

NESE HNŮTÍ



## Environmentální dopady prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice 2003–2009

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](http://www.blokovygrant.cz)).

**Název:** Environmentální dopady prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice 2003–2009

**Autor:** Jiří Koželouh

**Lektorovali:** Zdeňek Rous, Milan Štefanec

**Vydalo:**

NEzávislé Sociálně Ekologické HNUTÍ – NESEHNUTÍ

tř. Kpt. Jaroše 18

602 00 Brno

tel./fax: 543 245 342

e-mail: [brno@nesehnuti.cz](mailto:brno@nesehnuti.cz)

[www.nesehnuti.cz](http://www.nesehnuti.cz), [www.hyper.cz](http://www.hyper.cz)

**Jazykové korektury:** Rita Kindlerová, Lenka Schindlerová, Jarmila Přibyllová

**Sazba a typografická úprava:** Radim Šašinka, [www.larvagrafik.com](http://www.larvagrafik.com)

ISBN (978-80-87217-06-1)

Vyšlo v dubnu 2010. Materiál nemusí vyjadřovat názory institucí, které finančně podpořily jeho vydání.

Vytištěno na recyklovaném papíře. Obálka je vyrobena z papíru s certifikací FSC (Forest Stewardship Council) označující výrobky z ekologicky a sociálně šetrného lesního hospodaření.

# Obsah

1. Cíl a zadání výzkumu . . . . .	4
2. Postup . . . . .	5
2.1 Stanovení parametrů . . . . .	5
2.2 Stanovení kritérií . . . . .	6
3. Výsledky výzkumu . . . . .	7
3.1 Počty záměrů . . . . .	7
3.2 Hodnocení záměrů z hlediska vlivů na životní prostředí . . . . .	8
3.3 Provozní typy velkoplošných obchodů . . . . .	8
3.4 Lokalizace v sídelní síti České republiky . . . . .	10
3.5 Lokalizace ve struktuře sídla . . . . .	12
3.6 Výběr ploch pro lokalizaci . . . . .	13
3.6.1 Záběr ploch . . . . .	13
3.6.2 Zastavěné a nezastavěné plochy . . . . .	13
3.6.3 Lokalizace na zelené louce a sídelní kaše . . . . .	15
3.6.4 Typy využívaných ploch a land-use . . . . .	16
3.7 Doprava . . . . .	18
3.7.1 Intenzity osobní automobilové dopravy . . . . .	18
3.7.2 Doprava v klidu . . . . .	19
3.8 Přírodní složky prostředí . . . . .	19
3.8.1 Zvláště chráněné složky přírody a krajiny . . . . .	19
3.8.2 Dřeviny rostoucí mimo les . . . . .	22
3.8.3 Hydrologické poměry v území . . . . .	23
3.8.4 Celkový vliv na krajinu . . . . .	24
3.9 Kulturní hodnoty v zastavěném území . . . . .	24
3.10 Obyvatelstvo . . . . .	25
3.11 Kumulace vlivů . . . . .	26
4. Shrnutí výsledků výzkumu . . . . .	27
5. Regulace expanze velkoplošného maloobchodu v území . . . . .	30
Závěr . . . . .	32
Použité zdroje . . . . .	33
Summary . . . . .	34

# 1. Cíl a zadání výzkumu

Cílem výzkumu je zmapovat časovou a prostorovou strukturu expanze řetězců velkoplošných nákupních zařízení, tedy výstavbu jednotlivých obchodů (nazývaných ve výzkumu jako velkoplošné maloobchodní jednotky – VMJ), a výstavbu seskupení VMJ (nazývaná jako velkoplošné maloobchodní zařízení – VMZ) v České republice v letech 2003–2009 a analyzovat dopad této expanze na životní prostředí, přírodu a krajinu. Hlavní skutečnosti, které byly sledovány, jsou:

- » typ/y VMJ 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..., funkční využití 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 v němž je záměr umístěn;
- » doplňující informace a poznámky.

Soubor hodnocených záměrů vznikl na základě dat z veřejně přístupného Informačního systému EIA, který obsahuje údaje o záměrech spadajících do režimu posuzování dle zákona č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivů na životní prostředí. Systém tedy obsahuje veškeré posuzované záměry velkoplošných maloobchodních zařízení od roku 2002 (kdy zákon vešel v platnost a systém začal fungovat) do současnosti. Pro účely tohoto výzkumu byly do hodnoceného souboru zahrnuty všechny realizované záměry posouzené v rozpětí let 2002–2008. Realizace záměrů (která jako jediný posuzovaný parametr není v Informačním systému EIA uvedena) byla zjišťována na základě aktuálních map, internetových prezentací příslušných nákupních řetězců, článků v internetových médiích a úředních desek příslušných úřadů. Bylo zjištěno, že realizace záměrů posouzených v letech 2002–2008 spadá do období let 2003–2009 (kdy byla tato VMZ vybudována).

Výzkum a následná analýza navazují na předešlé výzkumy environmentálních dopadů plánované prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2007 a v roce 2008. Na rozdíl od těchto výzkumů, které hodnotily záměry bez ohledu na jejich skutečnou realizaci, hodnotí tento předkládaný výzkum soubor skutečně zrealizovaných a fungujících VMZ v České republice. Stejně jako předchozí výzkumy je rozsah hodnocených VMZ omezen právě Informačním systémem EIA a nepostihuje případné záměry, které neprošly hodnocením nebo byly od září 2007 vyloučeny ze zjišťovacího řízení na základě podlimitních parametrů (viz. část 3.2).

## 2. Postup

### 2.1 Stanovení parametrů

Pro účely výzkumu byl stanoven okruh informací a parametrů nových VMZ, které byly sledovány a evidovány. Okruh informací a parametrů se skládá z těchto položek:

- a) pořadové číslo záměru posouzeného v letech 2002–2008
- 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 (známy), uvedeno v oznámení záměru nebo je to z oznámení zřejmé
- j) typ (typy) záměru (záměrů) (supermarket, diskont, hypermarket apod.)
- k) parametry budovy (budov) (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 byly konkrétní záměry vybrány do hodnoceného souboru. Vzhledem k zaměření výzkumu nezahrnoval výběr 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 m<sup>2</sup>. Existují čtyři typy záměrů:

- a) VMJ se souvislou prodejní plochou – tedy provozní typy:
  - » supermarkety (malé 400–1000 m<sup>2</sup>; velké 1000–2500 m<sup>2</sup>; smíšené zboží, převažují potraviny) – SM
  - » hypermarkety (malé 2500–5000 m<sup>2</sup>; velké nad 5000 m<sup>2</sup>; převažuje nepotravinářské zboží) – HM
  - » specializované velkoprodejny (od 600 do několika tisíc m<sup>2</sup>; zvlášť byly vyčleněny hobby markety a zvlášť zbytek jako elektro, nábytek apod.), rozděleny do dvou typů – hobby markety nazvané HOM a ostatní specializované velkoprodejny nazvané SVP (mezi něž patří např. prodejny s nábytkem, elektrospotřebiči, obuví apod.)
  - » diskontní prodejny (jednoduché a levné, rychloobrátkové zboží apod.) – D
- b) budovy VMJ s oddělenými menšími plochami (v součtu přesahující 400 m<sup>2</sup>) – v rámci výzkumu označené jako nákupní centra (spadají sem velká i menší nákupní centra, případně obchodní domy) – NC
- c) shluky obchodů (tedy VMZ), kde jednotlivé obchody odpovídají typu a) nebo b)
- d) záměry rozšiřování stávajících maloobchodních zařízení typů a), b) nebo c)

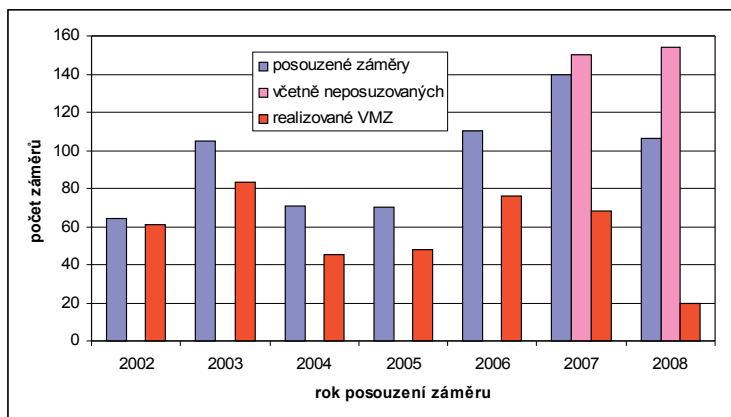
# 3. Výsledky výzkumu

## 3.1 Počty záměrů

Na základě vymezených kritérií byl proveden průzkum informačního systému EIA (<http://tomcat.cenia.cz/eia/view.jsp>) a evidováno celkem 676 záměrů velkoplošných maloobchodních zařízení, které byly v letech 2002–2008 posouzeny ve zjišťovacím řízení či procesu EIA a příslušný krajský úřad buď nenařídil další posuzování (v případě zjišťovacích řízení) nebo nakonec vydal kladné stanovisko EIA. Z tohoto počtu bylo od začátku roku 2003 do konce roku 2009 zrealizováno 401 záměrů (viz Obr. 1). U některých posouzených a nerealizovaných záměrů (zejména v roce 2008, ale i dřívějších) se dá předpokládat realizace v roce 2010 či dokonce později. Stejně tak mohly být v letech 2003–2009 realizovány záměry starší (posuzované v roce 2001 a dříve), které ovšem nejsou evidovány v Informačním systému EIA a nemohou být tedy hodnoceny. V roce 2009 mohly být také realizovány záměry hodnocené v roce 2009 (zejména pokud se jednalo o jednodušší stavby posouzené na začátku roku 2009). Dá se však předpokládat, že těchto záměrů bylo velmi málo.

