

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie

Bc. Vanda LEŽÁKOVÁ

**Specifické potravinové pouště se zaměřením na potraviny pro
speciální diety (případová studie Ostrava)**

Diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Jindřich Frajer, Ph.D.

Olomouc 2023

Bibliografický záznam

Autor (osobní číslo): Bc. Vanda Ležáková (R200514)

Studijní program: N0532A330021 Geografie a regionální rozvoj

Název práce: Specifické potravinové pouště se zaměřením na potraviny pro speciální diety (případová studie Ostrava)

Title of thesis: Specific food deserts focusing on foods for special diets (Ostrava case study)

Vedoucí práce: Mgr. Jindřich Frajer, Ph.D.

Rozsah práce: 83

Abstrakt: Tato diplomová práce se zaměřuje na výzkum přítomnosti potravinové pouště pro speciální diety na území Ostrava-jih. Ze speciálních diet padlo zaměření na dietu bezlepkovou, bezlaktózovou a diabetickou. Hlavním cílem bylo potvrdit či vyvrátit tvrzení, že by se zde poušť takového typu mohla vyskytovat. Práce k tomu použila metody práce s literaturou, dotazníkové šetření, průzkum inventáře potravin v jednotlivých řetězcích s potravinami a v individuálních prodejnách, rozhovor s manažery/majiteli obchodů s potravinami a mapové výstupy. První část práce se věnuje teorii, kdy popisuje základní pojmy a seznamuje čtenáře s kontextem potravinových pouští v jiných oblastech světa, to za pomoci již existující literatury a výzkumů. Druhá část se zaměřuje na výzkum situace ve zvoleném území jižní Ostravy analýzou dat z ČSÚ v GISu. Závěrem práce je potvrzení přítomnosti definovaného problému v některých částech zájmového území.

Klíčová slova: potravinová poušť, speciální dieta, maloobchod, průzkum potravin, případová studie, GIS, Ostrava

Abstract:

This diploma thesis is focused on research of the presence of a food desert for special diets in Ostrava-south. From special diets, the focus fell on gluten-free, lactose-free and diabetic diets. The main goal was to confirm or deny the claim that a desert of this type could exist here. For this, the work used the methods of working with the literature, questionnaire survey, survey of food inventory in individual chains and in individual stores with food, interview with managers/owners of food stores and map outputs. The first part of the work is devoted to the theory, where it describes basic terms and introduces the reader to the context of food deserts in other regions of the world, with the help of already existing literature and research. The second part focuses on researching the situation in the selected area of southern Ostrava by analysing data from the CZSO in GIS. The conclusion of the work is the confirmation of the presence of a defined problem in some parts of the area of interest.

Key words:

food desert, special diet, retail, food research, case study, GIS, Ostrava

Tímto prohlašuji, že zadanou diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pod vedením Mgr. Jindřicha Frajera, Ph.D. a veškerou použitou literaturu a další zdroje jsem řádně uvedla a odcitovala v seznamu použité literatury.

V Olomouci dne

.....
Bc. Vanda Ležáková

Ráda bych tímto poděkovala panu Mgr. Jindřichu Frajerovi, Ph.D. za odbornou pomoc, konzultace a rady, které mi v průběhu psaní této práce udělil. Děkuji za ochotu a vstřícnost při vedení této diplomové práce. Rovněž bych chtěla poděkovat respondentům, kteří se na výzkumu podíleli svou účastí v dotazníkovém šetření.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Vanda LEŽÁKOVÁ**
Osobní číslo: **R200514**
Studijní program: **N0532A330021 Geografie a regionální rozvoj**
Studijní obor: **Geografie a regionální rozvoj**
Téma práce: **Specifické potravinové pouště se zaměřením na potraviny pro speciální diety (případová studie Ostrava)**
Zadávající katedra: **Katedra geografie**

Zásady pro vypracování

Práce se bude zabývat problematikou dostupnosti potravin určených pro speciální diety na území vybraného města v kontextu konceptu potravinových pouští. V rámci řešení tématu se předpokládá intenzivní rešeršní činnost (koncept food deserts, jeho aplikace na danou problematiku, metody výzkumu) a výzkum v terénu (obchody s potravinami) a zároveň dotazníkové šetření či rozhovory mezi aktéry dané problematiky (obchodníky, spotřebiteli).

Rozsah pracovní zprávy: **20 000 – 24 000 slov**
Rozsah grafických prací: **Podle potřeb zadání**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

Hendrickson, D., Smith, Ch., Eikenberry, N. (2006): Fruit and vegetable access in four low-income food deserts communities in Minnesota. *Agriculture and Human Values* volume 23, 371–383
Kotala, D., Bilková, K., Kunc, J., Tonev, P. (2017): Omezené možnosti nakupování (nejen) v centru Brna? Identifikace potravinových pouští. In Křížan, F., Bilková, K., Barlík, P. *Maloobchod a špecifiká časovo-priestorového správania spotrebiteľov*. 1. vydání. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2017. s. 197-228.
Křížan, F., Danielová, K. (2008): Potravinové púšte' definované na základe merania dostupnosti – prípadová štúdia mesta Bratislava. *Urbanismus a územní rozvoj*, 3, 26-30
Wrigley, N. (2002): Food Deserts in British cities: Policy Context and Research Priorities. *Urban Studies*, 39(11), 2029–2040.
Wu, Q., Saitone, T. L., Sexton, R. J. (2017): Food Access, Food Deserts, and the Women, Infants, and Children Program. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 42(3),310-328

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Jindřich Frajer, Ph.D.**
Katedra geografie

Datum zadání diplomové práce: 25. ledna 2021
Termín odevzdání diplomové práce: 10. dubna 2022

L.S.

doc. RNDr. Martin Kubala, Ph.D.
děkan

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

V Olomouci dne 25. ledna 2021

Obsah

1 Úvod.....	9
2 Cíle.....	10
2.1 Hlavní cíl.....	10
2.2 Dílčí cíle.....	10
3 Metody.....	11
3.1 Práce s literaturou.....	11
3.2 Dotazníkové šetření.....	11
3.3 Sestavení inventáře potravin.....	13
3.4 Rozhovory s majiteli/ manažery obchodů.....	14
3.5 Mapový výstup.....	16
4 Teoretická východiska (řešerše).....	19
4.1 Charakteristika klíčových pojmů, základní teoretické ukotvení.....	19
4.1.1 Potravinová poušť.....	19
4.1.2 Tranzitní poušť.....	20
4.1.3 Potravinová oáza.....	20
4.1.4 Dieta.....	21
4.1.5 Bezlepková dieta.....	21
4.1.6 Bezlaktózová dieta.....	21
4.1.7 Diabetická dieta.....	22
4.1.8 Maloobchod.....	22
4.1.9 Maloobchodní síť.....	22
4.2 Charakteristika zvoleného zájmového území.....	22
4.3 Přehled literatury k tématice.....	24
4.3.1 Rozdílná vnímání potravinové pouště.....	24
4.3.2 Zdravotní hledisko.....	26
4.3.3 Kriminalita v pouštích.....	30
4.3.4 Boj proti potravinové poušti.....	31
4.3.5 Blíže k ČR- publikace našich sousedů.....	31
4.3.6 Farmářské trhy.....	32
4.3.7 Shrnutí tématu potravinové pouště.....	34
4.3.8 Potravinové pouště pro speciální diety.....	34
5 Výsledky.....	35
5.1 Dotazníkové šetření.....	35
5.2 Sestavení inventáře potravin.....	42
5.2.1 Albert.....	42
5.2.2 Billa.....	46
5.2.3 Hruška.....	48
5.2.4 Kaufland.....	50
5.2.5 Lidl.....	52
5.2.6 Penny Market.....	54
5.2.7 Obchody typu večerka.....	56
5.2.8 Obchody se zdravou výživou.....	58
5.2.9. Závěrečné porovnání obchodů.....	61
5.3 Rozhovory s majiteli/ manažery obchodů.....	62
5.4 Mapový výstup.....	62
5.2.1 Vymezení zájmového území a lokalizace obchodů s potravinami.....	62

5.2.2 Informace o obyvatelích oblasti a stanovení hranice potravinové pouště pro speciální diety.....	63
5.2.3 Výsledky analýzy dat.....	64
6 Diskuze.....	67
6.1 Vnímání potravinové pouště.....	67
6.2 Interpretace výsledků práce.....	67
6.3 „Konfrontace“ s literaturou z teoretické části práce.....	68
6.4 Možná řešení situace.....	70
7 Závěr.....	72
Summary.....	73
Seznam použitých zdrojů.....	74
Seznam obrázků.....	79
Seznam tabulek.....	80
Seznam zkratek.....	81

1 Úvod

Momentálně se nacházíme v době, kdy má řada lidí okolo nás nějaké stravovací problémy. Ať už se jedná o lidi, kteří jsou pouze náchylní na některý typ potravin, a z toho důvodu se jim rozhodli vyhýbat- aby si nezpůsobili zbytečné potíže nebo lidi, kteří jsou skutečně alergičtí a požití daného alergenu jim způsobuje nepřiměřenou reakci organismu spojenou s řadou různých nepříjemností.

Právě proto, že počet těchto lidí stále roste, by dostupnost potravin pro speciální diety v obchodech neměla být malá a je potřeba ji hlídat. Diplomová práce se na ni zaměří, prozkoumáním zvoleného území přispěje ke zmapování situace a při eventuálním vyvstání problému, bude poskytovat vhled do situace pro usnadnění hledání řešení.

Inspirací pro volbu takového téma byly potravinové pouště v tradičnějším pojetí. Ty, které známe zejména z Ameriky, kde je dostupnost potravin na jejich území už otázkou nedostatečné možnosti obstarat si jídlo, zdroje zde zkrátka nejsou k dispozici (Lang a Rayner 2002). Problém je spjatý s absencí prodejem s potravinami nebo s jejich neadekvátně vysokými cenami či s nedostupností především těch zdravých potravin. V České republice je tento problém minimální, a proto byl pohled na potravinovou poušť pro účely této kvalifikační práce modifikován. Pro tento výzkum se zaměří na potraviny pro speciální diety, z nichž byly vybrány tři, a sice bezlepková, bezlaktózová a diabetická. Práce nebude zkoumat dostupnost potravin obecně, ale dostupnost potravin, které jsou cíleně zbaveny lepku, laktózy a cukru.

Motivací pro volbu práce takového rázu mně osobně byl zájem o jídlo a prostor obecně. Jídlo nevnímám pouze jako základní lidskou potřebu k přežití, ráda se o něm dozvím něco navíc, zajímá mě také kvalita potravin a výživy. Sama jsem delší dobu hledala vhodný stravovací styl a návyk a potýkala se se zažívacími problémy spojenými právě s nevhodně zvolenou stravou. Zvolené území mi bylo dalším bonusem, protože se jedná o oblast, ze které pocházím. A v neposlední řadě- jako každá práce je i tato pro mne výzvou.

2 Cíle

2.1 Hlavní cíl

Cílem této kvalifikační práce je prozkoumat dostupnost potravin pro speciální diety ve zvoleném území- na jihu Ostravy. Klíčovým zjištěním bude, zda-li se prokázala existence potravinové pouště, co se týče dostupnosti potravin pro speciální diety či nikoliv.

2.2 Dílčí cíle

Mimo hlavní cíl byly stanoveny ještě dva podcíle:

1) Jsou produkty pro všechny tři zkoumané speciální diety dostupné ve všech řetězcích s potravinami a individuálních prodejnách typu večerka a zdravá výživa nacházejících se ve zvoleném zájmovém území?

2) Jak blízko se v průměru nachází nejbližší obchod s potravinami, kde obyvatelé základních sídelních jednotek zájmového území seženou vše potřebné pro svou speciální dietu? Musí se za jídlem lidé přepravovat například na kole, koloběžce, městskou hromadnou dopravou, automobilem nebo se nachází v docházkové vzdálenosti (pozn. stanovena délka 0,5 km)?

3 Metody

3.1 Práce s literaturou

Základní metodou pro seznámení se s problematikou potravinových pouští v tradičním pojetí byla rešerše literatury, procházení internetových článků a výzkumů orientujících se v této oblasti, i když třeba v úplně jiném zájmovém území, například ve Spojených státech amerických, ve Spojeném království či v Africe aj. Rešerše literatury byla základním krokem k tomu, správně pochopit potravinovou poušť a dále ji interpretovat.

V teoretické části práce jsou probrány základní pojmy pro získání kontextu a také to, kdo už se tématem zabíral, rozebrána základní literatura a internetové zdroje. V kapitole 6 Diskuze jsou pak tyto zdroje postaveny před výsledky zjištěné během výzkumu.

3.2 Dotazníkové šetření

Pro účely práce bylo důležité nahlédnout také do reakcí spotřebitelů zboží, pro zjištění potřebných dat ohledně vnímání rizika potravinové pouště pro speciální diety ve vymezeném území byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Nejprve byla zkoumána různá diskuzní fóra a zájmové skupiny a následně proběhla tvorba dotazníku.

Ten byl vytvořen pomocí webové stránky survio.com a dále distribuován mezi lidi stravující se minimálně jednou ze zkoumaných speciálních diet (bezlepková, bezlaktózová, diabetická). Dotazovaní museli rovněž bydlet ve zvoleném území- na jihu Ostravy. Dotazníkové šetření probíhalo po dobu jednoho měsíce a cílem bylo získat alespoň 100 vzorků, takový počet se zdál být dostatečně velký, aby z něj šly vyvodit relevantní výsledky. Pro sdílení bylo využito osobních vztahů a sociálních sítí, pomocí kterých bylo možné dotazník sdílet na různých skupinách, kde je koncentrována potřebná komunita lidí.

V dotazníku byly položeny následující základní otázky na respondenta:

- pohlaví,
- věková skupina,
- bydliště (konkrétní základní sídelní jednotka Ostravy-jih),
- dieta, kterou je respondent „omezen“,
- doba stravování se příslušnou speciální dietou.

Cílem takto postaveného dotazníku bylo zjistit, jaké stravovací omezení trápí vzorek lidí nejvíce, v jaké věkové kategorii a jestli se jedná spíše o ženy či muže, jak dlouho se v průměru stravují svou speciální dietou a z jaké části Ostravy-jih převážně pochází.

Následovaly otázky rozšiřující a specifitější, zaměřené na řetězce s potravinami:

- který řetězec či individuální prodejnu vnímá respondent jako ten, kde sežene vše potřebné pro svou speciální dietu,
- který řetězec či individuální prodejnu pro svůj nákup preferuje a proč,
- který řetězec či individuální prodejnu však navštěvuje nejčastěji a proč,
- který řetězec či individuální prodejnu vnímá jako cenově nejdostupnější,
- jako daleko je od jeho místa bydliště vzdálený nejbližší řetězec či individuální prodejna, kde sežene sortiment své speciální diety,
- jestli vůbec a případně jak často respondent nakupuje na farmářském trhu,
- jestli respondent nakupuje potraviny také přes internet.

Další otázky ohledně řetězců s potravinami směřovaly ke zjištění obchodu, který je nejčastěji navštěvovaný, nejvíce oblíbený, vnímaný jakožto nejlevnější a vnímaný jako nejlépe vybavený, lépe řečeno vnímaný jako obchod, kde respondenti seženou vše potřebné pro svou speciální dietu.

Nakonec nezařaditelné otázky:

- kolik osob žije v respondentově domácnosti,
- kolik osob v respondentově domácnosti se stravuje speciální dietou,
- jaký typ transportu preferuje pro nákup potravin,

- kolik rámcově utratí peněz za potraviny pro svou speciální dietu.

Závěr dotazníku směřoval ke zjištění doplňujících informací ohledně transportu potravin do domácnosti či ohledně finanční stránky věci.

3.3 Sestavení inventáře potravin

Tento průzkum probíhal ve zvoleném území zhruba po dobu dvou měsíců a zaměřil se na dostupnost potravin pro speciální diety v jednotlivých obchodech s potravinami. Důležité bylo zjistit, jestli jsou zde potraviny vůbec k zakoupení, dále v jakém rozsahu. Zároveň bylo cílem prokázat, zda-li se v daném řetězci či individuální prodejně dá najít zboží pro všechny diety nebo pouze pro některé z nich, protože kde je zboží bezlepkové, tam nemusí být nutně i to bezlaktózové apod.

Cílem bylo zkrátka zjistit plusy a mínusy obchodů. Je nutné zmínit také to, že se průzkum zaměřoval pouze na potraviny cíleně bezlepkové, bezlaktózové či diabetické, nikoliv na ty, které jsou takové přirozeně jako je například ovoce, zelenina aj.

Dalším cílem bylo zjistit, jak jednotlivé obchody organizují své produkty, jestli jsou uloženy v oddělených regálech, lehce vyhledatelné a přehledně uložené samostatně nebo se na prodejně vyskytují mezi ostatním zbožím, což může být pro spotřebitele těžší na zorientování se.

Některý ze řetězců se v zájmovém území vyskytuje pouze jednou, některý je zastoupen vícekrát. U večerek a prodejen zdravé výživy se vždy jedná o jednu individuální prodejnu, nikoliv o řetězec. Nicméně v rámci výzkumu bylo stěžejní získat tyto informace:

- V jakém množství se v zájmovém území vyskytuje daný řetězec s potravinami či individuální prodejna (v tomto případě kolikrát byla prozkoumána)?
- Nabízí vybraný řetězec s potravinami či individuální prodejna sortiment pro bezlepkovou dietu? V jakém množství?
- Nabízí vybraný řetězec s potravinami či individuální prodejna sortiment pro bezlaktózovou dietu? V jakém množství?

- Nabízí vybraný řetězec s potravinami či individuální prodejna sortiment pro diabetickou dietu? V jakém množství?
- Má vybraný řetězec s potravinami či individuální prodejna také svou privátní značku, která nabízí také sortiment pro speciální diety a případně pro které?
- Mají v rámci prodejen potraviny pro speciální diety svůj samostatný regál nebo jsou umístěny mezi ostatním zbožím?
- Pokud mají potraviny svůj samostatný regál, tak kde bývá většinou umístěný? Zdají se být potraviny dobře viditelné v rámci prodejny nebo spíše vyplňují slepá místa?

3.4 Rozhovory s majiteli/ manažery obchodů

Pro úplný kontext je dobré vidět i pohled druhé strany, pohled toho, kdo obchod s potravinami vede nebo jej přímo vlastní. Rozhovory s těmito lidmi měly umožnit získat informace o prodeji potravin pro speciální diety, o jejich odbytě. Dále mělo dojít ke zjištění, jak velké mají skladové zásoby, jestli jsou reálně schopni vše prodat, než uplyne doba trvanlivosti, obecně jak velký je o sortiment toho typu zájem a jestli plánují jeho rozšíření.

Je třeba brát v potaz poptávku po zboží a tomu pak uzpůsobit nabídku, aby nedocházelo ke ztrátovosti prodejny. Nelze generalizovat, jak vysoká má být poptávka, jak vysoký musí být zisk, aby se obchodům nabídka takového zboží vyplatila, respektive, aby zboží drželi i nadále na svých pultech. Každý řetězec má jinou politiku, volí jinou strategii a má dost pravděpodobně jiné konzumenty a s tím i očekávání prodeje. Obchody s potravinami patří mezi jedny z základních prodejen v maloobchodní síti, jsou základní občanskou vybaveností. U těchto prodejen se očekává skutečně vysoká návštěvnost. Osoby zodpovědné za chod prodejen tak musí při nabídce zboží pro speciální diety vzít v úvahu několik faktorů, a sice lokalitu prodejny a její spádovost, strukturu obyvatelstva v dané oblasti, hustotu obyvatelstva v dané oblasti, kapacitu prodejny, poptávku po daném zboží aj.

Je rozdíl nabízet potraviny pro speciální diety v centru hustě zalidněné základní sídelní jednotky, kde se koncentruje spousta lidí vs. na okraji ZSJ, kde hustota zalidnění prudce klesá. Je rozdíl nabízet bezlepkové pečivo v oblasti, o které například víme, že se zde koncentruje spíše obyvatelstvo předproduktivního a produktivního věku, které má poněkud větší zájem o tento sortiment vs. že se zde koncentruje spíše obyvatelstvo poproduktivního věku, které většinou nedbá

na tyto řekněme „vymoženosti“. Dále je rozdíl, jestli chceme nabízet zboží bez laktózy v oblasti sociálně slabšího obyvatelstva, kde lze očekávat, že odbyt nebude takový nebo v oblasti, kde se výrazně koncentruje ekonomicky silnější obyvatelstvo.

Zároveň musí obchod myslet na svou kapacitu, jestli se jedná o malou prodejnu typu večerka, tak je nepravděpodobné, že zde umístí celý regál dia sortimentu, aby si nakupující mohli přehledně vybrat. Pravděpodobnější je, že bude výběr buď nulový nebo například o dvou/třech druhích z dané potravin. Stejně tak bude muset prodejce zvážit, kam ve své prodejně zboží umístí, aby nebral pozornost produktům s větším potenciálem prodeje.

Za účelem zjistit informace o situaci s potravinami pro speciální diety na pultech obchodů byly sepsány následující otázky. Respondenti byli osloveni prvně telefonicky, pro možnost získat co možná nejlepší kontakt na nejkompetentnější osobu v této oblasti. Všichni však odkázali na svůj informační email, kam byly následně otázky přeposlány.

Otázky na řetězce s potravinami:

- **Lokalita**
 - Jak vnímáte lokalitu svého obchodu co se odbytu potravin pro speciální diety týče?
 - Myslíte si, že na území jiné základní sídelní jednotky by byl o potraviny pro speciální diety větší zájem?
 - Pokud ano, existují nějaká taková prokazatelná data?
- **Produkt**
 - Jak velký je odbyt potravin pro speciální diety (bezlepkové zboží/ bezlaktózové zboží/ diabetické zboží) za určité období například za jeden měsíc, kolik se prodá produktů, případně za jaké částky?
 - Probíhají například meziročně nějaké analýzy a statistiky těchto typů produktů?
 - Která speciální dieta dominuje, co se odbytu zboží týče? Má kvůli tomu také lepší postavení na prodejně?
- **Finance/ cenová politika**
 - Máte v rámci poboček Vašeho řetězce stanovené jednotné „regálovné“ nebo je podle něčeho uzpůsobeno? Jak to funguje, platí se měsíčně či ročně?

