

MALOOBCHODNÍ SYSTÉM OKRESU OLOMOUC

Zdeněk Szczyrba

Transformační 90. léta přinesla celou řadu změn v českém hospodářství. Kromě zásadních strukturálních mechanismů, které mění výkonnost a funkci jejich organizačních složek, prochází naše ekonomika rovněž prostorovými změnami své organizace. Tyto procesy jsou přitom nejlépe viditelné v sektoru terciálních aktivit, zejména pak v současných dimenzích občanské vybavenosti našich sídel.

Podstatným způsobem se zvedla kapacita a úroveň obchodu a služeb, které ještě v nedávné minulosti byly ve srovnání s tržně vyspělým světem silně podprůměrné. I když se transformace citelně dotkla všech skupin zařízení občanské vybavenosti, přesto síť maloobchodních zařízení prošla vývojem, který lze bez nadsázky označit za prostorově nejvariabilnější. Tomu se ale nelze divit, neboť absenci odpovídajících kapacit, měřeno plošným standardem (prodejní plocha připadající na 1000 obyvatel) v odpovídající sortimentní struktuře, doprovázela také neutěšená prostorová dislokace maloobchodních jednotek.

V řadě českých a moravských měst maloobchod vykazoval vysoký stupeň územní koncentrace, a to především do jádrových částí, zatímco v periferních sídlištních souborech byly kapacity prodejních ploch nedostatečné. Lokalizace prodejen neodpovídala rozmístění koupěschopné poptávky, díky čemuž docházelo k přetěžování maloobchodní sítě v centrech většiny významných měst. Naproti tomu s tímto obecně neutěšeným stavem často kontrastovala nelogická výstavba prodejních kapacit v menších městech a venkovských sídlech.

Současný vývoj maloobchodu v České republice, který plynule navazuje na etapu "atomizace" maloobchodních struktur z počátku 90. let, směřuje nyní k fázi intenzivní integrace a koncentrace. Nositeli těchto změn jsou zejména mezinárodní obchodní společnosti, které již zahájily masivní výstavbu velkoplošných prodejen na území našeho státu. Dynamika, s jakou jsou narovnávány dosud přetrvávající kapacitní a sortimentní disproporce včetně územních ve srovnání s vyspělými státy západní Evropy, však vede k zamyšlení, zda inovace do tuzemského maloobchodu nejsou proti našim zvyklostem až příliš rychlé a "nezdravé" s ohledem na určitou setrvačnost maloobchodního systému. Na tomto místě je třeba si uvědomit, že systémové "implantáty", které se tržním prostředím vyvíjely desítky let, aplikují velké obchodní firmy do českého hospodářského prostředí během podstatně kratšího období.

Většina dosavadních prací s tematikou současných dimenzí maloobchodu v České republice se soustředila na příklady některých významných sídelních útvarů, kde se maloobchodní aktivity s ohledem na potřebnou kupní sílu koncentrují. Tato města, která se přirozeně stávají centrem investorského zájmu obchodních firem a akceleračním územím dynamiky následných procesů, většinou také již započala s monitoringem aktuálního stavu svých maloobchodních systémů s cílem optimalizovat rozvoj svého maloobchodu, nebť vzniká reálná obava z předimenzování žádoucích parametrů neregulovaného vývoje v tomto odvětví (Praha, Brno, Plzeň, Olomouc, Zlín ad.). Naopak v přehledu chybí práce, jež svým rozsahem nabízí širší územní měřítko.

Následující příspěvek proto nabízí širší územní aspekt, než jsou pouze městské systémy a zachycuje aktuální situaci v regionálním maloobchodním systému Olomoucka (okres Olomouc). Jde o prezentaci dílčích závěrů provedených analýz, které jsou obsahem studie: "Územní kapacity maloobchodní sítě v okrese Olomouc (analýza stavu a potenciál rozvoje)", zpracované autorem příspěvku pro zadavatele referát regionálního rozvoje Okresního úřadu v Olomouci. Vyhotovení studie bylo s ohledem na permanentní absenci vhodné datové základny podmíněno primárním sběrem informací o maloobchodní síti v území, pořízené katedrou geografie Přírodovědecké fakulty UP v Olomouci v květnu 1998. Okresní měřítko bylo přitom zvoleno záměrně modelovým tak, aby některé dílčí závěry analýz bylo možno přijmout již za obecná tvrzení o pravidlech utváření maloobchodních sítí měst a regionů.