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 m<sup>2</sup> zastavěné plochy budov a zároveň méně než 100 parkovacích míst). Krajský úřad u těchto případů využil možnosti upuštění od zjišťovacího řízení. Těto možnosti začaly krajské úřady naplno využívat až v roce 2008. Výsledkem bylo upuštění od zjišťovacího řízení u 48 záměrů, které lze zařadit do kategorie velkoplošných maloobchodních zařízení (viz. část 2.2). Celkový počet záměrů schválených (myšleno stojících před územním řízením) v roce 2008 byl 154, což je přibližně stejně jako v roce 2007 (140 posuzovaných a cca 10 neposuzovaných). Dále jsou v této studii uvažovány již jen záměry posuzované ve zjišťovacím řízení. Problematika upuštění od zjišťovacích řízení je analyzována v části 3.2.

Vzhledem ke všemu výše uvedenému nemůže evidence provedená pro účely tohoto výzkumu obsahovat všechny VMZ realizované v letech 2003–2009. Obsahuje však soubor realizovaných záměrů, který je dostatečný pro posouzení celkových environmentálních dopadů expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v posledních osmi letech.



Obr. 1 – Počty navržených záměrů a realizovaných VMZ navržených a posouzených v letech 2002–2008.

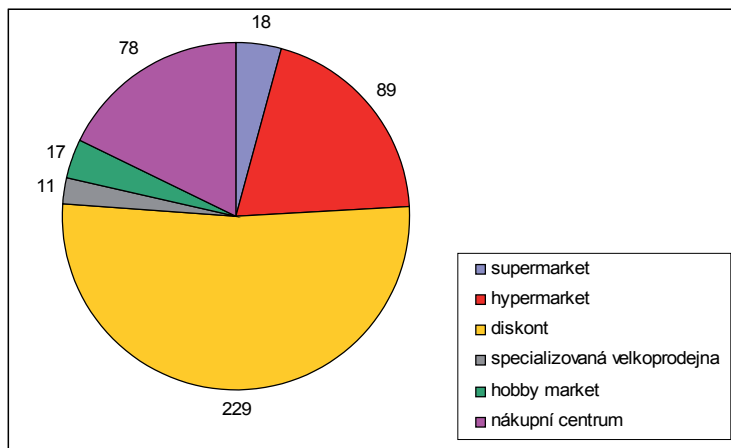
### 3.2 Hodnocení záměrů z hlediska vlivů na životní prostředí

Jak vyplývá z části 3.1, dostal se poměrně velký soubor záměrů VMZ (58 záměrů) mimo hodnocení vlivu na životní prostředí, a tím i mimo možnost hodnocení v tomto výzkumu, neboť absence zjišťovacího řízení znamená absenci relevantních informací pro hodnocení. K dispozici bylo ve všech případech jen stručné vyjádření krajského úřadu (či Magistrátu hl. m. 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 plochu 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 začaly 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 reálně se vyhýbá) kontrole veřejnosti a posouzení možných negativních dopadů celá řada zásadních záměrů. Příkladem může být prodejna Lidl navržená v roce 2008 v Nové Pace se zastavěnou plochou 1667 m<sup>2</sup> a 99 parkovacími místy.

### 3.3 Provozní typy velkoplošných obchodů

V rámci souboru všech 401 hodnocených VMZ bylo realizováno celkem 442 velkoplošných maloobchodních jednotek (viz část 2.2 odstavec a).

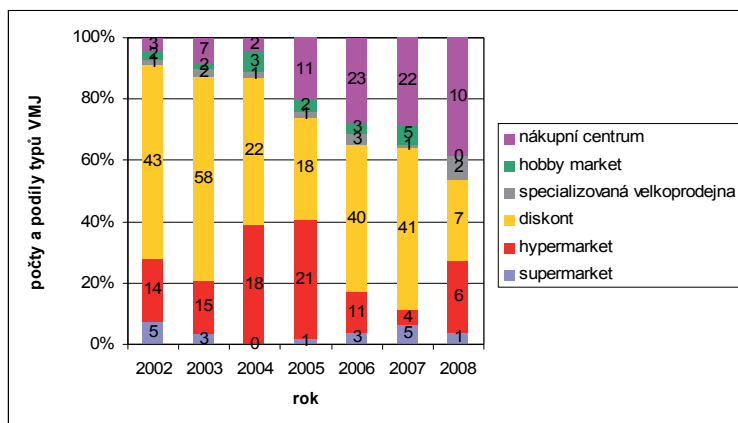


Obr. 2 – Rozdělení realizovaných VMJ dle provozních typů v České republice v letech 2003–2009.

Obrázek 2 ukazuje, že hlavním provozním typem byl ve sledovaném období diskont (cca 52 % všech postavených VMJ). Druhým nejčastějším byl hypermarket (20 %) a následovalo nákupní centrum (17,5 %). Mezi nákupní centra byly zařazeny veškeré záměry budov s oddělenými menšími plochami (v součtu přesahujícími 400 m<sup>2</sup>) – tedy malá nákupní centra v menších městech, stejně jako velká nákupní centra, která jsou součástí expanze největších luxusních nákupních zón.

Tab. 1 – Rozdělení realizovaných VMJ dle provozních typů v České republice v letech 2003–2009 dle roků hodnocení (2002–2008).

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	celkem
supermarket	5	3	0	1	3	5	1	18
hypermarket	14	15	18	21	11	4	6	89
diskont	43	58	22	18	40	41	7	229
specializovaná velkoobchodní prodejna	1	2	1	1	3	1	2	11
hobby market	2	2	3	2	3	5	0	17
nákupní centrum	3	7	2	11	23	22	10	78
celkem	68	87	46	54	83	78	26	442



Obr. 3 – Rozdělení realizovaných VMJ dle provozních typů v České republice v letech 2003–2009 dle roků hodnocení (2002–2008).

Rozdělení realizovaných VMJ se však během sledovaného období výrazně měnilo (viz Tab. 1 a Obr. 3). Diskontní prodejny převažovaly v letech 2002 a 2003, kdy probíhala expanze nákupních řetězců Penny a Plus a začínala expanze řetězce Lidl. V letech 2004 a 2005 byl nárůst diskontů a hypermarketů vyrovnán. Důvodem byl malý přírůstek diskontů a velký přírůstek hypermarketů (z důvodu expanze řetězců Kaufland a Tesco s hypermarketovými formáty prodejen do menších měst). Od roku 2005 nastupuje zřetelný rozmach nákupních center, který v roce 2008 předstihl expanzi diskontů. 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. 2 – Provozní typy realizovaných VMJ za jednotlivé kraje ČR v letech 2003–2009.

typ VMJ	HMP	JČK	JMK	KVK	KHK	LBK	MSK	OLK	PKK	PLK	STČ	ÚSK	VYS	ZLK	celkem
supermarket	1	3	2	0	0	0	3	1	1	2	0	0	3	2	18
hypermarket	2	8	6	5	4	5	14	4	5	6	11	7	5	7	89
diskont	13	15	20	7	14	15	24	14	12	19	32	17	13	14	229
specializovaná velkoprodejna	2	0	0	1	1	1	1	0	0	2	0	2	1	0	11
hobby market	0	2	5	1	0	1	0	2	1	1	1	2	0	1	17
nákupní centrum	6	7	7	4	4	7	10	2	4	5	7	8	2	5	78
<b>celkový počet VMJ</b>	<b>24</b>	<b>35</b>	<b>40</b>	<b>18</b>	<b>23</b>	<b>29</b>	<b>52</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>35</b>	<b>51</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>29</b>	<b>442</b>
<b>celkový počet VMZ</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>37</b>	<b>12</b>	<b>21</b>	<b>25</b>	<b>46</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>31</b>	<b>48</b>	<b>34</b>	<b>22</b>	<b>27</b>	<b>401</b>

Tab. 2 ilustruje rozložení realizovaných VMJ mezi jednotlivé kraje v České republice. Oproti výsledkům výzkumů plánované expanze v letech 2007 a 2008 (Koželouh, 2008; Koželouh, 2009) jsou rozdíly mezi kraji za celé období 2003 až 2009 minimální. Potvrdila se exponovanost Moravskoslezského a Středočeského kraje a dále kraje Jihomoravského.