- Jak je stanovena cenová politika? Máte také možnost do ní zasahovat nebo se jedná primárně o rozhodnutí výrobce, jakou cenu si za produkt řekne?
 - Mění se ceny produktů pro speciální diety také napříč pobočkami nebo jsou v rámci Vašeho řetězce na každé prodejně stanoveny stejně?
 - Jak je to s fungováním privátních značek? Kudy jde rozhodnutí o vytvoření privátní značky, o tom, jaký produkt bude nově vyroben a přidán pod značku? Jak se stanovuje cenová politika?
- **Umístění produktu**
 - Podle čeho se rozhoduje o umístění produktu (hlavní ulička/ boční strana uličky; vrchní police/spodní police)?
 - Co vede řetězec či individuální prodejnu k rozhodnutí, že produkty pro speciální diety nebudou mít samostatně vyhrazené místo, ale budou roz distribuovány mezi ostatní?
- **Propagace**
 - Pracujete s potravinami pro speciální diety i v rámci prodejních letáků? Pokud ne, proč?
 - Jaký je v této oblasti marketing a propagace?
 - Jaké je procento zboží, které se nestihne prodat a musí se tím pádem zlevnit?

Otázky byly koncipovány tak, aby poskytly co možná největší vhled do strategií a chodu obchodů (pozn. některé z otázek nešlo aplikovat na individuální prodejny). V emailové komunikaci bylo upozorněno na to, že se počítá s tím, že odpovědi na některé z otázek by znamenaly prozrazení jakéhosi know-how, zároveň se nepředpokládalo, že otázky ohledně financí budou zodpovězeny stoprocentně transparentně.

3.5 Mapový výstup

Jako první došlo k mapovému vymezení zájmového území → Ostrava-jih. Následně byly do mapového prostředí skrze Google mapy zaznačeny požadované obchody řetězce s potravinami (Albert, Billa, Hruška, Kaufland, Lidl, Penny Market), součástí byly i vybrané individuální prodejny jako večerky (Jihona, Potraviny Beruška, Potraviny Eden, Potraviny u Kamila, Potraviny Koblížek, Potraviny u Pepíka, Potraviny Reda, Potraviny Taylor Majamka, Potraviny U Dakoty, Potraviny Viki) a obchody se zdravou výživou (Bylinky U Karin, Nutrend, U nás z farmy, Zdravá

výživa Obchody Milota s.r.o., Zdravá výživa s kavárnou DaRa). Do mapy byly tedy zaneseny ty obchody, v rámci kterých probíhalo zkoumání inventáře potravin, to znamená řetězce, večerky a obchody se zdravou výživou, které byly pasportizovány v terénu. Přesné polohy těchto objektů byly hledány skrze Google mapy.

Poté byly skrze Český statistický úřad získány informace o počtu obyvatel na adresní body v souboru SHP za Ostravu-jih za rok 2011. Bohužel nebylo možné se dostat k novějším datům, neboť výstup za rok 2021 bude dle ČSÚ vyhotoven až v červnu či červenci roku 2023.

Vrstva obchodů byla následně stažena do sešitu v Microsoft Excelu a ten byl překlopen do Geografické informačního systému ArcGIS Pro. Do programu GIS byla importována data vrstvy obchodů získaných z Google mapy, dále data z arc ČR 500 a data poskytnutá Českým statistickým úřadem.

Hranice, od které se jedná o potravinovou poušť pro speciální diety, byla stanovena jako přítomnost obchodu se zbožím pro alespoň jednu speciální dietu až nad 500m od místa bydliště. Pomocí takto nastaveného bufferu bylo spočítáno, kolik lidí bydlí v dostupnosti obchodu se zbožím pro SD do 500m. Počet lidí v bufferu do 500m byl spočítán pomocí funkce summarize within. Poté jen proběhla vizualizace vyznačeného prostoru přes klasickou symbologii.

Poměr zastoupení v rámci základních sídelních jednotek byl spočítán obdobně, akorát 500 metrový buffer byl rozdělen pomocí funkce intersect na jednotlivé ZSJ. Dále byla opět provedena analýza summarize within pro část ZSJ, kde lidé žijí do 500m od obchodu se zbožím pro speciální diety a stejně tak pro část ZSJ, kde lidé žijí dále než 500m od obchodu se zbožím pro speciální diety. Tyto dvě vrstvy s výpočtem byly spojeny pomocí funkce merge dohromady a v novém atributovém poli byl spočítán poměr lidí bydlících do 500 metrů od obchodu se zbožím pro speciální diety.

Analýzou dat prostřednictvím programu GIS na základě dat z ČSÚ, mapování obchodů a stanovením bufferu se výzkum dobral k výsledkům zmíněným v kapitole číslo 5 Výsledky.

Inspirací pro tento postup byl příklad z USA → V rámci Ministerstva zemědělství USA funguje Služba ekonomického výzkumu, která poskytuje informace z oblasti zemědělství a ekonomiky. V souvislosti s potravinovou pouští tato Služba ekonomického výzkumu rozdělila USA

do čtvercové sítě o délce strany 0,5 km. Každá mřížka má svůj střed a vzdálenost od tohoto středu k nejbližšímu obchodu s potravinami poté udává dostupnost potravin pro obyvatele té mřížky.

Tento postup byl samozřejmě aplikován na daleko rozsáhlejší prostor než jakým je jižní část Ostravy. I tak ale poskytl myšlenku, jakým způsobem uchopit zkoumání potravinové pouště u nás. Pro tuto diplomovou práci nebyla do mapy zavedena čtvercová síť, ale taktéž byla zvolena vzdálenost, která je označena jako snesitelná a pod kterou se nejedná o potravinovou poušť z hlediska dostupnosti potravin pro speciální diety.

4 Teoretická východiska (řešerše)

4.1 Charakteristika klíčových pojmů, základní teoretické ukotvení

4.1.1 Potravinová poušť

Základní pojem pro teoretické ukotvení a pochopení klíčového problému. Pojem má poněkud nejednotnou definici, laicky řečeno se jedná o oblast, kde je možnost obstarat si potraviny nedostačující. Následuje několik různorodých definicí, přičemž každá z nich přináší trochu jiný úhel pohledu na věc. V průběhu let stále roste množství publikací na toto téma a každé takové dílo poskytuje krapet jiné informace, ne že by se ve výsledku nejednalo o stejnou situaci, jen s každým autorem máme možnost nahlédnout na pojem trochu jinak. Tento fakt může být dán například věkem autora; jeho ekonomickým, kulturním či sociálním prostředím; vědním oborem, na který se zaměřuje či subjektivním pohledem na věc a jinými faktory či aspekty.

Cummins a Macintyre (2002) popsali potravinové pouště jako chudé městské oblasti, kde si obyvatelé nemohou koupit dostupné zdravé jídlo, termín se tedy používá k popisu typu a kvality živin dostupných potravin, nikoli typu, velikosti a počtu obchodů dostupných pro členy komunity.

Definice od samotného **Ministerstva zemědělství USA** říká, že jsou to oblasti s omezeným přístupem k cenově dostupným a nutričně hodnotným potravinám, obzvláště pak ty oblasti s převážně nízkopříjmovými skupinami obyvatel (USDA, ERS, 2013).

Autor **Apparicio (2008)** tvrdí, že jde o sociálně deprivované oblasti ve městech, kde lidé čelí fyzickým a ekonomickým překážkám při obstarávání zdraví prospěšných potravin.

Gregory (2009) vymezil potravinovou poušť jako geografickou oblast, ve které dostupnost zdravých a cenově dostupných potravin není příznivá co se týče nedostatku obchodů.

Podle **Langa a Raynera (2012)** jsou pouště místem, kde je málo nebo dokonce žádné konzumní jídlo, zdroje tak nejsou k dispozici.

Problém potravinové poušti je také otázkou poptávky a následné nabídky. Jestliže o určité zboží není zájem, je logické, že ho maloobchodní řetězce a individuální prodejny nebudou nabízet. Kdyby totiž zboží bylo i bez poptávky stále k dispozici, bude to pro obchod pouze finanční ztráta, především, když se jedná o čerstvé potraviny jako je ovoce, zelenina, maso aj., které mají poměrně krátkou dobu trvanlivosti. V případě setrvání na trhu i s nabídkou zboží, pro které obchod nenachází kupce, je pouze otázkou času, než se dostane do záporných čísel a svou pobočku uzavře. Tím však opětovně sníží možnosti nákupu v dané lokalitě. Zbylé obchody pak mohou chtít využít situace, kdy je jich na trhu pouze pár a navýšit tak své ceny. Takto se vytvoří tzv. začarovaný kruh- zboží k dispozici je, ale nemá odbyt kvůli své vyšší ceně nebo poloze obchodu daleko od bydlišť spotřebitelů vs. zboží k dispozici není vůbec. Vznikne tak situace, kdy nemají lidé dostupné potřebné výživné potraviny, propukne potravinová poušť z hlediska kvality i kvantity. (Maxwell, 1996)

Absence výživných a zdravých potravin se v dlouhodobějším časovém horizontu může promítnout do zdravotního stavu obyvatelstva. Nejčastější jsou problémy kardiovaskulárního charakteru.

4.1.2 Tranzitní poušť

V souvislosti s klíčový pojmem potravinové pouště nelze nezmínit také poušť tranzitní. Tou se rozumí oblast, ve které je omezeno zásobování z důvodu omezené přepravy. Infrastruktura zde není příznivá, a to se poté promítá do dostupnosti potravin i do mobility obyvatel (Coveney, O'Dwyer, 2009). Buď není dostupné zboží nebo se pro něj lidé nemohou dopravit. V nejhorší případě platí obojí.

4.1.3 Potravinová oáza

Jedná se o opak potravinové pouště, o prostorovou oblast, ve které je dostupné dostatečné množství kvalitních, zdravých, výživných i cenově dostupných potravin a lidé zde nestrádají. (Kotala, 2016)

4.1.4 Dieta

Dietou se rozumí příjem potravin a tekutin za účelem dosáhnout nějakého cíle, je to způsob výživy, který dále tvoří základ našeho stravování, a má tak značný vliv na zdraví člověka. (Beránek, 2007) Mnohdy je slovo dieta spojováno s onemocněním člověka, pak dieta vyžaduje snížený obsah určité složky v potravě. (Nevoral a kol, 2003) Takhle tomu je přesně v případě této diplomové práce.

Práce se zaměřuje na potraviny, které jsou určeny přímo pro speciální diety. Tou se stravují lidé s narušeným trávicím procesem či látkovou přeměnou. (Beránek, 2007) Mezi diety vybrané pro účely této DP patří bezlepková, bezlaktózová a diabetická dieta.



Obr. 1 Ikony na potravinách pro jednotlivá stravovací omezení (zdroj: celiak.cz)

4.1.5 Bezlepková dieta

Tato stravovací dieta spočívá ve vynechání konzumace potravin obsahující gluten, jinak řečeno lepek. Dietu musí dodržovat především lidé s alergií na lepek, celiakií nebo Duhringovou nemocí. (Frič a kol., 2008). Rozdíl mezi alergií a celiakií je takový- u alergie se jedná o nepřiměřenou reakci organismu na běžnou látku, nazývanou jako alergen, zatímco u celiakie jde o autoimunitní dědičné onemocnění zapříčiněné nesnášenlivostí bílkovin obsažených v obilném lepku. Duhringova nemoc je poté kožní forma celiakie, kterou provází svědivé puchýřky zejména v oblasti loktů, kolenou a hýždí. (Červenková, 2006) Tato onemocnění vyžadují celoživotní striktní dodržování diety a vynechání lepku.

4.1.6 Bezlaktózová dieta

Zde je největším problémem laktóza, která je přirozenou součástí všech mlék, jedná se totiž o tzv. mléčný cukr. (Fritzscheová, 2009) Principem této diety je tedy především vynechání konzumace živočišných mléčných výrobků. Míra intolerance sice může být u každého jiná, úplné vynechání mléčného cukru je však jistotou eliminace zdravotních problémů.

4.1.7 Diabetická dieta

V neposlední řadě dieta, při které lidé konzumují potraviny se sníženým obsahem cukru, a to z důvodu onemocnění poruchy metabolismu sacharidů, diabetes neboli cukrovky. (Nevoral a kol., 2003) Diabetes rozlišujeme dva druhy- hyperglykémii a hypoglykémii. Hyperglykémie znamená, že glukóza není regulovaně odbourávána. (Pánek a kol., 2002) a hypoglykémie znamená, že v krvi je nízká hladina cukru. (Svačina a kol., 2008)

4.1.8 Maloobchod

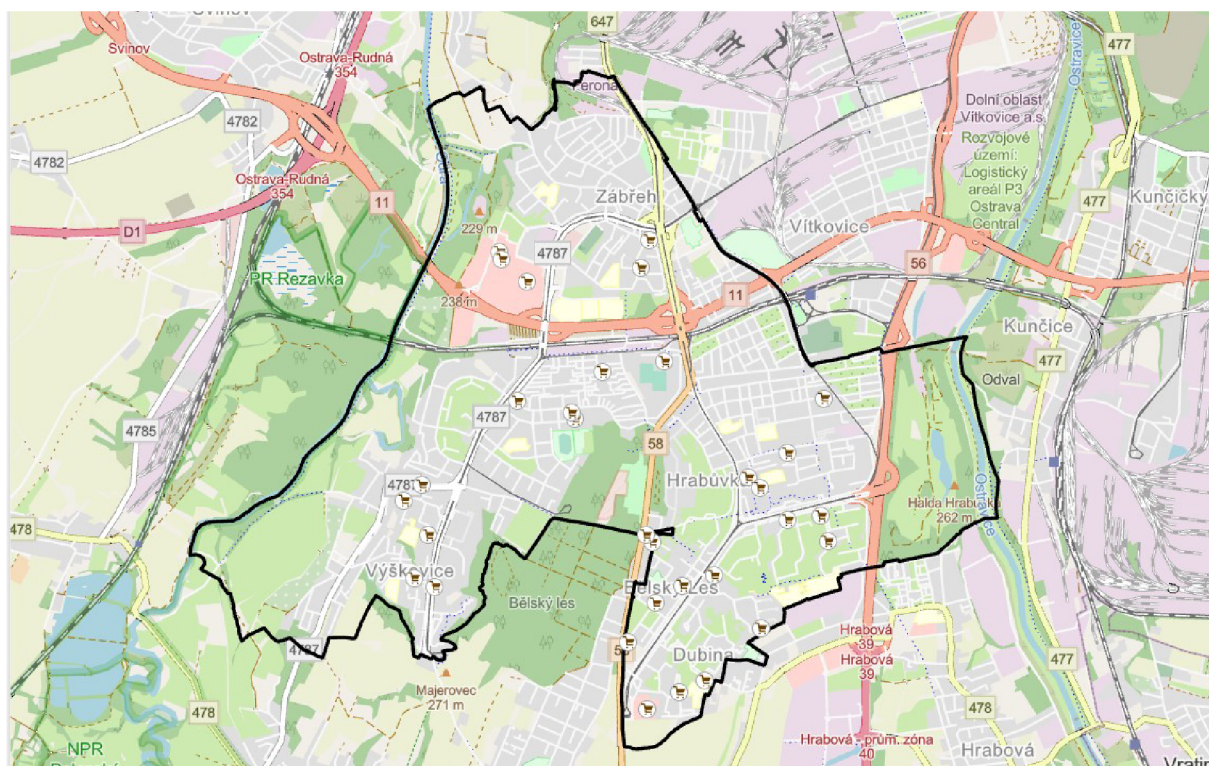
U maloobchodu se jedná o způsob prodeje, kdy maloobchodní podnik nakoupí zboží od velkoobchodu či přímo od jeho výrobce. Jím skoupené zboží poté z jeho prodejní jednotky putuje přímo ke koncovému spotřebiteli. (Pražská a kol., 2002) Jiný zdroj ještě definici obohacuje o fakt, že konečný spotřebitel má nakoupené zboží pro své osobní, neobchodní užití. (Kotler, Armstrong, 2004) Pro úspěch maloobchodní prodejní jednotky je pak nutné zvážit několik faktorů: lokalitu, ve které je obchod umístěn; vzhled či stav prodejny; zaměření prodejny; rozmanitost nabízeného zboží; cenovou politiku obchodu apod.

4.1.9 Maloobchodní síť

Je charakterizována jako soustava prodejen včetně hierarchických a regionálních vazeb. Je definována počtem prodejních jednotek a jejich kapacitou, kterou představuje jejich prodejní plocha, dále pak počtem zaměstnanců. (Hess, 2004)

4.2 Charakteristika zvoleného zájmového území

Výskyt problému potravinových pouští se zaměřením na potraviny pro speciální diety byl zkoumán v oblasti Ostrava-jih. Ke zúžení geografické oblasti pouze na jižní část krajského města došlo z důvodu, že na zvoleném území jsou zastoupeny téměř všechny maloobchodní řetězce s potravinami, které se na trhu vyskytují. K tomuto rozhodnutí došlo zcela z praktického hlediska, pro dobré porovnání toho, jak široký sortiment potravin je v jednotlivých obchodech dostupný.



Obr. 3 Zájmové území Ostrava-jih (zdroj: vlastní zpracování)

Zde je soupis obchodů s potravinami v jednotlivých základních sídelních jednotkách:

Tab. 1 Řetězce s potravinami v jednotlivých ZSJ Ostravy-jih

ZÁKLADNÍ SÍDELNÍ JEDNOTKA	OBCHODNÍ ŘETĚZEC
Bělský Les	Billa, Hruška, Lidl
Dubina	Albert, Hruška, Penny Market
Hrabůvka	Albert, Hruška, Lidl
Výškovice	Albert, Billa, Hruška
Zábřeh	Albert, Hruška, Kaufland, Lidl

Zdroj: vlastní zpracování

Dále pak individuální prodejny typu večerka a obchody se zdravou výživou:

Tab. 2 Individuální prodejny s potravinami v jednotlivých základních sídelních jednotkách Ostravy-jih

ZÁKLADNÍ SÍDELNÍ JEDNOTKA	INDIVIDUÁLNÍ PRODEJNA TYPU VEČERKA NEBO ZDRAVÁ VÝŽIVA
Bělský Les	Večerky- Jihona, Potraviny u Dakoty ZV- nejsou lokalizovány
Dubina	Večerky- Potraviny Eden, Potraviny Taylor (Majamka) ZV- nejsou lokalizovány
Hrabůvka	Večerky- Potraviny Reda, Potraviny Viki ZV- Bylinky U Karin, Zdravá výživa Obchody Milota s.r.o.
Výškovice	Večerky- Potraviny u Kamila, Potraviny i Pepíka ZV- U nás z farmy
Zábřeh	Večerky- Potraviny Beruška, Potraviny Koblížek ZV- Nutrend, Zdravá výživa s kavárnou DaRa

Zdroj: vlastní zpracování

4.3 Přehled literatury k tématice

Tématika potravinových pouští v posledních desetiletích zaznamenala boom, zajímá se o ní řada autorů, pouště lze vymezit na vícero světadílech a v různých prostředích, jejich pojetí je poměrně různorodé, mají interdisciplinární charakter a pohledů na tuto situaci je nespočet.

4.3.1 Rozdílná vnímání potravinové pouště

Většina dostupných zdrojů se zaměřuje na situaci v USA, ale jsou i takové, které se zmiňují i o problematice potravinových pouští v rámci Afriky nebo Evropy. Zdroje poskytují hned několik pohledů na pojem potravinová poušť, jeho mnohočetná možnost výkladu už byla popsána na předchozích stranách. Většina definic se nicméně točí okolo tvrzení, že jde o kombinaci nedostupnosti a nekvality z hlediska výživy a nízký rozvoj zdraví obyvatel dané oblasti. Lidé, kteří ji obývají, mají bez pochyby zhoršený přístup k výživným potravinám a obecně jsou zde potraviny v dražší cenové relaci. Pod tíhou těchto faktorů, obzvlášť přidá-li se k nim i nižší příjem, pak lidé

mění své stravovací návyky nebo nákupní chování a mohou si tak zadělat na zdravotní potíže (obezita, podvýživa, kardiovaskulární onemocnění, rakovina, hypertenze, osteoporóza aj.). (American Nutrition Association) Potravinová dieta může ovlivnit (negativně či pozitivně) zdravotní stav člověka.

Americká univerzita Tulane publikovala článek ohledně potravinových pouští, ve které vymezuje tři druhy: 1) související se schopnostmi- což znamená, že člověk má finance i chuť si potraviny pořídit, nicméně mu v tom něco fyzicky brání, například vzdálenost; 2) související s aktivy- tento případ znamená, že jsou potraviny nějakým způsobem fyzicky dostupné, ale člověk na ně nemá aktiva;/ 3) související s postoji- znamená situaci, kdy je to určitý postoj, který člověku zabrání v tom, aby nakoupil potraviny, které jsou dostupné a dokonce na ně má i finance. (Tulane University, 2018)

Časopis Sojourners vymezil potravinovou poušť v USA tak, že vzniká v případě, když jsou lidé žijící ve městě nebo příměstské oblasti od supermarketu vzdálení celou jednu míli (pozn. cca 1,6 km) a lidé žijící ve venkovských oblastech více než deset mil (pozn. cca 16 km). (Lee, 2017) Pojetí pouště je ale různé, poušť lze klasifikovat i takto: pokud nejméně sto domácností, které nemají přístup k automobilu, žije ve vzdálenosti 0,8 km od nejbližšího obchodu s potravinami, jedná se o poušť anebo pokud má domácnost přístup k automobilu, ale nejméně pět set takových domácností v dané oblasti žije ve vzdálenosti 32 km od nejbližšího obchodu s potravinami, také se jedná o poušť.

