



PŘÍSTUPY K PLÁNOVÁNÍ A ŘEŠENÍ
VEŘEJNÝCH PROSTRANSTVÍ
STUDIE

S VYUŽITÍM PRO NÁMĚSTÍ MÍRU
V JINDŘICHOVĚ HRADCI



Tato studie byla vytvořena se státní podporou Technologické agentury ČR v rámci Programu
Éta č. TL01000498.

ÚVODEM	4
PLÁNOVÁNÍ REVITALIZACE VEŘEJNÝCH PROSTRANSTVÍ.....	5
VLIV OBCHODNÍCH CENTER NA VNITŘNÍ CENTRUM MĚSTA	12
Obecně k vlivu nákupních center na život a obchod v centrem měst	14
Příklady vlivu obchodních či nákupních center na maloobchod a život v centrech měst	15
Příklady z vybraných měst	16
Nedostatek parkovacích míst jako faktor útlumu obchodu v centrech měst.....	21
PROSTOROVÁ A FUNKČNÍ SITUACE NA NÁMĚSTÍ MÍRU V JINDŘICHOVĚ HRADCI.....	22
Charakteristika náměstí Míru	22
Sortiment nabídky na náměstí míru a jeho exkluzivita	29
ZÁVĚR.....	31
POUŽITÉ ZDROJE	32

ÚVODEM

S problémem upadajících center měst, stejně jako s problémem potřebné úpravy podoby jinak víceméně funkčních center měst, se potýká velké množství měst v České republice i v dalších Evropských zemích. Města hledají příčiny, proč k (nežádoucím) změnám dochází, aby vedení měst mohla adekvátně reagovat a nalézt vhodné nástroje k potřebnému oživení nebo úpravě veřejných prostranství ve svých centrech.

Z výsledků výzkumu, provedeného autorským kolektivem řešícím výzkumný projekt TAČR Éta TL01000498 „Revitalizace městských center a dalších veřejných prostorů v České republice: problémy, zahraniční inspirace, možnosti řešení“ vyplývá, že nejčastějšími problémy měst k řešení jsou odliv trvale žijících obyvatel z center měst, změna či zánik některých tradičních služeb v centru města, s tím spojená konkurence super/hypermarketů a nákupních center, a nárůst individuální automobilové dopravy, vč. dopravy v klidu. Čím dál více se také projevují potřeby řešit veřejné služby a veřejná prostranství v souladu s principy udržitelného rozvoje a s využitím konceptu Smart City.

Mnohá města, i díky podpoře z evropských fondů, realizovala již celkovou či částečnou fyzickou obnovu svých centrálních prostor, přičemž zjišťují, že obnova fyzické stránky veřejného prostranství nezajišťuje oživení prostoru nebo naplnění jeho požadovaných funkcí.

Tato studie přináší výsledky výzkumu, aplikovaného na centrum města Jindřichova Hradce, konkrétně náměstí Míru. Tento veřejný prostor patří v Jindřichově Hradci mezi problematické v tom smyslu, že se již několikrát jednalo o jeho proměně a vždy neúspěšně. Řešeny jsou tak jen dílčí záležitosti. Jedná se také o prostor, který je natolik dominantou města, že je součástí časté laické i odborné diskuse, přičemž nelze říci, že zastánců určité myšlenky je výraznější většina.

Studie přináší další možné pohledy na některé problémy spojené se situací na náměstí Míru v Jindřichově Hradci, s využitím zkušeností z jiných měst získaných výzkumem v rámci zmíněného projektu. Studie se nezabývá architektonickým řešením, ale především doporučovaným přístupem samosprávy k plánování a řešení veřejných prostranství.

Vhodným zdrojem informací o problematice veřejných prostranství v centrech měst jsou publikace vydané autorským kolektivem v rámci zmíněného projektu.

PLÁNOVÁNÍ REVITALIZACE VEŘEJNÝCH PROSTRANSTVÍ

Revitalizace je interpretována zpravidla jako oživení určité části města nebo vylepšení pro jeho kvalitnější sociálně-kulturní a ekonomické využití. Revitalizace má svoji **stránku fyzickou, sociální i mentální**. Při revitalizaci musí být využíván velmi komplexní proces, který bude mít **vhodně nastavené cíle** a bude vycházet z **velmi dobře provedených analýz aktuální situace**.

Mezi hlavní faktory, které měly v České republice významný vliv na přeměnu tradičních funkcí center měst, patří přesun některých funkcí do obchodních zón v okrajových částech. Zde jde především jde o funkci obchodní a společenskou. Související zánik malých obchodů v centrech měst vedl k celkovému úpadku. Obyvatelé často kriticky vnímají absenci malých obchodů a služeb v centru města a omezenou nabídku o víkendech. Může se však jednat o začarovaný kruh, pokud lidé i přes kritické názory nakonec vzniklé obchody v centru města nenavštěvují v takové míře, aby se podnikatelům vyplatilo tam fungovat. V takovém případě se nepotkává nabídka s poptávkou, což je ovlivněno i již zmíněnou změnou životního stylu a nákupního chování na straně jedné a sortimentu, otevírací doby a přidané hodnoty ve smyslu atmosféry a osobního přístupu na straně druhé.

Dalším podstatným faktorem je změna bytové funkce. Přesun části obyvatel z center měst do modernějšího či přístupnějšího bydlení na okrajích měst a zázemí měst je typicky doprovázeno snahou o vlastní bydlení. Výzkum ukázal, že v některých městech majitelé nemovitostí drželi vysoké nájmy bez potřebných investic do kvality bytů a domů, čímž se tyto domy staly spíše ubytovny. Vlastnická struktura v centrech měst je výrazně soukromá, což možnosti samosprávy zásadně omezuje.

Některá města přistoupila k motivaci podnikatelů k provozování drobných služeb v centrech měst formou dotace z městského rozpočtu. Jiným příkladem je úzká spolupráce s majiteli nemovitostí a vytvoření společného plánu na oživení centra města. Zároveň by v rámci řízení měst neměly být opomíjeny další typické funkce center měst, jako je společenské a kulturní vyžití.

Ve veřejných prostranstvích měst se uskutečňují společenské aktivity jak pasivní (pozorování dění), tak i aktivní, zejm. při realizaci různých eventů, jakou jsou slavnosti, trhy a kulturní akce. Tyto aktivity jsou považovány za žádoucí, protože mají vysokou schopnost oživit centrum města, které historicky mívalo právě výraznou obchodní a společenskou funkci.

Multifunkčnost veřejných prostorů v podobě náměstí je zároveň jejich slabinou při snaze o jejich revitalizaci. Více funkcí znamená více individuálních zájmů, které mnohdy nejsou zcela slučitelné. Samosprávy tak často čelí problému, jak v jednom řešení úprav veřejného prostoru uspokojit velkou část uživatelů tohoto prostoru. To se mnohdy nepodaří a stává se tak kontroverzní aktivitou, která nedoje řešená.

Náměstí jako historický centrální prostor může mít typicky tyto funkce:

- dopravní, kterou je možné ještě odlišit na
 - průjezdní
 - dopravu v klidu (krátkodobé či delší parkování)
 - průjezdní a parkovací pro nemotorové dopravní prostředky (kola, koloběžky apod.)

-
- obchodní (zahrnuje obchody i služby, vč. tzv. jarmarečních)
 - sociální (místo neformálního setkávání lidí i např. pro drobné aktivity typu her)
 - relaxační (někdy součástí sociální, jde o místo pro krátkodobý odpočinek v příjemném prostředí)
 - kulturní (jako místo pro uskutečňování kulturních akcí)
 - obytnou
 - historickou (zachovává a ukazuje historické hodnoty).

Velkým problémem při revitalizaci těchto prostor je **snaha skloubit potřebné funkce v rámci jednoho fyzického prostoru**. Formální i neformální zónování prostoru je sice poměrně časté, nicméně je dobré si uvědomit, že toto zónování (v podobě vyhrazených prostor jen pro někoho) může vytvářet rivalitu nejen mezi rezidenty, ale i potenciálními návštěvníky.

Řešení multifunkčnosti veřejného prostoru, konkrétně náměstí, je vždy velkým oříškem. Často není náměstí tak velké, aby mohlo všechny potřebné funkce naplnit, aniž by docházelo k více či méně nežádoucímu prolínání. Je zde sice možnost střídání v místě (většinou pomocí mobiliáře) i čase (typické časy, ve kterých jsou prioritizovány některé funkce na úkor ostatních) – to je časté např. u kulturních akcí, slavností či trhů.

Centra českých měst trpí rušnou dopravou. Přitom právě snížení intenzity motorové dopravy je aktuálním trendem, který napomáhá zpomalení pohybu ve veřejném prostoru a podporuje tzv. živá města. Z principů udržitelného rozvoje plyne, že by města měla dbát především na bezpečný pohyb chodců, vč. osob s omezenou mobilitou a vytvářet zóny bezpečného pohybu, oddělené od motorové dopravy, ale vhodně také od cyklo dopravy (byť pěší a cyklisty lze někdy sloučit).

Veřejná prostranství byla vždy místem setkávání lidí. Velký důraz je při plánování revitalizací často kladen na veřejné investice k regeneraci fyzické podoby prostranství, a to na úkor respektování občanské tvořivosti. Týká se vhodné participace veřejnosti při plánování a realizaci revitalizace veřejných prostranství.

Participace veřejnosti na revitalizaci veřejných prostranství je poměrně zásadním tématem v procesu plánování i realizaci revitalizace. Obecně jde o aktivní účast zainteresované veřejnosti na správě věcí veřejných a tedy zapojení veřejnosti do rozhodovacích procesů samosprávy. Základem je vyjednávání a dialog. Participace sice může působit dojmem, že snižuje politickou moc, ale ve skutečnosti dochází k posilování deliberální demokracie, která vytváří větší prostor pro veřejnost k účasti na řešení lokálních záležitostí, které se jí přímo dotýkají.

Za základ budoucího úspěchu lze tedy považovat to, že samospráva přijme principy participace jakožto legitimního a vhodného nástroje. To se u některých měst ukázalo jako problém, když zástupci vedení města nestáli o skutečný dialog s veřejností, ať už proto, že se obávali snížení svého vlivu na správu města, nebo proto, že dialog s některými skupinami aktérů nebyl příjemný a vedl spíše ke konfrontaci, nebo z důvodu přílišného rozštěpení názorů a časové náročnosti celého procesu. Dalším často zmiňovanou výtkou ze strany samospráv jsou těžkosti při jednání s konzervativně založenými skupinami

občanů, kteří žádnou změnu nechťejí, resp. považují ji za zhoršení situace, sami však nejsou schopni přijít s rozumnou alternativou.

Náročnost, ať již časová, organizační, technická nebo i finanční je jednou z nevýhod tohoto procesu. Podobně jako schopnost a nutnost vhodné a transparentní komunikace a potřeba koordinace mentorem, který celému procesu dává řád. Teorie i praxe (o něco více stále ještě zřejmě v zahraničí než u nás) však ukazují, že výhody převažují. Zkušenosti ze zahraničí jasně ukazují, že je to **dlouhodobá schopnost radnice otevřeně vést se svými občany dialog**, která celému procesu participace výrazně napomáhá. Obce, které neuměly komunikovat a poskytovaly spíše jen informace, narážely nejčastěji na problémy v situaci, kdy bylo potřeba zainteresovat veřejnost. Jako poznámku na okraj uvedme, že ze zkušenosti jde o dlouhodobější proces navázání vztahů, proto radnice, která usiluje o změnu, nemůže očekávat rychlou změnu přístupu ze strany svých obyvatel či jiných zainteresovaných skupin. Základním klíčovým slovem je zde **důvěra**. Při participativním rozhodování se veřejnost cítí být respektována (nikoliv vždy nutně uspokojena) a lépe přijímá rozhodnutí.