### 3.4 Lokalizace v sídelní síti České republiky

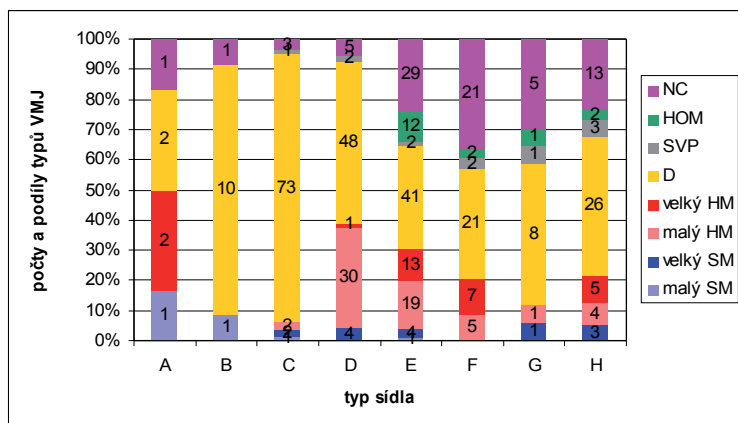
Lze předpokládat, že do měst různých velikostních kategorií jsou lokalizovány různé provozní typy velkoplošných maloobchodních jednotek. Pro účely posouzení pravdivosti předpokladu je vhodné rozdělit jednotlivé provozní typy supermarketů a hypermarketů na malé a velké dle prodejní plochy (viz. část 2.2 a).

Tab. 3 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek v obcích ČR v letech 2003–2009 (absolutní vyjádření).

velikostní kategorie obce (počet obyvatel)	celkem	malý SM	velký SM	malý HM	velký HM	D	SVP	HOM	NC
A do 999	6	1			2	2			1
B 1000–4999	12	1				10			1
C 5000–9999	82	1	2	2		73	1		3
D 10 000–19 999	90		4	30	1	48	2		5
E 20 000–49 999	121	1	4	19	13	41	2	12	29
F 50 000–99 999	58			5	7	21	2	2	21
G 100 000–199 999	17		1	1		8	1	1	5
H nad 200 000	56		3	4	5	26	3	2	13
<b>CELKEM</b>	<b>442</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>61</b>	<b>28</b>	<b>229</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>78</b>

Tab. 4 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek v obcích ČR v letech 2003–2009 (procentuální vyjádření).

velikostní kategorie obce (počet obyvatel)	celkem	malý SM	velký SM	malý HM	velký HM	D	SVP	HOM	NC
A do 999	1%	25%	0%	0%	7%	1%	0%	0%	1%
B 1000–4999	3%	25%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	1%
C 5000–9999	19%	25%	14%	3%	0%	32%	9%	0%	4%
D 10 000–19 999	20%	0%	29%	49%	4%	21%	18%	0%	6%
E 20 000–49 999	27%	25%	29%	31%	46%	18%	18%	71%	37%
F 50 000–99 999	13%	0%	0%	8%	25%	9%	18%	12%	27%
G 100 000–199 999	4%	0%	7%	2%	0%	3%	9%	6%	6%
H nad 200 000	13%	0%	21%	7%	18%	11%	27%	12%	17%



Obr. 5 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek v obcích ČR v letech 2003–2009 (kategorizace obcí viz Tab. 3,4).

Z Tab. 3 a 4 i grafu na Obr. 4 plyne, že nejvíce velkoplošných maloobchodních jednotek v letech 2003 až 2009 bylo v České republice umístěno do obcí ve velikostní kategorii 20 000 až 50 000 obyvatel. Je to dáno silnou expanzí hypermarketů, diskontů a menších nákupních center do bývalých okresních měst. Druhá nejobsazovanější kategorie je 10 000 až 20 000 obyvatel, která byla zasažena zejména malými (do 2500 m<sup>2</sup> prodejní plochy) hypermarkety a diskonty. Na třetím místě je kategorie 5000–10 000 obyvatel, což je spojeno výhradně s expanzí diskontních řetězců (byla zde umístěna celá třetina všech diskontů a pouze 9 jiných formátů VMJ).

Nezanedbatelné procento (13 %) velkoplošných prodejen bylo umístěno do obcí nad 200 000 obyvatel (z toho 24 Praha, 16 Brno a 16 Ostrava), což souvisí s rozmachem nákupních center mezi provozními formáty od roku 2005, celkovým významem největších měst jako center práce, vzdělání i obchodu.

Evidence dvou velkých hypermarketů v obcích pod 1000 obyvatel je pouze výsledek jejich umístění mimo správní hranice velkých měst (Plzeň a Karlovy Vary). Nákupní centrum v obci Loket je rozsáhlý komplex Outlet Loket (Exit 66) při dálnici D1 (vazba na centrum je nahrazena vazbou na frekventovanou dálnici mezi hlavními centry ve státě). Dva diskonty spadající do sídla typu A jsou v sídelním zázemí Prahy a supermarket na vesnici lze zdůvodnit tím, že se tato obec nachází v navštěvované rekreační oblasti kolem vodní nádrže Lipno.

### 3.5 Lokalizace ve struktuře sídla

Dostupnost nakupování, ale i dopravní zátěž, je závislá na lokalizaci maloobchodu ve struktuře sídel.

Tab. 5 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních zařízení ve struktuře sídla dle velikostních kategorií sídel v ČR v letech 2003–2009.

lokalita	velikostní kategorie obce (počet obyvatel)								celkem	
	A	B	C	D	E	F	G	H		
centrum města, městské části, sídliště		1	5	2	3	8		4	23	5,7%
vnitřní město		2	17	12	15	9		10	65	16,2%
předměstí		4	38	49	54	20	11	27	203	50,6%
příměstská lokalita, vesnice, mimo sídla	6	4	20	23	29	14	4	10	110	27,4%

Tab. 6 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek ve struktuře sídla dle provozních typů v ČR v letech 2003–2009.

lokalita	provozní typ						celkem	
	SM	HM	D	SVP	HOM	NC		
centrum města		3	7			8	18	4,1%
centrum městské části či sídliště			6				6	1,4%
vnitřní město	6	13	37	1	3	13	73	16,5%
předměstí	8	40	132	5	9	26	220	49,8%
příměstská lokalita	3	32	43	5	5	30	118	26,7%
intravilán vesnice	1		2				3	0,7%
mimo sídla		1	2			1	4	0,9%

Nová velkoplošná maloobchodní zařízení byla v letech 2003–2009 umísťována většinou do okrajových částí měst. Nejčastěji byly VMZ a VMJ umístěny na předměstí. Dalším častým umístěním je příměstská lokalita, a to nejčastěji suburbánní zóna okresních měst 20 000–49 999 obyvatel (jedná se zejména o diskontní prodejny u výpadovek a obchvatů). Třetí nejčastější umístění je ve vnitřním městě (tedy mimo historické centrum, ale v kompaktní zástavbě centrálního města). Ve čtyřech případech bylo velkoplošné maloobchodní zařízení umístěno zcela mimo sídla.

## 3.6 Výběr ploch pro lokalizaci

### 3.6.1 Zábory ploch

Výstavba nových velkoplošných maloobchodních zařízení zahrnovala různě rozsáhlé zábory ploch (volných i zastavěných). Jak ukazuje Tab. 7, většina plochy (45 %) byla využita pro stavbu komunikací a parkovišť pro obsluhu prodejních budov, pro samotné budovy bylo využito asi 31 % zabrané plochy. 10% plochy bylo využito neznámým způsobem (dokumentace neuváděla přesné využití ploch, uvedla pouze celkovou plochu a zastavěnou plochu budov apod.).

Tab. 7 – Realizovaný zábory ploch velkoplošnými maloobchodními zařízeními v České republice v letech 2003–2009.

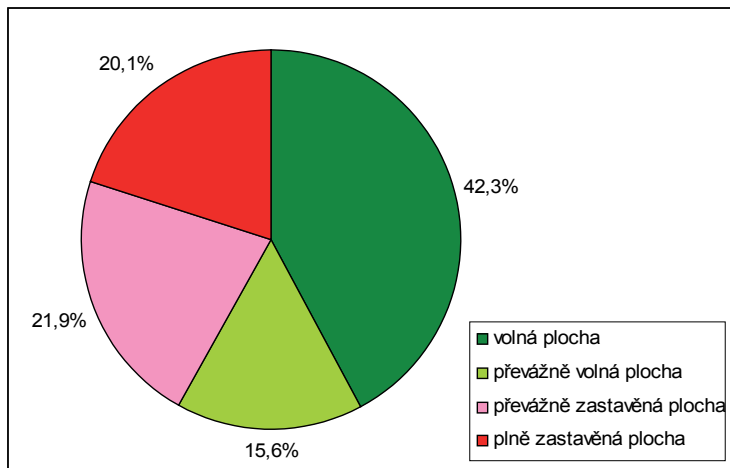
plocha	výměra (m <sup>2</sup> )	podíl
celková plocha	5 716 332	100,0%
z toho budovy	1 764 793	30,9%
z toho komunikace a parkoviště	2 575 289	45,1%
z toho volné plochy	805 841	14,1%
z toho nezjištěno	570 409	10,0%

### 3.6.2 Zastavěné a nezastavěné plochy

Nová velkoplošná maloobchodní zařízení a jednotky byly v letech 2003 až 2009 umísťovány 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, asphaltové či štěrkové plochy apod.). Převážně zastavěné plochy jsou ty, které splňují kritéria zastavěné plochy na více než 50 % své rozlohy.

