



Environmentální dopady plánované prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2008

výsledky výzkumu

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



Vznik materiálu byl finančně podpořen Ministerstvem životního prostředí ČR. (www.mzp.cz).

Ministerstvo životního prostředí
České republiky

Název: Environmentální dopady plánované prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2008

Autor: Jiří Koželouh

Vydalo:

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>

Jazykové korektury: Lucie Černá

Vyšlo v únoru 2009. Materiál nemusí vyjadřovat názory institucí, které finančně podpořili jeho vydání.

Obsah

1. Cíl a zadání výzkumu	4
2. Postup	5
2.1 Stanovení parametrů	5
2.2 Stanovení kritérií	5
3. Výsledky výzkumu	7
3.1 Počty záměrů	7
3.2 Hodnocení záměrů z hlediska vlivů na životní prostředí .	7
3.2.1 Hodnocené záměry z hlediska životního prostředí	7
3.2.2 Nehodnocené záměry z hlediska životního prostředí	7
3.3 Provozní typy záměrů	8
3.4 Lokalizace záměrů v sídelní síti České republiky	10
3.5 Lokalizace ve struktuře sídla	11
3.6 Výběr ploch pro lokalizaci	12
3.6.1 Zábor plochy a zemědělský půdní fond	12
3.6.2 Zastavěné a nezastavěné plochy	12
3.6.3 Lokalizace na zelené louce a sídelní kaše	14
3.6.4 Typy využívaných ploch a land-use	15
3.7 Doprava	16
3.7.1 Intenzity osobní automobilové dopravy	16
3.7.2 Doprava v klidu	17
3.8 Přírodní složky prostředí	18
3.8.1 Zvláště chráněné složky přírody a krajiny	18
3.8.2 Dřeviny rostoucí mimo les	20
3.8.3 Hydrologické poměry v území	21
3.8.4 Celkový vliv na krajinu	21
3.9 Kulturní hodnoty v území	22
3.10 Obyvatelstvo	23
3.11 Kumulace vlivů	24
4. Shrnutí výsledků výzkumu	25
5. Regulace expanze velkoplošného maloobchodu v území	27
Závěr	28
Použité zdroje	29
Summary	30

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 2008 a analyzovat předpokládaný dopad těchto záměrů na životní prostředí, přírodu a krajinu. Hlavní skutečnosti, které mají být sledovány jsou:

- typ záměru a uživatel (pokud je znám);
- kraj, okres, obec a katastrální území záměru;
- stavební povaha záměru (počet budov, počet podlaží, typ budov);
- rozsah záměru (celková plocha, zastavěná plocha, prodejní plocha plochy pro dopravu, volná plocha apod.);
- umístění a rozsah parkovacích ploch;
- umístění záměru (druh lokality – střed města, předměstí ..., land-use lokality a okolí);
- typ plochy (volná, zastavěná apod.);
- předpokládaný vliv na dopravní situaci v místě;
- vliv na chráněná území a chráněné prvky v území;
- vliv na biotu (chráněné druhy živočichů a rostlin, kácení dřevin apod.);
- vliv na vodní režim krajiny;
- vliv na kulturní a přírodní hodnoty v území;
- vliv na obyvatelstvo (blízkost zástavby, hluk);
- kumulace záměrů v lokalitě (jiné VMJ či VMZ)
- kategorie sídla umístění záměru;
- doplňující informace a poznámky.

Sledované období je 1. leden – 31. prosinec 2008 a sledovaný soubor tvoří záměry, které úspěšně prošly posouzením vlivu na životní prostředí. Výzkum a následná analýza navazují na předešlý výzkum Environmentální dopady plánované prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2007 a cílem je tedy také zpřesnit výběr vhodných ukazatelů a parametrů a v případě vhodnosti porovnat kvantitativní výsledky aktuálního výzkumu s výsledky výzkumu za rok 2007.

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) pořadové číslo záměru v roce 2008
- b) datum ukončení zjišťovacího řízení (nebo vydání stanoviska EIA)
- c) název záměru (dle informačního systému EIA)
- d) kategorie záměru (dle přílohy č. 1 k zákonu č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivů na životní prostředí)
- e) odkaz na informace o záměru (do informačního systému EIA)
- f) název oznamovatele
- g) kraj, okres, obec a katastrální území
- h) počet velkoplošných VMJ v rámci záměru
- i) název uživatele(ů) - pokud je(jsou) znám(y), uvedeno v oznámení záměru nebo je to z oznámení zřejmé
- j) typ(y) záměru(ů) (supermarket, diskont, hypermarket apod.)
- k) parametry budov(y) (počet nadzemních a podzemních podlaží, typ budovy z hlediska náročnosti a účelové úspornosti)
- l) rozsah záměru (celková plocha, zastavěná plocha budov, prodejní plocha, plochy komunikací a parkovišť, volné plochy a plochy zeleně)
- m) typ parkovacích ploch (povrchové, podzemní, v budově)
- n) počet parkovacích stání
- o) vzdálenost od centra města nebo městské části
- p) lokalita (centrum města, centrum sídliště či městské části, vnitřní město, předměstí, příměstská lokalita, venkovské sídlo, zcela mimo město ve volné krajině)
- q) land-use (okolí záměru, pozemek určený pro zábor)
- r) typ pozemku (volná plocha, zastavěná plocha, greenfields, brownfields)
- s) zábor volné plochy (množství záboru)
- t) zábor zemědělské půdy (zábor zemědělského půdního fondu)
- u) osobní doprava (indukovaná cílová doprava, stávající doprava na komunikacích, podíl)
- v) vliv na chráněná území (ÚSES, chráněná území, VKP, Natura 2000)
- w) vliv na biotické přírodní složky prostředí (biotopy zvláště chráněných druhů rostlin a živočichů, kácení dřevin)
- x) vliv na hydrologické poměry území (ovlivnění odtoku z území, lokalizace v záplavové oblasti)
- y) vliv na kulturní hodnoty území (narušení památkových zón, ochranných pásem, lokalizace v kulturně cenné lokalitě či zástavbě)
- z) vliv na krajinu (mimořádné vlivy v případě lokalizace mimo zástavbu nebo na ekologicky cenné ploše)
- aa) vliv na obyvatelstvo (žádný, malý nebo velký vliv)
- bb) kumulace vlivu s jinými VMZ a kompenzace vlastního vlivu
- cc) údaje o obci, v níž je záměr lokalizován (počet obyvatel, typ obce)
- dd) poznámky

2.2 Stanovení kritérií

Dále byla stanovena kritéria, na základě kterých 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 velkoobchodní prodejny (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 (spadají sem velká i menší nákupní centra, případně obchodní domy) - NC
- c) shluky záměrů (tedy VMZ) odpovídající typu a) nebo b)
- d) záměry rozšiřování stávajících maloobchodních zařízení typů a), b) nebo c)

3. Výsledky výzkumu

3.1 Počty záměrů

Na základě vymezených kritérií byl proveden průzkum informačního systému EIA (<http://tomcat.cenia.cz/eia/view.jsp>) a evidováno celkem 106 záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení, které v roce 2008 prošly zjišťovacím řízením či posuzováním EIA a příslušný krajský úřad buď nenařídil další posuzování (v případě zjišťovacích řízení) nebo nakonec vydal kladné stanovisko EIA. Vzhledem k novele zákona č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivů na životní prostředí (změna zákonem č. 216/2007 Sb. a to od 22. 8. 2007) se již v roce 2007 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. Této možnosti začaly naplno krajské úřady využívat až v roce 2008 a výsledkem bylo upuštění od zjišťovacího řízení u 48 záměrů, které však lze zároveň zařadit do kategorie velkoplošných maloobchodních zařízení (viz. část 2.2). Celkový počet záměrů schválených (myšleno stojících před územním řízením) v roce 2008 byl tedy 154 což je přibližně stejně jako v roce 2007 (140 posuzovaných a cca 10 neposuzovaných).

V dalším hodnocení v této studii jsou uvažovány již jen záměry posuzované ve zjišťovacím řízení. Problematika upuštění od zjišťovacích řízení je analyzována v části 3.3.

Dále byly v roce 2008 evidovány záměry výstavby 2 velkoskladů pro zásobování řetězců – jednalo se o rozšíření distribučního centra Kauflandu u Olomouce a rozšíření velkoskladu Billa (firma Rewe) u Prahy. Tyto záměry nejsou dále v této práci zohledňovány (nejedná se o maloobchod – viz č. 2.2). Za povšimnutí však stojí, že i v roce 2007 rozšiřovaly svoje distribuční a skladové kapacity firmy Rewe a Kaufland.

3.2 Hodnocení záměrů z hlediska vlivů na životní prostředí

3.2.1 Hodnocené záměry z hlediska životního prostředí

V roce 2008 prošlo 106 záměrů hodnocením vlivů na životní prostředí dle zákona č. 100/2001 sb., o posuzování vlivů na životní prostředí. Z toho u 104 záměrů krajské úřady uzavřely zjišťovací řízení s tím, že záměr „nebude dále posuzován dle zákona“. Pouze 2 záměry prošly celým procesem EIA – jednalo se o:

- **Zábavní a obchodní centrum Opava Plaza (Opava)** – důvodem byl pravděpodobně velký rozsah a výrazný negativní vliv na městské prostředí (doprava, zábor plochy zeleně a umístění v městské památkové zóně).
- **Obchodně společenské centrum "Černý Pelikán" České Budějovice (České Budějovice)** – důvodem byl pravděpodobně rozsah záměru, umístění do hustě zastavěné části vnitřního města a dopravní vlivy.

3.2.1 Nehodnocené záměry z hlediska životního prostředí

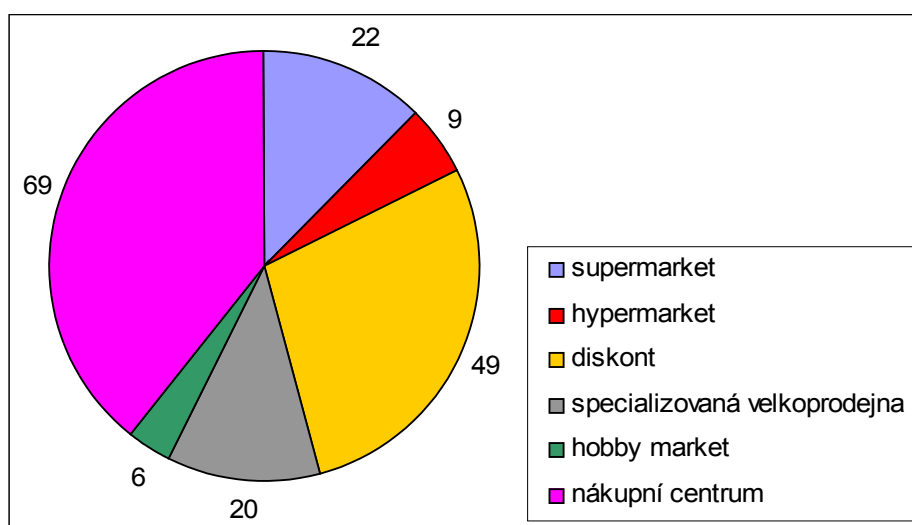
Jak vyplývá z části 3.1 dostal se poměrně velký soubor záměrů VMZ (48 záměrů) mimo hodnocení vlivu na životní prostředí a tím i mimo hodnocení v této studii neboť absence zjišťovacího řízení znamená absenci relevantních informací pro hodnocení. K dispozici bylo ve všech případech jen stručné vyjádření krajského úřadu (či Magistrátu hl. města Prahy), které shrnulo základní parametry záměru potřebné k posouzení zákonných důvodů pro upuštění od záměru (rozsah zastavěné plochy a počet parkovacích míst).