Možností zapojení veřejnosti je vícero. Bude se lišit od problémů, kterého se daná situace týká. Odborná literatura obsahuje množství možností, jak míru participace posuzovat. Celková shoda je na základním stupni participace, který nesmí chybět, a tím je informování, tedy pasívní sdílení potřebných informací, včas a vhodným způsobem. Bez splnění tohoto stupně leze očekávat, že bude jakákoliv participace na vyšších úrovních fungovat. **Základem jakékoliv participace jsou totiž správné, srozumitelné a včas podané informace.**

Mezi další úrovně patří různé typy konzultací či vyjadřování názorů veřejnosti (ideálně vždy vhodným způsobem moderované – pozor, nikoliv cenzurované), partnerství, založené na vzájemném vyjednávání mezi autoritou a veřejností, či delegování moci, kdy převažuje většina hlasů veřejnosti. Zařezována sem bývá i občanská kontrola, která by měla být ideálně funkční již z principu funkční demokracie jako takové.

Samotný revitalizační proces by měl ideálně proběhnout tak, aby zahrnoval veškeré činnosti, které jsou potřeba pro zajištění výsledné kvality a přijatelnosti plánovaného řešení. Jednotlivé etapy či potřebné kroky jsou následující. **Modře** jsou uvedeny ty, kde je typicky vhodné zapojit do rozhodování veřejnost, zejm. laickou:

- zmapování současného stavu a dosavadních změn (např. metodou dokumentační a situační analýzy)
- nalezení příčin nevyhovujícího stavu (např. metodou stromu příčin a důsledků)
- zpracování pasportu nemovitostí na daném veřejném prostranství
- **určení vize prostranství v širším kontextu veřejného prostoru města**
- vyjasnění si budoucích funkcí veřejného prostranství, vč. možných limitů
- **zjištění představ o budoucích funkcích a případech i základního vzhledu u jednotlivých zájmových skupin (zde se doporučují modernější kreativní participační metody typu workshopů, myšlenkových map, pocitových map, brainstormingu atd.)**
- zpracování zadání pro vypracování architektonické studie, která bude konsenzem představ radnice a zástupců veřejnosti (odborné i laické)
- zpracování architektonické studie dle dobře připraveného zadání

-
- prezentace architektonické studie spojené s veřejným projednáváním (výstava, odborná diskuze, procházky městem s odborným výkladem a ukázkami atp.)
 - příprava projektu k revitalizaci a vlastní revitalizace (vč. průběžného informování obyvatel)
 - získání zpětné vazby od uživatelů revitalizovaného veřejného prostranství (s určitým časovým odstupem).

Důležitým principem při práci s veřejností je **dodržení základního konceptu**, který by bylo možné popsat takto:

- daná veřejnost se vždy vyjadřuje k tomu, čemu dokáže porozumět, a tedy v takové fázi participace, která se jí týká
 - laická veřejnost (příp. její konkrétní skupiny) se vyjadřuje zejm. k tomu, jak využívá prostranství, proč, co by uvítala, kam chce směřovat své město nebo dané veřejné prostranství, co považuje za důležité ve horizontu několika nejbližších let atp.
 - odborná veřejnost (příp. její konkrétní skupiny) se vyjadřují zejm. ke konkrétním odborným záležitostem dle jejího odborného zaměření, přičemž by mělo docházet k zapojení odborníků na různé aspekty související s veřejným prostranstvím (urbanisté, architekti, sociologové, manažeři...).

Laické veřejnosti tedy není vhodné předkládat jen k posouzení hotová řešení a nechat ji mezi nimi např. hlasovat. Je nutné umět rozlišit, kdy je vhodné zapojit laickou veřejnost (a znát skupiny, které je možné oslovit a pracovat s nimi; tuto schopnost nemusí mít nutně zástupci všech skupin ve městě) a kdy jen odbornou veřejnost.

Toto je poměrně dobře zdokumentováno na **neúspěšném pokusu radnice města z let 2016-2017 o změně podoby náměstí Míru**. Tento pokus radnice vedl mj. k vytvoření petice a občanské iniciativy proti postupu radnice a celý proces spojený s plánovanou revitalizací byl v roce 2017 předčasně ukončen.

Z odstupem času je možné **identifikovat kroky, které vedly k neúspěchu**.

Za prvé je potřeba zmínit styl komunikace radnice s veřejností, a to v dlouhodobém horizontu. Analýza stylu komunikace sice nikdy nebyla provedena, celá kauza však ukazuje, že jedním ze zásadních faktorů byl právě přístup radnice k veřejnosti a ke komunikaci, který nelze příliš označit za dlouhodobě budovaný, vstřícný, transparentní a orientovaný na participativní správu věcí veřejných.

Dalším nedostatkem bylo nevyužití participativních metod pro zjištění vize a funkcí budoucího prostoru.

Radnice se bránila vyhlášení architektonické soutěže a sama oslovila místní projekční kanceláře a víceméně náhodně vybrané subjekty z celé republiky, obdržela celkem 5 studií a rada města schválila předložení dvou z nich. Poradní pracovní skupina úředníků doporučila nulovou variantu (ponechat náměstí bez úprav a řešit jen mobiliář), kterou rada města zamítla.

Dobrá architektonická soutěž přitom umožňuje zapojení veřejnosti, která do celého procesu vstupuje ideálně na jeho začátku. Výsledky názorů občanů se pak mohou promítnout do zadání soutěže.

Vedení města se následně rozhodlo zapojit veřejnost do hlasování mezi těmito variantami, a to k „ideovému řešení, nikoliv k detailům“. Občanská iniciativa si vynutila zahrnutí i nulové varianty, ke které ale došlo až ke konci hlasování veřejnosti. Jak je patrné z textu výše, tento krok nelze označit za šťastný ani vhodný. Laická veřejnost se má vyjádřit v jiné části procesu a jinou formou. Pouhé hlasování mezi několika variantami je většinou zcela nefunkční, zejm. v tomto případě, kdy laická veřejnost vidí konkrétní návrh, ale vyjadřovat se má ke ztvárněné ideji.

Postupným výsledkem celého ne dobře vedeného procesu bylo několik protichůdných a nesourodných názorů skupin obyvatel, mezi kterými se vedení města snažilo najít průnik a východisko pomocí určení většiny. To se pochopitelně ukázalo jako nemožné a nelze se divit, že vedení města považovalo celou situaci za bezvýchodnou, dokonce s přesahem do osobní roviny (nepochopení, neuznalost, nedocnění práce).

Město mělo s občany hovořit na začátku. Prostřednictvím diskuzí, workshopů a dalších nástrojů definovat, co obyvatelé, podnikatelé a např. i návštěvníci chtějí, co se na náměstí má odehrávat a k čemu má sloužit. Takový výzkum veřejného mínění zainteresovaných skupin poté slouží jako východisko při formulování zadání soutěže. Finální návrh vybraný odbornou a nezávislou porotou pak mohou lidé připomínkovat, neměli by ale mít tu možnost rozhodovat o vítězi, jelikož se jedná o příliš odbornou problematiku.

Výše uvedený rozbor je pouze stručný, podrobněji je zdokumentován několika autory, jejichž články a názory jsou veřejně přístupné. Za obecný problém je možné označit neochotu města řídit se principy participativního plánování, i za cenu náročnějšího procesu, a upřednostnit vlastní iniciativu. Nakolik bylo toto součástí stylu komunikace či vedení města, by muselo být podrobněji a nezávisle analyzováno.

Doporučit lze vedení města změnu komunikace a využívání participativních metod, které jsou dostatečně popsány a příklady z různých měst ukazují, že problémy, výhody i možná řešení se velmi podobají. Základem je schopnost a ochota radnice vést dialog a vyrovnat se s počátečními problémy, které zcela jistě nastanou. O tom je však moderní správa města především.

Některé příklady přístupů měst k revitalizaci prostranství a zapojení veřejnosti lze nalézt k monografiích vydaných v rámci řešeného projektu TAČR (viz Závěr).

Důležité role se v tomto procesu běžně přisuzují těmto aktérům:

- Občanským iniciativám
 - role občanských iniciativ se může pozitivně projevit jako faktor stimulující činnost městské správy a jako fenomén podmiňující skutečné společenské a kulturní oživení veřejného prostoru
- Městskému architektovi
 - Jedná se o tvůrčí apolitickou osobnost, která pojmenovává koncepci a směřování města v oblasti jeho rozvoje, také iniciuje debatu mezi občany o obsahu takového směřování.

Role městského architekta Jindřichova Hradce, který byl vybrán koncem roku 2020, je popsána takto: Úkolem externího městského architekta bude konzultační, poradenská a informační činnost v oblastech architektury, urbanismu, územního plánování, životního prostředí, památkové péče a rozvoje města v samostatné a přenesené působnosti. Architekt bude spolupracovat při urbanisticko-architektonické přípravě investic na území města Jindřichův Hradec a jeho místních částí a bude vykonávat konzultační a poradenskou činnost pro jednotlivé odbory MěÚ Jindřichův Hradec, volené zástupce města, investory, podnikatele, majitele nemovitostí a veřejnost. Kritický náhled a neotřelé podněty budou vítány při přípravě strategických dokumentů města, to vše za účelem naplnění základní vize města Jindřichův Hradec.

Tento popis obsahuje vše, co se od této funkce očekává, nicméně zkušenosti ukazují, že podstatná je reálná forma fungování, která nesmí být ohrožena politickými nebo osobními zájmy, příp. neochotou přijmout změny v myšlení.

Mezi způsoby, jakými lze **získat potřebné údaje pro plánování revitalizace veřejného prostranství** patří kromě běžně dlouhodobě využívaných také tyto:

- stakeholder analýza s určením stakeholderů, míry jejich zájmu, míry jejich vlivu, důvodů/výhod zapojení se do debaty či realizace oživení/udržení centra města
 - tato analýza zainteresovaných stran se využívá při identifikaci a analýze subjektů, které jsou nebo by mohly být do projektu zapojeny nebo kterých se projekt týká a ovlivňuje je. Zahrnuje také zjištění příčin konfliktů, ke kterým dochází nebo může typicky docházet.
- využití pocitových map
 - jde o nástroj, který nabízí možnost aktivně a zajímavě zapojit občany do sběru informací a názorů na lokality, v nichž se pohybují. Je možné ji provádět i online.
- využití některé z metod hodnocení kvality veřejného prostranství
 - *ukázky přesahují možnost této studie a jsou součástí výstupů řešeného grantového projektu (viz Závěr).*

Z provedeného výzkumu a dostupné literatury lze také určit nejčastější silné a slabé stránky, příp. příležitosti a ohrožení spojené s procesem revitalizace veřejných prostranství.

