

PŘÍLOHA 10

fajnova CENTRUM



**STUDIE PROMĚNY
MALOOBCHODU A SLUŽEB
V HISTORICKÉM JÁDRU MĚSTA
OSTRAVY**

Obsah

Význam maloobchodu a služeb pro centra měst.....	- 3 -
Metodika hodnocení proměny maloobchodu a služeb v historickém jádro.....	- 3 -
Vyhodnocení proměny maloobchodu a služeb v historickém jádru	- 5 -
Shrnutí výsledků a hlavní zjištění:	- 17 -
Vyplyvající doporučení	- 17 -
Odkazy na odbornou literaturu:	- 19 -

Význam maloobchodu a služeb pro centra měst

Centra měst představují prostory, které mají funkci shromažďování, obchodu a dopravy (Gehl, Gemzøe 2002). Tyto tři funkce se navzájem doplňují a posilují. Výhodná dopravní poloha městských center předurčuje v těchto čtvrtích přítomnost intenzivní dopravy a kumulaci obyvatel měst a jejich zázemí na jednom místě, což vytváří podmínky pro fungování místní ekonomiky. Kvalitní nabídka služeb a maloobchodu pak láká další uživatele těchto služeb, kteří vytvářejí poptávku po zlepšování možností přepravy. Jedná se o příklad tzv. pozitivní vazby, ze které městská centra po staletí profitovala. V současnosti však řada městských center pocituje oslabování těchto funkcí, což je dáno řadou příčin. Mezi dlouho známé příčiny lze zařadit konkurenci obchodních center umístěných ať již v samotných městských centrech či na okraji měst. V posledních letech také narůstá vliv konkurence e-commerce a nových obchodních formátů (např. rozvážka jídla), které byly ještě posíleny v důsledku pandemie Covid-19. Pandemie samotná pak zasáhla městská centra v podobě protipandemických opatření, která vedla k dlouhodobému omezení možnosti provozu maloobchodních, gastronomických a dalších služeb. V současné době se k těmto ztrátám přidává také vysoká inflace a narušení dodavatelských řetězců, které dále snižují konkurenceschopnost městských center jakožto míst s obchodní funkcí.

Metodika hodnocení proměny maloobchodu a služeb v historickém jádru

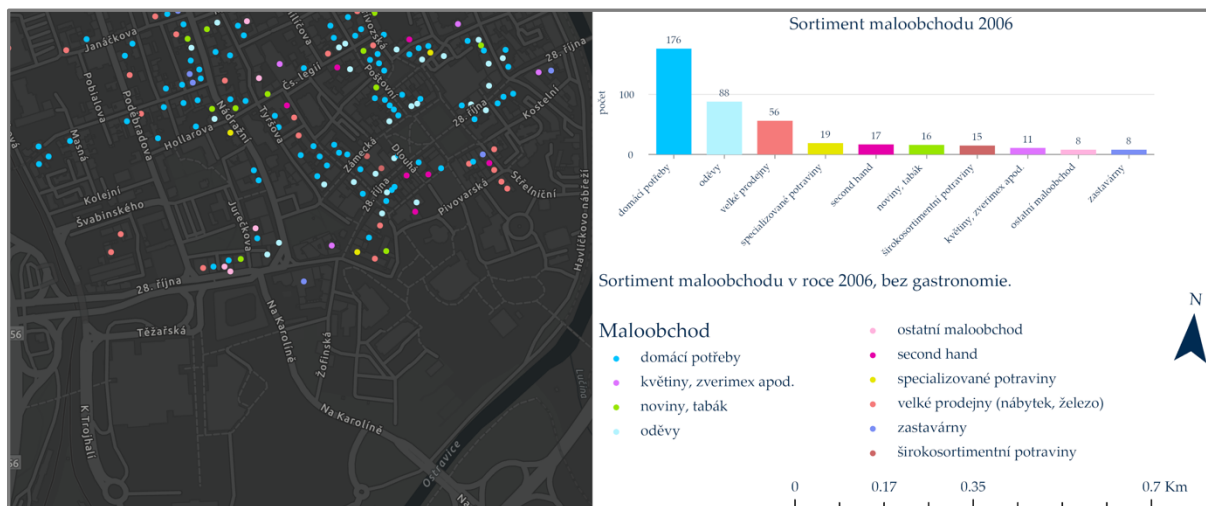
Sběr dat o maloobchodu v historickém jádru města Ostravy probíhá pod dohledem Ostravské univerzity pravidelně od roku 2006. V roce 2016 byl pak rozšířen o mapování stavu gastronomických jednotek. Zde předložená data zahrnují roky 2006, 2016 a 2021, přičemž byly zmapovány pouze jednotky, které se nacházely v parteru budov, protože právě ty jsou z pohledu návštěvníků nejviditelnější a spoluvytvářejí atraktivitu ulic. Z hodnocení byly vyjmuty jednotky v obchodních centrech (Nová Karolina, Horník a Laso), aby výsledky neovlivňovaly pohled na vývoj jednotek v ulicích. Mapování v roce 2021 proběhlo ve spolupráci s Městským ateliérem prostorového plánování a architektury (MAPPA). Pro zpráhlednění jednotlivých mapových výstupů je využita zjednodušená typologie maloobchodních a gastronomických jednotek (viz Tabulka 1)

Tabulka 1 Přehled kategorií maloobchodních a gastronomických služeb použitých ve studii