Východiska rozvoje maloobchodu v okrese Olomouc

Úroveň vybavenosti maloobchodem v obcích a městech okresu Olomouc byla před rokem 1989 ve srovnání s ostatními českými a moravskými okresy na průměru tehdy vykazovaných maloobchodních parametrů, spíše mírně podprůměrná. Vývojové tendence, kterých jsme byli v

předchozím období svědky, tj. koncentrace a monopolizace odvětví vzaly za své a na maloobchodní trhu se objevila celá řada nových maloobchodních jednotek, které přirozeně začaly vyplňovat stávající mezery v občanské vybavenosti. Ve venkovském prostoru šlo především o rozšíření nabídky prodeje zboží denní potřeby (potravinářské zboží), místy pak v menším rozsahu i nepotravinářského zboží, přičemž byly rozvíjeny pouze malé formy prodeje.

Naproti tomu některé vesnické provozny byly nuceny z ekonomických důvodů omezovat svou nabídku obchodních služeb snižováním prodejních ploch či dokonce uzavřením prodejny.

Poněkud odlišným vývojem prochází maloobchod ve městech, kde významně "posílil", a to jak v kvantitativním tak kvalitativním vyjádření plošného standardu. V průměru dosahují maloobchodní kapacity na území okresu zhruba dvojnásobku své výchozí úrovně, tzn. pro Olomoucko v polovině roku 1998 byla registrována úroveň 593 m² prodejních ploch na 1000 bydlících obyvatel. Jde o ukazatel, který vystihuje současný rozsah dosavadního vývoje maloobchodu na území České republiky a vyjadřuje tak velmi zjednodušeně průměrnost území.

Na tomto stavu, který vykazuje známky roztržštěnosti systému, lze pozorovat i jiné než pouze trendové závislosti probíhajících změn v maloobchodě. V případě Olomoucka či jiných okresů České republiky jsou to rovněž i geografické aspekty východisek rozvoje maloobchodní sítě v území. Jako základní vstupní parametr úvah může posloužit územní dezintegrace sídelní struktury po roce 1989, která v návaznosti na nové společenské podmínky sekundárně implikuje vznik většího počtu prodejen. Svou roli zde hraje rovněž fakt rostoucí komunikační izolace některých obcí v důsledku omezování dopravního spojení s jejich přirozenými středisky. Jen na území okresu Olomouc se dezintegrační proces projevil vznikem řady nových obcí, které do roku 1989 byly ještě organickou součástí střediskových obcí. Výsledkem je součas-

ných 93 obcí, proti 44 před rokem 1989.

Atomizace maloobchodu na území okresu Olomouc zapříčinila celou řadu změn, jejichž reprezentantem bylo především okresní město (viz tab. 1). Při poměrně vyrovnaném populačním stavu okresu ve sledovaném období let 1987-1998 byla společenská poptávka po obchodních službách uspokojována dynamickým nárůstem počtu maloobchodních jednotek, čímž nejen významně vzrostla kapacita prodejen a plošný standard, ale také došlo ke změnám ostatních základních ukazatelů. Významněji poklesla průměrná velikost jednotky na 69,4 m² a podobně tak se snížily docházkové vzdálenosti obyvatelstva. Tradičně největší dynamiku vykazovalo okresní město, jehož význam v maloobchodním systému okresu dokumentuje vyšší index růstu počtu prodejen a prodejních ploch ve srovnání s okresním průměrem. Současnou situaci dále dokládá jeho 54,6% podíl na stacionární maloobchodní síti a 65,7% prodejních ploch okresu.

Současnou úhrnnou nabídku maloobchodní sítě okresu tvoří 1 929 maloobchodních prodejen stálé stacionární sítě, přičemž největším dílem se na tomto stavu podílejí města okresu, tj. Olomouc, Šternberk, Litovel a Uničov (74% celkového počtu prodejen, více než 80% na prodejních ploch a nadprůměrných 765 m² plošného standardu).

