



Environmentální dopady plánované prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2007

Vznik materiálu byl podpořen grantem z Islandu, Lichtenštejska a Norska v rámci Finančního mechanismu EHP a Norského finančního mechanismu prostřednictvím Nadace rozvoje občanské společnosti.



Vznik materiálu finančně podpořila Nadace Partnerství (<http://www.nadacepartnerstvi.cz>).



Název: Environmentální dopady plánované prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2007

Autor: Jiří Koželouh

Jazykové korektury: Markéta Dvořáčková a Jarmila Šmajstrlová

Výzkum proběhl v rámci projektů organizace:

NEzávislé Sociálně Ekologické HNUTÍ – NESEHNUTÍ

tř. Kpt. Jaroše 31

602 00 Brno

tel./fax: 543 245 342

e-mail: brno@nesehnuti.cz

<http://www.nesehnuti.cz>

<http://hyper.cz>

Zpracování výsledků výzkumu bylo dokončeno v březnu 2008.

Obsah

1. Cíl a zadání výzkumu	4
2. Postup	5
2.1 Stanovení parametrů	5
2.2 Stanovení kritérií	5
3. Výsledky analýzy	7
3.1 Počty záměrů	7
3.2 Hodnocení záměrů z hlediska vlivů na životní prostředí	7
3.3 Provozní typy záměrů	7
3.4 Lokalizace záměrů v sídelní síti České republiky	9
3.5 Lokalizace ve struktuře sídla	10
3.6 Výběr ploch pro lokalizaci	11
3.6.1 Typy ploch	11
3.6.2 Lokalizace tzv. na zelené louce a „sídelní kaše“	13
3.6.3 Lokalizace na pozemcích zemědělského půdního fondu	15
3.7 Doprava	18
3.7.1 Intenzity osobní automobilové dopravy	18
3.7.2 Doprava v klidu	19
3.8 Přírodní složky prostředí	20
3.9 Architektura	23
3.10 Obyvatelstvo	24
3.11 Kumulace vlivů	25
4. Shrnutí výsledků analýzy	26
5. Regulace expanze	28
5.1 Shrnutí použitých možností a zkušeností	28
5.1.1 Zahraniční zkušenosti	28
5.1.2 České zkušenosti a realita	32
5.2 Návrhy regulací pro současnost	33
5.2.1 Politika územního rozvoje (PÚR)	33
5.2.2 Zásady územního rozvoje (ZÚR)	33
5.2.3 Územní a regulační plány	33
Závěr	35
Použité zdroje	36
Summary	39

1. Cíl a zadání výzkumu

Cílem výzkumu je mapovat časovou a prostorovou strukturu záměrů výstavby velkoplošných maloobchodních zařízení (VMZ) – tedy záměrů výstavby jednotlivých velkoplošných maloobchodních jednotek (VMJ) a záměrů výstavby seskupení VMJ v České republice v roce 2007 a analyzovat předpokládaný dopad těchto záměrů na životní prostředí, přírodu a krajinu. Hlavní skutečnosti, které mají být sledovány, jsou:

- oznamovatel záměru, uživatel
- typ záměru
- kraj, okres, obec a katastrální území záměru
- rozsah záměru (prodejní plocha, zastavěná plocha, plochy pro dopravu apod.)
- umístění (druh lokality – střed města, okraj ..., typ lokality – obytná zóna, nákupní zóna, dopravní křižovatka apod.)
- typ plochy (volná, zastavěná apod.)
- předpokládaný vliv na dopravní situaci v místě
- vliv na chráněná území a chráněné prvky v území
- vliv na chráněné druhy živočichů a rostlin
- vliv na obyvatelstvo (blízkost zástavby, hluk)
- architektura (začlenění do zástavby apod.)
- kumulace záměrů v lokalitě (jiné VMJ či VMZ)

Sledované období je 1. leden – 31. prosinec 2007 a sledovaný soubor tvoří záměry, které úspěšně prošly posouzením vlivu na životní prostředí.

2. Postup

2.1 Stanovení parametrů

Pro účely výzkumu byl stanoven okruh informací a parametrů nových záměrů VMZ, které byly sledovány a evidovány. Okruh informací a parametrů se skládá z těchto položek:

- a) datum zahájení zjišťovacího řízení a datum jeho ukončení (nebo vydání stanoviska EIA)
- b) název záměru (dle informačního systému EIA)
- c) kategorie záměru (dle přílohy č. 1 k zákonu č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivů na životní prostředí)
- d) odkaz na informace o záměru (do informačního systému EIA)
- e) název oznamovatele
- f) název uživatele (pokud je znám, uveden v oznámení záměru nebo je to z oznámení zřejmé)
- g) typ záměru (supermarket, diskont, hypermarket apod.)
- h) kraj, okres, obec a katastrální území
- i) parametry budov/y (počet nadzemních a podzemních podlaží, typ budovy z hlediska náročnosti a účelové úspornosti)
- j) rozsah záměru (celková plocha, prodejní plocha, plochy komunikací a parkovišť, volné plochy a plochy zeleně)
- k) vnitřní uspořádání záměru (počet budov, uspořádání apod.)
- l) počet a umístění parkovacích stání (povrchová, podzemní, parkovací domy)
- m) lokalita výstavby a vzdálenost od centra (okraj města, centrum, vazba na komunikace apod.)
- n) pozemek (typ pozemku a jeho popis)
- o) zábor volné plochy (množství záboru)
- p) osobní doprava (indukovaná cílová doprava, stávající doprava na komunikacích)
- q) vliv na biotické přírodní složky prostředí (konflikt s ÚSES, chráněnými územími, s biotopy zvláště chráněných druhů rostlin a živočichů; kácení stromů a keřů)
- r) vliv na hydrologické poměry území (ovlivnění odtoku z území, lokalizace v záplavové oblasti)
- s) vliv na půdu (stavby na ZPF, množství záboru, bonita)
- t) vliv na obyvatelstvo (kategorie vlivu a charakteristika)
- u) vliv na urbanistickou strukturu sídla
- v) kumulace vlivu s jinými VMZ a kompenzace vlastního vlivu
- w) údaje o obci, v níž je záměr lokalizován (počet obyvatel, typ obce)
- x) slovní charakteristika záměru

2.2 Stanovení kritérií

Dále byla stanovena kritéria, na jejichž základě bude konkrétní záměr vybrán do hodnoceného souboru. Vzhledem k zaměření výzkumu nezahrnoval zdaleka veškerá maloobchodní zařízení plánovaná k vybudování. Nejobecnějším parametrem bylo zařazení záměru do Klasifikace ekonomických činností (ČSÚ, 2008), tedy do maloobchodního prodeje (Szczyrba, 2005) pod OKEČ 52 (respektive CZ-NACE 47). Nebyly tedy sledovány velkoobchodní záměry OKEČ 51 (CZ-NACE 46) a prodej (malo- i velkoobchodní) a údržba motorových vozidel a pohonných hmot – OKEČ 50 (CZ-NACE 45). Dalším kritériem byla prodejní plocha, tedy „Hrubá podlažní plocha maloobchodního zařízení, kde při prodeji zboží dochází ke kontaktu se zákazníkem (nikoli tedy sklady, komunikace, související administrativní plochy ani nezbytná příslušenství)“ (Oberstein a Cach, 2001). Do souboru byly zařazeny záměry (vymezené dle Cimler, 1997; Szczyrba, 2006) obchodů o celkové prodejní ploše VMJ větší než 400 m². Existují 4 typy záměrů:

- a) VMJ se souvislou prodejní plochou – tedy provozní typy:

- supermarkety (malé 400 – 1 000 m²; velké 1 000 – 2 500 m²; smíšené zboží a převažují potraviny) - SM
 - hypermarkety (malé 2 500 – 5 000 m²; velké nad 5 000 m²; převažuje nepotravinářské zboží) - HM
 - specializované velkoobchody (od 600 do několika tisíc m²; zvlášť byly vyčleněny hobby markety a zvlášť zbytek jako elektro, nábytek apod.) – HOM a SVP
 - diskontní prodejny (jednoduché a levné, rychloobrátkové zboží apod.) - D
- b) budovy VMJ s oddělenými menšími plochami (v součtu přesahující 400 m²) – v rámci výzkumu označené jako nákupní centra (sem spadají velká i menší nákupní centra, případně obchodní domy) - NC
- c) shluky záměrů (tedy VMZ) odpovídající typu a) nebo b)
- d) záměry rozšířit stávající maloobchodní zařízení typu a), b) nebo c)

3. Výsledky analýzy

3.1 Počty záměrů

Na základě vymezených kritérií byl proveden průzkum informačního systému EIA (<http://tomcat.cenia.cz/eia/view.jsp>) a bylo evidováno celkem 140 záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení, která v roce 2007 prošla zjišťovacím řízením či posuzováním EIA a příslušný krajský úřad buď nenařídil další posuzování (v případě zjišťovacích řízení) nebo vydal kladné stanovisko EIA. Vzhledem k novele zákona č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivů na životní prostředí se vyskytlo několik případů (maximálně 10) nákupních zařízení, která byla podlimitní (méně než 3000 m² zastavěné plochy budov a zároveň méně než 100 parkovacích míst) a krajský úřad využil možnosti upuštění od zjišťovacího řízení. Tyto záměry nebyly dále v této práci uvažovány.

Dále byly evidovány záměry výstavby 3 velkoskladů pro zásobování řetězců – jednalo se o sklady firmy Rewe (sklady Billa a Penny market) a sklad firmy Kaufland. Tyto záměry nejsou dále v této práci zohledňovány (nejedná se o maloobchod – viz č. 2.2).

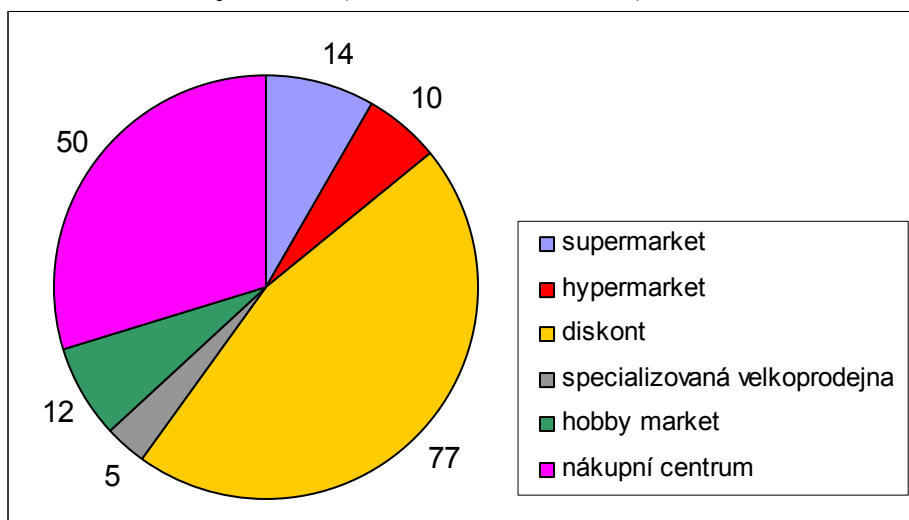
3.2 Hodnocení záměrů z hlediska vlivů na životní prostředí

Všech 140 hodnocených záměrů prošlo hodnocením vlivů na životní prostředí dle zákona č. 100/2001 sb., o posuzování vlivů na životní prostředí. Z toho u 137 záměrů krajský úřad uzavřel zjišťovací řízení s tím, že záměr „nebude dále posuzován dle zákona“. Pouze 3 záměry prošly celým procesem EIA – jednalo se o:

- **Hypermarket GLOBUS (Ostrava-Poruba, k.ú. Stará Plesná)** – důvodem byl pravděpodobně velký rozsah a výrazný negativní vliv na životní prostředí (zábor 15h orné půdy, ovlivnění regionálního biokoridoru, vliv dopravy na obyvatelstvo apod.).
- **OLYMPIA BRNO-expanze, etapa 4, 5 (Brno-město, k.ú. Přízřenice)** – důvodem byl pravděpodobně rozsah záměru, umístění do zatížené lokality a požadavky územního plánu na hodnocení EIA (případně připomínky občanských sdružení, která na důvody upozorňovala a požadovala hodnocení EIA).
- **BB Centrum - objekt Delta 1, (Praha 4 – Michle)** – důvodem bylo pravděpodobně umístění záměru do dopravně zatížené lokality a nutnost podrobného řešení dopravních vlivů záměru.

3.3 Provozní typy záměrů

V rámci všech 140 hodnocených záměrů bylo navrženo celkem 168 velkoplošných maloobchodních jednotek (viz část 2.2 odstavec a).



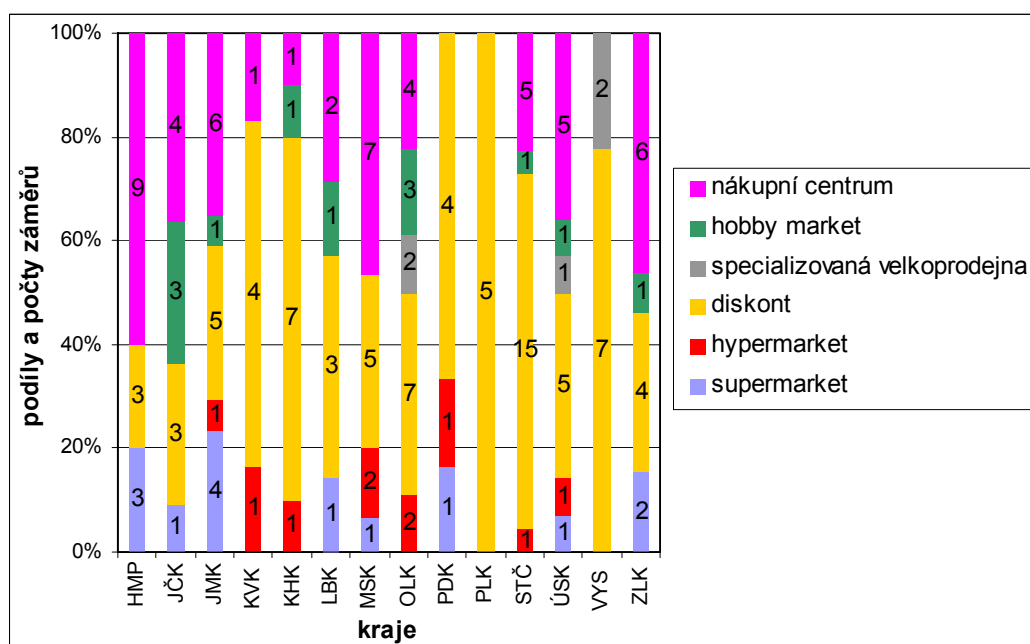
Obr. 1 - Rozdělení navržených záměrů VMJ dle provozních typů v České republice v roce 2007

Z grafu na obr. 1 plyne, že největší podíl mezi záměry velkoplošných maloobchodních jednotek vykazují diskontní prodejny (celkem 77 ze 168). Druhý největší počet (50 ze 168) vykazovala nákupní centra, mezi něž byly zařazeny veškeré záměry budov s odděleními menšími plochami (v součtu přesahujícími 400 m²) – tedy malá nákupní centra v menších městech, stejně jako velká nákupní centra, která jsou součástí expanze největších luxusních nákupních zón. Tento výsledek pramení pravděpodobně ze zaměření expanze maloobchodu na menší města a méně náročnou klientelu (diskonty, malá nákupní centra) a zároveň souvisí s přetrvávající oblíbeností nákupních a zábavních center a také s plánováním polyfunkčních objektů bydlení a služeb (zejména ve velkých městech).