Při srovnání podlimitních záměrů z roku 2007 a 2008 bylo zjištěno, že 16 neposuzovaných záměrů z roku 2008 mělo stejnou či větší zastavěnou plochou a stejný či větší počet parkovacích míst jako posuzované podlimitní záměry v období od 1. září do 31. prosince 2007 (tedy v době platnosti novely zákona č. 100/2001 Sb.). Dalších 30 podlimitních záměrů s podobnými parametry v roce 2008 posuzováno bylo. Nelze tedy říci, že by úřady začali v roce 2008 postupovat benevolentněji než v roce 2007. Trvá však skutečnost, že se od 1. září 2007 může v souladu se zákonem vyhnout (a

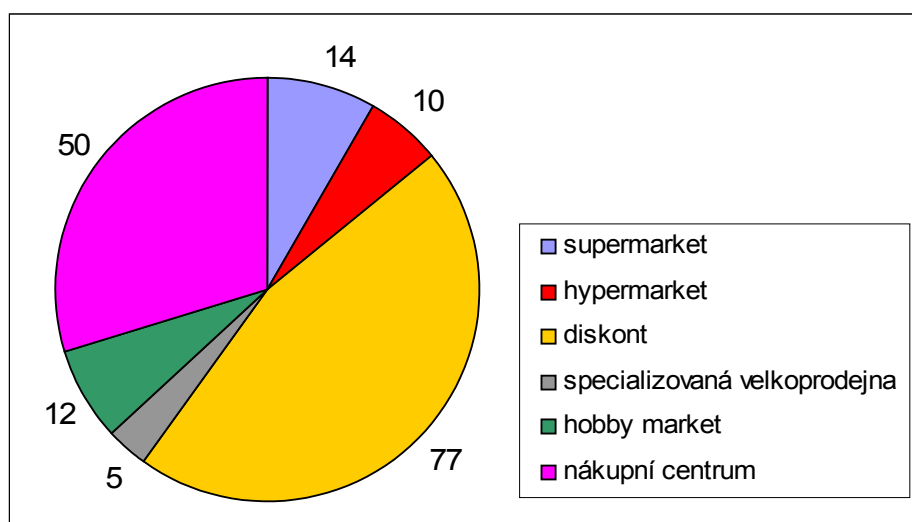
vyhýbá) kontrole veřejnosti a posouzení možných negativních dopadů celá řada zásadních záměrů. Příkladem je například prodejna Lidl navržená v roce 2008 v Nové Pace se zastavenou plochou 1667 m² a 99 parkovacími místy.

3.3 Provozní typy záměrů

V rámci všech 106 hodnocených záměrů bylo navrženo celkem 127 velkoplošných maloobchodních jednotek (viz část 2.2 odstavec a). Dalších 48 záměrů nebylo hodnoceno (viz část 3.1-3.3), pro účely počtů v jednotlivých provozních typech však mohou být uvažovány neboť bylo možné stanovit k jakému provoznímu typu patří. Celkově bylo tedy navrženo 175 velkoplošných maloobchodních jednotek.



Obr. 1a - Rozdělení navržených záměrů VMJ dle provozních typů v České republice v roce 2008. zdroj: vlastní šetření



Obr. 1b - Rozdělení navržených záměrů VMJ dle provozních typů v České republice v roce 2007. zdroj: Koželouh. 2008.

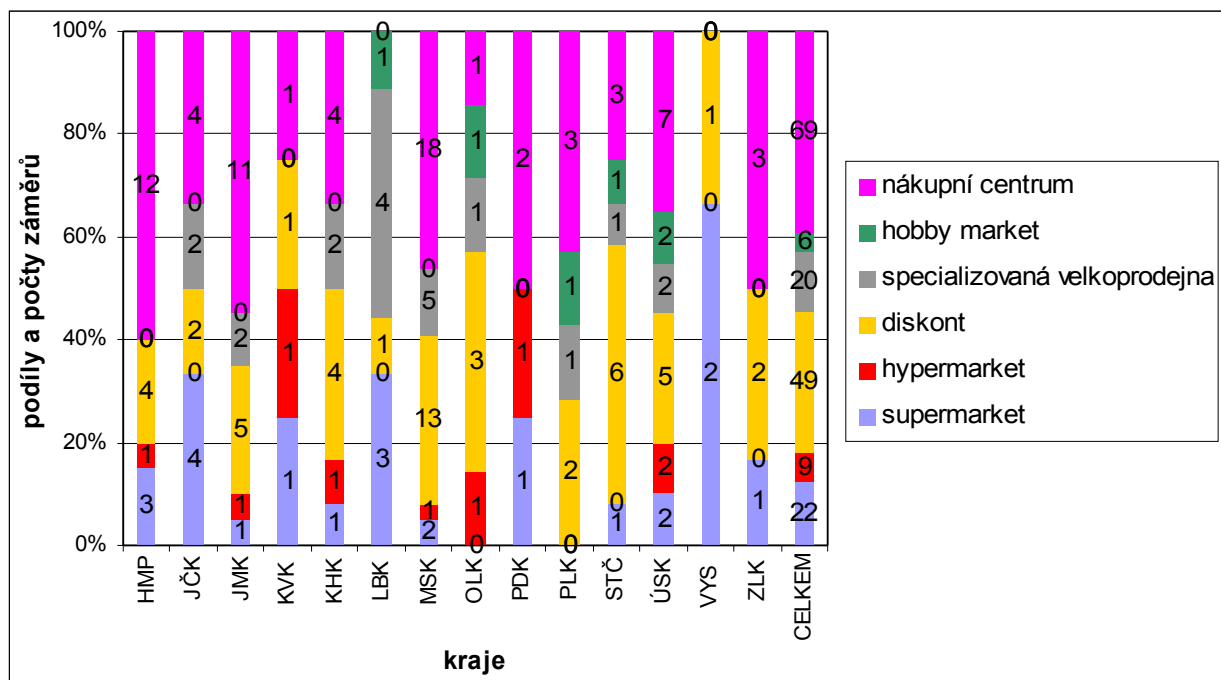
Z grafu na Obr. 1a plyne, že největší podíl mezi záměry velkoplošných maloobchodních jednotek vykazují nákupní centra (69 ze 175), druhý největší podíl mají diskontní prodejny (celkem 49 ze 175). Mezi nákupní centra byly zařazeny veškeré záměry budov s oddělenými menšími plochami (v součtu přesahující 400 m²) – tedy malá nákupní centra v menších městech, stejně jako velká nákupní centra, která jsou součástí expanze největších luxusních nákupních zón. Oproti roku 2007 (viz. graf na Obr.1b) je tu tedy patrný výrazný pokles počtu diskontů (ze 77 na 49), které v roce

2007 vedly a naopak nárůst nákupních center (z 50 na 69). U dalších formátů stojí za povšimnutí zejména nárůst u specializovaných velkoobchodů (z 5 na 20) a naopak pokles u hobby marketů. Hypermarkety zůstávají na stejné úrovni, ale vzniklo více supermarketů jejichž výstavba je v posledních letech utlumena. Důvodem této proměny typového složení záměrů může být dostatečná nasycenost diskonty, stavba polyfunkčních budov s nákupními galeriemi ve velkých městech a nástup nového trendu tzv. retail parků (seskupení maloobchodních jednotek převážně nepotravinářského charakteru do jedné budovy s přímými vstupy do jednotlivých provozů z parkoviště).

Tab. 1 - Provozní typy navržených VMJ za jednotlivé kraje ČR v roce 2008

typ VMJ	HMP	JČK	JMK	KVK	KHK	LBK	MSK	OLK	PDK	PLK	STČ	ÚSK	VYS	ZLK	CELKEM
supermarket	3	4	1	1	1	3	2	0	1	0	1	2	2	1	22
hypermarket	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	2	0	0	9
diskont	4	2	5	1	4	1	13	3	0	2	6	5	1	2	49
specializovaná velkoobchodna	0	2	2	0	2	4	5	1	0	1	1	2	0	0	20
hobby market	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	2	0	0	6
nákupní centrum	12	4	11	1	4	0	18	1	2	3	3	7	0	3	69
celkový počet VMJ	20	12	20	4	12	9	39	7	4	7	12	20	3	6	175
celkový počet VMZ	18	10	17	3	10	8	34	7	4	6	12	16	3	6	154

Tab. 1 a graf na Obr. 2 ilustrují rozložení plánovaných VMJ mezi jednotlivé kraje v České republice. Plánování nákupních center je významné zejména v Moravskoslezském kraji, Praze a Jihomoravském kraji, tedy v zónách s třemi velkými městy (Ostrava, Praha, Brno) a velkým počtem i hustotou obyvatel. Obdobné důvody má i navrhování nákupních center v Ústeckém kraji. U diskontů probíhá doplňování sítě v Moravskoslezském kraji. V celkovém pohledu je nejexponovanější Moravskoslezský kraj (na rozdíl od minulého roku, kdy vedl Středočeský kraj a to hlavně díky diskontům). Druhá nejdůležitější oblast je Praha, kde jsou důvodem zejména nákupní centra a na třetím a čtvrtém místě jsou Jihomoravský a Ústecký kraj. Oproti roku 2007 se propadly kraje Olomoucký a Středočeský jejichž loňská exponovanost souvisela s výraznější expanzí diskontů. Z hlediska ostatních provozních typů docházelo k rovnoměrnému plánování po krajích ČR.



Obr. 2 - Provozní typy navržených velkoplošných maloobchodních jednotek za jednotlivé kraje ČR v roce 2008.

