji, tedy téměř denně, respondenti ve věku 35–44 let (7,7 %), zatímco v Olomouci ve věku 45–54 let (11,1 %). Několikrát týdně konzumují nejčastěji respondenti ve věku 25–34 let (32,7 % v Tartu, 37,9 % v Olomouci).



**Obr. 23:** Frekvence konzumace alkoholu mezi věkovými skupinami ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

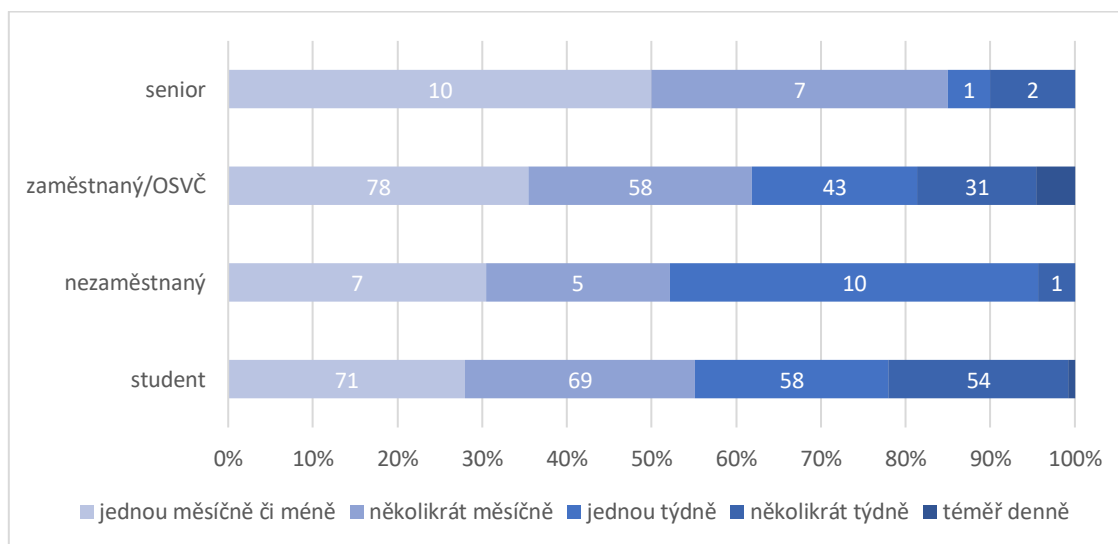
Následující otázka rozvíjí otázku předchozí a zjišťuje, jak často respondent konzumuje pět a více alkoholických nápojů při jedné příležitosti. Při pozorování vzorců konzumace alkoholu je totiž mimo jiné nutno rozlišit jak frekvenci jeho konzumace, tak jeho množství. Zjišťování množství spotřebovaného alkoholu bývá ale často velmi problematické, protože každý nápoj obsahuje jiné procentuální množství čistého alkoholu, což může často být důvodem velmi nepřesných odpovědí. Nicméně právě konzumace pěti a více nápojů bývá často označována jako tzv. binge drinking a může přinést zajímavé porovnání vzorců konzumace alkoholu. Při srovnání výsledků s předchozí otázkou můžeme pozorovat výraznou změnu v rozložení odpovědí, zejména nárůst odpovědí v kategorii „jednu měsíčně či méně“. P-hodnota  $\chi^2$  testu vyšla 0,63, takže na hladině významnosti ( $\alpha = 0,05$ ) nezamítáme hypotézu o shodě rozdělení četností.

**Tab. 11:** Frekvence konzumaci pěti a více nápojů během jedné příležitosti ve městech Olomouc a Tartu

	Olomouc		Tartu	
jednu měsíčně či méně	<b>120</b>	44,9 %	<b>120</b>	48,0 %
několikrát měsíčně	<b>76</b>	28,5 %	<b>59</b>	23,6 %
jednu týdně	<b>47</b>	17,6 %	<b>44</b>	17,6 %
několikrát týdně	<b>21</b>	7,9 %	<b>25</b>	10,0 %
téměř denně	<b>3</b>	1,1 %	<b>2</b>	0,8 %
celkem	267	100,0 %	250	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Na obr. 24 je znázorněna frekvence konzumace pěti a více nápojů při jedné příležitosti podle statusu respondentů dotazníku (součet respondentů měst Olomouc a Tartu). Zatímco téměř denně konzumují alkohol nejvíce respondenti z kategorie zaměstnaný/OSVČ (4,5 % respondentů této kategorie), několikrát týdně konzumují alkohol nejvíce právě studenti (21,3 %), **kteří byli v rámci hypotéz práce označeni jako riziková skupina** z hlediska binge drinking. Jednou týdně pak alkohol nejvíce konzumují nezaměstnaní lidé (43,5 %). Z pouhého pohledu se dá těžko určit, zda studenti opravdu konzumují alkohol nejčastěji, bylo proto použito speciální skóre (každá kategorie byla vynásobena číslem 1–5 podle frekvence konzumace alkoholu a následně vydělena počtem respondentů dané skupiny, větší výsledné skóre tedy indikuje častější konzumaci alkoholu). Nejvyšší skóre má kategorie student (2,4), nejmenší skóre kategorie senior (1,8).

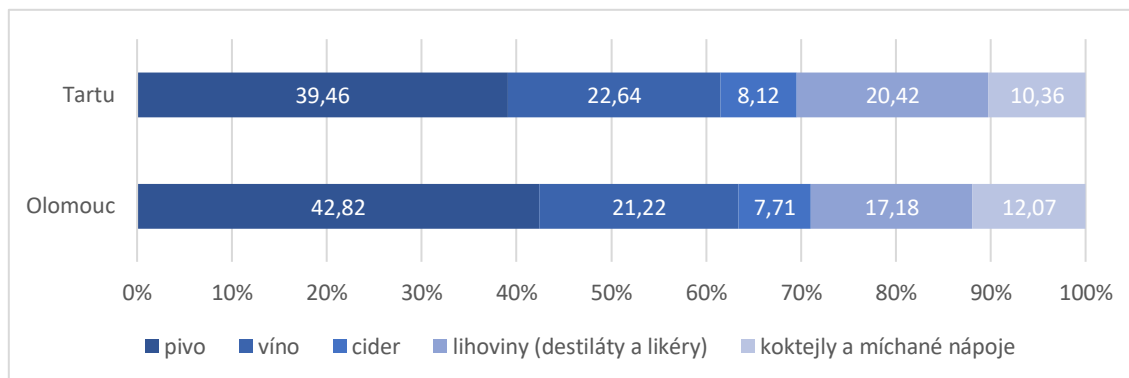


**Obr. 24:** Frekvence konzumaci pěti a více nápojů během jedné příležitosti ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Další z hypotéz práce zkoumá, zda **obyvatelé Tartu konzumují větší množství lihovin v porovnání s obyvateli Olomouce, kteří dávají přednost pivu**. K ověření této hypotézy byla sestavena otázka, ve které měli respondenti za úkol rozdělit 100 % mezi jednotlivé kategorie nápojů podle toho, jak často daný alkoholický nápoj konzumují. Tato otázka byla zvolena zejména díky předpokladu, že Česká republika byla a je spolu s dalšími zeměmi Střední Evropy považována za pivní národ, zatímco Estonsko se, jakožto země bývalého sovětského svazu či soused severovýchodních států, může řadit k zemím s oblibou destilovaných nápojů. Na obr. 25 jsou pro porovnání zobrazeny průměry všech odpovědí v jednotlivých kategoriích. Zatímco v Olomouci dotazníkové šetření mezi obyvateli města tento předpoklad potvrdilo a právě pivo je zde nejoblíbenějším nápojem (s průměrem 42,8), ve městě Tartu nikoliv. I v Tartu je totiž

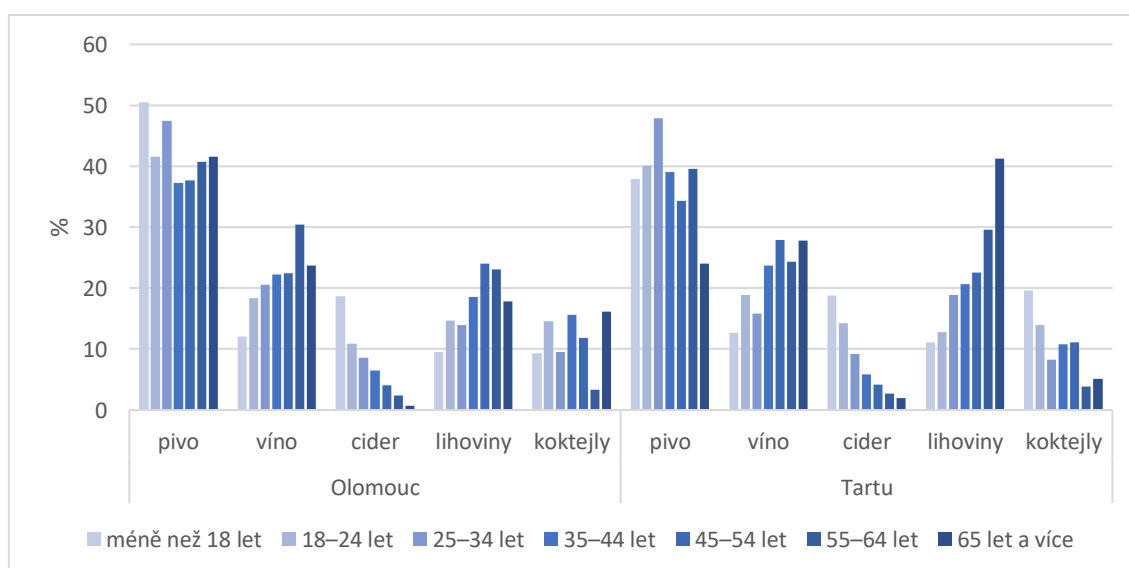
nejoblíbenějším nápojem pivo (39,5). Dále je v obou městech oblíbené také víno (21,2 v Olomouci, 22,6 v Tartu). Lihoviny jsou v obou městech až třetím nejoblíbenějším nápojem, i když v Tartu je průměrná hodnota o něco málo vyšší (20,4, 17,2 v Olomouci). Při  $\chi^2$  testu nezávislosti proměnných vyšla p-hodnota vyšší (0,95) než hladina významnosti ( $\alpha = 0,05$ ). Proto nebyla zamítnuta nulová hypotéza o nezávislosti proměnných v kontingenční tabulce.



**Obr. 25:** Zastoupení konzumovaných druhů alkoholu ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

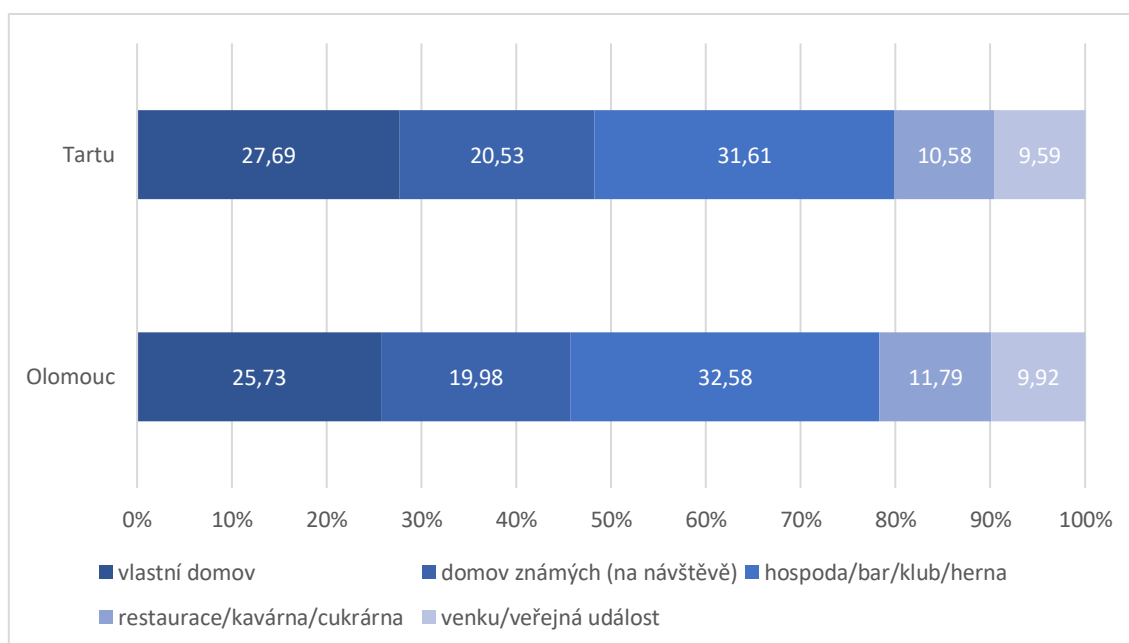
Zajímavé výsledky přináší porovnání průměrné hodnoty frekvence konzumace různých druhů alkoholických nápojů podle věku (obr. 26). V Olomouci je ve všech věkových skupinách nejoblíbenějším nápojem pivo, ve městě Tartu mají však v kategorii 65 let a více převahu lihoviny. Co se týče vína, v obou městech lze s rostoucím věkem sledovat jeho vyšší oblibu. Opačná situace je naopak u cideru a v případě Tartu také u koktejlů a míchaných nápojů. Lihoviny mají s vyšší věkem rostoucí průměrnou hodnotu, ve městě Tartu je však tento nárůst strmější.



**Obr. 26:** Zastoupení konzumovaných druhů alkoholu [v %] podle věku ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

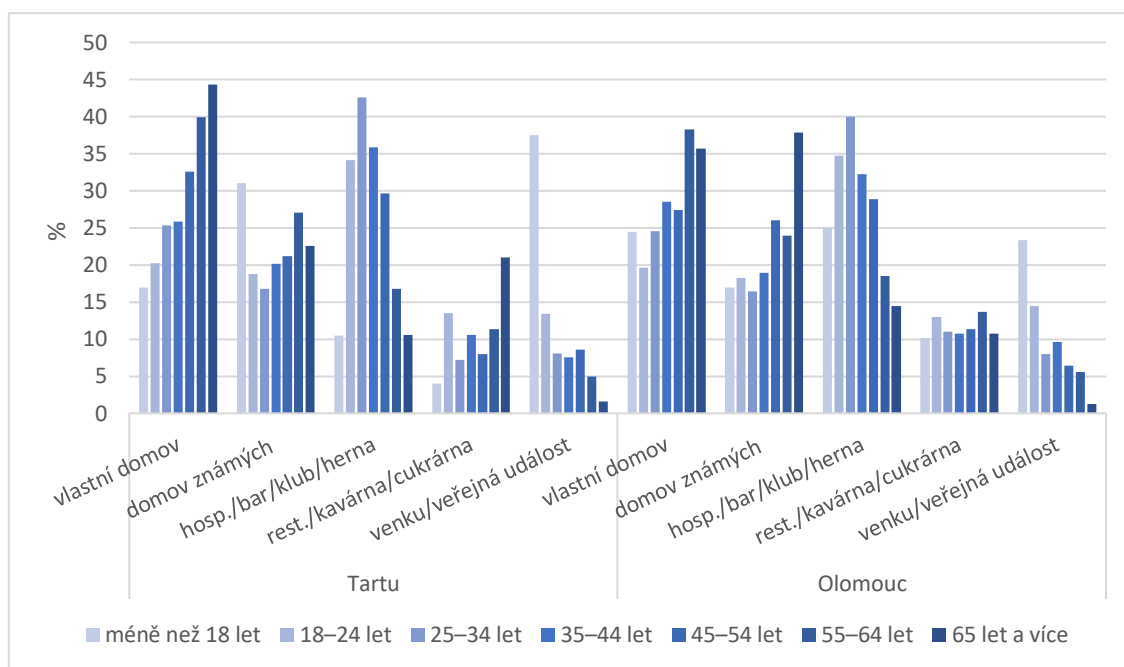
Na stejném principu je postavena i otázka týkající se místa konzumace alkoholu. V tomto případě je ale 100 % rozdělováno mezi místa, na kterých respondenti alkoholické nápoje nejčastěji konzumují. V obou městech jsou výsledky šetření velice podobné. Nejčtenější odpovědí byla kategorie hospoda/bar/klub/herna (32,6 v Olomouci, 31,6 v Tartu). Oblíbená je rovněž konzumace alkoholu doma (25,7 v Olomouci, 27,7 v Tartu). Nejmenší průměrnou hodnotu má konzumace alkoholu venku či při veřejných událostech (9,9 v Olomouci, 9,6 v Tartu). Při  $\chi^2$  testu nezávislosti proměnných vyšla p-hodnota nižší (0,99) než hladina významnosti  $\alpha$ . Nezamítáme tedy nulovou hypotézu o nezávislosti proměnných v kontingenční tabulce.