Tab. 1 - Provozní typy navržených VMJ za jednotlivé kraje ČR v roce 2007

typ VMJ	HMP	JČK	JMK	KVK	KHK	LBK	MSK	OLK	PDK	PLK	STČ	ÚSK	VYS	ZLK	CELKEM
supermarket	3	1	4			1	1		1			1		2	14
hypermarket			1	1	1		2	2	1		1	1			10
diskont	3	3	5	4	7	3	5	7	4	5	15	5	7	4	77
specializovaná velkoobchodní prodejna								2				1	2		5
hobby market		3	1		1	1		3			1	1		1	12
nákupní centrum	9	4	6	1	1	2	7	4			5	5		6	50
celkový počet VMJ	15	11	17	6	10	7	15	18	6	5	22	14	9	13	168
celkový počet VMZ	12	10	13	5	8	6	12	13	6	5	20	11	8	11	140

Tab. 1 a graf na obr. 2 ilustrují rozložení plánovaných VMJ mezi jednotlivé kraje v České republice. Plánování diskontních prodejen je významné ve všech krajích kromě hlavního města Prahy (tam pochopitelně vede výstavba menších nákupních center či supermarketů většinou v rámci polyfunkčních domů). Ve Středočeském kraji se vyskytuje nejvíce záměrů, a to i z důvodu vytváření obytného zázemí (okresy Praha-východ a Praha-západ) pro Prahu. Významný počet záměrů v Olomouckém kraji indikuje dřívější pomalejší expanzi maloobchodních řetězců v tomto kraji. Nákupní centra a supermarkety jsou plánovány také v Jihomoravském kraji, kde jde o záměry umístěné do města Brna, v případě Moravskoslezského kraje se projevil vliv doplňování kapacity malých nákupních center v tomto kraji.



Obr. 2 - Provozní typy navržených velkoplošných maloobchodních jednotek za jednotlivé kraje ČR v roce 2007

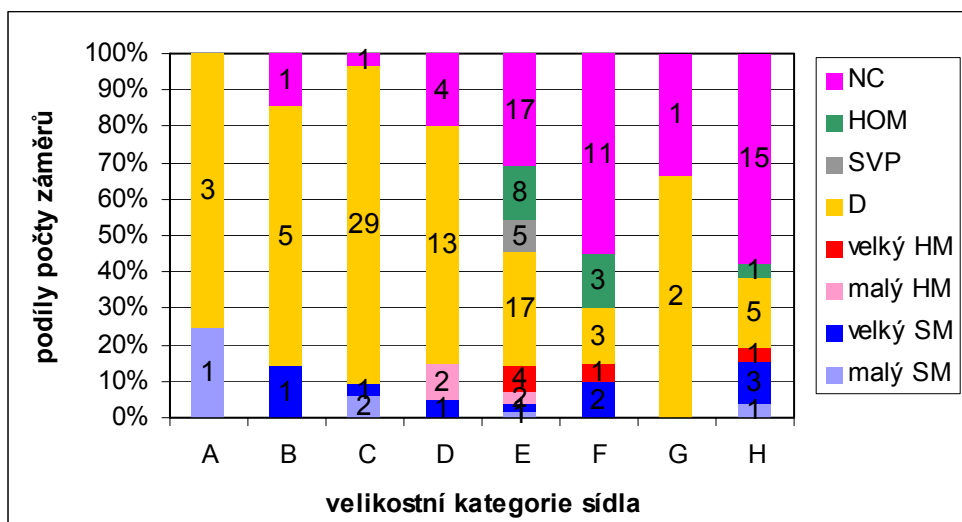
Celková plocha, která je plánována k záboru záměry navrženými v roce 2007, je 1 800 000 m² (180 ha) a z toho 620 000 m² (62 ha) tvoří plánovaná zastavěná plocha budov.

3.4 Lokalizace záměrů v sídelní síti České republiky

Lze předpokládat, že do měst různých velikostních kategorií jsou lokalizovány různé provozní typy velkoplošných maloobchodních jednotek.

Tab. 2 - Lokalizace plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek v obcích ČR v roce 2007

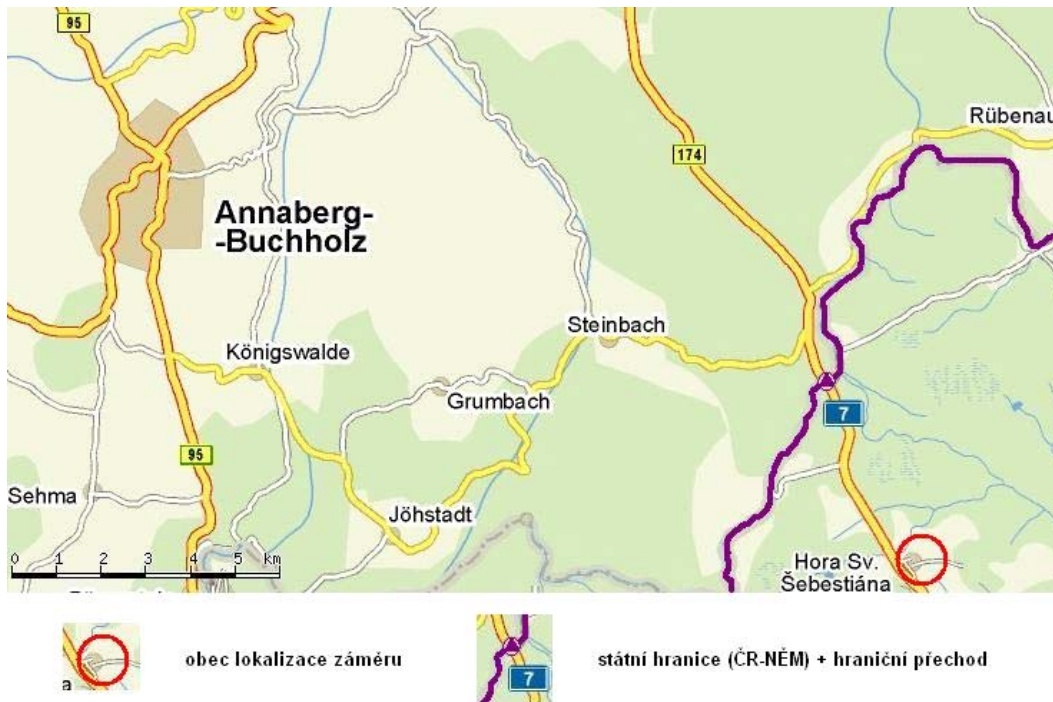
velikostní kategorie obce		celkem	malý SM	velký SM	malý HM	velký HM	D	SVP	HOM	NC
A	pod 1000 ob.	4	1				3			
B	1000 - 4999 ob.	7		1			5			1
C	5000 - 9999 ob.	33	2	1			29			1
D	10 000 - 19 999 ob.	20		1	2		13			4
E	20 000 - 49 999 ob.	55	1	1	2	4	17	5	8	17
F	50 - 99 999 ob.	20		2		1	3		3	11
G	100 000 - 199 999 ob.	3					2			1
H	200 000 ob. a více	26	1	3		1	5		1	15
CELKEM		168	5	9	4	6	77	5	12	50



Obr. 3 - Lokalizace plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek v obcích ČR v roce 2007 (kategorizace obcí viz. tab. 2).

Z tab. 2 i grafu na obr. 3 plyne, že více než třetina (55) velkoplošných maloobchodních jednotek v roce 2007 v České republice byla naplánována do obcí ve velikostní kategorii 20 000 – 49 900 obyvatel. Šlo z části o bývalá okresní města a z části o nové obce s rozšířenou působností, které dříve okresními městy nebyly. V této kategorii obcí jsou plánovány všechny sledované provozní typy. Druhá nejvytíženější kategorie obcí byla města kategorie 5 000 – 9 999 obyvatel, kde jsou plánovány zejména diskontní prodejny (29 z 33 plánovaných VMJ v této kategorii). Více než 20 plánovaných VMJ měly obce nad 200 000 obyvatel (26 plánovaných jednotek), dále obce od 50 000 do 99 999 obyvatel a obce od 10 000 do 19 999 obyvatel.

Menší města (či obce) pod 5 000 obyvatel zahrnovala celkem 11 plánovaných VMJ, z nichž 7 bylo v kategorii nad 1 000 obyvatel (6 měst a jedna vesnice). Celkem čtyři záměry (jeden malý supermarket a 3 diskonty) byly umístěny v obcích pod 1 000 obyvatel. Ve všech čtyřech případech však záměry očividně počítají se zákazníky, kteří z těchto obcí nepocházejí. V případě vesnického supermarketu (sítě Jednota) šlo o turistickou obec Lipno nad Vltavou, v případě diskontu v Hoře Sv. Šebestiána (okr. Chomutov) je kalkulováno s umístěním u frekventované silnice několik kilometrů od hranic s Německem (viz. obr. 4.). Další dva diskonty jsou plánovány do těsné blízkosti většího města (Praha, Nový Jičín) a jejich lokalizace v katastru malé obce s touto obcí vlastně nesouvisí.



Obr. 4 - Lokalizace záměru diskontní prodejny v obci Hora Sv. Šebestiána (okr. Chomutov)

3.5 Lokalizace ve struktuře sídla

Nové záměry velkoplošných maloobchodních jednotek byly v roce 2007 plánovány většinou do okrajových částí měst. V případě obcí do 4 999 obyvatel byla průměrná vzdálenost od centra sídla 500 m a průměrný poloměr sídelní zástavby v těchto sídlech 700 – 800 m. U kategorie sídel 5 000 – 9 999 obyvatel byla průměrná lokalizační vzdálenost 650 m a poloměr sídla 1 000 m. U kategorie 10 000 – 19 999 obyvatel to bylo 850 m a 1 500 m. U kategorie sídel 20 000 – 49 999 obyvatel šlo již o průměrnou vzdálenost od středu sídla 1 300 m ku poloměru zastavěné plochy 1800 – 2000 m. Sídla s 50 000 – 99 999 obyvateli měla poloměr zástavby průměrně 3 000 m a nové záměry byly lokalizovány do vzdálenosti průměrně 2 100 m od středu. U největších měst Brna a Ostravy byly nové velkoplošné maloobchodní záměry lokalizovány průměrně kolem 3 000 m od centra a v případě Prahy již do vzdálenosti téměř 6 000 m. U velkých měst nad 200 000 obyvatel (Praha, Brno, Ostrava) byly tedy nové záměry lokalizovány více do kontaktu s centry – jednak jistě i z důvodu silné saturace suburbánních zón výstavbou maloobchodních zařízení v minulých letech a také z důvodu většího výběru starých nevyužívaných ploch. V těchto obcích navíc převládá umístování spíše polyfunkčních zařízení (určených pro vnitřní města).

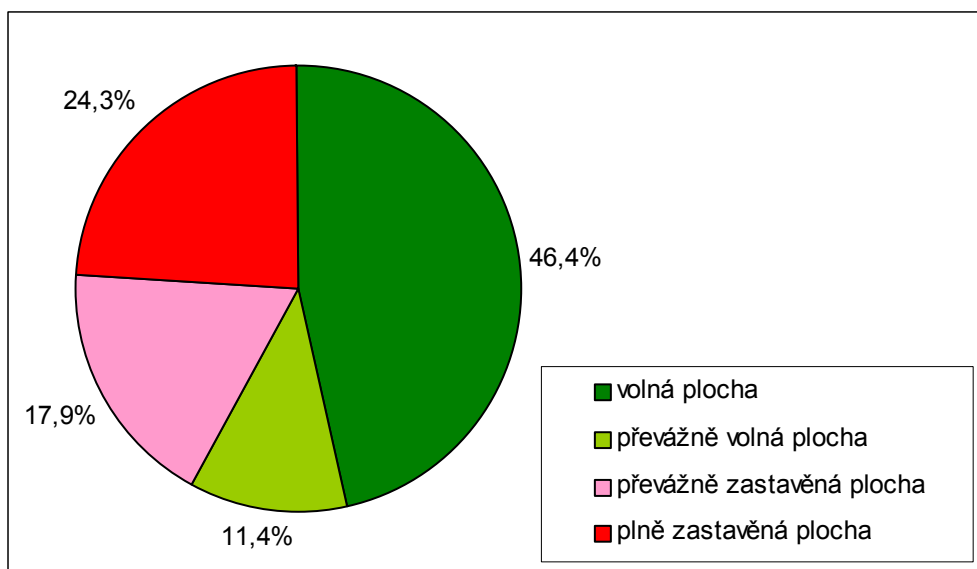
3.6 Výběr ploch pro lokalizaci

3.6.1 Typy ploch

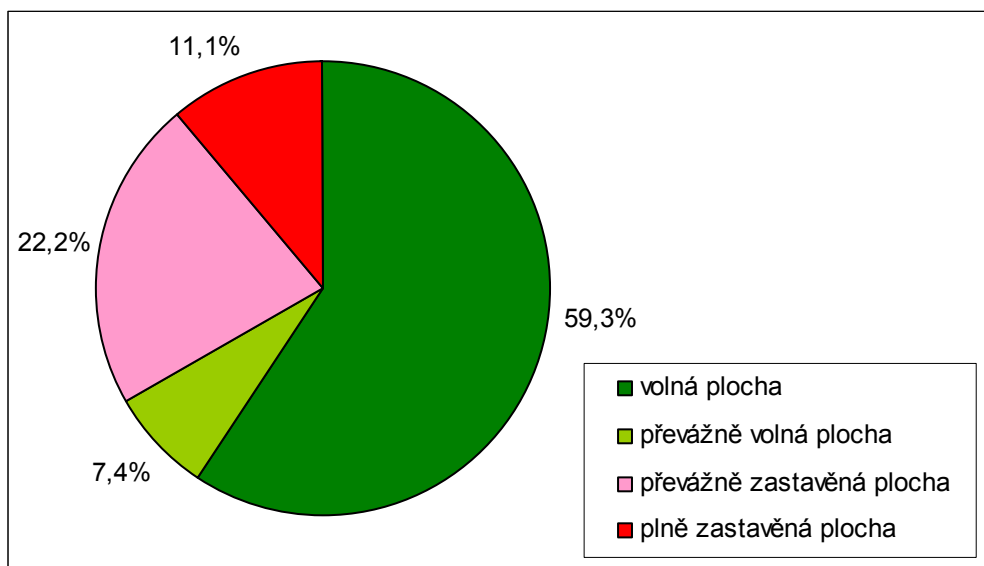
Nové záměry velkoplošných maloobchodních zařízení a jednotek byly v roce 2007 plánovány na čtyři typy ploch. Jako plochy volné jsou označovány všechny plochy bez jakékoliv zástavby nebo zpevnění povrchu, převážně volné plochy jsou ty, které splňují kritéria volné plochy na více než 50% své rozlohy. Zastavěné plochy jsou plochy pokryté budovami či zpevňujícím umělým povrchem (komunikace, betonové, asfaltové či šterkové plochy apod.). Pevážně zastavěné plochy jsou ty, které splňují kritéria zastavěné na více než 50% své rozlohy.