Článek Food Access, Food Deserts, and the Women, Infants, and Children Program zase tvrdí, že poušť vzniká, jestliže má více než 500 lidí svůj nejbližší obchod v okolí vzdálený dál než je jedna míle. (Wu a kol., 2017) Článek rovněž popisuje zajímavý výzkum, který zjistil, že lidé žijící v potravinové poušti za účelem ušetřit peníze raději cestují pro nákup několikanásobně dál, než by bylo nutné. Obchod s potravinami mají i mnohem blíže, chtějí ale uplatnit benefity. Otázkou je, jestli je to natolik výhodné, když vezmeme v úvahu cestu tam a zpět (+ investovaný čas). (Wu a kol., 2017)

Existují rozdíly mezi pouští, která se nachází na venkově a tou, která se nachází v městské nebo příměstské oblasti. Městská/ příměstská potravinová poušť se od té venkovské odlišuje

hustotou obyvatel v dané oblasti a vzdáleností od nejbližšího obchodu s potravinami. Mezi městskou a venkovskou oblastí je také rozdíl v přepravě potravin. Na venkově vzniká často poušť tím, že zde prvně vyroste větší supermarket, ten konkuruje menším obchodům, které přivede do záhuby. Obyvatelům pak sice zůstane supermarket s kvalitními a čerstvými potravinami, jenže ten je zase daleko vzdálený a na tyto potraviny pak oni stejně nemají finance. Bývá totiž častější, že venkovskou potravinovou poušť obývají lidé s nižším dokončeným vzděláním, což jde ruku v ruce s výší jejich příjmů. Mladší obyvatelé často oblast opustí, aby si zajistili lepší podmínky pro život a takto to jde pořád dokola. Supermarket tedy oproti menším obchodům nedokáže tak dobře sloužit potřebám dané komunity. (Tulane University, 2018)

Tato situace ale není tak úplně pravidlem, v rámci USA se můžeme setkat také s tím, že v oblasti potravinové pouště bydlí většinou lidé, kteří nemají příliš velké příjmy, je tudíž jasné, že vystavět zde nějaký velký supermarket se širokým sortimentem dost postrádá smysl (i když se to občas děje, viz. předchozí odstavec), potraviny by neměly odbyt a jejich majitelé zase zisky, navíc by pro ně bylo už tak nákladné zde netrvanlivé potraviny dovézt. Proto se zde nachází spíše menší obchody, které nejen že jsou vzdálené od místních obyvatel, ale jejich sortiment tvoří převážně trvanlivé potraviny s nízkým obsahem zdraví prospěšných látek- zpracované potraviny, sušené či konzervované výrobky apod. Čerstvá zelenina, ovoce, maso aj. produkty by totiž byly dražší, nenašly tak svého kupce, zkazily se a zisky obchodu by klesly. Distributoři tak „sází na jistotu“ a lidé si kupují i potraviny a produkty, které na jejich zdraví nemají vůbec pozitivní dopad. Na druhou stranu díky tomu může pobočka či celý řetězec stále na trhu fungovat.

4.3.2 Zdravotní hledisko

Článek 'Food Deserts' in British Cities: Policy Context and Research Priorities také pojednává o tom, že chudší lidé (v tomto případě žijící v chudých čtvrtích britských měst) si tolik nedopřejí ovoce a zeleninu, respektive vitamíny a jiné potraviny spadající do zdravé výživy, a tím spíše jsou náchylnější vůči chorobám jako je rakovina, kardiovaskulární onemocnění, cukrovka aj. (U.S. Department of Agriculture, U.S. Department of Health and Human Services, 2010) Vidíme, že se situace v potravinové poušti tolik neliší napříč kontinenty.

Britský ministr veřejného zdraví definoval potravinovou poušť jako oblast, kde je výživné jídlo nezajímavé, není o něj zájem. Obyvatelé pouště, kteří nevlastní automobil, nejsou schopni se dostat do vzdáleného supermarketu, a jsou tak odkázáni na místní menší obchody, kde jsou vysoké

ceny. Ovoce a zeleniny je zde málo, pokud vůbec nějaká je a jinak jsou dostupné potraviny složeny pouze z těch zpracovaných. Nejhorší přístup k automobilu mají právě obyvatelé takových čtvrtí, jedná se především o starší lidi, o zdravotně postižené osoby nebo o tzv. single (pozn. svobodné) rodiče. Tyto sociální skupiny lidí pak nemají příliš velkou motivaci ke zdravé stravě. (Wrigley, 2002)

Spotřeba potravin v Británii se výrazně liší podle místa bydliště, socioekonomického stavu, finanční zajištěnosti aj. (pozn. toto tvrzení by se de facto dalo vztáhnout na kteroukoliv jinou geografickou oblast). Především spotřeba produktů řazených mezi zdravou stravu (ovoce, zelenina, maso,..). Také v této oblasti platí, že domácnosti s vyšším rozpočtem si více dopřejí zdravé jídlo. Dle jednoho průzkumu mají domácnosti s vyššími příjmy dvakrát větší denní spotřebu ovoce a z týdenního rozpočtu věnují na nákup těchto potravin až 12 %, zatímco domácnosti s nižšími příjmy jen 7 % z rozpočtu. Často jsou chudší domácnosti znevýhodněny vyššími cenami produktů a také zhoršenou dostupností obchodů obecně, chudí nejsou schopni pokrýt náklady na veřejnou dopravu a už vůbec si nemohou dovolit svůj vlastní automobil. (Coveney, O'Dwyer, 2009) Nezávislé vyšetřování nerovností ve zdraví odhalilo paradox toho, že stejný produkt stojí daleko víc peněz v oblasti potravinové pouště než v potravinové oáze.

Světový fond pro výzkum rakoviny, Americký institut pro výzkum rakoviny a Britský výbor pro Lékařské aspekty potravinové a výživové politiky tvrdí, že 30 – 40 % úmrtí na rakovinu a minimálně 1/3 úmrtí na kardiovaskulární onemocnění je z důvodu špatného stravování. Procento nemocnosti se mění v různých socioekonomických skupinách. Aby se tato nerovnost ve zdraví zlepšila, musí dojít prvně ke změně co se maloobchodních služeb v chudých čtvrtích týče. (Wrigley, 2002)

Publikace Fruit and vegetable access in four low-income food deserts communities in Minnesota se opět soustředí na USA, konkrétně na Minnesotu. Zkoumá, jaký mají přístup k ovoci a zelenině obyvatelé Minnesoty, kteří mají nižší příjmy. Zkoumány byly dvě městské lokality a dvě venkovské, přičemž předmětem zkoumání byl omezený přístup do obchodů s potravinami a soupis potravin, které jsou v těchto obchodech k dispozici (pozn. obdobná metoda je využita pro účely této diplomové práce, samozřejmě se zaměřením na potraviny pro speciální diety). Opět bylo prokázáno, že ve vybraných venkovských oblastech byly řada produktů výrazně dražší než za „běžné situace“ (pozn. mimo oblast potravinové pouště). Lidé, kteří se výzkumu účastnili, pomohli

identifikovat hlavní překážky v nákupu v místě jejich bydliště (sortiment obchodu, kvalita potravin, finanční stránka věci). Účastníci komentovali kritický nedostatek čerstvých a zdravých potravin.

Bylo prokazatelně zjištěno, že nedostatek ovoce a zeleniny, ať už z důvodu absence v obchodech nebo nízkých příjmů nakupujícího, má markantní vliv na nemocnost. Lidé, kteří nemají vyváženou stravu a chybí jim vitamíny a jiné tělu prospěšné látky jako vláknina, antioxidanty, minerály aj., jsou náchylnější na stres, a tím pádem je u nich větší pravděpodobnost výskytu chronických onemocnění. Vyvážená strava funguje skvěle v boji proti nemocem. Finanční situace mnoha lidí žijících v potravinových pouštích však posouvá zdravé potraviny nad hranici jejich dostupnosti, zatímco potraviny s vysokým obsahem tuku a cukru jsou dostupny snadno.

Tento výzkum vyloženě zkoumal sortiment obchodů, jaké potraviny konkrétně který obchod nabízí. Cílem bylo zjistit, jestli si obyvatelé oblasti jsou finančně schopni pořídit potraviny, které uspokojí jejich každodenní výživové doporučení stanovené vládou. Zkoumáno bylo hned několik kategorií potravin: čerstvé ovoce; čerstvá zelenina; konzervované a mražené ovoce a zelenina; čerstvý chléb; obiloviny a jiné obilné výrobky; suché pečivo; čerstvé maso a alternativy masa; konzervované a mražené maso a alternativy masa; tuky a oleje; cukry a sladkosti. Dále následovala volitelná část obsahující koření, směsi a omáčky.

Každou potravinu pak lidé hodnotili podle její kvality a ceny. Ne vždy muselo být v každé kategorii potravin něco dostupné. Některý sortiment chyběl dokonce ve všech obchodech. Výzkum byl dobrou inspirací pro volbu metod v rámci této práce.

Účastníci výzkumu byli mimo jiné tázáni na kriminalitu, jestli ta ovlivňuje jejich potravinovou situaci k horšímu. Ptali se jich na dostupnost jednotlivých kategorií jídla v obchodech v jejich místě bydliště. Dále se jich ptali, jestli je cena tím, co jim stěží se zdravě stravovat a jestli vnímají, že by cena u nich byla vyšší než v jiných oblastech. Jestli by jedli zdravěji, kdyby se čerstvé potraviny tak rychle nekazily. Jak je to s dostupností, jestli si myslí, že mají dostatek potravin, a zda-li jsou pro ně finančně dostupné, jestli je vnímají jako bezpečné k jídlu a jestli si myslí, že lidé v jejich městě či vesnici nikdy nehladoví. Dále byli tázáni, jestli by je širší sortiment obchodů motivoval ke zdravějšímu stravování. A také jestli nakupují v blízkém okolí, nebo spíše jezdí za nákupem dál. U některých lidí byla jako důvod nákupu potravin v jejich místě bydliště (ačkoliv třeba nemělo tak co nabídnout a ceny byly vyšší, kvalita také nijak velká) uvedena loajalita vůči lokalitě. Brali to jako podporu „domácího“ podniku. Někteří účastníci například projevíli velký

zájem o organické produkty, které by v jejich městě či vesnici nebyly k dostání, proto museli za nákupem dál.

Někdy bývá zásadní problém nedostatku čerstvých potravin hlavně absence klimatizace nebo chlazení v obchodech, potraviny tak vydrží čerstvé jen velmi krátkou dobu a rychle se zkazí, třeba ještě než si je někdo stihne koupit. Nebo jsou prodejci nuceni ho tou cestou prodat produkt pod cenou a už se jim za takové situace neoplatí mít jej vůbec v nabídce.

V městských/ příměstských potravinových pouštích také žijí lidé s nižšími příjmy a horší dopravní situací. (Wu a kol., 2017) To dále ovlivňuje jejich nákupní chování, také raději sáhnou po levnější a méně výživné variantě, po trvanlivém jídle, to je sice svým zpracováním uchráněno před plýtváním a vyhozením (Weaver a kol., 2014), ale tím u něj dochází ke snížení výživové hodnoty (pozn. konzervování za pomoci cukru či uzení za pomoci soli atd.). (Weaver a kol., 2014) Anebo je to nabádá k využití rychlého občerstvení, které ze značné míry podporuje hodně rozšířený zdravotní problém v rámci Spojených států, a sice obezitu způsobenou zejména příjmem vysoko kalorických pokrmů s nízkou nutriční hodnotou. (Murphy, 2011) Někdy je to ale také pracovní stránka věci, která vzbuzuje potřebu využít rychlé občerstvení, někteří lidé mají směny v práci stanovené tak, že se z práce dostanou, až když jsou klasické obchody s potravinami zavřené, „nezbude“ jim tak nic jiného, než jít do fast-foodu (pozn. rychlé občerstvení). Ten bývá velmi levný a strategicky umístěný hlavně v oblastech, kde mají lidé nižší příjmy. (Tulane University, 2018) Další možností je využít tzv. večerky, menší obchody, které bývají otevřené i takto pozdě večer, ale nabízejí užší sortiment zboží, tudíž zde nenajdeme čerstvé potraviny. (Correll, 2010)

Není ale pravidlem, že dostupnost obchodu a dobrý výběr mezi zdravými potravinami nutně znamená zlepšení stravovacích návyků, změnu nákupního chování a přechod ke zdravé stravě. (Wrigley a kol., 2003)

Lidé, kteří obývají venkovské potravinové pouště jsou na tom navíc se zdravím ještě bíději než lidé z městských/ příměstských potravinových pouští. Absence potravin jako je ovoce či zelenina je zde ještě vyšší, tělo pak postrádá denní příjem vitamínů. S nedostatkem masa pak postrádá bílkoviny. Nedostatek vitamínu A, B, C, E, vlákniny, draslíku, manganu, vápníku, železa a jiných látek, to je z dlouhodobého hlediska neudržitelná situace, je to pouze krok k fyzickému omezení. Někteří lidé navíc už tak mají určité potravinové alergie a omezení, na která asi v takové situaci nejde brát zřetel. Otázkou však zůstává, jestli kdyby lidé měli dostupné (ať už fyzicky nebo

finančně) zdravé a kvalitní potraviny, jestli by spíše sáhli po nich nebo by se i tak drželi trvanlivých potravin atd. Tento problém se netýká jen dospělých, ale také dětí, které pro svůj správný vývoj potřebují spousty vitamínů a jiných prospěšných látek. Při nedostatku výživných potravin a nízkého příjmu kalorií mohou propuknout také vzácnější nemoci spojené s podvýživou jako jsou kurděje (z nedostatku vitamínu C), křivice (nedostatek vitamínu D) nebo pelagra (nedostatek kyseliny nikotinové), tyto nemoci se objevují zejména v méně vyspělých oblastech. (Grivetti, 1978) Studie prokazatelně potvrzují, že děti, které bojují s podvýživou, mají problémy s pozorností a motivací, což by dále mohlo mít co do činění s tím, že lidé v oblastech potravinové pouště mívají spíše nižší vzdělání a tím pádem i nižší příjmy, opět jsme v tzv. začarovaném kruhu. (Alaimo a kol., 2001)

Lidé žijící v potravinových pouštích mívají často nízkou zdravotní gramotnost. Jedná se o schopnost získávat, číst, rozumět a používat informace o zdraví za účelem přijímání vhodných rozhodnutí o zdraví a dodržování pokynů k léčbě. Gramotnost poté negativně ovlivňuje jejich nákupní chování, protože zdravotně negramotný člověk si například nečte etikety na výrobcích a nedává přednost tomu s lepšími výživovými hodnotami.

Dodržovat jakýsi zdravý životní styl a nějakou formu zdravé stravovací diety je v kombinaci vzdáleného obchodu, nedisponování dopravním prostředkem a nízkých příjmů velice náročné. Život v takové situaci může být dost demotivující a lidé tak snadno sklouznou k fast-foodům a například k alkoholu. V mnoha oblastech USA je totiž koncentrace obchodů s alkoholem mnohonásobně vyšší než ta obchodů s potravinami. (Alkon a kol., 2013) Absence automobilu může být překážkou při nákupu zdravých potravin i ve chvíli, kdy se člověk pohybuje v ne úplně bezpečné lokalitě, tím spíše zamíří do bližšího obchodu, který nenabízí tak široký sortiment, než vážit dalekou cestu za lepší nabídkou ale skrze nebezpečná místa. (Castro, 2011)

4.3.3 Kriminalita v pouštích

Zoufalá potravinová situace souvisí i s rostoucí kriminalitou v pouštních oblastech. Lidé, kteří si potraviny nemohou dovolit, mají někdy tendence obchody vykrádat, poté však zákonitě musí růst cena produktu, která pokryje předchozí ztráty, opět si je lidé nebudou moci dovolit. Navíc investice do zabezpečení se nevyplatí, takže obchody postupně zavírají své pobočky kvůli ztrátovosti a problém existence pouště je opět prohlouben. Problém s bezpečností pak funguje jako tzv. červená vlajka i pro podniky, které jim nebyly zasaženy.

4.3.4 Boj proti potravinové poušti

Aby ale pohled na vzniklou situaci nebyl pouze negativní, tak v některých oblastech je společnost obyvatel natolik silná, že se snaží společně bojovat proti téhle nepříznivé stravovací situaci a buduje například komunitní potravinové zahrady nebo pořádá farmářské trhy, aby mohla být alespoň nějak soběstačná a dopřála si i zdravé potraviny. V některých školách jsou tomuto učeny taky děti, budují si svou zahrádku, pěstují plodiny a učí se potravinové gramotnosti.

Další možností, jak posílit dostupnost zdravých a čerstvých potravin jsou tzv. potravinové vozy, které do potravinových pouští dováží jídlo. Potraviny se tak dostanou například do škol nebo zdravotních středisek. Online nákup potravin a jejich dovážka až do místa bydliště je samozřejmě také možností, nicméně toto už je dost nákladné řešení. Nabízí se také možnost výpůjčky auta za účelem nákupu potravin, opět se ale jedná o nákladnější záležitost.

Pro osoby chronicky nemocné, například pro diabetiky jsou v některých oblastech USA k dispozici lékárny, které nemocným zdarma poskytují některé výživné potraviny, aby se jejich zdravotní stav nadále nezhoršoval.

4.3.5 Blíže k ČR- publikace našich sousedů

Ze Spojených států amerických a Spojeného království se přesuneme blíže České republice. **Publikace „Potravinové púšte“ definované na základe merania dostupnosti- prípadová štúdia mesta Bratislava** se zaměřila na problém potravinových pouští u našich sousedů. Pomocí Geografického informačního systému byly v Bratislavě identifikovány potravinové pouště, a to na základě dostupnosti supermarketů v síti městské hromadné dopravy. Bylo totiž zjištěno, že nadpoloviční většina dotazovaných lidí v rámci tohoto výzkumu za klíčový faktor pro výběr místa k nákupu potravin považovala právě MHD. Za potravinovou poušť tak byla označena geografická oblast s méně příznivou dostupností k základním maloobchodním servisům či specifitěji k potravinovým provozům ve větších městech (Cummins a Macintyre, 1999).

Lidé, kteří v takové potravinové poušti žijí jsou vystavováni menšímu sortimentu potravin. Menší výběr je zapříčiněn zejména tím, že se v jejich místě bydliště nachází především menší prodejny, na širší sortiment tak není prostor, na základní potraviny ano. Menší obchody postrádají

výběr ovoce a zeleniny nemluvě o produktech pro speciální diety. Navíc potraviny jsou zde dražší, cenově srovnatelné s velkými supermarkety. Opět je zde zmíněno, že lidé utrácí více peněz za potraviny, které nejsou tolik zdraví prospěšné, navíc to zvyšuje jejich životní náklady a postihuje tak nejen zdraví ale také socioekonomickou oblast života.

Stejně tak článek obsáhl téma „nuceného využívání fast-foodu“. Lidé, kteří pracují na dlouhé směny se z práce dostanou až v pozdějších večerních hodinách, kdy už jsou obchody s potravinami zavřené, tento fakt funguje jako demotivace vůči zdravému stravování a jako motivace využít rychlé občerstvení, které nabízí velmi tučná jídla. (Boone-Heinonen a kol., 2011) Za předpokladu, že se taková situace opakuje častěji, lze očekávat, že se v budoucnosti mohou objevit nějaké zdravotní problémy jako je obezita, kardiovaskulární onemocnění aj. již zmíněná onemocnění.

Článek se zaměřuje na vylepšení prostorové efektivnosti pro všechny skupiny lidí. Za fenomén označuje nahrazování malých prodejen s potravinami za supermarkety, přičemž si je vědom, že ne každý člověk má k těmto supermarketům stejný přístup, stejné podmínky pro nákup. Z této myšlenky vyvozuje svou definici potravinové pouště, a sice že je to místo, kde je tato dostupnost supermarketu nejméně příznivá.

4.3.6 Farmářské trhy

František Křížan a kolektiv poskytují ještě jednu zajímavou publikaci z úplně jiného soudku- orientovanou na farmářské trhy v Bratislavě. **Kapitola „Farmarské trhy v Bratislave: ilúzie vs. realita“ v rámci díla Kde nakupujeme, čo nakupujeme a prečo nakupujeme: lokality maloobchodu, a spotreby a správania spotrebiteľov** přináší nový pojem, a sice alternativní potravinová síť, mezi kterou farmářské trhy patří, a což je podle nich pojem bez přesné definice. Autoři zmiňují, jak rozsáhle dnes probíhá proces globalizace a jak je dnešní svět rozsáhle konzumní. Někteří lidé ale dávají přednost alternativám jako jsou právě farmářské trhy, tyto lidé neholdují přepravě potravin na tisíce kilometrů a sériové výrobě, preferují lokální potraviny, které putují od výrobce přímo ke spotřebiteli. Zahrnuta je i myšlenka, že ne všichni lidé mají rádi nákupy ve velkém supermarketu, někteří raději menší prostor jako je právě farmářský trh, kde si navíc mohou s prodejcem promluvit, zjistit něco o původu nabízených potravin, ochutnat ještě před jejich zakoupením, ověřit čerstvost a kvalitu a celkově nabrat i společenský zážitek.

Farmářské trhy zpravidla najdeme ve městech, kde zvyšují potravinovou bezpečnost. **Dle Výboru OSN pro světovou potravinovou bezpečnost** se tak podílí na zajišťování prostředků, kterým mají všichni lidé po celou dobu fyzický, sociální a ekonomický přístup k dostatečnému, bezpečnému a výživnému jídlu, které splňuje jejich potravinové preference a stravovací potřeby pro aktivní a zdravý život, což znamená, že se podílí na fyzické i finanční dostupnosti dostatečného množství potravin pro všechny obyvatele naší planety/ státu/ regionu. V rámci potravinových pouští jsou farmářské trhy místem, kde je poměrně jednoduše a levněji dostupné bio či organické zdravé jídlo s daleko nižším obsahem chemie. Tato forma nákupu je navíc udržitelná a ekologicky mnohem méně náročná než nákup v supermarketu, kam zboží putuje klidně z druhé strany zeměkoule. Po čas transportu navíc ztratí spousty svých blahodárných látek, svou výživovou hodnotu. Potravinová nejistota poté znamená naprostý nedostatek jídla, který vede až k podvýživě obyvatelstva či v případě nedostatku výživných potravin přispívá k jeho nadměrné výživě. (Coveney, O'Dwyer, 2009)

Některé menší obchody s potravinami jsou také nakloněné lokálním a přírodě šetrným výrobkům. Proto spolupracují s určitými zemědělci a nabízejí jejich produkty ve svých obchodech, oni jsou obohaceni o zdravé potraviny, které by jinak museli skupovat třeba za větší peníze a v horší kvalitě (s tím, že je dost možná neprodají a vyhodí), a zároveň podporují místní producenty.