**Obr. 27:** Frekvence konzumace alkoholu na různých místech podle respondentů měst Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Stejně jako v předchozí otázce, průměrné hodnoty frekvence alkoholu na různých místech se mezi městy Olomouc a Tartu nijak zásadně neliší. Proto byly průměrné hodnoty rozděleny podle jednotlivých věkových kategorií (obr. 28). Věkovou skupinou, která se nejvíce odlišuje od celkových průměrných hodnot, je skupina respondentů mladších než 18 let. Zejména pak v kategorii venku/veřejná událost vykazuje mnohem vyšší průměrné hodnoty, zatímco v kategoriích hospoda/bar/klub/herna, a v případě města Tartu i v kategorii restaurace/kavárna/cukrárna, jsou průměrné hodnoty nižší než v ostatních věkových skupinách. Pochopitelný je rovněž nárůst průměrné hodnoty se vzrůstajícím věkem v kategorii vlastní domov a naopak její pokles v kategorii venku/veřejná událost. V kategorii hospoda/bar/klub/herna vykazuje v obou městech nejvyšší průměrnou hodnotu věková kategorie 25–34 let.



**Obr. 28:** Frekvence konzumace alkoholu na různých místech [v %] podle věku ve městě Olomouc a Tartu  
**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Další otázka zkoumá, jestli se liší průměrná částka utracená za alkohol ve městech Olomouc a Tartu. Této problematice byly věnovány dvě velmi podobné otázky, zkoumající částku, jakou respondent měsíčně utratí za alkoholické nápoje v on-sales a off-sales prodejnách (tab. 12). Součástí otázek bylo rovněž vysvětlení pojmů *on-sales* a *off-sales* prodejna (*on-sales* prodejny jsou místa, kde zakoupený alkohol rovněž konzumujete, jako například bary, hospody, restaurace, noční kluby atd.; *of-sales* prodejny jsou místa, kde alkohol zakoupíte, ale konzumujete ho na jiných místech, jako například supermarkety, večerky atd.). Při  $\chi^2$  testu nezávislosti proměnných vyšla p-hodnota vyšší (0,73), než hladina významnosti ( $\alpha = 0,05$ ). Proto nebyla zamítnuta nulová hypotéza o nezávislosti proměnných v kontingenční tabulce. U off-sales prodejen je p-hodnota 0,00 nulovou hypotézu tedy zamítáme.

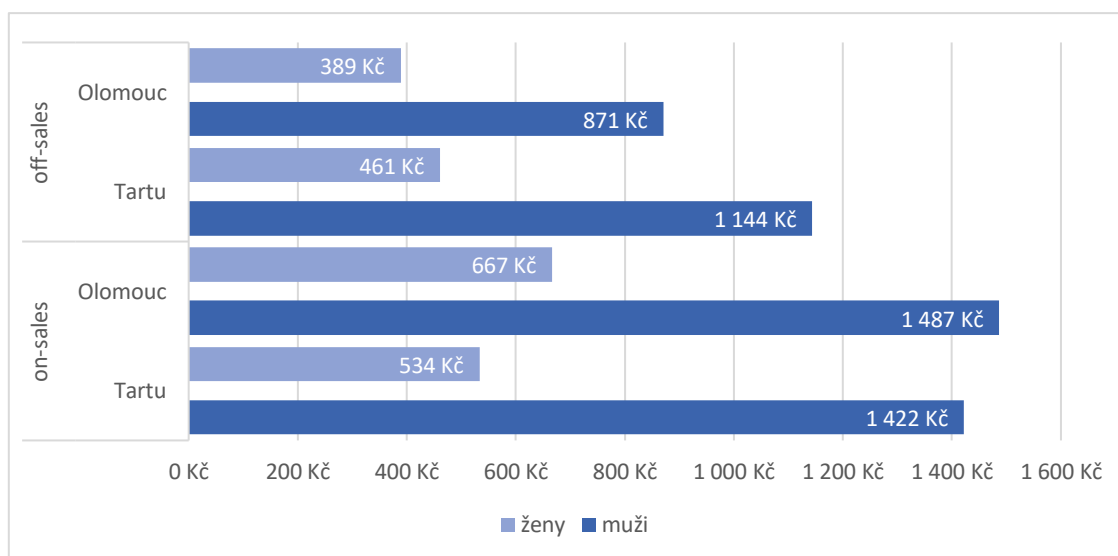
**Tab. 12:** Průměrná měsíční částka utracená u on-sales a off-sales prodejen ve městech Olomouc a Tartu

	on-sales prodejny				off-sales prodejny			
	Olomouc		Tartu		Olomouc		Tartu	
méně než 500 Kč (20€ or less)	<b>96</b>	36,0 %	<b>100</b>	40,0 %	<b>150</b>	56,2 %	<b>109</b>	43,6 %
501 až 1 000 Kč (21€ to 50€)	<b>89</b>	33,3 %	<b>70</b>	28,0 %	<b>87</b>	32,6 %	<b>81</b>	32,4 %
1 001 až 2 500 Kč (51€ to 100€)	<b>57</b>	21,4 %	<b>57</b>	22,8 %	<b>24</b>	9,0 %	<b>49</b>	19,6 %
2 501 až 5 000 Kč (101€ to 200€)	<b>22</b>	8,2 %	<b>21</b>	8,4 %	<b>5</b>	1,8 %	<b>10</b>	4,0 %
více než 5 000 Kč (201€ or more)	<b>3</b>	1,1 %	<b>2</b>	0,8 %	<b>1</b>	0,4 %	<b>1</b>	0,4 %
celkem	267	100,0 %	250	100,0 %	267	100,0 %	250	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování



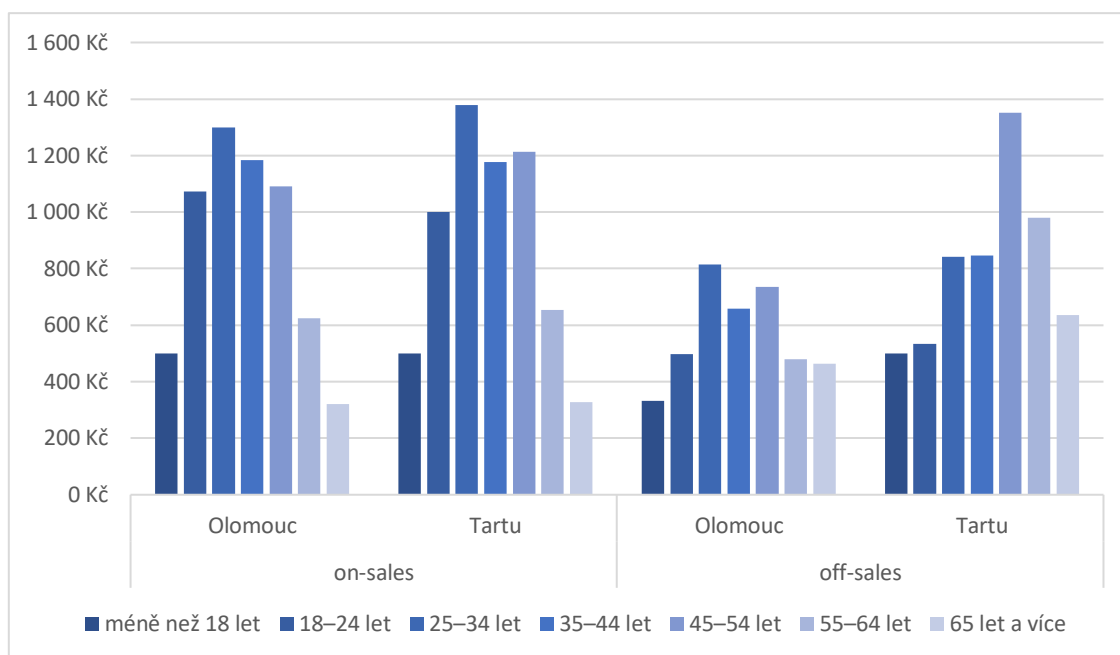
V obou otázkách (tab. 12) bylo nejvíce odpovědí (36,0 % v Olomouci a 40,0 % v Tartu u on-sales prodejen a 56,2 % v Olomouci a 43,6 % v Tartu u off-sales prodejen) zaznamenáno v kategorii méně než 500 Kč (20€ or less). Nejmenší podíl odpovědí (1,1 % v Olomouci a 0,8 % v Tartu u on-sales prodejen a 0,4 % v Olomouci a 0,4 % v Tartu u off-sales prodejen) je v kategorii více než 5000 Kč (201€ or more). Pro lepší porovnání celkové průměrné měsíční částky utracené za alkoholické nápoje, byly odpovědi přepočteny na skutečnou průměrnou částku (z každé cenové kategorie byla použita střední hodnota, která byla vynásobena počtem odpovědí dané kategorie). Celková orientační částka ve městě Olomouci u on-sales prodejen činí 288 000 Kč, ve městě Tartu o něco méně, tedy 266 000 Kč. V off-sales prodejnách utratí obyvatelé města Tartu méně než v on-sales prodejnách (216 250 Kč), je to ale vyšší částka než kterou zde utratí obyvatelé města Olomouce (168 500 Kč). Na obr. 29 je pak zobrazena průměrná měsíční částka utracená v on-sales a off-sales prodejnách podle pohlaví ve městech Olomouc a Tartu. Z grafu je zřejmé, že v obou městech utratí muži za alkohol mnohem více než ženy. Co se týče on-sales prodejen, muži v Olomouci utratí 2,2krát více než ženy, muži v Tartu dokonce 2,7krát více. V off-sales prodejnách utratí muži 2,2krát více a v Tartu 2,5krát více než ženy.



**Obr. 29:** Průměrná měsíční částka utracená v on-sales a off-sales prodejnách podle pohlaví

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Na obr. 30 je pak znázorněna průměrná měsíční částka utracená v on-sales a off-sales prodejnách podle věku. V on-sales prodejnách je situace v obou městech velice podobná, za alkohol nejvíce utratí věkové skupiny 25–34 let, 35–44 let a 45–54 let, nejméně skupiny méně než 18 let a 65 let a více. V případě off-sales prodejen se rozložení mezi městy liší o něco více, zejména pak vyšší věkové skupiny v Tartu utrácejí větší množství peněz za alkohol než tyto skupiny ve městě Olomouc.



**Obr. 30:** Průměrná měsíční částka utracená v on-sales a off-sales prodejnách podle pohlaví

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

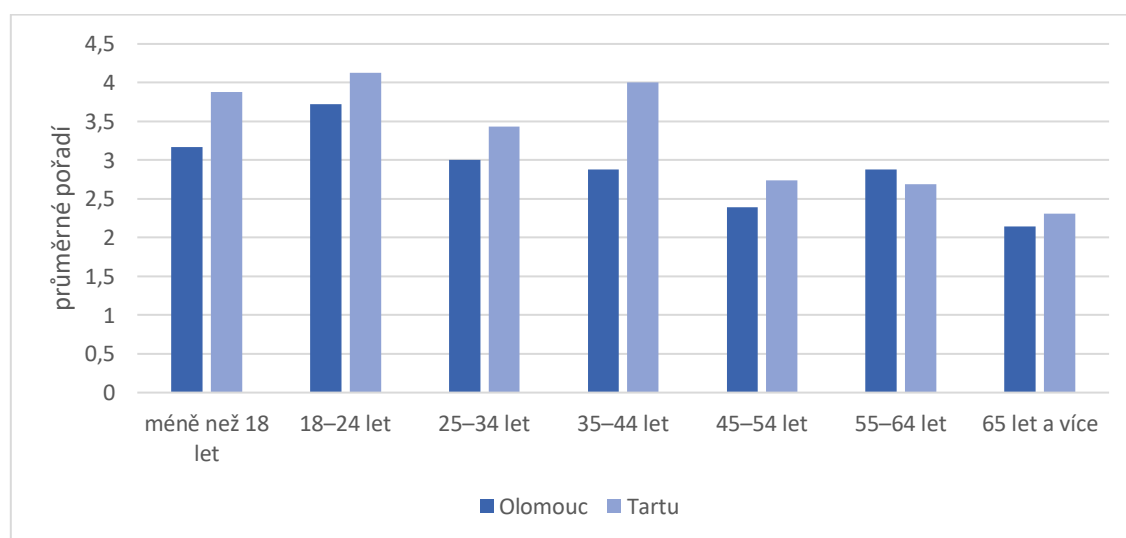
Důležitou součástí dotazníku byla i otázka zkoumající, jaká kritéria jsou pro respondenta důležitá při výběru on-sales prodejny alkoholu. Tato otázka byla postavena tak, že respondenti měli sestupně seřadit podle důležitosti vybraná kritéria, která mohou mít vliv na výběr podniku prodávající alkohol. V dotazníku bylo celkem 8 kritérií a jedno speciální pole (*prosím umístěte toto políčko jako poslední pro ověření vyplnění*). Toto pole sloužilo jako ověření toho, že respondent otázku skutečně vyplnil, v opačném případě by totiž jednotlivá kritéria zůstala seřazená v původním sledu, což by ovlivnilo výsledek. Drtivá část respondentů toto pole jako poslední opravdu umístila, pouze malé množství dotazníků (5 ve městě Olomouc a 7 ve městě Tartu), ve kterých tomu tak nebylo, bylo vyřazeno z výsledných statistik. V tab. 13 je zobrazeno průměrné pořadí, které respondenti měst Olomouc a Tartu jednotlivým kritériím přiřadili.

**Tab. 13:** Průměrné pořadí kritérií ovlivňující výběr on-sales prodejny alkoholu přiřazené respondenty

	Olomouc	Tartu
lokalita (vzdálenost od místa bydliště)	3,1	3,5
cena alkoholických nápojů	3,0	3,2
atmosféra/vybavení/prostředí	5,8	5,0
zvyk (chodíte zde ze zvyku)	4,1	4,8
nabídka (nápojů nebo jídla)	4,3	4,3
přítomnost přátel a známých	3,9	3,7
čistota	6,4	6,0
příjemná obsluha	5,5	5,4