Tab. 3 - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2007

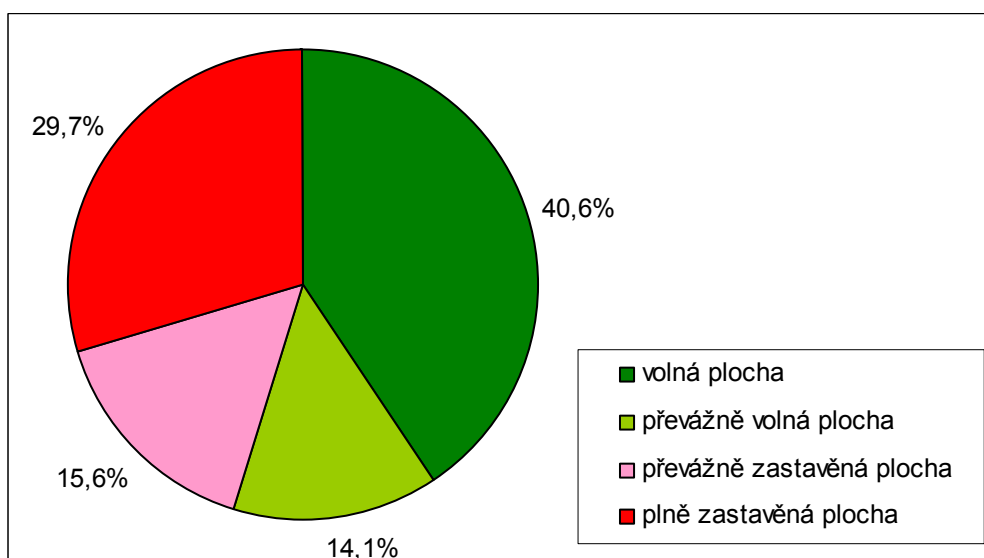
typ VMJ	volná plocha	převážně volná plocha	převážně zastavěná plocha	plně zastavěná plocha	CELKEM
SM	5	3	3	3	14
HM	4	1	3	2	10
D	34	9	15	19	77
SVP	4	1			5
HOM	8		3	1	12
NC	21	6	7	16	50
celkový počet VMJ	76	20	31	41	168
celkový počet VMZ	65	16	25	34	140



Obr. 5a - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek (všech typů) na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2007

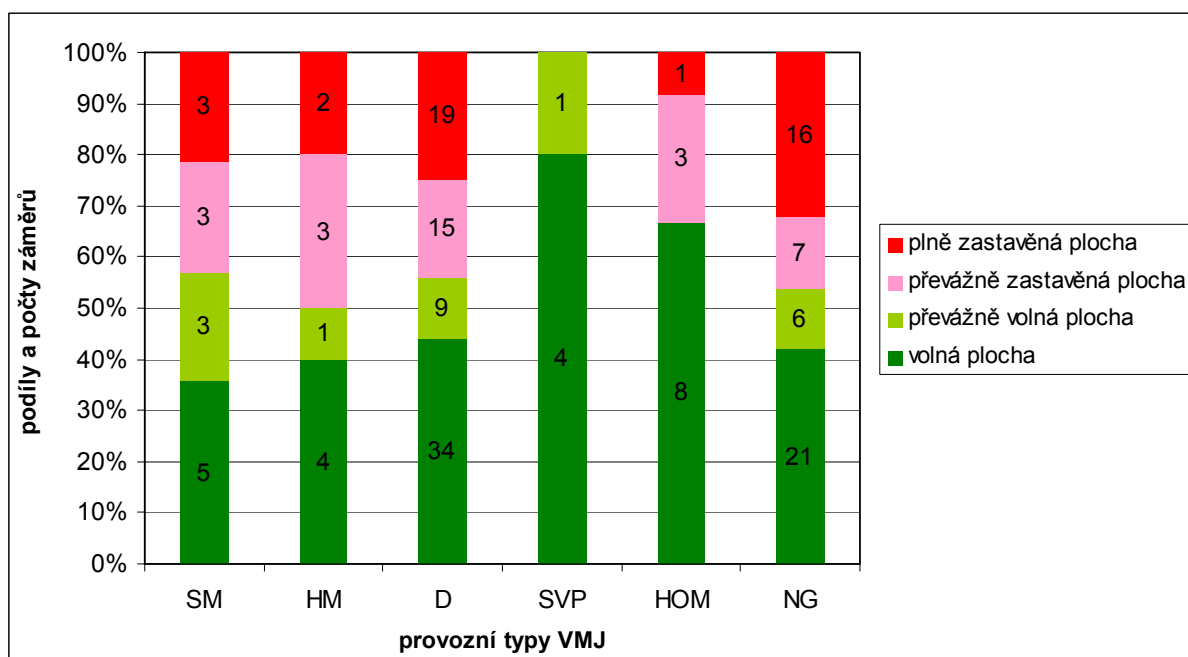


Obr. 5b - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek největších provozních typů (hypermarket, hobby market a specializovaná velkoprodejna) na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2007



Obr. 5c - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek typu supermarket a nákupní centrum na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2007

Z tab. 3 a obr. 5 a-d je vidět, že ze všech pohledů vede umístění velkoplošných maloobchodních zařízení nebo velkoplošných maloobchodních jednotek na volné plochy bez jakékoliv zástavby. V celkovém pohledu jde o 46,4 % záměrů a v případě největších provozních typů (hypermarket, hobby market a specializovaná velkoprodejna) dokonce o nadpolovičních 59,3 % záměrů. Ukazuje se tedy názorně, že největší záměry využívají strategická umístění mimo zástavbu a na krajích měst. Ve všech případech také lze říci, že nadpoloviční většina nových záměrů je umístována na volné nebo převážně volné plochy, i když v případě nákupních center a supermarketů jde o mírně nadpoloviční většinu (54,7 %). Na druhou stranu stojí za zmínku poměrně vysoký podíl záměrů supermarketů a nákupních center umístěných na plochy zastavěné či zpevněné (29,7 %) nebo z větší části zastavěné či zpevněné (15,6 %).



Obr. 5d - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2007

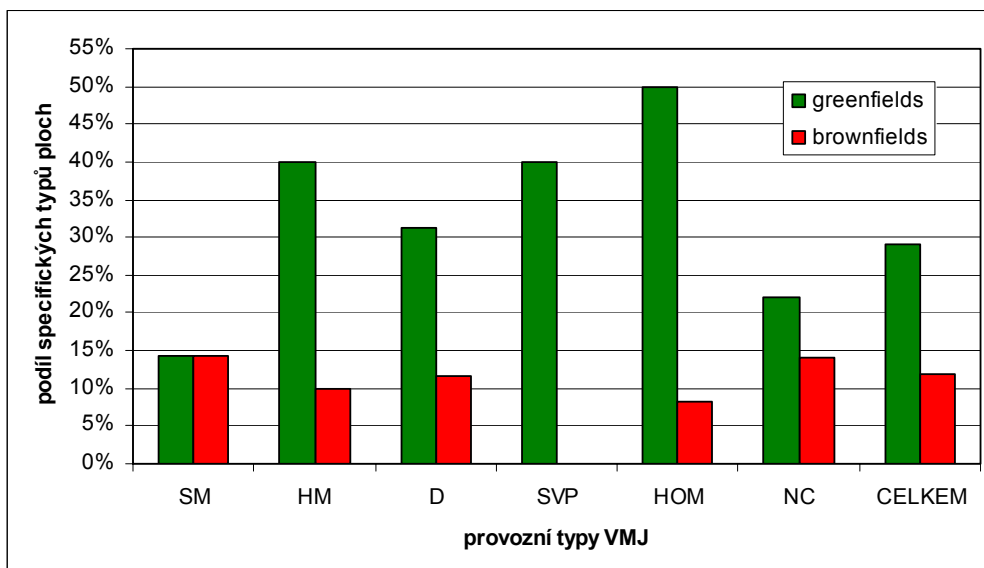
Z pohledu celkového potenciálního záboru plochy území ČR záměry velkoplošných maloobchodních zařízení v roce 2007 se ukázalo, že cca **66 % této plochy** je plocha volná a zbytek je plocha zpevněná nebo zastavěná budovami či jinými zařízeními. Celková volná plocha plánovaná v roce 2007 k záboru byla 1 200 000 m² (120 ha).

3.6.2 Lokalizace na tzv. zelené louce a „sídelní kaše“

Při hodnocení, zabývajícím se využíváním ploch pro lokalizaci nových nákupních zařízení, byly zvláště vyčleněny dvě kategorie. První jsou plochy označované jako „greenfields“, což jsou volné plochy bez jakékoliv zástavby a navíc s dvěma či více hranami pozemku (u pozemků jiných než čtyřúhelníkových tvarů se postupuje obdobně posouzením konkrétního případu) navazujícími na volnou nezastavěnou krajinu. Dochází zde tedy k jevu nazývanému „urban sprawl“, česky „sídelní kaše“, neboli k nekontrolovanému rozrůstání města do krajiny; rozrůstání je realizované pomocí nekvalitní a bezstrukturní zástavby (Hnilička, 2005; Wright, 2005). Druhou zvláště sledovanou kategorií jsou plochy zvané „brownfields“, které můžeme charakterizovat jako nevyužívané průmyslové, vojenské či zemědělské areály (ÚÚR, 2007). Je zřejmé, že plochy brownfields jsou specifickou podmnožinou plně zastavěných ploch (viz. část 3.6.1), že plochy greenfields jsou specifickou podmnožinou volných ploch (viz. část 3.6.1) a že tvoří opačné póly z hlediska vhodnosti umístění nákupních zařízení.

Tab. 4 Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle velikostních kategorií sídel (viz. Tab. 2.) tzv. „na zelené louce“ (greenfields) a s využitím plochy brownfields v ČR v roce 2007

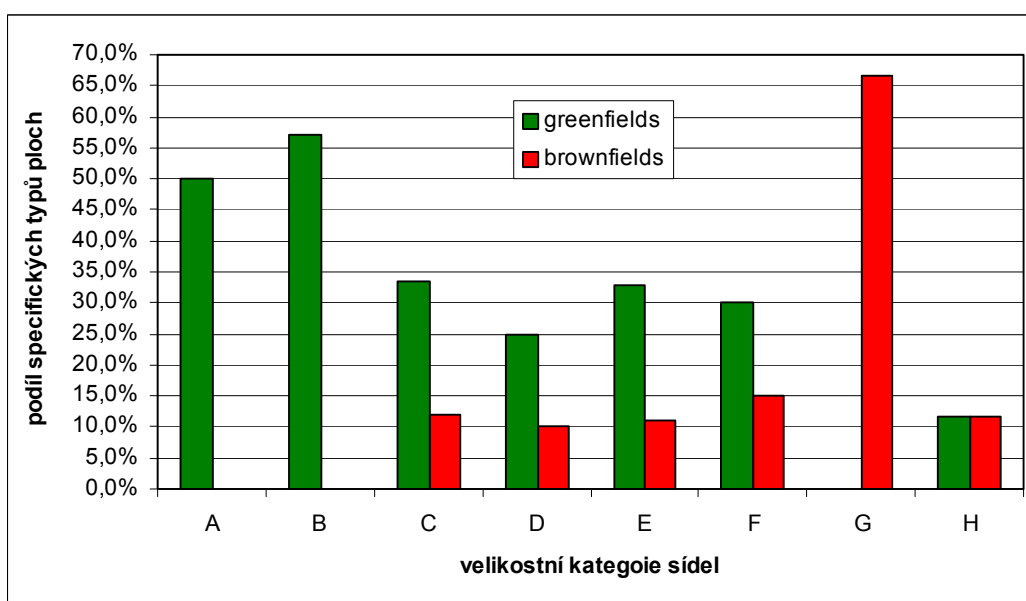
velikostní kategorie obcí		ZL	BR
A	pod 1000 ob.	2	0
B	1000 - 4999 ob.	4	0
C	5000 - 9999 ob.	11	4
D	10 000 - 19 999 ob.	5	2
E	20 000 - 49 999 ob.	18	6
F	50 - 99 999 ob.	6	3
G	100 000 - 199 999 ob.	0	2
H	200 000 ob. a více	3	3
CELKEM		49	20



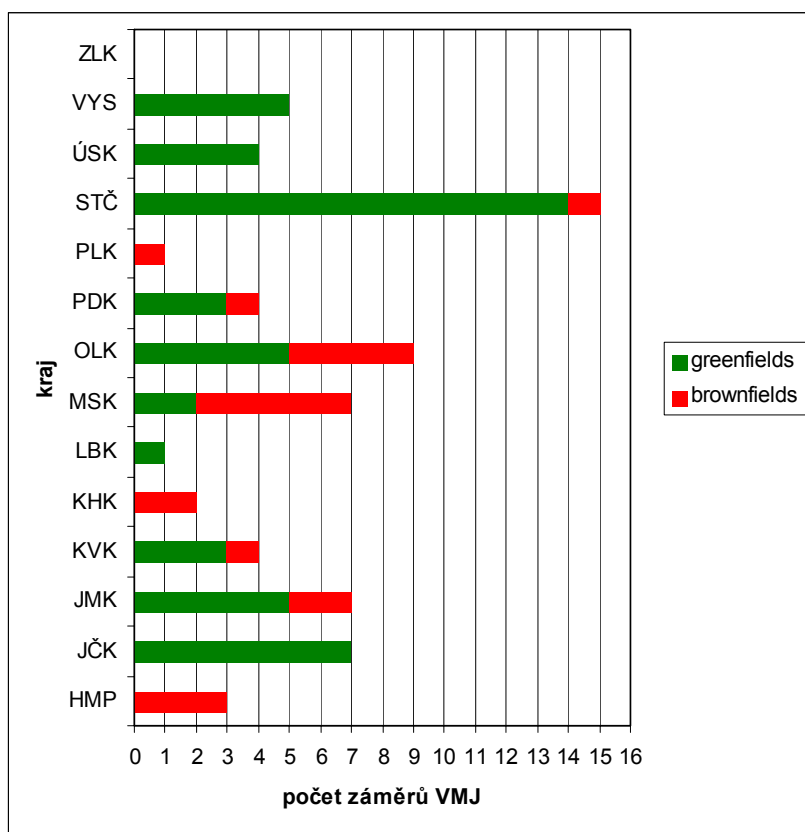
Obr. 6 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů tzv. „na zelené louce“ (greenfields) a s využitím plochy brownfields v ČR v roce 2007

Jak je vidět z grafu na obr. 6, v umístování všech typů velkoplošných maloobchodních jednotek vede způsob tzv. na zelené louce (plochy greenfields) s výjimkou supermarketů, kde je umístování na dvou specifických typech ploch stejně časté. Zvláště v případě hypermarketů a hobby marketů je využívání greenfields určující.

V případě rozdělení využívání greenfields a brownfields podle velikostních kategorií cílových obcí můžeme (na obr. 7) sledovat výrazné využívání greenfields u nejmenších obcí (pod 5 000 obyvatel), což je pravděpodobně způsobeno také tím, že zde neexistují vhodné plochy brownfields pro přestavbu. V městech od 5 000 do 99 000 obyvatel je využívání ploch greenfields a brownfields podobné – vždy vede greenfields dvojnásobnou až trojnásobnou četností. V případě velkoměst je situace v grafu zkruslena malým počtem záměrů (pouze 3 záměry v městech s 100 000 – 199 000 obyvateli), ale u největších měst (Praha, Brno, Ostrava) je vidět vyrovnané využívání brownfields a greenfields – způsobeno to může být tím, že Brno a Praha (a částečně i Ostrava) jsou přesycena suburbánými nákupními zařízeními a Ostrava (ale i Praha a Brno) mají k dispozici dostatek rozvojových ploch typu brownfields.



Obr. 7 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle velikostních kategorií obcí tzv. „na zelené louce“ (greenfields) a s využitím plochy brownfields v ČR v roce 2007



Obr. 8 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle krajů tzv. „na zelené louce“ (greenfields) a s využitím plochy brownfields v ČR v roce 2007

Rozdělení lokalizace na plochy brownfields a greenfields dle krajů ČR potvrzuje jednak využívání brownfields ve velkoměstech (viz Praha, Moravskoslezský kraj) a lokalizaci „na zelené louce“ v menších městech. Nejvíce záměrů, které splňují parametry urban sprawlu, lze hledat v Jihočeském a Středočeském kraji.