Analýza stavu prokázala, že maloobchodní síti okresu Olomouc dominují nejmenší prodejní jednotky do 100 m² prodejní plochy, které reprezentují více než 86% fyzického stavu stacionární sítě, zato však pouze o něco více než 40% prodejních ploch (tzv. maloplošné jednotky). Tyto maloplošné formy tvoří nejrozšířenější typ prodejen na území okresu, zejména na venkově, kde jejich význam dokumentuje podíl 55,2%, a 26,4% účasti těchto prodejen v okresním měřítku. Maloplošné prodejny se významně uplatňují také v sítích měst. Zatímco ve Šternberku a Uničově tvoří méně než polovinu jejich celkové prodejní plochy, v Litovli zcela zřetelně představují nejširší nabídku. Nejmenšího podílu dosahují v okresním měšťě, i když v podstatě s ohledem na velikost a rozsah regionálního maloobchodního systému i zde sehrávají klíčovou úlohu v nabídce služeb (54,7% prodejních ploch maloplošných prodejen na okrese).

I když následující typ prodejen (100-200 m² prodejní plochy) představuje druhou nejpočetnější skupinu zařízení, přesto jako významnější shledáváme větší formy prode-

Tab. 1: Maloobchodní síť v okrese Olomouc v letech 1987 a 1998

Území	Počet obyv.	Počet o.j.	PP (m ²)	PS (m ²)	PP/1 o.j. (m ²)	Obyv./1 o.j.
Okres 1987	224 490	829	71 678	319	86,5	271
Okres 1998	225 869	1 929	133 873	593	69,4	117
Rozdíl 1998-1987	+1 379	+1 100	+62 195	+274	-17,1	-154
Olomouc 1987	106 526	404	39 764	373	98,4	263
Olomouc 1998	103 840	1 053	87 897	846	83,5	99
Rozdíl 1998-1987	-2 686	+649	+48 133	+473	-14,9	-164

Pramen: ČSÚ 1987, výzkum 1998

Vysvětlivky: o.j. = obchodní jednotka (prodejna) PP = prodejní plocha, PS = plošný standard

Tab. 2: Vývoj maloobchodu ve středech měst okresu Olomouc v období 1987-1998

Město	Prodejny 87	PP 87 (m ²)	Podíl 87 (%)	Prodejny 98	PP 98 (m ²)	Podíl 98 (%)
Olomouc	204	23 482	59,6	402	30 979	35,2
Šternberk	44	3 569	74,1	73	3 769	47,0
Uničov	37	2 354	58,9	71	2 348	40,0
Litovel	32	2 233	71,8	57	2 476	40,9

Pramen: ČSÚ 1987, výzkum 1998

Vysvětlivky: PP - prodejní plocha

Tab.3: Bilance prodejních ploch rozvojových projektů na území okresu Olomouc (horizont 2002)

Obec	Lokalita č.:	Potraviný (m ²)	Nepotraviný (m ²)	Celkem (m ²)	Poznámka
Šternberk	ul. Jřivavská	600	-	600	diskont
Litovel	sídl. Vítězná	600	-	600	supermarket
Olomouc	ul. Schweitzerova	900	-	900	supermarket
Olomouc	ul. Zikova	1 000	-	1 000	diskont?
Olomouc	areál Lotos	4 200	5 500	9 700	součást RNC
Olomouc	ul. Velkomoravská	1 050	-	1 050	supermarket
Olomouc	ul. Holická	2 100	-	2 100	?
Olomouc	ul. Wellnerova	-	5 000	5 000	hypermarket
Olomouc	ul. Pražská	8 000	6 000	14 000	hypermarket
Olomouc	Horní Lán	-	9 000	9 000	hobymarket
Olomouc	ul. Přerovská	-	1 000	1 000	stavebniny
Bystrovany	Bystrovany	10 000	15 000	25 000	RNC
Velký Týnec	Velký Týnec	20 000	20 000	40 000	RNC
Velká Bystřice	Velká Bystřice	3 000	7 000	10 000	velkoobchod (maloobchod)
Okres	-	51 450	68 500	119 950	-

Vysvětlivky: RNC: regionální nákupní centrum

je velikosti 200-400 m², neboť ty rozhodují o více než 15% prodejních ploch v okrese. Na tomto místě je již patrná sídelně hierarchicky podmíněná přítomnost tohoto typu jednotek, podobně jako v ostatních případech velkoprodejen většinou typu supermarketů. Ty jsou doménou měst, především Olomouce, a také některých střediskových obcí, kde vystupují jako nákupní střediska (Velká Bystřice, Troubelice, Dlouhá Loučka). Kromě Olomouce jsou supermarkety zastoupeny ještě ve Šternberku a v Uničově.