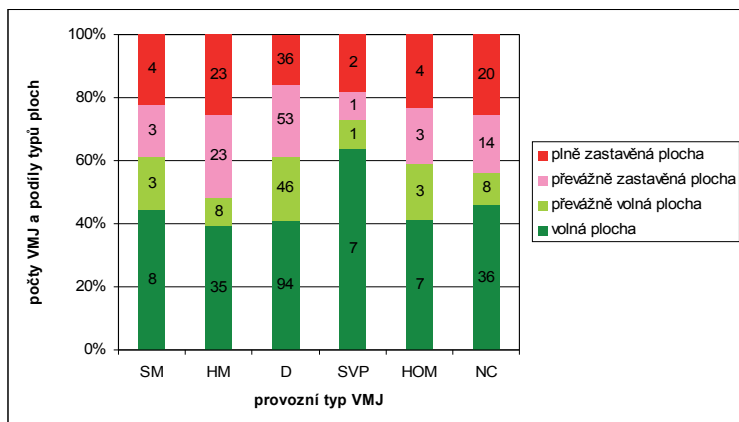
Tab. 8 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek na jednotlivé typy ploch v ČR v letech 2003–2009.

typ VMJ	volná plocha	převážně volná plocha	převážně zastavěná plocha	plně zastavěná plocha	CELKEM
SM	8	3	3	4	18
HM	35	8	23	23	89
D	94	46	53	36	229
SVP	7	1	1	2	11
HOM	7	3	3	4	17
NC	36	8	14	20	78
celkový počet VMJ	187	69	97	89	442
celkový počet VMZ	167	67	88	79	401
podíl VMJ	42,3 %	15,6 %	21,9 %	20,1 %	100,0 %
podíl VMZ	41,6 %	16,7 %	21,9 %	19,7 %	100,0 %



Obr. 6 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek (všech typů) na jednotlivé typy ploch v ČR v letech 2003–2009.

Z Tab. 8 a Obr. 6 a 7 je patrné, že velkoplošná maloobchodní zařízení nebo velkoplošné maloobchodní jednotky jsou nejčastěji umísťovány na volné plochy bez jakékoliv zástavby. V celkovém pohledu jde o 42,3 % záměrů. V případě hobby marketů a specializovaných velkoprodejen je na zcela volnou plochu umísťováno 50 % staveb. Hypermarkety jsou na zcela volné plochy umísťovány nejméně často a to ve 39,3 % případů (i zde je to však nejčastější způsob). V souhrnném pohledu využívají všechny formáty volné nebo převážně volné plochy v 58 % případů. Zcela zastavěné plochy jsou využívány u 20 % staveb.



Obr. 7 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek (dle typů) na jednotlivé typy ploch v ČR v letech 2003–2009.

Z pohledu celkového záboru plochy území ČR velkoplošnými maloobchodními zařízeními v letech 2003–2009 se ukázalo, že cca 63 % této plochy je plocha volná a zbytek je plocha zpevněná nebo zastavěná budovami či jinými zařízeními. Celková volná plocha zábraná v letech 2003–2009 byla 3 590 574 m<sup>2</sup> (cca 359 ha).

Tab. 9 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek na jednotlivé typy ploch v ČR v letech 2003–2009.

plocha	výměra (m <sup>2</sup> )	podíl
celková plocha	5 721 332	100,0%
zábor volné plochy	3 590 574	62,8%
zábor ZPF	2 346 080	41,0%
z toho zábor ZPF (I. třída ochrany)	515 268	22,0%

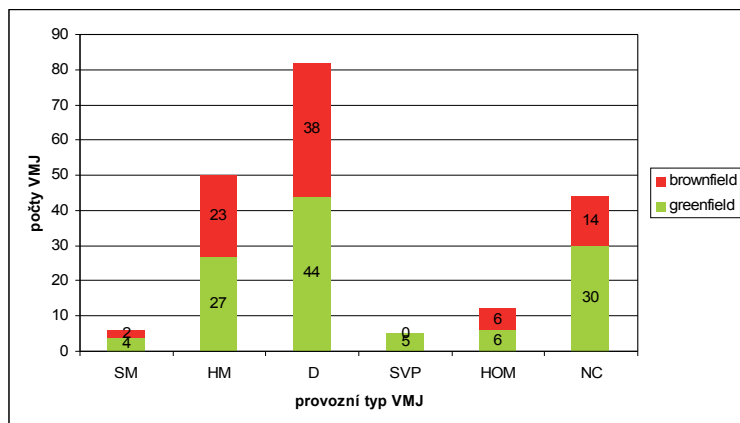
Zábor zemědělské půdy (ZPF) se týkal cca 41 % ploch a souvisel se 152 (více než třetinou, přesně 38 %) VMZ. V záboru figuruje 51,5 ha půdy nejvyšší bonity (I. třídy ochrany), která by měla být vyjímána ze ZPF jen pro účely ekologicko-stabilizační a jinak ochranné. Vyjímání pro účely zástavby (tedy likvidace půdy) by měla být výjimečná a měly by pro to být závažné důvody (například veřejně prospěšné stavby) (Metodický pokyn MŽP OOLP/1067/96).

### 3.6.3 Lokalizace na zelené louce a sídelní kaše

Při hodnocení využívání ploch pro lokalizaci nových nákupních zařízení byly zvláště 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 „sídelní kaše“ – nekontrolovanému rozrůstání města do krajiny, realizovanému pomocí nekvalitní a bezstrukturní zástavby (Hnilička, 2005; Wright, 2005). Druhou zvláště sledovanou kategorií jsou plochy „brownfields“, které můžeme charakterizovat jako nevyužívané průmyslové, vojenské či zemědělské areály (ÚÚR, 2007). Jde o plochy zcela nebo částečně zastavěné (v případě záměrů zabírající starý areál skládající se z budov a menšího podílu volné plochy). Plochy brownfields a greenfields tvoří opačné póly z hlediska vhodnosti umístování nákupních zařízení.

Tab. 10 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů tzv. „na zelené louce“ (greenfields) a s využitím plochy brownfields v ČR v letech 2003–2009.

typ VMJ	greenfield	brownfield	ostatní	CELKEM
SM	4	2	12	18
HM	27	23	39	89
D	44	38	147	229
SVP	5	0	6	11
HOM	6	6	5	17
NC	30	14	34	78
<b>celkový počet VMJ</b>	<b>116</b>	<b>83</b>	<b>243</b>	<b>442</b>
<b>celkový počet VMZ</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>231</b>	<b>401</b>
<b>podíl VMJ</b>	26,2 %	18,8 %	55,0 %	100,0 %
<b>podíl VMZ</b>	24,9 %	17,5 %	57,6 %	100,0 %



Obr. 8 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů tzv. „na zelené louce“ (greenfields) a s využitím plochy brownfields v ČR v letech 2003–2009.

Jak je vidět v grafu na Obr. 8 a Tab. 10, v umístování všech typů velkoplošných maloobchodních jednotek s výjimkou hobby marketů vede způsob tzv. na zelené louce (plochy greenfields). Záběr nad 10 ha plochy byl proveden u 6 největších staveb, které jsou všechny umístěny na volnou plochu a zelenou louku.

Celková plocha rozšíření sídelní kaše spojené s plánovanými nákupními zařízeními je za roky 2003 až 2009 celkem 2 280 749 m<sup>2</sup> (228 ha). Celková plocha brownfields využitá pro výstavbu velkoplošného maloobchodu byla 928 913 m<sup>2</sup> (93 ha).

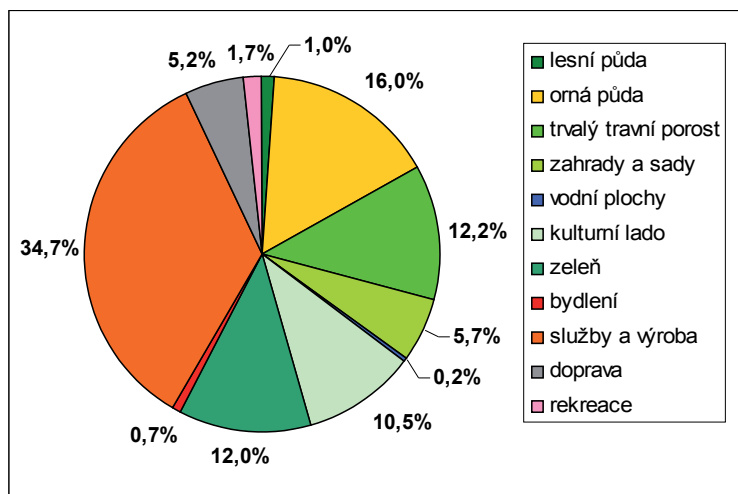
### 3.6.4 Typy využívaných ploch a land-use

Lokalizace velkoplošných maloobchodních zařízení mění využití území. V letech 2003 až 2009 bylo pouze 35 % realizovaných záměrů umístěno do ploch služeb a výroby (dle

převažujícího dosavadního využití). Celkem 58 % VMZ mění využití plochy z nezastavěné (zejména zemědělské) plochy na plochu zastavěnou. Shrnutí lokalizace na plochy dle land-use je v Tab. 11 a Obr. 9.