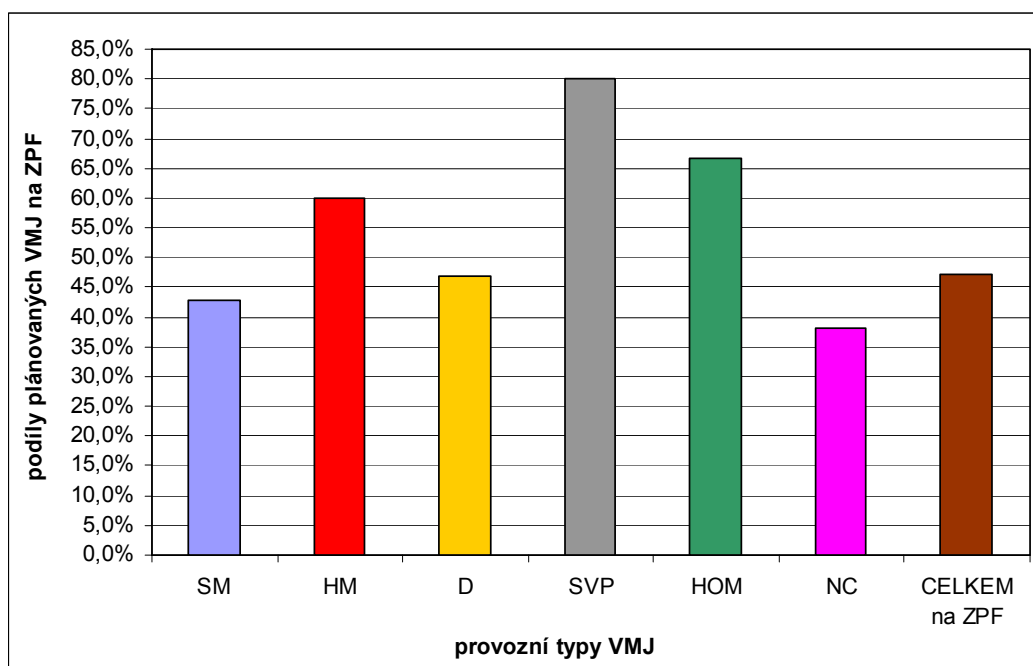
Celková plocha rozšíření sídelní kaše spojené s plánovanými nákupními zařízeními je v roce 2007 celkem 790 000 m² (79 ha).

3.6.3 Lokalizace na pozemcích zemědělského půdního fondu

Dalším specifickým podtypem volné (nebo částečně volné) plochy (dle části 3.6.1) je plocha zařazená do zemědělského půdního fondu (ZPF) dle příslušného zákona (z.č. 334/1992).

Tab. 5 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů a krajů na pozemcích zemědělského půdního fondu v ČR v roce 2007

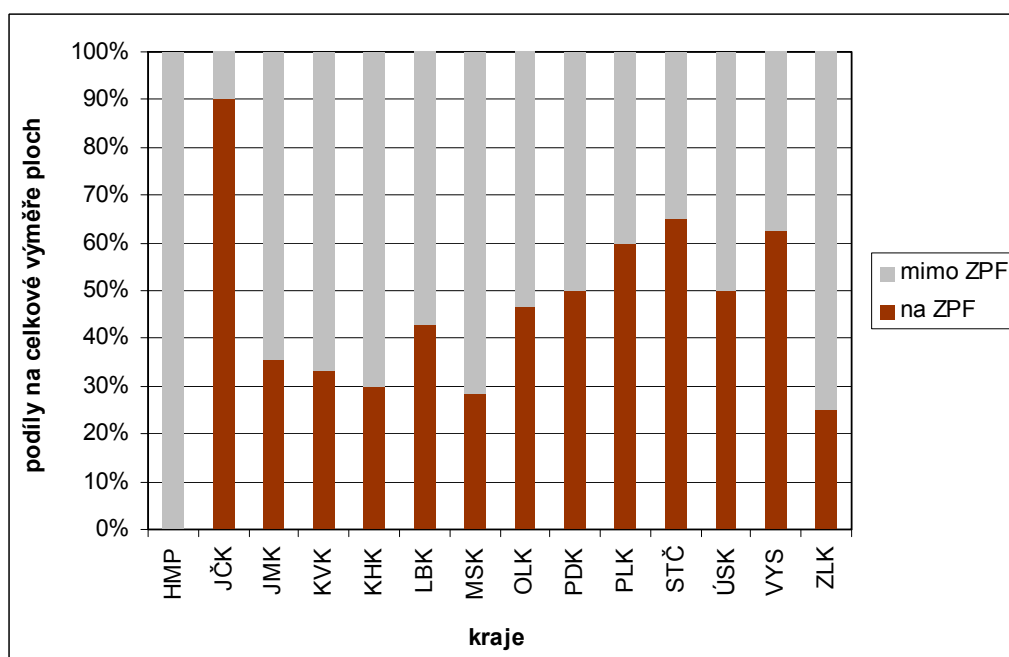
typ VMJ	HMP	JČK	JMK	KVK	KHK	LBK	MSK	OLK	PDK	PLK	STČ	ÚSK	VYS	ZLK	CELKEM na ZPF
SM		1	2			1	1							1	6
HM							1	2	1		1	1			6
D		3	2	2	3		1	3	2	3	8	4	4	1	36
SVP								1				1	2		4
HOM		2	1			1		2			1			1	8
NC		4	3			1	2	2			5	1		1	19
CELKEM na ZPF	0	10	8	2	3	3	5	10	3	3	15	7	6	4	79



Obr. 9 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů na pozemcích zemědělského půdního fondu v ČR v roce 2007

V tab. 5 a na obr. 9 je dokumentováno, že lokalizace nových nákupních zařízení na pozemcích ZPF byla využívána ve všech krajích mimo Prahu a v případě všech provozních typů. Nejvíce byly pozemky ZPF využívány pro lokalizaci specializovaných velkoobchodů (zde šlo však o malý počet záměrů – 4 z celkových 5) a u hobby marketů a hypermarketů. Ostatní typy (nákupní centra, diskonty a supermarkety) byly na ZPF lokalizovány přibližně ve třetině případů. Celkem bylo v České republice v roce 2007 naplánováno 47 % záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek na pozemky ZPF.

Na Obr. 10 je patrné, že celkem čtyři kraje (Vysočina, Plzeňský, Středočeský a Jihočeský) se vyznačují většinou lokalizací nákupních zařízení na pozemcích ZPF. V případě Jihočeského kraje jde dokonce o 90 % všech záměrů v roce 2007. Nejmenší zasažení ZPF naopak vykazují kraje Moravskoslezský a Zlínský.



Obr. 10 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle krajů na pozemcích zemědělského půdního fondu a mimo tyto pozemky v ČR v roce 2007

Tab. 6 - Plánovaný zábor plochy ZPF (m²) celkem a ZPF 1. kategorie ochrany v jednotlivých krajích ČR v souvislosti s plánovanými záměry velkoplošných maloobchodních jednotek v roce 2007

kraj	ZPF	ZPF - 1
JČK	126 000	
JMK	146 000	30 368
KVK	13 000	
KHK	8 500	3 700
LBK	50 000	
MSK	170 000	80 000
OLK	99 000	1 953
PAK	10 000	
PLK	3 500	
STČ	135 000	32 232
ÚSK	27 000	
VYS	61 000	
ZLK	6 000	
Celkem ZPF	855 000	148 253

V tab. 6 je vidět, že největší plošný zábor zemědělského půdního fondu obecně i v první třídě ochrany nastal nečekaně v Ostravě – je to způsobeno jediným obrovským záměrem přiblíženým již v kapitole 3.2. Jihočeský kraj, který je první v podílu záměrů na ZPF, je až čtvrtý co se zabrané plochy ZPF týče. Nejmenší zábory nastaly v Zlínském, Plzeňském a Královéhradeckém kraji.

Celkový zábor ZPF je cca 855 000 m² (cca 85,5 ha) což představuje 47 % z celkové plochy plánované v roce 2007 k zabránění pro záměry velkoplošných maloobchodních jednotek a 72 % z celkové volné plochy určené k zabránění. Z celkového záboru činí 17 % zábor ZPF v 1. třídě ochrany (tedy půda nejvyšší kvality, která by dle metodických pokynů Ministerstva zemědělství měla být vyjímána ze ZPF jen ve výjimečných případech a zejména pro účely realizace ekologicko stabilizačních opatření v krajině).

V souvislosti se ZPF je nutné podotknout, že v řadě záměrů v roce 2007 je předpokládáno vynětí ZPF nacházejícího se uvnitř městské zástavby. To na jednu stranu znamená, že nedochází k výstavbě na greenfields (dle definice v části 3.6.2), dochází ovšem k zahušťování zástavby, likvidaci sadů, zahrad či volných ploch v okolí vodních toků. Tímto postupem dochází k oslabování přírodní kostry města a zhoršování ekologické stability celého systému (Duvigneau, 1988; Forman a Godron 1993), a tím i k negativnímu dopadu na humánní životní prostředí. Popis těchto environmentálních dopadů vyžaduje další (podrobnější) výzkum na lokální úrovni.

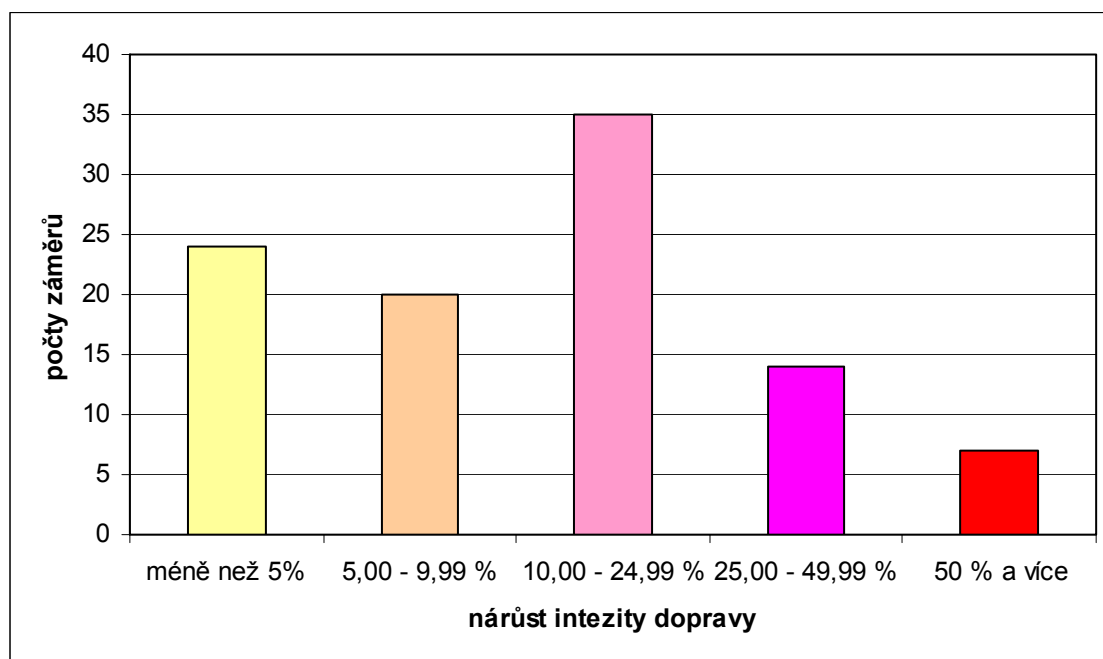
3.7 Doprava

3.7.1 Intenzity osobní automobilové dopravy

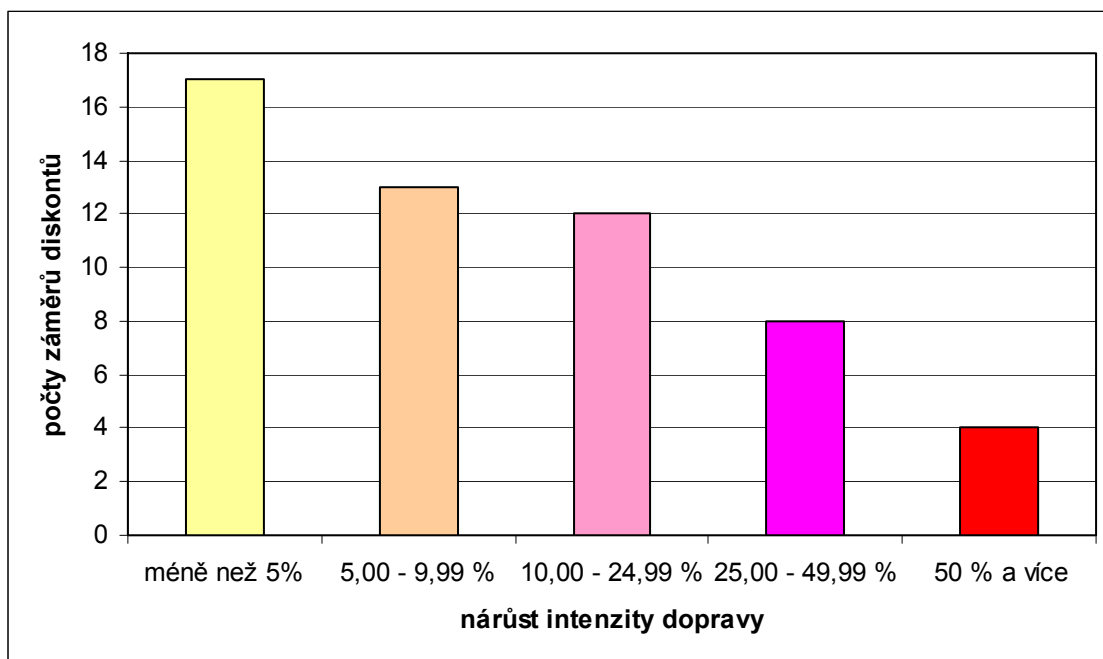
Velkoplošná maloobchodní zařízení jsou lokalizována u významných silničních komunikací v souladu s kritériem dopravní obslužnosti, které je dle Víturky (1998) druhým ze tří základních kritérií umístění maloobchodu. I v roce 2007 se ukázalo, že toto kritérium nezůstává bez vlivu na intenzitu osobní automobilové dopravy na sběrných komunikacích, které jsou využívány jako hlavní komunikační tepny pro nákupní zařízení. Zvýšení dopravní intenzity díky cílové dopravě do zařízení oproti původní dopravní intenzitě z roku 2005 (ŘSD, 2006) přehledně dokumentují tab. 7 a obr. 11a,b u 100 záměrů, u nichž byly dostupné informace.

Tab. 7 - Předpokládané zvýšení intenzity osobní automobilové dopravy u 100 plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v roce 2007 a u 54 plánovaných velkoplošných diskontních prodejen v ČR v roce 2007

nárůst dopravního zatížení	CELKEM	diskont
méně než 5%	24	17
5,00 - 9,99 %	20	13
10,00 - 24,99 %	35	12
25,00 - 49,99 %	14	8
50 % a více	7	4
CELKEM	100	54
Průměrný nárůst	16,5%	15,8%



Obr. 11a - Předpokládané zvýšení intenzity osobní automobilové dopravy u 100 plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v roce 2007



Obr. 11b - Předpokládané zvýšení intenzity osobní automobilové dopravy u 54 plánovaných velkoplošných diskontních prodejen v ČR v roce 2007

V tab. 7 a na obr. 11a je dokumentováno, že nejčastější nárůsty (35 % případů) intenzity osobní automobilové dopravy se pohybují v rozmezí 10 – 24,99 %, což je nárůst znatelný, pro komunikační síť často problematický, a nese s sebou samozřejmě snižování kvality ovzduší a zvyšování hladiny hluku. Celkem 14 záměrů přesáhlo hranici 25 % a 7 záměrů dokonce hranici 50 % původní intenzity osobní automobilové dopravy. Více než 10 % nárůsty se tedy očekávají u 56 % záměrů hodnocených z hlediska dopravy. V nejčtenějších provozních typech – diskontu (viz. tab. 7 a obr. 11b) je situace lepší. Z celkem 54 hodnocených diskontů (u nichž byly dostupné informace o dopravních vlivech) se 56,5 % nachází v kategorii pod 10% a 31,5% dokonce pod 5 %. Na druhou stranu celkem 4 ze 7 nejproblematictějších záměrů (nárůst nad 50 %) byly diskonty – souvisí to s lokalizací diskontů do menších velikostních kategorií měst, kde i menší absolutní nárůsty dopravy (ve srovnání s velkými nákupními centry a hypermarkety) znamenají velké relativní zatížení pro komunikační síť.