Jestli je či není o farmářské trhy zájem ze strany lidí s nižšími příjmy, kteří se mohou potýkat s nedostatkem potravy ať už obecně nebo pouze s nedostatkem zdravých potravin, je už trochu spekulace. Opět se nabízí myšlenka, že lidé s nižšími příjmy využívají farmářské trhy méně, protože musí být častěji v práci a trhy se konají v denní dobu, kdy bývá jejich směna. Nebo myšlenka úzce související, že naopak tyto lidé o trhy nemají zájem, protože využívají supermarkety a okénka s rychlým občerstvením, což ale může být zapříčiněno už zmiňovanou situací, že v době, když skončí směnu v práci, už není nic jiného otevřeno.

Při výzkumu v rámci Bratislavy se ukázalo, že celkem 79,7 % respondentů nakupuje na farmářských trzích ovoce a zeleninu; 33,9% pekárenské výrobky; 24,1 % maso a masové produkty; 20 % mléčné produkty a sýry; 19,2 % domácí výrobky jako je med, koláče aj.; 15,9 % vejce; 13,9 % květiny a 8,7 % víno.

4.3.7 Shrnutí tématu potravinové pouště

Většina autorů shoduje na tom, že pojem potravinová poušť je jednoznačně spjatý s prostorem, a to s takovým, kde je dostupnost ať už prodejen potravin nebo potravin samotných jednoduše nedostačující. Pokud jsou potraviny v jakékoliv míře dostupné, tak jim chybí kvalitní výživová hodnota a u případných dostupných kvalitních potravin je zase překážkou jejich vysoko stanovená cena či vzdálenost, v jaké jsou dostupné.

4.3.8 Potravinové pouště pro speciální diety

Podkapitoly výše se zaměřovaly čistě na téma potravinových pouští obecně, výzkum této práce je však založen na analýze potravinové pouště pro speciální diety. Předchozí podkapitoly měly dát rámec obecnému pojmu pouští, ukázat, kdo se jak na vymezený problém díval a co jsou k němu za dostupné informace. V rámci rešerše literatury a jiných zdrojů nebylo možné se dostat k jakékoliv publikaci na téma potravinové pouště pro speciální diety, je dosud minimálně probádaným tématem.

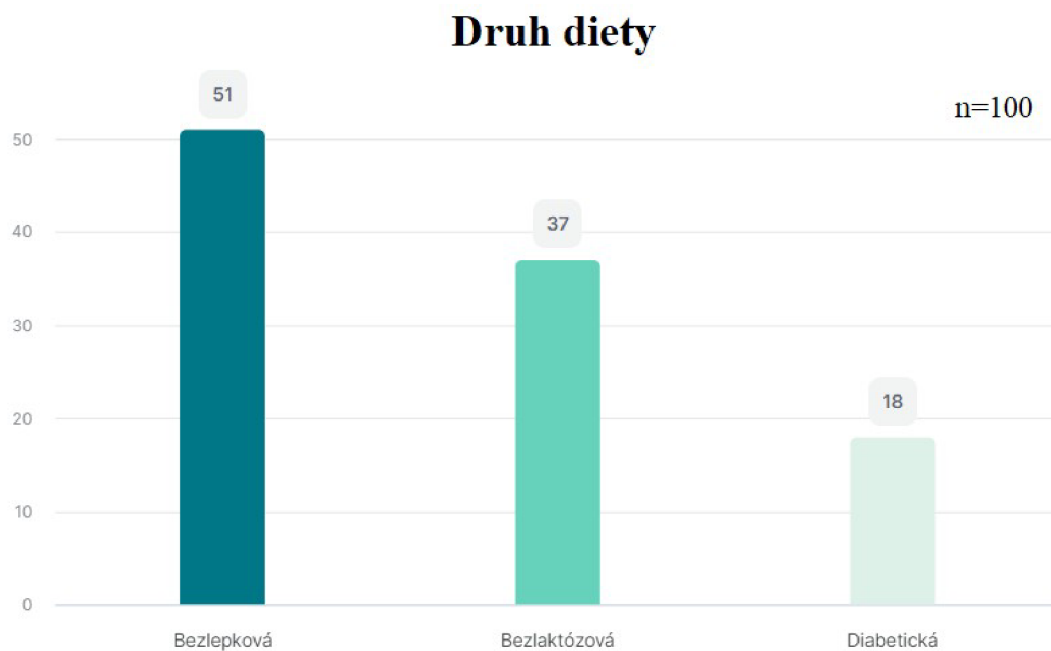
5 Výsledky

5.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkového šetření se nakonec zúčastnilo celkem 100 lidí, z toho 52 žen a 48 mužů, co do genderu byl dotazník tedy velmi vyrovnaný. Z hlediska věkových skupin se zapojila nejvíce věková kategorie 18-35 let a to v počtu 45 lidí. Ve věku 35-50 let odpovědělo celkem 19 lidí a zbylé kategorie, tedy do 18 let a 50+, měly shodně po 18 respondentech. Tento výsledek rozhodně není brán jako průkaz toho, že tuto věkovou skupinu „trápí“ speciální diety nejvíce, spíše je to přisuzováno vyšší aktivitě na internetu a sociálních sítích plus zcela subjektivně autorův názor je, že k tomu přispívá empatie k autorovi dotazníku, tato věková kategorie přeci jen má pochopení pro potřebu splnit tuto metodu diplomové práce, a proto může být ochotnější na otázky odpovídat.

Ze základních sídelních jednotek měla v dotazníkovém šetření největší zastoupení Hrabůvka s 24 respondenty, dále Výškovice a Dubina shodně po 21 lidech. Ze Zábřehu se účastnilo 18 lidí a z Bělského Lesa 16 lidí.

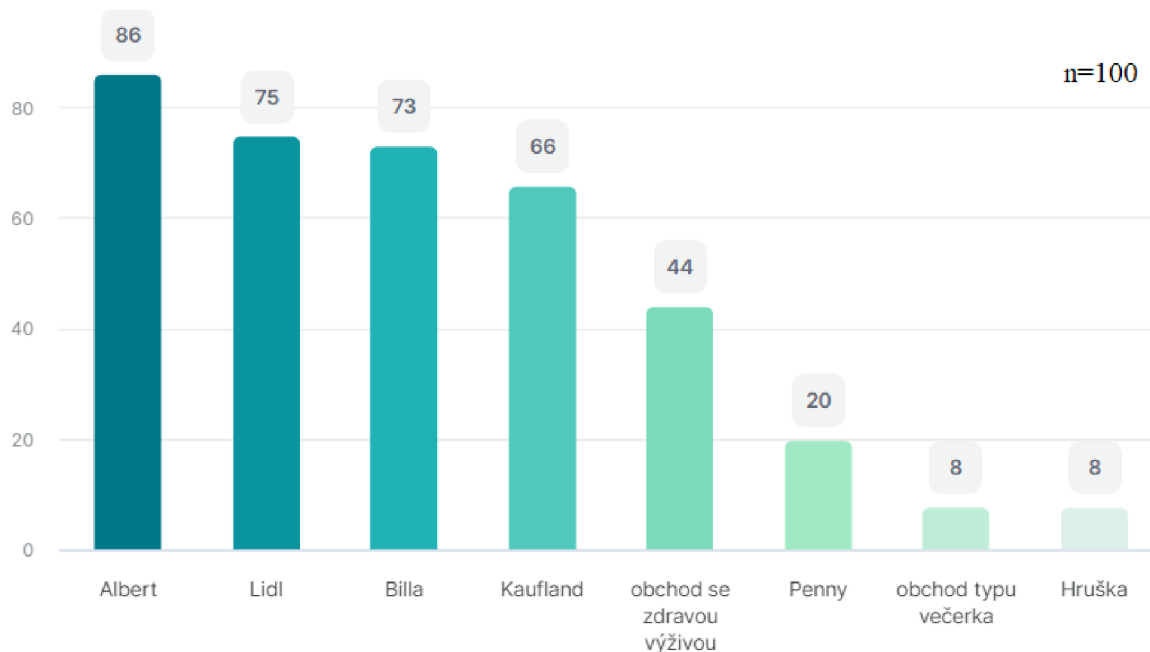
Co se týče speciální diety, tak jednoznačně převažovala bezlepková, nadpoloviční většina zodpověděla, že se stravuje bezlepkově, dále 37 lidí vynechává ve svém jídelníčku laktózu a na snížený obsah cukru v potravě musí dbát celkem 18 lidí. U této otázky byla možnost zakliknout více než jednu odpověď, z výsledků vyšlo najevo, že celkem čtyři lidé se stravují jako bezlepkově, tak i bezlaktózově a jeden člověk vynechává ze své stravy lepek, laktózu i cukr.



Obr. 3 Jakou potravinovou dietou se stravují respondenti účastníci se dotazníkového šetření?
(zdroj: my.surveio.com)

Za nejčastější trvání stravování se speciální dietou bylo označeno období mezi dvěma až pěti lety, dále jeden až dva roky. Dotazník tak prokázal, že jde o poměrně novodobou záležitost či trend vynechávat ze strany gluten, laktózu či cukr.

Obchod s dostačující nabídkou sortimentu

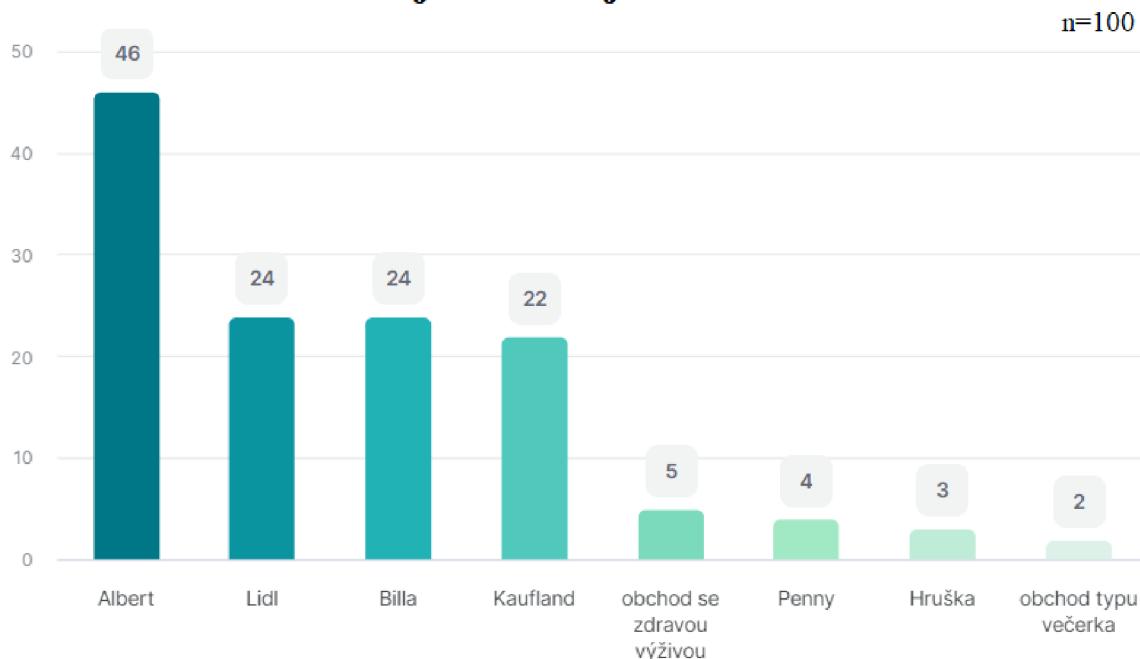


Obr. 4 Který řetězec či individuální prodejnu s potravinami vnímají respondenti účastníci se dotazníkového šetření jako ten/tu, kde seženou vše potřebné pro svou speciální dietu?

(zdroj: my.surveio.com)

Jako řetězec s potravinami, kde lze sehnat všechny potřebné potraviny pro danou speciální dietu, nejčastěji respondenti hodnotí Albert, zde se hodnoty pohybují na 86 respondentech. Poměrně vyrovnaných a taktéž vysokých hodnot dosahují i Lidl, Billa a Kaufland. Jako další v žebříčku skončily obchody se zdravou výživou, ty se ale nepřehouply ani přes polovinu dotazovaných lidí. Celkem dvacet respondentů hodnotí jako vyhovující obchod také řetězec Penny Market. Na konci žebříčku se objevují obchody typu večerka a řetězec Hruška se shodnými osmi hlasy, ty tedy lidem pro nákup vybraného zboží téměř nevyhovují. Zde dopadl dotazník zcela dle očekávání a jde ruku v ruce s hodnocením inventáře potravin v jednotlivých řetězcích, který se nachází v následující kapitole. Opět se jednalo o otázku, kde byla možnost zvolit více odpovědí.

Nejoblíbenější obchod



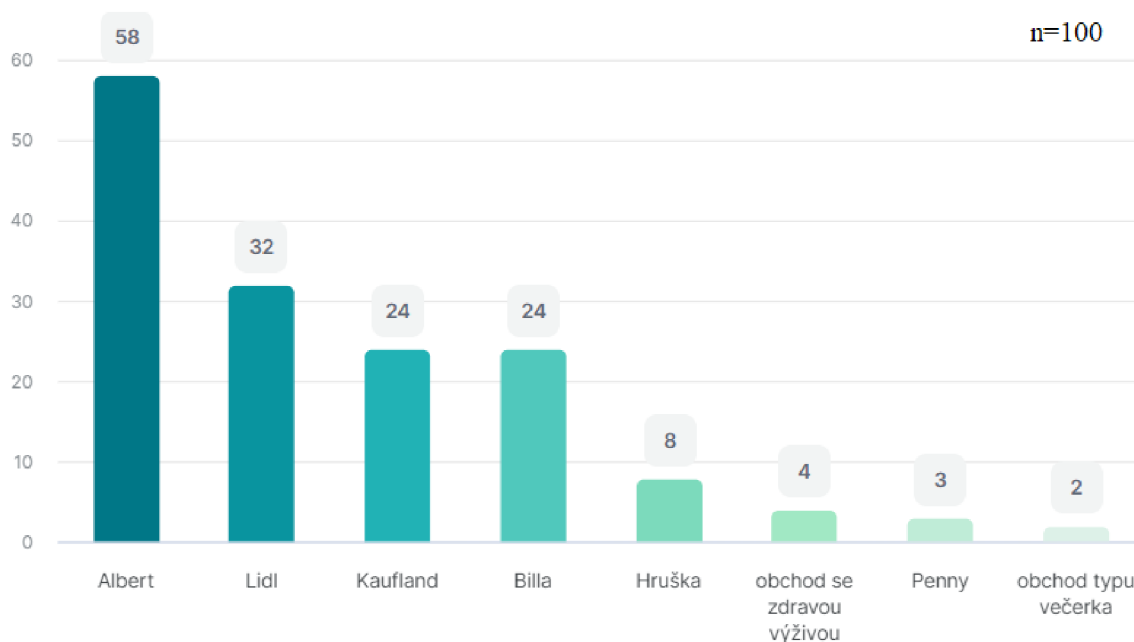
Obr. 5 Který řetězec či individuální prodejnu s potravinami vnímají respondenti účastníci se dotazníkového šetření jako nejoblíbenější pro své nákupy potravin/ který z řetězců či individuálních prodejen preferují? (zdroj: my.surveio.com)

Jako nejvíce preferovaný či nejoblíbenější řetězec lidé označovali také Albert. Zde zmíním, že je rozdíl mezi obchodem, který vnímám jako vyhovující co do sortimentu pro mou dietu a mezi obchodem, který preferuji. Například vím, že vše potřebné seženu v Albertu a jeho sortiment je opravdu nejrozšířenější, ale já osobně nejvíce preferuji Lidl, protože zde také nakoupím potřebné věci a navíc se obchod nachází hned za mým domem apod. Toto jsou určité faktory, na které byli respondenti v rámci otázek upozorněni a měli je brát v potaz. Na druhém místě se de facto umístily hned tři obchody, a sice Lidl, Billa a Kaufland. Jde tedy vidět, že lidé k nákupu volí skutečně ten druh obchodu, který zároveň vnímají jako nejlépe vybavený, což je logické. Na konci máme s postupkou 5, 4, 3 a 2 hlasy, čili velmi nízkou oblíbeností mezi zákazníky, obchod se zdravou výživou, Penny Market, Hrušku a obchod typu večerka.

A důvody pro preferenci? Mezi nejčastěji zmiňované patří sortiment, blízkost či malá vzdálenost od bydliště nebo školy, ceny, letákové akce, zvyk a pak také, že mají daný řetězec po cestě domů z práce, tak toho využijí, že rádi využívají nějaký věrnostní program řetězce apod. Minoritně byl zmiňován také důvod, že respondentům chutnají i další produkty, které obchod nabízí

(nejen ty pro speciální dietu), záruka kvality či důvěra a sympatie v obchod. Jednou z odpovědí bylo také rozhodování podle toho, zda má respondent zrovna možnost jet na nákup autem či nikoliv. Jednalo se o otázku s možností označit více odpovědí.

Nejnavštěvovanější obchod



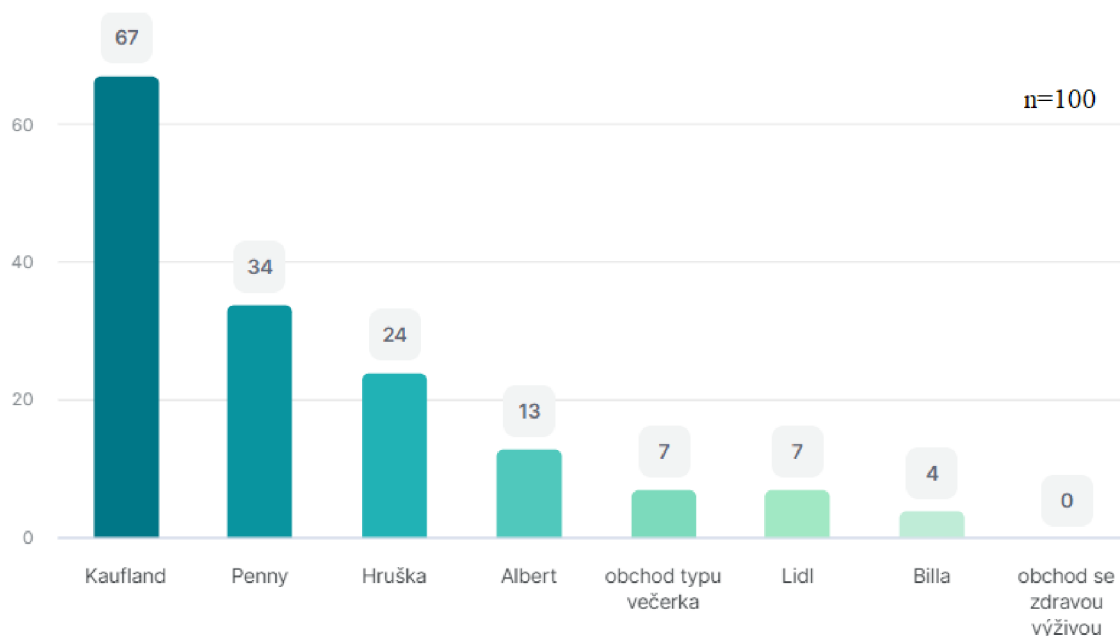
Obr. 6 Který řetězec či individuální prodejnu s potravinami navštěvují respondenti dotazníkového šetření nejčastěji? (zdroj: my.surveio.com)

Dále byli respondenti dotazováni, který řetězec s potravinami, navzdory nějaké své preferenci a oblíbenosti mezi nimi, navštěvují nejčastěji. Zde opět s nadpoloviční většinou názorů vítězí Albert. Téměř o polovinu méně lidí za nejčastěji navštěvovaný označují Lidl, poté máme na stejných hodnotách Kaufland a Billu. Ostatní obchody se nedostaly ani na hodnotu desíti lidí. Jednalo se o otázku s možností označit více odpovědí.

Respondenti byli stále upozorňováni na rozdíl mezi otázkami- 1) Který řetězec vnímáte jako ten, kde seženete vše pro svou speciální dietu? Zde to může být logicky například zdravá výživa, kde zcela určitě mají bezlepkové pečivo, těstoviny aj. produkty. 2) Který řetězec ale preferujete? Jsem si vědom toho, že ve zdravé výživě najdu, co potřebuji, ale nejraději mám třeba Lidl a to kvůli věrnostnímu programu. 3) Který řetězec navštěvujete nejčastěji? Tady bude odpověď Kaufland, protože jej mám po cestě domů z práce, takže zde udělám nákup, jelikož do Lidlu se nedostanu a ve zdravé výživě třeba nenakoupím potraviny pro zbytek rodiny, kteří bezlepkovou dietu nemají. Takto

byl dotazník směřován a respondentům bylo jasně vysvětleno, jak je třeba nad otázkami uvažovat. V každém případě byl nejvíce respondenty označen Albert. Lidl, Kaufland a Billa se stále objevovaly na společném druhém místě, maximálně mezi nimi byla odchylka pár lidí. Zbytek obchodů se v dotazníku ukázal jako méně vybavený, méně oblíbený a také méně navštěvovaný lidmi stravujícími se podle speciálních diet. Jednalo se o otázku s možností označit více odpovědí.