Tab. 11 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle typů ploch (z hlediska jejich dosavadního převažujícího využití) v ČR letech 2003–2009.

využití plochy	počet VMZ	podíl
lesní půda	4	1,0 %
orná půda	64	16,0 %
trvalý travní porost	49	12,2 %
zahrady a sady	23	5,7 %
vodní plochy	1	0,2 %
kulturní lado	42	10,5 %
zeleň	48	12,0 %
bydlení	3	0,7 %
služby a výroba	139	34,7 %
doprava	21	5,2 %
rekreace	7	1,7 %
<b>Celkem</b>	<b>401</b>	<b>100,0 %</b>



Obr. 9 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle typů ploch (z hlediska jejich dosavadního převažujícího využití) v ČR v letech 2003–2009.

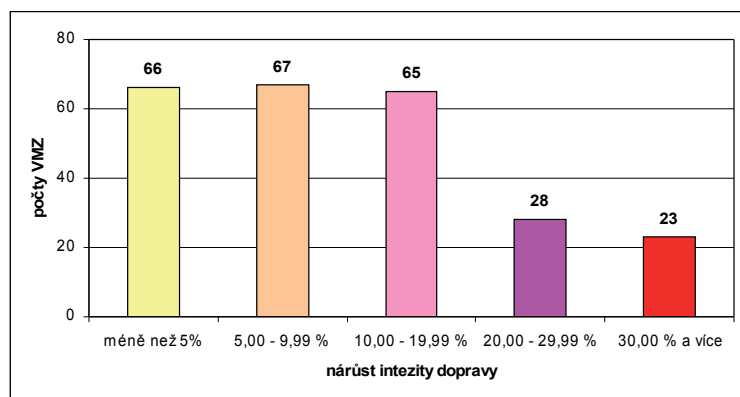
## 3.7 Doprava

### 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. Tento postup při umísťování nákupních zařízení nezůstává bez vlivu na intenzitu 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. 12 a Obr. 10 u 249 VMZ, u nichž byly dostupné informace.

Tab. 12 – Předpokládané zvýšení intenzity osobní automobilové dopravy u 249 realizovaných velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v letech 2003–2009.

nárůst dopravního zatížení	počet VMZ	četnost
méně než 5,00 %	66	26,5 %
5,00–9,99 %	67	26,9 %
10,00–19,99 %	65	26,1 %
20,00–29,99 %	28	11,2 %
30,00 % a více	23	9,2 %
<b>CELKEM</b>	<b>249</b>	<b>100,0 %</b>
<b>Průměrný nárůst</b>		<b>11,0 %</b>



Obr. 10 – Předpokládané zvýšení intenzity osobní automobilové dopravy u 249 realizovaných velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v letech 2003–2009.

V Tab. 12 a na Obr. 10 je dokumentováno, že více než polovina nárůstů (53 % případů) intenzity osobní automobilové dopravy se pohybuje v rozmezí 5,00–19,99 %. Pětina realizovaných VMZ vyžaduje nárůst dopravy o více než 20 %, což je nárůst znatelný, pro komunikační síť často problematický a nese s sebou snižování kvality ovzduší a zvyšování hladiny hluku. U celkem 11 realizovaných záměrů přesáhl nárůst osobní automobilové dopravy hranici 50 %

původní intenzity osobní automobilové dopravy. V jednom případě bylo naplánováno extrémní zatížení veřejné komunikace – nárůstu intenzity o více než 100 %. Vysoký nárůst automobilové dopravy byl projektován zejména při realizaci hypermarketů, hobby marketů či větších nákupních center umístěných 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 těchto záměrů na dopravní intenzitu.

### 3.7.2 Doprava v klidu

V letech 2003–2009 bylo v souvislosti s realizovanými VMZ postaveno 378 parkovišť na povrchu, 23 v podzemí a 10 v budovách. V rámci těchto parkovišť vzniklo 80 858 nových parkovacích míst pro účely návštěvy plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení. Z tohoto počtu bylo postaveno 85 % parkovacích míst jako povrchová stání, 10 % jako stání v půdorysu budov a 5 % jako stání v samostatných budovách nákupních zařízení (či v samostatných parkovacích domech). Největším postaveným parkovištěm bylo povrchové parkoviště o 1 800 stáních (hypermarket Globus v Liberci). Celkem osm parkovišť (šest povrchových, jedno podzemní a jedno v budově) obsahovalo více než 1 000 stání. Jednalo se (podobně jako u VMZ s více než 50 % nárůstem individuální automobilové dopravy) o hypermarkety, hobby markety a větší nákupní centra.

Tab. 13 – Počty parkovišť a parkovacích míst postavené jako součást velkoplošných maloobchodních zařízení v ČR v letech 2003–2009.

typ parkoviště	počet parkovišť	počet míst
povrchové	378	68 360
podzemní	23	8 440
parkovací budova	10	4 058
<b>CELKEM</b>	<b>411</b>	<b>80 858</b>

### 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. Má vliv na:

- biotické složky (zvláště či obecně chráněné zákonem)
  - » z hlediska druhové ochrany (zvláště chráněné druhy rostlin a živočichů; dřeviny mimo les)
  - » z hlediska územní 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)
- abiotické složky (v případě této studie hydrologické poměry území – speciálně záplavová území).

### 3.8.1 Zvláště chráněné složky přírody a krajiny

Ve výzkumu byl sledován vliv na tyto zvláště chráněné složky přírody a krajiny

1. skladebné prvky územního systému ekologické stability
2. velkoplošná chráněná území, významné krajinné prvky (registrované i ze zákona), maloplošná chráněná území (přírodní památky i Evropsky významné lokality dle systému NATURA 2000), přírodní parky
3. zvláště chráněné druhy rostlin a živočichů

Tab. 14 – Vlivy velkoplošných maloobchodních jednotek na skladebné prvky Územního systému ekologické stability (ÚSES) v ČR v letech 2003–2009.

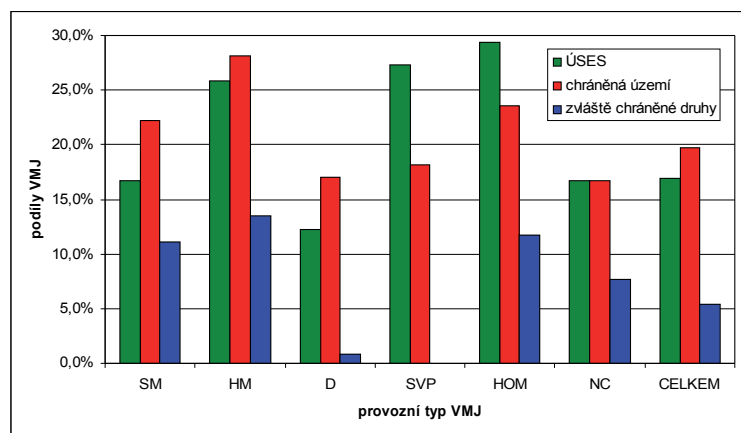
	narušení prvku ÚSES	narušení plánovaného ÚSES	narušení interakčního prvku	bez vlivu	celkem	podíl
SM	1	0	2	15	18	16,7 %
HM	2	2	19	66	89	25,8 %
D	10	3	15	201	229	12,2 %
SVP	0	0	3	8	11	27,3 %
HOM	1	0	4	12	17	29,4 %
NC	1	2	10	65	78	16,7 %
<b>CELKEM</b>	15	7	53	367	442	17,0 %
<b>celkový počet VMZ</b>	15	6	44	336	401	16,2 %

Tab. 15 – Vlivy velkoplošných maloobchodních zařízení na chráněná území (velkoplošná, významné krajinné prvky, maloplošná – přírodní památky či EVL dle NATURA 2000, přírodní parky) v ČR v letech 2003–2009.

	narušení VCHÚ (4. zóna)	narušení VKP	narušení okolí VKP	narušení MPCHÚ či EVL	narušení přírodního parku	bez vlivu	celkem	podíl
SM	1	1	2	0	0	14	18	22,2 %
HM	2	3	20	0	0	64	89	28,1 %
D	5	12	20	1	1	190	229	17,0 %
SVP	0	0	2	0	0	9	11	18,2 %
HOM	0	0	3	1	0	13	17	23,5 %
NC	0	4	9	0	0	65	78	16,7 %
<b>celkový počet VMJ</b>	8	20	56	2	1	355	442	19,7 %
<b>celkový počet VMZ</b>	8	18	47	2	2	324	401	19,2 %

Tab. 16 – Vlivy velkoplošných maloobchodních zařízení na zvláště chráněné druhy živočichů (biotopy, oblasti výskytu, prostředí) v ČR v letech 2003–2009.

	biotop zvláště chráněného živočicha	prostředí zvláště chráněného živočicha	bez vlivu	celkem	podíl
SM	2	0	16	18	11,1 %
HM	7	5	77	89	13,5 %
D	2	0	227	229	0,9 %
SVP	0	0	11	11	0,0 %
HOM	0	2	15	17	11,8 %
NC	5	1	72	78	7,7 %
<b>celkový počet VMJ</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>418</b>	<b>442</b>	<b>5,4 %</b>
<b>celkový počet VMZ</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>381</b>	<b>401</b>	<b>5,0 %</b>



Obr. 11 – Vlivy velkoplošných maloobchodních zařízení na chráněné přírodní složky v území (ÚSES, chráněná území, zvláště chráněné druhy živočichů) v ČR v letech 2003–2009.