3.4 Lokalizace záměrů v sídelní síti České republiky

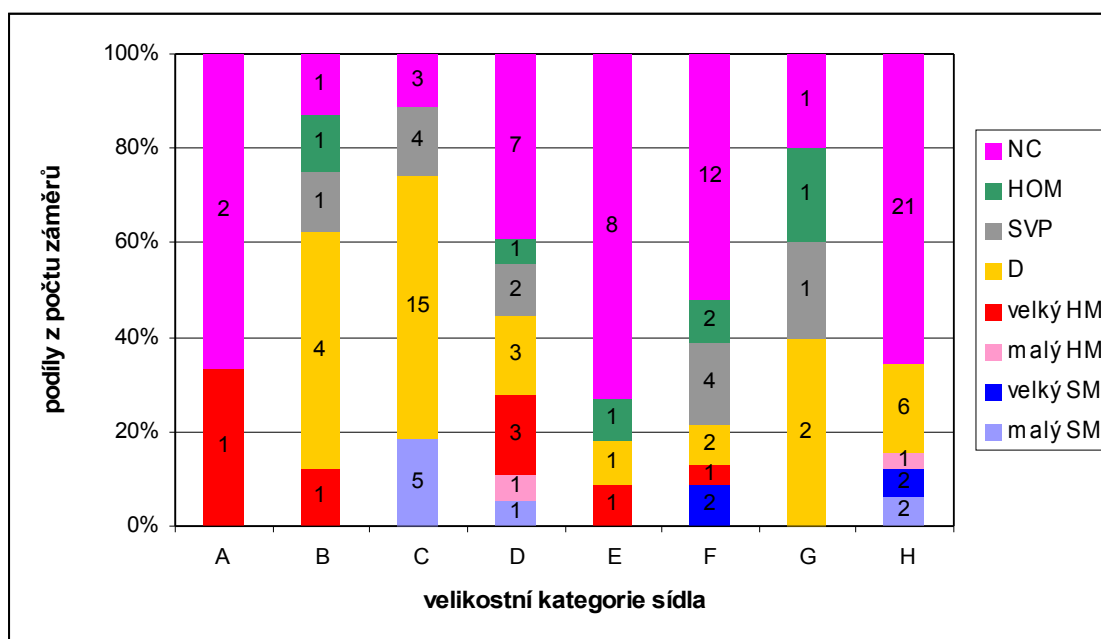
Lze předpokládat, že do měst různých velikostních kategorií jsou lokalizovány různé provozní typy velkoplošných maloobchodních jednotek.

Tab. 2a - Lokalizace plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek v obcích ČR v roce 2008 (absolutní vyjádření).

velikostní kategorie obce (počet obyvatel)	celkem	malý SM	velký SM	malý HM	velký HM	D	SVP	HOM	NC
A do 999	3				1				2
B 1000 - 4999	8				1	4	1	1	1
C 5000 - 9999	27	5				15	4		3
D 10 000 - 19 999	18	1		1	3	3	2	1	7
E 20 000 - 49 999	11				1	1		1	8
F 50 000 - 99 999	23		2		1	2	4	2	12
G 100 000 - 199 999	5					2	1	1	1
H nad 200 000	32	2	2	1		6			21
CELKEM	127	8	4	2	7	33	12	6	55

Tab. 2b - Lokalizace plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek v obcích ČR v roce 2008 (procentuelní vyjádření).

velikostní kategorie obce (počet obyvatel)	celkem	malý SM	velký SM	malý HM	velký HM	D	SVP	HOM	NC
A do 999	2%	0%	0%	0%	14%	0%	0%	0%	4%
B 1000 - 4999	6%	0%	0%	0%	14%	12%	8%	17%	2%
C 5000 - 9999	21%	63%	0%	0%	0%	45%	33%	0%	5%
D 10 000 - 19 999	14%	13%	0%	50%	43%	9%	17%	17%	13%
E 20 000 - 49 999	9%	0%	0%	0%	14%	3%	0%	17%	15%
F 50 000 - 99 999	18%	0%	50%	0%	14%	6%	33%	33%	22%
G 100 000 - 199 999	4%	0%	0%	0%	0%	6%	8%	17%	2%
H nad 200 000	25%	25%	50%	50%	0%	18%	0%	0%	38%



Obr. 3 - Lokalizace plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek v obcích ČR v roce 2008 (kategorizace obcí viz. Tab. 2a,b).

Z Tab. 2a,b i grafu na Obr. 3 plyne, že nejvíce velkoplošných maloobchodních jednotek v roce 2008 v České republice bylo naplánováno do obcí ve velikostní kategorii nad 200 000 obyvatel (z toho 14 Praha, 4 Brno a 10 Ostrava). To je největší změna oproti roku 2007, kdy byla většina plánovaných záměrů v obcích od 20 do 50 000 obyvatel. Změna souvisí s uvedeným prvenstvím nákupních center mezi provozními formáty a rozmachem polyfunkčních budov v Praze a Ostravě. Druhá nejobsazovanější kategorie je 5 000 – 9 900 obyvatel, což je spojeno zejména s expanzí diskontních řetězců. V kategorii 50 000 – 99 000 je plánována polovina všech velkých hypermarketů a třetina hobby marketů a specializovaných velkoobchodů.

Jednalo se z části o bývalá okresní města a z části o nové obce s rozšířenou působností, která dříve nebyla okresními městy. 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.

Umístění hobby marketu, dvou velkých hypermarketů a tří nákupních center do obcí v kategorii do 999 a 1 000 – 4 999 souvisí jejich polohou v zázemí velkých měst (Otvice u Chomutova, Jenišov u Karlových Varů, Horní Moštěnice u Přerova), položením v pohraničí u velkého města (Chvalovice u Znojma) či v hustě obydlené a urbanizované oblasti (Šenov u Nového Jičína).

3.5 Lokalizace ve struktuře sídla

Dostupnost nakupování a tedy i dopravní zátěže jsou závislé na lokalizaci maloobchodu ve struktuře sídel.

Tab. 3a – Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení ve struktuře sídla dle velikostních kategorií sídel v ČR v roce 2008.

lokality	velikostní kategorie obce (počet obyvatel)								celkem	
	A	B	C	D	E	F	G	H		
centrum města		1				2			3	2,8%
centrum městské části či sídliště			1	1		1		4	7	6,6%
vnitřní město			6	2	1	6		7	22	20,8%
předměstí		2	7	7	6	5	3	12	42	39,6%
příměstská lokalita	1	2	7	4	4	4	1	5	28	26,4%
intravilán vesnice									0	0,0%
mimo sídla	2	2							4	3,8%

Tab. 3b – Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek ve struktuře sídla dle provozních typů v ČR v roce 2008.

lokality	provozní typ						celkem	
	SM	HM	D	SVP	HOM	NC		
centrum města			1			2	3	2,4%
centrum městské části či sídliště			4			4	8	6,3%
vnitřní město	7	1	7	1		12	28	22,0%
předměstí	4	4	14	3	2	23	50	39,4%
příměstská lokalita	1	3	6	8	3	13	34	26,8%
intravilán vesnice							0	0,0%
mimo sídla		1	1		1	1	4	3,1%

Nové záměry velkoplošných maloobchodních zařízení byly v roce 2008 plánovány většinou do okrajových částí měst. Nejčastěji je zamýšlené umístění na předměstí a konkrétnější modelová situace je pak umístění nákupního centra (nákupní galerie, koncesionářské prostory, retail park) na předměstí Prahy, Brna či Ostravy. Na předměstí jsou také často (14 případů) umístovány diskonty.

Dalším častým umístěním je příměstská lokalita a to v pěti případech suburbánní zóna našich tří největších měst a v sedmi případech suburbánní zóna malých měst 5 000 – 9 999 obyvatel (jedná se zejména o diskontní prodejny u výpadek a obchvatů). Třetí nejčastější umístění je ve vnitřním městě (tedy mimo historické centrum, ale v kompaktní zástavbě centrálního města). V 10 případech je plánováno maloobchodní zařízení přímo do centra města či jeho městské části (eventuálně sídliště u velkých měst). Ve čtyřech případech je naopak zamýšleno umístit velkoplošné maloobchodní zařízení zcela mimo sídla. Jedná se o expanzi Excalibur city v rakouském pohraničí, rozsáhlé Makro u Karlových Varů, diskont ve Středočeském kraji a hobby market u Přerova.

3.6 Výběr ploch pro lokalizaci

3.6.1 Zábor plochy a zemědělský půdní fond

Záměry nových velkoplošných maloobchodních zařízení uvažovaly s různě rozsáhlými zábory ploch. Jak ukazuje Tab. 4 většina plochy má být využita pro stavbu prodejních budov, 12% plochy má být využito neznámým způsobem (dokumentace neuváděla přesné využití ploch, uvedla pouze celkovou plochu a zastavěnou plochu budov apod.).

Tab. 4 – Uvažovaný zábor ploch záměry velkoplošných maloobchodních zařízení v České republice v roce 2008.

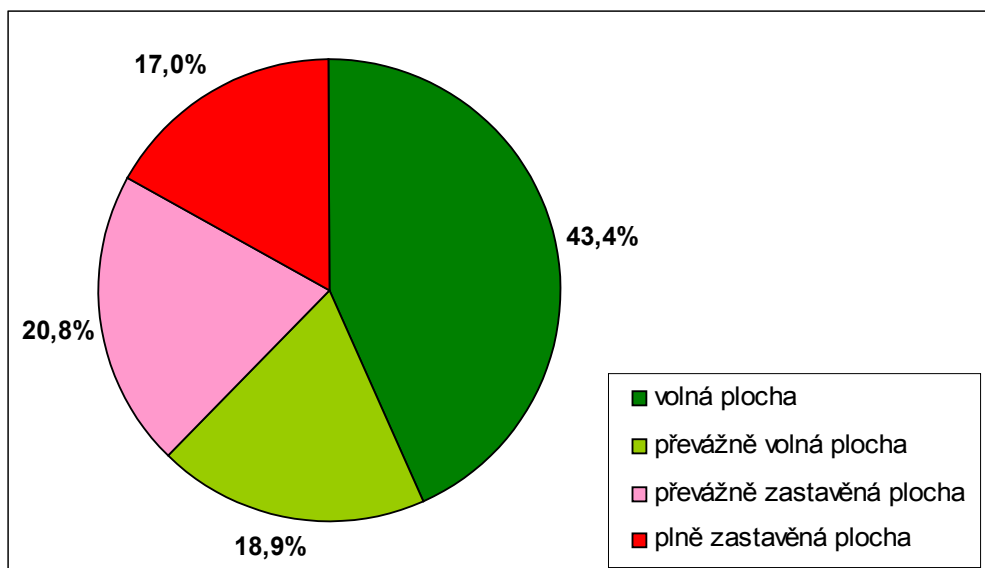
plocha	výměra (m²)	podíl
celková plocha	1 668 381	100,0%
z toho budovy	619 116	37,1%
z toho zpevněné plochy	570 127	34,2%
z toho volné plochy	275 171	16,5%
z toho nezjištěno	203 967	12,2%

3.6.2 Zastavěné a nezastavěné plochy

Nové záměry velkoplošných maloobchodních zařízení a jednotek byly v roce 2008 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.). Převážně zastavěné plochy jsou ty, které splňují kritéria zastavěné plochy na více než 50 % své rozlohy.