Územně příslušné velkoplošné jednotky nedosahují ještě patřičné kapacitní úrovně, aby výrazněji zasáhly do konkurenčního prostředí. Z větších projektů, které byly realizovány v posledních letech jmenujme alespoň potravinářské supermarkety Horimex ve Šternberku a Hercules v Uničově, Terno, Delvitu nebo velkoprodejnu Baumax v Olomouci. Ostatní velké prodejní plochy obstarávají obchodní domy či nákupní střediska ještě z dob před rokem 1989 (Prior a Timpo v Olomouci či nákupní střediska ve

Šternberku, Uničově a větších střediskových obcích) nebo v poslední době rychle se rozvíjející diskontní formy prodeje jako Se-sam, Rema 1000 ad..

Města okresu prošla obecně zajímavým vývojem svých obchodních sítí. Jedná se především o rozvoj maloobchodu mimo středy měst, přičemž úloha městských center pro maloobchod neztrácí na významu. V relativním hodnocení vývoj podnikatelské činnosti pozitivně působil směrem k "odlehčení" těmto částem měst, avšak při zachování jejich kapacit. Vnitřní restrukturalizací a transformací došlo pouze k optickému navýšení počtu prodejen, takže výsledkem je příznivá struktura městských maloobchodních systémů (viz tab. 2).

Největší územní koncentraci maloobchodu mezi populačně srovnatelnými městy si i nadále udrželo město Šternberk, jehož rekordní podíl z předchozího období 74,1% prodejních ploch ve středu města sice významně poklesl, avšak současný koeficient koncentrace je blízký 0,5. Kombinace primárních a sekundárních dat dále

ukazuje na odlišný vývoj maloobchodních sítí ve středech měst Uničova a Litovle, které sice v současnosti dosahují velmi blízkých absolutních i relativních hodnot územní koncentrace, nicméně v případě Uničova dekoncentrační proces probíhal dosud pomaleji. Jestliže v jádrových částech srovnávaných měst registrujeme spíše stagnaci prodejních kapacit, pak zcela odlišné postavení v městském obchodním systému zaujímá historické jádro Olomouce. I když relativně výrazně snížilo svůj územní potenciál pro olomoucký maloobchod, ve srovnání s rokem 1987 zaznamenalo významný přírůstek prodejních ploch o více než 30%.

Kromě měst, které prodělaly největší kvantitativní a kvalitativní změny, se větší rozvoj maloobchodní sítě uskutečňoval zpravidla ve střediscích osídlení místního významu, i když v průměru dosahují tyto obce přibližně shodného přírůstku plošného standardu ve sledovaném období jako ostatní nestředisková sídla. Největší přírůstky kapacit přitom zajišťovaly některé střediskové obce v širším zázemí Olomouce jako Náměšť na Hané, Dub nad Moravou, zejména pak v jeho východním sektoru (Velká Bystřice, Velký Týnec a Velký Újezd). Naproti tomu určité "ztráty" kapacit ve svých maloobchodních sítích signalizují populačně významné obce na jihovýchodě okresu: Lutín, Cholína a Senice na Hané.

Potenciál rozvoje maloobchodu v okrese Olomouc

Současná úroveň maloobchodu na území okresu Olomouc, jak prokázala analýza, vytváří prostor pro další zkvalitňování obchodních služeb v území. Stále velké rezervy, které skýtá území okresu, vedou k domněnce rychlého vyrovnání existujících kvantitativních disparit formou výstavby několika velkoplošných jednotek. Ty by během krátké doby zvedly dnes průměrné hodnoty plošného standardu. Ten, jak známo, představuje na Olomoucku průměrnou úroveň odhadovanou pro Českou republiku, avšak stále ještě poloviční ve srovnání s běžným stavem v zahraničí.