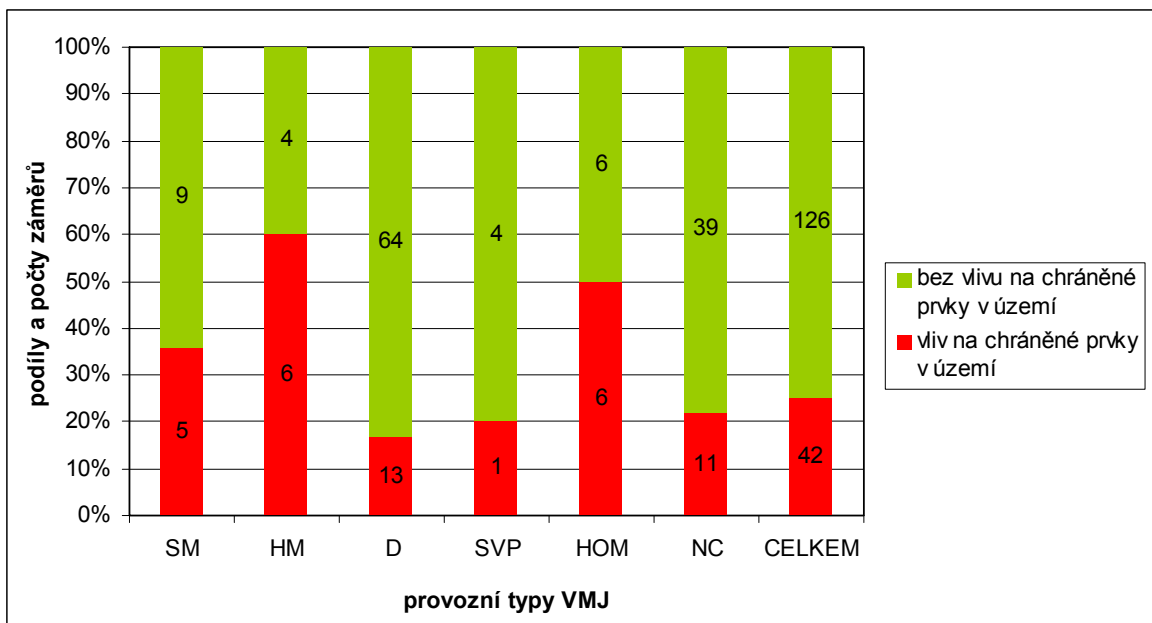
3.7.2 Doprava v klidu

V roce 2007 bylo naplánováno cca 22 000 nových parkovacích míst pro účely návštěvy plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení. Z tohoto počtu bylo 86 % parkovacích míst naplánováno jako povrchová stání a pouze zbylých 14 % jako stání v půdorysu budov (podzemní garáže, parkovací domy apod.). Pro napojení parkovacích ploch jsou u záměrů plánovány příslušné komunikace – celkový průměrný podíl prodejní plochy a ploch pro komunikace (parkovací plochy mimo budovy, silnice) je 1:3.

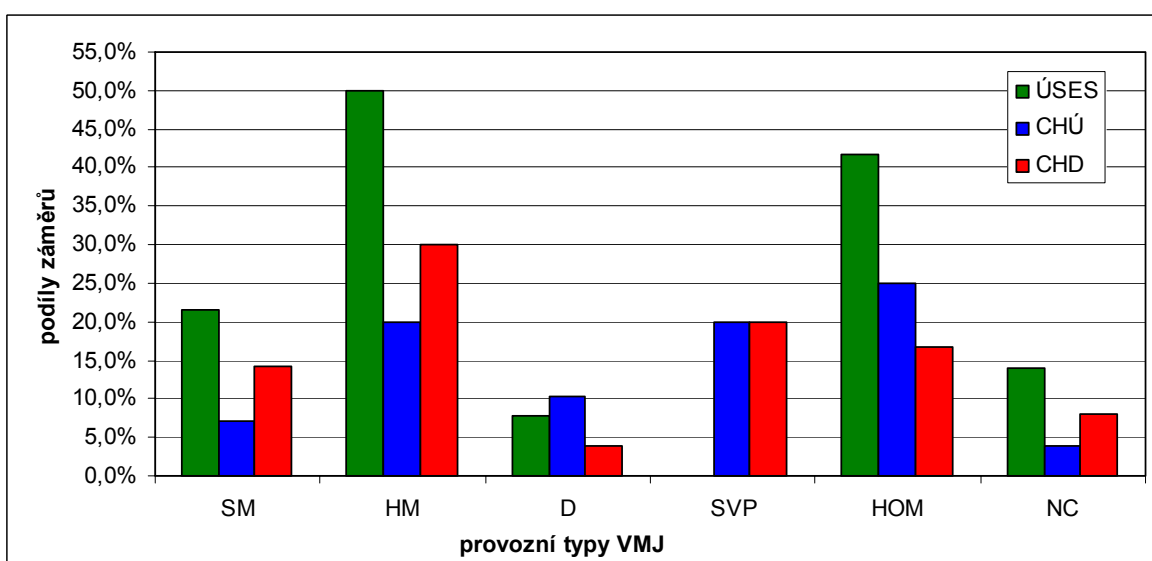
3.8 Přírodní složky prostředí

Lokalizace velkoplošných maloobchodních zařízení a jednotek na volných plochách (viz. část 3.6) nutně souvisí i s vlivem na přírodní složky prostředí a to:

1. biotické složky (zvláště či obecně chráněné zákonem)
 - z hlediska druhové ochrany (zvláště chráněné druhy rostlin a živočichů)
 - z hlediska územní ochrany (velkoplošná i maloplošná chráněná území, významné krajinné prvky, území Natura 2000)
 - z hlediska komplexní ochrany (ochrana ekologické stability území - ÚSES)
2. abiotické (v případě této studie hydrologické poměry území - speciálně záplavová území).



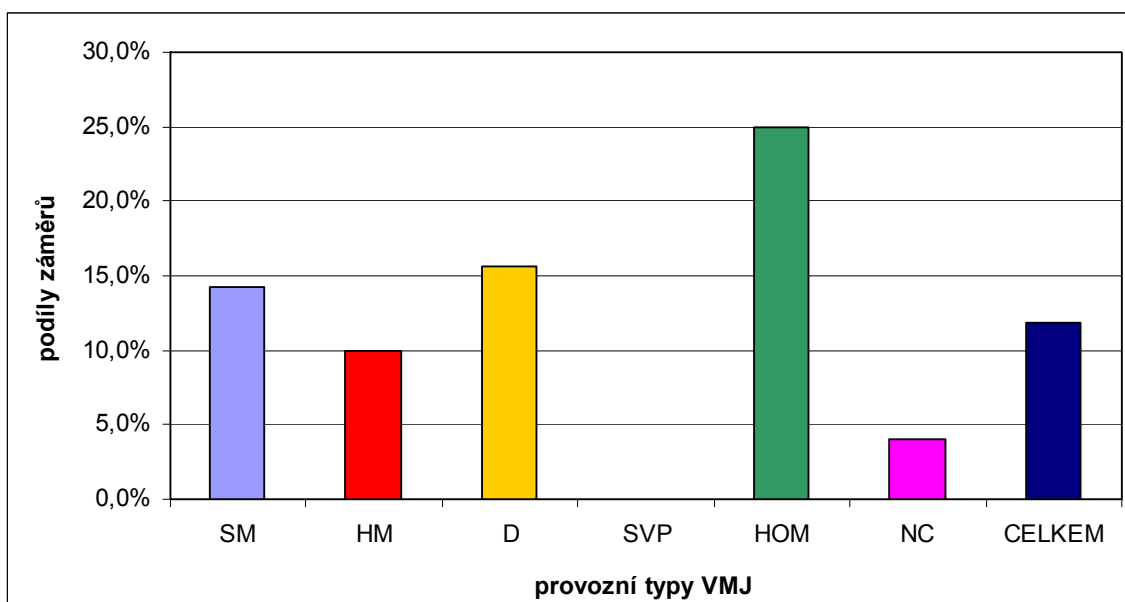
Obr. 12a - Očekávaný vliv plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů na nejméně jeden chráněný prvek v území (ÚSES, chráněná území, zvláště chráněné druhy rostlin a živočichů) v ČR v roce 2007



Obr. 12b - Očekávaný vliv plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů na jednotlivé typy chráněných prvků v území (ÚSES, chráněná území, zvláště chráněné druhy rostlin a živočichů) v ČR v roce 2007

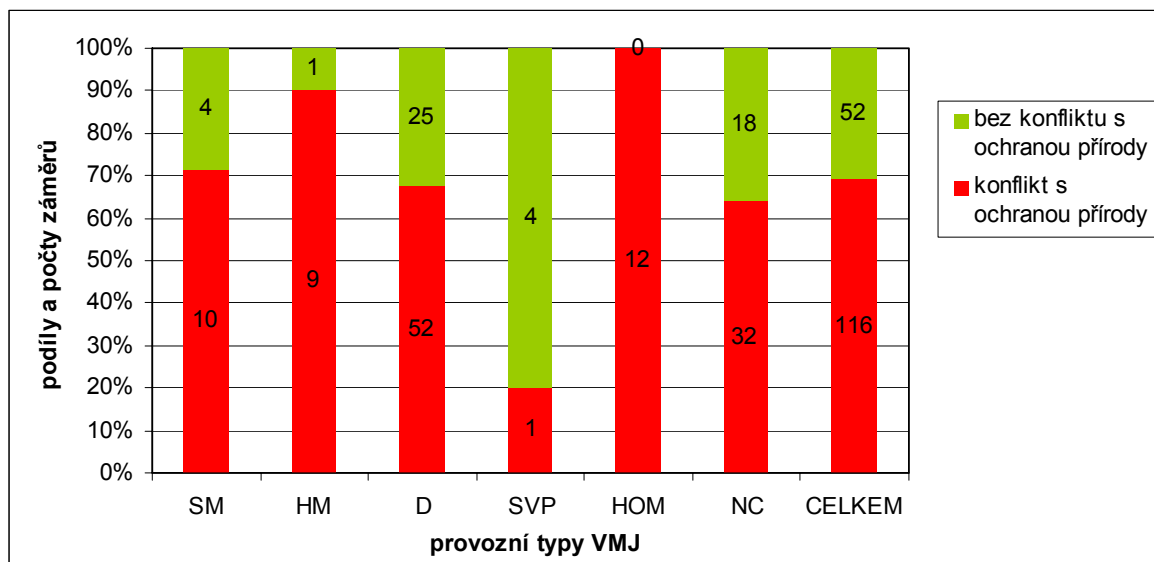
Obr. 12a. dokumentuje, že celkem 25% záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek v roce 2007 počítá s nějakým vlivem na (zvláště chráněné) prvky v území z hlediska ochrany přírody a krajiny ať už se jedná o (1) narušení územního systému ekologické stability (ÚSES) dle jeho vymezení v příslušném územním plánu a dle posouzení na základě zásad uvedených v Míchal (1994) nebo (2) o narušení chráněného území (Chráněná krajinná oblast, Významný krajinný prvek, Evropsky významná lokalita či Ptačí oblast – viz z.č. 114/1992) nebo o narušení biotopu zvláště chráněného živočicha či rostliny (dle z.č. 114/1992 a vyhl. 395/1992).

Z hlediska jednotlivých provozních typů je nejhorší situace v případě hobby marketů (50 %) a hypermarketů (60 %), kde je důvodem časté umísťování na zelené louce a potřeba velkých neprostupných areálů. Kupodivu je situace špatná i u supermarketů (36%), kde je důvodem využívání volných ploch ve vnitřních částech města, které jsou součástí územních systémů ekologické stability. Stejně tak nečekaný je malý vliv diskontních prodejen na chráněné prvky v území, který je spojen s jejich umísťováním na volné plochy spíše zemědělského charakteru (ekologicky méně stabilních a tedy zvláště nechráněných). Nepříjemným zjištěním dokumentovaným na obr. 12b. je výskyt ÚSES jako nejčastěji ovlivňovaného zvláště chráněného prvku v území (zejména u hypermarketů a hobby marketů). Největší provozní typy mají také velké nároky na zábor ploch v chráněných územích.



Obr. 13 - Lokalizace plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů v záplavovém území řek v ČR v roce 2007

Obr. 13 dokumentuje, že celkem 12 % záměrů (20 VMJ) bylo v roce 2007 lokalizováno do záplavového území. Tento postup se nejvíce týká hobby marketů (25 %) a diskontů (15,5 %), nejméně nákupních center (4 % případů) a vyhýbá se záměrům SVP (kde je pravděpodobně důvodem malý počet záměrů).



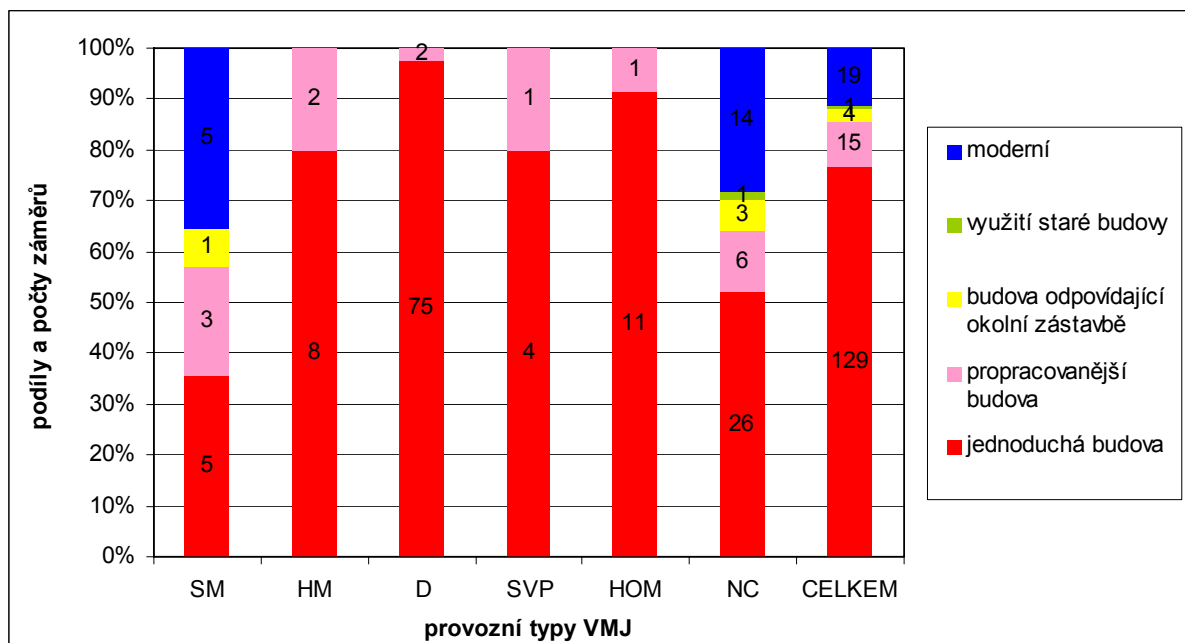
Obr. 14 - Očekávaný souhrnný vliv plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek na ochranu přírody (chráněné prvky v území, kácení dřevin, lokalizace v záplavovém území řek) v ČR v roce 2007

Kácení dřevin podléhající povolení ze strany obecního úřadu (stromy od 80 cm obvodu kmene ve výšce 130 cm nad zemí nebo keřové porosty o rozloze od 40 m²) je plánováno ve 57,9 % záměrů výstavby velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v roce 2007.

Obr. 14 dokumentuje celkový vliv na ochranu přírody a krajiny – vyplývá z něj, že plánování nových VMJ je v 69 % případů v konfliktu s ochranou přírody a krajiny. Největší konflikt nastává v případě hypermarketů a hobby marketů a nejmenší (když pomineme nereprezentativně malý počet SVP) v případě nákupních center.

3.9 Architektura

Nákupní zařízení většinou využívají architektonicky nenáročné a přísně účelové budovy, kde cílem je maximalizace prodejné plochy, co možná nejviditelnější reklama (umocněná univerzální podobou prodejen po celé ČR, potažmo po celé Evropě) a minimalizace nákladů. Externalitou tohoto přístupu je žádné nebo omezené začlenění staveb do městské či příměstské krajiny.