Typické nedostatky či problémy, které autoři studií o revitalizaci center měst uvádějí jako slabé stránky, jsou tyto:

- Špatná či nedostatečná komunikace mezi samosprávou a občany/podnikateli
- Uzavřenost a neprůhlednost administrativních procesů ze strany města
- Nedobrá dopravní infrastruktura, příp. způsob jejího řešení
- Potřeba zachování a dostupnosti maloobchodní sítě a služeb v centru, při snaze o to, aby se z centra nestalo turistické ghetto se službami a sortimentem primárně pro návštěvníky
- Řešení mobiliáře v městském jádru
- Nutnost propojit několik funkcí ne dostatečně velkého prostoru
- Potřeba skloubit moderní život s památkovou ochranou

Typické hrozby, které města za posledních 7 let nejčastěji vnímají v souvislosti se snahou o revitalizaci center:

- vybydlování center, odliv obchodů a služeb a s tím spojené „umrtvování“ center měst
- s výše uvedeným se někdy objevuje hrozba zvýšené kriminality, segregace společnosti
- s prvně uvedeným souvisí snižování rozmanitosti nabídky aktivit v centrech
- nedůvěra v místní správu a dlouhodobá neschopnost vést vzájemný podnětný dialog mezi klíčovými aktéry
- ambivalentní názorové skupiny na straně klíčových aktérů
- zhoršující se image města

Řešení uvedených problém a nedostatků či čelení hrozbám bývá dlouhodobějšího charakteru a většinou nelze naráz vyřešit většinu problémů. S tím mnohdy kontrastuje situace, kdy je revitalizace centra řešena jako jeden samostatný projekt.

Příklady dobré praxe staví především na **komunikaci** města se zainteresovanými aktéry, a to i přesto, že zpočátku může být obtížné a časově náročné dostat tuto komunikaci do stavu funkční komunikace subjektů, které navzájem chápou a uznávají svoje možnost a názory. Začátky této komunikace se běžně doporučují s vybranými skupinami klíčových aktérů (stakeholderů), které jsou takové komunikace schopny. Nesmí zde však zároveň dojít k nešvaru, že si město záměrně vybere takové skupiny, se kterými souzní a nečeká od nich překážky pro své náměty a rozhodnutí.

Platí, že **samospráva města získává vždy, když dokáže vhodně komunikovat** se stakeholdery, se kterými sdílí starost o veřejný prostor. A to i přesto, že ve výsledku nemusí dojít k takové realizaci úprav, kterou sama dlouhodobě preferovala.

Mezi nejdůležitější složky vytvářející spokojenost obyvatel města patří dle zkoumaných zdrojů především možnost aktivního využívání volného času, kulturní zázemí a možnosti sociálního kontaktu v bezpečném veřejném prostoru. Toto je dobré vzít v potaz při plánování i při nastavení vhodné komunikace.

VLIV OBCHODNÍCH CENTER NA VNITŘNÍ CENTRUM MĚSTA

Pro mnoho měst, Jindřichův Hradec nevyjímaje, je potenciální či reálný vliv obchodních či nákupních center nebo zón v souvislosti s možným ohrožením maloobchodu a služeb v centru města stále významným tématem. A to i přesto, že situace v počtu a sortimentu nákupních center, supermarketů a hypermarketů se již před několika roky stabilizovala.

Nové výzvy však může přinést budoucí situace vzhledem ke koronavirovým opatřením a také výstavba nového vícesortimentního nákupního centra. Zatímco dopad způsobený zavřenými obchody a službami kvůli omezení šíření koronaviru v roce 2020 a 2021 zatím nelze určit ani odhadnout, vliv nového nákupního centra na maloobchod a služby v centru města je možné zkusit odhadnout na základě zkušeností z jiných měst a na základě v místě provedené analýzy.

Zkušenosti jiných měst jsou sice cenné, ale je potřeba upozornit na to, že faktorů, které mohou mít vliv na změnu sortimentu, počet provozoven, otevírací dobu obchodů a služeb v centru měst atp. je vícero, a část z nich závisí na místních podmínkách. Pouze podrobná analýza by mohla odhalit míru ohroženosti centra města vůči nové výstavbě nákupního centra. Před rozhodnutím o povolení výstavby takového centra lze provedení hlubší analýzy potenciálního vlivu, neboli ohroženosti centra města, samosprávám jediné doporučit.

Ze studií a rozhovorů na toto téma lze určit lokální faktory, které mohou mít vliv na maloobchod, služby a život v centru:

Faktory pro maloobchod a služby	Faktory pro život a bydlení
Síla a pravidelnost poptávky	Výše nájmu
Sortiment, jeho exkluzivita	Exkluzivita místa (vnímaná či reálná)
Výše nájmu	Dopravní situace, parkování
Tradice obchodu/služby	Bezpečnost
Osobní přístup obchodníka a atmosféra	Regulace
Regulace	Konflikt zájmů obyvatel – návštěvník – obchodník

POZNÁMKY K UVEDENÝM FAKTORŮM

Velmi často zmiňovanou, především obchodníky a často i nakupujícími, je možnost **parkování**. Mnohé studie poukazují na fakt, že při omezení možnosti parkování (méně míst, dražší parkování) pocítují obchodníci úbytek zákazníků. Tento problém se zvětšuje, pokud existuje alternativa obchodům a službám v centru města v podobě nákupních zón či center s podobným sortimentem a dostatečným parkováním zdarma.

Vliv má také začlenění městského centra v urbanistickém celku města. Pokud je centrum přirozeným průchozím místem mezi různými částmi města, kde se pohybuje větší množství lidí, existuje tak větší

potenciální poptávka, kterou tvoří lidé jdoucí či jedoucí kolem obchodů či služeb. S tímto souvisí také otevírací doba, která by ideálně měla být přizpůsobena času, kdy se lidé v centru nejvíce pohybují. Častým nešvarem menších měst je uzavírání obchodů kolem 17. hodiny, kdy část obyvatel si již nestihne při cestě z práce nakoupit. Zde však samosprávy nemají žádnou možnost, jak otevírací dobu soukromých organizací ovlivnit.

Dalším faktorem je charakter poptávky a jeho změna. Souvisí s nákupním a spotřebním chováním. Opatření proti koronaviru způsobila mj. změnu tohoto chování ve prospěch nákupů na dálku, a to včetně jídla. Otázkou do budoucna tak je, nakolik se tato změna stane permanentní, příp. u které části populace nebo u kterého sortimentu. S tím souvisí také zázemí pro rozvážkové služby, neboť ty za poslední roky nabýly na významu. Část malých obchodníků využívá své prodejny jako výdejny, což je jedna z možností, jak se na trhu udržet. Z dopravně-urbanistického pohledu to však vyžaduje dobrou infrastrukturu pro zásobování.

Ze starší studie Incoma GFK z roku 2015 vyplývá, že se postupně zvyšuje podíl hypermarketů a supermarketů (případně i diskontních prodejen) na lidmi preferovaných prodejnách, zatímco podíl menších a jiných prodejen se postupně zmenšuje.

Zásadním se ukazuje schopnost obchodů a služeb v centru nabízet takový **sortiment**, který není v nákupních centrech běžný. Samozřejmě v cenové hladině odpovídající koupěschopnosti místních (příp. i návštěvníků, zde však nesmí být příliš velký rozdíl). Příklady měst, kde došlo k výstavbě nákupního centra a ovlivnění obchodů v centru města ukazují, že po prvotním částečném poklesu tržeb a ukončení či přesunu činnosti některých subjektů se sortiment ve střednědobém horizontu v centru města proměnil tak, aby nabízel to, co nákupní centra nebyla schopna nabízet, nebo ne v dané atmosféře, ceně či kvalitě. Častější příklady tohoto typu jsou (i v zahraničí) spíše z větších měst, je zde totiž závislost na síle nabídky na trhu (aby existovali obchodníci, kteří mají zájem o provozovnu v centru) a souvislost s výší nájmu a případnou regulací (památková péče, místní vyhlášky).

V případě bydlení část autorů poukazuje na fakt, že z dříve exkluzivních adres v centru města jsou tyto dnes spíše místem pro bydlení starousedlíků a místem s nájemními byty. Mnozí lidé raději hledají ubytování na okrajích měst, které si mohou lépe přizpůsobit a které také mívá lepší možnosti parkování, příp. má i blíže do přírody. Roli také může hrát situace, kdy je městské centrum příliš hlučné nebo po význačnou část roku zaplněné návštěvníky. A samozřejmě jde i o bezpečnost místa a o cenovou hladinu bydlení v centru vs. na okraji města.

Výše uvedené naznačuje, že bez hlubší analýzy nelze odhadnout, jaký dopad může mít výstavba nového nákupního centra na maloobchod a služby v centru města. V této době se navíc přidává nejistota spojená s budoucí udržitelností podnikatelských subjektů na trhu, což opět nelze na úrovni samosprávy ovlivnit.

Obchodní centra mění nefyzickou část města. Ta se týká především rozložení a složení maloobchodní sítě, která je existencí obchodních center tzv. přeformátována. Toto přeformátování spočívá v samotném přesouvání obchodů, a to především v případě lokalit, které mají obchodní centra poblíž center měst. Důležité a luxusní obchody byly historicky většinou na náměstích, nebo v přilehlých hlavních tepnách – zlatnictví, lékárna, knihkupectví, drogerie, lahůdkářství, pekařství, obchody s módou. Ve vedlejších ulicích se nacházely obchody a služby, které stály na stupni prestiže o něco níže – čistírna, opravy, antikvariát, bazar apod. Pro periferie měst potom byly charakteristické podniky jako herny, zastavárny, vetešnictví, secondhandy, asijské fastfoody, sexshopy apod. Obchodní centra ale do sebe natáhla luxusní obchody z náměstí (respektive řetězce, jejichž ekvivalenty se už na náměstí nemohly uživit) a do uvolněných obchodů na náměstí se přesunuly obchody a služby z vedlejších ulic a do vedlejších ulic se přesunuly obchody a služby z periferie města. Obchodní centrum se tak stalo novým náměstím a původní náměstí se posunulo na hierarchii boční ulice, ne-li samotné periferie. Jedním z nejzřetelnějších příkladů takového přeformátování se stalo centrum Ostravy, jehož městská energie nebyla dost silná na to, aby utáhla dvě centra vedle sebe. Obchodní centrum Forum Nová Karolina tak způsobilo periferní charakter historického centra Ostravy.

Dalším příkladem přeformátování maloobchodní sítě je celkový úbytek drobných obchodníků, kteří se v sousedství obchodních center nemohou uživit. Týká se to především obchodních center v blízkosti sídlišť – v případě Prahy jsou to obchodní centrum Černý Most, Zličín a již zmiňované Letňany – kde obchody v důsledku existence silné konkurence vymizely úplně. To musí mít samozřejmě dopad na zhoršení životní úrovně lokálních obyvatel, kteří místo aby si mohli udělat denní nákup ve své ulici, musí se autem nebo autobusem vypravit do obchodního kolosu, který je dost blízko na to, aby zlikvidoval místní drobné obchody, ale dost daleko na to, aby se k němu dalo dojít pohodlně pěšky.

Otázkou ale je, jestli problému obchodních center na okrajích větších měst nepředchází problém dálnic ve městě, ke kterým jsou obchodní komplexy přidružené. Místo toho, aby byly dálnice v prostředí města obytnými bulváry, jsou jen rychlostními silnicemi, a co víc, jsou obrovskými nepropustnými bariérami rozřezávající město na kusy.