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

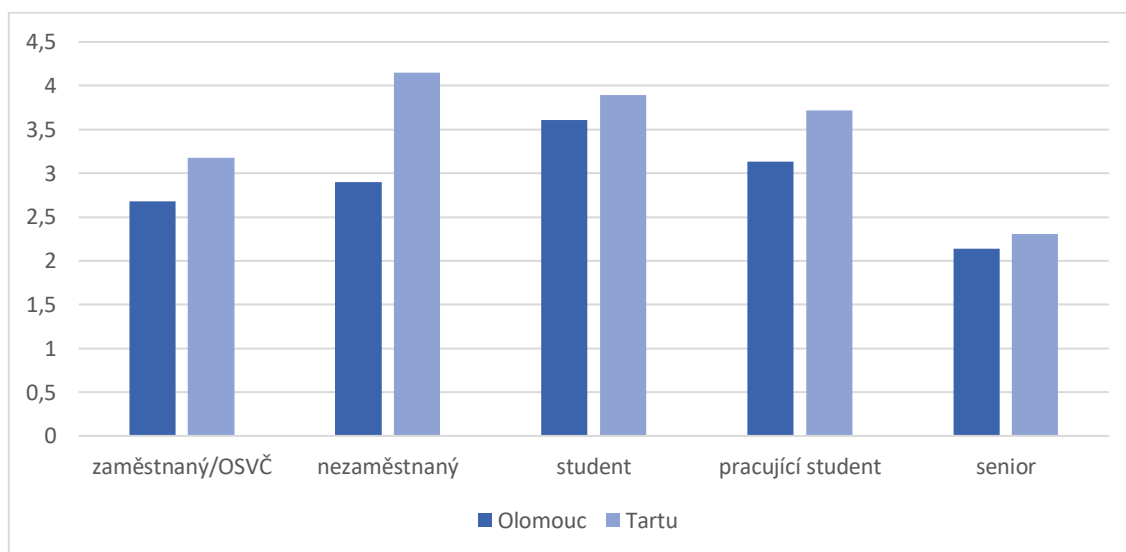
Lokalita, tedy vzdálenost od bydliště je rovněž předmětem další hypotézy práce, tedy že **vzdálenost hraje při výběru prodejny alkoholu významnou roli v obou zemích**. Jak lze vidět v tab. 13, nejnižší průměrné pořadí má v obou městech kritérium cena alkoholických nápojů (3,0 v Olomouci a 3,2 v Tartu), nicméně lokalita, tedy vzdálenost od místa bydliště, je ve městech Olomouc i Tartu na místě druhém (3,1 v Olomouci a 3,5 v Tartu). V Olomouci je tato hodnota nižší než ve městě Tartu, dá se tedy předpokládat, že v Olomouci hraje významnější roli. Velmi nízké pořadí má v obou městech rovněž kritérium přítomnost přátel a známých (3,9 v Olomouci a 3,7 v Tartu). Nejvyšší hodnotu průměrného pořadí má pak v obou městech kritérium čistota (6,4 v Olomouci a 6,0 v Tartu). Co se pohlaví týče, lokalita je ve městě Tartu důležitějším kritériem pro muže (3,4), než pro ženy (3,7). Stejně je tomu i v případě města Olomouc, průměrné pořadí u mužů je 3,0, zatímco u žen 3,2. Průměrné pořadí jednotlivých kritérií se samozřejmě mění také v závislosti na věku respondenta. Jedinou kategorií, která se více odlišuje od ostatních, je kategorie méně než 18 let. V Olomouci má v této věkové kategorii nejnižší průměrné pořadí kritérium zvyk (3,0), nicméně s hodnotou 3,2 jsou na druhém místě hned tři kritéria, a to právě lokalita, nabídka alkoholických nápojů, či přítomnost přátel a známých. Ve městě Tartu je pak na prvním místě přítomnost známých a přátel. Ve městě Tartu je na prvním místě kritérium cena ve věkových skupinách 18–24 let, 25–34 let a 35–44 let, zatímco kritérium lokalita je důležitější pro starší věkové skupiny, tedy 45–54 let, 55–64 let a 65 let a více. V Olomouci je toto rozložení více nerovnoměrné, kritérium lokalita je nejdůležitější pro skupiny 18–24 let, 25–34 let, 45–54 let a 65 let a více. Cena alkoholických nápojů vyhrává u skupin 35–44 let a 55–64 let. Na obr. 31 je pak zobrazeno průměrné pořadí kritéria lokalita u jednotlivých věkových skupin.



**Obr. 31:** Průměrné pořadí kritéria lokalita přiřazené respondenty dotazníku podle věku

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Důležitost lokality podle statusu respondenta je znázorněna na obr. 32. Nejnižší průměrné pořadí v obou městech získala lokalita právě u seniorů, což odpovídá i věkovému rozložení (2,1 v Olomouci a 2,3 v Tartu). Důležitá je také u skupiny zaměstnaný/OSVČ (2,7 v Olomouci a 3,2 v Tartu). Největší rozdíl v průměrném pořadí mezi městy Olomouc a Tartu je ve skupině nezaměstnaných (2,9 v Olomouci a 4,2 v Tartu). Méně důležitá je lokalita pro studenty (3,6 v Olomouci, 3,9 v Tartu, v případě pracujících studentů 3,1 v Olomouci a 3,9 v Tartu). V tab. 14 pak lze vidět podíly respondentů, kteří uvedli daný důvod na daném místě.



**Obr. 32:** Průměrné pořadí kritéria lokalita přiřazené respondenty dotazníku měst Olomouc a Tartu podle statusu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

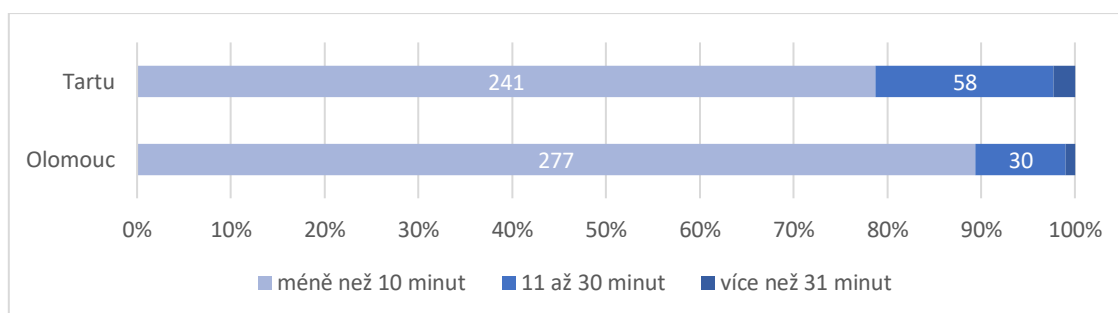
**Tab. 14:** Podíly respondentů, kteří uvedli daný důvod na daném místě ve městech Olomouc (O) a Tartu (T)

	lokalita		cena		prostředí		zvyk		nabídka		přátelé		čistota		obsluha	
	O	T	O	T	O	T	O	T	O	T	O	T	O	T	O	T
1	<b>30,0</b>	21,1	22,2	21,9	2,2	5,7	10,4	7,9	11,1	8,3	17,4	<b>25,3</b>	1,5	4,9	5,2	5,3
2	11,5	13,2	<b>27,8</b>	<b>22,3</b>	10,4	12,8	17,8	12,5	<b>16,3</b>	15,8	11,5	10,6	3,0	4,2	1,9	8,7
3	<b>22,6</b>	18,5	22,2	17,7	7,0	12,8	14,8	9,8	14,1	<b>20,8</b>	9,6	9,8	6,7	6,0	3,0	4,5
4	13,3	18,5	5,2	9,4	7,4	10,2	<b>21,9</b>	<b>17,4</b>	10,0	9,4	<b>31,9</b>	<b>20,4</b>	1,9	6,0	8,5	8,7
5	11,5	9,8	12,2	16,2	10,4	12,8	6,7	9,1	13,7	12,1	7,0	7,9	11,1	10,9	<b>27,4</b>	<b>21,1</b>
6	4,4	9,4	4,8	5,7	8,5	10,2	12,6	15,5	15,6	15,5	6,3	9,4	21,1	<b>19,2</b>	<b>26,7</b>	14,7
7	5,2	7,9	3,7	3,4	<b>29,3</b>	<b>19,6</b>	3,0	13,6	13,0	10,6	11,9	12,1	15,9	14,3	18,1	18,5
8	1,5	1,5	1,9	3,4	24,8	15,8	13,0	14,3	6,3	7,5	4,4	4,5	<b>38,9</b>	<b>34,3</b>	9,3	18,5

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

## 5.2.3 Dostupnost alkoholu podle respondentů

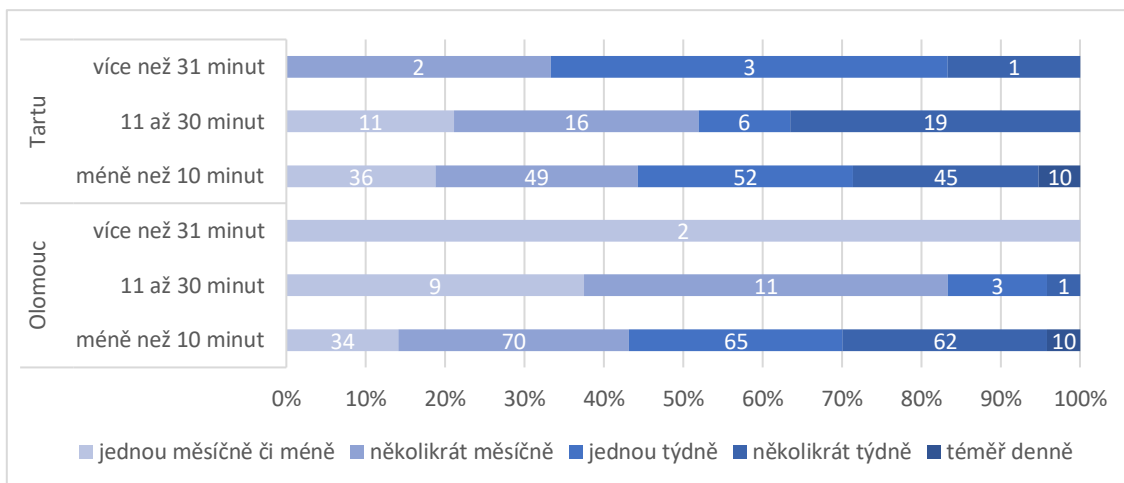
Následující část dotazníku zodpovídali i respondenti, kteří v úvodní otázce dotazníku odpověděli *ne* – tedy že nekonzumují alkoholické nápoje. Jsou zde proto zahrnuti i odpovědi abstinentů. První takovou otázkou je dotaz na přibližnou vzdálenost nejbližší prodejny alkoholu, a to jak on-sales, tak off-sales prodejny od místa bydliště respondenta. Výstupy této otázky mohou sloužit k srovnání s prostorovým rozložením prodejen alkoholu a jejich koncentraci. Ve městě Olomouci odpovídala velká část respondentů (89,4 %), že nejbližší prodejna alkoholu se nachází v desetiminutové vzdálenosti, ve městě Tartu je to o něco méně, tedy 78,8 %. Ve vzdálenosti 11 až 30 minut se naopak nachází nejbližší prodejna alkoholu podle 18,9 % respondentů ve městě Tartu a 9,7 % v Olomouci. Ve vzdálenosti více než 31 minut se prodejna alkoholu nachází podle 1,0 % respondentů města Olomouc a 2,3 % města Tartu.



**Obr. 33:** Přibližná vzdálenost nejbližší prodejny alkoholu od místa bydliště respondentů

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Na obr. 34 je znázorněna frekvence konzumace alkoholu v závislosti na přibližné vzdálenosti nejbližší prodejny alkoholu od místa bydliště respondenta. Z výsledků by tak tedy mělo být možné určit, zda **menší vzdálenost prodejny alkoholu vede k jeho častější konzumaci**, což je předmětem zkoumání jedné z hypotéz práce. Pro lepší porovnání bylo proto opět použito speciální skóre (každá kategorie vzdálenosti byla vynásobena číslem 1–5 podle frekvence konzumace alkoholu a následně vydělena počtem respondentů dané skupiny, vyšší skóre tedy indikuje častější konzumaci alkoholu). Co se města Olomouc týče, nejvyšší výsledné skóre je u kategorie méně než 10 minut (2,8), následuje kategorie 11 až 30 minut (1,8) a nejmenší skóre má kategorie více než 30 minut (1,0). Ve městě Tartu je na prvním místě kategorie více než 31 minut (2,8), následuje kategorie méně než 10 minut (2,7) a 11 až 30 minut (2,6). Nicméně v poslední kategorii, tedy více než 31 minut, bylo v obou městech velmi málo odpovědí (2 v Olomouci, 6 v Tartu). Výsledky této kategorie mohou být proto značně zkreslené. Pomineme-li tedy tuto poslední kategorii, lze opravdu konstatovat, že respondenti (kteří uvedli, že konzumují alkoholické nápoje) bydlící blíže prodejně alkoholu ho konzumují častěji.



**Obr. 34:** Frekvence konzumace alkoholu podle vzdálenosti respondenta k nejbližší prodejně alkoholu

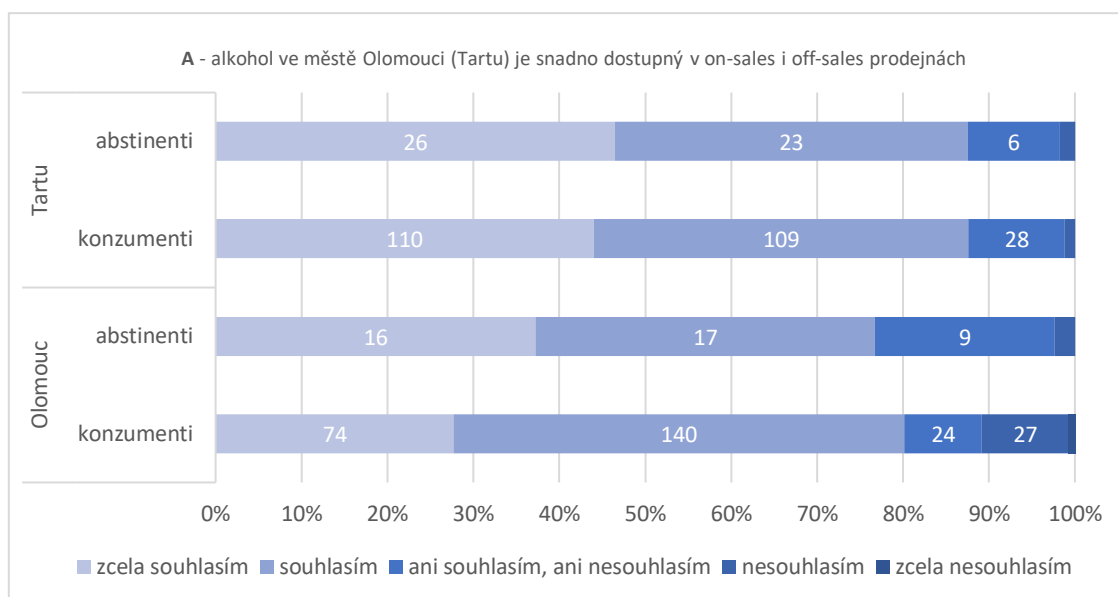
**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Poslední otázka se skládá ze čtyř podotázek a zjišťuje, jaký je názor respondenta na určitá tvrzení, která se zaměřují na dostupnost alkoholu. Co se týče podotázky A (alkohol ve městě Olomouci (Tartu) je snadno dostupný v on-sales i off-sales prodejnách), respondenti v obou městech s tvrzením převážně souhlasili (79,7 % v Olomouci, 86,3 % v Tartu). Ačkoliv se ve městě Tartu nachází výrazně menší počet prodejen alkoholu, respondenti dotazníku častěji souhlasili s tím, že je zde alkohol snadno dostupný, ve srovnání s městem Olomouc. Při vytvoření třech kategorií (z důvodu nízkého počtu respondentů v odpovědi zcela nesouhlasím) a to sloučením zcela souhlasím a souhlasím do jedné kategorie a zcela nesouhlasím a nesouhlasím rovněž do jedné kategorie, je p-hodnota  $\chi^2$  testu nezávislosti proměnných nižší (0,00) než hladina významnosti ( $\alpha = 0,05$ ). Rozdíl je tedy statisticky významný. Na obr. 35 je znázorněn názor respondentů na tvrzení A, podle toho, zda se jedná o abstinenty či konzumenty alkoholu. Rozdíl v názorech abstinentů a konzumentů alkoholu není nijak výrazný. Pouze ve městě Olomouc větší podíl abstinentů s uvedeným tvrzením zcela souhlasí ve srovnání s konzumenty alkoholu.