Z dostupných informací a vyhodnocení reálnosti plánovaných investic se největší investorský tlak bude odvíjet ve spádovém zázemí okresního města. Excentrická poloha Olomouce a zároveň výhodné dopravní napojení města na již započatou stavbu regionálního dopravního okruhu (tzv. jižní obchvat Olomouce - R 35) společně s přítomností blízkých spotřebitelských trhů

Přerova a Prostějova včetně jejich zázemí, upřednostňuje tento prostor před ostatními jako oblast největších investic do maloobchodu v regionu. Ostatní střediska maloobchodní vybavenosti budou v horizontu roku 2010 realizovat projekty menších investic (řádově kolem 1000 m² prodejní plochy, a to zejména v potravinářském zboží, v první fázi do roku 2002 spíše v diskontní linii prodeje rozsahu kolem 500-600 m²).

Jak dále prozradí dostupné informace o aktivaci kapitálu směrem výstavby velkoplošných jednotek na území okresu Olomouc, největší a zásadní změny v maloobchodní síti se dají očekávat do roku 2002. Rozdílnou dynamikou vnitřních změn však projdou jednotlivá města. Investorský, a to ve všech sortimentech, jak již bylo uvedeno, nejvíce "zasazeno" bude město Olomouc, zatímco v menších střediscích Šternberk, Uničov a Litovel, budou změny mít spíše charakter restrukturalizačních prvků s dlouhodobější setrvačností.

Ve městech jako Šternberk a Uničov, která již disponují velkoplošnými jednotkami na svém území, lze očekávat pro nejbližší období změny menšího charakteru než např. v Litovli. Ta se svou atomizovanou strukturou maloobchodní sítě a určitým deficitem v potravinářských plochách bude pro období do roku 2002 vystavena většímu investorskému tlaku. Ve městě tak vzroste požadavek na výstavbu zhruba 2000 m² prodejních ploch v potravinách, typově rozložených do dvou jednotek: supermarket a diskontní prodejna.

Teprve naplněním kapacit a uspokojením poptávky po větším spotřebitelském komfortu v oblasti sortimentu zboží pro denní potřebu, bude následovat kolem roku 2002, spíše ale až k roku 2005, výstavba menších hobby-marketů v těchto menších městech. Při současném rozvoji soukromého sektoru v nepotravinářském segmentu na bázi místních zdrojů a dominance okresního města, lze následně předpokládat tlak na výstavbu cca 1000-2000 m² prodejních ploch pro tento účel v některém ze středisek.

I když vývoj v těchto střediscích bude s ohledem na velikost jejich spádového území a cílení maloobchodní nabídky v dlouhodobém horizontu v mnohém podobný, výsledná úroveň plošných standardů nebude totožná. Vývoj ve Šternberku a Litovli bude více ovlivněn situací v Olomouci, zatímco ve vzdálenějším Uničově nebude dosaženo stejných transformačních parametrů. V každém případě, jak se lze

domnívat, by však ve výhledu do roku 2010 neměla tato města překročit hranici 1 m² prodejních ploch na 1 obyvatele, tj. 1000 m² plošného standardu.

Největšími změnami projde regionální středisko Olomouc, které již dnes dosahuje nadprůměrných hodnot plošného standardu, a to i ve srovnání s některými velkými městy České republiky. Srovnáme-li odhadovanou úroveň plošného standardu pro potravinářské a nepotravinářské zboží tak, jak je uvedena v metodické příručce pro obce "Rozvoj a optimalizace dimenzí maloobchodních sítí v území" (MPO, 1998), lze konstatovat, že pro příslušnou kategorii měst nad 100 tis. obyvatel v horizontu roku 2000 dosahuje Olomouc již dnes předpokládaných kapacit pro základní sortimentní skupiny. V případě nepotravinářského zboží atakuje tato sortimentní skupina dokonce horní hranici doporučených parametrů.

Nepůjde jen o rozvojové záměry na katastru samotného města, nýbrž zásadním způsobem do jeho maloobchodní sítě a tím také do celého území mohou zasáhnout uvažované projekty v těsném zázemí města. I bez nich však lze v horizontu roku 2002, kdy se na území města plánuje "velká výstavba", definovat naplnění kapacit, které jsou dnes standardy ve vyspělých ekonomikách, tj. zhruba 1,25 m² prodejních ploch na 1 obyvatele!