Tab. 14 a 15 a Obr. 11 dokumentují, že realizace celkem 24 % velkoplošných maloobchodních jednotek v letech 2003–2009 měla nějaký vliv na (zvláště chráněné) přírodní složky v 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 Michalem (1994), nebo o (2) narušení chráněného území (Chráněná krajinná oblast, registrovaný Významný krajinný prvek, Přírodní památka, Evropsky významná lokalita či Ptačí oblast, Přírodní park – viz z.č. 114/1992) nebo o (3) narušení biotopu či prostředí zvláště chráněného živočicha (dle z.č. 114/1992 a vyhl. 395/1992).

Nejčastěji se jedná o narušení registrovaného významného krajinného prvku či jeho okolí (76 případů) nebo interakčního prvku ÚSES, což nastalo v 53 případech. Vliv na zvláště chráněné živočichy je naopak spíše ojedinělý. Velkoplošná chráněná územní byla narušována

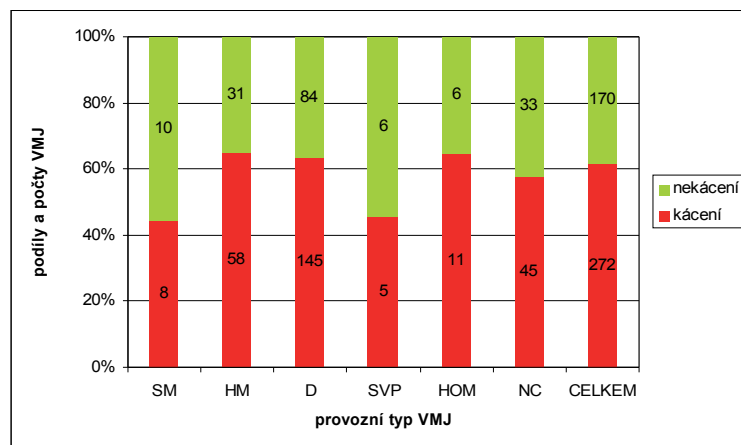
zřídka a pouze ve vnějších (méně chráněných) 4. nebo 3. zónách. Největší zátěž pro přírodní (chráněné) složky území představují hypermarkety (chráněná území nebo ÚSES narušují přibližně ve čtvrtině případů). Souvisí to s již uvedenou lokalizací těchto formátů na volné plochy a zelené louky. Hobby markety mají podobný vliv jako hypermarkety (což souvisí s podobností těchto dvou provozních typů), v tomto výzkumu však bylo zahrnuto příliš málo hobby marketů, než aby mohl být vytvořen solidní obraz jejich dopadu na chráněné složky území.

### 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. 17 – Vliv realizovaných velkoplošných maloobchodních jednotek na dřeviny a nutnost kácení stromů či keřů v ČR v letech 2003–2009.

	kácení	nekácení	celkem	podíl
SM	8	10	18	44,4%
HM	58	31	89	65,2%
D	145	84	229	63,3%
SVP	5	6	11	45,5%
HOM	11	6	17	64,7%
NC	45	33	78	57,7%
<b>celkový počet VMJ</b>	<b>272</b>	<b>170</b>	<b>442</b>	<b>61,5%</b>
<b>celkový počet VMZ</b>	<b>250</b>	<b>151</b>	<b>401</b>	<b>62,3%</b>



Obr. 12 – Vliv realizovaných velkoplošných maloobchodních jednotek na dřeviny a nutnost kácení stromů či keřů v ČR v letech 2003–2009.

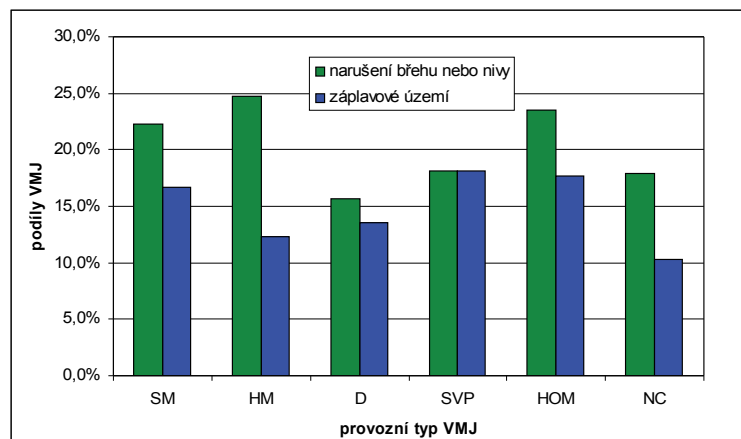
V Tab. 17 a Obr. 12 je dokumentováno, že u realizace hypermarketů bylo kácení dřevin provedeno v 65 % případů. V nadpoloviční většině případů bylo realizováno kácení stromů či keřů pro účely výstavby také u nákupních center, hobby marketů i diskontů. Naopak 56 % supermarketů se bez kácení obešlo. U řídce zastoupených specializovaných velkoobchodů je kácení realizováno také v menšině případů. V celkovém pohledu došlo ke kácení v 62 % případů.

### 3.8.3 Hydrologické poměry v území

Ovlivnění vodních poměrů je zásadní vliv na životní prostředí a zároveň (zejména v případě povodní) souvisí i s bezpečností.

Tab. 18 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů způsobem narušujícím říční nivu či břeh vodního toku a lokalizace v záplavovém území řek v ČR v letech 2003–2009.

provozní typ	narušení toku, břehu nebo nivy		záplavové území		celkem změrů
	počet	podíl	počet	podíl	
SM	4	22,2%	3	16,7 %	18
HM	22	24,7%	11	12,4 %	89
D	36	15,7%	31	13,5 %	229
SVP	2	18,2%	2	18,2 %	11
HOM	4	23,5%	3	17,6 %	17
NC	14	17,9%	8	10,3 %	78
<b>CELKEM</b>	82	18,6%	58	13,1 %	442
<b>celkový počet VMZ</b>	72	18,0%	53	13,2 %	401



Obr. 13 – Lokalizace velkoplošných maloobchodních jednotek dle provozních typů způsobem narušujícím říční nivu či břeh vodního toku a lokalizace v záplavovém území řek v ČR v letech 2003–2009.

Obr. 13 a Tab. 18 dokumentují, že celkem cca 19 % VMJ (82 staveb) bylo v letech 2003 až 2009 lokalizováno způsobem, který narušuje vodní tok, břeh vodního toku nebo nivu v blízkosti toku. Do záplavového území bylo lokalizováno 58 VMJ (13 %).

### 3.8.4 Celkový vliv na krajinu

Hodnocení vlivu na jednotlivé složky krajiny lze doplnit o hodnocení kumulativního vlivu 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 zastavby zelené plochy ve městě a podobných narušení uspořádání městské a příměstské krajiny. I toto hodnocení dokazuje významný vliv zejména velkých formátů (specializované velkoobchody, hypermarkety). Naopak nejčastější formát (diskont) zasáhl do krajiny pouze v 34,5 % případů.

Tab. 19 – Vliv velkoplošných maloobchodních zařízení na krajinu v ČR v letech 2003–2009.

provozní typ	negativní vliv na krajinu	celkem VMJ	podíl
SM	8	18	44,4 %
HM	42	89	47,2 %
D	79	229	34,5 %
SVP	6	11	54,5 %
HOM	7	17	41,2 %
NC	36	78	46,2 %
<b>celkový počet VMJ</b>	178	442	40,3 %
<b>celkový počet VMZ</b>	154	401	38,4 %

### 3.9 Kulturní hodnoty v zastavěném území

Nákupní zařízení většinou využívají architektonicky nenáročné a přísně účelové budovy, kde cílem je maximalizace prodejní 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. V rámci této části byl hodnocen soulad výstavby z hlediska kulturních hodnot zastavěného území 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. 20.

Tab. 21 – Vliv velkoplošných maloobchodních zařízení na kulturní hodnoty v území (kulturní památky v okolí, narušení hodnotného výsledku architektonické či urbanistické tvorby) v ČR v letech 2003–2009.

provozní typ	negativní vliv na kulturní hodnoty	celkem VMJ	podíl
SM	6	18	33,3 %
HM	7	89	7,9 %
D	31	229	13,5 %
SVP	1	11	9,1 %
HOM	0	17	0,0 %
NC	11	78	14,1 %
<b>celkový počet VMJ</b>	56	442	12,7 %
<b>celkový počet VMZ</b>	52	401	13,0 %

Z výsledků vyplývá, že kulturní hodnoty zastavěného území (měst) nejvíce narušují supermarkety, které byly letech 2003–2009 často umísťovány do zastavěných oblastí. Stejný efekt s nižší intenzitou se objevil i u nákupních center a diskontů. Velké formáty VMJ narušují kulturní hodnoty území (vzhledem ke své časté lokalizaci mimo zástavbu) méně, narušují ale ve větší míře kulturní hodnoty nezastavěné krajiny a přírodní hodnoty území (viz. kapitola 3.8).

### 3.10 Obyvatelstvo

Nová velkoplošná maloobchodní zařízení realizovaná v letech 2003–2009 byla často v konfliktu s bydlením a dalším přímým využíváním území obyvatelstvem.