**Tab. 15:** Názor respondentů na tvrzení o dostupnosti alkoholu ve městech Olomouc a Tartu

A – alkohol ve městě Olomouci (Tartu) je snadno dostupný v on-sales i off-sales prodejnách				
	Olomouc		Tartu	
zcela souhlasím	<b>90</b>	29,0 %	<b>130</b>	42,5 %
souhlasím	<b>157</b>	50,7 %	<b>136</b>	44,4 %
ani souhlasím, ani nesouhlasím	<b>33</b>	10,7 %	<b>35</b>	11,4 %
nesouhlasím	<b>28</b>	9,0 %	<b>5</b>	1,7 %
zcela nesouhlasím	<b>2</b>	0,6 %	<b>0</b>	0,0 %
celkem	310	100,0 %	306	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování



**Obr. 35:** Názor abstinentů a konzumentů alkoholu na tvrzení o dostupnosti alkoholu

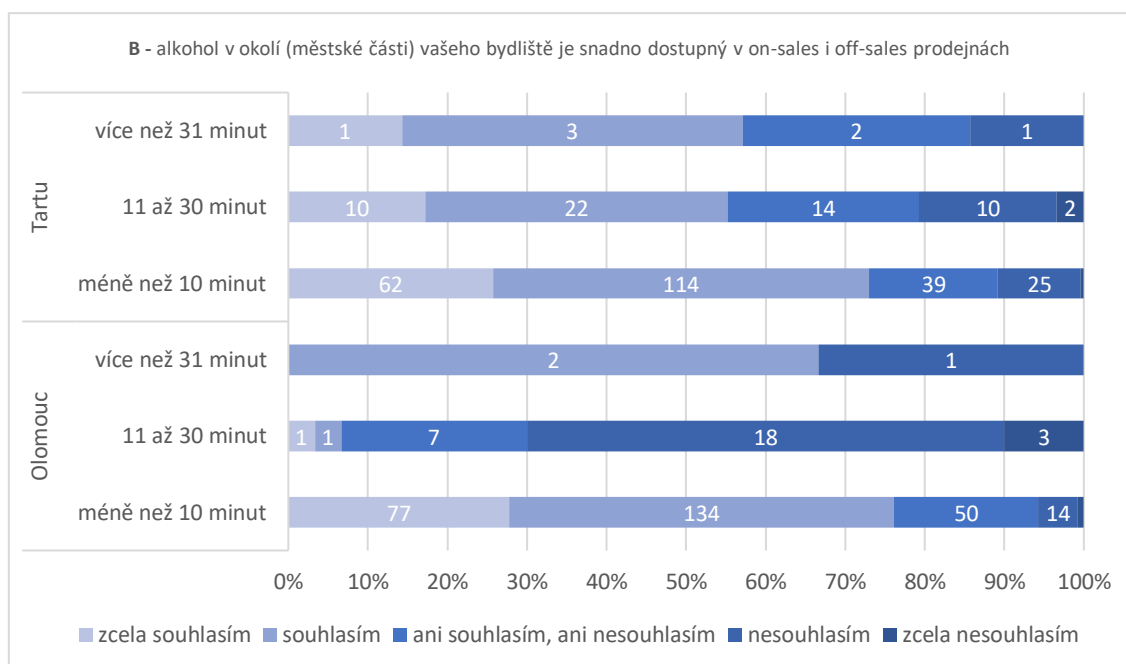
**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

U podotázky B (alkohol v okolí (městské části) vašeho bydliště je snadno dostupný v on-sales i off-sales prodejnách) respondenti v obou městech s tvrzením opět spíše souhlasili (69,4 % v Olomouci, 68,0 % v Tartu), nicméně rozdíl již není tak vysoký. Vzrostl počet odpovědí v kategorii ani souhlasím, ani nesouhlasím (18,4 % v Olomouci a 18,3 % v Tartu) a také počet respondentů, kteří s tvrzením nesouhlasili (12,3 v Olomouci a 13,7 v Tartu). Při vytvoření těchto tří kategorií vyšla p-hodnota  $X^2$  testu nezávislosti proměnných vyšší (0,86) než hladina významnosti ( $\alpha = 0,05$ ). Na obr. 36 je znázorněn názor respondentů na tvrzení B, podle vzdálenosti k nejbližší prodejně alkoholu. Ve městě Tartu lze pozorovat, že respondenti, kteří uvedli, že se nejbližší prodejna alkoholu nachází ve vzdálenosti do 10 minut, s tvrzením B také nejvíce souhlasili. V podobném vzoru pak pokračují i další časové kategorie. Ve městě Olomouc tuto posloupnost narušují odpovědi v kategorii 11 až 30 minut.

**Tab. 16:** Názor respondentů na tvrzení o dostupnosti alkoholu ve městech Olomouc a Tartu

B – alkohol v okolí (městské části) vašeho bydliště je snadno dostupný v on-sales i off-sales prodejnách				
	Olomouc		Tartu	
zcela souhlasím	<b>78</b>	25,2 %	<b>77</b>	25,2 %
souhlasím	<b>137</b>	44,2 %	<b>131</b>	42,8 %
ani souhlasím, ani nesouhlasím	<b>57</b>	18,4 %	<b>56</b>	18,3 %
nesouhlasím	<b>33</b>	10,7 %	<b>39</b>	12,7 %
zcela nesouhlasím	<b>5</b>	1,5 %	<b>3</b>	1,0 %
celkem	310	100,0 %	306	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování



**Obr. 36:** Názor respondentů na tvrzení o dostupnosti alkoholu ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

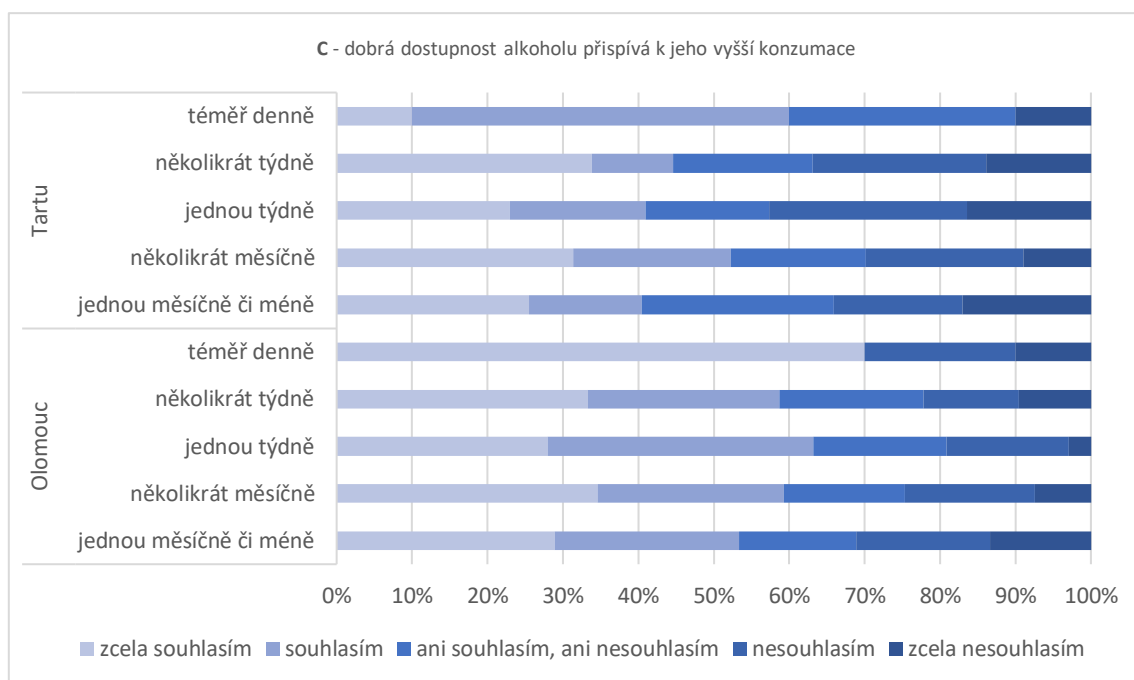
Poměrně velké rozdíly mezi respondenty z města Olomouc a města Tartu v názoru na to, zda snadná dostupnost alkoholu přispívá k vyšší spotřebě alkoholu, lze sledovat u podotázky C. Zatímco 61,6 % respondentů z města Olomouce odpověděli na toto tvrzení kladně, v Tartu je to pouze 50,3 % respondentů. 16,8 % respondentů v Olomouci odpovědělo ani souhlasím, ani nesouhlasím, ve městě Tartu je to 19,3 % respondentů. S tvrzením nesouhlasilo 21,6 % respondentů z města Olomouc a 30,3 % respondentů z města Tartu. Při vytvoření tří kategorií (souhlasím, ani souhlasím, ani nesouhlasím a nesouhlasím) vyšla p-hodnota  $X^2$  testu nezávislosti proměnných nižší (0,01) než hladina významnosti ( $\alpha = 0,05$ ). Na obr. 37. je znázorněn názor respondentů na tvrzení C, podle toho, jak často alkohol konzumují.

**Tab. 17:** Názor respondentů na tvrzení o dostupnosti alkoholu ve městech Olomouc a Tartu

C – dobrá dostupnost alkoholu přispívá k jeho vyšší konzumaci				
	Olomouc		Tartu	
zcela souhlasím	<b>101</b>	32,6 %	<b>95</b>	31,1 %
souhlasím	<b>90</b>	29,0 %	<b>59</b>	19,3 %
ani souhlasím, ani nesouhlasím	<b>52</b>	16,8 %	<b>59</b>	19,3 %
nesouhlasím	<b>45</b>	14,5 %	<b>59</b>	19,3 %
zcela nesouhlasím	<b>22</b>	7,1 %	<b>34</b>	11,0 %
celkem	310	100,0 %	306	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování





**Obr. 37:** Názor respondentů na tvrzení o dostupnosti alkoholu podle frekvence jeho konzumace

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Poslední podotázka zjišťuje názor respondenta na tvrzení, že v místech, kde je alkohol snadno dostupný, vzniká více problémů s ním spojených (např. násilná přepadení, domácí násilí, řízení pod vlivem atd.). V obou městech respondenti dotazníku s tvrzením spíše souhlasili (56,5 % respondentů v Olomouci, 43,8 % v Tartu). Odpověď ani souhlasím, ani nesouhlasím zvolilo 22,9 % respondentů ve městě Olomouc a 28,8 % v Tartu. V Olomouci s tvrzením nesouhlasilo 21,6 % respondentů, 27,5 % v Tartu. Při vytvoření tří kategorií (souhlasím, ani souhlasím, ani nesouhlasím a nesouhlasím) vyšla p-hodnota  $\chi^2$  testu nezávislosti proměnných nižší (0,007) než hladina významnosti ( $\alpha = 0,05$ ), zamítáme proto nulovou hypotézu o nezávislosti proměnných v kontingenční tabulce.

**Tab. 18:** Názor respondentů na tvrzení o dostupnosti alkoholu ve městech Olomouc a Tartu

D – v místech kde je alkohol snadno dostupný vzniká více problémů s ním spojených				
	Olomouc		Tartu	
zcela souhlasím	55	17,6 %	41	13,4 %
souhlasím	120	38,7 %	93	30,4 %
ani souhlasím, ani nesouhlasím	68	22,9 %	88	28,8 %
nesouhlasím	47	15,2 %	65	21,2 %
zcela nesouhlasím	20	6,5 %	19	6,2 %
celkem	310	100,0 %	306	100,0 %

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

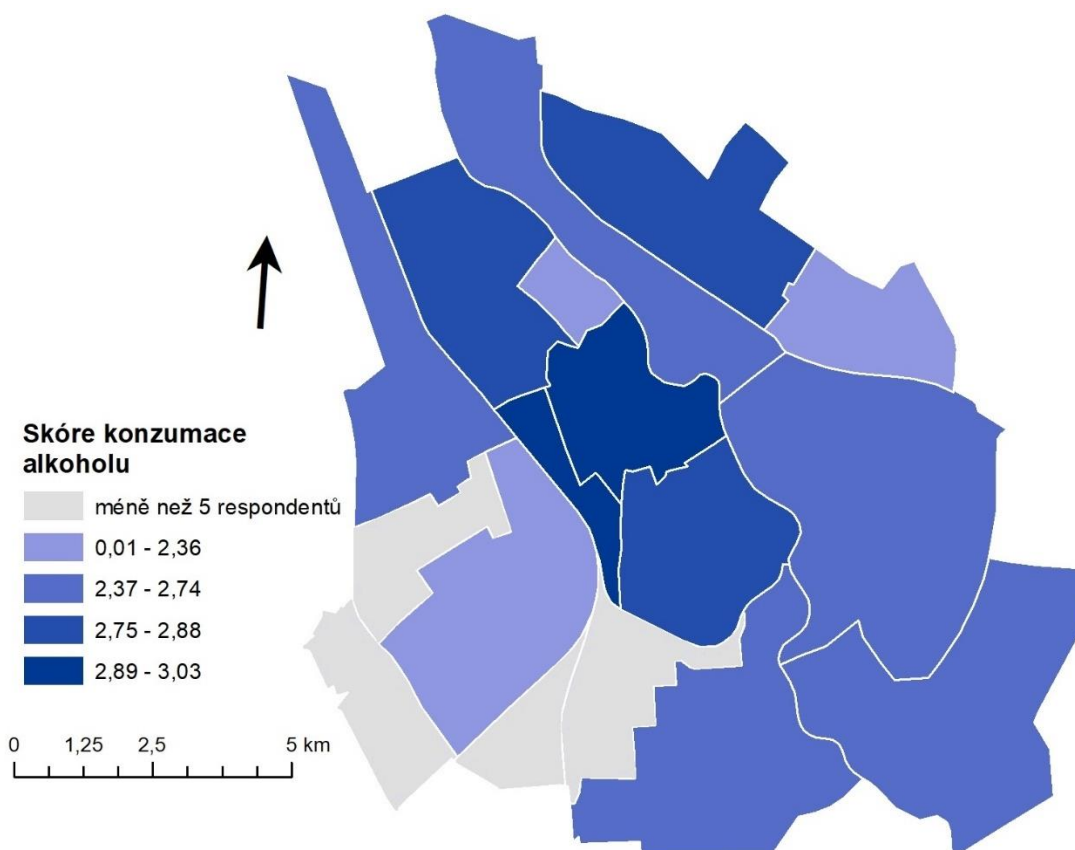
## 5.3 Analýzy terénních šetření

V následující části práce jsou výsledky obou šetření, tedy terénního šetření ve městech Olomouc a Tartu a dotazníkové šetření, společně analyzovány. Jedna z hypotéz práce zkoumá to, zda prostorové rozložení prodejen alkoholu ovlivňuje jeho spotřebu. V rámci dotazníkového šetření bylo možné zjistit, zda frekvenci konzumace alkoholu ovlivňuje vzdálenost nejbližší prodejny alkoholu, neboť v dotazníku byly otázky jak na frekvenci konzumace alkoholu respondenta, tak na přibližnou vzdálenost nejbližší prodejny alkoholu. Druhá část hypotézy nicméně zkoumá to, zda **respondenti, kteří bydlí v městských částech s vyšším počtem prodejních míst alkoholu, konzumují alkoholické nápoje častěji**. Právě k ověření této hypotézy je nutno propojit obě šetření. V tab. 19 a 20 je zobrazena frekvence konzumace alkoholu podle městských částí, ve kterých bydlí (byly vyřazeny městské části, které mají málo respondentů (jako hranice bylo použito alespoň pět respondentů)). Dále je v tabulkách zobrazeno také skóre konzumace alkoholu (každá kategorie byla vynásobena číslem 1–5 podle frekvence konzumace alkoholu a následně vydělena počtem respondentů dané skupiny, větší výsledné skóre tedy indikuje častější konzumaci alkoholu), počet prodejen na 1 000 obyvatel, pořadí městské části podle skóre konzumace alkoholu a pořadí podle počtu prodejen alkoholu na 1 000 obyvatel.