Bilancování rozvojových ploch naznačuje, že již dnes se situace v regionální maloobchodní síti Olomoucka jeví poměrně dramatickou. Dramatičnost situace navíc umocňují plánované investiční záměry ve Velkém Týnci a Bystrovaněch (obce východně od Olomouce), kde developéři zvažují výstavbu dvou regionálních nákupních center o celkové prodejní ploše přesahující 60 tis. m². V doporučení pro kompetentní orgány však tyto projekty, byť jsou podloženy zahraničním kapitálem a tedy i reálně možné, nelze v žádném případě zvažovat současně, a to především s ohledem na možnost jejich až příliš destruktivních účinků na stávající maloobchodní síť nejen města Olomouce, ale rovněž i Přerova a Prostějova včetně jejich gravitačních zázemí. Vzniká oprávněná obava, že míry úbytků prodejen odpovídajících sortimentů by i v normálně tržně fungujícím prostředí za této situace převyšovaly únosnou mez. V doporučení lze proto připustit výstavbu pouze jednoho zařízení z výše posuzovaných, a to ještě ve zkrácených dimenzích tak, aby nebyl degradován výhledový optimální stav maloobchodu v okrese.

Závěr

V porovnání se stavem před rokem 1990 jsou nynější hodnoty plošného standardu pro ČR zhruba na dvojnásobné úrovni a rychle se mění tak, aby deficity prodejních ploch byly v co možná nejkratší době odstraněny. Největší přírůstky prodejních ploch obstarávají v současnosti velkoplošné maloobchodní jednotky, jež zpravidla dosahují velikosti několika tisíců m² prodejních ploch a jež jsou umísťovány zejména do velkých sídel, popř. na okraji silněji urbanizovaného území při frekventovaných dopravních tazích. Dosavadní procesy v maloobchodním systému Olomoucka vypovídají spíše o menší dynamice výše uvedených jevů, než je tomu v jiných regionech České republiky, a tak výsledkem je stále atomizovaná struktura maloobchodu v okrese.

Zajímavým se ukazuje zjištění, že i přes veřejně proklamované ambice velkých obchodních firem realizovat výstavbu hned několika velkoplošných maloobchodních jednotek, které věrně kopírují západoevropské standardy, území okresu jakoby stálo poněkud stranou realizace jejich umísťování na zdejším obchodním trhu. Na základě letitého pozorování českého maloobchodního systému a znalostí reálií, lze maloobchod na Olomoucku přirovnat k systému nesoucího z větší části známky pomalých strukturálních změn. Dynamiku růstu plošného standardu přitom stále obstarávají drobné formy podnikání v maloobchodě.

Dosavadní vývoj ve středomoravském prostoru ještě nedosáhl takové intenzity, jakou prožívá hlavní město Praha, Brno, Ostrava či jiná srovnatelná stotisícová města České republiky (např. Liberec). Jde o zpoždění "investiční vlny" (časový posun jednoho roku až dvou let), které je geograficky determinováno. Paradoxně pro Olomouc a jeho zázemí vzniká určitý druh výhody proti ostatním významově podobným centrům, který vychází z reflexe chyb, kterých se města při málo regulovaném, místy překotném, rozvoji svých obchodních sítí dopustila.

Analýza ve svých závěrech potvrdila existenci poměrně husté maloobchodní sítě, která navíc vykazuje vysoký stupeň koncentrace nabídky maloobchodních prodejen. Zvláštností maloobchodní sítě je dominantní podíl maloplošných prodejen (do 100 m² prodejní plochy), které sehrávají v olomouckém maloobchodě klíčovou roli. Jde o typ prodejen, které v takovém rozsahu výskytu již neodpovídají trendům v maloobchodních sítích vyspělých tržních ekonomik. Vysvětlením tohoto přetrvávajícího stavu je dosud málo vyvinutá konkurence větších prodejních ploch, které by narovnal existující disproporce v rozmístění a sortimentní nabídce plošného standardu v oblastech vysoké koncentrace obyvatel.