Tab. 22 – Vliv velkoplošných maloobchodních zařízení na obyvatelstvo v ČR v letech 2003–2009.

provozní typ	bez vlivu		malý vliv		velký vliv	
	počet	podíl	počet	podíl	počet	podíl
SM	1	10,0 %	6	60,0 %	3	30,0 %
HM	5	7,0 %	45	63,4 %	21	29,6 %
D	42	18,8 %	133	59,4 %	49	21,9 %
SVP	5	62,5 %	2	25,0 %	1	12,5 %
HOM	0	0,0 %	7	77,8 %	2	22,2 %
NC	10	22,2 %	23	51,1 %	12	26,7 %
smíšený VMZ	5	14,7 %	10	29,4 %	19	55,9 %
<b>celkový počet VMZ</b>	68	17,0 %	226	56,3 %	107	26,7 %

Velký vliv na obyvatelstvo (sousedství realizovaných záměrů s obytnou zástavbou, zároveň více než 10 % nárůst dopravních intenzit na komunikaci sousedící s bydlením a neumístění záměru na brownfield mimo obytnou zástavbu) byl identifikován (viz Tab. 22) v necelých 27 % případech velkoplošných maloobchodních zařízení. Celkem 56 % VMZ mělo malý vliv

na obyvatelstvo (realizovaný 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 17 % VMZ bylo postaveno se zanedbatelným vlivem na obyvatelstvo (lokalizace mimo přímé sousedství s obytnou zástavbou a s méně než 10 % nárůstem dopravní intenzity).

V případě posuzování jednotlivých provozních typů měly velký vliv na obyvatelstvo zejména supermarkety a hypermarkety u nichž výsledek souvisí s lokalizací blízko bydlení (supermarkety), respektive významným ovlivňováním dopravních intenzit (hypermarkety). Největší vlivy však byly identifikovány v případě VMZ složených z více VMJ (smíšený VMZ) neboť se jedná v součtu o největší realizované záměry s velkými dopravními nároky.

### **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 něž již působí jiná velkoplošná maloobchodní zařízení. Aby se jednalo o kumulaci musí jít o střet vlivů dvou nezávislých VMZ (či nového VMZ 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 tomu bylo v řadě případů v letech 2003–2009). Pro takto určenou kumulaci vlivů lze říci, že se týká celkem 46,9 % velkoplošných maloobchodních zařízení postavených v České republice mezi roky 2003 a 2009.

## 4. Shrnutí výsledků výzkumu

Výzkum dokumentací realizovaných záměrů výstavby velkoplošných maloobchodních zařízení a jednotek, které prošly posuzováním vlivu na životní prostředí v letech 2002–2008 (a byly realizovány mezi roky 2003 a 2009) odhalil celou řadu parametrů expanze velkoplošného maloobchodu a střety této expanze s ochranou přírody, životního prostředí i se zásadami tvorby měst.

V letech 2002–2008 bylo naplánováno (respektive zkráceným či celým procesem posuzování vlivů na životní prostředí prošlo) celkem 676 velkoplošných maloobchodních zařízení. Z tohoto počtu bylo od začátku roku 2003 do konce roku 2009 zrealizováno 401 záměrů obsahujících celkem 442 velkoplošných maloobchodních jednotek. Z realizovaných záměrů lze 229 jednotek charakterizovat jako diskonty, 89 jako hypermarkety, 78 jako nákupní centra (všech velikostí), 18 jako supermarkety a dále je zde 17 hobby marketů a jedenáct specializovaných velkoobchodů.

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 navržená v roce 2008 v Nové Pace se zastavěnou plochou 1667 m<sup>2</sup> a 99 parkovacími místy. Celkem takto bylo vyřízeno oznámení 58 podlimitních záměrů, kdy odpovědný úřad využil možnosti (dané legislativou od září 2007) upustit i od zjišťovacího řízení. V hodnocení vlivů bylo uvažováno jen se 401 záměry posouzenými zjišťovacím řízením (neboť ke zbytku není dostatek podkladů a informací) a zároveň do konce roku 2009 skutečně zrealizovanými.

Diskontní prodejny převažovaly v letech 2002 a 2003, kdy probíhala expanze nákupních řetězců Penny a Plus a začínala expanze řetězce Lidl. V letech 2004 a 2005 byl nárůst diskontů a hypermarketů vyrovnán. Důvodem byl malý přírůstek diskontů a velký přírůstek hypermarketů (z důvodu expanze řetězců Kaufland a Tesco s hypermarketovými formáty prodejen do menších měst). Od roku 2005 také nastupuje zřetelný rozmach nákupních center, který v roce 2008 předstihl expanzi diskontů. Rozdíly mezi kraji za celé období 2003 až 2009 jsou minimální. Více exponované jsou Moravskoslezský a Středočeský kraj a dále kraj Jihomoravský.

Nejvíce velkoplošných maloobchodních jednotek v letech 2003 až 2009 bylo v České republice umístěno do obcí ve velikostní kategorii 20 000 až 50 000 obyvatel. Druhá nejobsažovanější kategorie je 10 000 až 20 000 obyvatel, která byla zasažena zejména malými (do 2 500 m<sup>2</sup> prodejní plochy) hypermarkety a diskonty. Na třetím místě je kategorie 5 000–10 000 obyvatel, což je spojeno výhradně s expanzí diskontních řetězců (byla zde umístěna celá třetina všech diskontů a pouze devět jiných formátů VMJ). Nezanedbatelné procento (13 %) velkoplošných prodejen bylo umístěno do obcí nad 200 000 obyvatel (z toho 24 Praha, 16 Brno a 16 Ostrava).

Nová velkoplošná maloobchodní zařízení byla v letech 2003–2009 umísťována většinou do okrajových částí měst. Nejčastěji byly VMZ a VMJ umístěny na předměstí. Dalším častým umístěním je příměstská lokalita a to nejčastěji suburbánní zóna okresních měst 20 000–49 999 obyvatel (jedná se zejména o diskontní prodejny u výpadovek a obchvatů).

Nová velkoplošná maloobchodní zařízení realizovala s různě rozsáhlé zábory ploch (volných i zastavěných). Z celkového zaboru 572 ha byla většina plochy (45 %) využita pro stavbu komunikací a parkovišť pro obsluhu prodejních budov, pro samotné budovy bylo použito asi 31 % zabrané plochy.

42 % realizovaných záměrů bylo umístěno na zcela volnou plochu a naopak 20 % na zcela zastavěnou plochu. Z pohledu celkového záboru plochy území ČR velkoplošnými maloobchodními zařízeními v letech 2003–2009 se ukázalo, že cca 63 % této plochy je plocha volná a zbytek je plocha zpevněná nebo zastavěná budovami či jinými zařízeními. Celková volná plocha zabraná v letech 2003–2009 byla 3 590 574 m<sup>2</sup> (cca 359 ha). Volné plochy využívaly zejména větší formáty prodejen.

Zábor zemědělské půdy (ZPF) se týkal cca 41 % ploch a souvisel se 152 (více než třetinou, přesně 38 %) VMZ. V záboru figuruje 51,5 ha půdy nejvyšší bonity (I. třídy ochrany), která by měla být vyjímána ze ZPF jen pro účely ekologicko-stabilizační a jinak ochranné.

Zábor nad 10 ha plochy je plánován u 6 největších staveb, které jsou všechny umístěny na volnou plochu a zelenou louku. Celková plocha rozšíření sídelní kaše spojené s plánovanými nákupními zařízeními je za roky 2003 až 2009 celkem 2 280 749 m<sup>2</sup> (228 ha). Celková plocha využitá brownfields pro výstavbu velkoplošného maloobchodu byla 928 913 m<sup>2</sup> (93 ha).

Lokalizace velkoplošných maloobchodních zařízení mění využití území. V letech 2003 až 2009 bylo pouze 35 % VMZ umístěno do ploch služeb a výroby (dle převažujícího dosavadního využití). Celkem 58 % VMZ mění využití plochy z nezastavěné (zejména zemědělské) plochy na plochu zastavěnou.

Velkoplošná maloobchodní zařízení jsou lokalizována u významných silničních komunikací. Tento postup při umísťování nákupních zařízení nezůstává bez vlivu na intenzity osobní automobilové dopravy na sběrných komunikacích, které jsou využívány jako hlavní komunikační tepny pro nákupní zařízení. Více než polovina nárůstů (53 % případů) intenzity osobní automobilové dopravy se pohybuje v rozmezí 5–19,99 %. Pětina realizovaných VMZ vyžaduje nárůst dopravy o více než 20 %, což je nárůst znatelný, pro komunikační síť často problematický a nese s sebou snižování kvality ovzduší a zvyšování hladiny hluku. Celkem 11 staveb přesáhlo hranici 50 % původní intenzity osobní automobilové dopravy.

V letech 2003–2009 bylo postaveno 378 parkovišť na povrchu, 23 v podzemí a deset v budovách. V rámci těchto parkovišť vzniklo 80 858 nových parkovacích míst pro účely návštěvy plánovaných velkoplošných maloobchodních zařízení. Z tohoto počtu bylo postaveno 85 % parkovacích míst jako povrchová stání, 10 % jako stání v podzemí budov půdorysu budov a 5 % jako stání v samostatných budovách nákupních zařízení (či v samostatných parkovacích domech).