**Tab. 19:** Frekvence konzumace alkoholu podle městských částí města Tartu

	jednou měsíčně či méně	několikrát měsíčně	jednou týdně	několikrát týdně	téměř denně	SKÓRE	počet prodejen na 1 000 obyvatel	pořadí podle skóre	pořadí podle počtu prodejen
Annelinn	12	13	11	13	5	<b>2,7</b>	<b>0,8</b>	6,0	8,0
Ihaste	1	4	2	3	0	<b>2,7</b>	<b>0,0</b>	9,0	12,5
Jaamamõisa	4	3	2	3	0	<b>2,3</b>	<b>0,3</b>	12,0	11,0
Karlova	3	9	4	8	1	<b>2,8</b>	<b>1,9</b>	5,0	3,0
Kesklinn	6	1	10	10	2	<b>3,0</b>	<b>13,7</b>	1,0	1,0
Raadi-Kruusamäe	1	2	2	3	0	<b>2,9</b>	<b>1,1</b>	3,0	7,0
Ropka industrial	0	4	1	2	0	<b>2,7</b>	<b>1,7</b>	7,5	5,0
Supilinn	3	3	3	2	0	<b>2,4</b>	<b>0,0</b>	11,0	12,5
Tammelinn	3	6	0	3	0	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>	13,0	2,0
Tähtvere	4	3	7	4	2	<b>2,9</b>	<b>0,4</b>	4,0	10,0
Vaksali	0	1	4	1	0	<b>3,0</b>	<b>1,9</b>	2,0	4,0
Ülejõe	7	16	11	10	0	<b>2,6</b>	<b>1,5</b>	10,0	6,0
Veeriku	2	0	3	2	0	<b>2,7</b>	<b>0,6</b>	7,5	9,0
Spearmanův koeficient						<b>0,4</b>	<b>0,4</b>		

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování



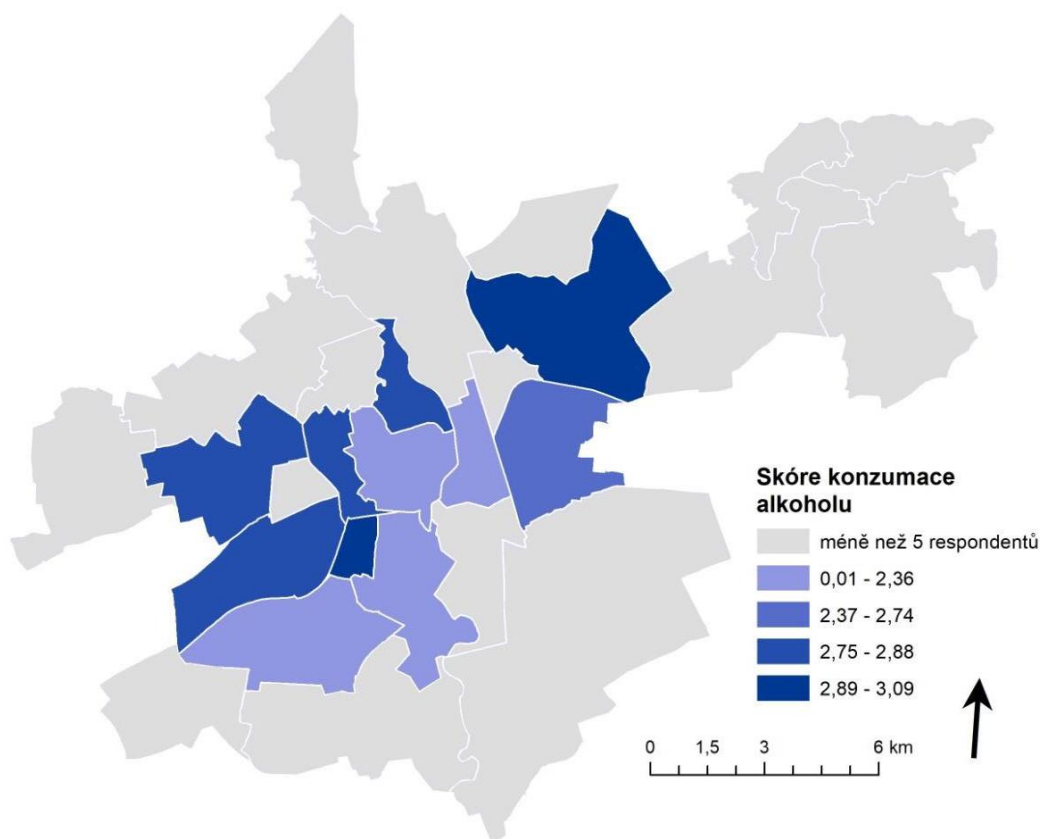
**Obr. 38:** Skóre konzumace alkoholu v městských částech Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

**Tab. 20:** Frekvence konzumace alkoholu podle městských částí města Olomouc

	jednou měsíčně či méně	několikrát měsíčně	jednou týdně	několikrát týdně	téměř denně	SKÓRE	počet prodejen na 1 000 obyvatel	pořadí podle skóre	pořadí podle počtu prodejen
Povel	1	4	4	5	1	<b>3,1</b>	<b>2,1</b>	1	11
Nové Sady	6	6	2	3	1	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>	10	10
Chválkovice	1	3	0	5	0	<b>3,0</b>	<b>2,6</b>	2	9
Nová Ulice	3	6	7	7	1	<b>2,9</b>	<b>2,8</b>	3	8
Olomouc - západ	1	11	6	8	0	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>	6	7
Lazce	2	6	4	5	1	<b>2,8</b>	<b>3,1</b>	5	6
Staré Hodolany	5	5	4	2	2	<b>2,5</b>	<b>3,3</b>	7	5
Slavonín	3	6	2	1	0	<b>2,1</b>	<b>4,3</b>	11	4
Nové Hodolany	6	3	1	5	0	<b>2,3</b>	<b>4,6</b>	9	3
Neředín	2	10	18	9	0	<b>2,9</b>	<b>4,8</b>	4	2
Olomouc - střed	7	10	10	4	0	<b>2,4</b>	<b>26,3</b>	8	1
Spearmanův koeficient						<b>-0,3</b>	<b>-0,5</b>		

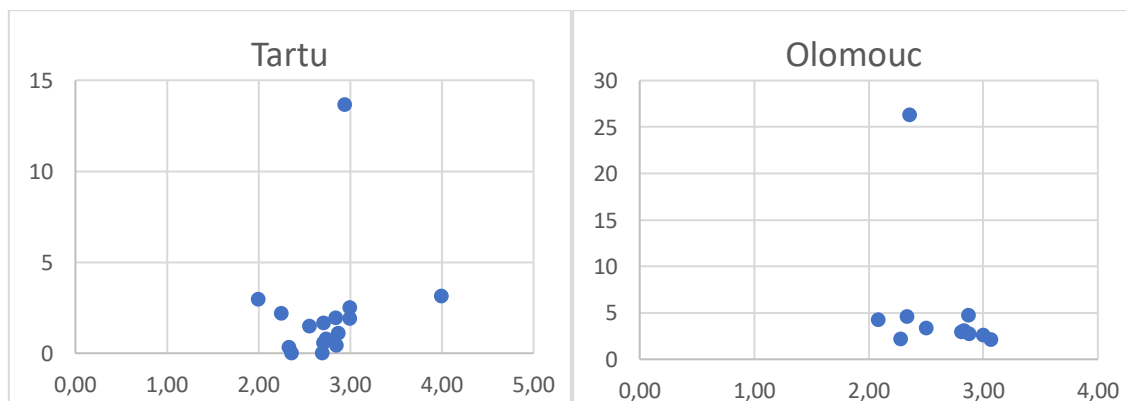
**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování



**Obr. 39:** Skóre konzumace alkoholu v městských částech Olomouce

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

Z bodových grafů hodnot skóre konzumace alkoholu a počtu prodejen na 1 000 obyvatel (obr. 40 a obr. 41) vyplývá, že nemá smysl využít Pearsonův korelační koeficient, protože centrum města je v obou případech mimo. Větší smysl tedy dává použít Spearmanův koeficient (vypočítaný v rámci tab. 19 a tab. 20), který je v podstatě funkce Pearson použitá na pořadí. Z výsledků analýzy tedy vyplývá, že zatímco ve městě Tartu větší počet prodejen na tisíc obyvatel znamená častější konzumaci respondentů, ve městě Olomouc je situace opačná.



**Obr. 40 a obr. 41:** Bodové grafy skóre a počtu prodejen na 1 000 obyvatel ve městech Olomouc a Tartu

**Zdroj:** vlastní dotazníkové šetření a zpracování

## 6 DISKUZE

Před samotnou diskuzí výsledků diplomové práce je nutno zvážit možné nedostatky zvolených metod výzkumu. Co se terénního šetření v rámci praktické části týče, je nutno zmínit, že z důvodu časové náročnosti samotné tvorby pasportu prodejen alkoholu je možné, že se získaná data mohou lišit od aktuálního stavu prodejní sítě, zejména pak v případě města Olomouc. Stav prodejní sítě se totiž neustále vyvíjí a vznikají/zanikají stále další prodejní místa. Nicméně lze předpokládat, že odchylka od aktuálního stavu je minimální i s ohledem na to, že je vysoká pravděpodobnost vzniku nových prodejních míst právě v místech, kde došlo k jejich dřívějšímu zániku. Závěry práce tedy nebudou touto chybou zásadně ovlivněny. Jednotlivé zařazení prodejen alkoholu do daných kategorií bylo provedeno na základě subjektivního názoru autorky práce. Některé prodejny splňují kritéria pro více kategorií a mohou se prolínat. Z důvodu nezpracování výsledků byla pro ně však zvolena rovněž pouze jedna kategorie, a to na základě převažující funkce prodejny. Do analýzy však nebyly zahrnuty určité prodejny i přes to, že se v nich zakoupit alkohol dá. Jedná se především o alkohol prodávaný v místech, která nejsou veřejně přístupná. Jako příklad mohou být zmíněny studentské ubytovny, soukromé kluby a obdobné prostory. Byly vynechány také sezónní prodejní stánky.

Jisté nedostatky může mít i volba druhé výzkumné metody, tedy dotazníkové šetření. Podle Pärny a kol., 2010 jsou všechny dotazníkové šetření týkající se konzumace alkoholu (ale také dalších návykových látek) jsou jistým způsobem problematické, a to kvůli nepřesnému odhadu spotřebovaného alkoholu. Respondenti často podceňují množství zkonsumovaného alkoholu a průzkum je tedy zatížen informační chybou. Navíc, lidé s problematickým (tedy nadměrným) užíváním alkoholu jsou většinou méně ochotní zapojit se do výzkumu. Důležitým faktorem ovlivňujícím výsledky je i fakt, že podhodnocování zkonsumovaného alkoholu se může lišit napříč různými státy z důvodu odlišného kulturního a sociálního prostředí a to i v případě, že byly použity stejné metody výzkumu (Pärna a kol., 2010). Závěry tohoto typu výzkumu by tedy měly být interpretovány obezřetně. Možným omezením dotazníkového šetření je i fakt, že v Tartu byl dotazník šířen pouze v anglickém jazyce, čili ne v jazyce rodném. Jako nedostatek práce se může jevit menší zastoupení starších osob (zejména kategorie 65+), neodpovídající demografické struktuře obyvatelstva. Příčin toho je celá řada, zejména se jedná o fakt, že starší lidé byli většinou méně ochotní dotazníky vyplňovat a v případě Tartu je důležitým důvodem také výše zmíněná jazyková bariéra (která je u starších osob větší). Výzkum probíhal ve studentských městech, struktura respondentů dotazníkového šetření byla tomu tedy uzpůsobena a právě studenti tvoří výraznou složku respondentů dotazníkového šetření.

Jedním ze základních indikátorů konzumace alkoholu je bezesporu zastoupení abstinentů v populaci. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že v Olomouci abstinuje 13,9 % respondentů, zatímco v Tartu se jedná o 18,3 %. Tato data se však liší od údajů WHO. Jedním z důvodů může být to, že WHO rozlišuje celoživotní abstinenty (11,6 % v Estonsku a 9,3 % v České republice) a bývalé konzumenty alkoholu (15,6 % v Estonsku a 15,3 v České republice), tedy osoby, které dříve konzumovaly alkohol, nikoliv však v posledních 12 měsících (World Health Organization, 2010). Protože cílem diplomové práce, respektive dotazníkového šetření, bylo zjistit zvyklosti a preference konzumace alkoholu spíše než se zaměřit čistě na konzumaci alkoholu, otázka, zda respondenti konzumují alkoholické nápoje, nerozlišovala mezi celoživotními a současnými abstinenty. Nicméně jak podle WHO, tak i z výsledků dotazníku vyplývá, že v Estonsku/Tartu je větší zastoupení abstinentů než v České republice/Olomouci. V evropském měřítku pak podle Rehna a kol. (2001) patří jak Česká republika, tak Estonsko (spolu s dalšími severními státy), mezi země s nejnižším zastoupením abstinentů. V obou zemích bylo také zjištěno, že ženy jsou častěji abstinenty než muži, což potvrzuje celá řada studií (Rehn a kol., 2001; World Health Organization, 2010; Reitan, 2004; Brunovskis a Ugland, 2003). Reitan (2004) navíc dodává, že zastoupení abstinentů podle pohlaví se liší mezi zeměmi, což lze vysvětlit jejich rozdílnými tradicemi co se konzumace alkoholu týče. Například v zemích jako je Norsko, Dánsko a Německo byl rozdíl mezi zastoupením abstinentů u mužů a žen malý, zatímco například ve Švédsku, Nizozemí a Velké Británii jsou tyto rozdíly mnohem výraznější.

Celkově nejvíc preferovaný druh alkoholického nápoje je v obou městech pivo. I v tomto se však mnohá šetření neshodují. Například jedna z hypotéz diplomové práce byla založena na datech World Health Organisation (2018), která uvádí, že až 50 % zkonsumovaného alkoholu v Estonsku tvoří lihoviny, 33 % pivo, 10 % ostatní alkoholické nápoje a 7 % víno, zatímco v České republice je nejoblíbenější pivo s 54 %, 25 % tvoří lihoviny a 21 % víno. V obou zemích bylo ale dotazníkovým šetřením zjištěno velmi podobné zastoupení preferovaných alkoholických nápojů. Státy bývají často rozděleny do kategorií podle převažujícího konzumovaného typu alkoholického nápoje – piva, vína nebo lihovin. Ze závěrů (nejen) tohoto výzkumu tedy vyplývá, že Olomouc (respektive Česká republika) a Tartu (Estonsko) jsou státy konzumující převážně pivo. V minulosti sice bylo Estonsko řazeno především mezi státy s převahou konzumace lihovin, nicméně podle Simpury a kol. (1999) je éra lihovin, jakožto převažujícího druhu alkoholického nápoje, již minulostí. Je tomu tak ve většině skandinávských zemí již od šedesátých let a v Estonsku od konce devadesátých. Zároveň se zde konzumace piva mezi lety 1994–1999 téměř zdvojnásobila (Brunovskis a Ugland, 2003). Nicméně konzumace lihovin v severních či pobaltských státech nezmizela a v Estonsku je i nadále stále běžná (Pomerleau a kol., 2005).

Důležitým tématem k diskuzi je i dostupnost alkoholu. Na problematiku dostupnosti lze totiž nahlížet z několika možných úhlů pohledu. Fyzická dostupnost odkazuje na jakousi snadnost a pohodlnost s jakou lze získat alkoholický nápoj. S tímto bezesporu souvisí i počet prodejen alkoholu. Zatímco v Estonsku jich bylo zmapováno celkem 193, ve městě Olomouc se nachází 515 prodejen. Takto velký rozdíl u měst obdobné velikosti (co se počtu obyvatel týče) je poněkud překvapivý a dá se předpokládat, že bude mít vliv na vzorce konzumace alkoholu. Podle Pärny (2019) se v roce 2018 v Estonsku nacházelo více než 200 registrovaných prodejců alkoholu na 100 000 obyvatel. Navíc podle Estonian Institute of Economic Research (2018) převážná část populace (83 %) žije v desetiminutové vzdálenosti k nejbližší prodejně alkoholu. Výsledky dotazníkového šetření tedy mohou potvrdit obě tyto šetření. Vzhledem k vyššímu počtu prodejen alkoholu není tedy překvapivé, že v Olomouci odpovědělo více respondentů, že žijí ve vzdálenosti menší než 10 minut od prodejny alkoholu (89,4 %). V Tartu je to o něco méně, tedy 78,8 % respondentů, nicméně tato hodnota se velmi přibližuje hodnotě podle Estonian Institute of Economic Research (2018). Důvodem proč jsou pro obě města tyto hodnoty podobné může být také fakt, že rozloha města Olomouc je značně větší než rozloha Tartu, tím pádem je větší množství prodejen rozmístěno na větší ploše. I přes to je však hustota prodejen alkoholu v přepočtu na 1 km<sup>2</sup> výrazně vyšší v Olomouci. Průzkum maloobchodní sítě města Olomouc (Čiháková, 2016) s koncentrací prodejen alkoholu do jisté míry souvisí. Z průzkumu vyplývá, že 25 % z celkového počtu prodejních jednotek bylo zařazeno do sortimentní třídy potravin (23,7 % ze všech prodejních míst alkoholu tvoří právě off-sales prodejny). Z jejích závěrů vyplývá, že je maloobchodní síť města Olomouce vzhledem k počtu obyvatel a prodejní ploše maloobchodních jednotek předimenzovaná. Při porovnání počtu prodejen alkoholu na 1 000 obyvatel ve městě Olomouc (6,1) a Tartu (2,0) můžeme tedy dojít ke stejnému závěru. Toto tvrzení se dá podložit i dalšími studii zabývající se množstvím prodejen alkoholu. Podle Campbella a kol. (2009) se ve Spojených státech v roce 2005 nacházelo 2,7 prodejen alkoholu na 1 000 obyvatel. V Glasgow se nachází 1,3 prodejen alkoholu na 1 000 obyvatel (Ellaway a kol., 2009). Jedná se tedy o hodnoty výrazně nižší než v případě města Olomouc. Nicméně důvodů pro tak rozdílný počet prodejen alkoholu může být celá řada a důležitou roli sehrál nejspíše i historický vývoj měst a s tím související vnitřní uspořádání města a struktura zástavby. V blízkosti centra města Tartu se nachází například čtvrť Karlova, která se skládá z více než pětiset dřevěných domů z počátku dvacátého století, jež nesou secesní prvky (Hess, 2011). Vedle centra města se nachází rovněž část Supilinn – čtvrť pocházející z osmnáctého století, tvořena barevnými dřevěnými domy, která byla v minulosti slumem (Nutt, Hiob a Kotval, 2015). Jedná se tedy o architekturu zcela odlišnou od města Olomouc, což může být jedním z důvodů rozdílného počtu prodejen alkoholu.