Název kategorie ve studii	Popis kategorie
Širokosortimentní potraviny	Potraviny širokosortimentní s obsluhou, se samoobsluhou a smíšené prodejny
Specializované potraviny	Prodejny specializované na maso a uzeniny, ovoce a zeleninu, lahůdky, prodejny čajů, pekařství atd.
Oděvy	Prodejny textilu, obuvi a kožené galanterie
Luxusní prodejny oděvů	Prodejny oděvů a obuvi ve vyšší cenové kategorii
Secondhand	Prodejny levných a použitých oděvů a obuvi, charitativní obchody
Domácí potřeby	Prodejny domácích potřeb, elektra, drogerie a lékárny, foto, sklo, hudebniny, knihy, optiky, starožitnictví apod.
Velké prodejny	Prodejny elektro, stavebnin, nátěrových hmot
Květiny, zverimex apod.	Prodejny květin, rybářských, pěstitelských a chovatelských potřeb
Zastavárny	Bazary a zastavárny
Noviny, tabák	Prodejny novin, časopisů a tabákových výrobků
Ostatní maloobchod	Prodejny auto-moto, autosalony apod.
Bez využití	Prázdné jednotky k pronájmu
Restaurace	Gastronomické zařízení bez specializace na etnickou kuchyni
Etnická restaurace	Gastronomické zařízení se specializací na etnickou kuchyni
Rychlé občerstvení	Gastronomické zařízení s jídlem na počkání
Kavárny	Gastronomické zařízení primárně orientované na kávu a produkty z ní
Pivnice	Gastronomické zařízení primárně orientované na prodej piva
Bar	Gastronomické zařízení primárně orientované na prodej tvrdého alkoholu a produktů z něj
Noční klub	Gastronomické zařízení, s otevírací dobou primárně v nočních hodinách
Hotel	Ubytovací zařízení doplněné o gastronomickou nabídku pro ubytované
Hudební klub	Menší gastronomické zařízení primárně orientované na prodej alkoholu s hudební produkcí
Diskotéka	Větší gastronomické zařízení primárně orientované na prodej alkoholu s hudební produkcí
Herna	Gastronomický podnik kombinující prodej alkoholu a hazardní hry, do této kategorie nespádají kasina

Vyhodnocení proměny maloobchodu a služeb v historickém jádru

Mapa 1 Skladba maloobchodní sítě v historickém jádru v roce 2006



Zdroj dat: Ostravská univerzita, vlastní zpracování

Mapa 2 Skladba maloobchodní a gastronomické sítě v historickém jádru v roce 2016



Zdroj dat: Ostravská univerzita, vlastní zpracování

Mapa 3: Skladba maloobchodní a gastronomické sítě v historickém jádru v roce 2021



Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPA, vlastní zpracování

Komentář k Mapám 1 až 3:

V rozmezí let 2006 až 2021 prodělalo historické jádro města Ostravy poměrně dynamický vývoj, který byl tažen jak lokálními, tak i globálními vlivy. Mezi lokální vlivy lze zařadit v rozmezí let 2006-2016 dopady otevření obchodního centra Nová Karolina. Otevření tohoto obchodního centra bylo ve své době významným místním tématem a kompletní přehled evidence o dopadech lze nalézt například v článku Slach a kol. (2020). Mezi významné globální vlivy z období let 2016-2021 pak lze zařadit stále probíhající pandemii Covid-19 a s ní spojená protipandemická opatření, inflaci a nárůst popularity e-commerce.

V roce 2006 (Mapa 1) bylo možné historické jádro charakterizovat z pohledu maloobchodu jako místo primárně zaměřené na kategorii domácích potřeb (176 jednotek), oděvy (88 jednotek), velké prodejny (56 jednotek), s odstupem následované početně méně významnou nesourodou skupinou jednotek zaměřených na specializované potraviny (19), secondhandy (17), noviny a tabák (16), širokosortimentní potraviny (15), květiny, zverimex apod. (11), ostatní maloobchod (8), zastavárny (8). Do roku 2016 skladba služeb v centru města prošla významnou proměnou spočívající ve snížení počtu dominantních domácích potřeb o cca 30 % (123 jednotek) a obdobným poklesem oděvů o 37 % (55 jednotek).

Opačným vývojem oproti tomu prošly specializované potraviny, které narostly o 39 jednotek na celkových 58. Mezi významné proměny zaznamenané v tomto období lze zařadit i vznik prodejen s luxusními oděvy, které se v předešlém období v historickém jádru nevyskytovaly, což lze v zásadě zhodnotit jako pozitivní jev. Jako negativní jev se však projevil nárůst počtu jednotek bez využití (38) a secondhandů (22). Toto značí, že v období let 2006-2016 došlo k polarizaci maloobchodní nabídky v podobě posílení luxusních a levných prodejen oděvů na jedné straně a vymizení prodejen s oděvy nacházející se ve střední cenové kategorii. Dalším pozorovaným jevem byla tzv. secondhandizace historického jádra, což je jev, který se obvykle projevuje v lokalitách, kde se standardním kategoriím maloobchodu nedaří. Toto zjištění potvrzuje i prudký nárůst počtu jednotek bez využití, tedy těch, kterým scházely nájemníci. Zaznamenané jevy lze z velké části přisoudit vlivu otevření obchodního centra Nová Karolina, které představovalo pro maloobchodní síť historického jádra příliš silnou konkurenci. Část z prodejen se však přestěhovala z historického jádra do tohoto obchodního centra či byla z historického jádra vytlačena. Jisté změny v tomto území rovněž způsobila ekonomická krize, která začala v roce 2008. Část změny ve struktuře maloobchodu byla rovněž způsobena vlivem e-commerce a přirozenými změnami. V roce 2016 se započalo s mapováním struktury gastronomických služeb, jehož výsledky slouží jako základ pro srovnání s následujícím obdobím. Gastronomie v roce 2016 zaplňovala místa uvolněná po maloobchodních jednotkách. V tomto roce bylo ve zkoumaném území zaznamenáno 81 restaurací, 51 kaváren a 29 barů. Mezi další významné kategorie, které se v historickém jádru nacházely, bylo možné zařadit rychlá občerstvení (14), noční kluby a pivnice (obojí 13) a hotely (7).