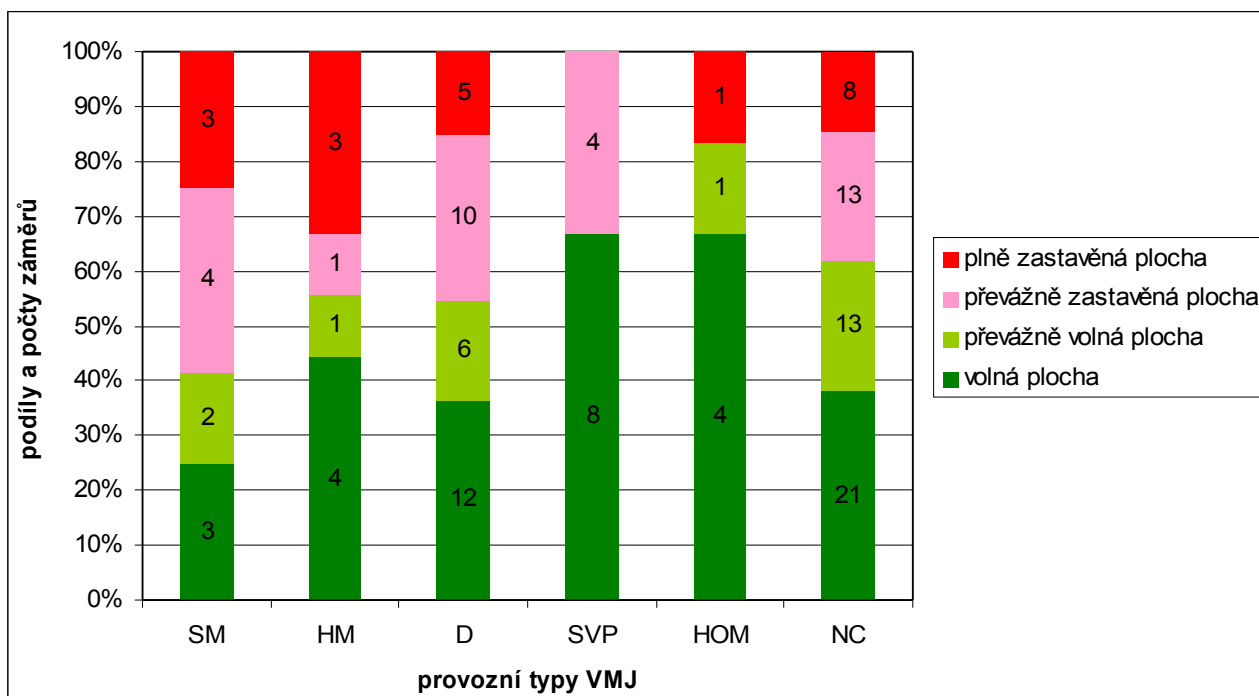
Tab. 5 - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2008.

typ VMJ	volná plocha	převážně volná plocha	převážně zastavěná plocha	plně zastavěná plocha	CELKEM
SM	3	2	4	3	12
HM	4	1	1	3	9
D	12	6	10	5	33
SVP	8		4		12
HOM	4	1		1	6
NC	21	13	13	8	55
celkový počet VMJ	52	23	32	20	127
celkový počet VMZ	46	20	22	18	106



Obr. 4 - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek (všech typů) na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2008.

Z Tab. 5 a Obr. 4 a 5 je vidět, že ze vede umístění velkoplošných maloobchodních zařízení nebo velkoplošných maloobchodních jednotek na volné plochy bez jakékoliv zástavby. V celkovém pohledu jde o 43,4 % záměrů. V případě hobby marketů a specializovaných velkoobchodů jsou na zcela volnou plochu umístěny celé 2/3 záměrů. Hypermarkety jsou na zcela volné plochy umístěny ve 44,4 % případů. Naopak u supermarketů je tento způsob využit pouze v 25 % případů. Kromě supermarketů využívají všechny formáty volné nebo převážně volné plochy a v souhrnném pohledu je to ve 62 % případů. Zcela zastavěné plochy byly využity u 17 % záměrů (v případě supermarketů v 25 % a v případě hypermarketů dokonce v 33,3 % případů).



Obr. 5 - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek (dle typů) na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2008.

Z pohledu celkového potenciálního záboru plochy území ČR záměry velkoplošných maloobchodních zařízení v roce 2008 se ukázalo, že cca **67 % této plochy** je plocha volná a zbytek je plocha zpevněná nebo zastavěná budovami či jinými zařízeními. Celková volná plocha plánovaná

v roce 2008 k záboru byla 1 117 000 m² (cca 112 ha). Znovu se tedy ukazuje, že na volné plochy jsou umísťovány zejména větší formáty prodejen (jak dokazuje i Tab. 5 a Obr. 5).

Tab. 6 - Lokalizace záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek na jednotlivé typy ploch v ČR v roce 2008.

plocha	výměra (m²)	podíl
zábor volné plochy	1 117 000	67,0%
zábor ZPF	748 000	44,8%
z toho zábor ZPF (I. třída ochrany)	105 000	14,0%

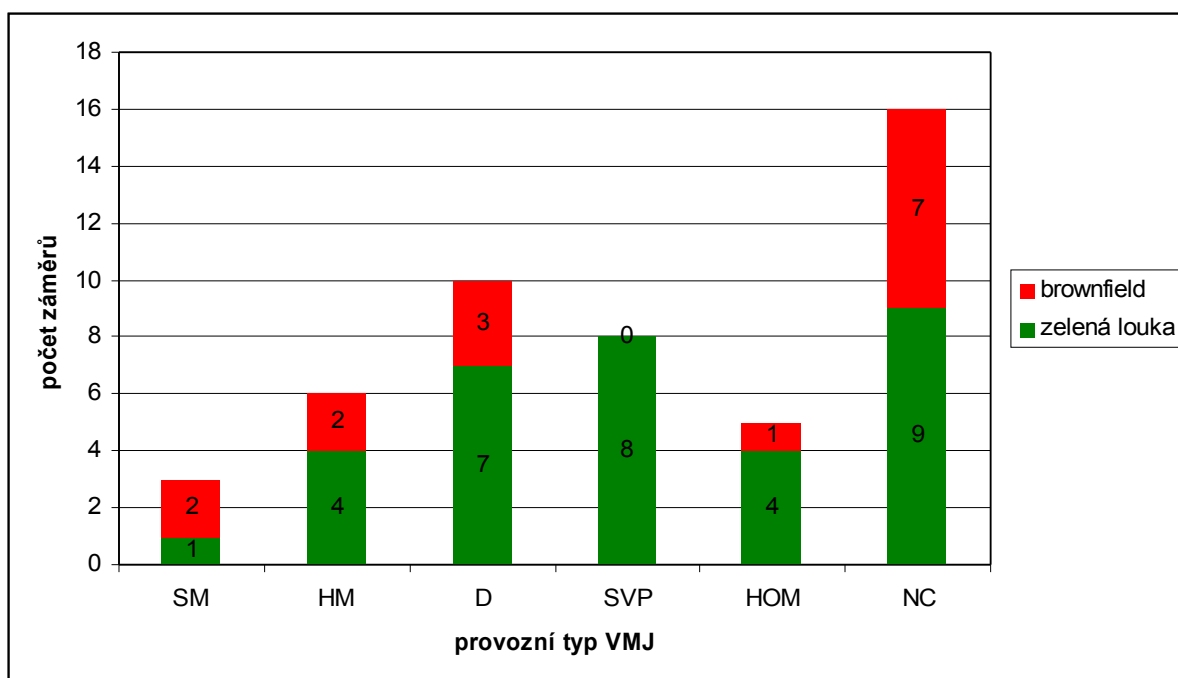
Zábor zemědělské půdy (ZPF) se týkal cca 45 % ploch a souvisel se 53 (tedy polovinou) záměrů. V záboru figuruje 105 000 m² půdy nejvyšší bonity (I. třídy ochrany), která by měla být vyjímána ze ZPF jen pro účely ekologicko-stabilizační a jinak ochranné. Vyjímání pro účely zástavby (tedy likvidace půdy) by měla být výjimečná a mít závažné důvody (například veřejně prospěšné stavby).

3.6.3 Lokalizace na zelené louce a sídelní kaše

Při hodnocení využívání ploch pro lokalizaci nových nákupních zařízení byly zvlášť vyčleněny dvě kategorie. První jsou plochy označované jako „greenfields“, což jsou volné plochy bez jakékoliv zástavby a navíc 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“ či česky „sídlení kaše“ neboli nekontrolovanému rozrůstání města do krajiny, realizovanému pomocí nekvalitní a bez strukturální zástavby (Hnilička, 2005; Wright, 2005). Druhou zvláště sledovanou kategorií jsou plochy „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 3.6.2) a plochy greenfields jsou specifickou podmnožinou volných ploch (viz. část 3.6.2) a tvoří opačné póly z hlediska vhodnosti umísťování nákupních zařízení.

Tab. 7 Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů tzv. „na zelené louce“ (greenfields) a s využitím plochy brownfields v ČR v roce 2008.

typ VMJ	zelená louka	brownfield	ostatní	CELKEM
SM	1	2	9	12
HM	4	2	3	9
D	7	3	23	33
SVP	8	0	4	12
HOM	4	1	1	6
NC	9	7	39	55
celkový počet VMJ	33	15	79	127
celkový počet VMZ	27	12	67	106



Obr. 6 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů tzv. „na zelené louce“ (greenfields) a s využitím plochy brownfields v ČR v roce 2008.

Jak je vidět z grafu na Obr. 6, v umístění všech typů velkoplošných maloobchodních jednotek vede způsob tzv. na zelené louce (plochy greenfields). Zvláště v případě specializovaných velkoprodejen a hobby marketů je využívání greenfields určující. Zábor nad 3 ha plochy je plánován u 14 největších záměrů, které jsou umístěny v osmi případech na volnou plochu a zelenou louku.

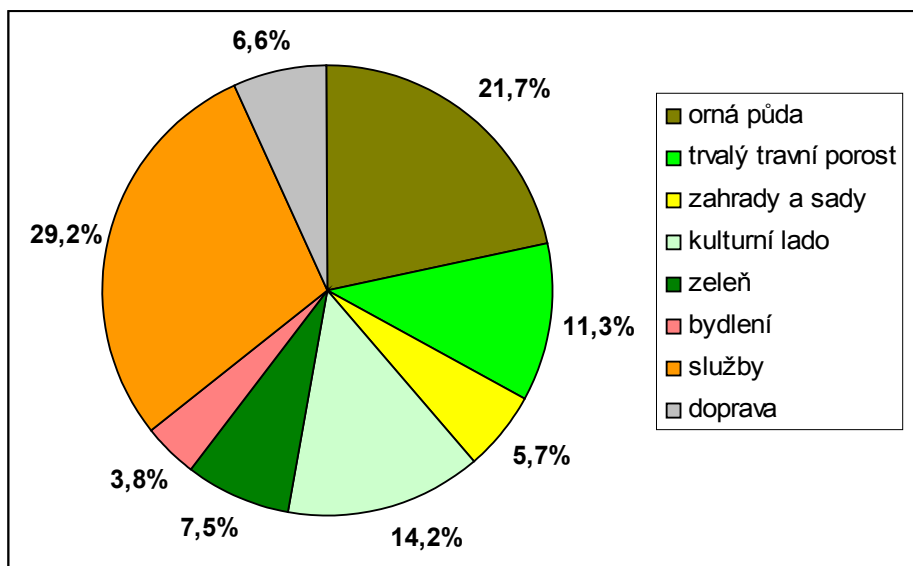
Celková plocha rozšíření sídelní kaše spojené s plánovanými nákupními zařízeními je v roce 2008 celkem 706 000 m² (71 ha). Spolu s rokem 2007 kdy urban sprawl dosáhl 79 ha se tedy jedná o 150 ha sídelní kaše způsobené expanzí velkoplošného maloobchodu ze dva roky.