Dalším z určujících vzorců konzumace alkoholu je frekvence jeho konzumace. Její výzkum může být problematický z již výše zmíněných důvodů, ke kterým se navíc může přidat naprosto rozdílná formulace otázky a jejich odpovědí. Komparace takových výsledků je pak velmi obtížná a naráží na důvod, proč je podle Jayne, Valentine a Holloway (2008) výzkum konzumace alkoholu kritizován. Často totiž nemůže dojít k snadné komparaci na různých prostorových úrovních. V některých studiích se zkoumá například frekvence konzumace alkoholu během určitého časového období s rozdílnými možnostmi odpovědí. Objevují se tedy odpovědi jako: *ani jednou, jednou týdně, 2–3krát týdně, 4krát týdně a více* (Tampah-Naah a Amoah, 2015); *denně, 4–6krát týdně, 2–3krát týdně, 2–4krát měsíčně, jednou měsíčně a méně, ani jednou* (Attard a kol., 2019). Za velmi problematickou je pak považována každodenní konzumace alkoholu. Podle Roda a Váňové, Skývové a Csémyho (2017) konzumuje alkohol denně 6,1 % české populace, což je hodnota vyšší než vyšla v případě dotazníkového šetření v Olomouci (3,7 %). Zároveň je ale nutno podotknout, že tato nižší hodnota může být vysvětlena tím, že nejvíce denních konzumentů je podle Roda a Fanty (2019) ve vyšších věkových skupinách, zatímco velkou část respondentů dotazníku tvořili studenti. Z analýzy zkoumající zda respondenti, kteří bydlí v městských částech s vyšším počtem prodejních míst alkoholu konzumují alkoholické nápoje častěji vyplývá, že zatímco ve městě Tartu větší počet prodejen na tisíc obyvatel znamená častější konzumaci alkoholu, ve městě Olomouc je situace opačná. Je to velmi překvapivé zjištění a jeho vysvětlení nebude určitě snadné. V porovnání s Tartu, či ostatními městy je zde značně vyšší počet prodejen alkoholu na 1 000 obyvatel. Jednou z možností tedy může být až jakási přesycenost Olomouckého trhu, díky které vyšší počet prodejen pak nehraje ve frekvenci konzumace alkoholu roli.

Problematika alkoholu je v současné době bezesporu velmi důležité téma, kterému je potřeba věnovat více prostoru, a to ať už z pohledu geografů, či jiných odborníků. Tento výzkum nicméně není vůbec snadný a potýká se s mnohými překážkami. Výstupy různých šetření a výzkumů napříč státy často prezentují rozdílná data, což je problematické z hlediska jejich porovnatelnosti. Některé studie pracují s celkovým spotřebovaným množstvím alkoholu, některé s hodnotami v jednotkách čistého lihu. Některé používají ke zjišťování spotřebovaného množství data o produkci (která nezahrnují podomácku vyráběný alkohol nebo alkohol jinak neoficiálně distribuovaný či spotřebu alkoholu turistů), jiné průměrnou hodnotu z dotazníkových šetření (nedostatek takto získaných dat jsou umíněny výše). V některých případech se šetření zúčastňují všechny věkové kategorie, jindy jsou zahrnuty pouze odpovědi respondentů 15+ či 18+. Problematická může být rovněž definice abstinentů. Z různých studií tedy vyplývají jiné závěry a rozdílné hodnoty a je obtížné se v těchto informacích orientovat.



## 7 ZÁVĚR

Hlavním cílem diplomové práce bylo zhodnotit (geografické) faktory ovlivňující spotřebu alkoholu ve městech Olomouc a Tartu. Samotná práce se skládá ze dvou částí. V první, teoretické části, je zpracována rešerše relevantní odborné literatury zabývající se problematikou konzumace alkoholu a faktorů, které ji ovlivňují. Do teoretické části práce je zahrnuta také charakteristika zkoumaného území z hlediska zvyklostí konzumace alkoholu. Druhá, praktická část práce, se již skládá z terénních šetření. Na základě dat získaných z těchto šetření, tedy terénního a dotazníkového šetření, byly posléze potvrzeny či vyvráceny stanovené hypotézy.

Praktickým aktivitám v rámci diplomové práce předcházela první část práce, obsahující podrobnou rešerši odborné literatury. Tato část slouží k rozšíření teoretických základů, na kterých je posléze založen praktický výzkum práce. Již v rámci bakalářské práce (Knopová, 2017) bylo potvrzeno, že prostorové uspořádání prodejen alkoholu má prokazatelný vliv na jeho konzumaci, proto je v rámci diplomové práce toto téma rozebíráno hlouběji. Z řady studií totiž vyplývá, že míra konzumace alkoholu a také dopady jeho konzumace (ať už zdravotní, ekonomické, nebo společenské), mohou být určovány dvěma samostatnými, avšak spolu souvisejícími vzorci konzumace alkoholu. Jedná se o celkový objem spotřebovaného alkoholu a způsob jeho konzumace. V teoretické části práce jsou proto blíže rozebírány faktory, které ovlivňují konzumaci alkoholu na obou těchto úrovních. Důležitou kapitolou teoretické části je rovněž zhodnocení přínosů geografů ve studiu konzumace alkoholu, tedy tzv. geografii alkoholu.

V rámci terénního šetření diplomové práce byl vytvořen pasport prodejních míst alkoholu ve městě Tartu. Tento pasport byl, spolu s pasportem prodejních míst alkoholu ve městě Olomouci (který byl zpracován již v rámci bakalářské práce), použit k prostorové analýze prodejních míst alkoholu. Na základě tohoto soupisu bylo zjištěno, že se na území města Tartu nachází celkem 193 prodejen alkoholu (ve městě Olomouc se nachází 515 prodejen). Výrazně nejvyšší počet prodejen byl v obou městech zaznamenán v městském centru, tedy v případě Tartu v části Kesklinn a v Olomouci v městské části Olomouc - střed. I přes obdobnou velikost měst, co se počtu obyvatel týče, se v Olomouci nachází více než jednou tolik prodejen alkoholu. Nepatrně se liší i zastoupení jednotlivých kategorií prodejen alkoholu. Ačkoliv v obou městech převažují on-sales prodejny, v případě města Olomouc můžeme pozorovat mnohem větší zastoupení zábavních zařízení. Mimo to, že se prodejny alkoholu koncentrují v městských centrech, je jejich prostorové rozložení napříč jednotlivými městskými částmi nerovnoměrné a v obou městech existují lokality, které se vyznačují vyšší koncentrací prodejen alkoholu, či

naopak oblasti s jejich absencí. Tyto nepravidelnosti pak do značné míry souvisí s charakterem zástavby. Co se rozložení on-sales a off-sales prodejen týče, v městských centrech se výrazně koncentrují spíše on-sales prodejny, zatímco off-sales jsou více rozptýleny napříč městem.

Další složka výzkumné části diplomové práce se opírá o dotazníkové šetření, jehož cílem bylo hodnotit návyky, zvyklosti a preference konzumace alkoholu ve městech Olomouc a Tartu. Takto získaná data byla následně použita při komparaci s výsledky již provedených výzkumů. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkově 616 respondentů, z toho 310 respondentů za město Olomouc a 306 za město Tartu. Analýza získaných dat a jejich prezentace ve formě tabulek a grafů tak umožnila potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy. Jednou ze zásadních hypotéz práce bylo tvrzení, že prostorové rozložení alkoholu ovlivňuje jeho spotřebu. Toto tvrzení bylo potvrzeno již v rámci teoretické části, nicméně v části praktické bylo zkoumáno blíže. Ačkoliv v otázce zkoumající kritéria ovlivňující výběr on-sales prodejny alkoholu přiřadili v obou městech respondenti dotazníku nejvyšší váhu kritériu cena alkoholických nápojů, hned druhým kritériem je právě lokalita a vzdálenost prodejny od místa bydliště. Jedná se tedy o velmi zásadní faktor. V Olomouci je pak důležitost lokality nepatrně vyšší než ve městě Tartu, dá se tedy předpokládat, že zde hraje o něco významnější roli. Zároveň z výsledků dotazníku vyplývá, že menší vzdálenost prodejny alkoholu vede k jeho častější konzumaci a to jak ve městě Olomouc, tak ve městě Tartu. Naopak rozporuplné výsledky přináší analýza, která propojuje obě dílčí šetření a zkoumá, zda respondenti, kteří bydlí v městských částech s vyšším počtem prodejních míst alkoholu, konzumují alkoholické nápoje častěji. Z výsledků analýzy tedy vyplývá, že zatímco ve městě Tartu větší počet prodejen na tisíc obyvatel znamená častější konzumaci alkoholu, ve městě Olomouc je situace opačná. Některé otázky dotazníku byly sestaveny tak, aby bylo možné výsledky dotazníku porovnat s výsledky již prováděných výzkumů na národních úrovních. Bylo tedy potvrzeno, že ženy abstinují častěji než muži a rovněž muži konzumují alkohol častěji než ženy. Frekvence konzumace alkoholu se sice liší mezi pohlavím, nicméně mezi městy nebyly zjištěny žádné výrazné rozdíly. Bylo rovněž potvrzeno, že studenti patří k nejvíce rizikovým skupinám co se konzumace alkoholu týče a to jak z hlediska frekvence konzumace pěti a více alkoholických nápojů při jedné příležitosti, tak z hlediska zastoupení abstinentů. Vyvrácena byla naopak hypotéza, zkoumající zda obyvatelé Tartu konzumují větší množství lihovin v porovnání s obyvateli Olomouce, kteří dávají přednost pivu. Zatímco v Olomouci dotazníkové šetření mezi obyvateli města sice tento předpoklad potvrdilo a právě pivo je zde nejoblíbenějším nápojem, ve městě Tartu nikoliv. I v Tartu je totiž nejoblíbenějším nápojem pivo.

## 8 SUMMARY

The diploma thesis builds on the previous bachelor thesis and aims to reveal the geographical aspects influencing alcohol consumption on the example of two student cities of similar size (Olomouc and Tartu). The thesis itself consists of two parts. The first, theoretical part, is a search of relevant literature dealing with the issue of alcohol consumption and the factors that affect it. This part serves to expand the theoretical foundations on which the practical research of the thesis is based. The second, practical part of the thesis, already consists of the field surveys. To compare alcohol consumption in the cities of Olomouc and Tartu, a total of two field surveys were compiled. One of them focused on the spatial distribution of alcohol stores in the cities and the other on the survey among the population. Based on the field survey it was found out that in the city of Olomouc there are altogether 515 businesses selling alcohol and 193 in the case of the city Tartu. These establishments were further categorized into four categories. By far the biggest concentration of the stores was in the city centers, i.e. in the case of Tartu in the Kesklinn district and in the city of Olomouc in the Olomouc - sted district. Despite the similar size of the cities in term of population, there are more than once as many alcohol stores in Olomouc. The quantity of individual categories of alcohol stores also differs slightly. Although on-sales stores predominate in both cities, in the case of the city of Olomouc we can observe a much larger representation of entertainment facilities. Apart from the fact that alcohol stores are concentrated in urban centers, their spatial distribution across individual city districts is uneven and, in both cities, there are localities that are characterized by a higher concentration of alcohol stores or, conversely, areas with their absence. Another component of the research part of the diploma thesis is based on a questionnaire survey, which aim was to evaluate the habits and preferences of alcohol consumption in the cities. A total of 616 respondents took part in the questionnaire, of which 310 respondents were from the city of Olomouc and 306 from the city Tartu. The analysis made it possible to confirm or refute the established hypotheses. For example, it has been confirmed that the spatial distribution of alcohol affects its consumption, and at the same time, the results show that a shorter distance from the alcohol store leads to its more frequent consumption. On the contrary, different results was provided by the analysis, whether respondents who live in areas with higher number of alcohol outlets consume alcoholic beverages more often. The results of the analysis show that while in the city of Tartu a larger number of stores per thousand inhabitants means more frequent alcohol consumption, in the city of Olomouc the situation is the opposite. Some questions also confirm the results of researches already carried out at national levels.

## 9 POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE

### 9.1 Literární zdroje

ABUDABBEH, N., HAMID, A. (2003): Substance use among Arabs and Arab Americans. *Ethnocultural Factors in Substance Abuse Treatment*. New York: Guilford Press, 447 s.

ALAVAikko, M., OSTERBERG, E. (2000): The influence of economic interests on alcohol control policy: a case study from Finland. *Addiction*, č. 93, s. 565–579.

ANDERSON, P., BAUMBERG, B. (2006): *A Public Health Perspective. Alcohol in Europe*. London: Institute of Alcohol Studies for the European Commission, 446 s.

ASHLEY, M., REHM, J., BONDY, S., SINGLE, E., RANKIN, J. (2000): Beyond Ischemic Heart Disease: Are There other Health Benefits from Drinking Alcohol? *Contemporary Drug Problems*, č. 27, s. 735–777.

ATTARD, R., DINGLI, P., DOGGEN, C. J. M., CASSAR, R., FARRUGIA, R., WETTINGER, S. B. (2019): The impact of frequency, pattern, intensity, and type of alcohol consumption, and its combined effect with smoking on inflammation, lipid profile, and the risk of myocardial infarction. *Journal of Public Health*

BLOOMFIELD, K., GRITTNER, U., KRAMER, S., GMEL, G. (2006): Social inequalities in alcohol consumption and alcohol-related problems in the study countries of the EU concerted action “Gender, Culture and Alcohol Problems: A Multi-National Study”. *Alcohol and alcoholism*, č. 41, s. 26–36.

BLUME, S. B., ZILBERMAN, M. L. (2005): Alcohol and women. In: LOWINSON, J. H., RUIZ, P., MILLMAN, R. B., LANGROD, J. G. *Substance abuse – a comprehensive textbook*. Baltimore: Williams and Wilkins, 1427 s.

BRUNOVSKIS, A., UGLAND, T. (2003): *Alcohol consumption in the Baltic States. Developments from 1994 to 1999*. Oslo: Institute for Applied Social Science, 25 s.

CAMPBELL, C. A., HAHN, R. A., ELDER, R., BREWER, R., CHATTOPADHYAY, S., FIELDING, J., NAIMI, T. S., TOOMEY, T., LAWRENCE, B., MIDDLETON, J. C. (2009): The Effectiveness of Limiting Alcohol Outlet Density As a Means of Reducing Excessive Alcohol Consumption and Alcohol-Related Harms. *American Journal of Preventive Medicine*, č. 37, s. 556–569.