Následné mapování v roce 2021 poukázalo na významné změny jak v maloobchodní, tak i gastronomické nabídce. Jednalo se zejména o pokračující úbytek prodejen s domácími potřebami (pokles o 20 na 103 jednotek) a pokles prodejen se specializovanými potravinami (o 28 na 30 jednotek), přičemž ostatní kategorie zaznamenaly menší poklesy či stagnovaly. Jako významný problém se však ukázal prudký nárůst počtu maloobchodních jednotek bez využití na 103. Zde je nutno upozornit, že se jedná o součet prázdných jednotek jakožto celku, tedy i těch, které byly v minulém období obsazeny gastronomickými jednotkami. Metodika sběru dat v tomto zohledňuje možnost jejich transformace z maloobchodní funkce na gastronomickou a opačně a pro zjednodušení jsou tedy evidovány společně pod maloobchodními jednotkami. Z analýzy prostorového rozložení (viz Mapa 3) prázdných jednotek lze konstatovat, že se tyto jednotky nacházejí napříč celým historickým jádrem, s relativně vyšší koncentrací v okrajových ulicích či ulicích s nižší četností chodců (např. ulice Velká či Sokolská třída). Gastronomická síť rovněž doznala změn v podobě snižování počtu jednotek v jednotlivých kategoriích. Nově se dominantní gastronomickou kategorií staly kavárny, a to i přes pokles jejich počtu (o 8 jednotek na 43), ty přeskočily do té doby dominantní restaurace, které však poklesly o 40 jednotek na 41.

Na druhou stranu však vzrostl počet etnických restaurací (o 18 na celkových 21) a rychlého občerstvení (ze 14 na 27), čímž byla ztráta počtu restaurací částečně kompenzována. Jistý růst zaznamenaly rovněž pivnice a bary. Celkově lze proměnu v letech 2016-2021 shrnout jako pokračování gastronomizace historického jádra, která započala v předešlém období, třebaže tento jev ztrácel na síle. Gastronomické jednotky již nestíhaly kompenzovat celkové nárůsty počtu prázdných jednotek a gastronomie samotná pak procházela jistou diverzifikací nabídky, která spočívala ve změně restaurací na etnické restaurace či rychlá občerstvení. Celkově se na stavu jak maloobchodní, tak i té gastronomické sítě negativně projevila protipandemická opatření proti Covid-19, která přerušovaně omezovala provoz těchto jednotek. Je pravděpodobné, že řada z poskytovatelů maloobchodních a gastronomických služeb musela navzdory poskytovaným kompenzacím ukončit provoz, což se projevilo v prudkém nárůstu počtu volných jednotek v historickém jádru. Jistý vliv pak jistě na tomto nárůstu nesly i zpřetrhané dodavatelské řetězce v důsledku Covid-19 a následná inflace způsobená rozpočtovou politikou státu a vnějšími vlivy v podobě nárůstu cen energií v důsledku útoku Ruska na území Ukrajiny. Historickému jádru města Ostravy dlouhodobě schází „kotevní“¹ maloobchodní jednotky střední velikosti, které by pomohly stabilizovat maloobchodní nabídku a přilákat návštěvníky pro jednotky v okolí.

Mapa 4 Diverzita maloobchodní sítě v historickém jádru v roce 2006



Zdroj dat: Ostravská univerzita, vlastní zpracování

¹ Pozn.: V angličtině „anchor retail units“ či „anchor stores“ – jedná se o maloobchodní jednotky, které se vyskytují pouze v některých městech a zákazníci jsou tedy za nimi ochotni cestovat větší vzdálenosti. Příkladem takovýchto jednotek jsou například originální prodejny společností Apple, Primark apod.

Mapa 5 Diverzita maloobchodní sítě v historickém jádru v roce 2016



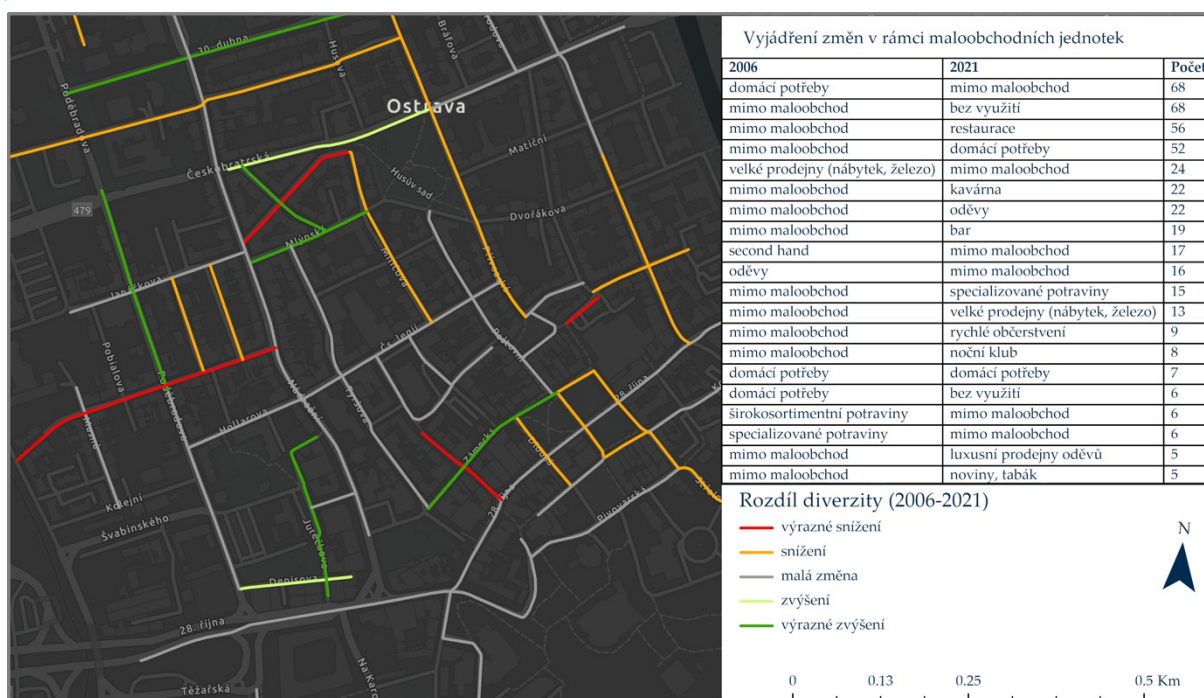
Zdroj dat: Ostravská univerzita, vlastní zpracování