Samostatnou kapitolou je přeformátování města ve smyslu proměny myšlení, kterou lze nazvat „mallizace měst“. Samotná města totiž přejímají roli a zvyky obchodních center. Dochází tak ke ztrátě specifických charakterů různých lokalit, jejichž základ je utvářen v různorodosti drobných prodejců a jejich specifických produktů. Může za to opět nadnárodní měřítko, ve kterém se pohybují nadnárodní řetězce, obsazující nejen veškerý prostor obchodních center, ale i letiště, nádraží, muzeí a frekventovaných ulic v centrech měst. Ale také v hlavách lidí, což je možná potenciálně ještě více nebezpečné.

PŘÍKLADY VLIVU OBCHODNÍCH ČI NÁKUPNÍCH CENTER NA MALOOBCHOD A ŽIVOT V CENTRECH MĚST

Následující text zestručňuje výsledky vlastního výzkumu a několika prací a studií, které se zaměřily na vliv výstavby obchodních či nákupních center na maloobchod a služby v centru města. Bohužel prakticky neexistují podrobnější studie novějšího data, které by reflektovaly aktuální situaci. Výsledky těchto prací je tak potřeba chápat v kontextu i v době, které se věnovaly.

Potenciální vlivy obchodních center lze z těchto příkladů formulovat takto:

- úbytek prodejců a poskytovatelů služeb, primárně v blízkosti nově otevřeného centra; s rostoucí vzdáleností od centra se tento problém zmenšuje;
- pokles počtu pracovních míst v důsledku snížení počtu zmíněných provozů (nicméně zde může zapůsobit efekt přelévání);
- zvýšení nestability poptávky v maloobchodech (např. slevové akce supermarketů atp.);
- tlak na ceny v dané lokalitě, příp. celém městě i jeho okolí;
- odliv financí z města;
- změna nákupního chování a trávení volného času části obyvatel tím, že se objeví nová možnost; čím je komplexnější a přístupnější, tím spíše k této změně může dojít.

Texty a studie se zaměřují častěji na klasické super/hypermarkety ve vztahu k dosavadní síti prodejen především potravinářského zboží. Tato situace je ale již spíše historická (studie také pocházejí většinou z let 2006 – 2014), neboť v současné době odborníci již hovoří o saturaci trhu a k dalšímu rozšiřování dochází již jen v relativně malém množství.

Z těchto studií pak vyplývá, že v první fázi – po otevření super/hypermarketů – došlo u maloobchodníků k poklesu tržeb a odlivu zákazníků. V rámci studií jsou tyto hodnoty v jednotlivých městech či situacích různé: pohybují se od 5 % do 25 %, přičemž takto čísla jsou vždy formou odhadu dotazovaných obchodníků. Také se stává, že s přibývajícím počtem super/hypermarketů (zde jsou nejčastěji s velkým vlivem zmiňování především Kaufland, dále pak Lidl a Tesco), podpořené navíc dobrou dostupností, vč. veřejné dopravy, se tržby maloobchodníků dále snižují.

Poměrně často se respondenti v těchto studiích také vyjadřovali k možnostem parkování, kdy za relativně významný vliv považovali možnost parkování zdarma u super/hypermarketů oproti často placenému stání v centru města.

Bohatost a rozmanitost, jak aktivit, tak i sortimentu v centrech měst, je často zmiňovanou nutností k tomu, aby se centra nevylidňovala a aby nepřicházela o své obchody a služby. K tomu, aby bylo možné vytvořit v městských ulicích a obvodech bohatou rozmanitost, je nutná přítomnost více než jedné základní funkce. Přítomnost lidí, kteří vycházejí do ulic v různém časovém režimu, městská struktura malých bloků vytvářejících hustou uliční síť a existence budov různého stáří. A samozřejmě dostatečná koncentrace lidí, ať tam jsou z jakýchkoliv důvodů.

Potřeba rozmanitosti se týká i potřeby existence rozličných drobných podniků, které na rozdíl od velkých nadnárodních řetězců obchodních center přispívají k růstu ekonomiky měst. Drobné podniky by měly

být flexibilní a schopné přijímat ke své stávající činnosti nové práce, nahrazovat tím tak dovoz a následně spíše rozšiřovat vývoz – a ekonomika měst je na vývozu obecně závislá. Jakmile ve městech převažuje dovoz, a nadnárodní řetězce dovozem jsou, město častěji hospodářsky stagnuje. Zde je však třeba podotknout, že v hodnocení ekonomiky města je nutné zahrnout veškeré organizace, které v něm mají sídlo.

Obchodní centra ale mění i nefyzickou část města. Ta se týká především rozložení a sortimentu maloobchodní sítě, která bývá existencí obchodních center změněna, jak je uvedeno za začátku celé kapitoly.

PŘÍKLADY Z VYBRANÝCH MĚST

Boskovice, Brno

Zajímavé poznatky přinesl výzkum prováděný v Boskovicích v roce 2013 (v té době cca 11 tisíc obyvatel), neboť v takto malých městech se podobné výzkumy realizují málokdy. Výzkum se zaměřil na obchody s potravinami v souvislosti s novým supermarketem, kde obchodníci deklarovali snížení tržeb a nespokojenost s řešením v centru města.

V souvislosti s postoji k radnici se jako nová skutečnost vyjevil právě význam malého města. Předpokládané užší sociální vazby a kontakty mezi obyvateli, které jsou popsány v odborných článcích, se potvrdily. Jejich význam, konkrétně osobní kontakty s radnicí, se ovšem ukázaly v celém procesu spíše negativním. Neschopnost a neochota se domluvit, uznat argumenty a věcně diskutovat narážely na osobní nevráživost několika aktérů.

V Brně také došlo k situaci, kdy množství nákupních center v dobré dojezdové vzdálenosti (někdy i poblíž centra) a dobré přístupnosti způsobilo částečný odliv obchodů z centra a také proměnu sortimentu. Brno je však pro porovnání s J. Hradcem příliš velkým městem, nicméně potvrzuje, že velká města trpí tímto nežádoucím efektem.

České Budějovice

Z centra Českých Budějovic také v posledních letech zmizelo několik obchodů. Zákazníci totiž postupně změnili nakupovací zvyklosti a místo několika malých obchodů s různým druhem zboží si raději zajedou do velkého obchodního centra, kde na jednom místě nakoupí všechno potřebné. Maloobchodníkům tak klesají tržby a schopnost platit nájem.

Někteří poukazují na problém v přístupu města. Dávají mu za vinu zvyšování nájmu, ke kterému v minulosti došlo a kdy část obchodníků z centra kvůli tomu odešla. Nicméně i zde platí, že se udrželi zejména obchody a služby s tradicí, které měli relativně stálou základnu zákazníků a sami sebe označovali jako ti, které práce zajímá a kteří si vstřícností své zákaznicky udrželi.

V Českých Budějovicích se často nájemci obchodů střídají. Někteří provozovatelé ale pozorují i opačný trend: část zákazníků přichází s tím, že hledají malé obchůdky, ve kterých najdou jiné zboží než ve velkých obchodních řetězcích. Toto potvrzují i jiné výzkumy a studie, které za jeden z velmi důležitých faktorů označují exkluzivitu sortimentu a vstřícný přístup. Zákazníci v menších obchodech jsou vděční za to, že

se jim obchodník věnuje. Osobní přístup je tím, co může menší obchody v centrech měst odlišit, jak potvrzuje kromě obchodníků např. i Jihočeská hospodářská komora.

Hradec Králové

Známa královéhradecká Gočárova třída bývala rušným bulvárem. Nyní je sice cílem revitalizace, nicméně situace došla tak daleko, že se z obchodního hlediska stala ulicí prázdných výloh. Ulice se výrazněji vylidnila právě po otevření obchodních center. Místní obchodníci to poznali na postupném snížení tržeb, které podle některých dosáhlo až 40 % snížení z tržeb původních.

Radnice se snažila obchodníky podpořit a dostat zpět snížením nájemného až o 60 procent v městských prostorech. Tento krok zafungoval a o prázdné obchody se přihlásilo několik zájemců. Snížené nájemné radnice garantuje podnikatelům dva roky, poté se o ceně bude znovu jednat.

Jablonec na Nisou

Zatímco se Central Jablonec začal plnit prvními obchodníky, v ulicích centra města postupně přibývalo zavřených obchodů a prázdných výloh. Podobnou situaci zažila další města, např. i severočeské Teplice. Tam poté, co v samotném centru lázeňského města vznikly dva obchodní domy ve stylu jabloneckého Centralu, zůstala původní rušná obchodní ulice téměř bez života.

Příklad blízkého Liberce zase ukazuje, že i když po stavbě obchodního centra Forum do té doby živé obchodní ulice (např. Pražská) se prakticky vylidnily. Avšak postupně se sem začal vracet život, i když s jiným sortimentem. Došlo tedy k tomu, co je pozorovatelné i z jiných měst: nejprve odliv obchodníků, následován úpadkem „živosti“ a poté postupný návrat, ovšem obchodníků s jiným sortimentem; takovým, který nenabízejí obchodní centra či velké řetězce, které ovládají český maloobchodní retailový trh.

Liberec

Výzkum provedený v roce 2019 potvrdil, že se centrum města vylidnilo vedle problémů s bydlením také vlivem velkých nákupních center (OC Forum, Plaza), ale též s nárůstem individuální dopravy. Hlavní aktéři jsou komerční, ale centrum není vylidněno pouze jejich vinou, jedná se obecně o zdokumentovaný problém velkých měst. Působením dvou obchodních center se změnilo obvyklé trasy návštěvníků maloobchodu a menší obchody v centru města trpí a na původních místech mimo OC se drží spíše jen zvykově. Tradiční hlavní obchodní ulice Pražská a Moskevská se sice zdají být plné funkčních obchodů, jen ojediněle s prázdnými výlohami, ale dochází tam k velké fluktuaci firem, takže za stálé provozovny lze označit jen tři z nich. Ulice jsou vytížené jen ráno při cestě cestujících od terminálu MHD ve Fügnerově ulici do centra k radnici a okolí do práce. Podobně je tomu odpoledne během jejich odchodu. PO 19. hodině večerní jsou ulice již prázdné (s výjimkou restauračních zařízení).

Klatovy

V centru Klatov, tedy náměstí Míru a jeho přilehlých ulic, bylo provedeno šetření v roce 2017. Na začátek je nutno podotknout, že náměstí Míru v Klatovech slouží primárně jako parkovací plocha s komunikací kolem celého prostoru, která je po vnější straně lemována domy a obchody.

Odliv některých obchodů, resp. sortimentních skupin ze středů města v souvislosti s výstavbou nákupního centra se objevil i zde. Za největší konkurenci označili dotazovaní obchodníci v centru Klatov zejména e-shopy a po nich velká nákupní centra. Konkurenci vnímali zejména cenovou a dále v sortimentní šíři. Nicméně mírná nadpoloviční většina dotazovaných obchodníků neprovedla v souvislosti se zmíněnou konkurencí ve své konkurenční strategii žádné změny. Ať již z důvodu že velkoplošné obchodní jednotky nepovažovaly za svoji přímou konkurenci, či nepovažovali za nutné vůči nim používat konkurenční strategii.

Pokud u obchodníků došlo ke změnám, nejčastější změnou bylo posílení reklamy a vytvoření výdejního místa pro e-shopy. Pouze malá část reagovala snížením cen nebo změnou sortimentu. K výše uvedenému je třeba upřesnit, že převažujícím sortimentem v době výzkumu byl prodej obuvi, potravin, klenotů, dárkových předmětů, květin, knih a hraček. Přes 40 % obchodníků přitom považovalo svůj sortiment za exkluzivní zboží (což je nutné brát s rezervou vzhledem k subjektivitě názorů).

