

MÍSTO ZÁVĚRŮ

Milan Körner

Podstatná část tohoto čísla je věnována příspěvkům, předneseným 24. dubna 1998 na semináři Asociace pro urbanismus a územní plánování v Pardubicích. Některé příspěvky jsou v podstatě „záznamem“ ze semináře, některé byly pro publikaci částečně upraveny. Dále byly zařazeny další texty, související se sledovanou problematikou.

V tak dynamické oblasti jako je zejména výstavba velkoplošných obchodních center, znamená časový posun více jak půl roku velmi dlouhé období. Dostáváme se do situace, kdy „publikace“ předneseného názoru trvá přibližně stejnou dobu jako investice v řádu několika set milionů Kč. V době konání symposia byla zahajována výstavba některých zmiňovaných objektů či areálů, v současné době (konec září) jsou těsně před dokončením a v závěru tohoto roku budou uvedeny do provozu.

Včasnější zveřejnění uvedených (mnohdy kritických) příspěvků by samozřejmě nemohlo zastavit realizace v řadě případů problematické, mohlo by však ovlivnit přípravu dalších investic.

Na zmíněném semináři ani v tomto souboru článků se nejedná o vyčerpávající přehled. Nepochybně existuje řada dalších zajímavých či kontroverzních záměrů či realizací u dalších velkých měst (Brno, Ostrava, Olomouc, Hradec Králové, České Budějovice, aj.), nepovedlo se však získat další autory k tomuto tématu. I tato skutečnost zřejmě svědčí o jeho závažnosti, neboť jen v případě několika měst existují přijaté zásady (regulativy) k rozvoji velkých obchodních center.

Cílem semináře ani tohoto souboru článků nemůže být univerzální hodnocení situace. To by znamenalo vysokou znalost místní či regionální problematiky, která je

značně diverzifikovaná. Domnívám se, že velký význam nemají ani obecná doporučení, na kterých se většina územních plánovačů, urbanistů či architektů dokáže shodnout.

Za daleko významnější považují soustavnou komunikaci (i formou osvěty) k těm skupinám účastníků procesu, kteří mají rozhodovací kompetence (tj. orgány veřejné správy) a kapitál (tj. developpeři a investoři).

Jako urbanisté bychom většinou zřejmě doporučovali využít pro nové investice rozsáhlé pozemky uvnitř měst (zejména „nevyužívané“ výrobní aj. areály) nebo „uvnitř“ velkých obytných souborů (sídlíšť).

Zkušeností v této oblasti v zahraničí (vč. měst bývalé NDR) je jisté dostatek (nejen zmiňovaná společnost ECE).

V českých městech však existují závažné překážky realizace těchto přístupů. Za nejvýznamnější lze považovat:

- dostupnost pozemků (většina měst žádné zajímavé pozemky nemá, spíše než aby usilovala o jejich získání se jich naopak zbavuje),
- neexistenci či zchátralost infrastruktury,
- a v řadě případů velkou náročnost „připravení pozemků“ (ekologické zátěže, nevyužitelné stavební struktury, aj.) pro novou výstavbu.

Ne zcela zanedbatelným problémem je i schopnost veřejné správy dohodnout se

(vč. participace obyvatel) na záměrech rozvoje konkrétních lokalit.

V této situaci jsou velcí investoři jedinou skupinou, která má ze svého pohledu jasně formulované cíle a má i prostředky k jejich realizaci. Investoři zcela pochopitelně lokalizují kapitál tak, aby měli co nejménší problémy. I silní investoři realizují na bankovní úvěry a „zdržení“ stavby pro ně má závažné ekonomické důsledky. Velká část investorů by zřejmě byla ochotna k lepší spolupráci s městy, směřující k optimalizaci nových záměrů v městské struktuře (i za cenu určitého zvýšení nákladů). Až na výjimky však v českých městech neexistují jasně formulované podmínky, při jejichž splnění by příprava a realizace záměrů měla průběh odpovídající standardům zemí EU.

Dosavadní naši zkušenost s novými velkými obchodními zařízeními představují její specifické produkty, především prodejny hobby (Obi, Baumax, aj.), nábytku (Ikea, Sconto, aj.) a především velkoobchodní potraviny (supermarkety) a nyní též hypermarkety (mnohosortimentní obchodní jednotky).

Za těmito investicemi jsou téměř vždy nadnárodní obchodní řetězce. Některé společnosti mají několik přístupů k výstavbě obchodních kapacit, v ČR se zatím nejvíce uplatňují „nejlevnější“ formy diskontů a „cash & carry“.

Objekty tohoto zaměření i ve městech západoevropských zemí nevykukají mimořádnou architekturou a jsou lokalizovány většinou na obvodech měst z důvodů dostupnosti levnějších pozemků, ale i z hlediska „územních vazeb“ na velké obytné celky, obývané převážně nižšími příjmovými skupinami obyvatelstva (preference nižších cen a malý zájem o zboží vysoké kvality).