Mapa 6 Diverzita maloobchodní sítě v historickém jádru v roce 2021



Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPA, vlastní zpracování

Mapa 7 Změna diverzity maloobchodní a gastronomické sítě v historickém jádru v letech 2006–2021



Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPa, vlastní zpracování

Mapa 8 Změna diverzity maloobchodní a gastronomické sítě v historickém jádru v letech 2016–2021

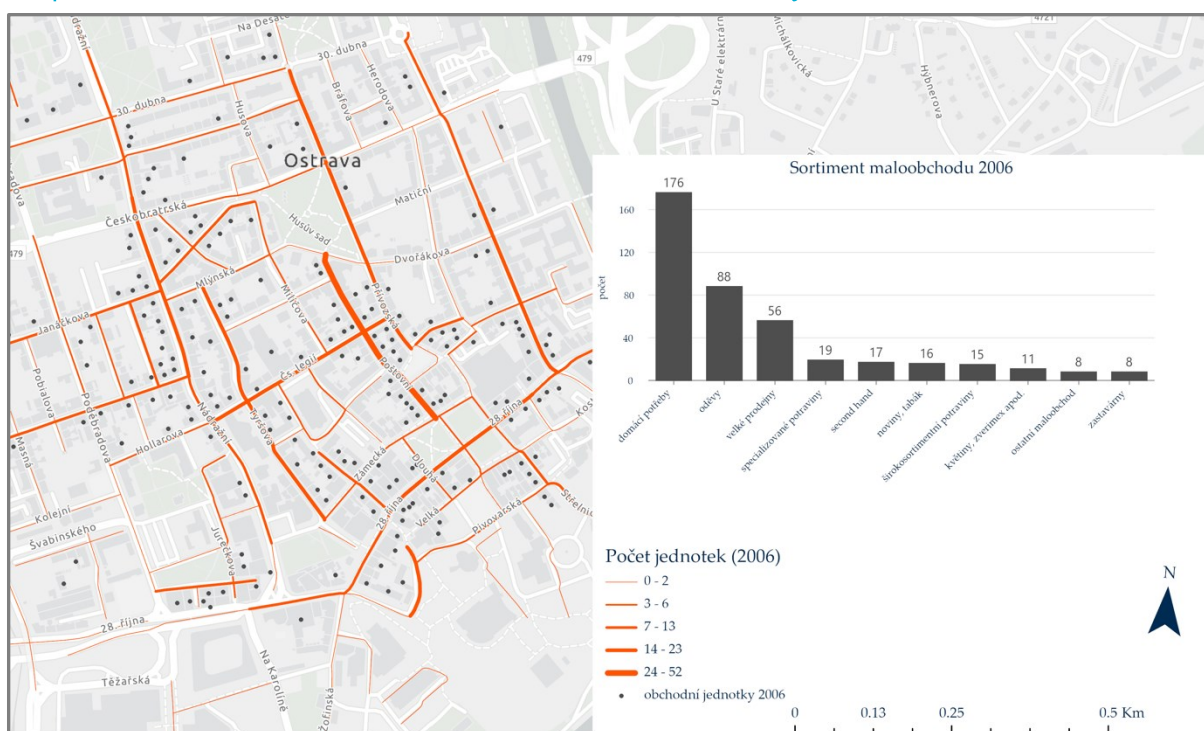


Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPa, vlastní zpracování

Komentář k Mapám 4 až 8:

Diverzita je významným faktorem ovlivňujícím odolnost těchto ulic vůči poklesu poptávky. Ze zahraničí jsou sice známé ulice se specializací na konkrétní sortiment, např. zlatnictví či oděvy, v historickém jádru Ostravy se však takovéto ulice téměř nevyskytují v důsledku poměrně nízkého počtu mimoměstských návštěvníků, a zejména turistů, což nedovoluje užší specializaci. Jistou výjimku představuje Stodolní ulice, která je svou gastronomickou specializací schopná takovéto návštěvníky nalákat. Ve sledovaném období 2006-2021 bylo zaznamenáno snížení diverzity na ulici Stodolní, což naznačuje její pokračující specializaci na gastronomii. Dále se snížení diverzity projevilo zejména na ulicích Puchmajerova, Chelčického a Antonína Macka. Řada dalších ulic pak zaznamenala méně významné snížení diverzity. Pozitivním jevem bylo významné navýšení diverzity v ulici Zámecká, Mlýnská a S.K. Neumanna. Samostatně hodnocený vývoj v posledním období 2016-2021 pak poukázal na významný nárůst diverzity napříč celým historickým jádrem. Mapy 7 a 8 zachycují transformace jednotek v historickém jádru v průběhu času. Zde jsou jasně patrné přesuny mezi jednotlivými kategoriemi, které naznačují, že maloobchod představuje jakýsi vrchol pyramidy – pokud tyto jednotky nejsou úspěšné, jsou zabrány jiným typem služeb mimo maloobchod (salóny krásy, pojišťovnictví apod.). Pokud ani tyto typy jednotek nejsou úspěšné, pak zůstávají bez využití či jsou transformovány na gastronomická zařízení.