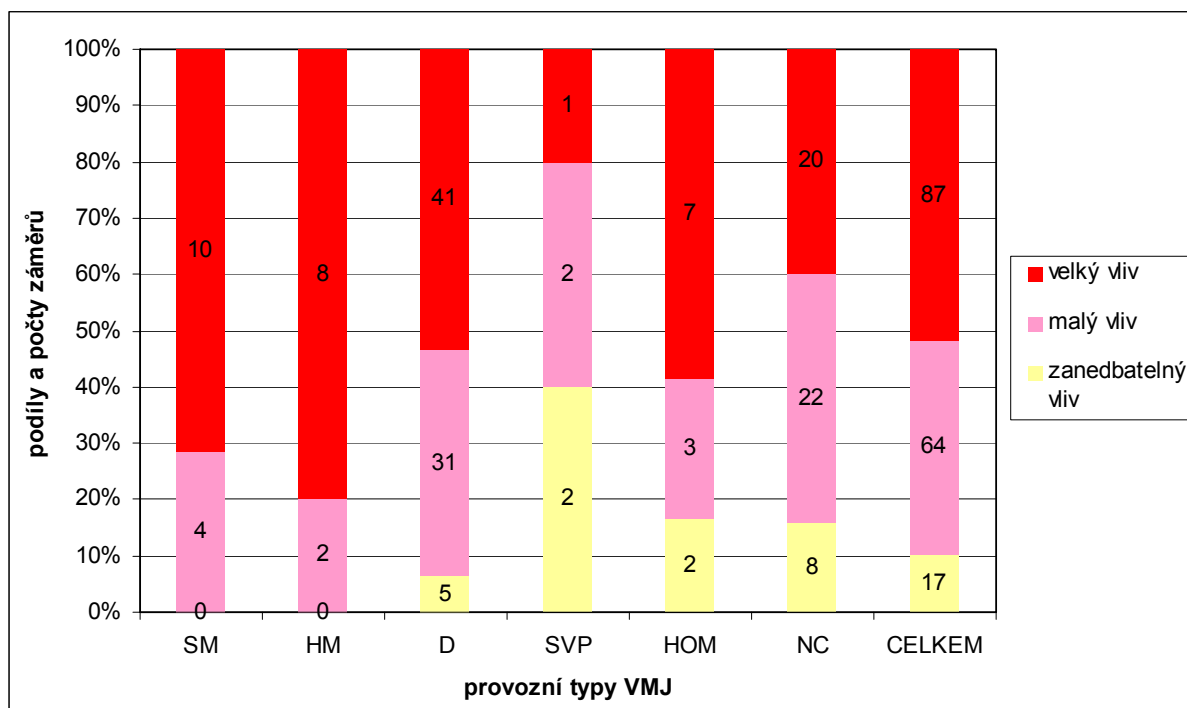
Obr.15 - Architektonická náročnost budov plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek v ČR v roce 2007

Jak dokládá obr. 15 v roce 2007 bylo 77 % budov naplánovaných jako jednoduché stavby (jednopodlažní či dvoupodlažní, parkovací plocha na povrchu země), 9% budov je o něco propracovanějších (vzhled, parkovací plochy v budově či v podzemí apod.), v 11 % případů šlo o moderní budovu (použití exkluzivnějších materiálů a důraz na estetický vzhled). Součástí této práce však není hodnocení vlivu na architektonický ráz místa. Ve zbytek záměrů (pouze 3 %) byla stavba zakomponována do okolní zástavby (budova odpovídající okolním) a v 1 případě byla využita a opravena historická budova.

Z hlediska provozních typů se potvrdilo, že nejjednodušší postupy volí diskontní prodejny (75 ze 77 bylo naplánováno v jednoduchém a účelném provedení bez ohledu na okolní zástavbu či krajinu). Podobně jsou na tom i největší provozní typy (hobby markety, hypermarkety a specializované velkoobchody). Supermarkety volily v třetině případů jednoduché budovy, ale v třetině případů naopak moderní propracované budovy. Podobně postupovala nákupní centra, jen podíl jednoduchých budov zde byl větší (jednoduché budovy u menších nákupních center, kterých byla mezi záměry většina).

3.10 Obyvatelstvo

Záměry nových velkoplošných maloobchodních zařízení byly v roce 2007 často v konfliktu s bydlením a dalším přímým využíváním území obyvatelstvem. V celkem 52 % případů plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek byl zjištěn velký vliv na obyvatelstvo (sousedství záměru s obytnou zástavbou, zároveň více než 10 % nárůsty dopravních intenzit na komunikaci sousedící s bydlením a neumístění záměru na brownfield mimo obytnou zástavbu). Celkem 38 % záměrů představuje malý vliv na obyvatelstvo (záměr nesousedí přímo s obytnou zástavbou nebo s ní sousedí a jeho dopravní vliv je méně než 10 % nárůst intenzit osobní automobilové dopravy nebo jde o umístění na brownfield i za cenu větších dopravních vlivů). Zbýlých 10 % záměrů je plánováno se zanedbatelným vlivem na obyvatelstvo (lokalizace mimo přímé sousedství s obytnou zástavbou a s méně než 10 % nárůsty dopravní intenzity). Výsledky ukazují graf na obr. 16.



Obr. 16 - Očekávaný vliv plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek na obyvatelstvo dle provozních typů v ČR v roce 2007

3.11 Kumulace vlivů

K umístění nových velkoplošných maloobchodních zařízení docházelo a dochází neustále nutně tedy musí nastat situace, kdy se vlivy jednotlivých zařízení dostávají do kumulace s vlivy jiného zařízení. Za kumulaci lze pro účely této práce považovat umístění nového záměru způsobem, kdy dochází k vlivu na životní prostředí (dle částí 3.6 – 3.10) ve stejné lokalitě, na stejnou komunikaci, na stejnou obytnou zástavbu apod. na něž již působí jiné velkoplošné maloobchodní zařízení nebo na něž plánuje působit jiný záměr velkoplošného maloobchodního zařízení. Abychom mohli hovořit o kumulaci, musí jít o střet vlivů dvou nezávislých záměrů (či záměru a existujícího provozu) splňujících kritéria velkoplošného maloobchodního zařízení či velkoplošné maloobchodní jednotky (viz. část 2.2). Kumulace tedy není současné umístění maloobchodního zařízení skládajícího se z více maloobchodních jednotek (jak bylo v řadě případů v roce 2007 naplánováno). O takto definované kumulaci vlivů lze říci, že se týká celkem 48,6 % záměrů naplánovaných v České republice v roce 2007.

4. Shrnutí výsledků analýzy

Analýza dokumentací nově plánovaných záměrů výstavby velkoplošných maloobchodních zařízení a jednotek v roce 2007 v České republice odhalila celou řadu parametrů expanze velkoplošného maloobchodu a střety této expanze s ochranou přírody a životního prostředí. V roce 2007 bylo naplánováno (respektive zkráceným procesem posuzování vlivů na životní prostředí prošlo) celkem 140 velkoplošných maloobchodních zařízení obsahujících celkem 168 velkoplošných maloobchodních jednotek. Z těchto záměrů lze 77 jednotek charakterizovat jako diskonty, 50 jako nákupní centra (všech velikostí), 14 jako supermarkety, a dále 12 hobby marketů, 10 hypermarketů a 5 specializovaných velkoobchodů. Lze také konstatovat, že pouze 3 záměry prošly celým procesem EIA (z.č. 100/2001); a že během roku došlo ke změně zákona č. 100/2001 ve smyslu možnosti vyřazení řady záměrů i ze zjišťovacího řízení (viz. část 3.1). Tato změna umožní krajským úřadům upouštět od zjišťovacích řízení - pokud budeme vycházet z podílu podlimitních záměrů v roce 2007 budou mít krajské úřady možnost upustit od posuzování poloviny nových nákupních zařízení.

Nejčtenější provozní typy - diskontní prodejny - převažovaly ve většině krajů ČR s výjimkou Prahy, Jihomoravského, Moravskoslezského a Zlínského kraje, kde vedou nákupní centra. Z hlediska jednotlivých měst a obcí se nejvíce zastoupenou kategorií v roce 2007 stala města s počtem obyvatel od 20 do 50 tisíc osob. Nové záměry velkoplošných maloobchodních jednotek byly v roce 2007 plánovány většinou do okrajových částí měst.

Z pohledu celkového potenciálního záboru plochy území ČR záměry velkoplošných maloobchodních zařízení v roce 2007 se ukázalo, že cca 120 ha, tedy 66 % celkové plochy, je plocha volná a zbytek je plocha zpevněná nebo zastavěná budovami či jinými zařízeními. V celkovém pohledu bylo 46,4 % záměrů lokalizováno na zcela volné ploše (a dalších 11,4 % na převážně volné ploše) a v případě největších provozních typů (hypermarket, hobby market a specializovaná velkoobchodna) šlo dokonce o nadpolovičních 59,3 % záměrů na zcela volné ploše (a 7,4 % na převážně volné ploše). V umístění všech typů velkoplošných maloobchodních jednotek vede způsob tzv. na zelené louce (celkem 49 případů) nad brownfields s výjimkou supermarketů, kde je umístění stejně časté na zelené louce jako na brownfields. Celková plocha nové sídelní kaše (urban sprawl) spojené s nákupními zařízeními je v roce 2007 celkem 790 000 m² (79 ha), naopak 20 záměrů bylo umístěna do ploch brownfields.

Celkem 79 záměrů bylo v roce 2007 naplánováno na plochy zemědělského půdního fondu (ZPF). Celkový plánovaný zábor ZPF byl cca 855 000 m² (cca 85,5 ha) což představuje 47 % z celkové plochy plánované v roce 2007 k zabránění pro záměry velkoplošných maloobchodních jednotek. Z celkového záboru činí 17 % zábor ZPF v 1. třídě ochrany (tedy půda nejvyšší kvality).

Velkoplošná maloobchodní zařízení jsou lokalizována u významných silničních komunikací, v roce 2007 se plánované nárůsty intenzity osobní automobilové dopravy nejčastěji (35 % případů) pohybovaly v rozmezí 10 – 24,99 %. Celkem 14 záměrů přesáhlo hranici 25 % a 7 záměrů dokonce hranici 50 % původní intenzity osobní automobilové dopravy. Více než 10 % nárůsty se tedy očekávají u 56 % záměrů hodnocených z hlediska dopravy. V roce 2007 bylo naplánováno cca 22 000 nových parkovacích míst pro účely návštěvy plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení. Z tohoto počtu 86 % povrchová stání a pouze zbylých 14 % jako stání v půdorysu budov.

Celkem 25% záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek v roce 2007 počítá s nějakým vlivem na (zvláště chráněné) prvky v území z hlediska ochrany přírody a krajiny – nejčastěji jde o prvky ÚSES. Celkem 12 % záměrů (tedy 20 VMJ) bylo v roce 2007 lokalizováno do záplavového území. Významné kácení dřevin je plánováno ve 57,9 % záměrů. Celkem je plánování velkoplošného maloobchodu v 69 % případů v konfliktu s ochranou přírody a krajiny.

77 % budov bylo naplánováno jako jednoduché stavby (jednopodlažní či dvoupodlažní, parkovací plocha na povrchu země), 9% budov je o něco propracovanějších (vzhled, parkovací plochy v budově či v podzemí apod.), v 11 % případů šlo o moderní budovu (použití exkluzivnějších materiálů a důraz na estetický vzhled). Ve zbytek záměrů (pouze 3 %) byla stavba zakomponována do okolní zástavby (budova odpovídající okolním) a v 1 případě byla využita a opravena historická budova.

V 52 % případů byl identifikován velký vliv na obyvatelstvo, v 38 % případů vliv malý a v 10 % případů vliv zanedbatelný. Kumulace vlivů s jiným záměrem nebo s existující velkoprodejnou byla zjištěna v cca 49 % případů.

5. Regulace expanze

5.1 Shrnutí použitých možností a zkušeností

5.1.1 Zahraniční zkušenosti

5.1.1.1 Belgie

Výstavba maloobchodu je možná jen v obytných zónách a zónách služeb. V rámci povolování konkrétního záměru je nutný souhlas Sociálního a hospodářského výboru pro otázky distribuce, který posuzuje dopad záměru na existující prodejny a na počet pracovních míst. Cílem regulací je zachovat rovnováhu mezi jednotlivými typy prodejen a zaručit trvalou konkurenci vnitřního obchodu (MAG Consulting, 1998).

5.1.1.2 Dánsko

Regionální plány lokalizují zóny pro umístění nákupních zařízení a maximální velikosti provozoven. V některých případech je stanovena podlažní plocha připadající na jednoho obyvatele. Výstavbu velkých zařízení povoluje regionální správa, ty menší povolují obecní orgány. (MAG Consulting, 1998). Dánsko také zavedlo regulace, které požadují, aby maloobchody byly dostupné pěšky, na kole či pomocí MHD (MEED, 2000).

5.1.1.3 Finsko

Rozsáhlá maloobchodní zařízení (celková zastavěná plocha nad 2000 m²) mají být dle zákona o využívání pozemků umístována ve stávajících městských centrech a v dosahu všech typů veřejné dopravy. Mimo městská centra a mimo vymezená území měst lze umisťovat rozsáhlé obchody (stejně jako menší obchody, bydlení, či pracovní aktivity) pouze tehdy, není-li to v rozporu s cíli udržitelného rozvoje regionu. Plánování maloobchodu je uskutečňováno ve spolupráci s Regionálními radami regionů, obecními úřady a občany a probíhá na všech úrovních územního plánování – státní, regionální a místní (zákon specifikuje úkoly na těchto úrovních). Na místní úrovni existují tři typy plánů. Nejobecnější hlavní místní plán určuje umístění rozsáhlých maloobchodních zařízení, která ovšem obecně nemohou být tak velká, aby měla negativní dopad na životní prostředí. Pouze podrobné místní plány umožňují (pokud je to v nich explicitně uvedeno a konkrétně zpracováno) umístění obchodů mimo centrální části měst. Navíc musí navržený podrobný plán zvážit všechny dopady na životní prostředí, sociální dopady a dopady na maloobchod v oblasti). Cílem konkrétního řízení o umístění maloobchodu je zejména zachování stávající struktury území (PI, 2007; MEED, 2000).

5.1.1.4 Francie

Francie má zvláštní zákon pro regulaci velkých nákupních center (Kolektiv, 2006). Tento a další zákony určují zásady výstavby obchodní sítě – jde zejména o zachování rovnováhy mezi městskými, venkovskými a horskými oblastmi, zachování dostatečné úrovně konkurence mezi různými typy obchodů, zamezení zániku malých a středních provozoven a plýtvání s obchodními prostory. Záměry výstavby s celkovou podlažní plochou nad 3 000 m² nebo prodejní plochou nad 1 500 m² ve městech nad 40 000 obyvatel (analogicky pro města do 40 000 obyvatel je to 2 000 a 1 000 m²) podléhají doporučení ministerské skupiny pro rozvoj obchodu (složené ze zástupců místní správy, obchodní komory a spotřebitelů). Rozhodnutí o umístění stavby vydává úřad starosty, možný je soudní přezkum (MAG Consulting, 1998). V Paříži již mnoho let probíhá úspěšně pasportizace obchodů – klíčové obchody v centru jsou pasportizovány a v takových prostorách může být jen ten konkrétní typ (sortiment), který je uveden v pasportizaci (Coplák, 2000). Zajímavý přístup k regulaci obchodníků zvolila radnice města Lille - každá firma (značka), která chtěla mít obchod v nákupním centru vybudovaném na rozsáhlém brownfieldu, musela také zřídit obchod v historickém centru města (Veselý, 2005).

5.1.1.5 Island

Vládní nařízení určuje, že oblasti vymezené pro maloobchod by měly především sloužit pro přilehlou obytnou zástavbu. Detailní územní plány, které zahrnují maloobchodní plochy a bydlení musí zajistit přístup obyvatelstva k rekreačním plochám, hřištím, parkovištím a musí specifikovat způsob (právně zakotvené) ochrany před hlukem. Normy upravující plánování a výstavbu obsahují důraz na ochranu přírody, kulturního dědictví a předcházení poškozování krajiny (PI, 2007).