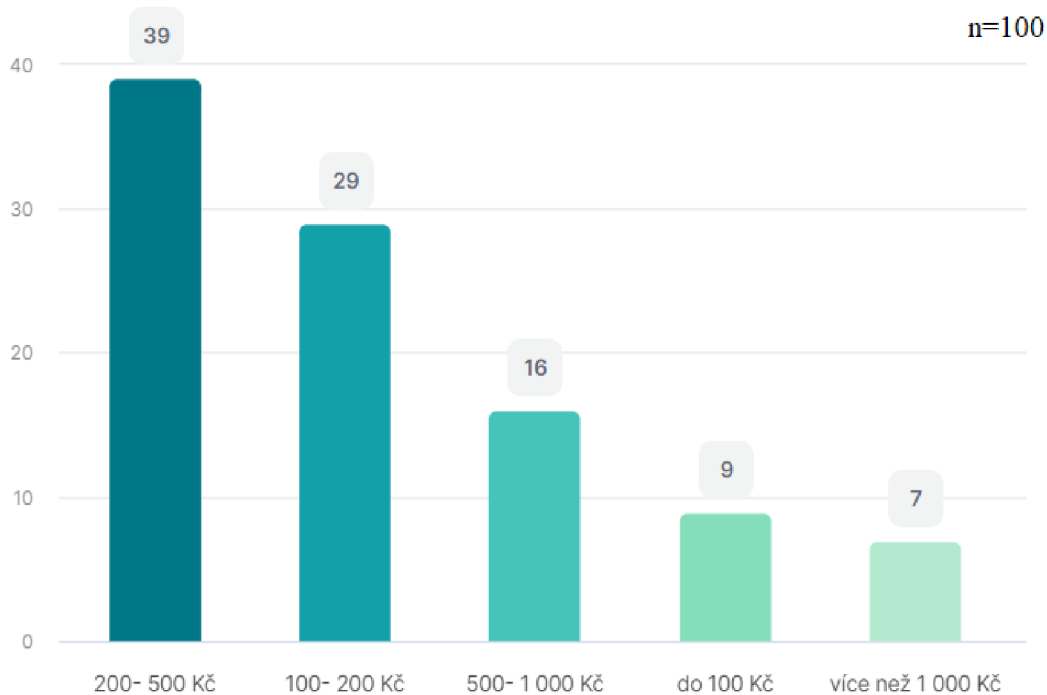
Cenově nejdostupnější obchod



Obr. 7 Který řetězec či individuální prodejnu s potravinami vnímají respondenti dotazníkového šetření jako cenově nejdostupnější? (zdroj: my.surveio.com)

Další část dotazníku směřovala na finanční stránku věci. Lidé byli dotazováni na to, který řetězec vnímají jako cenově nejdostupnější. Na plné čáře zde dominoval Kaufland, který označilo 67 lidí. Poté Penny Market s 34 lidmi a za zmínku stojí také Hruška, kterou označilo 24 lidí. Pochvalovaný Albert označilo pouze 13 lidí a další obchody pod 10 respondentů. To je poněkud zajímavé zjištění, řetězec Kaufland totiž mívá metrově jedny z větších prodejen, dalo by se předpokládat, že tedy nabízí široký sortiment věcí (což je v následující kapitole zkoumáním inventáře potravin potvrzeno) a lidé jej navíc vnímají jako levný, tak je zvláštní, že není tím úplně nejpreferovanějším pro nákup. Na druhou stranu je pro celou Ostravu-jih k dispozici pouze jedna prodejna tohoto řetězce, na rozdíl od ostatních, které jsou mnohonásobně rozšířenější. Jednalo se o otázku s možností označit více odpovědí.

Týdenní náklady na potraviny pro speciální dietu



Obr. 8 Kolik peněz rámcově utratí respondent dotazníkového šetření týdně za potraviny pro svou speciální dietu? (zdroj: my.surveio.com)

Jako odpověď na otázku kolik peněz respondent rámcově utratí v období jednoho týdne za potraviny pro svou speciální dietu, se nejčastěji objevovalo rozmezí mezi 200-500 Kč (39 lidí) a 100-200 Kč (29 lidí), při dnešních cenách potravin toto rozhodně nebyl očekávaný výsledek. Odpověď 500-1 000 Kč se objevila od 16 lidí, další cenové kategorie byly označeny pouze párkrát.

V další části se dotazníkové šetření zaměřilo na prostor, lidé měli odpovědět na otázky, jak vzdálený je od jejich bydliště obchod s potravinami, ve kterém seženou vše potřebné pro svou speciální dietu. Celkem 40 lidí ze 100 odpovědělo, že se takový obchod nachází ve vzdálenosti 100-200 metrů, shodně po 26 lidech měli odpovědi 200-500 metrů a do 100 metrů. O něco větší vzdálenost, a to rozmezí 500-1 000 metrů označilo jen osm lidí ze 100, avšak nikdo neoznačil možnost +1 000 metrů. Kdyby záleželo jen na výsledcích dotazníku, tak by se ve zvoleném zájmovém území rozhodně potravinová poušť se zaměřením na potraviny pro speciální diety neprokázala. Realita je ale jiná.

Mezi typem transportu na nákup rozhodně dominovala chůze pěšky, kterou volí celkem 56 lidí, dále přeprava autem 26 lidí, MHD nejčastěji zvolí 13 lidí a kolo či koloběžku pouze 5 lidí. Nadpoloviční většina volila možnost dojít si pro nákup sám, což také poukazuje na to, že se obchody podle respondentů nachází v docházkové vzdálenosti. Možnosti objednávky potravin přes internet využívá jen 24 lidí.

Toto byl názor vzorku sta lidí, jak oni vnímají obchody s potravinami. V následující kapitole je podrobně rozebrán inventář potravin v jednotlivých řetězcích, co doopravdy nabízí, v jakém množství a provedení.

5.2 Sestavení inventáře potravin

Po provedení analýzy inventářů potravin v řetězcích s potravinami a individuálních prodejnách došlo k následujícím zjištěním:

5.2.1 Albert

Řetězec Albert na území Ostrava-jih nabízí čtyřikrát supermarket a to jedenkrát v Ostrava-Hrabůvka, jedenkrát v Ostrava-Dubina, jedenkrát v Ostrava-Zábřeh a jedenkrát v Ostrava-Výškovice. Dvakrát zde najdeme taky hypermarket a to opět jedenkrát v Ostrava-Dubina a jedenkrát v Ostrava-Zábřeh. Řetězec se tak neobjevuje pouze v jedné části Ostravy-jih a tou je Bělský Les.

Jak se liší sortiment supermarketu a hypermarketu? Z logiky věci nabízí hypermarket o něco rozšířenější sortiment, nejedná se ale o dramaticky rozdílnou nabídku, protože jak bude níže zmíněno, tak i supermarket poskytuje dostatek produktů pro jednotlivé speciální diety. Na větší rozloze prodejny je ale více prostoru například pro samostatné a rozšířenější umístění produktů.

U tohoto řetězce je běžně, že mají produkty pro speciální diety dostatek místa, svůj vlastní regál samostatně umístěný v rámci prodejny nebo v rámci chladicího boxu a to skutečně viditelně na místě, které většina zákazníků nemůže minout. Bývá to z většiny hned poblíž vstupu nebo pak také v rámci určitého oddělení například mléčných výrobků atd. Pochopitelně se spousta náhodně či přirozeně bezlepkových, bezlaktózových či diabetických potravin vyskytuje i v regálech s ostatním

zbožím. V rámci speciálních regálů bývá vše dost přehledně značeno, po prodejnách jsou nápisy jako „Zdravě s Albertem“, nechybí ani označení „bez laktózy“ nahoře na chladícím boxu apod. U oddělení pečiva však označení bezpečkových produktů chybělo, tady už musí zákazník číst složení a vybírat mezi sortimentem. Stejně tak diabetické produkty nemívají pro prodejny žádný svůj vyhrazený prostor například u sladkostí a nejsou speciálně označeny.

Albert má vícero privátních značek, mezi námi zkoumanými potravinami však figuruje pouze jedna a to „Nature´s Promise“. Ta se dle vyjádření Albertu orientuje na zdraví a chuť a vyznačuje se rozsáhlým seznamem látek, které její produkty zpravidla neobsahují, jedná se především o různé konzervanty, stabilizátory, zvýrazňovače chuti, umělá sladidla, aroma aj.

Produkty jsou v rámci regálu „Zdravě s Albertem“ trochu pomíchané, nakupující musí hledat očima a číst složení nebo v lepším případě sledovat značky na obalu, jsou-li tam nějaké. Není to tedy rozděleno dle diet. Z bezpečkového zboží nabízí Albert ke koupi proteinové tyčinky, různé druhy sušenek, rýžových chlebíků pokrytých čokoládou, keksů, najdeme zde i zboží, které se má přiblížit produktům od nejznámějších výrobců a sice sušenky typu Polomáčené od Opavia či Zlaté Věnečky od Opavia. Dále bezpečkové ovesné nebo pohankové vločky a kaše. Polštářky do mléka, cereálie nebo vícero druhů bezpečkových těstovin. Z mouk nabízí rýžovou, kokosovou, pohankovou, čirokovou nebo kukuřičnou. Poté Hrašku na zahušťování nebo na obalování (jedná se o sypkou směs hrachu a bezpečkových obilovin obohacenou o koření, je tedy schopna pokrm i lehce dochutit). Z pečiva zde najdeme tradičně balené bezpečkové chleby předkrájené na plátky, hutnější žitný chléb se semínky, menší bagety nebo kukuřičné a rýžové chlebíky. K dispozici jsou i směsi na pečení chleba nebo bezpečkový kypřící prášek do pečiva. Mezi věcmi ke svačině nalezneme kukuřičné chipsy v mnoha příchutích či preclíky. Pro děti zase kukuřičné křupky. Dále bezpečkový pudink (sypká směs pro jeho přípravu) nebo třeba bezpečkové pivo. Velmi často se objevuje privátní značka Albertu Nature´s Promise a značka Schar specializující se právě na bezpečkové potraviny, dále pak značka Nominal.

Z potravin pro bezlaktózovou dietu můžeme ze sekce „Zdravě s Albertem“ nakoupit především produkty od značky Alpro, a sice nápoje kokosové, sojové, mandlové v příchutích vanilka a čokoláda nebo bez příchutí a zároveň bez cukru. Tyto nápoje jsou k dispozici ve velikosti 1 litr. Ve velikosti 250 mililitrů najdeme sojový nápoj s příchutí vanilka, čokoláda nebo banán. Pudinky s příchutí vanilka, mléčná a hořká čokoláda, karamel nebo sojová smetana na vaření. Od privátní značky Nature´s Promise najdeme nápoj mandlový, rýžový, ovesný, sojový. Další podobné

produkty nabízí i značka Scotti, ta navíc poskytuje ke koupi i nápoj ve verzi barista, který je vhodný pro vyšlehání mléka při přípravě kávy, ostatní rostlinná mléka (či nápoje) totiž nebývají úplně ideální pro tvorbu tzv. „mléčné“ pěny.

V rámci tohoto regálu mají zákazníci možnost si nakoupit také „low carb“ potraviny, což znamená potraviny se sníženým obsahem sacharidů. Z prostředků pro doslazování zde bývá několik produktů od značky ForSlim- třtinový keto sirup, čekankový sirup, erythritol, březový cukr. Dále stévie či sachariny od jiných značek. Ze sladkostí různé čokolády označované jako „sugar free“ (pozn. bez cukru), sojový suk, bonbóny slazené stévií, trubičky, tatranky, keksy, sušenky, perníky aj. Poté ghí neboli přepuštěné máslo, různé těstoviny nazývané jako „slim“, mouky například mandlovou. Značka Top Natur pro Albert poskytuje „low carb“ tyčinky slazené právě čekankovým sirupem a kaše (převážně rýžové ochucené a mandlové neochucené). Nechybí ani nízkosacharidové pivo.

V chladících boxech pak najdeme bezlaktózové zboží, které je nutné uchovávat při nižších teplotách například sýry od Veselé krávy, pomazánkové máslo, klasické máslo, Lučinu, smetanu na vaření i na šlehání, tvarohy, sýry typu cottage, dále pak camembert, goudu a jiné sýry, mléko, jogurty jak bílé neochucené tak s ovocnými příchutěmi nebo třeba sojové. Mimo jiné bývá v boxu k dispozici také kozí mléko bez laktózy, taky kozí jogurt a máslo a řada veganských produktů, ty jsou tedy cíleny na trochu jinou skupinu lidí, nicméně využít je pro své stravování mohou i lidé s intolerancí k laktóze. Ze značek opět převládá privátní značka Nature's Promise, dále Alpro, Harvest Moon, Meggle nebo Vio Life.

V oddělení pečiva pak bývají samozřejmě také bezlepkové produkty, ty už ale nevidíme separovaně a jak už bylo výše zmíněno, nebývají ani nijak extra označeny. Stejně tak u sladkých výrobků se objevují ty se sníženým obsahem cukru nebo úplně bez cukru, nejsou však nikde odděleny ani nějak vyznačeny.

Cenová politika u produktů pro speciální diety bývá v obchodech s potravinami obecně zpravidla nastavena tak, že jsou tyto potraviny dražší. Přeci jen jejich výroba a dodržování striktních podmínek při ní, aby nedošlo ke „kontaminaci“ vyžaduje více času a opatrnosti, a tento čas musí někdo zaplatit. Výrobek navíc často bývá speciálně označen atd. Takže zákazníci rozhodně pocítí výše nastavené ceny, je však dost subjektivní, co je pro ně ještě snesitelné a co se zdá být za hranou. Jak prokázalo dotazníkové šetření, tak se nezdá, že by lidé stravující se speciální dietou

některým výrazně utráceli peníze za tyto produkty. Při dnešním růstu cen potravin, je poměrně pravděpodobné, že se v krátkém časovém horizontu ceny „běžných“ potravin vyšplhají k úrovni těch pro speciální diety. Co to znamená „dražší“? Nelze generalizovat o kolik procent bývá jaký typ produktu pro speciální dietu dražší než-li ten „běžný“, každý obchod má jinak nastavenou strategii cen a cenovou politiku, má jiný odbyt tohoto typu zboží apod. Někde se jedná o rozdíl pár korun, někde jde o navýšení ceny o více než 20 Kč, někde lze pocítit zdražení až o 50 %, je to skutečně individuální.

Řešením v tomto případě mohou být právě privátní značky, které poskytují nižší ceny než světové značky, přitom mnohdy nabízí velmi podobnou kvalitu. Pouze obal nemusí být tak oku lahodící a hned je možné jít s cenou produktu dolů. Často se také jedná o produkt, který jde k zákazníkovi přímo od výrobce, neplatí tedy žádný nákladný transport. Navíc každý řetězec mívá svou vlastní privátní značku, když si tak získá zákazníky právě díky dobré nabídce v rámci této značky, může si zajistit jejich pravidelný návrat a útratu.

Tab 3 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Albert

NÁZEV OBCHODU	ALBERT
Počet provozoven v zájmovém území	4x supermarket, 2x hypermarket
Dostupnost bezlepkových potravin	ANO
Dostupnost bezlaktózových potravin	ANO
Dostupnost diabetických potravin	ANO
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	ANO
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	ANO
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	KLADNÉ

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.2 Billa

Řetězec Billa se na jihu Ostravy nachází dvakrát, jednou v Ostrava-Bělský Les a jednou v Ostrava-Zábřeh.

Při příchodu do obchodů Billa vidí nakupující celý regál značky Alnatura specializující se na produkci bio potravin vyrobených ze surovin striktně pocházejících z ekologického zemědělství. K zakoupení zde nabízí bezlepkové kukuřičné chlebičky, knäckebrot, rýžové chlebičky s čokoládovou polevou, keksy, sladké sušenky, tatranky atd. Z bezlaktózových produktů je zde rýžový, ovesný či sojový drink. V nabídce mají ještě řadu jiných produktů, ty ale nejsou cíleně „bez“. Vedle se nachází oddělení „Billa bio“, které nabízí opět sojový (taktéž s příchutí vanilky), kokosový, rýžový, mandlový nebo ovesný drink, kokosové mléko je dostupné i ve verzi v konzervě, tady je jeho podoba hutnější a hodí se například pro přípravu omáček. Opět nechybí bezlepkové kukuřičné chlebičky nebo třeba müsli.

Vedle tohoto regálu se nachází oddělení „Zdravě v Bille- fitness, bez lepku, bio“. Regál nabízí produkty značky Schar vyznačující se absencí lepku, například ciabattu, toustový chléb, opět chléb předkrájený na plátky a bagety. Dále bezlepkové těstoviny několika druhů, rýžovou a pohankovou instantní kaši, slané preclíky, sypkou směs pro přípravu chleba, pizzy a kynutého těsta, bezlepkovou směs od Jizerky, různé sušenky, oplatky, cookies sušenky, flabjack tyčinky nebo třeba piškoty. Převažují zde výrobky značky Schar, Dr. Oetker a Glutaline.

Z diabetických produktů mohou nakupující z regálu „Zdravě v Bille- fitness, bez lepku, bio“ zakoupit stéviu nebo sacharinové sladidlo, sušenky, perníky, čokolády bez cukru, bonbóny a lízátka označené jako „sugar free“, oplatky slazené sladidly. Značka Sedita namísto klasické tatranky nabízí diabetickou alternativu „Dialku“ slazenou fruktózou. Diabeta pak oplatky v několika příchutích, věnečky, trojhránky, trubičky atd., vše opět slazeno fruktózou.

Chladicí boxy zhruba uprostřed prodejní plochy nabízí opět sekci bio, ale najdeme zde i produkty bez laktózy. Již tradičně se zde objevuje značka Alpro se svými sojovými dezerty a jogurty v několika příchutích, nechybí ani jejich kokosové jogurty. Dále od jiných značek pomazánkové máslo, Lučina, bílé jogurty, tvarohy, Veselá kráva nebo Sedlčanský hermelín. Vedle chladicího boxu jsou umístěna mléka, mezi nimi bezlaktózové mléko od značky Meggle, dále Billa vyrábí svůj mandlový, kokosový, rýžový a sojový nápoj (dostupná je i barista verze sojového

nápoje) a Alpro ovesný, sojový (dostupná je i barista verze sojového nápoje), kokosový a kokosovo-mandlový nápoj a sojový nápoj s přídavkem vápníku. K dispozici jsou i menší verze Alpro nápojů v 250 mililitrovém balení s příchutí vanilka a čokoláda. U káv pak nabízí Meggle lactofree smetanu ke šlehání a na vaření a dokonce i lactofree slazenou šlehačku ve spreji.

Otázka zda-li má tento řetězec potravin pro speciální diety organizovány v samostatných regálech nebo mezi ostatním zbožím, tedy byla zodpovězena- bývá to samostatný regál, ve které jsou produkty pro všechny tři zkoumané diety a zároveň co se mléčných produktů umístěných v chladících boxech týče, tak zde je také najdeme odděleny od ostatních. Již zmiňovaný regál najdeme v přední části obchodu, je umístěn tak, že okolo něj musí projít každý zákazník, což eliminuje možnost nenarazit na speciální zboží. Místo je tedy jednoznačně hodnoceno jako dobře viditelné a pozice výhodná.

Řetězec Billa má řadu privátní značek, jednou z nich je Free Vaše individuální volba, která nabízí bezlepkové a bezlaktózoové produkty a pyšní se tím, že usnadňuje svým zákazníkům hledání vhodných potravin pro jejich speciální dietu. U produktů bez lepku najdeme pod názvem značky ještě žlutý štítek „gluten free“ a u těch bez laktózy zase modrý štítek „lactose free“. Právě od této značky lze zakoupit těstoviny, sladkosti, mléčné výrobky aj.

Tab 4 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Billa

NÁZEV OBCHODU	BILLA
Počet provozoven v zájmovém území	2x
Dostupnost bezlepkových potravin	ANO
Dostupnost bezlaktózových potravin	ANO
Dostupnost diabetických potravin	ANO
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	ANO
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	ANO
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	KLADNÉ

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.3 Hruška

Maloobchod Hruška je jeden z nejrozšířenějších obchodů s potravinami v Ostravě vůbec. V zájmovém území bylo lokalizováno přes dvacet poboček tohoto řetězce, poměrně rovnoměrně jsou rozprostřeny v každé základní sídelní jednotce jihu Ostravy.

Potraviny nejsou v tomto obchodě organizovány odděleně. Hruška tedy nenabízí žádný samostatný regál pro speciální diety. Bezlepkové produkty jsou umístěny ve spádovém oddělení mezi ostatními. Co se týče produktů neobsahující laktózu, tak ty nebyly k nalezení, nejde tedy ani okomentovat jejich pozici v rámci obchodu. Diabetické potraviny byly pospolu umístěny na konci obchodu v oddělení zavařenin, konzerv atd.

Pro bezlepkáře se v oddělení pečiva nachází následující sortiment- od značky Cornies poměrně bohatý výběr Racio kukuřičných chlebů, s hořkou nebo mléčnou čokoládovou polevou, dále polomáčené kukuřičné chlebičky s kakaovou a mléčnou-kakaovou polevou. Bona Vita rýžové chlebičky polomáčené kakaové nebo jogurtové. Cornies nabízí tyto rýžové chleby i ve slané variantě a větším balení a to se lněným semínkem nebo s mořskou solí nebo taky ještě se sójou. Od značky Pro fit lze zakoupit balené žitné bezlepkové chleby předkrájené na tenké plátky. Nechybí ani sortiment, který lze najít vesměs v každém řetězci s potravinami, a sice kukuřičné křupky, kukuřičné placky, křehké kukuřičné nebo rýžové plátky a kukuřičnou strouhanku. Dále zde najdeme taky žitné nebo bramborové placky, suchary či raciolky, což jsou menší kulaté rýžové chlebičky opět od značky Racio- zde nabízené s mléčnou nebo kakaovou polevou. Co se týče pečiva, tak v Hrušce jednoznačně dominuje značka Cornies.

V regálu cereálie je na výběr pouze jediná bezlepková varianta a sice Nestlé Cornflakes buď klasické nebo kakaové provedení. Poté jsou zde Emco bezlepkové tyčinky z řady Ořechy- mají čtyři příchuti a to kanadské brusinky, med, pistácie a kešu a od Nestlé de facto tyčinka vyrobená z bezlepkových cornflakesů. Ze snídaňových kaší je na výběr mezi rýžovou, pohankovou či chia kaší jablko skořice.

U těstovin opět omezenější výběr, značka Lucka nabízí rýžové těstoviny, a to nudle či vřetena nebo kolínka. Zajímavým produktem, který nebyl v žádném jiném řetězci s potravinami

objeven byly jednoporcové pytlíky s kuskusem v příchutích sušený špenát a teff nebo sušené švestky a skořice, jeden pytlík má 60g. Vedle toho regálu najdeme ještě kukuřičný škrob bez lepku.

Z bezlaktózového sortimentu nebylo při analýze nalezeno nic. A co se týče potravin se sníženým obsahem cukru, tak ty byly pohromadě zorganizovány v několika málo policích v rámci regálu se zavařeninami. K dispozici zde jsou prášková stolní sladidla se sníženou energetickou hodnotou. Od Sedity například Dialky, což jsou, jak již bylo výše napsáno, diabetické oplatky připomínající produkt Horalka, dále sušenky Ela v příchutích oříšková, nugátová, kakaová a vanilková. Sladké sušenky bez obsahu cukru nabízí ještě značka Kraš, nazývá je Napolitanke. Regál dále obsahuje dětské přesnídávky se sníženým obsahem cukru od Hamánka, buď jablečné nebo jablečno-jahodové a džem se sníženým obsahem cukru. V malých pytlíčcích se v regálu objevuje taky Šuměnka dia, rozpustný šumivý práškový nápoj s citrónovým aroma slazený stévií.