Mapa 9 Hustota maloobchodní sítě v historickém jádru v roce 2006



Zdroj dat: Ostravská univerzita, vlastní zpracování

Mapa 10: Hustota maloobchodní a gastronomické sítě v historickém jádru v roce 2016



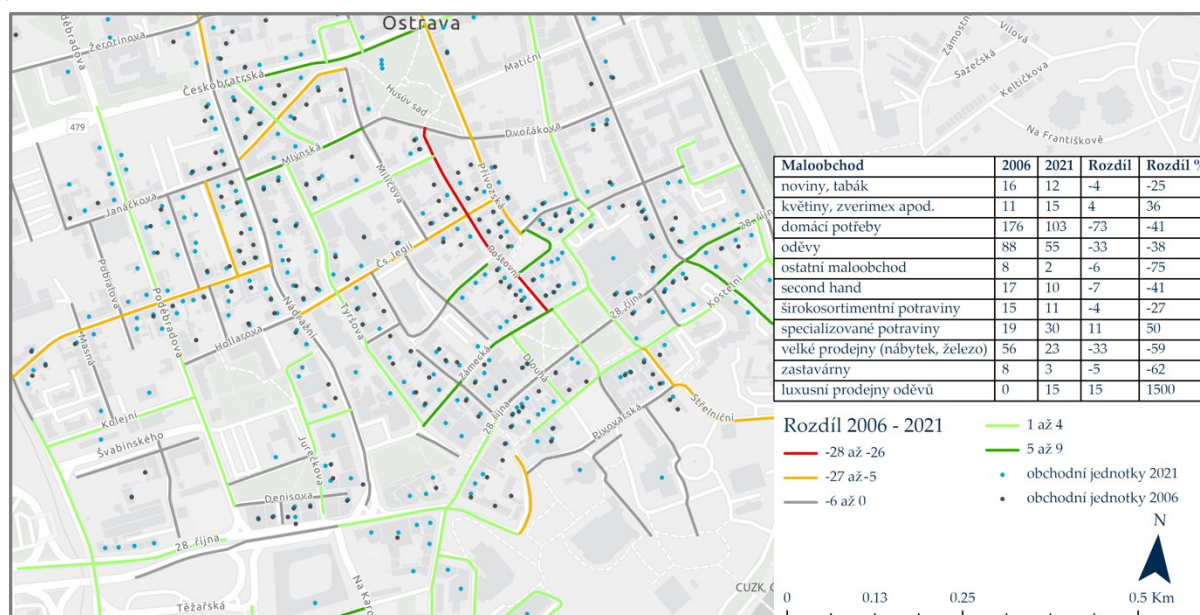
Zdroj dat: Ostravská univerzita, vlastní zpracování

Mapa 11: Hustota maloobchodní a gastronomické sítě v historickém jádru v roce 2021



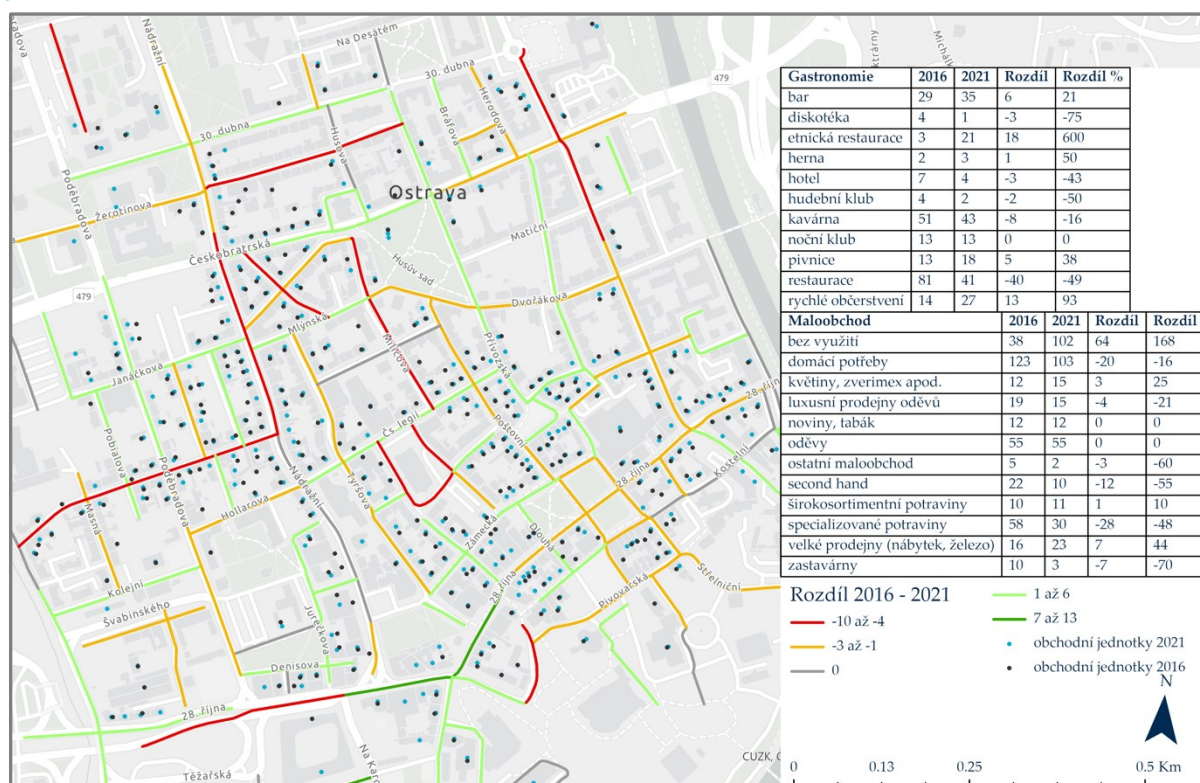
Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPA, vlastní zpracování