- CHROMYNOVÁ, P. (2013): Národní výzkum užívání návykových látek 2012: kouření, užívání alkoholu a dalších drog v obecné populaci. *Zaostřeno na drogy*, č. 11, s. 1–15.
- COCHRANE, J., CHEN, H., CONIGRAVE K. M., HAO, W. (2003): Alcohol use in China. *Alcohol and Alcoholism*, č. 38, s. 537–542.
- COLLINS, R. L., MCNAIR, L. D. (2002): Minority women and alcohol use. *Alcohol Research and Health*, č. 26, s. 251–256.
- COLLINS, S. E. (2016): Associations Between Socioeconomic Factors and Alcohol Outcomes. *Alcohol Research*, č. 38, s. 83–94.
- CORRAO, G., BAGNARDI, V., ZAMBON, A., LA VECCHIA, L. (2004): A meta-analysis of alcohol consumption and the risk of 15 diseases. *Preventive Medicine*, č. 38, s. 613–619.
- CSÉMY, L., WINKLER, P. (2012): Alkohol v České Republice: spotřeba, zdravotní důsledky a ekonomické náklady společnosti. *Psychiatrie*, č. 4, s. 210–216.
- ČIHÁKOVÁ, L. (2016): *Proměny maloobchodní sítě v intraurbánní struktuře města Olomouc v období globalizace maloobchodu*. Diplomová práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 109 s.
- DAWSON, D. (1996): Temporal drinking patterns and variations in social consequences. *Addiction*, č. 91, s. 1623–1635.
- DONNELLY, N., POYNTON, S., WEATHERBURN, D., BAMFORD, E., NOTTAGE, J. (2006): Liquor outlet concentrations and alcohol-related neighbourhood problems. *Alcohol Studies Bulletin*, č. 8, s. 1–8.
- DUFOUR, M. C. (1999). What Is Moderate Drinking? Defining “Drinks” and Drinking Levels. *Alcohol Research and Health*, č. 23, s. 5–14.
- ELLAWAY, A., MACDONALD, L., FORSYTH, A., MACINTYRE, S. (2009): The socio-spatial distribution of alcohol outlets in Glasgow city. *Health and Place*, č. 16, s. 167–172.
- ESSER, M. B., HEDDEN, S. L., KANNY, D., BREWER, R. D., GFROERER, J. C., NAIMI, T. S. (2014): Prevalence of Alcohol Dependence Among US Adult Drinkers, 2009-2011. *Preventing Chronic Disease*, č. 11, s. 1–11.

- ESTONIAN INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH (2010): *Alcohol Market, Consumption and Harms in Estonia: Yearbook 2010*. Tallinn: Institute for Health Development, 96 s.
- ESTONIAN INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH (2017): *Alcohol Market, Consumption and Harms in Estonia: Yearbook 2017*. Tallinn: Institute for Health Development, 106 s.
- ESTONIAN INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH (2018): *Alcohol Market, Consumption and Harms in Estonia: Yearbook 2018*. Tallinn: Institute for Health Development, 102 s.
- GAMBER, S. R., ALBRECHT, C. R. (2005): The Elderly. In: LOWINSON, J. H., RUIZ, P., MILLMAN, R. B., LANGROD, J. G. *Substance abuse – a comprehensive textbook*. Baltimore: Williams and Wilkins, 1427 s.
- GORMAN, D. M., SPEER, P. W., GRUENEWALD, P. J., LABOUVIE, E. W. (2001): Spatial dynamics of alcohol availability, neighbourhood structure and violent crime. *Journal of Studies on Alcohol*, č. 62, s. 628–636.
- GRANT, M., LITVAK, J. (1997): *Drinking patterns and their consequences*. Philadelphia: Taylor & Francis, 352 s.
- HANSON, D. J. (1995): *Preventing Alcohol Abuse: Alcohol, Culture, and Control*. Westport: Praeger, 140 s.
- HESS, D. B. (2011): Early 20th-century wooden tenement buildings in Estonia: Building blocks for neighbourhood longevity. *Town Planning and Architecture*, č. 35, s. 110–116.
- HIBELL, B., GUTTORMSSON, U., AHLSTRÖM, S. (2009): *The 2007 ESPD Report. Substance Use Among Students in 35 European Countries*. Stockholm: The Swedish Council for Information on Alcohol and Other Drugs, 408 s.
- HINGSON, R. W., HEEREN, T., WINTER, M. R. (2006): Age at Drinking Onset and Alcohol Dependence: Age at Onset, Duration, and Severity. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, č. 160, s. 739–746.
- HOLCNEROVÁ, P. (2010): Vzorci užívání alkoholu ve vybraných kulturách. *Adiktologie*. č. 10, s. 154–162.

- HOLDER, H. D. (2000): The supply side initiative as an international collaboration to study alcohol supply, drinking and consequences: current knowledge, policy issues and research opportunities. *Addiction*, č. 95, s. 416–463.
- HUCKLE, Y., YOU, R. Q., CASSWELL, S. (2010): Socio-economic status predicts drinking patterns but not alcohol-related consequences independently. *Addiction*, č., 105, s. 1192–1202.
- INSTITUTE OF ALCOHOL STUDIES (2017): *Splitting the Bill: Alcohol's Impact on the Economy*. London: Institute of Alcohol Studies, 58 s.
- IVAN, I., HORÁK, J. (2016): *Metodika identifikace anomálních lokalit criminality pomocí jádrových odhadů*. Ostrava: Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, 9 s.
- JAYNE, M., VALENTINE, G., HOLLOWAY, S. J. (2008): Geographies of alcohol, drinking and drunkenness: a review of progress. *Progress in Human Geography*, č. 32, s. 247–263.
- JONES, S. E., OELTMANN, J., WILSON, T. W., BRENER, N. D., HILL, C. V. (2001): Binge Drinking Among Undergraduate College Students in the United States: Implications for other Substance Use. *Journal of American College Health*, č. 50, s. 33–38.
- KAGAN, H., SHAFER, K. (2003): *Russian substance abusers in transition: New Country, old problems. Ethnocultural factors in substance abuse treatment*. New York: Guilford Press, 447 s.
- KAN, M. Y., LAU, M. (2013): Comparing alcohol affordability in 65 cities worldwide. *Drug and Alcohol Review*, č. 32, s. 19–26.
- KANNY, D., NAIMI, T. S., LIU, Y., LU, H., BREWER, R. D. (2018): Annual Total Binge Brinks Consumed by U.S. Adults, 2015. *American Journal of Preventive Medicine*, č. 54, s. 486–496.
- KELBOVÁ, M. (1996): *Encyklopedie nápojů*. Praha: Grada, 180 s.
- KIM, W., KIM, S. (2008): Women's alcohol use and Alcoholism in Korea. *Substance Use and Misuse*, č. 43, s. 1078–1087.
- KNIBBE, R. A., BLOOMFIELD, K. (2001): Alcohol consumption estimates in surveys in Europe: comparability and sensitivity for gender differences. *Substance Abuse*, č. 22, s. 23–38.
- KNOPOVÁ, E. (2017): *Prostorová analýza míst prodeje alkoholu ve městě Olomouci*. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 40 s.

KRTIČKA, L., ADAMEC, M., BEDNÁŘ, P. (2012): *Manuál pracovních postupů v GIS pro oblast sociálního výzkumu a sociální práci*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 147 s.

LAI, T. F. M. (2003): Ethnocultural background and substance abuse treatment of Chinese Americans. *Ethnocultural Factors in Substance Abuse Treatment*. New York: Guilford Press, 447 s.

LEIFMAN, H. (2001): Homogenisation in alcohol consumption in the European Union. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, č. 18, s. 15–30.

LIVINGSTON, M., CHIKRITZHS, T., ROOM, R. (2007): Changing the density of alcohol outlets to reduce alcohol-related problems. *Drug and Alcohol Review*, č. 26, s. 557–566.

MASTEN, A. S., VIVIAN, B. F., ZUCKER, R. A., SPEAR, L. P. (2009): A Developmental Perspective on Underage Alcohol Use. *Alcohol Research and Health*, č. 31, s. 3–15.

MATHERS, C., STEVENS, G. MASCARENHAS, M. (2009): *Global Health Risks: Mortality and Burden of Disease Attributable to Selected Major Risks*. Geneva: World Health Organization, 62 s.

MEDINA-MORA, E., VILLATORO, J., CARAVEO, J., COLMENARES, E. (2001): Mexico. In: DEMERS, A., ROOM, R., BOURGAULT, C. *Surveys of drinking patterns and problems in developing countries*. Geneva: World Health Organization, s. 13–32.

MORAVČÍK, V., CHROMYNOVÁ, P., GROHMANNOVÁ K. (2013): *Výroční zpráva o stavu ve věcech drog pro Evropské monitorovací středisko pro drogy a drogové závislosti*. Praha: Úřad vlády ČR, 181 s.

MUNNÉ, M. (2005): Social consequences of alcohol consumption in Argentina. In: OBOT, I. S., ROOM, R. *Alcohol, gender and drinking problems: Perspectives from low and middle income countries*. Geneva: World Health Organization, s. 22–48.

MUSTONEN, H., BEUKES, L., DU PREEZ, V. (2001): Namibia. In: DEMERS, A., ROOM, R., BOURGAULT, C. *Surveys of drinking patterns and problems in developing countries*. Geneva: World Health Organization, s. 45–62.

NATIONAL INSTITUTE OF ALCOHOL ABUSE AND ALCOHOLISM (2004): NIAAA council approves definition of binge drinking. *NIAAA Newsletter*, č. 3, s. 3.

NEMTSOV, A. (2005): Russia: alcohol yesterday and today. *Addiction*, č. 100, s. 146–149.



- NEŠPOR, K., CSÉMY, L. (1997): *Alkohol, drogy a vaše děti*. Praha: BESIP, 160 s.
- NORDIC COUNCIL FOR ALCOHOL AND DRUG RESEARCH (2000): *Statistics on Alcohol, Drugs and Crime in the Baltic Sea Region*. Helsinki: Nordic Council for Alcohol and Drug Research, 273 s.
- NUTT, N., HIOB, M., KOTVAL, Z. (2015): Supilinn, Tartu – The Lively Vernacular Against Urban Renewal: A Lefebvrian Critique. *Space and Culture*, č. 19, s. 1–12
- O'CONNELL, H., CHIN, A., CUNNINGHAM, C., LAWLOR, B. (2003): Alcohol use disorders in elderly people – redefining an age old problem in old age. *British Medical Journal*, č. 327, s. 664–667.
- OLSON, S., GERNSTEIN, D. R. (1985): *Alcohol in America: Taking Action to Prevent Abuse*. Washington: National Academic Press, 125 s.
- PÄRNA, K. (2019): Alcohol consumption and alcohol policy in Estonia 2000–2017 in the context of Baltic and Nordic countries. *Drug and Alcohol Review*.
- PÄRNA, K., RAHU, K., HELAKORPI, S., TEKKELE, M. (2010): Alcohol consumption in Estonia and Finland: Finbalt survey 1994–2006. *BMC Public Health*, č. 10, s. 261.
- PARRY, CH. D. H. (2005): South Africa: alcohol today. *Addiction*, č. 100, s. 421–573.
- PIERCE, G., TOXQUI, A. (2014): *Alcohol in Latin America: A Social and Cultural History*. Tucson: University of Arizona Press, 320 s.
- POMERLEAU, J., MCKEE, M., ROSE, R., HAERPFER, C. W., ROTMAN, D., TUMANOV, S. (2008): Hazardous alcohol drinking in the former Soviet Union: A cross-sectional study of eight countries. *Alcohol and Alcoholism*, č. 43, s. 351–359.
- POMERLEAU, J., MCKEE, M., ROSE, R., HAERPFER, C. W., ROTMAN, D., TUMANOV, S. (2005): Drinking in the Commonwealth of Independent States – evidence from eight countries. *Addiction*, č. 100, s. 1647–1668.
- POPOVA, S., REHM, J., PATRA, J., ZATONSKI, W. (2007): Comparing alcohol consumption in central and eastern Europe to other European countries. *Alcohol Alcohol*, č. 42, s. 465–473.
- PRIMEDORE, W. A. (2006): Heavy drinking and suicide in Russia. *Social Forces*, č. 85, s. 413–430.
- PROBST, C., MANTHEY, J., REHM, J. (2017): Understanding the prevalence of lifetime abstinence from alcohol: an ecological study. *Drug Alcohol Depend*, č. 178, s. 126–9.

- RABINOVICH, L., BRUTSCHER, P. B., DE VRIES, H., TIESEN, J. C., REDLING, A. (2009): *The affordability of Alcoholic Beverages in the European Union: Understanding Link Between Alcohol Affordability, Consumption and Harms*. Santa Monica, CA: Rand Corporation, 143 s.
- RATAEMANE, S., RATAEMANE, L. (2006): Alcohol in South Africa. Letter to editors. *International Journal of Drug Policy*, č. 17, s. 373–375.
- REHM, J., ASHLEY, M. J., ROOM, R., SINGLE, E., BONDY, S., FERRENCE, R., GIESBRECHT, N. (1996): Drinking patterns and their consequences: report from an international meeting. *Addiction*, č. 91, s. 1615–1621.
- REHM, J., MATHERS, C., POPOVA, S. THAVORNCHAROENSAP, M., TEERAWATTANANON, Y., PATRA, Y. (2009): Global burden of disease and injury and economic cost attributable to alcohol use and alcohol-use disorders. *Lancet*, č. 373, s. 2223–2233.
- REHM, J., SHIELD, K. D., REHM, M. X., GMEL, G., FRICK, U. (2012): *Alcohol consumption, alcohol dependence and attributable burden of disease in Europe: Potential gains from effective interventions for alcohol dependence*. Toronto: Centre for Addiction and Mental Health, 146 s.
- REHN, N., ROOM, R., EDWARDS, G. (2001): *Alcohol in the European Region – consumption, harm and policies*. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe, 118s.
- REITAN, T. C. (2004): On the verge of EU membership: alcohol cultures in the Baltic Sea region in a European perspective. *Contemporary Drug Problems*, č. 31, s. 287–327.
- ROD, A., FANTA, M. (2019): *Spotřeba alkoholu v ČR. Vývoj, dopady, regulace a další rizikové factory ohrožující zdraví společnosti*. Praha: Centrum ekonomických a tržních analýz, z.ú., 39 s.
- ROCHE, A. M., DEEHAN, A. M. (2002): Women's alcohol consumption: emerging patterns, problems and public health implications. *Drug and Alcohol Review*, č. 21, s. 169–178.
- ROOM, R., MÄKELÄ, K. (2000): Typologies of the cultural position of drinking. *Journal of Studies on Alcohol*, č. 61, s. 475–483.
- SACKS, J. J., GONZALES, K. R., BOUCHERY, E. E., TOMEDI, L. E., BREWER, R. D. (2015): 2010 National and State Costs of Excessive Alcohol Consumption. *American Journal of Preventive Medicine*, č. 49, s. 73–79.

- SAFFER, H. (1991): Alcohol advertising bans and alcohol abuse: An international perspective. *Journal of Health Economics*, č. 10, s. 65–79.
- SAFFER, H., DAVE, D. (2006): Alcohol advertising and alcohol consumption by adolescents. *Journal of Health Economics*, č. 15, s. 617–637.
- SCRIBNER, R. A., MACKINNON, D. P., DWYER, J. H. (1994): Alcohol outlet density and motor vehicle crashes in Los Angeles County cities. *Journal of Studies on Alcohol*, č. 55, s. 447–453.
- SIMPURA, J., TIGERSTEDT, C., HANHINEN, S., LAGERSPETZ, M., LEIFMAN, H., MOSKALEWICZ, J., TÖRRÖNEN, J. (1999): Alcohol misuse as a health and social issue in the Baltic Sea region. A summary of findings from the Baltica Study. *Alcohol Alcohol*, č., 34, s. 805–823.
- SOVINOVÁ, H., CSÉMY, L. (2003): *Kouření cigaret a pití alkoholu*. Praha: Státní Zdravotní Ústav, 93 s.
- STAHRE, M., ROEBER, J., KANNY, D., BREWER, R. D., ZHANG, X. (2014): Contribution of Excessive Alcohol Consumption to Deaths and Years of Potential Life Lost in the United States. *Preventing Chronic Disease*, č. 11, s. 1–12.
- STOCKWELL, T., GRUENEWALD, P. J. (2004): Controls on the physical availability of alcohol. *The essential handbook of treatment and prevention of alcohol problems*. Chichester: Wiley and Sons, 394 s.
- SUDHINARASET, M., WIGGLESWORTH, CH., TAKEUCHI, D. T. (2016): Social and Cultural Contexts of Alcohol Use: Influences in a Social–Ecological Framework. *Alcohol Research*, č. 38, s. 35–45.
- TAMPAH-NAAH, A. M., AMOAH, S. T. (2015): Consumption and drinking frequency of alcoholic beverage among women in Ghana: a cross-sectional study. *BMC Public Health*, č. 15.
- TAPILINA, V. S. (2007): How much Russia drink? Volume, dynamics and differentiation of alcohol consumption. *Russian Social Science Review*, č. 48, s. 48–70.
- TOMKINS, S., SABUROVA, L., KIRYANOV, N., ANDREEV, E., MCKEE, M., SHKOLNIKOV, V., LEON, D. A. (2007): Prevalence and Socio-Economic Distribution of Hazardous Patterns of Alcohol Drinking: Study of Alcohol Consumption in Men aged 25–54 Years in Izhevsk, Russia. *Addiction*, č. 102, s. 544–553.