Tento řetězec lze bezpochyby zhodnotit jako takový, kde je výběr potravin pro speciální diety skutečně omezený. Lidé stravující se bezlaktózovou dietou si zde nenakoupí de facto vůbec a lidé vyhledávající stravu se sníženým obsahem cukru si také moc nevyberou. Řetězec sice nabízí privátní značku Hruška, ale v rámci jejich výrobků nenalezneme žádné pro speciální diety.

Tab 5 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Hruška

NÁZEV OBCHODU	HRUŠKA
Počet provozoven v zájmovém území	+20
Dostupnost bezlepkových potravin	ANO
Dostupnost bezlaktózových potravin	NE
Dostupnost diabetických potravin	ANO, ale slabý výběr
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	NE
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	NE
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	NEGATIVNÍ

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.4 Kaufland

Kaufland je řetězec, který v zájmovém území nabízí pouze jednu prodejnu a to v Ostravě-Zábřehu. I přesto, že je pro zákazníky dostupný jen jednou, tak v rámci dotazníkového šetření dopadl velmi dobře. Pokud jde o jeho inventář potravin, tak hodnocení také dopadlo nad očekávání.

V tomto řetězci najdeme zhruba v polovině prodejny rozsáhlý regál nabízející bezlepkové potraviny- těstoviny ze zelené sóji, z kukuřice, z rýže, z černých fazolí nebo obohacené o protein. Těstoviny jsou v nabídce jak klasické tvary typu penne aj., tak i asijské dlouhé těstoviny. Kaufland zde má privátní značku K-free Glutenfree, ta nabízí špagety a jiné těstoviny ve viditelně nižší cenové relaci. K zakoupení jsou i těstoviny označené jako „pro děti“, podle obalu však nebylo k zjištění, co je tím myšleno, neodlišovaly se ani složením ani například zábavným tvarem. V regálu pak najdeme spousty sypkých směsí, a sice základ na pizzu, směs pro přípravu perníku, cizrnových lívanců nebo knedlíků. K-free nabízí směs pro přípravu různých buchet nebo chleba, Top natur zase low carb bezlepkovou směs na chleba. Mimo jiné je v nabídce také sypká směs na zahušťování pokrmů od Knorr, Hraška na obalování i na smažení, prášek pro přípravu pudinku, kypřící prášek, kukuřičný škrob, kukuřičná strouhanka nebo rýžová krupička. Z mouk nabízí Kaufland bezlepkový regál třeba kukuřičnou, hrachovou a rýžovou. Z pečiva je v bezlepkovém regálu výběr poměrně tradiční- kukuřičné a rýžové chlebíky, wrapy, dále různé buchty a jiné sladké pečivo od Jizerské pekárny, Schar plátkový chleba a knäckebröty. Ze sekce snídaně jsou k dispozici bezlepkové müsli od Emca či K-free, cornflakes v klasickém či čokoládovém provedení, pohankové, amarantové nebo quinoové lupínky, rýžové kaše Semix či cereální kaše Nominal. Dále je zde výběr sladkostí, například cookies, kokosové sušenky, sojový suk, polomáčené sušenky a věnečky od značky Free Village a různé müsli tyčinky, flabjacky a proteinové tyčinky. Od slaných pochutin jsou zase na výběr grisini, Schar slané preclíky, různé provedení chipsů (čočkové, humusové, quinoové, cizrnové), crispins kukuřičné tyčinky bez příchuti nebo ochucené. Pro děti najdeme piškoty i v kakaovém provedení, dále kukuřičné křupky, amarantové křupky, pohankové nebo jahelné pukance.

Mimo toto oddělení je možné najít i v ostatních uličkách potraviny pro speciální diety organizované mezi těmi běžnějšími. Například bezlepkovou žitnou nebo rýžovou mouku mezi těmi klasičtějšími pšeničnými. Alternativy sladidel mezi klasickým cukrem, například stéviová sladidla, sachariny, různé sirupy k doslazování jako je rýžový nebo čekankový sirup. U cereálií pak lze najít rýžové, hrachové, kukuřičné, jáhlové nebo bezlepkové ovesné vločky. Mezi pečivem pak nespočet rýžových a kukuřičných chlebů neobsahujících lepek, ty jsou nabízeny v mnoha variantách,

například ochucené bylinkami nebo zeleninou na slaný způsob nebo čokoládou či jogurtovou polevou na sladký způsob. Dále nabízí Kaufland i výrobky z čočky, hrachu a dalších luštěnin, různé knäckebrot. Často bývá tento sortiment obohacen o různá semínka (lněná, slunečnicová aj.). Ke koupi jsou také lupínky neboli chipsy v méně tradičním pojetí a sice opět rýžové, čočkové, cizmové či hrachové. Kukuřičné tortilly.

Bezlepkové pečivo zde má taky svůj menší samostatný regál, ten je označen vyloženě jako „Bez lepku“ (ačkoliv bezlepkové pečivo lze najít i v jiných neoznačených regálech, jak je zmíněno výše). Na tomto místě dominuje značka Racio a Cornies. Sortiment se nijak výrazně neliší.

V chladících boxech najdeme bezlaktózové výrobky či výrobky s nízkým obsahem laktózy přehledně oddělené od těch, které laktózu obsahují. Ve výběru převažují výrobky značky Kaufland Free (K-free), což je privátní značka řetězce nabízející právě potraviny pro speciální diety (bezlepkovou a bezlaktózovou). K dispozici je bezlaktózové mléko trvanlivé, čerstvé mléko, čerstvá smetana, sýr typu cottage, čerstvý sýr, máslo, tvaroh, bílý jogurt a slazená šlehačka ve spreji. Dále najdeme i produkty od Pradolaktos- bezlaktózové mléko a smetanu na vaření. Značka Kunín nabízí mléko s nízkým obsahem laktózy, Madeta zakysanou smetanu bez laktózy, jihočeský sýr typu cottage a bifidrinky, Meggle smetanu bez laktózy, Hollandia bezlaktózový jogurt ve dvou velikostech (200 g a 500 g), Galbani mozzarella bez laktózy a Veselá kráva roztírací sýr bez laktózy.

Shrnutí privátních značek je tedy následující- Kree Gluten Free pro potraviny bez lepku a K-free Lactose Free pro ty bez laktózy. Další privátní značkou řetězce Kaufland je K-Take it veggie, jedná se o sortiment zaměřený na vegany a vegetariány, z produktů ale mohou benefitovat také lidé se speciální dietou. Produkty navíc mívají přímo označení „bez laktózy“ a to přeškrtnutou láhev s mlékem. Na výběr jsou zde- mandlový, rýžový, sojový nebo ovesný drink, sojové jogurty ať už ve variantě ala bílý jogurt nebo ochucený vanilkový, další možnosti jsou kokosové jogurty taktéž čisté či ochucené ovocné.

Umístění potravin pro speciální diety bylo hodnoceno velmi kladně- jak rozsáhlý samostatný regál, který je opět umístěn v rámci prodejny tak, že ho zákazník nemine, tak jsou potraviny zároveň roz distribuovány v příslušných odděleních mezi běžnými potravinami. Vše viditelně vystaveno a označeno, produkty rozhodně nevyplňují slepá místa obchodu.

Tab 6 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Kaufland

NÁZEV OBCHODU	KAUFLAND
Počet provozoven v zájmovém území	1x
Dostupnost bezlepkových potravin	ANO
Dostupnost bezlaktózových potravin	ANO
Dostupnost diabetických potravin	ANO
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	ANO
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	ANO + zařazeno i mezi běžný sortiment
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	KLADNÉ

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.5 Lidl

Lidl najdeme v zájmovém území celkem třikrát- jedenkrát v Ostrava-Hrabůvka, jedenkrát v Ostrava-Dubina a jedenkrát v Ostrava-Zábřeh.

Hned u vchodu do obchodu se nachází regály s bio potravinami, mezi kterými můžeme najít například alternativu mléka a sice ovesný nebo mandlový nápoj. Dále tady bývají umístěny bezlepkové kukuřičné snacky v několika příchutích, dá se zařadit jako alternativa pečiva. Regál není vymezen a označen jako oblast potravin pro speciální diety, ale dá se zde něco málo najít.

Hned v první uličce, kterou nakupující prochází bývá umístěn regál označený jako „bio/ bez laktózy/ vegan“. Nachází se zde bílé jogurty bez laktózy a bez příchuti, to samé v několika ovocných příchutích. Jako další je v Lidlu v této sekci k dispozici pomazánkové máslo a sýr cottage. To je z toho regálu vše, ostatní produkty jsou sice třeba bez laktózy ale zcela přirozeně, jinak jsou cíleny na lidi stravující se vegansky, tyto věci proto nezmiňuji (tofu, pomazánky, omáčky aj.).

Co se týče oddělení pečiva, tak zde bezlepkové potraviny nemají nijak vymezené místo bokem od těch obsahující lepek. Balené pečivo → u pečiva nacházejícího se na vrchní polici najdeme mimo informace o výrobcí, popis produktu, cenu apod., také značku pro bezlepkový

produkt (symbol přeškrtnutého klasu). U ostatního pečiva v nižších poličkách ale symbol chybí, tam už musí zákazník nahlédnout do složení nebo na obal, kde bývá často také tato značka. K dispozici mají nakupující například kukuřičné chlebičky ve vícero příchutích, velikostních provedeních a cenových relacích, převážně je však nabízí Lidl privátní značky Tastino a Castello. Volné pečivo → u pečiva, které si zákazník může sám nabrat, zcela chybí symbol přeškrtnutého klasu, lidé si musí pročíst složení produktu, to je dostupné na požádání v rámci Lidl pekárny. Opět je k vidění regál označený jako „bio“.

Téměř u kas se z boku jedné z uliček nachází celý bezlepkový regál. Zcela subjektivní názor autora této diplomové práce je, že tohle umístění není úplně šťastné, co se oslovení nových zákazníků, potažmo stálých (kteří se třeba bezlepkově nestravují, ale na druhou stranu by je něco mohlo zaujmout), týče. Boční strana je přeci jen méně viditelná, a lidé jí tak nevěnují tolik pozornosti, ale zase pro cílovou skupinu je to stále benefit, a ta si určitě dává na hledání „svých“ potravin více záležet. Najdeme zde například piškoty, různé kukuřičné křupky. Výběr z několika bezlepkových chlebů, vždy jsou to chleby krájené na plátky, některé z nich jsou měkké podobné klasickému toastovému chlebu, některé jsou velmi hutné s vysokým obsahem všelijakých semínek. Dále je k dispozici rýžová mouka, kukuřičná strouhanka, těstoviny několika tvarů, kaše jako jáhlové, pohankové, ovesné či rýžové. Dále bezlepkové musli, pár druhů sušenek ala polomáčené sušenky od Opavia nebo Zlaté Esíčka od Opavia. Malé brownie, polštářky do mléka ve dvou příchutích v malém balení, různé klíčené lupínky či ovesné vločky, kterými se dají například obohatit saláty a různá jídla. A v neposlední řadě flabjacky (pečená tyčinka například ke svačině) v několika příchutích, Ze značek opět převažují Lidl privátní jako Combino, Tastino, dále pak Emco, Semix, Nutrend, Nominal aj.

Samozřejmě jsou v tomto řetězci dostupné i přirozeně bezlepkové/ bezlaktózové/ diabetické produkty. Co se ale týče těch diabetických, tak těch zde moc není, rozhodně ne přehledně označených a oddělených. Sortiment pro tuto speciální dietu je nedostatečný. Řada produktů je cílena na vegan komunitu, takže z toho se dá také vybrat. K nalezení je i veganské máslo, majonéza, tatarská omáčka, řada zmrzlin či nanuků a už zmíněné pomazánky, jogurty, zakysané produkty aj.

Umístění produktů je opět vhodně zvoleno, hned při vstupu do obchodu nalezne zákazník vícero regálů s potravinami pro speciální diety. Čím víc postupuje v obchodě dál, tím se dostává k dalším a dalším potravinám, což nelze hodnotit jinak než kladně. Produkty jsou jak v samostatných regálech, tak promíchány s ostatním sortimentem, což by také mělo zvýšit jejich viditelnost. Jedině

samostatný bezlepkový regál bývá umístěn z boku jedné z uliček nacházejících se vždy ke konci obchodu, což není úplně výhodná pozice, pravděpodobně v tomto řetězci nemá sortiment bez lepku natolik velký odbyt, aby se pozice mohla změnit, nebo je zde možná vyšší tzv. „regalovné“, důvodů může být více.

V předchozích odstavcích už bylo nastíněno, jaké privátní značky provozuje Lidl, je jich skutečně velké množství, potraviny pro speciální diety však najdeme u těchto- Combino (těstoviny), Castello (mouky, cukry, pečivo aj.) a Tastino (sušenky, oplatky a čajové pečivo).

Tab 7 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Lidl

NÁZEV OBCHODU	LIDL
Počet provozoven v zájmovém území	3x
Dostupnost bezlepkových potravin	ANO
Dostupnost bezlaktózových potravin	ANO
Dostupnost diabetických potravin	SPÍŠE NE
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	ANO
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	ANO
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	KLADNÉ

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.6 Penny Market

Posledním ze zkoumaných řetězců s potravinami je Penny Market, ten najdeme, stejně jako Kaufland, ve zvoleném území pouze jedenkrát a to v Ostravě-Dubině.

Penny Market je obecně řetězcem, kde je sortiment potravin pro speciální diety o dost slabší než v jiných obchodech s potravinami (stejně tak jako je tomu v řetězci Hruška). V pečivovém oddělení jsou bez lepku dostupné pouze kukuřičné a žitné placky nebo kukuřičné chlebičky či křehké plátky, ty se nachází téměř hned u vchodu. Kukuřičné chlebičky jsou ke koupi i ve sladké variantě s čokoládovou nebo jogurtovou polevou. Co se týče značek, tak dominuje Cornies nebo Vepy. Dále v obchodě nabízí Penny Market bezlepkové sníadaňové kaše balené po jedné porci, a to

rýžovou, pohankovou a jáhlovou. Pak také cereální nebo proteinové tyčinky, polštářky do mléka, kukuřičné křupky, různé keksy apod.

Zhruba uprostřed obchodu se ale nachází regál, který je nazvaný přímo jako bezlepkový, můžeme tady najít například bezlepkové těstoviny, chipsy z luštěnin jako je čočka nebo cizrna, piškoty, poté tady převažuje značka Alaska, která vyrábí sladkosti bez lepku jako trubičky ve více než pěti příchutích, oplatky aj. Dále je k dispozici rýžová mouka, bezlepková směs Jizerka, kukuřičná strouhanka a od značky Schar opět chléb předkrájený na plátky.

Co se týče produktů bez obsahu laktózy, je k dispozici pouze sýr od Veselé krávy, pomazánkové máslo, sojový a mandlový nápoj od značky Alpro, trvanlivé plnotučné mléko od značky Boni a značka Meggle zde opět dodává smetanu na vaření.

Takto to možná nezní tak zle či průměrně, ale v porovnání s jinými řetězci je sortiment pro speciální diety v Penny Marketu skutečně menší. Navíc zde úplně chybí potraviny s nízkým obsahem cukru. V rámci privátních značek si člověk stravující se speciální dietou také nevybere, Penny Market jich má sice hned několik, ale žádná neobsahuje sortiment zbavený lepku, laktózy či cukru.

Pokud jde o umístění produktů na prodejně, tento řetězec s potravinami nemá nijak pravidelný půdorys regálů, nebylo tedy vhodné posuzovat, jestli je umístění jednotlivých produktů dobré či zlé z hlediska viditelnosti pro zákazníka. Nakupující totiž musí projít de facto celým obchodem a neměl by tak minout žádný regál.

Tab 8 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Penny Market

NÁZEV OBCHODU	PENNY MARKET
Počet provozoven v zájmovém území	1x
Dostupnost bezlepkových potravin	ANO, ale slabý výběr
Dostupnost bezlaktózových potravin	ANO, ale slabý výběr
Dostupnost diabetických potravin	NE
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	NE
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	SPÍŠE ANO
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	SPÍŠE KLADNÉ

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.7 Obchody typu večerka

Tento typ obchodů má oproti ostatním výše zmíněným jedno výhodu a tou je jeho otevírací doba. Označení „večerka“ totiž pochází od pozdních večerních hodin, do který bývají tyto obchody otevřené. Lidé tak mohou jít nakoupit v jakoukoliv denní dobu, některé večerky totiž mívají otevírací dobu i nepřetržitou. Je ale potřeba myslet, že se jedná o prodejny rozprostírající se na menší ploše, tudíž neposkytují sortiment v takovém rozsahu, jako to dělají potravinoví giganti.

Co se týče cenové politiky, tak mnohdy může mít zákazník dojem, že jsou zde ceny stanoveny výše. Aby se prodejcům vyplatilo mít svůj obchod otevřený i takto pozdě, je potřeba ceny navýšit. Často však večerky nabízejí sortiment od značek, které nejsou úplně neznámější, což poté zase cenu snižuje. Nebo také skupují zboží ve slevách u výše zmíněných řetězců s potravinami, čímž také ušetří a dále jej prodávají za standardní či o něco navýšené ceny. Je to velmi individuální a každý prodejce v tomto ohledu může volit jinou strategii.

Z tohoto typu obchodů s potravinami byly prozkoumány vždy dva z každé základní sídelní jednotky Ostravy-jih. Početně nejmenší zastoupení jich je v Bělském lese, v ostatních částech na jihu Ostravy je výběr prodejen větší. Dvě prodejny stačily k tomu, aby mohl být podán výstup s relevantními informacemi, nabízený sortiment se totiž moc nelišil. Zde je soupis prodejen, ve kterých došlo k prozkoumání inventáře potravin pro speciální diety:

- **Bělský Les**
 - Jihona
 - Potraviny U Dakoty

- **Dubina**
 - Potraviny Eden
 - Potraviny Taylor (Majamka)

- **Hrabůvka**
 - Potraviny Reda
 - Potraviny Viki

- **Výškovice**
 - Potraviny u Kamila
 - Potraviny u Pepíka

- **Zábřeh**
 - Potraviny Beruška
 - Potraviny Koblížek

Průzkum sortimentu netrval v tomto typu obchodů velmi dlouho. Jedná se primárně o zboží denní potřeby a na potraviny pro speciální diety zde není tak velký prostor. Naplnilo se tak i očekávání, že potraviny pro speciální diety v rámci tohoto typu obchodu nejsou organizovány odděleně a nejsou zákazníkům příliš na očích.

Co se týče produktů pro lidi vyhýbající se cukru, tak ani jedna z prodejen nenaplnila očekávání a nebyla tak schopna poskytnout diabetické potraviny v požadované škále. Jeden druh zboží, který se řadí pod sladkosti a jedna alternativa sladidla není dost.

S bezlaktózovým zbožím to nebylo o moc lepší, některé z prodejen ale nabízely alespoň dvě či tři alternativy mléka, převážně mandlové a ovesné. Ani tak ale člověka s intolerancí na mléčný cukr neuspokojí.

Sehnat bezlepkové zboží se ukázalo být tím nejméně obtížným úkolem. Každá z prodejen typu večerka nabízela bezlepkové rýžové chlebičky jako alternativu pečiva a většina z nich také různé další výrobky z pufované rýže, ochucené na sladko i na slano. Dále bezlepkové jednorpcové instantní kaše, ke koupě bývá převážně rýžová či pohanková. Pokud jde o mouky, těstoviny a jiné výrobky standardně obsahující lepek, tak jejich náhražka v bezlepkové variantě k dispozici nebývá.

V okrajové část jižní Ostravy lidé musí spoléhat především na větší řetězce s potravinami, a to bude pravděpodobně důvod, proč se především v těchto oblastech prokázala přítomnost potravinové pouště pro speciální diety.

Tab 9 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- večerky

NÁZEV OBCHODU	PRODEJNA TYPU VEČERKA OBECNĚ
Počet provozoven v zájmovém území	Prověřeno 10 prodejen, dostupno více prodejen
Dostupnost bezlepkových potravin	ANO, ale slabý výběr
Dostupnost bezlaktózových potravin	ANO, ale velmi slabý výběr
Dostupnost diabetických potravin	NE
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	NE
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	NE
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	NEGATIVNÍ

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.8 Obchody se zdravou výživou

Obchody se zdravou výživou se zpravidla orientují na zboží, které našemu tělu přináší řadu benefitů a vyznačuje se vysokou kvalitou. Mimo to ale prodávají také potraviny pro speciální diety, potraviny bez řady alergenů či bio potraviny vyprodukované ekologickou cestou.

Tento typ obchodu patří mezi nejméně rozšířené. Menší zájem může způsobovat jednostranně orientovaný sortiment v očích zákazníka, vyšší cena či nedostatečná informovanost o benefitech těchto potravin ze strany spotřebitelů a vnímání pouze jako krátkodobější trend stravování. V zájmovém území Ostrava-jih se moc takových prodejen nenachází, dokonce došlo ke

zjištění že ve dvou základních sídelních jednotkách, a sice v Bělském Lese a na Dubině, je nulová obsazenost tohoto typu obchodu.

Zde je soupis prodejen zdravé výživy, ve kterých došlo k prozkoumání inventáře potravin pro speciální diety:

- **Bělský Les**
 - X

- **Dubina**
 - X

- **Hrabůvka**
 - Bylinky U Karin
 - Zdravá výživa Obchody Milota s.r.o.

- **Výškovice**
 - U nás z farmy

- **Zábřeh**
 - Nutrend
 - Zdravá výživa s kavárnou DaRa

Prodejna Bylinky U Karin nabízí pouze čaje, kávu, sušené ovoce, bylinky a bylinné tinktury, žádný jimi nabízený sortiment tedy nespadá pod zboží zkoumané v rámci této DP.