Mapa 12 Změna hustoty maloobchodní a gastronomické sítě v historickém jádru v letech 2006–2021



Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPA, vlastní zpracování

Mapa 13 Změna hustoty maloobchodní a gastronomické sítě v historickém jádru v letech 2016–2021

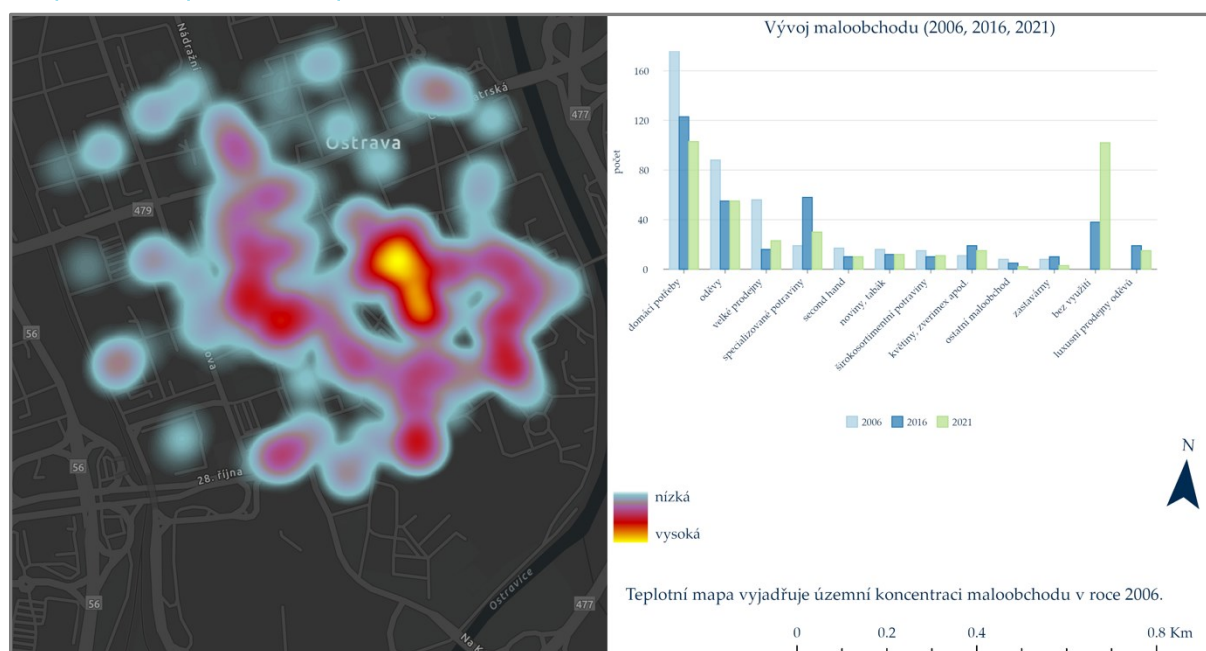


Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPA, vlastní zpracování

Komentář k Mapám 9 až 13:

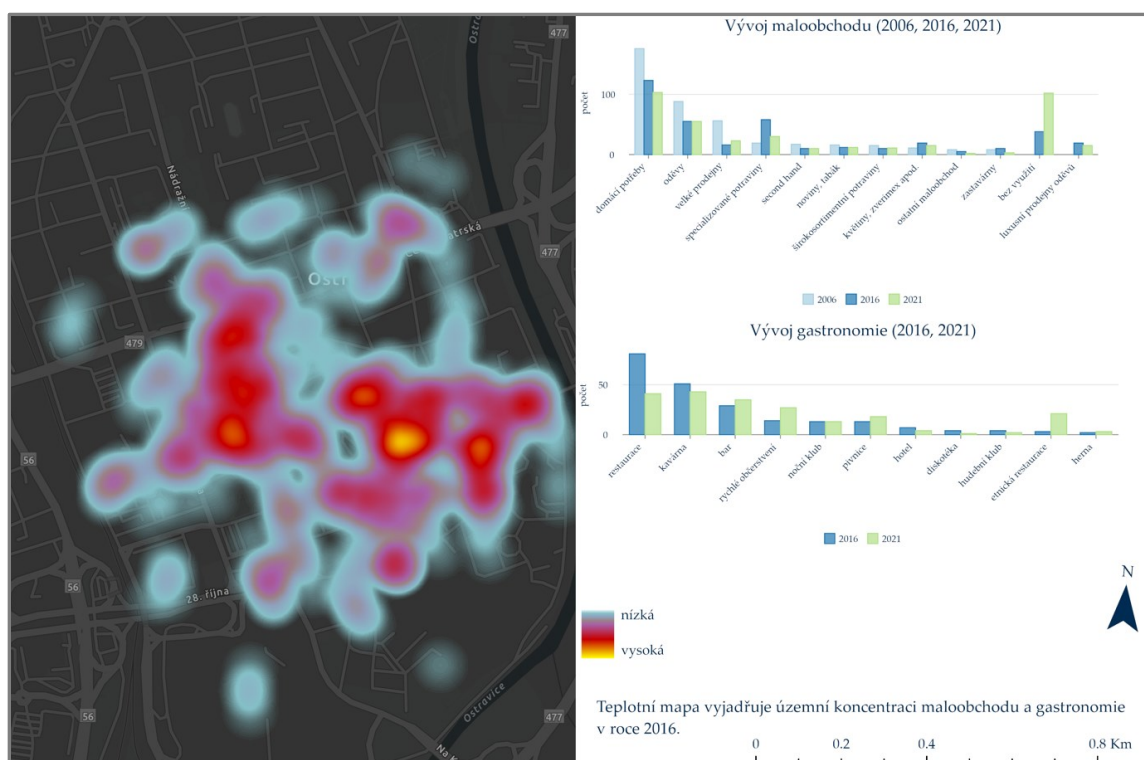
Mapy 9 až 11 zobrazují hustotu maloobchodní sítě za každou z ulic v jednotlivé sledované roky. Pro analýzu změny hustoty jsou však názornější Mapy 12 a 13, které zobrazují změny mezi jednotlivými obdobími. Za celé sledované období let 2006-2021 (viz Mapa 12) došlo ke snížení hustoty maloobchodních a gastronomických jednotek v řadě sekundárních a periferních ulic historického jádra, například ulice Pivovarská, Střelniční, Tyršova či Dvořákova. Významné snížení hustoty maloobchodních služeb lze pak pozorovat zejména na ulici Poštovní, která se řadí mezi významné nákupní ulice. Oproti tomu ulice Zámecká, jakožto ulice stejného typu, ve sledovaném období zažila významný nárůst hustoty maloobchodních jednotek. Obdobný nárůst zažily i periferní ulice jako Mlýnská a Českobratrská. V případě těchto ulic se pravděpodobně jedná o důsledek úprav jejich celkové podoby, která je oproti minulosti mnohem lépe přizpůsobena potřebám návštěvníků. V posledním sledovaném období 2016-2021 pokračovaly výše zmíněné trendy, nicméně řada ulic vykazovala intenzifikaci těchto jevů, což bylo vzhledem ke zmiňovaným problémům v důsledku pandemie Covid-19 pochopitelné.

Mapa 14 Teplotní mapa koncentrace maloobchodu v roce 2006



Zdroj dat: Ostravská univerzita, vlastní zpracování

Mapa 15 Teplotní mapa koncentrace maloobchodu a gastronomie v roce 2016



Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPA, vlastní zpracování

Mapa 16 Teplotní mapa koncentrace maloobchodu a gastronomie v roce 2021

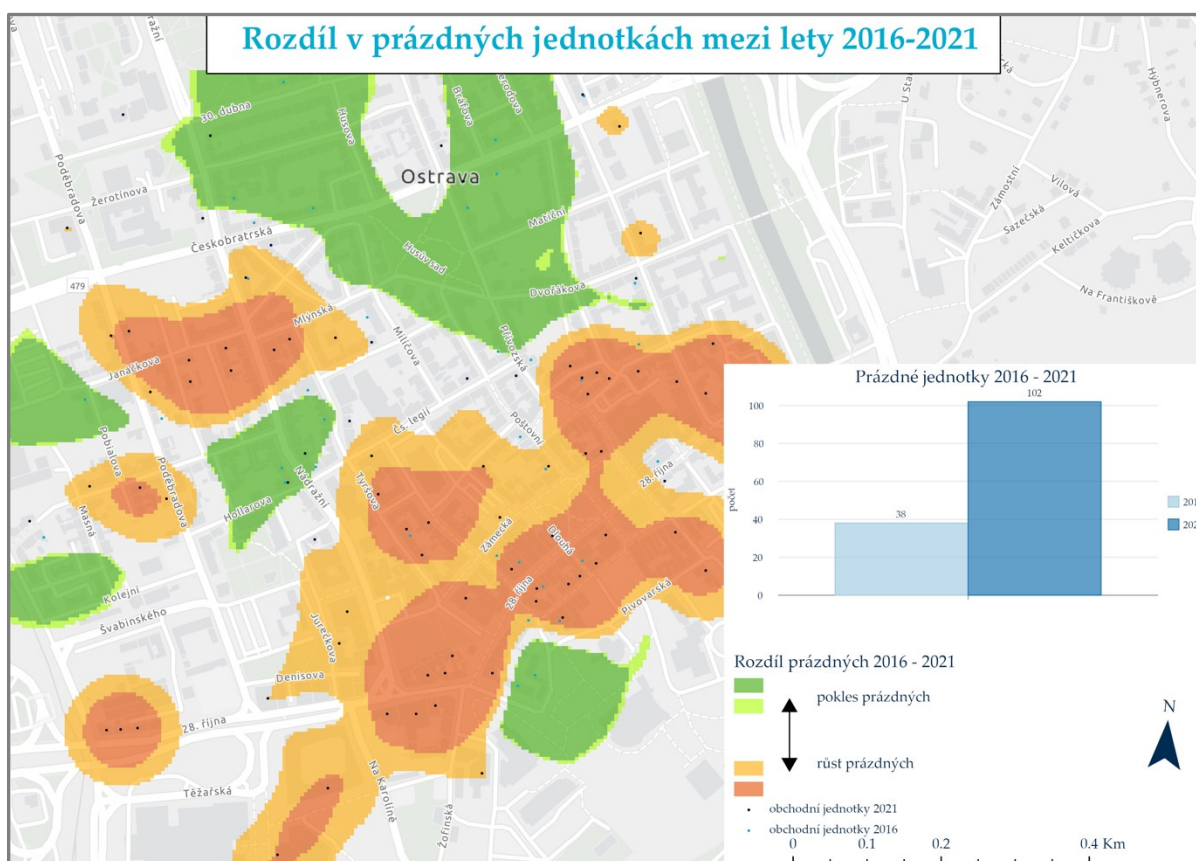


Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPA, vlastní zpracování

Komentář k Mapám 14 až 16:

V roce 2006 bylo jádrem maloobchodu s nejvyšší územní koncentrací Jiráskovo náměstí a jeho okolí. Toto jádro se v průběhu let 2016 a 2021 mírně rozrostlo do širšího okolí, nicméně celková koncentrace maloobchodu se snížila (pravděpodobně v důsledku transformace maloobchodních jednotek na gastronomické či na prázdné jednotky). Zárodek významné koncentrace na Nádražní ulici se postupně rozrostl do širšího okolí, zejména pak směrem do křížení ulic Chelčického a S.K. Neumanna. Zvyšující koncentraci (s jistou mírou její kulminace) vykazovaly také oblasti v okolí ulic Zámecká a Biskupská.

Mapa 17 Změna počtu prázdných jednotek v historickém jádru v letech 2016–2021



Zdroj dat: Ostravská univerzita a MAPPA, vlastní zpracování

Komentář k Mapě 17:

Mapa 17 představuje jeden z nejvýznamnějších výstupů celé studie proměny maloobchodu a služeb v historickém jádru z hlediska budoucího plánování. Zobrazuje lokace nově vzniklých prázdných jednotek, které byly zaznamenány v roce 2021, přičemž jednotky, které jsou dlouhodobě prázdné, tedy déle než od roku 2016, byly vynechány. Tato mapa poměrně jasně zobrazuje, že v současnosti nejproblematictější oblastí z pohledu prázdných

jednotek je ulice 28. října (prakticky v celé své délce v rámci historického jádra). Dále pak Jiráskovo náměstí, Sokolská třída a okolí Janáčkovy ulice.

Shrnutí výsledků a hlavní zjištění:

- V historickém jádru města Ostravy probíhá řada přirozených změn v maloobchodní a gastronomické síti.
- Tyto změny byly však ve sledovaném období let 2006-2016 významně ovlivněny otevřením obchodního centra Nová Karolina. Jednalo se o polarizaci maloobchodní nabídky doprovázenou secondhandizací historického jádra. Nárůst počtu prázdných maloobchodních jednotek pak vyústil v gastronomizaci historického jádra, kdy byly prázdné maloobchodní jednotky obsazeny novými jednotkami zaměřenými na gastronomii.
- V období let 2016-2021 se pak významně projevil vliv pandemie Covid-19, který vedl k významným změnám, zejména se pak jednalo o prudký nárůst počtu prázdných jednotek. Je pravděpodobné, že v důsledku inflace a nárůstu cen energií bude tento jev dále pokračovat.
- Některé z méně významných ulic, které prošly úpravami, vykazaly pozitivní změny v maloobchodní a gastronomické nabídce. Pro posílení funkce historického jádra jakožto nákupní a gastronomické lokality je tedy vhodné zlepšovat podobu jednotlivých ulic a při jejich úpravách zohledňovat perspektivu chodců a pobytových kvalit.

Vyplývající doporučení

Vyplývající opatření a aktivity navazují na opatření a aktivity již obsažené v 1. verzi strategického plánu fajNOVA CENTRUM a na základě výsledků z této přílohy je rozšiřují:

1. Rozvíjet historické jádro jako gastronomickou a maloobchodní destinaci – společný marketing na úrovni městského obvodu či statutárního města Ostravy
2. Vytvoření atraktivního prostředí pro návštěvníky centra – veškeré úpravy v historickém jádru by měly být posuzovány touto perspektivou
3. Přilákání „kotevních“ maloobchodních jednotek střední velikosti, které přitáhnou návštěvníky do historického jádra
4. Zlepšení pěšího propojení obchodního centra Nová Karolina a historického jádra s cílem vytvořit jedinou nákupní lokalitu
5. Podpora zlepšování podoby vývěsních štítů prodejen a výkladních skříní v návaznosti na projekt Ostrava 360°

6. Optimalizace výše nájmu ze strany městského obvodu u nedostatečně zastoupených typů jednotek – např. železářství či potravin
7. Optimalizace velikosti jednotek – jejich spojování či rozdělování dle potřeb trhu
8. Marketing prázdných ploch – polepy volných ploch simulující možnou podobu využití
9. Podpora využití udržitelných způsobů zásobování – cargokola, překladiště pro dopravce
10. Podpora fungování podvečerní a noční ekonomiky – propojení kulturních akcí s otevíracími hodinami místních podniků
11. Rebranding Stodolní ulice – podpora kultury, revitalizace veřejného prostoru, nové webové stránky propagující ulici apod.
12. Prioritní umístování gastronomických a maloobchodních jednotek do parteru oproti jiným službám v nejatraktivnějších lokalitách
13. Zopakovat studii proměny maloobchodu a služeb v historickém jádru v roce 2026 pro zachycení změn, zhodnocení účinnosti opatření a zacílení nových opatření

Odkazy na odbornou literaturu:

GEHL, J., GEMZØE, L. (2002): Nové městské prostory. 1. vyd. Šlapanice: ERA, 263 s. ISBN 80-865-1709-8.

SLACH, O., NOVÁČEK, A., BOSÁK, V., KRTIČKA, L. (2020): Mega-retail-led regeneration in the shrinking city: Panacea or placebo?. *Cities*, 104, 102799.