Mezi návrhy na to, co by samospráva mohla pro obchodníky v centru udělat, nejčastěji padaly odpovědi na dostupnost parkování (krátkodobého zdarma, rozšíření ploch) a komunikaci města s obchodníky. V menší míře byly navrhovány kulturní akce, které by přitáhly potenciální nakupující. Části odpovědí si pak protiřečily v tom smyslu, že za žádoucí bylo považováno zlepšení možnosti parkování a zároveň oživení centra kulturními akcemi.

Autor výzkumu se dotazoval také na možnost společné marketingové strategie obchodníků v centru, kterou by mohly použít v konkurenčním boji se super/hypermarkety. Podobně jako v jiných českých i zahraničních městech, kde byli obchodníci na toto dotazování, i zde byli všichni dotazovaní velmi rezervovaní. Tato možnost se ukazuje spíše pro velmi specifické situace.

Ostrava

Ostrava je poměrně častým příkladem ukazujícím prázdné obchody a vydlidněné náměstí v historickém centru. Rozdíl se ukázal mezi těmi obchodníky, kteří měli stálé zákazníky. Poměrně často se objevoval názor, že město pro atraktivitu centra mnoho nedělá, na náměstí není příliš akcí a centrum je obecně prázdné. Část obchodů z centra se po dostavbě nového nákupního centra přestěhovala do něj. Podobné trendy hlásí více větších měst z různých koutů Evropy. Typicky jde o multifunkční nákupní centra ve větších městech, které navíc nejsou umístěny na periférii.

Příbram

Pražská ulice v centru Příbrami byla historicky místem obchodu a života. Plíživě se ale vyprazdňuje. Obchodníky a zákazníky z této tepny města často vyhání nedostatek parkovacích míst. Velká prodejna obuvi, která je prázdná již delší dobu, nemůže najít svého nájemce. Radnice preferovala najít investora, který by plochu s výměrou téměř 1000 m² převzal a pronajímal dále. Pro běžné obchodníky byly velikost prodejny i zamýšlený nájem příliš vysoké.

Tento příklad ukazuje na další z problémů měst (častěji těch menších), a to jsou velké prostory, které nejsou v poslední době investorsky zajímavé, zejm. mimo velká města. Radnice někdy mívají problém

výrazně snížit nájem nebo na vlastní náklady uzpůsobit prostory pro menší obchodníky. Není totiž jistota, že je naláká.

Především zahraniční zkušenosti ukazují, že se to nepodaří vždy, ale že důležitým předpokladem je vhodná komunikace města s obchodníky a občany.

Největší propad způsobila rekonstrukce náměstí T. G. M. Lidé přestali k náměstí chodit, některým obchodníkům propadly tržby velmi výrazně a některé obchody zavřely úplně. Po skončení rekonstrukce se zákazníci vrátili jen částečně, ale obchodníci tvrdí, že se na původní stav tržeb již nedostali. Někteří obchodníci jsou přesvědčeni, že na vině je nedostatek parkovacích míst na rekonstruovaném náměstí.

Trutnov

Výzkum z roku 2015 se zaměřil na maloobchodní síť v centru města. Mnozí obchodníci v centru již v té době zaznamenávali stagnaci či pokles počtu zákazníků. Pouze obchody s dlouhou tradicí si své zákazníky dokázaly udržet. Trutnov je i příkladem města, kde nově zbudované (2000) parkoviště nedaleko centra (vzdušnou čarou cca 290 metrů, s nutností přechodu hlavní komunikace; v případě J. Hradce je to cca 390 metrů a taktéž přechod komunikace) zůstává většinou nenaplněno, zatímco parkovací plochy v těsné blízkosti centra jsou zaplněny téměř beze zbytku, a to i bez ohledu na jejich kvalitu. Potvrzuje se zde již mnoho výzkumy potvrzená navykklá potřeba lidí zaparkovat automobil co nejbližší místu, které hodlají navštívit, bez ohledu na účel návštěvy.

Podobně jako je tomu často v Jindřichově Hradci i v Trutnově se nepodařilo přejít u obchodníků na delší otevírací dobu. I přes jisté výjimky byly obchody v roce 2015 otevřeny nejčastěji v době od 9 do 17 hodin.

Jeden z hlavních faktorů, který se ukázal působit na udržitelnost obchodů v centru města, byl jejich sortiment, který není běžný pro nákupní centra. Přesto byl zaznamenán trend zvyšujícího se počtu prodejen s textilem. Podobně jako jinde i zde byl však pozorovatelný prvek spočívající v nabídce levného a výběrového textilu ve snaze udržet si zákazníky.

Zásadním se ve výzkumu ukázala specializovanost prodejen, jejich tradice (dlouhodobé usídlení na stejném místě a část věrných zákazníků) a kvalita zboží.

Týn nad Vltavou

S postupným zanikáním obchodů se potýkají i v tomto menším městě. Za poslední roky ukončilo provoz na náměstí Míru několik prodejců. Jednoduchou situaci nehlásí ani obchodníci v ulici Horní Brašov. Jak potvrzují místní, zejm. dopoledne bývá centrum města úplně bez života.

Maloobchodníky i zde trápí rostoucí počet velkých nákupních center, neboť zákazníci přestávají v malých obchodech přestávají nakupovat. Problémem menšího města také je, že lidé často nakupují ve větších městech, kde pracují, nebo v supermarketech. K problémům obchodů v centru ale přispívá podle některých také nemožnost parkování v centru a s tím spojený příjezd k obchodům. Parkování na náměstí je zpoplatněné a do ulice Horní Brašov je zákaz vjezdu. Krátké parkování zdarma by podle některých hlasů mohlo pomoci.

Region Murcia, jihovýchodní Španělsko

Výsledky výzkumu, provedeného v roce 2017, odhalily negativní dopad otevření obchodních řetězců na maloobchodní činnost v centrech měst kolem 12 % v případě nejbližšího (do 2 km) a nejvíce postiženého města. Zajímavé zjištění se týká záporného čistého salda zaměstnanosti v celé spádové oblasti, zpochybňující výhodnost těchto velkých center.

V porovnání s výzkumy z Velké Británie a USA (nicméně o něco staršími), byl dopad nákupních center nacházejících se mimo centrum města v jihovýchodním Španělsku nižší než dopad ve městech ve Velké Británii a Spojených státech. Důvod však zkoumán nebyl.

Výzkum potvrdil, že čím větší je vzdálenost od nákupního centra, tím je menší dopad na obchodníky v centru (za větší vzdálenost byla považována vzdálenost vzdušnou čarou 2–5 km). Autoři také poukázali na potřebu společných postupů a spolupráce soukromého a veřejného sektoru, které by měly zajistit kombinaci soukromých zájmů s obecnými zájmy společnosti.

Anglie a Wales

Průzkum vycházel z dat za roky 2005-2010. Není tedy příliš vypovídající pro aktuální situaci, nicméně potvrzuje zkušenosti, které jsou uvedeny u českých měst. Primární negativní dopad na maloobchod v centru měst byl zaznamenán především v sortimentu potravin, kdy existence obchodního centra s potravinami (ve vzdálenosti od 2 do 5 km od centra) měla výraznější vliv na snížení maloobchodu s potravinami v centru města. Širší nebo specifický sortiment nabízený v centru města však nebyl téměř ohrožen. Mírně jiná situace nastala u vícesortimentních obchodních center, kde jejich dopad na maloobchod a služby v centru města nebyly sice tak velké jako u potravin, ale dokázaly zasáhnout širší sortiment nabízený v centru měst. Čím blíže centru města se obchodní centrum či zóna nacházela, tím bylo centrum města více ohroženo.

Autoři studie poukázali právě na fakt, že velmi záleží na sortimentu a jeho exkluzivitě, a na poptávce (celková síla, pravidelnost atp.) v centru města. Největší hrozbou pro obchody v centru měst se ukázaly být hypermarkety a tzv. retail parky.

Podobný výzkum prováděli autoři také v Jihoafrické republice a dospěli k obdobným závěrům.

NEDOSTATEK PARKOVACÍCH MÍST JAKO FAKTOR ÚTLUMU OBCHODU V CENTRECH MĚST

Tento fenomén je velmi často zmiňován v souvislosti s úpadkem zájmu zákazníků o obchody a služby v centru měst. Čím dál více měst provedlo rekonstrukce náměstí či ulic v centru, a zejména v případě náměstí typicky došlo k úpravám dopravy v klidu. Mnohdy právě na úkor počtu parkovacích míst, příp. při změně cenových podmínek parkování.

Výzkum, která by tento vliv prokázal, příp. prokázal jeho míru, nebyla nalezena. Ve všech případech (kterých není celkově málo) se jedná o odhady a názory převážně obchodníků, částečně též návštěvníků nebo zastupitelů měst. Přesto lze vnímat vysokou názorovou shodu obchodníků, kteří porovnávali situaci před úpravou způsobu parkování a po ní.

Nelze určit ani míru vlivu na určité typy obchodu nebo služeb. Navíc zde mohou spolupůsobit další faktory, které nejsou dotazovanými tak výrazně vnímané, jako změna parkování. Přesto je ale nutné vzít v potaz, že u obchodníků převládá názor, že menší možnosti parkování mají významný vliv na nákupní chování minimálně části zákazníků, konkrétně jejich přesun do míst, kde je parkování bezproblémové (a zdarma).

V tomto kontextu je potřeba upozornit na zdánlivě paradoxní situaci. Aktuální principy udržitelného rozvoje se soustředí na snížení individuální automobilové dopravy v centrech měst, posílení pěší, cyklo a veřejné dopravy, a zároveň na posílení sociální a kulturní funkce center. Centra mají být živá, ale s výrazným omezením individuální automobilové dopravy.

To však předpokládá, že města budou schopna vytvořit takovou infrastrukturu, kde bude výše uvedené umožněno. Znamená to mj. přístupnou a bezpečnou veřejnou dopravu, dostatek parkovacích míst v docházkové vzdálenosti, infrastrukturu pro pěší, cyklo, koloběžky atp. A také, což spolu částečně souvisí a možná je navíc zcela zásadní, ochotu lidí změnit své chování ohledně pohybu po městě.

Zde je a zřejmě bude i nadále poměrně velký rozdíl mezi velkými městy, a zejm. těmi v zemích, které si vzaly principy udržitelného rozvoje více za své (za všechny např. Dánsko či Nizozemsko), a městy menšími. Důležitou roli bude hrát také socioekonomická situace a skladba obyvatel. A mj. i s tím související míra konzervatismu. V nákupním chování mnoho lidí preferuje jednoduchou cestu, jak se dostat k obchodu. Snadnost parkování zdarma je zřejmě nejvýraznějším prvkem této jednoduchosti.

Zhoršenou situaci v přijímání principů udržitelného rozvoje, měst pro lidi či šťastných měst budou zřejmě mít města s původním historickým, památkově chráněným jádrem. Jeho dispozice většinou velmi omezuje možnosti, která mají města s modernějším urbanistickým řešením. Přesto je třeba si uvědomit, že budoucnost je ve změně. Tato změna však musí být silně komunikována s místními obyvateli i obchodníky a musí být provedena citlivě, s maximální mírou znalostí o dané situaci a maximální snahou o dobré řešení. Kvalitní samospráva, která umí komunikovat s občany a má skutečný, nikoliv osobní ani politický, zájem na postupném zlepšení kvality života, je podle mnohých vyjádření zahraničních zástupců měst zcela zásadním prvkem.

