

PASÁŽ - ŠANCE PRO MĚSTSKÉ CENTRUM

Vladimíra Šilhánková

Transformace ekonomiky přináší celou řadu problémů do života našich měst. Jedním z nich je i růst velkých nákupních center na okrajích velkých a dnes už i středních měst a změna nákupního chování obyvatelstva. Centra velkých a středních měst tak začínají trpět odlivem zákazníků a s tím souvisejícími ekonomickými problémy malých a středních obchodníků, kteří zde sídlí.

Jak ale zařadit, aby se tento trend zvrátil? Jak dosáhnout ekonomické prosperity malých a středních obchodníků? Jak dosáhnout, aby se centra našich měst neproměnila ve slumy nízkopříjmových a rizikových skupin obyvatel?

V prvé řadě je třeba se zamyslet nad tím, co je na předměstských nákupních centrech přitažlivého a naopak v čem jsou jejich nevýhody. Samozřejmě největším lákadlem jsou nízké ceny, které není a zřejmě nikdy nebude možno dosáhnout v centrech měst. Druhou výhodou je komplexnost nabízených služeb. V této oblasti by ale centrální městské oblasti mohly úspěšně konkurovat, naopak by mohly nabídnout mnohem více - jen to správně pojmenovat a samozřejmě i následně realizovat. Výhodou centra města je možnost vytvoření atraktivního, neopakovatelného prostředí např. v historických objektech či možnost dosáhnout těchto míst bez osobního automobilu - pěšky nebo MHD. Třetí a velmi významnou výhodou předměstských nákupních center je skutečnost, že mají otevřeno tehdy, kdy nakupující mají volno - to je dlouho do večera, v sobotu a v neděli. Obchod, který zavírá ve všední den v 5 hodin a o víkendu je zavřený, je pro zaměstnaného spotřebitele bezcenný, i kdyby byl přímo v domě kde dotyčný bydlí.

S ohledem na naše „mírné klima“ s převládajícím špatným počasím, se nám jako spotřebitelům zdá vhodnější nakupovat „pod jednou střechou“, v chráněném příjemném prostředí. A to nám právě

v centrech chybí. I když městské zastupitelstvo nechalo předlážit hlavní náměstí a vybudovalo pěší zónu, nemůže zajistit, aby v sobotu nepršelo nebo nebylo jinak ošklivě.

A tady je právě příležitost pro pasáž nebo obchodní galerii, která může vytvořit chráněné příjemné místo k nákupům či obdobným způsobům trávení volného času. Pasáž nebo obchodní galerie by v sobě měla sdružit malé a střední obchodníky a vytvořit příjemný prostor se širokou nabídkou služeb. Samozřejmě, že je důležité i vhodně volit sortiment nabízených služeb. Těžko bude pasáž nebo obchodní galerie v centru města konkurovat předměstským supermarketům při týdenním nákupu potravin nebo nákupu velkoobjemového zboží, ale šaty, boty nebo knihy si většina Čechů snad pořád ještě raději koupí v centru města, zvláště pokud si lze nakupování zpestřit posezením v kavárně nebo cukrárně.

Příklady obchodních galerií z Evropy máme mnoho - ve Skotsku, Holandsku, Norsku aj. Proč by tedy neměly být i u nás? V Praze je jich celá řada (např. nová pasáž Myslbek), ale situace v Praze přeci jen není s ostatními českými městy srovnatelná. Nedávno ale vznikla obchodní galerie v Pardubicích - rekonstrukcí bý-

valého hotelu Grand. A řeknu vám, to je něco. Nezbyvá mi, než si přát, aby pasáží a obchodních galerií vzniklo více.

*Ing. arch. Vladimíra Šilhánková
Úřad města Hradec Králové*

Komentář k článku:

Proti kládům obchodních pasáží, jak je autorka uvádí, není možno nic namítat. V zájmu objektivity je však nutno vědět i o rizicích, které větší množství pasáží ve městě může přinést. „S ohledem na naše mírné klima s převládajícím špatným počasím, se nám spotřebitelům zdá vhodnější nakupovat pod jednou střechou v chráněném příjemném prostředí“, praví autorka. Co se však stane s klasickými obchody v nechráněném, nepříjemném prostředí. Tak jak se supermarkety stávají konkurenty, někdy i likvidátory drobných potravinářských obchodů v centru, může se stát i luxusní pasáž konkurentem stávajících obchodů v ulicích. Jž Victor Gruen ve své knize „The heart of our cities“ konstatuje, že nejlepším nákupním centrem je historické náměstí a historická ulice se svou architekturou, kulturou a prostředím pro lidské kontakty. Například ve Skotsku, jmenovitě v Glasgowě, kde prší jistě více, se vybudovala řada krytých, bezpečných a příjemných nákupních center, z nichž největší je přestavěné nádraží St. Inoch. Protikladem jsou chudší, méně bezpečné obchody v ulicích, často špatně udržované a postříkané sprejery. Nikomu by se asi nelíbilo historické jádro plně second handů, heren a výprodejových obchodů. Proto by se zejména u historických měst menší velikosti mělo zvažovat, jaká rizika může vybudování obchodní pasáže přinést.

*Ing.arch. Josef Markvart
ÚÚ Brno*