

MLADÁ BOLESLAV A SUPERMARKETY

Žít bez nich se nedá (!?), žít s nimi může být rizikem!

Pavel Koubek

Asi pětadvacet až třicet minut cesty autem na sever od jednoho z největších pražských hypermarketů - centra Černý Most - se chystá realizace jeho značně menšího bratříčka. Na jihovýchodním okraji Mladé Boleslavi v prostoru budoucí výrobně obslužné zóny „východ“ bude zahájena výstavba střediska obchodu a služeb, které v rámci boleslavského regionu spolu s dalšími, zčásti již realizovanými nebo ještě chystanými obchodními zařízeními, vytvoří nové obchodní a obslužné centrum.

Vlastní lokalizace obchodních areálů přímo na křižovatce hlavních tranzitních silničních tahů - R10 (Praha - Turnov, resp. Liberec) a I/16 (Ml. Boleslav - Jičín) - a na radiále z historického jádra města je logická a respektuje koncepci územního plánu města projednávanou v první polovině roku 1997.

Jako první zahájil v tomto prostoru provoz areál velkoobchodu Baumax (06.98 - 5.000 m² prod. plochy, 200 parkovacích stání pro návštěvníky). V současné době se na bezmála 10 ha firmou Lettenmayer & Partner připravuje I. fáze výstavby střediska obchodu a služeb, která zahrnuje velkoobchodní potraviny a dalších cca 21 středních a menších specializovaných nebo značkových prodejen. Celková výměra prodejní plochy činí více než 13.100 m². Celková zastavěná plocha se uvádí 29.050 m². Součástí celého areálu propojeného pasážemi a galeriemi je provoz multikina, který zahrnuje 14 sálů s 2.750 místy a příslušenstvím na cca 8.000 m² zastavěné plochy. V sousedství je situována čerpací stanice s prodejnou a res-

taurace pro cca 100 návštěvníků. Celková kapacita parkovacích stání v této I. etapě výstavby činí 1.175 vozů, z toho cca 40 pro zaměstnance a cca 25 pro imobilní návštěvníky.

Ve druhé fázi výstavby se pak počítá s rozšířením střediska obchodu a služeb na ploše asi 3,5 ha o dalších 5 prodejen střední velikosti (od 1.000 do 2.700 m² zastavěné plochy) o celkové výměře prodejních ploch cca 5.000 m² a dále o provoz hotelu o kapacitě asi 80 lůžek. Plochy parkovišť budou připraveny pro dalších 260 návštěvníků obchodních zařízení (z toho 10 imobilních), 30 hostů hotelového provozu a 25 zaměstnanců.

Jestliže bude nové obchodní a obslužné centrum na okraji Mladé Boleslavi realizováno v uvedeném rozsahu, stane se jistě cílem a těžištěm návštěv nejen pro obyvatele jádrového města a nejbližšího okolí, ale pro řadu projíždějících na trase do Jičína, Turnova a Podkrkonoší, do Liberce a Jizerských hor nebo do Prahy. S tím také investor počítá.

Zároveň je dobře, že tzv. východní výrobní a obslužná zóna města je kromě již realizovaných nebo rozestavěných výrobních a skladových areálů většinou subdodavatelských subjektů závodu Škoda Auto a.s. (plastikářská výroba Sommer Allibert, TRW Carr, sklad plechů a válcovaného materiálu MPL k.s., centrální sklad náhradních dílů Škoda Parts Center apod.) doplněna o funkce veřejně obslužných zařízení a to právě v prostoru vstupu do této zóny, resp. do celého města. Dostupnost těchto obchodních

zařízení jak pro zaměstnance východní výrobní zóny tak i pro obyvatele obcí v bezprostředním sousedství (Řepov, Plazy) bude znamenat zkvalitnění nabídky služeb a tím i zvýšení komfortu prostředí. Tato nabídka obchodních a odbytových zařízení možná odstraní obavy některých dalších potenciálních investorů týkající se potřeby pokrytí a uspokojení služeb pro své budoucí zaměstnance.

Na druhé straně je však třeba registrovat určité nebezpečí příliš rychlého rozvoje obchodních zařízení a zejména kvantity prodejních ploch. Mladá Boleslav má v současné době podle marketingové studie obchodní sítě vypracované firmou INCOMA s.r.o. Praha (04.98) cca 40,2 tis. m² všech prodejních ploch obchodní sítě - a to při stávajícím počtu 43,86 tis. obyvatel. Srovnání skutečných dnes již existujících prodejních ploch vykazuje v průměru cca o 20% vyšší údaj v porovnání s předpokládanými potřebami (pro města nad 20 tisíc obyvatel).