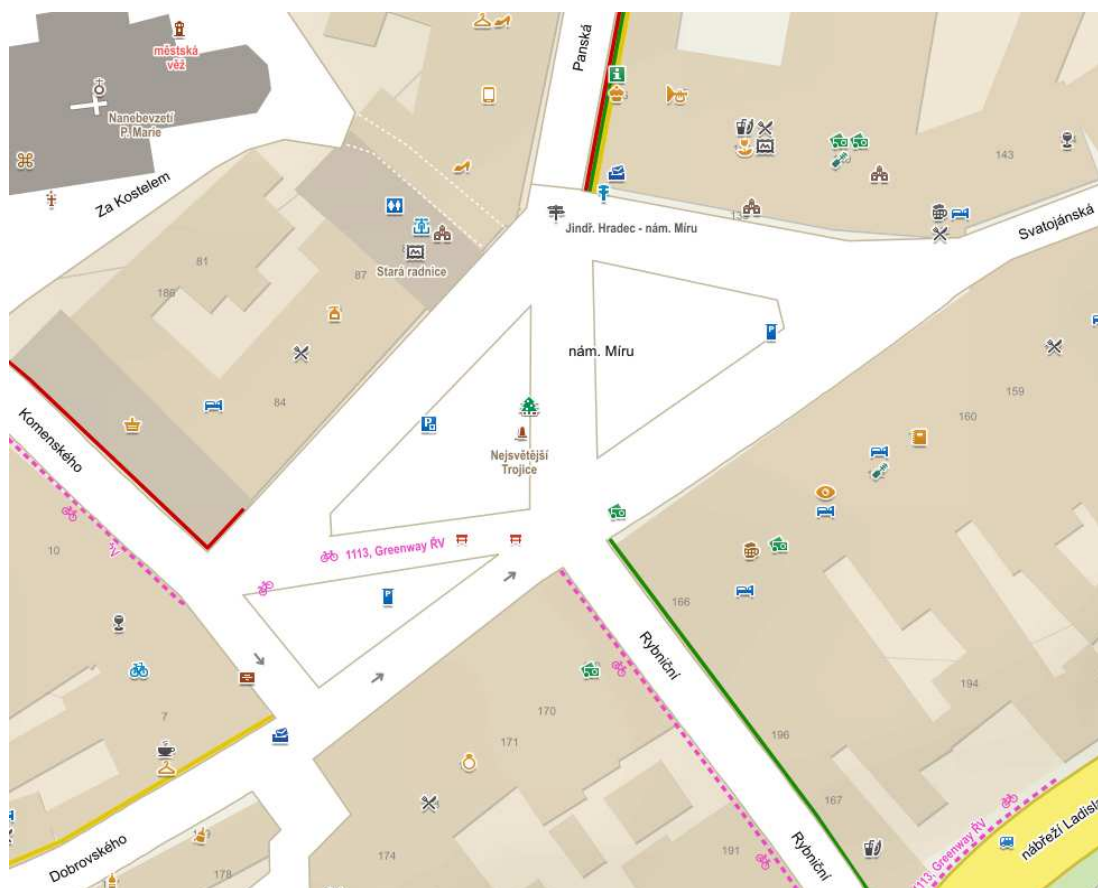
PROSTOROVÁ A FUNKČNÍ SITUACE NA NÁMĚSTÍ MÍRU V JINDŘICHOVĚ HRADCI

Tato stručná analýza poukazuje na současný stav v prostorové a funkční podobě náměstí Míru, přičemž upozorňuje na více či méně známé souvislosti nebo situace, o kterých je vhodné přemýšlet nebo hlouběji analyzovat.

CHARAKTERISTIKA NÁMĚSTÍ MÍRU

Náměstí Míru je centrální dominantou města a též městské památkové rezervace. Má tvar protáhlého lichoběžníku o stranách cca 120 x 50 metrů. Nachází se v jižní části původní středověké zástavby. Jeho plocha je lemována řadami starých měšťanských domů s mnohdy zachovalými historickými fasádami, byť zásadně pozměněnými po požáru roku 1801. Množství domů má v přízemí zřízené provozovny obchodu či služeb. Náměstí zaujímá plochu cca 6000 metrů čtverečních. V jeho centru se nachází barokní monument v podobě sloupu se sousoším Nejsvětější trojice.

Obr. 1: Mapa náměstí míru v Jindřichově Hradci



Zdroj: mapy.cz

Historickému jádru města vtisklo pečeť renesanční podoby 16. století, kterou zcela nesmazal ani požár v roce 1801 a následné klasicistní renovace či novodobější vnější úpravy. Ulice starého města se bez větších odchylek fixovaly již v 16. století. To nejzásadnější, co se v tomto prostoru fyzicky událo, se datuje až po požáru v roce 1801, přičemž k výraznější změně v uličním a prostorovém systému nedošlo.

Jindřichův Hradec tak patří mezi města s původní středověkou či raně novověkou dispozicí centra, které se mj. vyznačuje centrálním náměstím (rynkem) obklopeným měšťanskými budovami, často památkově chráněnými, s obchody v přízemí, a s užšími ulicemi kolem tohoto centra, typicky lemovanými domy.

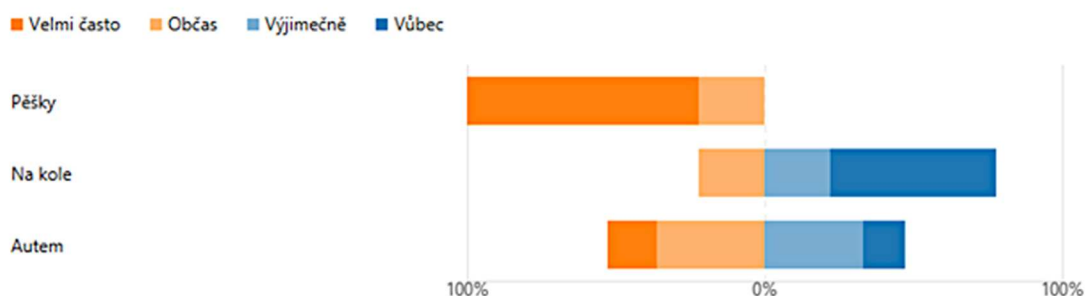
Na náměstí ústí několik ulic. Za hlavní tepny lze považovat ulici Panskou (pěší zóna) a ulici Rybniční spolu s ulicí Komenského. Na náměstí dále ústí ulice Svatojánská a Dobrovského (pouze pro pěší a cyklisty). Průchodem starou radnicí je náměstí propojeno s prostorou ulic Za kostem a Kostelní. Průjezdni tepna skrze náměstí spojuje ulice Rybniční a Komenského, a je zároveň cyklotrasou. Tyto ulice, nejvíce z nich pak Panskou, je nutné v reálu zahrnout do analýzy prostoru náměstí, neboť s ním zásadně souvisí. Při plánování revitalizace je nutné zahrnout širší centrum a plánovat zároveň např. dopravní situaci ve městě jako celku.

Náměstí Míru je typickým představitelem multifunkčního veřejného prostranství. Prolínají se zde funkce dopravní, obytná, obchodní, sociální, kulturní i rekreační. Potřeba zachování těchto funkcí (byť v rozličném poměru či fyzické podobě) je zásadním omezením i velkou výzvou pro plánování revitalizace.

ANKETA MAPUJÍCÍ FUNKCE A VYUŽÍVÁNÍ NÁMĚSTÍ MÍRU

Pro účely podpory dosud známých informací o využívání náměstí Míru byla v listopadu 2020 provedena malá anketa mezi uživateli náměstí Míru, zaměřená na jeho využívání a názory s náměstím spojené (v situaci před zavedením opatření pro šíření koronaviru). Online ankety se zúčastnilo celkem 91 respondentů, jejichž bydliště je přímo v J. Hradci nebo do 15 km od něj a zároveň tito respondenti navštěvují náměstí Míru min. 1x za 14 dní. Anketa nemá charakter reprezentativního výzkumu, slouží pouze jako podpora pro zde uvedenou analýzu.

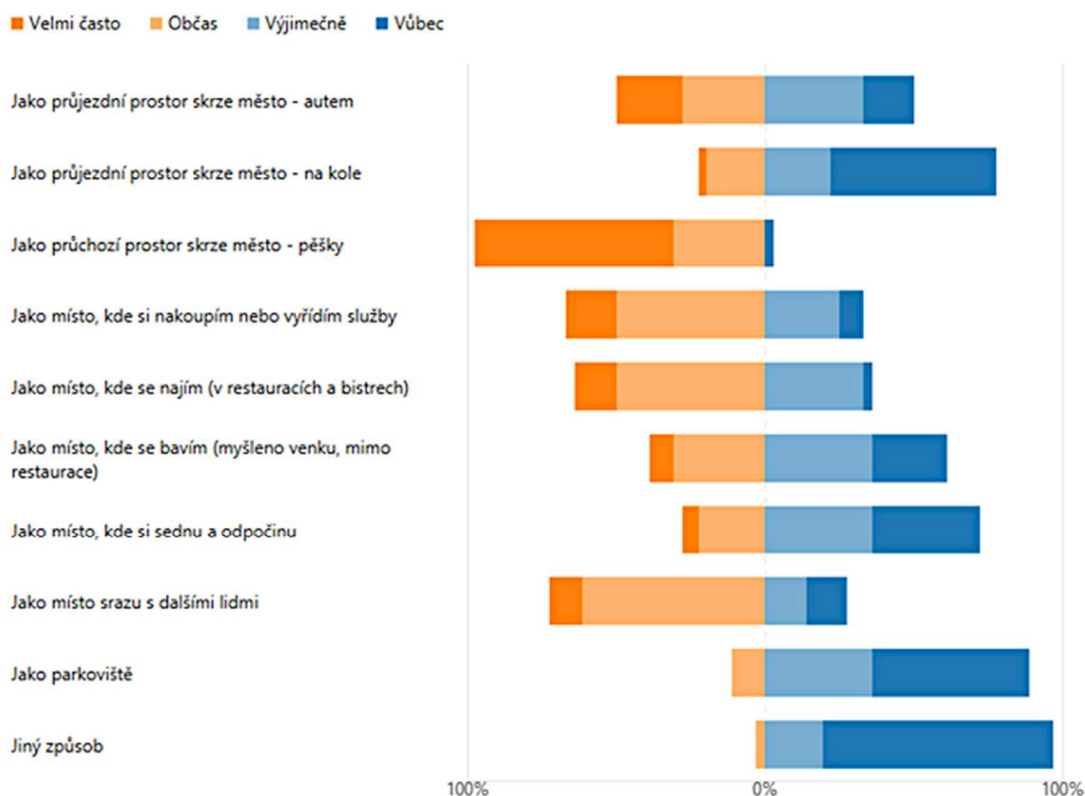
Graf 1: Způsob a frekvence pohybu respondentů po náměstí Míru



Výše uvedený graf ukazuje, že ač se lidé po náměstí pohybují všemi hlavními způsoby (pěší, cyklo, auto), zcela převažuje pohyb pěšky. Toto souvisí s tím, že náměstí je středovou průchozí tepnou zejm. při cestě z domova do práce, příp. na nákupy do (širšího) centra města.