3.6.4 Typy využívaných ploch a land-use

Lokalizace velkoplošných maloobchodních záměrů mění využití území. V roce 2008 bylo pouze 29 % záměrů umístěno do ploch služeb. Celkem 60 % záměrů mění využití plochy z nezastavěné (zejména zemědělské) plochy na plochu zastavěnou. Shrnutí lokalizace na plochy dle land-use je v Tab. 8 a Obr. 7.

Tab. 8 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle typů ploch (z hlediska jejich dosavadního převažujícího využití) v ČR v roce 2008.

Využití plochy	počet záměrů	podíl
orná půda	23	21,7%
trvalý travní porost	12	11,3%
zahradky a sady	6	5,7%
kulturní lado	15	14,2%
Zeleň	8	7,5%
Bydlení	4	3,8%
obchod a služby	31	29,2%
Doprava	7	6,6%
Celkem	106	100,0%



Obr. 7 - Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle typů ploch (z hlediska jejich dosavadního převažujícího využití) v ČR v roce 2008.

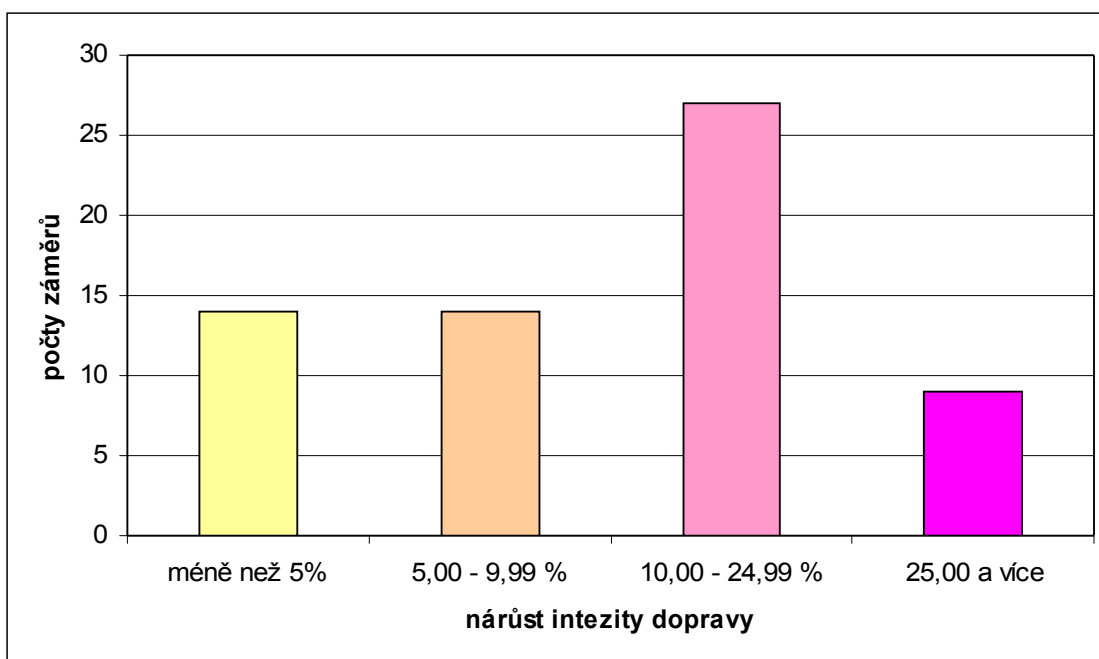
3.7 Doprava

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 Viturky (1998) druhým ze tří základních kritérií umístění maloobchodu. I v roce 2008 se ukázalo, že toto kritérium nezůstává bez vlivu na intenzity 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. 9 a Obr. 8a,b u 64 záměrů, u nichž byly dostupné informace.

Tab. 9 - Předpokládané zvýšení intenzity osobní automobilové dopravy u 100 plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v roce 2008.

nárůst dopravního zatížení	počet záměrů	četnost
méně než 5%	14	21,9%
5,00 - 9,99 %	14	21,9%
10,00 - 24,99 %	27	42,2%
25,00 a více	9	14,1%
CELKEM	64	100,0%
Průměrný nárůst	15,1%	



Obr. 8 - Předpokládané zvýšení intenzity osobní automobilové dopravy u 100 plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v roce 2007

V Tab. 9 a na Obr. 8 je dokumentováno, že nejčastější nárůsty (42 % 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 snižování kvality ovzduší a zvyšování hladiny hluku. Celkem 9 záměrů přesáhlo hranici 25 % původní intenzity osobní automobilové dopravy. Více než 10 % nárůsty se tedy očekávají u 56 % záměrů hodnocených z hlediska dopravy což je stejný výsledek jako ve studii za rok 2007. Ve třech případech je plánováno extrémní zatížení veřejné komunikace ve smyslu nárůstu intenzity o 94, 115 a dokonce o 278 %. Jednalo se o záměry obsahující supermarkety a nákupní centra umístěné většinou na volné ploše, ale v blízkosti hustě obydlených ploch. Jde sice o extrémní případy s malou četností, ale ukazuje se, že posuzovací procesy nedokáží záměry s takovými nároky na veřejnou infrastrukturu eliminovat nebo dosáhnout kompenzace vlivu.

3.7.2 Doprava v klidu

V roce 2008 bylo naplánováno 88 parkovišť na povrchu, 17 v podzemí a 8 v budovách. V rámci těchto parkovišť má vzniknout 22 275 nových parkovacích míst pro účely návštěvy plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení. Z tohoto počtu bylo 66 % parkovacích míst naplánováno jako povrchová stání, 26 % jako stání v podzemí budov, půdorysu budov a 8 % jako stání v samostatných budovách nákupních zařízení (či v samostatných parkovacích domech).

Tab. 10 - Počty parkovišť a parkovacích míst plánované jako součást velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v roce 2008.

typ parkoviště	počet parkovišť	počet míst
povrchové	88	14 722
podzemní	17	5 803
v budově	8	1 750
CELKEM	113	22 275

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; dřeviny mimo les)
 - z hlediska územních ochrany přírody a krajiny (velkoplošná i maloplošná chráněná území, významné krajinné prvky, přírodní parky, území Natura 2000)
 - z hlediska komplexní ochrany krajiny (ochrana ekologické stability území - ÚSES)
2. abiotické (v případě této studie hydrologické poměry území - speciálně záplavová území).

3.8.1 Zvláště chráněné složky přírody a krajiny

Mezi zvláště chráněné složky přírody a krajiny v tomto případě patří chráněná území (velkoplošná i maloplošná, přírodní parky, významné krajinné prvky registrované i ze zákona), zvláště chráněné druhy rostlin a živočichů a skladebné prvky územního systému ekologické stability.

Tab. 11 – Vlivy záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek na skladebné prvky Územního systému ekologické stability (ÚSES) v ČR v roce 2008.

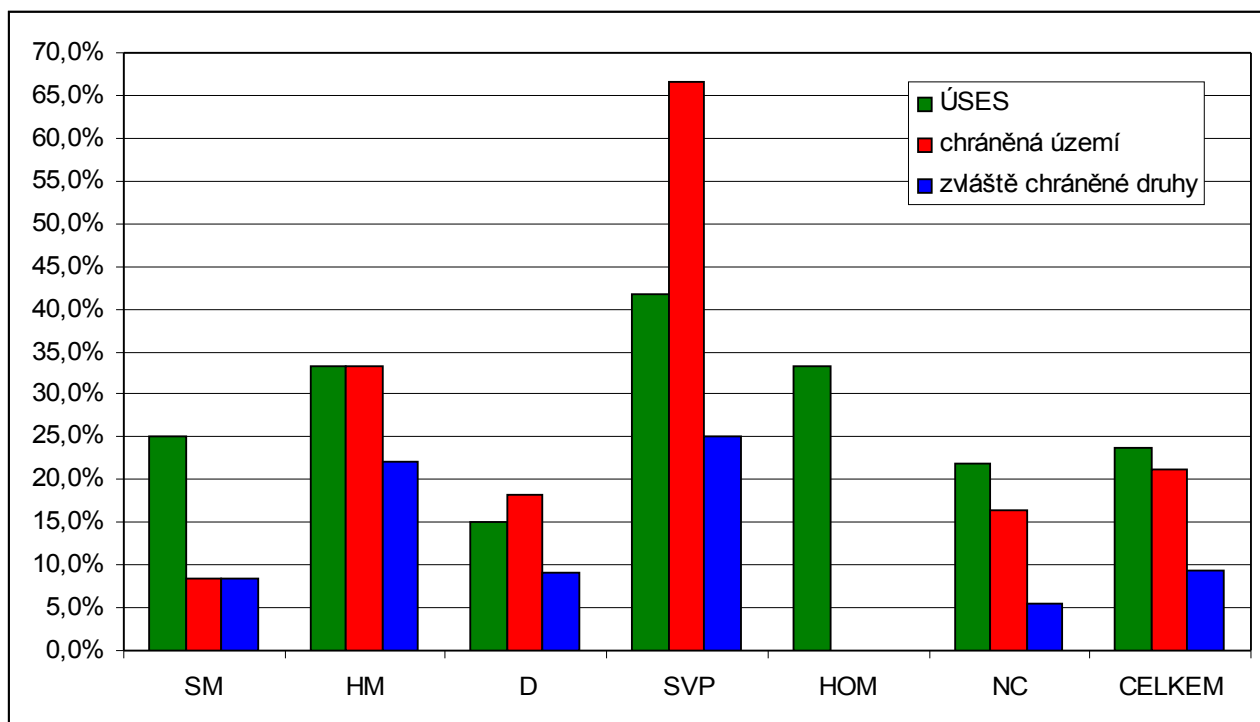
provozní typ	narušení prvku ÚSES	narušení plánovaného ÚSES	narušení interakčního prvku	bez vlivu	celkem	podíl
SM			3	9	12	25,0%
HM			3	6	9	33,3%
D	1		4	28	33	15,2%
SVP	1		4	7	12	41,7%
HOM			2	4	6	33,3%
NC		1	11	43	55	21,8%
Celkový počet VMJ	2	1	27	97	127	23,6%
celkový počet VMZ	2	1	19	84	106	20,8%