5.1.1.6 Itálie

Pozemky pro velkoobchod i maloobchod s podlažní plochou nad 1 500 m² jsou specifikovány v podrobných plánech a dohodách o přidělování pozemků. Program využití území schvaluje městské zastupitelstvo a stanoví v něm i sortimentní strukturu stávající maloobchodní sítě a normy a směrnice pro její další rozvoj (včetně horní hranice podlažní a prodejní plochy). Rozhodnutí o umístění stavby velkoplošného zařízení (nad 400 m²) vydává regionální správa (MAG Consulting, 1998).

5.1.1.7 Irsko

Obecné zvažování vlivů výstavby nákupních zařízení je obsaženo v zákonech (MAG Consulting, 1998). Je vyvíjen tlak na decentralizaci maloobchodu, ale ve smyslu vybavování center menších měst a zároveň je při plánování omezován rozvoj maloobchodu mimo městská centra (Evropská komise, 2000).

5.1.1.8 Lucembursko

V Lucembursku je nutné ministerské povolení pro umístění velkoobchodní prodejny nad 400 m² prodejní plochy (MAG Consulting, 1998).

5.1.1.9 Nizozemí

Rozvoj maloobchodu je stanovován vládou v návaznosti na rozvoj bydlení s desetiletou perspektivou. Vláda sleduje cíl udržení obchodní funkce městských center a posílení vybavenosti okrajových oblastí umožněním umístění prodejen velkorozměrového zboží. Rozhodnutí o umístění záměru (vydáváná zastupitelstvy obcí) musí respektovat hlediska spotřebitelů, majitelů a provozovatelů (MAG Consulting, 1998). V Nizozemí je rozvoj velkých center směřován do uzlů veřejné dopravy (Evropská komise, 2000).

5.1.1.10 Německo

Velká nákupní a zábavní centra, průmyslové zóny a obchodní zóny by měly být povolené po přezkoumání všech okolností na vyšších úrovních (Kolektiv, 2006). Výstavba obchodních zařízení se nepovoluje v zónách, které nejsou součástí ploch pro bytovou a občanskou zástavbu. Velkoplošná zařízení s prodejní plochou nad 1 200 m² je možné umístit pouze do centrálních oblastí měst nebo do ploch k tomu výslovně určených v rámci propracovaného systému centrálních míst (v předměstské sídlištní zástavbě, satelitních sídlištních). Při plánování je cílem udržet život v ulicích a centrech měst a zajistit rovnováhu a konkurenci v maloobchodě (MAG Consulting, 1998; Evropská komise, 2000).

5.1.1.11 Norsko

Norsko reagovalo na negativní dopady divoké výstavby velkoplošných maloobchodních zařízení na svém území dokonce zavedením pětiletého moratoria na výstavbu obchodů a nákupních center, která by měla celkovou zastavěnou plochu větší než 3 000 m². Moratorium sloužilo pro získání času, během kterého byly upraveny pravomoci a zpracovány regionální plány ke koordinaci rozvoje maloobchodu. Po uplynutí moratoria je dále zakázáno umísťovat provozy s celkovou zastavěnou plochou větší než 3000 m² bez souhlasu hejtmana regionu. Souhlas nepotřebují jen případy naplňující znění stanovených výjimek (například výstavba

v centrech měst, pokud je tato výstavba ve shodě se zákaznickou kapacitou dané oblasti apod.) (PI, 2007).

Při vytváření územních plánů se mapuje celková struktura maloobchodu v území, stanovuje se maximální celková plocha pro maloobchod s tím, že se stanovuje i maximální velikost prodejní plochy obchodů prodávajících zboží každodenní potřeby (ne vyšší než 3 000 m²) a specializované zboží (ne vyšší než 1 000 m²) (MEED, 2000).

5.1.1.12 Polsko

Podle nových předpisů, které začaly platit na podzim 2007, bude k výstavbě obchodu o prodejní ploše větší než 2000 m² nutné povolení obce i krajského zastupitelstva. Pro stavbu obchodu o prodejní ploše od 400 do 2000 m² bude muset investor získat povolení obce. Menší obchod nebude uveřejněn povolení od samosprávy potřebovat (ČTK, 2007).

5.1.1.13 Portugalsko

Každá investice do podnikání podléhá schválení místní vlády. Pro nákupní zařízení (nebo jejich seskupení v součtu) s prodejní plochou nad 2 000 m² je nutné schválení Ministerstvem obchodu a cestovního ruchu. Cílem předpisů je rozvíjet urbanizované prostředí uspořádaným způsobem bez poškození identity vlastní jednotlivým lokalitám. Nákupní zařízení musí mít přiměřené rozměry a budována musí být ve zdůvodněných místech (MAG Consulting, 1998).

5.1.1.14 Rakousko

Územní plánování v Rakousku je téměř výhradně v pravomoci spolkových zemí, takže se podmínky v nich navzájem liší (Evropská komise, 2000). Ve spolkové zemi **Burgenlandsko** jsou přísné limity pro prodejní plochy potravinářského a jiného zboží denní spotřeby. V hlavním městě může mít prodejna tohoto typu maximálně 1 000 m² prodejní plochy, v krajských městech maximálně 800m² a v ostatních městech nad 2 000 obyvatel, v nichž vznik prodejny povolí zemský parlament, maximálně 500m². Zemský parlament dále veškerá tato velkoplošná maloobchodní zařízení musí povolit a schvalování se účastní Průmyslová a hospodářská komora a Komora pro pracující a zaměstnance. Záměry navíc musí splňovat podmínku, že nesmí být způsobena nadměrná zátěž okolí a dopravního systému. Přísnější pravidla jsou pro hypermarkety a nákupní centra nad 4 000 m² prodejní plochy (PI, 2007).

Ve **Štýrsku** je stavba velkoplošných maloobchodních zařízení omezena limitem 800 m² prodejní plochy (či 1200 m² celkové zastavěné plochy) a omezeno je umístování parkovacích ploch na povrchu (PI, 2007).

V **Tyrolsku** je možné velkoplošná zařízení stavět pouze na plochách k tomu výslovně určených – tzv. klíčových zónách, které jsou spojeny s obytnými územími a dobře dostupné městskou hromadnou dopravou. V okrajových zónách měst mohou být stavěna nákupní centra pouze na plochách k tomu výslovně určených. O výstavbě vždy rozhoduje zemský parlament, který zvažuje otázky ekologické, sociální, hospodářské a dopravní a navíc má možnost využívat soupis míst hierarchicky seřazených podle vhodnosti (z hlediska potřeby nákupního zařízení a z hlediska dopravy) umístění velkoplošného maloobchodu (PI, 2007).

V zemi **Vorarlbersko** jsou stanoveny limity pro maximální prodejní plochy pro obchody se zbožím denní spotřeby (do 400 m²) a zboží delší spotřeby (do 600 m²). Vytváření obchodních zón (seskupení těchto obchodů) je možné na základě limitů stanovených obecním zastupitelstvem (PI, 2007). Konkrétním opatřením v zemi **Korutansko** ve městě Villach je povinnost toho, kdo realizuje výstavbu na ploše větší než 1000 m² nebo s počtem více než 12 obytných/kancelářských nebo obchodních prostor, vytvořit minimálně polovinu parkovacích ploch v podzemí (Kolektiv, 2006).

Ve **Vídni** je maximální rozloha prodejní plochy stanovena na 2 500 m². Územní plán Vídně umožňuje budovat tyto záměry v obytných, průmyslových či smíšených zastavěných zónách. Zastupitelstvo dále stanovuje maximální celkovou rozlohu nákupního centra. Před

schválením konkrétního záměru je nutné zjistit dopad výstavby na další obchodní centra a nákupní zóny a na jejich zásobování (PI, 2007).

5.1.1.15 Slovensko

Slovensko přijalo zákon č. 358/2003 Z. z., o obchodných reťazcoch, který mimo jiné zakazuje zneužívání ekonomické moci řetězců vůči jejich dodavatelům (Coplák, 2000).

5.1.1.16 Slovinsko

Nákupní centra mohou být umístována pouze ve střediscích velkého a středního významu. V územních plánech jsou běžně používány regulace v konkrétních plochách (Coplák, 2000).

5.1.1.17 Spojené království

Maloobchod je zde obecně regulován pouze slabě. V poslední době však dochází k zavádění regulací, zejména k zamezování výstavby nákupních center mimo centra a zároveň nákupních center pod jednou střechou v centru města – cílem je zamezit vytváření soukromých prostor nahrazujících tradiční veřejné ulice (Sršňová, 2003). Součástí hodnocení udržitelnosti regionálních prostorových strategií a místních rozvojových rámců je indikátor dostupnosti maloobchodu, který je vyjádřen v rozloze nových prodejních ploch v centru města (Kolektiv, 2006). K zákonům se přidává soubor precedenčního práva vyplývající z předchozích právních pří týkajících se maloobchodu (MAG Consulting, 1998). Ve Velké Británii a Severním Irsku bylo navíc v praxi ověřeno, že je nutné v územních plánech zavádět co nejkonkrétnější regulace, neboť obecné regulace jsou často porušovány a obcházeny (FoE, 2006).

5.1.1.18 Španělsko

Ve Španělsku musí nový hypermarket autorizovat regionální vláda před jeho schválením (Evropská komise, 2000).

5.1.1.19 Švédsko

Při posuzování vlivu stavby nákupního centra či obchodu na životní prostředí se zjišťuje i jeho vliv na makroekonomiku obce, vliv na stávající strukturu maloobchodu, vliv na konkurenci a ceny, vliv na nezaměstnanost, na místní hromadnou dopravu, na strukturu a využití pozemků obce apod. (MEED, 2000).

Obecní samosprávy i developeri musí brát zřetel na doporučení Národní rady bydlení, výstavby a plánování (orgán při ministerstvu životního prostředí). Okresní správní rada a vláda mohou nařídit pozměnění detailních obecních plánů v případě, že tyto odporují celonárodním ustanovením v rámci zákoníku o životním prostředí (PI, 2007).

Regionální plán Stockholmského regionu navrhuje lepší integraci plánování veřejné dopravy a lokalizace obchodních center tak, aby byla posílena polycentrická struktura (Kolektiv, 2006).

5.1.1.20 Švýcarsko

V Bernu je znemožněna výstavba nákupního centra, které by vedlo k zániku malých místních obchodů a zhoršilo tak možnosti nákupu pro imobilní občany. Musí být zajištěna pěší dostupnost nákupních zařízení (buď přímá nebo do 300 m od zastávky MHD). V rámci záměru nákupního centra musí být vyřešeno odstranění vlivu automobilové dopravy na městskou dopravní síť (například budování speciálních komunikací a dalších opatření) (PI, 2007).

5.1.1.21 Evropská unie a Rada Evropy

Na úrovni celého společenství je obchod regulován obecněji než na úrovni jednotlivých zemí. V rámci oborových koncepcí je požadována koordinace zájmů místní samosprávy, státu a podnikatelské sféry, zachování konkurence a zdravého tržního prostředí, proporcionální vývoj

ve městech s cílem vytváření nových kapacit a zároveň zachování center měst, princip subsidiarity a možnosti odvolání účastníků povolenacích řízení. Rozvoj maloobchodu musí probíhat souběžně s dalším rozvojem území – bydlení, infrastruktura, ekologická struktura a síť (EuroCommerce, 2004; Evropská komise, 2007).

Politiky a zásady EU se často zprostředkovaně dotýkají i maloobchodu, neboť řeší vliv na dopravní politiku, na životní prostředí (snižování dopravy a emisí CO₂) a obsahují požadavky na zpracování hodnocení vlivu na životní prostředí (zejména EIA) (Evropská komise, 2000). Regulace maloobchodu navazují i na základní dokumenty (se vztahem k území a územnímu rozvoji) Rady Evropy a Evropské unie, jako je například European spatial/regional development charter (Rada Evropy, 1983), která ustanovuje, že: „(...) vytváření vyvážené městské struktury, je dosažitelné pouze pokud se budou soustavně plánovat a realizovat plány regulující a usměrňující ekonomické aktivity a činnosti lidí“.

Dále je to European Urban Charter (Rada Evropy, 1992), mezi jejíž hlavní zásady patří mimo jiné: (1) snížení objemu cestování, podpora různých forem dopravy, návrat života do ulic, (2) životní prostředí a příroda ve městě – racionální hospodaření s přírodními zdroji, zabránit znečišťování, ochrana přírody a zelených ploch, (3) vlastní podoba měst – ochrana historických jader, řešení veřejných prostor, důležitá je architektonická tvorba, právo na příjemné prostředí, nový rozvoj musí respektovat i staré struktury apod.

Současný nejvýznamnější dokument EU k územnímu rozvoji, Územní agenda Evropské unie (schválená v roce 2007), a její zdrojový odborný dokument Europea spatial development perspectives (Evropská komise, 1999) uvádí jako hlavní cíle územního rozvoje v EU: (1) Rozvoj vyváženého a polycentrického urbánního systému a nového partnerství měst a venkova, (2) Zajištění rovnosti v přístupu k infrastruktuře a znalostem a (3) Udržitelný rozvoj, moudré řízení a ochrana přírody a kulturního dědictví.

Národní politiky územního rozvoje a plánování zemí EU obecně řeší: ochranu a podporu funkcí městských center, zvyšování škály zařízení v městských, okresních a sídlištních centrech, omezování dopadů maloobchodů umístěných mimo centra, udržování rovnováhy mezi různými typy komerčního rozvoje v urbanizovaných oblastech, regeneraci upadajících urbanizovaných oblastí, omezování centralizace a koncentrací zařízení v jedné lokalitě apod. (Evropská komise, 2000). Řada zemí v EU také omezuje možnou otevírací dobu velkoplošných maloobchodů – například Rakousko, Itálie, Nizozemsko, Německo (Szczyrba, 2005).

5.1.1.22 *Mimoevropské zkušenosti*

S nekonceptním rozvojem maloobchodní sítě se potýkají také země mimo Evropu či mimo členskou základnu Rady Evropy. K regulacím výstavby mimo města sáhlo Japonsko (JCast, 2006), v některých městech USA jsou regulace na základě omezování prodejních ploch součástí územních plánů (Lester, 2007). USA i Kanada regulují poměrně podrobně povinnosti řetězců směrem ke spotřebitelům (Canada Business, 2007).

5.1.2 *České zkušenosti a realita*

Regulace rozvoje maloobchodní sítě v ČR probíhá fakticky pouze na lokální úrovni – na úrovni územních plánů. Často však jde jen o rozmístění ploch pro nákupní zařízení podél důležitých silničních komunikací a další vývoj je ponechán na vůli investorů. V případě nedostatku nákupních ploch (nebo neschopnosti využít určené) dochází ke změnám územních plánů. Výjimkou v této praxi se stal Územní plán Brna a k němu dále vypracované studie týkající se regulace maloobchodu (ÚHA, 2001). I v tomto případě však zůstalo jen u výzkumů (byť kvalitních) a nerealizovaných návrhů regulací. Část regulací, která v Územním plánu Brna existuje, nemá dostatečnou sílu (či jasnou právní závaznost) a je systematicky obcházena.

5.2 Návrhy regulací pro současnost

5.2.1 Politika územního rozvoje (PÚR)

PÚR (dle z.č. 183/2006) udává koncepci územního plánování a rozvoje v České republice. Pořizuje ji Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a schvaluje ji Vláda ČR. PÚR je závazná pro územně-plánovací dokumentaci na úrovni krajů a obcí v ČR. S tématem expanze maloobchodních zařízení souvisí následující republikové priority:

- ... Zachovat ráz jedinečné urbanistické struktury území, struktury osídlení a jedinečné kulturní krajiny,...
- Stanovit podmínky pro hospodárné využívání zastavěného území a zajistit ochranu nezastavěného území.
- Vytvářet předpoklady především pro nové využívání opuštěných areálů a ploch (tzv. brownfields průmyslového, zemědělského, vojenského a jiného původu).