Zdravá výživa Obchody Milota s.r.o. nabízí mimojiné bezlepkový a diabetický sortiment. V nabídce jsou bezlepkové těstoviny, několik druhů mouk, balené pečivo a nabízí také na objednávku domácí žitný bezlepkový chléb. Z diabetických produktů lze zakoupit alternativy sladidel především ve formě sirupů- čekankový, datlový, agávodý nebo kukuřičný. K dispozici jsou i „lowcarb“ neboli nízkosacharidové tyčinky, sladkosti atd. Bez laktózy nabízí řadu rostlinných mlék- mandlové, kokosové, sojové, ovesné atd. Zbytek mléčných produktů je spíše s označením bio, obchod se soustředí na vysokou kvalitu nabízených potravin a mléko, sýry aj. mléčné výrobky

pochází z bio farem, nejsou však zbaveny laktózy. Produkty jsou na prodejně organizovány systematicky, zboží pro speciální diety je odděleno, vše je přehledné a má dostatek prostoru.

Prodejna U Nás z farmy se pyšní nabídkou regionálních čerstvých a kvalitních potravin od farmářů a domácích výrobců, nabízí však pouze bezlepkový sortiment a to jen bezlepkové pečivo z Labužníka.

Nutrend se zaměřuje na široké portfolio produktů z oblasti zdravé výživy pro sportovce, doplňky stravy atd. Ani zde tedy člověk stravující se jednou ze tří zkoumaných speciálních diet nenakoupí svůj sortiment.

Zdravá výživa s kavárnou DaRa, zde je obchod spojený i s možností se posadit v kavárně, kde nabízí bezlepkové i bezlaktózové dezerty. K zakoupení je několik druhů bezlepkového sladkého pečiva z pekárny Knappe, žitný chléb, toastový chléb, panini či hamburgerové žemle. Nabízí také moučníky se sníženým obsahem cukru nebo úplně bez cukru a několik druhů sladkých sirupů bez obsahu cukru. Zboží pro speciální diety je v této prodejně zdravé výživy vždy přehledně označeno symbolem přeškrtnutého klasu či slovně popsáno jako „bez lepku“ či „bez cukru“, jinak je ale zařazeno mezi běžný sortiment.

Tab 10 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- zdravé výživy

NÁZEV OBCHODU	PRODEJNA TYPU ZDRAVÁ VÝŽIVA OBECNĚ
Počet provozoven v zájmovém území	Prověřeno 5 prodejen, dostupno více prodejen
Dostupnost bezlepkových potravin	SPÍŠE ANO
Dostupnost bezlaktózových potravin	SPÍŠE ANO
Dostupnost diabetických potravin	SPÍŠE ANO
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	NE
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	ANO
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	KLADNÉ

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.9. Závěrečné porovnání obchodů

Tab 11 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- souhrn

NÁZEV OBCHODU	ALBERT	BILLA	HRUŠKA	KAUFLAND	LIDL	PENNY MARKET	VEČERKY	ZV
Počet provozoven v zájmovém území	4x supermarket, 2x hypermarket	2x	+20x	1x	3x	1x	Prověřeno 10 prodejen, dostupno více prodejen	Prověřeno 5 prodejen, dostupno více prodejen
Dostupnost bezlepkových potravin	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO, ale slabý výběr	ANO, ale slabý výběr	SPÍŠE ANO
Dostupnost bezlaktózových potravin	ANO	ANO	NE	ANO	ANO	ANO, ale slabý výběr	ANO, ale velmi slabý výběr	SPÍŠE ANO
Dostupnost diabetických potravin	ANO	ANO	ANO, ale slabý výběr	ANO	SPÍŠE NE	NE	NE	SPÍŠE ANO
Dostupné potraviny pro speciální diety v rámci privátní značky	ANO	ANO	NE	ANO	ANO	NE	NE	NE
Zboží pro speciální diety organizováno odděleně od ostatních	ANO	ANO	NE	ANO + zařazeno i mezi běžný sortiment	ANO	SPÍŠE ANO	NE	ANO
Hodnocení umístění produktů v rámci prodejny	KLADNÉ	KLADNÉ	NEGATIVNÍ	KLADNÉ	KLADNÉ	SPÍŠE KLADNÉ	NEGATIVNÍ	KLADNÉ

Zdroj: vlastní zpracování

5.3 Rozhovory s majiteli/ manažery obchodů

Je obecně známo, že participovat na bakalářské či diplomové práci není mezi lidmi příliš oblíbené. Bohužel došlo až na to, že všechny kontaktované velké řetězce (Albert, Billa, Hruška, Kaufland, Lidl, Penny Market) odmítly participovat na této diplomové práci. Odpověď bývala velice stručná a vesměs stejná „Informace k bakalářským a diplomovým pracím neposkytujeme.“ a „Na pracích tohoto typu se nepodílíme.“

V rámci terénního výzkumu na prodejnách typu večerka byly kladeny předpřipravené dotazy- odpovědi vždy byly podobného rázu, a sice na další zboží není prostor, skladovací prostory jsou příliš malé a o tento sortiment není dostatečný zájem, zároveň kvůli vyšším cenám na něm nelze utržit takovou marži, neboť už je tak zakoupeno za větší obnos peněz.

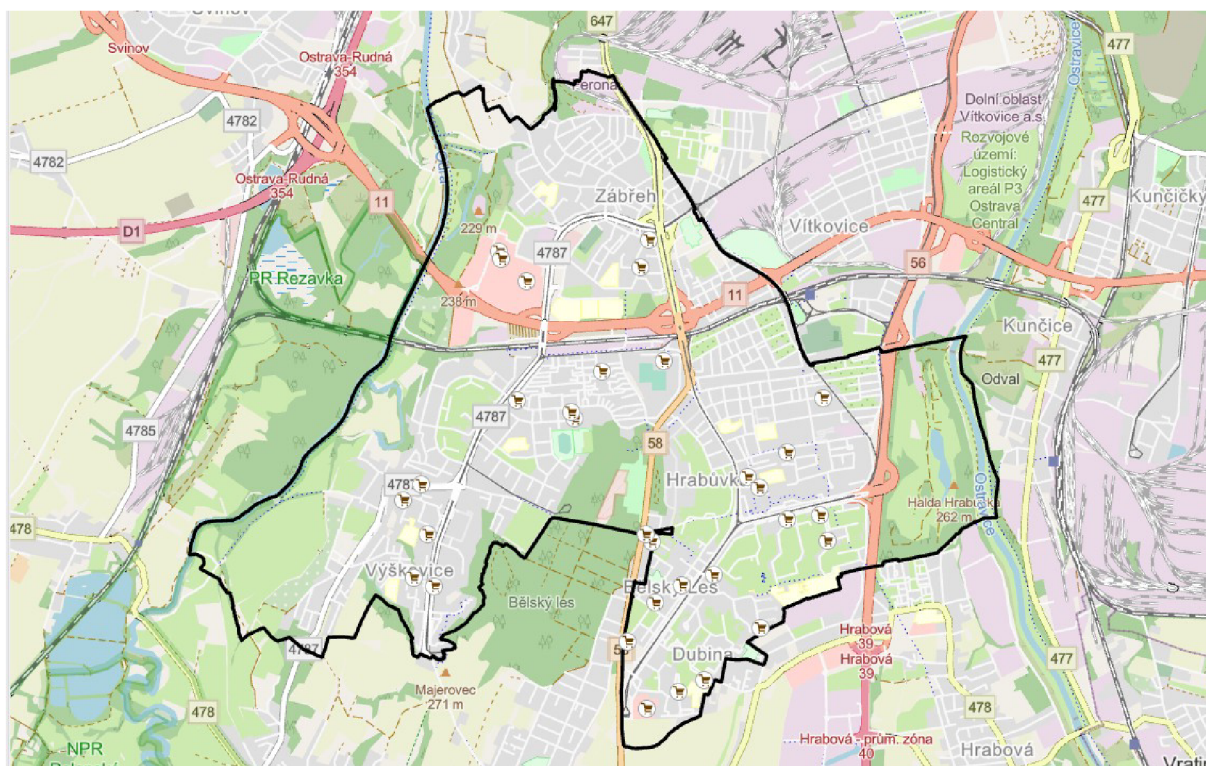
Na prodejnách zdravé výživy by klást otázky dávalo smysl pouze v Zdravá výživa Obchody Milota s.r.o a Zdravá výživa s kavárnou DaRa, v obou prodejnách bylo sděleno, že není přítomna kompetentní osoba, při kontaktování na kontakt uvedený na internetu nepřišla žádná odezva.

Metoda Rozhovory s majiteli/ manažery obchodů tak bohužel nebyla uplatněna.

5.4 Mapový výstup

5.2.1 Vymezení zájmového území a lokalizace obchodů s potravinami

Jako první došlo k již zmiňovanému mapovému vymezení zájmového území → Ostrava-jih. V tomto území byly zaznačeny vyskytující se řetězce s potravinami a individuální prodejny typu večerka a zdravá výživa. Jak již bylo popsáno v předchozích kapitolách, z řetězců byly obsaženy všechny, z večerek byly v každé základní sídelní jednotce lokalizovány dvě prodejny a ze zdravých výživ byly v každé základní sídelní jednotce lokalizovány dvě prodejny, pokud se tam nacházely, některé ZSJ totiž prodejnu zdravé výživy nedisponovaly. Sortiment se napříč večerkami a zdravými výživami totiž moc nelišil a dvě prodejny postačily k udělení si obrázku o poskytovaném zboží.



Obr. 9 Zájmové území Ostrava-jih a obchody, které se v něm nachází (zdroj: vlastní zpracování)

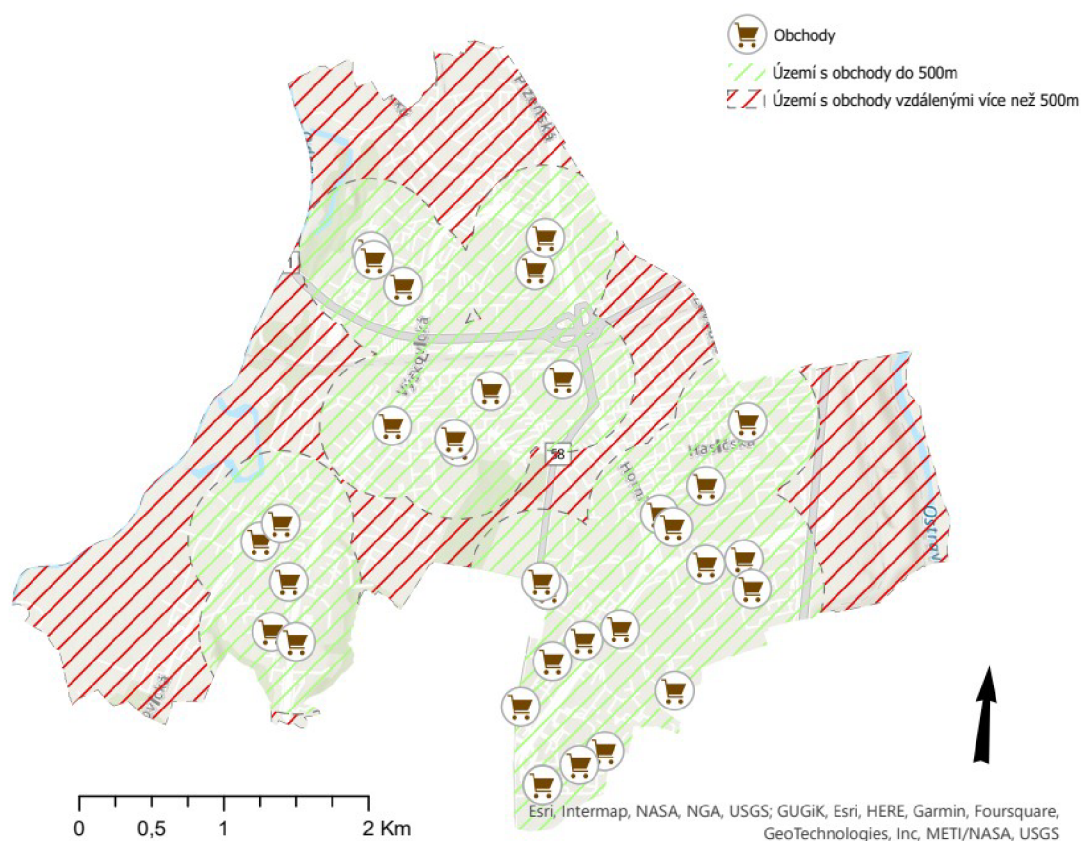
5.2.2 Informace o obyvatelích oblasti a stanovení hranice potravinové pouště pro speciální diety

Ve zvoleném území žije celkem 110 113 lidí. Co se týče typu zástavby, tak v Hrabůvce se jedná o směs od malých rodinných domů na východě území, přes smíšenou strukturu až po modernistického sídliště obklopené Bělským lesoparkem na západě. Na Dubině přechází typ zástavby spíše do blokové struktury. V Bělském lese také pozorujeme blokovou strukturu, která se směrem na západ mění v malé rodinné domy. Na východě Výškovic okolo Bělského lesoparku opět malé rodinné domy postupně se transformující ve smíšenou strukturu. V Zábřehu pak sledujeme převážně strukturu modernistického sídliště. (Hudeček a kol., 2018)

Hranice, od které se jedná o potravinovou poušť pro speciální diety, byla stanovena jako přítomnost obchodu se zbožím pro alespoň jednu speciální dietu až nad 500m od místa bydliště. Pomocí takto nastaveného bufferu bylo spočítáno, kolik lidí bydlí v dostupnosti obchodu se zbožím pro SD do 500m.

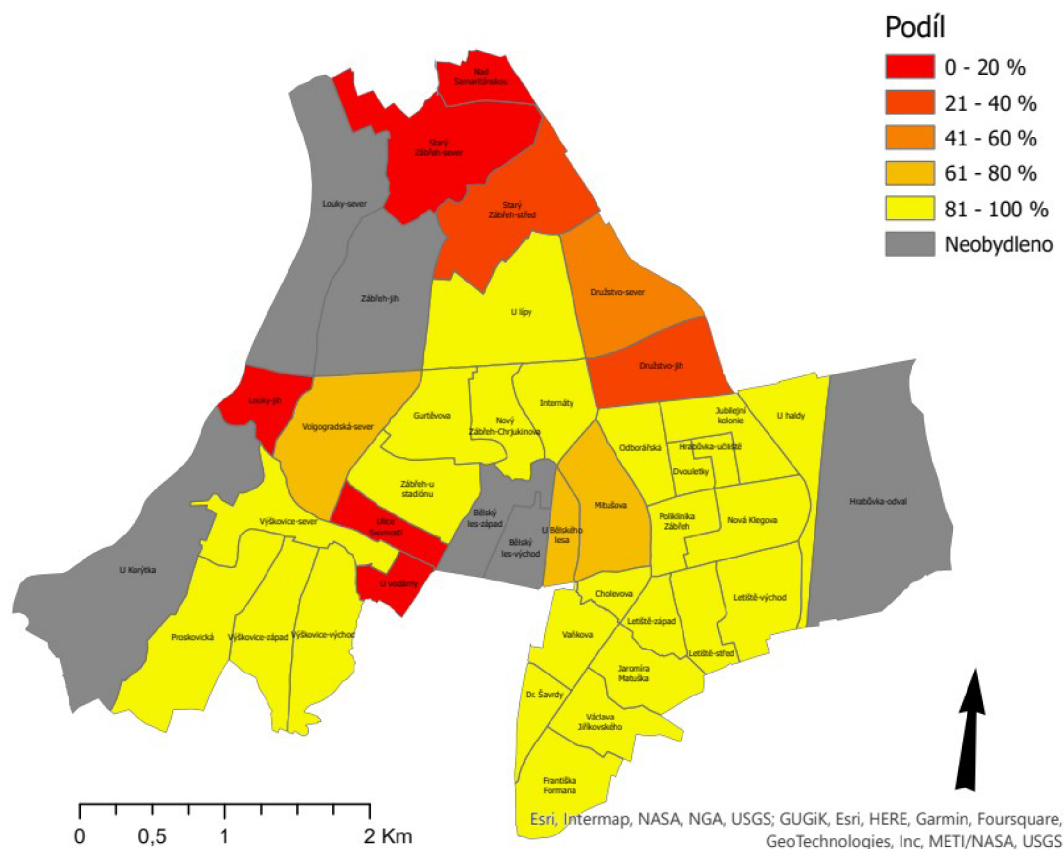
5.2.3 Výsledky analýzy dat

Analýzou dat prostřednictvím programu GIS na základě dat z Google mapy, arc ČR 500 a ČSÚ se prokázalo, že celkem 90 658 lidí žije v oblasti, která se nedá nazvat potravinovou pouští pro speciální diety, ale celkem 19 455 lidí má obchod se zbožím pro alespoň jednu speciální dietu vzdálený více než 500m od svého bydliště, bydlí tedy v PP.



Obr 10 Vyobrazení potravinové pouště pro speciální diety v rámci území Ostrava-jih (zdroj: vlastní zpracování)

Pokud bychom se podívali na podíl obyvatel, kteří mají obchod se zbožím pro speciální dietu vzdálený do 500 m od místa jejich bydliště, vypadalo by to takto:



Obr 11 Podíl obyvatel s dostupným obchodem se sortiment pro speciální diety do 500m od místa bydliště (zdroj: vlastní zpracování)

Nejhorší dostupnost byla prokázána v oblasti základní sídelní jednotky Zábřeh, zejména Starého Zábřehu a to Nad Samaritánskou a Starý Zábřeh-sever, zde se hodnoty pohybují takto: 0-20 % lidí má obchod s potravinami pro speciální diety vzdálený pod 500 m od místa svého bydliště. V oblasti Starý Zábřeh-střed je to pak výsledek 21-40 %. Co se týče nabídky bezlepkových, bezlaktózových či diabetických potravin je oblast silně nezabezpečena a nemá svým obyvatelům téměř co nabídnout.

Dobře nedopadlo ani území Louky-jih, to se nachází převážně v obležení neobydleného území, je proto poměrně pochopitelné, že zde prodejci nevidí potenciál prodeje, podíl lidí s dostupností obchodu se zbožím pro speciální diety do 500m od jejich bydliště je zde pod 20 %. Přilehlé území Volgogradská-sever se pohybuje v rozmezí 61-80 % lidí žijících do 500m od obchodu se zbožím pro speciální diety a Výškovice-sever v rozmezí 81-100 %, území tak není

považováno za katastrofu v zabezpečení tohoto typu, lidé stravující se bez lepku, laktózy či cukru to zkrátka mají na nákup dál. To samé platí pro oblasti Svornosti a U Vodárny, také podíl 20 % a nižší, oblasti jsou však lemovány jinými s podílem převážně 81-100 %.

Území Družstvo-jih v Ostravě-Hrabůvce se pohybuje mezi 21-40 % podílem lidí, kteří se dostanou ke zboží pro speciální dietu ve vzdálenosti do 500 m, okolní oblasti se sice pohybují ve velmi vysokých procentech, ale sousedící Družstvo-sever vykazuje výsledky 41-60 %, bylo by vhodné se na tuto oblast zaměřit více a posílit ji obchody, které občanům poskytnou více výživných alternativ.

6 Diskuze

V této kapitole se diplomová práce zaměří na interpretaci výsledků práce, ke kterým pomocí zvolených metod dospěla. Porovná, jak jsou potravinové pouště vnímané v tradičním pojetí a poté vymezí potravinovou poušť pro speciální diety. Následně zjištěné informace konfrontuje s literaturou zmíněnou v teoretické části práce, srovná poznatky s jinými výzkumy. Na závěr představí několik možných řešení situace.

6.1 Vnímání potravinové pouště

Pojem potravinová poušť má poměrně široké pojetí, velmi záleží z jakého úhlu pohledu se na něj člověk dívá. Nejobecněji a v kostce by se dal popsat jako oblast, která se potýká s problémem nedostupnosti potravin, nekvality z hlediska výživy a nízkého rozvoje zdraví obyvatel dané oblasti v důsledku tohoto problému. Oproti tomu je potravinová poušť pro speciální diety ještě více úzce zaměřená, a sice zde chybí dostupné bezlepkové, bezlaktózové či diabetické potraviny.

6.2 Interpretace výsledků práce

Bohužel metoda rozhovorů s majiteli/manažery obchodů s potravinami nikterak nepřispěla k nastínění vnímání situace ze strany prodávajícího. Oslovení se totiž rozhodli se nepodílet na této práci.

Naopak dotazník zaměřený na lidi stravující se speciální dietou značně napomohl pochopení vnímání situace očima strávnicka. Díky zodpovězení dotazníku stem lidí bylo zjištěno, že je na jihu Ostravy zboží pro speciální diety poměrně jednoduše dostupné a to pro všechny tři zkoumané diety. S diabetickou dietou to ale je poněkud slabší v porovnání s ostatními dvěma. Prodejny/potraviny se z dotazníkového šetření zdají býti dostupné v docházkové vzdálenosti.

Sestavení inventářů potravin jednotlivých řetězců poukázalo na to, kde je jaké zboží dostupné. Metodou bylo zjištěno, že je dostupné rozmanité zboží pro speciální diety, ať už se jedná o pečivo, těstoviny a jiné přílohy, mouky, mléčné výrobky, sladkosti aj. Každý řetězec sice nabízí

jiný sortiment, někde je výběr menší, jinde zase větší, obecně ale šlo poměrně lehce říci, kde dostupnost zboží pro jaká potravinová omezení vážne.

V rámci kapitoly Mapový výstup se však prokázalo překvapivé zjištění, které z názorů lidí obývajících danou oblast a z terénního průzkumu nebylo vůbec patrné- existence potravinové pouště pro speciální diety.

Výsledky této práce vypovídají o tom, že ve zkoumaném území skutečně došlo k prokázání přítomnosti potravinové pouště pro speciální diety. Zájmové území je sice poměrně malé a obývá ho nemalé množství lidí, je tak s podivem, že toto území prodejci nepovažují za lukrativní oblast a nedistribuuují zde své výrobky pro speciální diety více. Přeci jen se jedná o sektor, kde jde především o zisk, v tomto případě však přispívá také ke spokojenosti veřejnosti, což je vždy pozitivní. Otázkou také zůstává- prokázala by se potravinová poušť pro speciální diety, jednalo by se o území celé Ostravy?