Důvody pohybu po náměstí také nepřekvapí. Souvisí se způsobem pohybu. Potvrzuje se silná dopravní funkce průchodu a průjezdu. Zejm. při průchodu dochází zároveň často k nákupu, buď přímo na náměstí nebo v přilehlých ulicích, zejm. ulici Panské. Výraznější zastoupení restaurací (vč. přilehlých ulic) přináší strávňky zejm. z řad pracujících v centru nebo jeho blízkosti. Prostor také typicky slouží jako bod pro sraz s dalšími lidmi. Pokud bychom vzali v potaz aktuální principy, které u podobných prostor preferují sociální funkci, nevyšlo by z této malé ankety náměstí Míru příliš lichotivě.

Graf 2: Účel a frekvence využití prostoru náměstí Míru respondenty



Respondenti se vyjadřovali také k míře potřebnosti zaparkovat přímo na náměstí míru vlastní automobil. Ačkoliv jde o malé množství respondentů, kteří navíc mohou mít náhodně podobné potřeby či zvyky, 36 % z nich to považuje za zcela zbytné, 30% se bez toho obejít dokáže a pro 23 % je to příjemné, když to nepravidelně potřebují, nicméně dokáží si představit, že by tato možnost nebyla.

Vzhledem k aktuálním funkcím prostoru se však jeví jako potřebné zachovat určitý počet parkovacích míst. Jejich počet, umístění i nacenění je však otázkou **řešení dopravní situace** v rámci celého města nebo alespoň širšího centra, vč. vhodných naváděcích systémů a moderních metod sledování obsazenosti. Důraz na **bezpečnost** těchto skupin je však čím dál větší, a spolu např. s omezenou rychlostí v centru na 30 km/h, omezením vjezdu některým typům dopravních prostředků, budováním zázemí pro cyklo dopravu (bezpečné a kvalitní stojany, bezpečný průjezd) a zabezpečení dobrého a bezpečného pohybu pro osoby s omezenou mobilitou, budou chtě-nechtě města muset řešit v rámci naplňování

principů udržitelného rozvoje. Jak ukazují příklady z českých i zahraničních měst, i veřejná prostranství s historickou hodnotou mohou skloubit potřeby ochrany dědictví a moderního života spojeného s šetrnějšími způsoby dopravy.

S tím souvisí i otázky vhodného oddělení komunikací primárně pro automobily, kola a pěší. Náměstí míru je, kromě chodníků o domů podél náměstí, prakticky v jedné rovině, a ani opticky až na výjimky příliš neodlišuje bezpečné koridory pro pěší (a cyklisty). Vytvoření výškově oddělených komunikací, bezpečných přechodů, příp. využití barev pro odlišení účelu, patří mezi často používané způsoby.

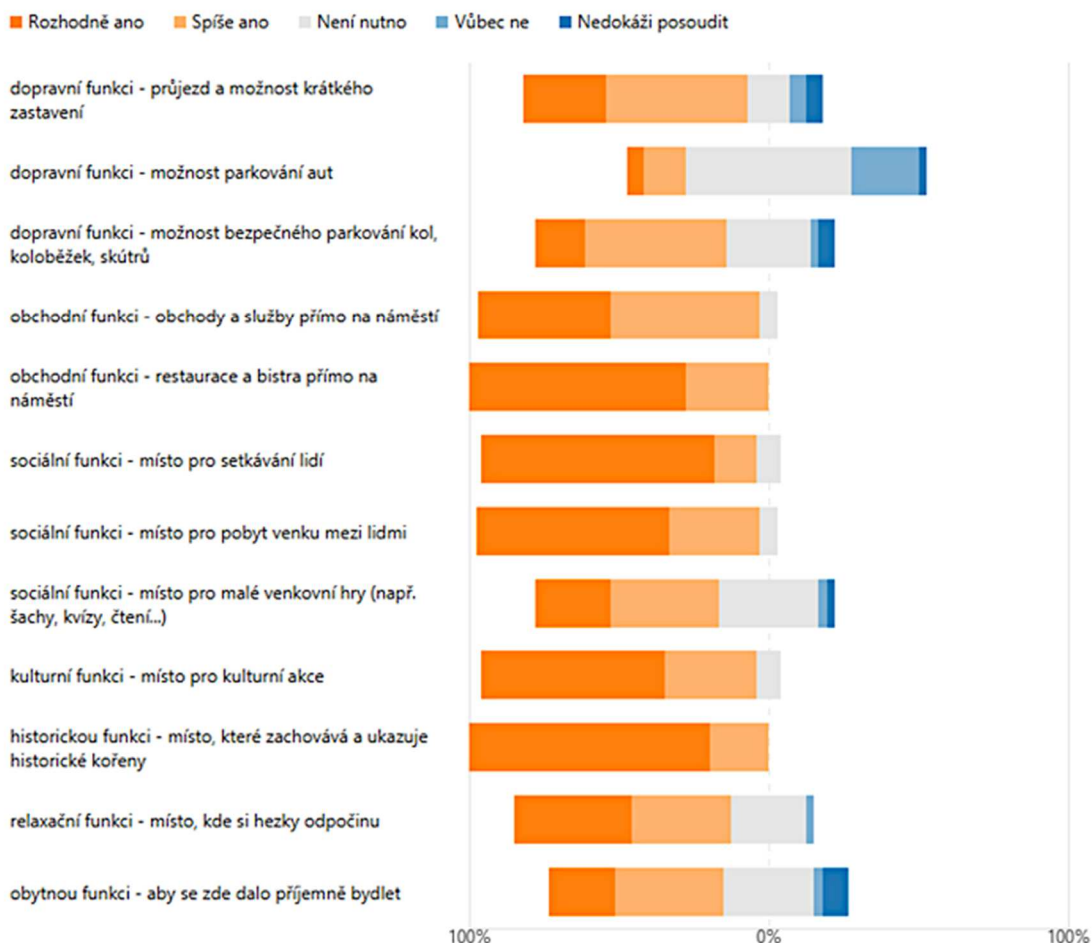
Vezměme si **na ukázkou jednu konkrétní situaci, část náměstí Míru, která ústí do Rybníční ulice**. Zejm. Při pohledu z Rybníční ulice, která je směrem k náměstí mírně do kopce, vidíme celkovou otevřenost prostoru, kde prostor náměstí od silnice ohraničují prakticky jen lavičky a mobiliář v podobě velkých květinových košů (mimo zimní měsíce). Je to sice praktické pro hladký pohyb cyklistů, vozíčkářů nebo kočárků, na druhou stranu to odporuje principům bezpečného řešení prostoru. Nelze se divit, že takto řešený prostor příliš neláká k posezení, když, byť jen pocitově, za zády sedícím vede silnice, od které nejsou nijak izolováni. Celkové aktuální řešení posezení na náměstí nelze označit za příliš vhodné. Většina laviček trpí stejnými dvěma problémy: jsou příliš v prostoru, bez jakékoliv (pocitové) ochrany (v takovém prostoru nemají lidé tendenci se zdržovat) a jsou zády otevřená k silničnímu provozu.

Obr. 1 Náměstí míru směrem z Rybníční ulice, říjen 2020



Řešení tohoto problému bez celkové úpravy náměstí bude vždy jen částečné, ale např. ve způsobu osazení lavičkami – a možná vůbec vzetí v potaz existenci principů, které toto dokáží řešit – lze změny provést na úrovni rozestavení či doplnění mobiliáře.

Graf 3: Preferované funkce náměstí Míru z pohledu respondentů



Respondenti považují za zásadní nabídku restaurací, možnost se v prostoru setkávat a příp. krátkodobě pobývat. Za velmi důležitou považují historickou funkci, tedy aby náměstí bylo schopné ukazovat a předávat místní historii a její kořeny. Jasně se ukazuje, že respondenti chtějí ctít genius loci a historickou či historizující hodnotu, podpořit ji, ale zároveň se neuzavírat modernímu životu. Velký úkol mj. pro městského architekta.

Preferovaná je také kulturní funkce, tedy pořádání kulturních akcí a možnost si nakoupit. Respondenti si zatím příliš nedokáží příliš představit, že by náměstí mohlo sloužit pro jednodušší venkovní hry a odpočinkové aktivity. Zde se nelze příliš divit; s podobnými příklady se lidé setkávají v reálu málokdy. Kromě toho současná zonace a prakticky nulová nabídka toto neumožňuje.

Náměstí mělo historicky důležitou obchodní funkci, konaly se na něm výroční trhy obklopovaly jej domy s prodejny a provozovny. Právě tato „tržní“ funkce se pro náměstí přímo nabízí. Přitom je aktuálně soustředěna spíše do prostor náměstí Masarykova (např. farmářské trhy). Na příkladu adventních trhů na náměstí Míru je možné ukázat, jak skloubit nabídku dobře vypadajících prodejních stánků s daným místem. Prodejní funkce navíc nenarušuje večerní nebo noční klid.

Jako prostor pro kulturní akce je náměstí také využíváno, nicméně poměrně jednostranně a zejm. ze strany města (tribuna, koncerty, městské akce). Prosto pro jiné zájmové skupiny se zdá být omezený.

V tomto směru je jasně deklarující názor respondentů, že náměstí Míru by podle 93 % z nich mělo být přes den živé. Zároveň u respondentů převažoval názor, že náměstí je (resp. bylo – před současnými omezeními) spíše mrtvé. Je sice třeba vzít v potaz, že Jindřichův Hradec je poměrně malé město na to, aby zde byla dostatečná nabídka aktivit, nicméně pokud není dán prostor potenciálním zájemcům o nabídku oživení, která bude souladit s vizí města i jeho obyvatel, k žádoucí změně dojít nemůže.

Respondenti se zřejmě nejvíce neshodli na tom, zda má být náměstí více zazeleněno, příp. zda zde má vzniknout malý vodní prvek typu pítka nebo mini kašny, nebo zda je současná situace dostačující. Téměř 10 % respondentů navíc nedokázalo říci, co by preferovali. Na tomto je možné ukázat na situaci, která by měla být především v rukou odborníků (což snižuje potřebu komunikace, vysvětlování).

Poslední záležitost, která zde bude zmíněna, se týkala využívání principů udržitelného rozvoje a Smart City, pokud se bude náměstí upravovat. 50 % respondentů považoval za samozřejmé, že se při úpravách vezmou aktuální a očekávané principy v potaz, dalších 30 % uvedlo, že jsou tyto principy důležité, ale některé že se pro prostor typu náměstí Míru nehodí. 16 % respondentů nedokázalo odpovědět, což mj. ukazuje na důležitost komunikace a vysvětlování, co mohou principy udržitelného rozvoje nebo Smart City přinést pozitivního, ale i jaká negativa a pro koho mohou vzejít.

PLOCHY, BUDOVY A JEJICH VLASTNICTVÍ

Účel ploch na veřejném prostranství, vlastnictví budov a pozemků a jejich využívání je důležitou součástí analýzy veřejného prostoru před jeho plánováním.

Dopravní komunikace, resp. plochy sloužící jako dopravní komunikace, ukazují náměstí jako centrum v severojižním tahu, s důležitou komunikací obtáčeající centrum, kterou je nábřeží Ladislava Stehny ústící dále v Miřiovské ulici, resp. ulice Vídeňskou a Václavskou. Zachování průjezdu a dostupnost pro zásobování lze označit jako nutnost, přičemž relativně úzké ulice omezují možnosti skloubení s dalšími funkcemi. Otázkou je také vhodná dlažba a zejm. vhodné odstínění silniční dopravy od pěší.