TRENO, A. J., JOHNSON, F. W., REMER, L. G., GRUENEWALD, P. J. (2007): The impact of outlet densities on alcohol-related crashes: a spatial panel approach. *Accident Analysis and Prevention*, č. 39, s. 894–901.

TUMWESIGYE, N. M., KASIRYE, R. (2005): Gender and the major consequences of alcohol consumption in Uganda. In: OBOT, I. S., ROOM, R. *Alcohol, gender and drinking problems: Perspectives from low and middle income countries*. Geneva: World Health Organization, s. 189–208.

VÁŇOVÁ, A., SKÝVOVÁ, M., CSÉMY, L. (2017): *Užívání tabáku a alkoholu v České republice 2016*. Praha: Státní zdravotní ústav, 37 s.

WECHSLER, H., NELSON, T. F. (2001): Binge Drinking and the American College Student: What's five drinks? *Psychology of Addictive Behaviors*, č. 15, s. 287–291.

WEI, H., DERSON, Y., SHUIYUAN, X., LINGJIANG, L. (2001): China. In: DEMERS, A., ROOM, R., BOURGAULT, C. *Surveys of drinking patterns and problems in developing countries*. Geneva: World Health Organization, s. 115–130.

WILCOX, G. B., KANG, E. Y., CHILEK, L. A. (2015): Beer, wine or spirits? Advertising's impact on four decades of category sales. *International Journal of Advertising*, č. 34, s. 641–657.

WILSNACK, R. W., WILSNACK, S. C., KRISTJANSON, A. F., VOGELTANZ-HOLM, N. D., GMEL, G. (2009): Gender and alcohol consumption: patterns from the multinational GENACIS project. *Addiction*, č. 104, s. 1487–500.

WILSNACK, S. C., WILSNACK, R. W. (2002): International gender and alcohol research: Recent findings and future directions. *Alcohol Research and Health*, č. 26, s. 245–250.

WORLD HEALTH ORGANIZATION REGIONAL OFFICE FOR EUROPE (2009): *Evidence for the Effectiveness and Cost-Effectiveness of Interventions to Reduce Alcohol-Related Harm*. Copenhagen: World Health Organization Regional Office for Europe, 134 s.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (2004): *Global Status Report on Alcohol*. Geneva: World Health Organization, 94 s.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (2010): *Global strategy to reduce the harmful use of alcohol*. Geneva: World Health Organization, 44 s.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (2018): *Global status report on alcohol and health*. Geneva: World Health Organization, 472 s.

ZIMA, T. (2006): (2006): Metabolismus alkoholu a jeho důsledky pro poškození organismu. *Adiktologie*, č. 6, s. 152–161.

## 9.2 Datové a internetové zdroje

ArcGIS Desktop (2019): *Kernel Density* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://desktop.arcgis.com>

Český statistický úřad (2018): *Spotřeba alkoholických nápojů na 1 obyvatele v České republice* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz>

Český statistický úřad (2019): *Počet obyvatel v obcích - k 1.1.2019* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz>

OECD (2019): *Alcohol consumption* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://data.oecd.org>

Statistics Estonia (2019): *Population of Tartu city as a settlement unit* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.stat.ee>

WHO (2018): *Recorded alcohol per capita consumption, from 2010* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <http://apps.who.int>

ITBIZ (2011): *HORECA* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.itbiz.cz>

Statistiline ülevaade (2017): Tartu [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.tartu.ee>

# 10 PŘÍLOHY

## Příloha 1: Struktura internetového dotazníku pro město Olomouc

### Konzumace alkoholu v Olomouci

Drazí respondenti,

Ráda bych vás požádala o vyplnění následujícího dotazníku, jehož cílem je zjistit zvyklosti konzumace alkoholu v Olomouci. Výsledky šetření budou důležitou součástí diplomové práce zabývající se srovnáním měst Olomouc a Tartu (Estonsko) z hlediska spotřeby alkoholu a faktorů, které míru spotřeby ovlivňují.

Dotazník je zcela anonymní a jeho vyplnění zabere 10-15 minut. Prosím odpovídejte pravdivě a co možná nejpřesněji.

**Děkuji!**

1

**Konzumujete alkoholické nápoje?**

Ano

Ne

2

**Jak často konzumujete alkoholické nápoje?**

jednou měsíčně či méně

několikrát měsíčně

jednou týdně

několikrát týdně

téměř denně

3

**Jak často konzumujete 5 a více alkoholických nápojů při jedné příležitosti?**

jednou měsíčně či méně

několikrát měsíčně

jednou týdně

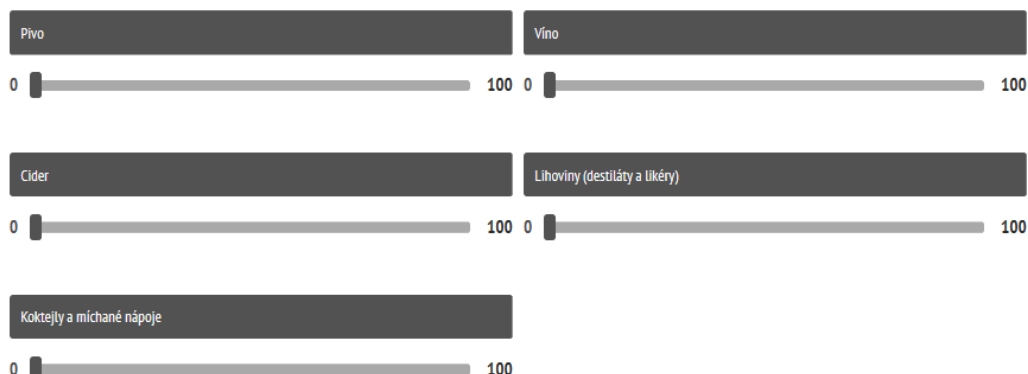
několikrát týdně

téměř denně

4

### Jak často konzumujete následující alkoholické nápoje?

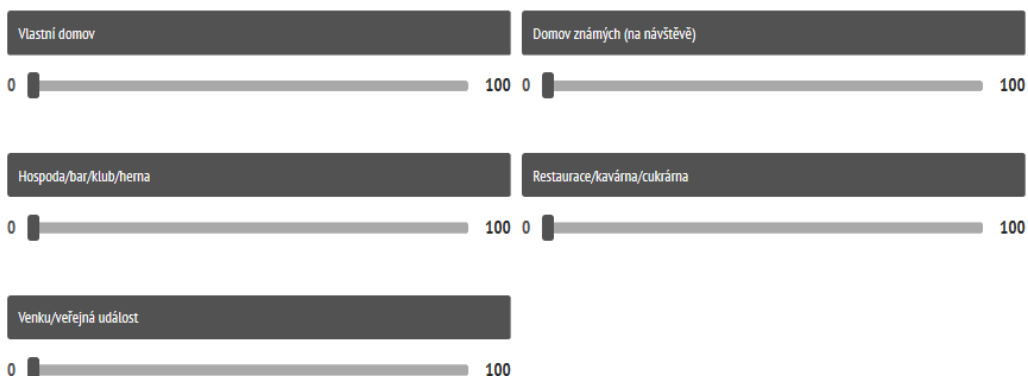
Rozdělte **100** %



5

### Jak často konzumujete alkoholické nápoje na následujících místech?

Rozdělte **100** %



6

### Kolik Kč za měsíc v průměru utratíte za alkoholické nápoje zakoupené v "on-sales" prodejnách

"On-sales" prodejny jsou místa, kde zakoupený alkohol rovněž konzumujete, jako například bary, hospody, restaurace, noční kluby atd.

- méně než 500 Kč
- 501 až 1000 Kč
- 1001 až 2500 Kč
- 2501 až 5000 Kč
- více než 5000 Kč

7

### Kolik Kč za měsíc v průměru utratíte za alkoholické nápoje zakoupené v "off-sales" prodejnách

*"Off-sales" prodejny jsou místa, kde alkohol zakoupíte, ale konzumujete ho na jiných místech, jako například supermarket, večerky atd.*

- méně než 500 Kč
- 501 až 1000 Kč
- 1001 až 2500 Kč
- 2501 až 5000 Kč
- více než 5000 Kč

8

### Jaká kritéria jsou pro vás důležitá při výběru místa konzumace alkoholu u "on-sales" prodejen? Prosím seřadte následující kritéria podle důležitosti.

*"On-sales" prodejny jsou místa, kde zakoupený alkohol rovněž konzumujete, jako například bary, hospody, restaurace, noční kluby atd.*

1. Lokalita (vzdálenost od místa bydliště)
2. Cena alkoholických nápojů
3. Atmosféra/vybavení/prostředí (kulečnick, jukebox)
4. Zvyk (chodíte do určitého podniku ze zvyku)
5. Prosím umístěte toto políčko jako poslední (jako ověření vyplnění)
6. Nabídka (nápojů nebo jídla)
7. Přítomnost přátel a známých
8. Čistota
9. Příjemná obsluha

9

### Jaká je přibližná docházková vzdálenost od místa Vašeho bydliště k nejbližší prodejně alkoholu (on-sales i off-sales prodejny)?

- Méně než 10 minut
- 11 až 30 minut
- Více než 31 minut



10

### Jaky je váš názor na následující tvrzení?

Zcela souhlasím

Souhlasím

Ani souhlasím, ani  
nesouhlasím

Nesouhlasím

Zcela nesouhlasím

Alkohol v Olomouci je snadno dostupný.

Alkohol v okolí (městské části) vašeho bydliště je snadno dostupný.

Dobrá dostupnost alkoholu přispívá k jeho vyšší konzumaci

V místech, kde je alkohol snadno dostupný vzniká více problémů s ním spojených (např. násilná přepadení, domácí násilí, řízení pod vlivem atd.)

11

### Jaké je vaše pohlaví

Muž

Žena

12

### Jaký je váš věk?

Méně než 18 let

18–24 let

25–34 let

35–44 let

45–54 let

55–64 let

65 let a více

13

### Váš statut je:

Zaměstnaný/OSVČ

Nezaměstnaný

Student

Pracující student

Senior

Prosím vyberte možnost, která odpovídá vašemu vztahu vůči Olomouci.

- Obyvatel města
- Dlouhodobý návštěvník (student atd.)
- Krátkodobý návštěvník (turista)
- Dlouhodobý návštěvník ze zahraničí (student atd.)
- Krátkodobý návštěvník ze zahraničí (turista)

V jaké městské části bydlíte?

- |   |                                       |  |
|---|---------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> Černovír a Klášterní Hradisko | <input type="radio"/> Droždín         | <input type="radio"/> Hejčín                   |
| <input type="radio"/> Holice                        | <input type="radio"/> Chomoutov       | <input type="radio"/> Chválkovice              |
| <input type="radio"/> Lazce                         | <input type="radio"/> Lošov           | <input type="radio"/> Nedvězí                  |
| <input type="radio"/> Nemilany                      | <input type="radio"/> Tabulový Vrch   | <input type="radio"/> Neředín                  |
| <input type="radio"/> Nová Ulice                    | <input type="radio"/> Nové Hodolany   | <input type="radio"/> Nové Sady                |
| <input type="radio"/> Nový Svět                     | <input type="radio"/> Olomouc - střed | <input type="radio"/> Olomouc - západ          |
| <input type="radio"/> Pavlovičky                    | <input type="radio"/> Povel           | <input type="radio"/> Radíkov                  |
| <input type="radio"/> Řepčín                        | <input type="radio"/> Slavonín        | <input type="radio"/> Staré Hodolany a Bělidla |
| <input type="radio"/> Svatý Kopeček                 | <input type="radio"/> Topolany        | <input type="radio"/> Týneček                  |
| <input type="radio"/> N/A                           |                                       |  |

## Alcohol consumption in Tartu, Estonia

Dear respondents,

The purpose of this questionnaire is to find out the reality of alcohol consumption in the city of Tartu. The results will be important part of my thesis that compare two cities (Tartu, Estonia and Olomouc, Czech Republic). The aim of this thesis is to find aspects influencing alcohol consumption.

The survey is anonymous, so please answer as truthfully and accurately as possible.

Thank you!

1

Do you drink alcoholic beverages?

- Yes
- No

2

How often do you have a drink containing alcohol?

- Once a month or less
- Few times a month
- Once a week
- Few times a week
- Almost daily

3

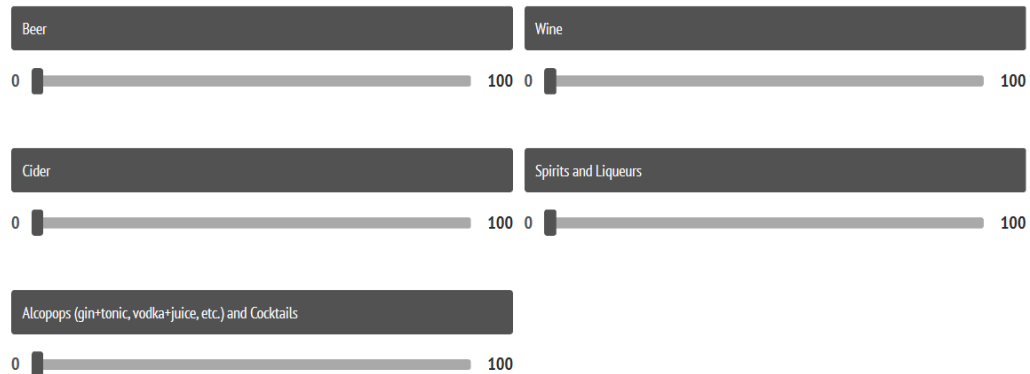
How often do you have 5 or more alcoholic drinks on one occasion?

- Once a month or less
- Few times a month
- Once a week
- Few times a week
- Almost daily

4

### How often do you consume the following alcoholic beverages?

Assign **100** %



5

### How often do you consume alcoholic beverages on the following places?

Assign **100** %



6

### On average, how much money do you spend each month on alcohol at on-sales?

*On-sales are places where you can buy alcohol but must drink it on the premises, such as bar, pub, restaurant, club, etc.*

- 20€ or less
- 21€ to 50€
- 51€ to 100€
- 101€ to 200€
- 201€ or more

7



### On average, how much money do you spend each month on alcohol at off-sales?

*Off-sales are places where you can buy alcohol and take it away with you, such as a bottle store, supermarket etc.*

- 20€ or less
- 21€ to 50€
- 51€ to 100€
- 101€ to 200€
- 201€ or more

8



### What are the important criteria for you to come back to on-sales? Please align following criteria according to importance.

*On-sales are places where you can buy alcohol but must drink it on the premises, such as bar, pub, restaurant, club, etc.*

- 1. The location (if close to your place)
- 2. Price of alcoholic beverages
- 3. The atmosphere/facilities/equipment
- 4. Habit of going there
- 5. Place this box last (as a confirmation of completion)
- 6. Drinks or food offer
- 7. The presence of my friends/colleagues/family
- 8. Cleanliness
- 9. The friendliness of staff

9



### What is the approximate walking distance from your home to the nearest alcohol store (including both on-sales and off-sales)?

- Less than 10 minutes
- 10 to 30 minutes
- More than 30 minutes

10

What is your opinion on the following statements?

	Strongly Agree	Agree	Neither Agree or Disagree	Disagree	Strongly Disagree
Alcohol in Tartu is easily available at both off and on-sales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alcohol in the neighbourhood you live in is easily available at both off and on-sales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
When it is easier to buy alcohol, people will drink more.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Areas where it is easier to buy alcohol have more alcohol related issues.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11

What is your gender?

- Male
- Female

12

How old are you?

- Below 18
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 or more

13

Please select an option that applies to you in connection with Tartu.

- Resident of the city
- Short-term international visitor (tourists ect.)
- Long-term international visitor (international students ect.)
- Long-term domestic visitor
- Shor-term domestic visitor

14



Please select an option that applies to you.

- Employed
- Unemployed
- Student
- Working student
- Pensioner

15



In which neighbourhood of the city do you live in?

- Annelinn
- Ihaste
- Jaamamõisa
- Karlova
- Kesklinn
- Maarjamõisa
- Raadi-Kruusamäe
- Ropka
- Ropka industrial district
- Rännilinn
- Supilinn
- Tammelinn
- Tähtvere
- Vaksali
- Variku
- Veeriku
- Ülejõe
- N/A