Tab. 12 – Vlivy záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení na chráněná území (velkoplošná, významné krajinné prvky, NATURA 2000, přírodní parky) v ČR v roce 2008.

provozní typ	narušení VCHÚ (4. zóna)	narušení VKP	narušení okolí VKP	narušení NATURA 2000	narušení PP	bez vlivu	celkem	podíl
SM					1	11	12	8,3%
HM	1	1	1			6	9	33,3%
D	1		5			27	33	18,2%
SVP	1	1	5	1		4	12	66,7%
HOM						6	6	0,0%
NC	1	1	7			46	55	16,4%
celkový počet VMJ	4	3	18	1	1	100	127	21,3%
celkový počet VMZ	3	3	12	1	1	86	106	18,9%

Tab. 13 – Vlivy záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení na zvláště chráněné druhy živočichů (biotopy, oblasti výskytu, prostředí) v ČR v roce 2008.

provozní typ	biotop zvláště chráněného živočicha	prostředí zvláště chráněného živočicha	bez vlivu	celkem	podíl
SM		1	11	12	8,3%
HM	2		7	9	22,2%
D		3	30	33	9,1%
SVP	2	1	9	12	25,0%
HOM			6	6	0,0%
NC	1	2	52	55	5,5%
celkový počet VMJ	5	7	115	127	9,4%
celkový počet VMZ	3	5	98	106	7,5%



Obr. 9 – Vlivy záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení na chráněné přírodní složky v území (ÚSES, chráněná území, zvláště chráněné druhy živočichů) v ČR v roce 2008.

Tab. 11 – 13 a Obr. 9 dokumentují, že celkem 31 % záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek v roce 2008 počítá s nějakým vlivem na (zvláště chráněné) přírodní složky území 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, Přírodní park – viz z.č. 114/1992) nebo o narušení biotopu či prostředí zvláště chráněného živočicha (dle z.č. 114/1992 a vyhl. 395/1992).

Nejčastěji se jedná o narušení interakčního prvku ÚSES, což nastalo v 27 případech. Vliv na zvláště chráněné živočichy je naopak spíše ojedinělý. Chráněná území byla nejčastěji (21 případů) narušována formou lokalizace s vlivem na významný krajinný prvek (často řeka či říční niva) nebo ve 4. zóně CHKO (4 případy), v jednom případě byl záměr naplánován do přírodního parku a v jednom do těsné blízkosti Evropsky významné lokality v systému NATURA 2000.

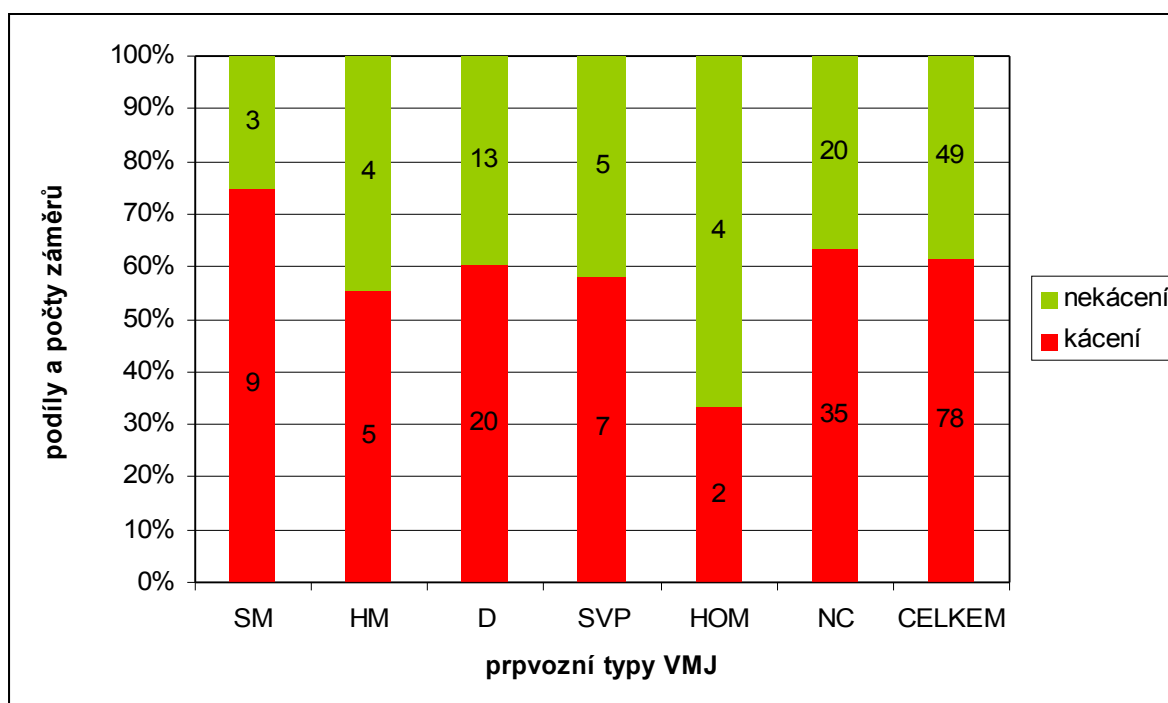
Největší zátěž pro přírodní (chráněné) složky území budou představovat specializované velkoobchody a také hypermarkety naplánované v roce 2008. Souvisí to s již uváděnou lokalizací těchto formátů na volné plochy a zelené louky.

3.8.2 Dřeviny rostoucí mimo les

Mimo les rostoucí dřeviny (stromy a keře) jsou častým prvkem v urbánní i suburbánní krajině. V případě lokalizace nákupních zařízení na volné či převážně volné plochy (ale i plochy převážně zastavěné či zastavěné) dochází ke konfliktu s ochrannou těchto dřevin.

Tab. 14 – Vliv plánovaných záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek na dřeviny a nutnost kácení stromů či keřů v ČR v roce 2008.

provozní typ	kácení	nekácení	celkem	podíl
SM	9	3	12	75,0%
HM	5	4	9	55,6%
D	20	13	33	60,6%
SVP	7	5	12	58,3%
HOM	2	4	6	33,3%
NC	35	20	55	63,6%
celkový počet VMJ	78	49	127	61,4%
celkový počet VMZ	62	44	106	58,5%



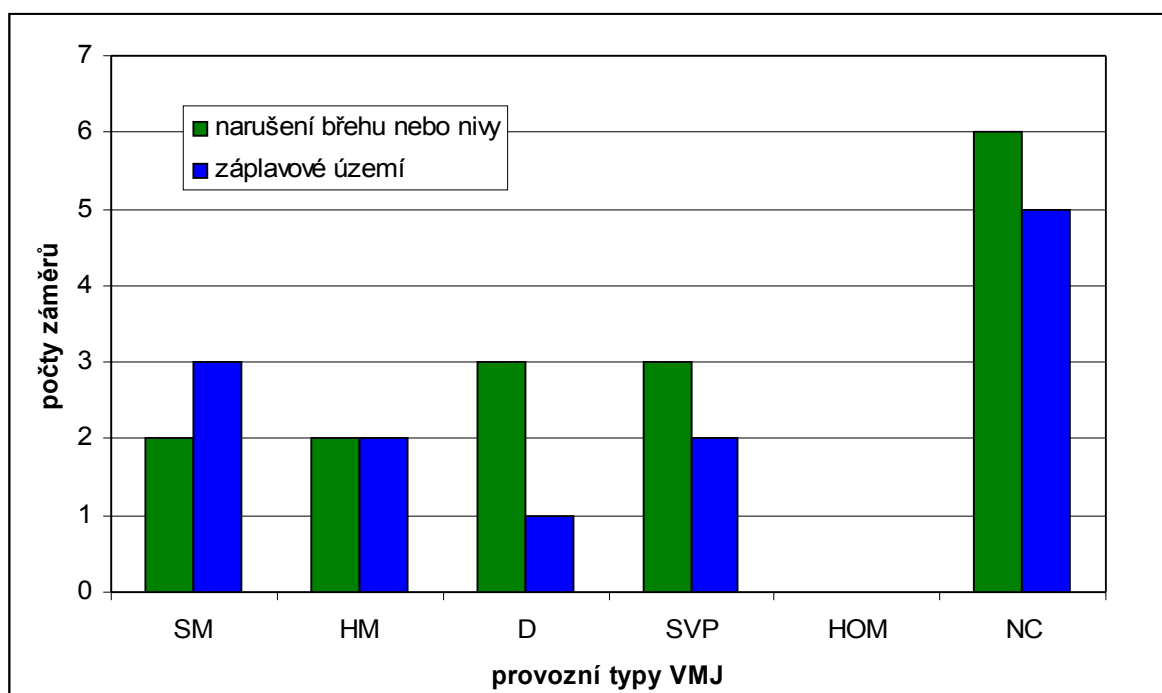
Obr. 10 - Vliv plánovaných záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek na dřeviny a nutnost kácení stromů či keřů v ČR v roce 2008.

Z Tab. 14 a Obr. 10 se ukazuje, že v případě všech formátů (s výjimkou řídce zastoupených hobby marketů) je v nadpoloviční většině případů nutné kácení stromů či keřů pro účely výstavby. V celkovém pohledu má dojít ke kácení v 61 % případů. Nejvyšší podíl záměrů s kácením je u supermarketů (75 %), u ostatních typů (kromě zmíněných hobby marketů) je pak vyrovnaný kolem 60 %.

3.8.3 Hydrologické poměry v území

Tab. 15 - Lokalizace plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů způsobem narušujícím říční nivu či břeh vodního toku a lokalizace v záplavovém území řek v ČR v roce 2008.

provozní typ	narušení břehu nebo nivy		záplavové území		celkem záměrů
	počet	podíl	počet	podíl	
SM	2	16,7%	3	25,0%	12
HM	2	22,2%	2	22,2%	9
D	3	9,1%	1	3,0%	33
SVP	3	25,0%	2	16,7%	12
HOM	0	0,0%	0	0,0%	6
NC	6	10,9%	5	9,1%	55
CELKEM	16	12,6%	13	10,2%	127
celkový počet VMZ	12	11,3%	9	8,5%	106



Obr. 11 - Lokalizace plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů způsobem narušujícím říční nivu či břeh vodního toku a lokalizace v záplavovém území řek v ČR v roce 2008.

Obr. 11 a Tab. 15 dokumentuje, že celkem 12,5 % záměrů (16 VMJ) bylo v roce 2008 lokalizováno způsobem, který narušuje břeh vodního toku nebo nivu v blízkosti toku. Do záplavového území bylo naplánováno 13 záměrů (10 %). Tento postup se nejvíce týká supermarketů, hypermarketů a specializovaných velkoobchodů.