Obr. 2: Vlastnictví budov v centru města Jindřichova Hradce



Zdroj: Nahlížení do katastru nemovitostí

Vlastnictví budov (a pozemků) je důležitou informací také v situaci, kdy identifikuje potenciální ohrožení z důvodu možného odchodu zejm. obchodníků a provozovatelů služeb na jiná, vhodnější místa. Ve spojení s analýzou sortimentu, jeho exkluzivity a tradice provozoven může přinést důležité poznatky.

Jindřichův Hradec patří mezi města s malým počtem budov ve veřejném vlastnictví, zejm. vlastnictví města na centrálním náměstí (19 % vůči 81 %). Převažuje zde vlastnictví fyzických osob, jež mají sídlo na území města. Průměrný poměr za 57 zkoumaných náměstí v ČR v rámci projektu činí 23 % : 77 % ve prospěch soukromého vlastnictví budov. Město J. Hradec tak nemá, co se budov a jejich využití týče, prakticky možnost cokoliv ovlivnit.

SORTIMENT NABÍDKY NA NÁMĚSTÍ MÍRU A JEHO EXKLUZIVITA

Tato část analýzy souvisí s potenciální obavou odlivu obchodníků z centra při výstavbě nového multifunkčního nákupního centra na okraji města. Opět je nutné podotknout, že jde pouze o stručnou a výběrovou analýzu, jejímž cílem je poukázat na situaci a na to, co je vhodné si v této souvislosti uvědomit.

Tab. 1: Sortimentní nabídka provozoven na náměstí Míru, vč. rohových domů do výstupních ulic

Typ sortimentu	Počet provozoven	Exkluzivní sortiment
Finanční služby	5	ne
Ubytování (s restaurací či vinárnou)	5	ano
Restaurační stravování (bez ubytování)	4	částečně
Kavárna, cukrárna, bar	3	částečně
Prodej potravin či nápojů	4	ne
Drogerie, barvy a laky	2	ne
Papírnictví	1	ne
Oční optika	1	ne
Suvenýry, specializované potřeby, antik	6	ano
Textil, butik	3	ne
Nábytek	1	částečně
Cestovní agentura	1	ano
Hudební nástroje	1	ano
Turistické informační centrum	1	ano
Výstavní dům	1	ano
Nehtové studio	1	částečně
Opravná obuvi (uvnitř domu, bez výlohy)	1	ano
Kadeřnictví (uvnitř domu, bez výlohy)	1	částečně

** exkluzivita sortimentu je určena na základě často výskytu daného sortimentu v českých nákupních centrech*

V centru města je zastoupena většina bankovních domů na území města. Zaujímají výraznou část relativně velkých budov, ve kterých sídlí. Nabídku nelze označit na exkluzivní. V blízké budoucnosti cca 2 let může vyvstat otázka, zda změny, které nyní probíhají, nebudou mít vliv na potřebu bankovních domů držet velké prostory.

Velké zastoupení má segment ubytovacích a stravovacích služeb (vč. kaváren a barů), neboť prostor je středem MPR, ve velmi blízkém dosahu všech hlavních památek a atrakcí města. Turistická sezóna je sice poměrně krátká (typicky květen–září), přesto pro město významná.

Další sortiment je zastoupen v menším množství, jde především o nekonkurenční typ sortimentu. Při hlubší analýze je však nutné zahrnout i situaci v blízkém okolí, zejm. ulicích Panské, Dobrovského, Štítného, Svatojanské.

Tradici provozovatele a sortimentu lze hodnotit podle doby, po kterou je přítomen ve stejné budově nebo alespoň stejném prostoru a zároveň výrazně nezměnil svůj sortiment. Náměstí Míru je v tomto poměrně tradiční, neboť převažují provozovny s místní i sortimentní nabídkou výrazněji nezměněnou 7 a více let (někdy i více než 25 let).

Další důležitou informací, potřebnou pro hlubší poznání, je výše nájmu a podíl obchodníků a provozovatelů, kteří sídlí ve svém vlastním prostoru a kteří jsou v nájmu. Tato analýza nebyla pro účely studie prováděna.

Důležitým faktorem u obchodů a služeb je také poměr zastoupení filiálék (poboček) a lokálních subjektů. Zde je však potřeba využít místních znalostí a odlišit filiálky, jejich mateřské společnosti nemají s místem nic společného (typicky např. banky, ale nejen ony), a další subjekty, jejichž sídlo je oficiálně sice mimo město, ale dlouhodobě zde žijí nebo podnikají. Jde o další střípek do informací o zainteresovaných aktérech daného veřejného prostoru a také o subjektech, které mohou být dotčeny nabídkou nového multifunkčního nákupního centra.

Pohled na aktuální sortiment centra města, zejm. Náměstí míru, jeho exkluzivitu, tradici a provozovatele nestačí bez hlubší analýzy odpovědět na otázku, jaká je potenciální míra ohrožení obchodníků a provozovatelů služeb v centru výstavbou nového multifunkčního nákupního centra. Pomineme-li vnější faktory, které nyní nelze příliš odhadnout, jakými jsou změna nákupního chování a životního stylu obyvatel (zejm. pak těch mladších), vstupují do odhadu míry ohrožení také zatím neznámé faktory jako zaměření nového centra a míra jeho atraktivity pro obchodníky a poskytovatele služeb (výše nájmu, servis atp.). I vzhledem k množství vnějších faktorů je doporučováno před konečným rozhodnutím provést hlubší analýzu na faktory, které byly v této studii zmíněny. Nemohou přinést jasnou odpověď, ale mohou přinést pomocné informace pro více kvalifikované rozhodnutí. Praxe však ukazuje, že k tomu spíše nedochází.

ZÁVĚR

Tato studie, jako součásti výstupů grantového projektu TAČR Éta č. TL01000498 „Revitalizace městských center a dalších veřejných prostorů v České republice: problémy, zahraniční inspirace, možnosti řešení“, přináší vybrané výsledky zkoumaných studií a odborných článků a vlastního průzkumu v českých i zahraničních městech, vztažené k aktuálním otázkám spojených s náměstím Míru v Jindřichově Hradci.

Studie může posloužit jako další zdroj informací pro zástupce města v případě, že se budou zabývat možnostmi revitalizace veřejného prostranství, přičemž nemusí jít jen o náměstí Míru, byť právě ono je z tohoto pohledu zřejmě nejsložitějším veřejným prostranstvím ve městě.

Jelikož je studie spíše výběrová, lze zájemcům doporučit podrobnější výstupy grantového projektu, ať již monografie zaměřené na veřejná prostranství, jejich proměny, problémy a přístupy k řešení, tak i studie dalších měst, které mohou být inspirací co do problémů, jejich analýz i případných řešení. Uvedené výstupy je možné dohledat pod projektovým číslem, příp. je většina z nich k dispozici na Fakultě managementu VŠE v Jindřichově Hradci. Odborníci z řad pedagogů fakulty jsou také připraveni podělit se o své zkušenosti se zástupci měst i dalších zainteresovaných subjektů.

Členové výzkumného projektu doufají, že informace, které shromáždili, budou samosprávám i dalším zájemcům užitečné a že svým, byť i jen malým dílem, přispějí k lepší kvalitě života ve městech. Kvalitě života nás všech.

POUŽITÉ ZDROJE

Ambrožová, Z., Kulhánková, Z. Hlavní náměstí malých měst v ČR. Urbanismus a územní rozvoj, roč. XIV, číslo 2/2011.

Astbury, G., Thurstain-Goodwin, M. Measuring the impact of out-of-town retail development on town centre retail property in England and Wales. Geofutures Ltd, Bath, June 2014.

Gehl, J. Města pro lidi. Brno: Nadace Partnerství, 2012. ISBN 978-80-260-2080-6.

Hábllová, A. B. Města zdí. Život a smrt obchodních center. Dokořán, 2017. ISBN 978-80-7363-861-0.

Krbová, J. Moderní management ve veřejné správě: nové, inovativní a kreativní přístupy v managementu veřejné správy: výzvy a možnosti. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. ISBN 978-80-7552-744-8.

Krbová, J., Ježek, J. Revitalizace městských center a veřejných prostranství v ČR. Část první: Problémy a výzvy. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2019. ISBN 978-80-7598-777-8

Ligthelm, A. The impact of shopping mall development on small township retailers. South African Journal of Economic and Management Sciences | Vol 11, No 1. 2012.

Padilla, A. O., Hetmosilla A. A., Ozores, O. T. The impact of out-of-town shopping centres on town-centre retailers and employment: The case of the Region of Murcia. Land Use Policy, Volume 65, 2017, ISSN 0264-8377.

VEŘEJNÝ PROSTOR, VEŘEJNÁ PROSTRANSTVÍ. Sborník z konference AUÚP, Znojmo 21.–22. 11. 2013. Brno, ÚÚR. 2013. ISBN 978-80-87318-27-0.

Bobr, M. Funkční transformace centra města Trutnova: problémy a potenciál. Diplomová práce, Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta. Praha, 2016.

Mikulčická, R. Vliv provozu supermarketů na lokální potravinovou síť v Boskovicích. Diplomová práce, Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Brno, 2013.

Nováková, P. Veřejné prostory historického jádra Brna – Náměstí. Teze disertační práce. Brno, 2013.

Valina, M. Vývoj maloobchodní sítě ve městě Klatovy po roce 1989. Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická. Plzeň, 2018.

Zavřelová, P. Analýza dopadu realizace obchodního centra na strukturu maloobchodu v centru města. Diplomová práce, Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta. Praha, 2015.

Pešout, R. Central Jablonec otevřívá. Centrum města nad Nisou se změní, obchody budou postupně zavírat. Severočeský deník, Jablonecko. 31. 3. 2017.

Slach, O. Nováček, A. Pokles atraktivitu center měst v Česku a možná řešení. URBACT – Česká republika. 2017.

archiweb.cz. Šebek, M., Vaněk, M. Reakce k anketě na výběr varianty úprav náměstí Míru v Jindřichově Hradci (TZ). 21.1.2017.

Beránková, A. Material Times. Patří teď náměstí Míru v Jindřichově Hradci občanům? 20. 3. 2017.

Česká televize. Z vesnic a center měst mizí lidé i obchody. Za rok skončilo na 200 malých prodejen. 7. 3. 2017.

Družstvo CBA. Prodejny potravin mizí z nejmenších obcí a center měst | Mistoprodeje.cz. 21. 7. 2020.

Jindřichohradecký deník. Nová podoba náměstí Míru v J. Hradci. Série článků z období 8.6.2015 – 6.10.2017.

Mazúchová, S. Krize maloobchodu drtí centra německých měst. Ministr volá po změnách. iDnes.cz, 24. 10. 2020.

Štoll, J. Z Pražské ulice mizí obchody. Obchodní tepna Příbrami se vylidňuje. Náš region: Příbramsko. 31. 7. 2019.

Váchal, A. Virus mění život měst. Budou klást ještě větší důraz na ekologickou dopravu nebo digitalizaci úřadů. Ihned.cz, 19. 11. 2020.

Vliv shopping mallů na tradiční obchodní lokality ve městě | Collarch. 3. 7. 2019. URL <<http://collarch.cz/cs/work/vliv-shopping-mallu-na-tradicni-obchodni-lokality-ve-meste>>.

Volfová, P. Obchodníci se vytrácejí z center měst. Denik.cz, Českobudějovicko. 23. 8. 2016.