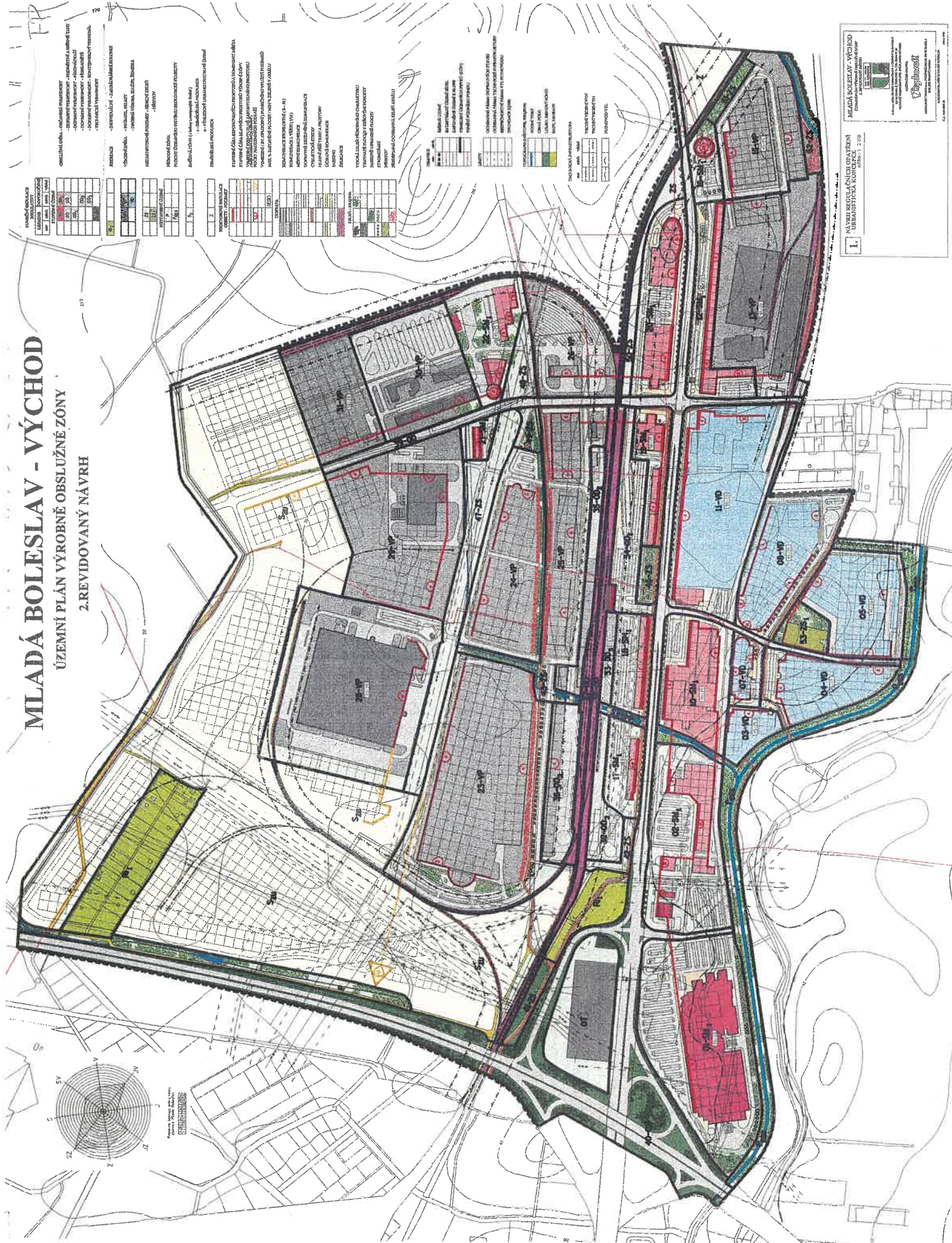
Při podrobnější specifikaci - plochy prodejen potravinářského zboží vykazují nedostatek cca 5%, prodejen průmyslového zboží však nadbytek cca 44%, spotřebního zboží nadbytek cca 48%. Současný stav vybavenosti obchodních a obslužných zařízení se zdá být z hlediska celoměstského mírně nad úroveň běžného standardu, i když místně - v jednotlivých čtvrtích města - a ve skladbě nabídky sortimentu mohou být určité výkyvy.