I z tohoto úhlu pohledu je potřebné nahlížet na současnou výstavbu obchodních zařízení v ČR. Kupní síla obyvatel České republiky je (a zřejmě i delší dobu bude) hluboko pod úrovní většiny západoevropských zemí. To je jeden z hlavních důvodů, proč je výstavba obchodní sítě realizována způsobem, ke kterému máme řadu výhrad. Nepodceňujeme přicházející investory, velká část z nich opírá své záměry o marketingové (včetně sociologických) analýzy. I zdánlivě nelogické soustředění několika obchodních kapacit v jednom území může být uváženým manévrem.

Domnívám se, že nejvýznamnějším příspěvkem ke zlepšení situace v oblasti výstavby velkých obchodních zařízení dnes může být především schválení územně plánovací dokumentace, koordinovaná v regionálních souvislostech s důslednou regulací, která připoustí určité typy velkých investic v lokalitách s jasně definovanými podmínkami. Regulativy, schválené v územním plánu musí být striktně vyžadovány. To však často, zejména v příměstském území velkých měst, není vždy pravidlem. Seriózní zahraniční investoři se většinou vyhýbají konfliktům s orgány veřejné správy, neboť to poškozuje jejich image. Dokáží však s úspěchem využívat legislativních i dalších mezer v praxi územního a stavebního řízení i dalších „zvláštností“ v české veřejné správě.

Tento dodatečný text si neklade ambice formulovat závěry z uskutečněného semináře ani analýzu dosavadního dění ve sledované oblasti. Spíše je míněn jako výzva k diskusi na toto nepochybně aktuální téma. Je otázkou, jak by se časopis „Urbanismus a územní rozvoj“ na ní mohl výraznějším způsobem podílet. Vzhledem k tomu, že je též orientován k určitému segmentu veřejné správy (stavební úřady), domnívám se, že by tato diskuse mohla být prospěšná.

Poznámka redakce k předchozímu bloku článků

Časopis Ekonom č. 38/1998 přináší zajímavou polemiku na téma Zlikviduje síť supermarketů malé obchody? Přečetli jsme za vás a proto si dovoluujeme předložit krátký výtah.

Zastáncem kladné odpovědi na danou otázku je Monika Procházková (Patria Finance):

ANO V následujících letech budou zabírat ve městech nad 10 000 obyvatel rozhodující podíl na trhu supermarkety, které vytlačí drobné obchodníky. Mezi největší konkurenční výhody obchodních řetězců patří širší sortimentu a cena zboží. Nižší ceny dosahují řetězce díky tomu, že jejich vyjednávací pozice při nákupu zboží od dodavatelů je výhodná z důvodu většího množství odebíraného zboží. Další výhodou je nesrovnatelně lepší kapitálové zázemí, což se projevuje například v tom, že mateřská firma může realizovat investice za výhodnějších podmínek při nižším tlaku na rychlost jejich návratnosti.

Na velkou pracovní zaneprázdněnost obyvatelstva reagují supermarkety prodloužením prodejní doby do pozdních večerních hodin včetně dnů pracovního klidu. Snížení frekvence nákupů a naopak zvýšení nakupovaného množství zboží odměňují poskytováním nejrůznějších slev a dalších výhod.

Postavení drobných obchodníků bude pravděpodobně zachováno jenom v menších městech čítajících několik stovek či tisíc obyvatel. Ve větších městech bude rozšíření velkých obchodních řetězců znamenat pro mnohé drobnější obchodníky konec jejich aktivity.

Záporně odpovídá Petr Zahradník (Prague Securities):

NE Velké super(hyper)markety by si měly získat spotřebitele především širší sortimentu a do jisté míry i příznivou cenou. Nesmí být ovšem

lokalizovány v centrech měst, ale na předměstích, dostupných autem či příměstskou dopravou. Naproti tomu z malých obchodníků by se měli stát specialisté na určitý druh zboží. Jakýsi boutique, který zákazníkovi poskytne individuální přístup, péči a nadstandardní kvalitu. Mezi těmito nadstandardními malými specialisty a univerzálními gigantickými supermarkety pak navíc existuje především v zabydlených rezidenčních čtvrtích prostor pro to, aby zde působily i malé obchody, nabízející základní sortiment potravinový, drogistický nebo textilní, pro který se nevyplatí jezdit do hypermarketu na předměstí. Tyto obchody si nijak nekonkurují, naopak, vhodně se doplňují. Navíc je třeba počítat i s mentalitou lidí a jejich zvyklostmi. Je potřeba zohlednit i hledisko dostupnosti, které má zejména pro starší lidi velký význam.

Menší a středně velké obchody mají svoje opodstatnění zejména v malých městech a obcích. Bylo by nesmyslné stavět obří supermarkety, které by připomínaly megalomanské stavby nákupních středisek minulosti. Mělo by platit, že trvale nižší cena je jednou tváří této volby, vyšší cena a nadstandardní přístup tváří druhou a dostupnost pak třetí možností této volby. Všechny tři způsoby prodeje - masový, drobný i nadstandardní - mohou existovat, aniž by si konkurovaly.

Konkurenční vztahy však mohou působit pouze tehdy, není-li prostředí této konkurence deformováno. Výstavba supermarketu v centru města a jeho krátkodobě podbízávací cenová politika může drobné konkurenty zlikvidovat. Tato možnost samozřejmě existuje, a proto musí vhodná regulační opatření této deformaci zabránit.