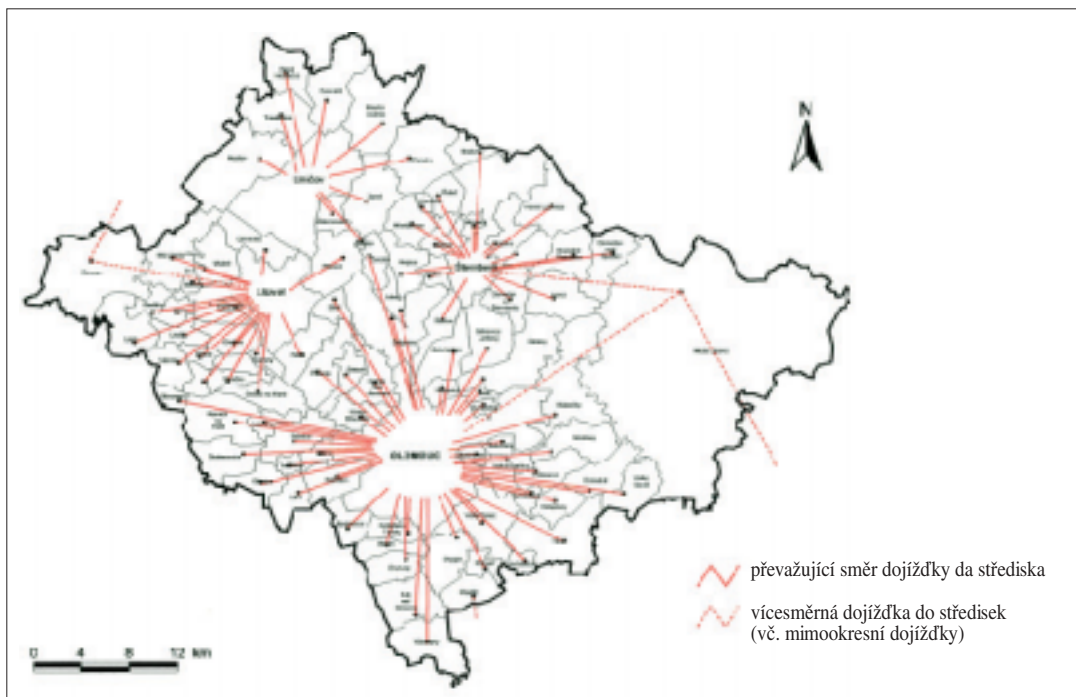
O tom, že je nutné zkvalitnit maloobchodní kapacity zejména v sídlištních oblastech Olomouce není pochyb, otázkou však zůstává, jak velkými prodejními plochami a v jakém počtu zaplnit pod-

průměrný plošný standard. Přetížení maloobchodní sítě několika velkoprodejními řádu několika tisíc m² prodejních ploch v oblastech s nízkou úrovní maloobchodních kapacit sice možná vyrovná existující disproporce, avšak posuzovat jejich vliv na maloobchodní síť města bychom měli v kontextu znalostí prostorově-funkčních vztahů v hierarchickém systému středisek maloobchodní vybavenosti.

Příliš rychlá a neuvážená lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek (zejména velké supermarkety a hypermarkety) by zcela určitě vyvolala destruktivní efekty ve stávající maloobchodní síti, která má svá specifika a setrvačnost v oblastech s tradičně "slušnou" úrovní občanské vybavenosti, celkově je však značně koncentrována a roztržštěna do velkého počtu elementárních maloobchodních jednotek. Jako možné východisko pro rozvoj olomouckého maloobchodu, a nejen jeho, a dalšího zvyšování kvality obchodních služeb se jeví scénář pozvolného umísťování velkoprodejen podle předem nadefinovaného klíče (velikost a typ prodejny, lokalita) v časovém horizontu 5 let tak, aby maloobchodní síť měla dostatek času k vnitřní restrukturalizaci. Zároveň jde o dostatečně dlouhé období, ve kterém je možno kvalifikovaně vyhodnocovat dosavadní dynamiku vývoje maloobchodu s možností jeho případné modifikace.

*Mgr. Zdeněk Szczyrba
Katedra geografie*

Přírodovědecká fakulta UP Olomouc



Obr. 1: Maloobchodní obslužný systém Olomoucka (dojíždka za obchodem v rámci okresu Olomouc, anketární šetření květen 1998)