Realizace celkem 24 % velkoplošných maloobchodních jednotek v letech 2003–2009 měla nějaký vliv na (zvláště chráněné) přírodní složky v území, ať už se jedná o (1) narušení územního systému ekologické stability (ÚSES), nebo (2) o narušení chráněného území (Chráněná krajinná oblast, registrovaný významný krajinný prvek, Přírodní památka, Evropsky významná lokalita či Ptačí oblast, Přírodní park), nebo o narušení biotopu či prostředí zvláště chráněného živočicha. Nejčastěji se jedná o narušení registrovaného významného krajinného prvku či jeho okolí (76 případů) nebo interakčního prvku ÚSES což nastalo v 53 případech. Vliv na zvláště chráněné živočichy je naopak spíše ojedinělý.

Realizace hypermarketů vyžaduje kácení dřevin v 65 % případů. V nadpoloviční většině případů je nutné kácení stromů či keřů pro účely výstavby u nákupních center i diskontů. Naopak 56 % supermarketů se bez kácení obešlo. U řídce zastoupených specializovaných velkoobchodů je kácení realizováno také v menšině případů. V celkovém pohledu má dojít ke kácení v 62 % případů.

Celkem cca 19 % VMJ (82 staveb) bylo v letech 2003 až 2009 lokalizováno způsobem, který narušuje vodní tok, břeh vodního toku nebo nivu v blízkosti toku. Do záplavového území bylo lokalizováno 58 VMJ (13 %).

Hodnocení celkového vlivu na krajinu dokazuje významný vliv zejména velkých formátů (hypermarkety, specializované velkoobchody, hobby markety) a také nákupních center. Je to spojeno s častou lokalizací na zelené louce a volných plochách ve městech. Naopak nejčastější formát (diskont) zasáhl do krajiny pouze v 34,5 % případech. Z celkového pohledu má významný vliv na krajinu a krajinný ráz cca 40 % postavených velkoplošných maloobchodních jednotek.

Z výsledků výzkumu vyplývá, že kulturní hodnoty zastavěného území (měst) nejvíce narušují supermarkety (33 % VMJ), které byly letech 2003–2009 často umísťovány do zastavěných oblastí. Stejný efekt s nižší intenzitou se objevil i u nákupních center a diskontů (v obou případech kolem 14 % případů). Velké formáty VMJ narušují kulturní hodnoty území (vzhledem ke své lokalizaci často mimo zástavbu) méně.

Celkem 56 % realizovaných záměrů přináší malý vliv na obyvatelstvo a 27 % velký vliv. Zbýlých 17 % je plánováno se zanedbatelným vlivem na obyvatelstvo. Z pohledu jednotlivých provozních typů měly velký vliv na obyvatelstvo zejména supermarkety a hypermarkety u nichž výsledek souvisí s lokalizací blízko bydlení (supermarkety), respektive významným ovlivňováním dopravních intezit (hypermarkety). Největší vlivy však byly identifikovány v případě VMZ složených z více VMJ (smíšený VMZ) neboť se jedná v součtu o největší stavby s velkými dopravními nároky.

Kumulace vlivů (s jinou novou nebo s existující velkoobchodní) se týká celkem 47 % VMZ otevřených v České republice v letech 2003–2009.

## 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 (nad 400 m<sup>2</sup> prodejní plochy) pouze v jednom konkrétním funkčním typu ploch (v ostatních funkčních typech označit umístování VMZ jako nepřipustné)
- » stanovit jasné regulativy (připustné, nepřipustné parametry – zejména prodejní plocha a vnitřní uspořádání areálu) pro plochy s připustným či podmíněně připustným umístováním VMZ s převážně nepotravinářským zbožím nikoliv denní spotřeby (maximální limit prodejní plochy v jednom zařízení, na jedné ploše v územním plánu stanovit na 3 000 m<sup>2</sup> u měst nad 50 000 obyvatel, u menších měst limit snižovat)
- » stanovit jasné regulativy (připustné, nepřipustné parametry – zejména prodejní plocha a vnitřní uspořádání areálu) pro plochy s připustným či podmíněně připustným umístováním VMZ s převážně s převážně potravinářským zbožím a dalším zbožím denní spotřeby (maximální limit prodejní plochy v jednom zařízení, na jedné ploše v územním plánu stanovit na 1 500 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> prodejní plochy).

### b) Návaznost na dopravní systém

- » při plánování ploch pro VMZ hodnotit dopravní vliv budoucí realizace VMZ a stanovit maximální dopravní zatížení komunikací přiléhajících k těmto plochám – na základě tohoto kritéria posuzovat připustnost 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 a 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 v budovách
- » stanovit minimální podíly nezpevněné plochy v areálech a zajištění pěší prostupnosti areálů
- » přísně bránit památkově chráněná jádra měst a v těchto zónách umisťovat 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 jiná než maloobchodní zařízení a stavby.

# Závěr

Výzkumem prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v letech 2003–2009 se zaměřením na environmentální vlivy v prostoru byla odhalena celá řada nedostatků v plánování a praktické realizaci sítě maloobchodu v České republice. Lze říci, že současný systém plánování a výstavby není udržitelný. Expanze, která proběhla v letech 2003–2009, vedla ke 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 – má za důsledek velké vzdálenosti nákupních zařízení od center měst a městských částí a tím pádem prodlužování docházkové vzdálenosti za nakupováním.

Vzhledem k environmentálním dopadům expanze maloobchodu popsaným v kapitole 3 a shrnutým v kapitole 4 je se jeví jako nutné 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 řadu dalších regulací, které by se měly soustředit na omezení ekonomické moci maloobchodních řetězců a ochranu drobných obchodníků a výrobců jako či 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, dá se očekávat další nárůst počtu velkoplošných maloobchodních jednotek. Proto je důležité rychle reagovat a přijmout co nejefektivnější regulační opatření. Tyto regulace by měly usměrnit příliv investic do určitých mezí a umožnit tak zachování středů měst jako center obchodu a služeb alespoň na současné úrovni. Regulace také omezí environmentální dopady expanze velkoplošného maloobchodu.

## 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.
- » **Koželouh, J. (2009):** Environmentální dopady plánované prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice v roce 2008. Studie. NESEHNUTÍ. Brno, 31 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 spatial expansion of large scale retail in the Czech Republic in 2003–2009 (research results)**

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

The results summarize research of large scale retail facilities and stores documentations in 2003–2009 in the Czech Republic. The research concentrates on environmental impact of the stores. In total 401 large scale retail facilities (LSRF) which includes 442 large scale retail stores (229 discount stores, 89 hypermarkets, 78 malls, 18 supermarkets, 9 hobby markets and 11 specialized large scale stores) have been constructed in the period of 2003–2009. Only the LSRF have passed the process of the environmental impact assessment (EIA) and could be included in the research.

Discount stores had been the most used functional type in 2002–2003, when expansion of retail chains Penny and Plus was in progress and expansion of Lidl retail chain was starting. In 2004–2005, an alignment was apparent in terms of the growth of discounts stores and hypermarkets. Distinctive boom of malls started in 2005. The most exposed regions for all formats are Moravian Silesia, Central Bohemia and South Moravia.

As for the towns and villages, the most engaged category was town (or city) with number of the population from 20 000 to 50 000. Large scale retail stores (LSRS) were localized mostly on edge parts of the towns – town periphery or suburban area.

In the complex view there were 42 % LSRS localized on quite free area. Total free land for localization was 3 590 574 m<sup>2</sup> which is 63 % of all area for new LSRF. Localization on the greenfields (228 ha) bind over the localization on the brownfields (93 ha). Forty percent of stores were constructed on the area with agricultural soil. Total planned occupation of agricultural soil achieved 235 ha.

Localization of LSRF changed the land-use. There were only 35 % of new stores localized on the areas of manufacturing, trade and services. 58 % of stores changed the land-use from unbuilt (free area) into the build ground.

Large scale retail facilities are localized near the important roads. Planned traffic increases (individual transportation) in more than half cases (53 %) were at intervals 5–19,9 % in 2003–2009. One fifth LSRF needs extension beyond 20 %. Plans included building also 378 parking places on the land, 23 under surface and 10 in the buildings. Altogether 80 858 new parking places were planned.

24 % large scale retail stores in 2003–2009 have an impact on (specially protected) spatial components in light of nature and landscape conservation. Significant wood cutting is planned as a part of 65 % LSRS. 13 % stores (therefore 58 large scale retail stores) were localized in the flood area in 2003–2009.

Landscape impact assessment pointed to significant impact of 40 % LSRF, especially large formats (hypermarkets, specialized large scale stores, hobby markets) and malls. It is connected with frequent localization on the greenfields and free areas in the towns.

The results of the research imply that cultural qualities of built-up areas (towns) are mostly disturbed by supermarkets (33 % VMJ). 56 % stores have got a small impact on the inhabitants, 27 % have got a big impact. Other 17 % haven't got any relevant impact on the inhabitants. Cumulation of impacts was identified in 47 % cases.

As a reason of this situation, excessive abandonment of a spatial planning limits for retail was identified (together with research results and foreign experiences). The Czech Republic received a recommendation from the Spatial development policy for the field of land-use planning to local land-use plans (unbuilt area protection, sequence with residential areas and transport, nature and landscape protection).



ZAOSTŘENO NA



0 586 HYPERMARKETY

# Environmentální dopady prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice 2003–2009

výsledky výzkumu