3.8.4 Celkový vliv na krajinu

Kromě jednotlivých složek krajiny lze hodnotit i kumulativní vliv umístění nákupního zařízení na krajinu. Ve výzkumu byl negativní vliv na krajinu identifikován v případě, že došlo k vlivu dle částí 3.8.1 a 3.8.3 a dále v případě lokalizace na zelené louce či zástavby zelené plochy ve městě a podobných narušení uspořádání městské a příměstské krajiny. I toto hodnocení dokazuje významný vliv zejména velkých formátů (specializované velkoobchody, hobby markety) a také diskontů (častá lokalizace na zelené louce a menších volných plochách ve městech). Naopak nejčastější formát (nákupní centrum) zasáhl do krajiny pouze v 34,5 % případů (to je dáno pravděpodobně početnou skupinou vnitroměstských záměrů polyfunkčních domů).

Tab. 16 – Vliv plánovaných záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení na krajinu v ČR v roce 2008.

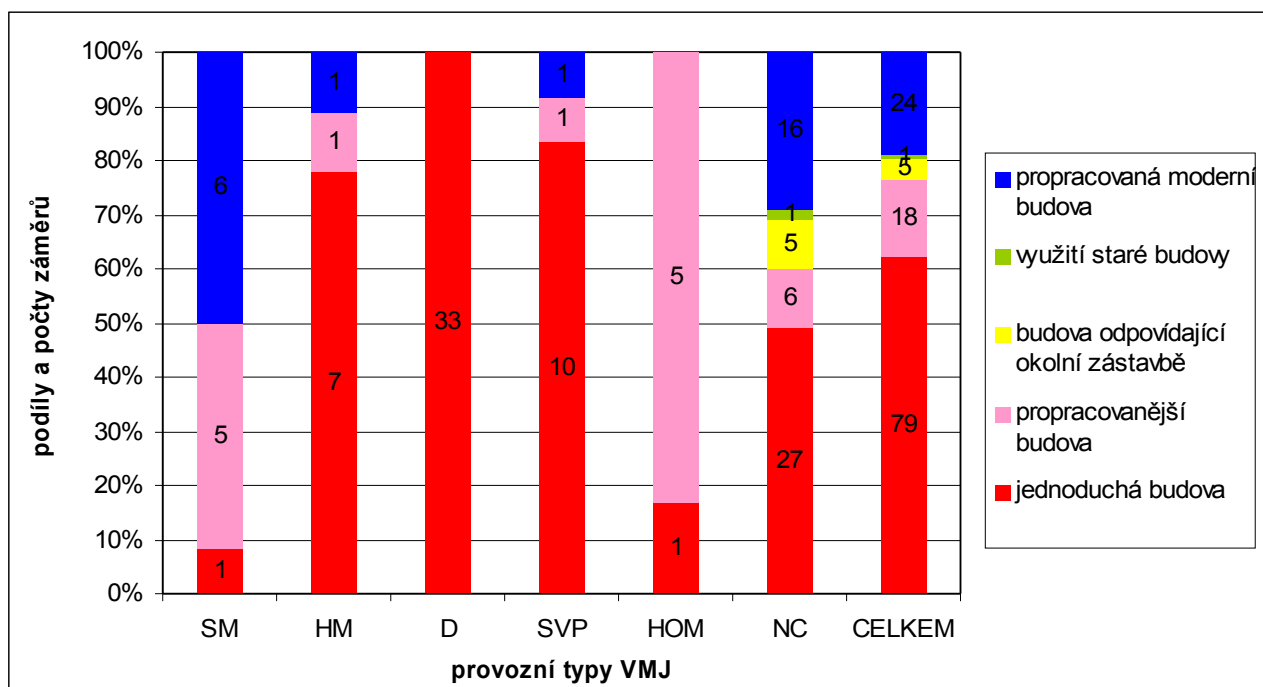
provozní typ	negativní vliv na krajinu	celkem záměrů	podíl
SM	6	12	50,0%
HM	4	9	44,4%
D	17	33	51,5%
SVP	11	12	91,7%
HOM	4	6	66,7%
NC	19	55	34,5%
celkový počet VMJ	61	127	48,0%
celkový počet VMZ	49	106	46,2%

3.9 Kulturní hodnoty v území

Nákupní zařízení většinou využívají architektonicky nenáročná 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.

Tab. 17 - Architektonická náročnost budov plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek v ČR v roce 2008.

provozní typ	jednoduchá budova	propracovanější budova	budova odpovídající okolní zástavbě	využití staré budovy	propracovaná moderní budova	celkem záměrů
SM	1	5			6	12
HM	7	1			1	9
D	33					33
SVP	10	1			1	12
HOM	1	5				6
NC	27	6	5	1	16	55
CELKEM	79	18	5	1	24	127



Obr.12 - Architektonická náročnost budov plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek v ČR v roce 2008.

V roce 2008 bylo naplánováno celkem 134 nových budov pro účely 127 velkoplošných maloobchodních jednotek (v některých případech byly navrženy zvlášť skladové budovy, parkovací domy apod.). Jedna stávající budova je zamýšlena pro nové využití jako nákupní centrum. Jak dokládá Tab. 17 a Obr. 12 v roce 2008 bylo 62 % budov naplánovaných jako jednoduché stavby (jednopodlažní či dvoupodlažní, parkovací plocha na povrchu země), 14 % budov je o něco propracovanějších (vzhled, parkovací plochy v budově či v podzemí apod.), v 19 % případů šlo o moderní budovu (použití exkluzivnějších materiálů a důraz na estetický vzhled). Zbytek případů (pouze 4 %) bylo zakomponováno do okolní zástavby (budova odpovídající okolním) a v 1 případě byla využita i stávající budova.

Z hlediska provozních typů se potvrdilo, že nejjednodušší postupy volí diskontní prodejny (všech 33 záměrů), tedy jednoduché a účelné 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 polovině případů moderní budovy a ve druhé polovině případů pak jednoduché budovy (většinou však propracovanější než diskonty). Největší diverzita forem nastala u nákupních center (jedna z důvodů nejčtenějšího provozního typu, ale také z důvodu pestré škály nákupních center, která byla plánována). Nadpoloviční většina budov má být sice jednoduchá (týká se to zejména koncesionářských center a retail parků), ale 14 záměrů počítá s moderní budovou a 4 s budovou zcela začleněnou do zástavby (z toho v jednom případě využití stávající budovy).

V rámci této části byl také hodnocen soulad s okolím plánované výstavby z hlediska kulturních hodnot v okolí. Kulturní hodnoty v tomto případě představovaly nejen kulturní památky a historické budovy, ale také případy, kdy je okolí ztvárněno urbanisticky či architektonicky hodnotným způsobem (dle dokumentace k záměrům a dalším podkladům k lokalitám záměrů). Výsledkem je Tab. 17.

Tab. 17 – Vliv plánovaných záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení na kulturní hodnoty v území (kulturní mapátky v okolí, narušení hodnotného výsledku architektonické či urbanistické tvorby) v ČR v roce 2008.

provozní typ	negativní vliv na kulturní hodnoty	celkem záměrů	podíl
SM	6	12	50,0%
HM	2	9	22,2%
D	5	33	15,2%
SVP	1	12	8,3%
HOM	0	6	0,0%
NC	10	55	18,2%
celkový počet VMJ	24	127	18,9%
celkový počet VMZ	18	106	17,0%

Z výsledku vyplývá, že kulturní hodnoty nejvíce narušují supermarkety, který byly v roce 2008 plánovány často do zastavěných oblastí. Ostatní provozní typy mají výrazně menší potenciál narušovat kulturní hodnoty území (naopak, ale narušují ve větší míře přírodní hodnoty – viz. kapitola 3.8).

3.10 Obyvatelstvo

Záměry nových velkoplošných maloobchodních zařízení byly v roce 2008 často v konfliktu s bydlením a dalším přímým využíváním území obyvatelstvem. Identifikován byl 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) v celkem 26 % případů plánovaných velkoplošných maloobchodních jednotek. Celkem

40 % záměrů přináší 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 34 % záměrů je plánováno se zanedbatelným vlivem na obyvatelstvo (lokalizace mimo přímé sousedství s obytnou zástavbou a s méně než 10 % nárůsty dopravní intenzity).

3.11 Kumulace vlivů

K umístování 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 pro účely této práce lze 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 než již působí jiné velkoplošné maloobchodní zařízení nebo na než plánuje působit jiný záměr velkoplošného maloobchodního zařízení. Aby se jednalo 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 2008 naplánováno). Pro takto určenou kumulaci vlivů lze říci, že se týká celkem 53,8 % záměrů naplánovaných v České republice v roce 2008.

4. Shrnutí výsledků výzkumu

Výzkum dokumentací nově plánovaných záměrů výstavby velkoplošných maloobchodních zařízení a jednotek v roce 2007 v České republice opět odhalil celou řadu parametrů expanze velkoplošného maloobchodu a střety této expanze s ochranou přírody a životního prostředí. V roce 2008 bylo naplánováno (respektive zkráceným či celým procesem posuzování vlivů na životní prostředí prošlo) celkem 106 velkoplošných maloobchodních zařízení obsahujících celkem 127 velkoplošných maloobchodních jednotek. U celkem 48 podlimitních záměrů využil odpovědný úřad možnosti upustit i od zjišťovacího řízení. Celkem tedy bylo navrženo 175 velkoplošných maloobchodních jednotek. Z těchto záměrů lze 69 jednotek charakterizovat jako nákupní centra (všech velikostí), 49 jako diskonty, 22 jako supermarkety, a dále 20 specializovaných velkoobchodů, 9 hypermarketů a 6 hobby marketů. Lze také konstatovat, že pouze 2 záměry prošly celým procesem EIA (z.č. 100/2001). Trvá také skutečnost, že se od 1. září 2007 může v souladu se zákonem vyhnout (a vyhýbá) kontrole veřejnosti a posouzení možných negativních dopadů celá řada zásadních záměrů. Příkladem je například prodejna Lidl navržena v roce 2008 v Nové Pace se zastavenou plochou 1667 m² a 99 parkovacími místy. V hodnocení vlivů bylo uvažováno jen se 106 záměry posouzenými zjišťovacím řízením neboť ke zbytku není dostatek podkladů a informací.

Plánování nákupních center je významné zejména v Moravskoslezském kraji, Praze a Jihomoravském kraji, tedy v zónách s třemi velkými městy (Ostrava, Praha, Brno) a velkým počtem i hustotou obyvatel. Diskonty expandovali zejména v Moravskoslezském kraji, který je nejexponovanější i v souhrnném pohledu pro všechny provozní typy.

Nejvíce velkoplošných maloobchodních jednotek v roce 2008 v České republice bylo naplánováno do obcí ve velikostní kategorii nad 200 000 obyvatel. To je největší změna oproti roku 2007, kdy byla většina plánovaných záměrů v obcích od 20 do 50 000 obyvatel. Změna souvisí s uvedeným prvenstvím nákupních center mezi provozními formáty a rozmachem polyfunkčních budov v Praze a Ostravě. Druhá nejjobsazovanější kategorie je 5 000 – 9 900 obyvatel, což je spojeno zejména s expanzí diskontních řetězců.