Rozhodně je možné, že na jiném území může dojít k objevení definovaného problému ve větší míře. Území by pak muselo být ovlivněno některým z těchto faktorů:

- jednalo by se o oblast o větší rozloze, kde by počet obchodů s potravinami nestíhal obsloužit množství obyvatel obývajících danou oblast;
- jednalo by se o oblast, kde je podstatně nižší hustota zalidnění, prodejcům by se tak neoplatilo zde stavět své obchody;
- jednalo by se o oblast, kde se koncentruje sociálně slabší obyvatelstvo, takže by se rovněž z hlediska zisku neoplatilo tímto směrem nasměrovat své ekonomické aktivity.

6.3 „Konfrontace“ s literaturou z teoretické části práce

Slovo „konfrontace“ z názvu podkapitoly je trochu zavádějící, tato diplomová práce totiž nejde proti minulým výzkumům, nesnaží se něco vyvrátit či napadnout. Jde spíše o poskytnutí vhledu na danou situaci na území jižní Ostravy, dalo by se spíše mluvit o doplnění kousku skládačky zvaného potravinová poušť.

Dostupné literární zdroje se zaměřují především na potravinovou poušť v jejím tradičním pojetí a to zejména na území Spojených států amerických. Některé zdroje zkoumaly situaci také v Africe či Evropě, to ale minoritně. Diplomová práce souhlasí se všemi vyřčenými definicemi tohoto problému a autor si je vědom, že je skutečně mnoho pohledů na tento pojem, žádný není správnější nebo lépe uchopený.

Následuje reakce na některé tvrzení:

V teoretické části padlo tvrzení, že lidé žijící v potravinové poušti za účelem ušetřit peníze raději cestují pro nákup několikanásobně dál, než by bylo nutné, obchod s potravinami mají i mnohem blíže, chtějí ale uplatnit benefity. Toto tvrzení se v rámci našeho výzkumu prokázalo také jako pravdivé, i když pouze z části. Lidé uváděli jako důvod návštěvy určitého typu řetězce s potravinami (v tomto případě například Kaufland), který není jedním z jejich nejbližších vzdálených, cenu. Znamená to tedy, že i v rámci Ostravy-jihu lidé chtějí uplatnit možnost nakoupit levněji a vydají se kvůli tomu na nákup potravin i dál, než by bylo nutné. Konkrétně řetězec Kaufland, který vyšel z dotazníkového šetření jako prokazatelně cenově nejdostupnější, totiž využívají i lidé z ostatních základních sídelních jednotek než z té, ve které se Kaufland nachází (pozn. k dispozici je pouze jedna prodejní jednotka pro celý jih Ostravy). I v tomto případě zůstává otázkou, jak moc je toto řešení ekonomické, připočteme-li náklady na přepravu a čas strávený na cestách navíc.

Dalším závažným tvrzením z literatury bylo, že finanční situace mnoha lidí žijících v potravinových pouštích posouvá zdravé potraviny nad hranici jejich dostupnosti, zatímco potraviny s vysokým obsahem tuku a cukru jsou dostupny snadno. Cenová politika potravin pro speciální diety v zájmovém území této práce se nezdá být něčím, co by obyvatelstvo drželo dál od potravin, které pro svůj dobrý zdravotní stav potřebují. Zde se tedy, dle výsledků dotazníkového šetření, tvrzení nepotvrdilo. Druhá část tvrzení o vysoké dostupnosti potravin s vysokým obsahem tuku a cukru, což by se v našem zorném poli dalo přeformulovat jako dostupnost potravin mimo rámec speciální diety, je de facto pravdivá. Potraviny obsahující lepek, laktózu či cukr jsou dostupné poměrně snadno.

Záležitost bezpečnosti a kriminality v této lokalitě vůbec není problémem, který by jakkoliv ovlivňoval situaci trhu s potravinami pro speciální diety, zde tedy není o čem diskutovat.

Rovněž se tato práce nedotýká zmiňovaného téma tzv. „nuceného využívání fast-foodu“, poušť se zde částečně prokázala, ačkoliv prodej s potravinami je dostupná spousta a to i pozdějších večerních hodinách (pozn. otevírací doba končí zpravidla okolo osmé, deváté či desáté hodiny večerní). Lidé tak nejsou hnáni do rychlého občerstvení a pokud by jej někdo využíval, tak je Ostrava místem, kde už jsou minimálně bezpečkové varianty pokrmů i v tomto typu zařízení.

6.4 Možná řešení situace

Vývoj sítě maloobchodních jednotek je nutné rozumně regulovat. Ku prospěchu není ani příliš velký ani příliš malý počet prodejen s potravinami obecně, rovněž ani příliš malý ani příliš velký rozsah dostupných potravin pro speciální diety. Jak již bylo zmíněno, jedná se o soukromý sektor dychtící po ziscích, nelze jej tedy příliš ovládat veřejnými orgány, z pohledu města či státu je tedy ukočirování situace dostupnosti potravin pro speciální diety poněkud složitější. (Tkadlečková, 2008)

Nějaké možnosti ale jsou, například může dojít k eliminaci potravinové pouště za předpokladu, že by stát byl ochotný poskytnout subjektům, které by v dané oblasti vystavěly obchod s potravinami, úvěr s nízkým či dokonce žádným úrokem. Jedná se o tzv. win-win situaci, obchod napomůže problematice, stát je spokojenější, a zároveň si jeho majitel přijde na zisk. Nesmí se ale jednat o oblast, kde je uplatnění na trhu skutečně nízké. (Rose a kol., 2009)

Další výhodná situace pro obě strany vzniká, když dojde k opatření ve formě zřízení bezplatné kyvadlové dopravy (zpravidla autobusové) ze strany soukromníka, například obchodního centra. Tady se jedná o případ, když to není záchrana situace ze strany veřejného sektoru nýbrž se strany soukromníka. Ten samozřejmě jedná s vidinou zisku, ale zároveň napomáhá řešení krizové situace výskytu potravinové pouště. Každý platící zákazník se počítá, a proto sváží autobus lidi z okolí například přímo do nákupního centra. Instantní pozitivní efekt je zde zaručen.

„Když nemůže Mohamed k hoře, musí hora k Mohamedovi“, tak také funguje další řešení, kterým jsou pojízdné prodejny. Dnes už se toto řešení sice příliš nevidí, ale rozhodně je to možnost, jak zlepšit situaci potravinové pouště. Princip je velmi jednoduchý- v tradičním pojetí potravinové pouště představovaly pojízdné prodejny zajištění hlavně základního sortimentu potravin, a to zejména pro venkov či příměstské oblasti, kde byla obsluha ve formě kamenného obchodu s

potravinami nedostatečná. V dnešní době už fungují prodejny spíše jako poskytnutí nějakého specifického zboží, například zabijačkové produkty, masité zboží, domácí výrobky, bio výrobky aj. V našem případě by mohly rozvážet třeba čistě bezlepkový sortiment- čerstvé pečivo, domácí těstoviny atd.

Další možností je organizování farmářských trhů. Soukromníci ve spojení s městem by organizovali akci, která napomůže lidem se dostat ke svým potravinám, zároveň z toho mají zisk všechny strany. Toto řešení už de facto probíhá, trhy se ale zpravidla konají v okolí centra města, takže je nutně se za nimi dopravit, zároveň bývá frekvence konání většinou jednou za dva týdny a není vždy zaručeno, že bude přítomno zboží pro speciální diety. Prodejci by však měli zaručit prvotřídní kvalitu nabízeného zboží a lokální potraviny, což by mohlo skutečnosti vyvážit. Neřeší to ale situaci potravinové pouště na okraji oblasti.

Také možnosti objednávání potravin přes internet může značně napomocť situaci. Problém je, že do oblastí, ve kterých chybí obchody s potravinami nebo v našem případě speciální potraviny, daná společnost pravděpodobně dovážet potraviny nebude. Společnosti mívají nastavený pouze určitých okruh, ve kterém působí, dovoz za jeho hranice by se finančně nevyplatil ani jedné straně.

7 Závěr

Stravování se podle speciální diety jednoznačně člověka limituje. Musí být neustále ostražitý, aby nepohoršil svému zdravotnímu stavu, sortiment pro něj dostupný je okleštěný ve srovnání s lidmi, kteří žádná stravovací omezení nemají. Cenová relace produktů je také v jiné výši. Co by alespoň v nějaké míře pomohlo by byla skutečně efektivní distribuce řetězců s potravinami a jejich sortimentu pro speciální diety. Tato situace je však pochopitelně postavená na principu poptávka-nabídka, dokud o tento sortiment nezačne být větší zájem, není ani v zájmu obchodů jej poskytovat. S rostoucím počtem lidí, kteří mají nějaká stravovací omezení, ve formě intolerance na lepek či laktózu, nebo si musí hlídat cukr, by se dalo očekávat, že na to v průběhu následujících let budou řetězce a individuální prodejny reagovat, sortiment se bude rozšiřovat a možná do budoucna ani nebude tak nutné držet jejich cenu výše, když zájem o produkt poroste.

Práce na základě zjištěných dat jednoznačně prohlašuje, že se na území jihu Ostravy prokázala přítomnost potravinové pouště pro speciální diety. Přispívá tak k prozkoumání další oblasti, kterou tento problém zachvátil. Zvolené území je sice pokryto řetězci s potravinami, které, jak se zjistilo metodou prozkoumání inventářů jednotlivých řetězců s potravinami a individuálních prodejen, nabízí řadu alternativ a potravin pro speciální dietu bezlepkovou, bezlaktózovou a diabetickou, prodejen však, jak vyplývá z mapování, není dost a zboží je v různé šíři. V některých řetězcích je sortiment rozšířenější více, v některých méně (viz. podkapitola 5.2 Sestavení inventáře potravin).

Každopádně metodou mapování vymezeného území vyšly najevo informace, že se prodejní jednotky nenachází vždy v docházkové vzdálenosti, která byla pro účely této diplomové práce stanovena na 0,5 km od místa bydliště.

Co se cenových relací těchto produktů týče, tak se ceny jednoznačně pohybují výše než u produktů, které nejsou vymezeny jako potraviny pro speciální diety, zákazník se stravovacím omezením si tedy rozhodně za své jídlo připlácí.

Na tuto diplomovou práci by jistě mohl navazovat další výzkum, který by se zaměřil na širší geografickou oblast, například na území celého krajského města Ostravy. Zde by výsledky mohly být možná o něco zajímavější- poušť rozšířenější.

Summary

This master thesis is focused on the territory of South Ostrava. Its main goal is to confirm or deny the presence of a food desert for special diets in the selected area. Focus is strictly on gluten-free diet, lactose-free diet and diabetic diet. It also aims to find out how it is with the distance of grocery stores from the residences of the residents of basic residential units. The inspiration for choosing such a theme was food deserts in a more traditional sense- the ones that we know especially from United States.

The first part provides theoretical knowledge about food deserts in general, then food deserts for special diets and other very important concepts related to this topic. The thesis interprets these data and information thanks to already existing literature and researches.

The second part includes research via questionnaire for people on special diets, via examining the food inventory of individual grocery stores of South Ostrava and also via mapping of the situation.

The research showed that there is a food desert for special diets on this area especially in the peripheral parts of the area, so the availability of some foodstuffs can be definitely still improved.

Seznam použitých zdrojů

ALAIMO, K., OLSON, CH. M., FRONGILLO E. A. (2001): Food Insufficiency and American School-Aged Children's Cognitive, Academic, and Psychosocial Development. *Pediatrics*. 108 (1): 44-53.

ALKON, A. H., BLOCK, D., MOORE, K., GILLIS, C., DI NUCCIO, N., CHAVEZ, N. (2013): Foodways of the urban poor. *GeoForum*. 48: 126-135.

AMERICAN NUTRITION ASSOCIATION [online]. American Nutrition Association webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://theana.org/>

APPARICIO, P. (2008): Comparing alternative approaches to measuring the geographical accessibility of urban health services: Distance types and aggregation-error issues. *International Journal of Health Geographics*. 7 (7).

BERÁNEK, J. (2007): *Dietní stravování- jednotný dietní systém*. Grada. Praha.

BILLA. Free vaše individuální volba [online]. Billa webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://www.billa.cz/nase-znacky/free>

BOONE-HEINONEN, J., GORDON-LARSEN, P., KIEFE, C., SHIKANY, J. M., LEWIS, C. E., POPKIN, B. M. (2011): Fast food restaurants and food stores: longitudinal associations with diet in young adults: The CARDIA Study. *Arch Intern Med*. 171 (13): 1162-1170.

CASTRO, M., THERNSTROM, A., ACHTENBERG, R., GAZIANO, T. F., HERIOT, G., KIRSANOW, P. N., KLADNEY, D., YAKI M., TOLHURST, K. (2011): *Food Deserts in Chicago: A Report of the Illinois Advisory Committee to the United States Commission on Civil Rights*. Chicago.

COLEMAN-JENSEN, A. J. (2011): Working for Peanuts: Nonstandard Work and Food Insecurity Across Household Structure. *Journal of Family and Economic Issues*. 32: 84-97.

CORRELL, M. (2010): Getting Fat on Government Cheese: The Connection Between Social Welfare Participation, Gender, and Obesity in America. *Duke Journal of Gender Law & Policy*. 18 (45): 45-77.

COVENEY, J., O'DWYER L. A. (2009): Effects of mobility and location on food access. *Health & Place*. 15 (1): 45-55.

CUMMINS, S., MACINTYRE, S. (1999): The location of food stores in urban areas- a case study in Glasgow. *British Food Journal*. 101 (7): 545-553.

CUMMINS, S., MACINTYRE, S. (2002): „Food Deserts”- Evidence and Assumption in Health Policy Making. *BMJ (Clinical research)*. 325 (7361): 436-438.

CUMMINS, S., PETTICREW, M., HIGGINS, C. et al. (2005): Large scale food retailing as an intervention for diet and health: quasi-experimental evaluation of a natural experiment. *Journal of Epidemiology & Community Health*. 59: 1035-1040.

ČEPELÍKOVÁ, K. (2022): Výhody a nevýhody privátních značek: komu se vyplatí? [online]. Vitalia webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://www.vitalia.cz/clanky/privatni-znacky-vyhody-a-nevyhody-historie/>

ČERVENKOVÁ, R. (2006): Celiakie. Galén. Praha.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD: Počet obyvatel na adresní body v souboru SHP za Ostrava-jih [online]. ČSÚ webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

eAGRI (2017): Biopotraviny [online]. Portál eAGRI- resortní portál Ministerstva zemědělství webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/znacky-kvality-potravin/biopotraviny/>

FRIČ, P., MENGEROVÁ, O. (2008): Celiakie- Bezlepková dieta a rady lékaře. Medica publishing. Čestlice.

FRITZSCHEOVÁ, D. (2009): Intolerance laktózy. Noxi. Bratislava.

GRIVETTI, L. E. (1978): Culture, Diet, and Nutrition: Selected Themes and Topics. *BioScience*. 28 (3): 171-177.

HENDRICKSON, D., SMITH, CH., EIKENBERRY, N. (2006): Fruit and vegetable access in four low-income food deserts communities in Minnesota. *Agriculture and Human Values*. 23: 371-383.

HESS, A. (2004): Velkoobchod a maloobchod. PEF ČZU. Praha.

HOFFMANN, M. (2021): Privátní značky Albert [online]. Atlaso webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://www.atlaso.cz/privatni-znacky-albert/>

HUDEČEK, T. a kol. (2018): Hustota a ekonomika měst. IPR. Praha.

KOTALA, D. (2016): Brněnské potravinové pouště- Fikce či realita? Masarykova univerzita. Brno.

KOTALA, D., BILKOVÁ K., KUNC, J., TONEV, P. (2017): Omezené možnosti nakupování (nejen) v centru Brna? Identifikace potravinových pouští. In: Křižan, F., Bilková, K., Barlík, P. (2017): Maloobchod a špecifiká časovo-priestorového správania spotrebiteľov (197-228). Bratislava. Univerzita Komenského v Bratislave.

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. (2004): Marketing. Grada Publishing. Praha.

KŘIŽAN, F. (2020): Kde nakupujeme, čo nakupujeme a prečo nakupujeme: lokality maloobchodu a spotreby a správanie spotrebiteľov. Univerzita Komenského v Bratislave. Bratislava.

KŘIŽAN, F., DANIELOVÁ, K. (2008): „Potravinové púšte“ definované na základe merania dostupnosti- prípadová štúdia mesta Bratislava. *Urbanismus a územní rozvoj*. 11 (3): 26-30.

KŘIŽAN, F., LAUKO, V., TOLMÁČI, L. (2008): Identifikácia „potravinových púští“ na území mesta Bratislava aplikáciou mier dostupnosti. *Ekonomický časopis*. 56 (10): 959-972.

LEE, C. H. (2017): Grocery Store Inequity [online]. Sojourners webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://sojo.net/magazine/april-2017/grocery-store-inequity>

MAXWELL, S. (1996): Food Security: a post-modern perspective. Food Policy. 21 (2): 155-170.

MURPHY, B. (2011): Living in a Food Desert: How Lack of Access to Healthy Foods Can Affect Public Health [online]. National Academies (Science Engineering Medicine) webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://notes.nap.edu/2011/01/25/living-in-a-food-desert-how-lack-of-access-to-healthy-foods-can-affect-public-health/>

NEVORAL, J. A kol. (2003): Výživa v dětském věku. H&H Vyšehradská. Jinočany.

PÁNEK, J., POKORNÝ J., DOSTÁLOVÁ J. (2002): Základy výživy a výživová politika. Vysoká škola chemicko-technologická v Praze. Praha.

PRAŽSKÁ, L., JINDRA, J. (2002): Obchodní podnikání. Retail management. Management Press. Praha.

ROSE, D. et al. (2009): Deserts in New Orleans? Illustrations of Urban Food Access and Implications for Policy [online]. National Poverty Center Working Paper webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: www.npc.umich.edu/news/events/food-access/index.php

SUCHÝ, J. (2010): Problematika potravinových pouští- případová studie Zlín. Univerzita Karlova. Praha.

SVAČINA, Š. a kol. (2008): Klinická dietologie. Grada Publishing. Praha.

TKADLEČKOVÁ, T. (2008): Systémy regulace maloobchodu v evropských zemích. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje PřF UK. Praha.

TULANE UNIVERSITY: SCHOOL OF SOCIAL WORK (2018): Food Deserts in America (Infographic) [online]. Tulane University webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://socialwork.tulane.edu/blog/food-deserts-in-america/>

U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE (2013): Food Access Research Atlas [online]. Economic Research Service USDA webová stránka. [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://www.ers.usda.gov/data-products/food-access-research-atlas>

U. S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE, U. S. DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES. (2010): Dietary Guidelines for Americans. U. S. Government Printing Office. Washington DC.

ÚZEMNĚ IDENTIFIKAČNÍ REGISTR ČR: Městský obvod- základní sídelní jednotka [online]. UIR webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: uir.cz

WASHINGTON STATE DEPARTMENT OF HEALTH: Food Oasis [online]. Washington State Department of Health webová stránka [cit. 8.4.2023]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20190421212846/https://www.doh.wa.gov/CommunityandEnvironment/Food/AccessToHealthyFoods/FoodOasis>

WEAVER, C. M., DWYER, J., FULGONI, V. L., KING, J. C., LEVEILLE, G. A., MAC DONALD R. S., ORDOVAS, J., SCHNAKENBERG, D. (2014): Processed Food: contribution of nutrition. 99 (6): 1525-1542.

WRIGLEY, N. (2002): „Food Deserts“ in British Cities: Policy Context and Research Priorities. Urban Studies. 39 (11): 2029-2040.

WRIGLEY, N., WARM, D., MARGETTS B. (2003): Deprivation, diet, and food-retail access: findings from the Leeds „food deserts“ study. Environment and Planning. 35: 151-188.

WU, Q., SAITONE, T. L., SEXTON, R. J. (2017): Food Access, Food Deserts, and the Women, Infants, and Children Program. Journal of Agricultural and Resource Economics. 42 (3): 310-328.

Seznam obrázků

Obrázek 1 Ikony na potravinách pro jednotlivá stravovací omezení

Obrázek 2 Zájmové území Ostrava-jih

Obrázek 3 Jakou potravinovou dietou se stravují respondenti účastníci se dotazníkového šetření?

Obrázek 4 Který řetězec vnímají respondenti účastníci se dotazníkového šetření jako ten, kde seženou vše potřebné pro svou speciální dietu?

Obrázek 5 Který řetězec vnímají respondenti účastníci se dotazníkového šetření jako nejoblíbenější pro své nákupy potravin/ který z řetězců preferují?

Obrázek 6 Který řetězec s potravinami navštěvují respondenti dotazníkového šetření nejčastěji?

Obrázek 7 Který řetězec s potravinami vnímají respondenti dotazníkového šetření jako cenově nejdostupnější?

Obrázek 8 Kolik peněz rámcově utratí respondent dotazníkového šetření týdně za potraviny pro svou speciální dietu?

Obrázek 9 Zájmové území Ostrava-jih a obchody, které se v něm nachází

Obrázek 10 Vyobrazení potravinové pouště pro speciální diety v rámci území Ostrava-jih

Obrázek 11 Podíl obyvatel s dostupným obchodem se sortiment pro speciální diety do 500m od místa bydliště

Seznam tabulek

Tabulka 1 Řetězce s potravinami v jednotlivých základních sídelních jednotkách Ostravy-jih

Tabulka 2 Individuální prodejny s potravinami v jednotlivých základních sídelních jednotkách Ostravy-jih

Tabulka 3 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Albert

Tabulka 4 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Billa

Tabulka 5 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Hruška

Tabulka 6 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Kaufland

Tabulka 7 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Lidl

Tabulka 8 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- Penny Market

Tabulka 9 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- večerky

Tabulka 10 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- zdravé výživy

Tabulka 11 Závěrečné zhodnocení vybraných indikátorů pro jednotlivé typy prodejen- souhrn

Seznam zkratek

Aj.- a jiné

Atd.- a tak dále

Apod.- a podobně

ČR- Česká republika

ČSÚ- Český statistický úřad

DP- diplomová práce

ERS- Economic Research Service

G- gram

GIS- Geografický informační systém

Kč- koruna česká

Km- kilometr

MHD- městská hromadná doprava

Pozn.- poznámka

PP- potravinová poušť

SD- speciální diety

Tzv.- takzvaně

USA- United States of America/ Spojené státy americké

USDA- The United States Department of Agriculture/ Americké ministerstvo zemědělství

Vs.- versus/ oproti

ZSJ- základní sídelní jednotky

ZV- zdravá výživa