Konceptem územního plánu města předpokládán nárůst počtu obyvatel v průběhu

MLADÁ BOLESLAV - VÝCHOD

ÚZEMNÍ PLÁN VÝROBNĚ OBSLUŽNÉ ZÓNY

2. REVIDOVANÝ NÁVRH



PROJEKTOVANÉ ÚZEMNÍ PLOCHY	PROJEKTOVANÉ ÚZEMNÍ PLOCHY	PROJEKTOVANÉ ÚZEMNÍ PLOCHY	PROJEKTOVANÉ ÚZEMNÍ PLOCHY
1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	32
33	34	35	36
37	38	39	40
41	42	43	44
45	46	47	48
49	50	51	52
53	54	55	56
57	58	59	60
61	62	63	64
65	66	67	68
69	70	71	72
73	74	75	76
77	78	79	80
81	82	83	84
85	86	87	88
89	90	91	92
93	94	95	96
97	98	99	100

LEGENDA

1. ZÓNNEJ KATEGÓRIE

2. POUŽITIE ÚZEMIA

3. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

4. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

5. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

6. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

7. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

8. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

9. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

10. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

11. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

12. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

13. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

14. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

15. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

16. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

17. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

18. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

19. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

20. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

21. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

22. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

23. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

24. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

25. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

26. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

27. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

28. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

29. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

30. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

31. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

32. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

33. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

34. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

35. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

36. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

37. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

38. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

39. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

40. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

41. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

42. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

43. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

44. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

45. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

46. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

47. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

48. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

49. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

50. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

51. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

52. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

53. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

54. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

55. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

56. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

57. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

58. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

59. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

60. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

61. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

62. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

63. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

64. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

65. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

66. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

67. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

68. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

69. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

70. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

71. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

72. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

73. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

74. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

75. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

76. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

77. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

78. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

79. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

80. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

81. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

82. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

83. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

84. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

85. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

86. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

87. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

88. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

89. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

90. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

91. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

92. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

93. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

94. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

95. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

96. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

97. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

98. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

99. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

100. VEŠKÝ ÚZEMNÍ PLÁN

MLADÁ BOLESLAV - VÝCHOD
 ÚZEMNÍ PLÁN VÝROBNĚ OBSLUŽNÉ ZÓNY
 2. REVIDOVANÝ NÁVRH

1. MĚSTSKÝ ÚŘAD VE ŠTĚPĚNE KAVČICÍCH
 ÚZEMNÍ PLÁN VÝROBNĚ OBSLUŽNÉ ZÓNY
 číslo: 1. 2/19

Urbanet
 Urbanet, s.r.o.
 IČO: 252 20 123
 DIČ: CZ25220123
 Mladá Boleslav, Štěrbašská 10
 252 01 Mladá Boleslav, ČR
 Tel: +420 317 511 111
 E-mail: info@urbanet.cz

návrhového období (do r. 2010) na cca 47,9 tis. obyv., resp. ve výhledovém období (r. 2020-25) na cca 50,0 tis. obyv. můžeme porovnat s již zahájenými nebo v nejbližší (!) budoucnosti připravovanými investicemi v oblasti obchodních zařízení celoměstského významu, resp. s celkovým přírůstkem prodejních ploch. Areál PENNY MARKET na severním sídlišti - 680 m² (zahájení provozu 05.98), velkoprodejna KAUF LAND v centru severního města - 5.185 m² (v realizaci), MacDonalds - 97 m² (zahájení provozu 12.98). Těsně za severní hranicí katastru města - v Kosmonosích - je připravena výstavba velkoprodejny PRONTO - PLUS

(3.600 m² - zahájení provozu 11.98). Celkový přírůstek prodejních ploch (včetně areálu Baumax) v nejbližší době se odhaduje na cca 11,0 tis. m² a vykazuje tedy výrazně vyšší dynamiku, než možný přírůstek obyvatel města. Lze tedy předpokládat, že v r. 2000 v Ml. Boleslavi připadne na jednoho obyvatele cca 1,12 m² prodejních ploch. V případě realizace dalších záměrů obchodních nebo polyfunkčních objektů (autobusové nádraží, bývalá kasárna 9. května, pozemky v sousedství Baumaxu, ...) toto číslo ještě vzroste a stane se varovným signálem. Znamená totiž riziko - zjednodušeně řečeno - odčerpání kupní síly obyvatel, snížení

obratu prodeje a tím i efektivity provozu především malých prodejen v centru města - a tedy zmrtnění a degradace parteru především centrální historické zóny.

Právě proto, že takový výhled je velmi nežádoucí, je nutno k další podpoře a rozvoji velkoprodejen supermarketového nebo hypermarketového typu přistupovat v budoucnu s daleko větší obezřetností, než jsme si ještě před několika lety uvědomovali. Odpovědné rozhodnutí pak téměř není možné bez důkladného rozboru obchodní sítě celého města nebo samostatné marketingové studie.

*Ing. arch. Pavel Koubek
Urbanistický ateliér U 24 s.r.o., Praha*