Nové záměry velkoplošných maloobchodních zařízení byly v roce 2008 plánovány většinou do okrajových částí měst. Nejčastěji je zamýšlené umístění na předměstí a konkrétnější modelová situace je pak umístění nákupního centra (nákupní galerie, koncesionářské prostory, retail park) na předměstí Prahy, Brna či Ostravy.

43,4 % záměrů bylo naplánováno na zcela volnou plochu a naopak 17 % záměrů na zcela zastavěnou plochu. V roce 2008 se ukázalo, že cca 67 % plochy záboru velkoplošnými záměry je plocha volná a zbytek je plocha zpevněná nebo zastavěná budovami či jinými zařízeními. Celková volná plocha plánovaná v roce 2008 k záboru byla 1 117 000 m². Volné plochy využívaly zejména větší formáty prodejen.

Zemědělská půda byla zabírána v polovině případů a v celkové rozloze 748 000 m². Zábor plochy nad 3 ha plochy je plánován u 14 největších záměrů, které jsou umístěny v osmi případech na volnou plochu a zelenou louku. Celková plocha rozšíření sídelní kaše spojené s plánovanými nákupními zařízeními je v roce 2008 celkem 706 000 m² (71 ha). Spolu s rokem 2007 kdy urban sprawl dosáhl 79 ha se tedy jedná o 150 ha sídelní kaše způsobené expanzí velkoplošného maloobchodu ze dva roky.

Lokalizace velkoplošných maloobchodních záměrů mění využití území. V roce 2008 bylo pouze 29 % záměrů umístěno do ploch služeb. Celkem 60 % záměrů mění využití plochy z nezastavěné (zejména zemědělské) plochy na plochu zastavěnou.

Nejčastější nárůsty (42 % případů) intenzity osobní automobilové dopravy se pohybují v rozmezí 10 – 24,99 %. Celkem 9 záměrů přesáhlo hranici 25 % původní intenzity osobní automobilové dopravy. Extrémní nárůsty dopravy (přes 100 či 200 %) se očekávají u záměrů obsahujících supermarkety a nákupní centra umístěné většinou na volné ploše, ale v blízkosti hustě obydlených ploch.

V roce 2008 bylo naplánováno 88 parkovišť na povrchu, 17 v podzemí a 8 v budovách. V rámci těchto parkovišť má vzniknout 22 275 nových parkovacích míst pro účely návštěvy plánovaných

velkoplošných maloobchodních zařízení. Z tohoto počtu bylo 66 % parkovacích míst naplánováno jako povrchová stání, 26 % jako stání v podzemí budov půdorysu budov a 8 % jako stání v samostatných budovách nákupních zařízení (či v samostatných parkovacích domech).

Výsledky výzkumu dokumentují, že celkem 31 % záměrů velkoplošných maloobchodních jednotek v roce 2008 počítá s nějakým vlivem na (zvláště chráněné) přírodní složky území ať už se jedná o (1) narušení územního systému ekologické stability (ÚSES) nebo (2) o narušení chráněného území nebo o narušení biotopu či prostředí zvláště chráněného živočicha. Nejčastěji se jedná o narušení interakčního prvku ÚSES což nastalo v 27 případech.

V případě všech formátů (s výjimkou řídce zastoupených hobby marketů) je v nadpoloviční většině případů nutné kácení stromů či keřů pro účely výstavby. V celkovém pohledu má dojít ke kácení v 61 % případů.

Celkem 12,5 % záměrů (16 VMJ) bylo v roce 2008 lokalizováno způsobem, který narušuje břeh vodního toku nebo nivu v blízkosti toku. Do záplavového území bylo naplánováno 13 záměrů (10 %).

Hodnocení celkového vlivu na krajinu dokazuje významný vliv zejména velkých formátů (specializované velkoprodejny, hobby markety) a také diskontů (častá lokalizace na zelené louce a menších volných plochách ve městech). Naopak nejčastější formát (nákupní centrum) zasáhl do krajiny pouze v 34,5 % případů.

V roce 2008 bylo 62 % budov naplánovaných jako jednoduché stavby (jednopodlažní či dvoupodlažní, parkovací plocha na povrchu země), 14 % budov je o něco propracovanějších (vzhled, parkovací plochy v budově či v podzemí apod.), v 19 % případů šlo o moderní budovu (použití exkluzivnějších materiálů a důraz na estetický vzhled). Součástí této práce však není hodnocení vlivu na architektonický ráz místa. Zbytek případů (pouze 4 %) bylo zakomponováno do okolní zástavby (budova odpovídající okolním) a v 1. případě byla využita a stávající budova. Nejjednodušší typ volily ve 100% případů diskonty, naopak nejméně supermarkety. Největší pestrost architektonických přístupů byla u nákupních center. Kulturní hodnoty v území nejvíce narušují supermarkety, který byly v roce 2008 plánovány často do zastavěných oblastí. Ostatní provozní typy mají výrazně menší potenciál narušovat kulturní hodnoty území.

Celkem 40 % záměrů přináší malý vliv na obyvatelstvo a 26 % velký vliv. Zbýlých 34 % záměrů je plánováno se zanedbatelným vlivem na obyvatelstvo. Kumulace vlivů (s jiným záměrem nebo s existující velkoprodejnou) se týká celkem 53,8 % záměrů naplánovaných v České republice v roce 2008.

5. Regulace expanze velkoplošného maloobchodu v území

Vzhledem k identifikovaným negativním dopadům expanze velkoplošných maloobchodních zařízení na životní prostředí je na místě vyvíjet a aplikovat regulace, které expanzi usměrní a omezí její environmentální dopady v České republice. Následující návrhy vychází z praktických zkušeností při účasti v územním plánování a rozhodovacích procesech a opírá se teoreticky o českou územně plánovací legislativu a odborné zdroje (např. ÚÚR, 2007; EK, 2000; Koželouh, 2008).

a) Plochy pro umístění maloobchodu

- umožnit umístování velkoplošných maloobchodních zařízení pouze v jednom konkrétním funkčním typu ploch (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)
- vymezit 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 umísťovat 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 nepřipustnost 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 umístování VMZ u tranzitních komunikací a městských okruhů
- VMZ umísťovat 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) Usměrnování 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 umísťovat 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 2008 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 2008 vede k stále většímu záboru volných ploch a vzniku sídelní kaše, nárůstům intenzit dopravy v nezanedbatelných měřících. 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 popsaným v kapitole 3 a shrnutým v kapitole 4 je jasné, že musíme hledat účinná opatření k posílení regulačních mechanismů. V kapitole 5 je 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. Je však 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 ekonomické moci maloobchodních řetězců jako je omezení 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 přímo specifikována.

Přestože prostorová expanze velkoplošného maloobchodu z větší části v České republice pravděpodobně již 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, které 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

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

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

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.

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

Koželouh, J. (2008): Environmentální dopady plánované prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2007. Studie. NESEHNUTÍ. Brno, 39 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.

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>.

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.

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

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.

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

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

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

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

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

Metodický pokyn MŽP OOLP/1067/96 ze dne 1. 10. 1996, k odnímání půdy ze zemědělského půdního fondu podle zákona č. 334/1992 Sb. (2008).

Summary

Environmental impacts of planned spatial expansion of large scale retail in the Czech republic 2008 (research results)

Author: Jiří Koželouh (Independent Social Ecological Movement – NESEHNUTÍ)

These research results summarize research of planned large scale retail facilities and stores documentations in 2008 in the Czech republic. The research concentrates on aspect planned environmental impact of these intents. In 2008 there were planned 154 large scale retail facilities (LSRF) which includes total 175 large scale retail stores (69 malls, 49 discount stores, 22 supermarkets, 20 specialized large scale stores, 9 hobby markets, 10 hypermarkets). Only 106 LSRF were reminded environmental impact assessment and these intents were able to researched in this research.

Most used functional type – shopping centers were planned especially in the Moravian Silesia region, Praha (Prague) and South Moravia region (because of three large cities Ostrava, Praha, Brno). The most exposed region for discount stores and for all formats is Moravian Silesia region.

In light of towns and villages the most engaged category in the year 2008 was town (or city) with number of the population from 200 000 and more. The reason of this fact is that the most used format was shopping center. The second engaged category was town with number of population 5 000 – 9 000 inhabitants (because of expansion of discount stores). Intents of large scale retail stores (LSRS) were planned mostly on edge parts of the towns in 2008. Model situation is the localization of shopping center (mall, retail park) on the periphery of the largest cities in the Czech republic (Praha, Brno, Ostrava).

In the complex view there were 43,4 % intents localized on the quite free area. Total free land for localization of intents was 1 117 000 m² and it is 67 % of all area for new LSRF. Localization on the greenfields (49 cases) bind over the localization on the brownfields (20 cases). Total area of new urban sprawl connected with retail is in the 2008 total 712 000 m² (71 hectares). For years 2007-2008 was urban new sprawl 150 hectares. Quite 50 % of intents were planned in 2008 on the area of agriculture soil and total planned occupation of agriculture soil were 748 000 m².

Localization of intents change the land-use. There were only 29 % of new intents localized on the areas of trade and services. 60 % of intents change the land-use from un-built (free area) into the build ground.

Large scale retail facilities are localized near the important roads. Planned traffic increases (individual transportation) in the year 2008 most often (42 % cases) were at intervals 10 – 24,9 %. Quite 9 intents extend beyond 25 %. There were planned 88 parking places on the land, 17 under surface and 8 in the buildings. There were planned 22 275 new park places.

Quite 31 % intents of large scale retail stores in the 2008 impact (specially protected) spatial component in light of nature and landscape conservation – mostly (27 intents) component of system of ecological stability. Quiet 10 % intents (therefore 13 large scale retail stores) were localized in to the flood area in the 2008. Significant wood cutting is planned as a part of 61 % intents.

Landscape impact assessment pointed to significant impact of especially large formats (specialized large scale stores, hobby markets) and discounts stores (frequent localization on the greenfields and smaller free areas in the towns).

There were 62 % buildings designed as a simple buildings, 14 % buildings are more subtle, 19 % cases are modern building. Other cases (only 4 %) were integrate into the surrounding build-up area or there were used a existing building (1 case).

40 % intents have got a small impact on the inhabitants, 26 % have got a big impact. Other 34 % haven't got any relevant impact on the inhabitants. Cumulation of impact was identified in the 53,8 % cases.

There were identified mostly excessive abandonment of a spatial planning limits for retail as a reason of this situation. There are present (in sequence with research results and foreign experiences) the recommendation for Czech republic on the field of land-use planning – from Spatial development policy to local land-use plans (un-built area protection, sequence with residential areas and transport, nature and landscape protection).