Další možnosti priorit směřující k regulaci maloobchodu jsou například:

- ochrana a rozvíjení tradičních městských center jako center obchodu, služeb a pobytu obyvatelstva
- uchování plynulého přechodu mezi městskou a příměstskou krajinou a omezování živelných a architektonicky nekvalitních forem urbanizace (výstavba tzv. na zelené louce jen za obecných podmínek napojení na stávající zástavbu a krajinu)
- snižování přepravní náročnosti v obcích a regionech
- stanovení minimálních podílů nových rozvojových ploch pro maloobchod na plochách typu brownfields v rámci měst v ČR
- stanovení důsledné ochrany prvků ÚSES (včetně interakčních prvků) a stanovení norem pro vzájemné uspořádání zástavby a ÚSES.

5.2.2 Zásady územního rozvoje (ZÚR)

ZÚR jsou pořizovány krajským úřadem pro celé území kraje a vydává je zastupitelstvo obce. Obsahem zásad jsou základní požadavky na hospodárné uspořádání území kraje, vymezení ploch nebo koridorů nadmístního významu a stanovení požadavků na jejich využití (a případně nařízení pořízení regulačních plánů) (z.č. 183/2006). Možnosti ZÚR v regulaci maloobchodu navazují na PÚR, jejíž priority by měly přenášet na regionální úroveň.

5.2.3 Územní a regulační plány

Hlavními nástroji regulace prostorové expanze maloobchodu jsou územní a regulační plány, pro něž lze vymezit (na základě kapitoly 5.1 a vlastních návrhů) následující okruhy zásad:

a) Plochy pro umístění maloobchodu

- umožnit umístění velkoplošných maloobchodních zařízení (VMZ dle části 2.2) pouze v jednom konkrétním funkčním typu ploch (a v ostatních funkčních typech označit jako nepřipustné)
- stanovit jasné regulativy (přípustné, nepřipustné parametry – zejména prodejní plocha a vnitřní uspořádání areálu) v plochách pro VMZ u převážně nepotravinářského zboží nikoliv denní spotřeby (maximální limit prodejní plochy stanovit na 3 000 m² u měst nad 50 000 obyvatel, u menších měst limit snižovat)
- stanovit jasné regulativy (přípustné, nepřipustné parametry – zejména prodejní plocha a vnitřní uspořádání areálu) v plochách pro VMZ u převážně potravinářského zboží a dalšího zboží denní spotřeby (maximální limit prodejní plochy stanovit na 1 500 m² u měst nad 50 000 obyvatel, u menších měst limit snižovat)

- vymežit konkrétní plochy pro VMZ (v návaznosti na potřebu prodejních ploch v obci či části obce) na nevyužívané plochy typu brownfields a zamezit expanzi mimo zastavěné území a na zcela nezastavěné plochy
- plochy pro VMZ umisťovat pouze do centrálních a vnitřních částí měst nebo do center městských částí či sídlišť (avšak pouze jako případné doplnění sítě obchodů pod 400 m² prodejní plochy).

b) Návaznost na dopravní systém

- při plánování ploch pro VMZ hodnotit dopravní vliv navrhovaných ploch a stanovit maximální dopravní zatížení komunikací přiléhajících k těmto plochám – na základě tohoto kritéria posuzovat přípustnost nebo nepřípustnost záměrů v plochách (tzn. že na konkrétní sběrnou komunikaci může být navázáno jen omezené množství ploch s omezenou celkovou rozlohou prodejní plochy a parkovací kapacity).
- omezit umisťování VMZ u tranzitních komunikací a městských okruhů
- VMZ umisťovat pouze v návaznosti na uzly MHD a na místa s nejlepší pěší dostupností.

c) Ochrana přírody a krajiny

- důsledně chránit plochy koridory ÚSES (včetně dostatečně rozsáhlých interakčních prvků)
- plánovat plochy pro VMZ mimo plochy městské a krajinné zeleně a lesů (PUPFL) a zemědělské plochy (ZPF), včetně ploch městských a příměstských zahrad, sadů či vinic
- plánovat VMZ mimo chráněná území, významné krajinné prvky, biotopy zvláště chráněných druhů, záplavová území.

d) Usměrnění podoby a vnitřního uspořádání VMZ

- striktně požadovat začlenění záměrů do okolní zástavby
- požadovat parkování v podzemních garážích či budovách
- stanovit minimální podíly nezpevněné plochy v areálech a zajištění pěší prostupnosti areálů
- přísně bránit památkově chráněná jádra měst a v těchto zónách umisťovat maloobchod pouze do stávajících budov nebo jako budovy zcela odpovídající rázu památkové zóny.

Navržené zásady jsou samozřejmě použitelné nejen pro velkoplošný maloobchod, ale v příslušné míře (a příslušně modifikované) je nutné je aplikovat i pro menší maloobchodní zařízení a také pro jiné než maloobchodní zařízení a stavby.

Závěr

Výzkumem plánování prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2007 se zaměřením na environmentální vlivy v prostoru byla odhalena celá řada nedostatků v plánování maloobchodu v České republice. Lze říci, že současný systém plánování není udržitelný. Plánování, které bylo praktikováno v roce 2007 vede k stále většímu záboru volných ploch a vzniku sídelní kaše, nárůstům intenzit dopravy v nezanedbatelných měřítcích. Neexistence či neúčinnost regulací je nebezpečná jak pro životní prostředí, tak potenciálně i pro vybavenost měst obchodem a službami – velké vzdálenosti nákupních zařízení od center měst apod.

Vzhledem k potenciálním environmentálním vlivům expanze maloobchodu popsáním v kapitole 3 a shrnutým v kapitole 4, je jasné, že musíme hledat účinná opatření k posílení regulačních mechanismů. V kapitole 5.1 je doloženo, že existuje velké množství zemí (zejména v rámci EU) a velké množství regulací, které tyto země používají. Je také zřejmé, že omezení jevů, jako jsou ty spojené s expanzí velkoplošného maloobchodu v ČR, požadují mezinárodní dokumenty Rady Evropy a Evropské unie. V kapitole 5.2 je tedy navržena celá řada možných regulací, které by měly směřovat k lepší prostorové organizaci nákupních zařízení a rozložení prodejních ploch se zřetelem na ochranu přírody a životního prostředí. Jak plyne z kapitoly 5.1, bylo by třeba navrhovat i mnohé další regulace velkoplošného maloobchodu, zejména v oblasti posílení práv obecní samosprávy, vytvoření koordinačních rolí krajských samospráv a ministerstev. Dále by bylo žádoucí přijmout omezení ekonomického vlivu maloobchodních řetězců, jako je omezení jejich ekonomické moci, ochrana drobných obchodníků a výrobců, omezení otvírací doby apod. Tato opatření jsou však mimo rámec této práce, a nejsou proto v části 5.2 přímo specifikována.

Přestože již prostorová expanze velkoplošného maloobchodu z větší části v České republice pravděpodobně proběhla (bohužel s obdobnými negativními environmentálními dopady, jako jsou potenciální dopady plánované expanze hodnocené v této práci), dá se očekávat další nárůst počtu velkoplošných maloobchodních jednotek. Proto je důležité rychle reagovat a přijmout co nejvíce regulačních opatření, která pomohou další příliv investic usměrnit do správných mezí, pomohou ochránit zbytek významu městských center jako center obchodu a služeb a sníží environmentální dopady prostorové expanze nákupních zařízení.

Použité zdroje

Canada Business (2007): Wholesale/Retail Regulations. Canada Business - Services for entrepreneurs. Internetové stránky. Whitehorse – Yukon. Canada. Dostupné na: http://www.canadabusiness.ca/servlet/ContentServer?cid=1103222796358&pagename=CBSC_YT%2FCBSC_WebPage%2FCBSC_WebPage_Temp&c=CBSC_WebPage.

Cimler, P. (1997): Retail Management. Lokalizace a provoz maloobchodu. VŠE. Praha, 112 str.

Coplák, J. (2000): Príměstské nákupné centrá - ďalšia z výziev pre územné plánovanie. Urbanismus a územní rozvoj. Ročník III, číslo 3/2000. ÚÚR, Brno. s. 53-57.

ČSÚ (2008): Klasifikace. Český statistický úřad (www), Praha. Dostupné (24. 1. 2008) na: <http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace>.

ČTK (2007): Výstavbu hypermarketů v Polsku omezí zákon. Stavební fórum, 12.07.2007. Dostupné na: <http://www.stavebni-forum.cz/detail.php?id=9274>.

Duvigneau, P. (1988): Ekologická syntéza. 1. vyd., Academia, Praha, 416 str., 128 obr.

EuroCommerce (2004): Manifesto of European commerce - Customer service, Growth, Employment and Wealth. Metodický materiál. EuroCommerce. 6 str. Dostupné na: <http://www.eurocommerce.be/content.aspx?PageId=40052>.

Evropská komise (2007): Nástroje Evropy na ochranu obchodu v měnícím se světovém hospodářství - Zelená kniha k veřejné konzultaci. Metodický materiál. Evropská komise. 15 str. Dostupné na: <http://www.mpo.cz/zprava25847.html>.

Evropská komise (2000): Kompendium Evropské unie o systémech, politikách a zásadách územního plánování. Studie regionálního rozvoje, příručka EU. 1. vyd., Ústav územního rozvoje, Brno, 192 str.

Evropská komise (1999): Evropské perspektivy územního rozvoje. Odborný materiál. 1. vyd., Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha, 79 str.

FoE (2006): Calling the shots - How supermarkets get their way in planning decisions. Friends of the Earth UK, London, 39 str. Dostupné na: <http://www.foe.co.uk>.

Forman, R.T.T., Godron, M. (1993): Krajinná ekologie. 1. vyd., Academia, Praha, 584 str., 273 obr.

Hnilička, P. (2005): Sídlní kaše, 1. vyd., Era, 2005, 134 str. ISBN 80-7366-028-8.

JCast (2006): Regulations Tightened for Opening New Large Retail Stores in Suburbs. JCast Business News, č. 3. 4. 2006. Dostupné na: <http://en.j-cast.com/2006/04/03000861.html>.

Kolektiv (2006): Anglie, Francie, Německo, Švédsko. Soubor příloh k výsledkům výzkumného projektu WA-026-05-Z03 Uplatnění principů udržitelného rozvoje v územním plánování. ČVUT, Praha. 26 str.

Lester, D. (2007): Ellensburg retail regulations draw opposition. Yakima Herald-republic, č. 6.11.2007, Yakima – WA, USA. Dostupné na: <http://www.yakima-herald.com/page/dis/301513181276901>.

MAG Consulting (1998): Rozvoj a optimalizace dimenzí maloobchodních sítí v území. Odborný materiál pro obce. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR a Svaz obchodu ČR. Praha. 46 str.

MEED (2000): Planning for retail trade in the Nordic countries. Ministry of Environment and Energy, Denmark. 32 str.

Míchal, I. (1994): Ekologická stabilita. 2. vyd., Veronica, Brno, 276 str., 138 obr.

Oberstein, I., Cach, J. (2001): Názvosloví urbanismu a územního plánování. Materiál z výzkumného úkolu MSM 210000026 „Proměny urbanismu“, FA ČVUT, Praha.

PI (2007): Regulační mechanismy vůči hypermarketům a velkým nákupním centrům ve vybraných státech. Studie, Parlamentní institut PS PČR, Praha, 14 str.

Rada Evropy (1992): Evropská urbanistická charta. In Postránecký, J., Vališ, K.: Vybrané úmluvy a základní dokumenty Rady Evropy a Evropské unie, MU v Brně, Brno, 1998. s. 112-119.

Rada Evropy (1983): Evropská charta regionálního/prostorového plánování. In Postránecký, J., Vališ, K.: Vybrané úmluvy a základní dokumenty Rady Evropy a Evropské unie, MU v Brně, Brno, 1998. s. 93-102.

ŘSD (2006): Výsledky celostátního sčítání dopravy na silniční a dálniční síti ČR v roce 2005. Ředitelství silnic a dálnic, dostupné na: <http://www.scitani2005.rsd.cz>.

Sršňová (2003): S architektky o nákupních centrech. Stavba, roč. X, č. 3, str. 21-26.

Szczyrba, Z. (2005): Maloobchod v ČR po roce 1989 (Vývoj a trendy se zaměřením na geografickou organizaci). 1. vyd., Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc, 128 str. ISBN 80-244-1274-8.

Szczyrba, Z (2006): Geografie obchodu – se zaměřením na současné trendy v maloobchodě. Učební text, 1. vyd., Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc, 92 str. ISBN 80-244-1453-8.

ÚHA (2001): Obchod a město – regulace nebo liberalizace?. Materiál pro Strategii města Brna, Útvar hlavního architekta města Brna, Brno, 24 str.

ÚÚR (2007): Principy a pravidla územního plánování. Elektronický materiál ÚÚR, Brno. Dostupné na: <http://www.uur.cz/default.asp?ID=2571>.

Veselý, R. (2005): Francouzské přístupy k plánování měst. Urbanismus a územní rozvoj. Ročník VIII, číslo 6/2005. ÚÚR, Brno. s. 28-31.

Viturka, M. a kol. (1998): Investiční atraktivita vybraných měst České republiky. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, Brno, 119 s.

Wright, R.T. (2005): Environmental science. 9. vyd., Pearson Education, Inc., New Jersey, 712 str. ISBN 0-13-127763-4.

z.č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny v aktuálním znění (2008).

z.č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivů na životní prostředí (2008).

z.č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (2008).

z.č. 334/1992 Sb., o ochraně zemědělského půdního fondu (2008).

vyhl. MŽP č. 395/1992 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení z. č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny (2008).

Summary

Environmental impacts of planned spatial expansion of large scale retail in the Czech republic 2007

This analysis summarize research of planned large scale retail facilities and stores documentations in 2007 in the Czech republic. The research concentrates on aspect planned environmental impact of these intents. In 2007 there were planned 140 large scale retail facilities (LSRF) which includes total 168 large scale retail stores (77 discounts, 50 malls, 14 supermarkets, 12 hobby markets, 10 hypermarkets a 5 specialized large scale stores).

Most functional type – diskont stores predominate in the most of regions in the Czech republic with the exception of Prague, South Moravia region, Moravan Silesia region and Zlín region, where predominate malls. In light of towns and villages the most engaged category in the year 2007 was town with number of the population from 20 to 50 thousand person. Intents of large scale retail stores (LSRS) were planned mostly on edge parts of the towns in 2007.

In the complex view there were 46,4 % intents localized on the quite free area. Localization on the greenfields (49 cases) bind over the localization on the brownfields (20 cases). Total area of new urban sprawl conneted with retail is in the 2007 total 790 000 m² (79 hectares). Quite 79 intents were planned in 2007 on the area of agriculture soil and total planned occupation of agriculture soil were 855 000 m² (85,5 hectares).

Large scale detail facilities are localized near the important roads. Planned traffic increases (individual transporation) in the year 2007 most often (35 % cases) were at intervals 10 – 24,9 %. Quite 14 intents extend beyond 25 %.

Quite 25% intents of large scale retail stores in the 2007 impact (specially protected) spatial component in light of nature and landscape conservation – mostly component of system of ecological stability. Quite 12 % intents (therefore 20 large scale retail stores) were localizate into the flood area in the 2007. Significant wood cutting is planned as a part of 57,9 % intents.

There were 77 % buildings designed as simple buildings, 9 % buildings are more subtle, 11 % cases are modern building. Other cases (only 3 %) were integrate into the surrounding build-up area or there were used historical buildings.

There were identficated mostly excessive abandonment of a spatial planning limits for retail as a reason of this situation. Abroad examples include limitations or embargo for retail buildings out of build-up area. Spatial planning systems often demand sequence retail facilities and mass transportation and walking transport, there were established obligatory limits for retail areas in one facility or restrict surface parking. There are present (in sequence with analyse and foreign experiences) the recommendations for Czech republic on the field of land-use planning – from Spatial development policy to local land-use plans (unbuilt area protection, sequence with residential areas and transport, nature and landscape protection).