



# PRŮZKUM MALOOBCHODNÍ SÍTĚ MĚSTA BRNA 2017

**Zadavatel:** Kancelář architekta města Brna, p.o.

**Zpracovatel:** Altimapo, s.r.o.

**Odpovědný řešitel:** Mgr. Ondřej Mulíček, Ph.D.

**Brno, březen 2018**

## OBSAH

<b>MANAŽERSKÉ SHRUTÍ</b>	<b>4</b>
<b>1. ÚVOD</b>	<b>6</b>
<b>2. METODIKA PRŮZKUMU A VYHODNOCENÍ</b>	<b>8</b>
Koncepční zakotvení průzkumu	8
Použité ukazatele	9
Postup šetření v terénu	13
Metodika a postupy vyhodnocení	14
<b>3. ZÁKLADNÍ VYHODNOCENÍ – ŠETŘENÉ ÚZEMÍ A MĚSTO BRNO</b>	<b>15</b>
Plocha maloobchodních prodejen	16
Počet maloobchodních prodejen	17
Počet provozoven služeb	18
Struktura sítě maloobchodních prodejen dle velikostních kategorií	18
Plošný standard	20
Struktura sítě maloobchodních prodejen dle sortimentu	21
Struktura sítě provozoven služeb dle sortimentu	29
<b>4. ZÁKLADNÍ VYHODNOCENÍ – MĚSTSKÉ ČÁSTI</b>	<b>31</b>
Struktura sítě maloobchodních prodejen	31
Struktura sítě provozoven služeb	37
<b>5. PROSTOROVÉ ANALÝZY</b>	<b>41</b>
Nerovnoměrnost rozložení maloobchodu a služeb v území	41
Umístění v typech objektů	44
Morfogenetické zóny města	45
Městské centrum	49
Velká nákupní centra	52
Ostatní prostorové shluky maloobchodu a služeb – nákupní ulice	55
Prostorové vzorce vybraných sortimentů	57

<b>6. ANALÝZY RYTMŮ MALOOBCHODU A SLUŽEB .....</b>	<b>60</b>
Maloobchodní rytmy – pracovní den .....	61
Maloobchodní rytmy – sobota .....	64
Maloobchodní rytmy – neděle .....	66
Podrobné časoprostorové analýzy maloobchodu v pracovní den .....	69
<b>7. ZÁVĚR .....</b>	<b>74</b>

## MANAŽERSKÉ SHRNUÍ

- Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017 je v pořadí sedmým celoplošným sčítáním maloobchodních jednotek na území města Brna v období po roce 1990. Sledována byla zařízení maloobchodního prodeje zboží a zařízení komerčního prodeje služeb jednotlivcům, a to prostřednictvím 9 skupin ukazatelů zachycujících zejména umístění zařízení, sortiment, velikost prodejní plochy a charakteristiku provozní doby. V případě maloobchodních prodejen bylo provedeno srovnání s předchozími sčítáními maloobchodu a interpretovány vývojové trendy. V podrobnosti městských částí pak byla analyzována sortimentní struktura a plošný standard; u srovnatelných dat bylo provedeno zhodnocení vývoje. V případě podrobnějších prostorových analýz bylo komentováno především rozložení maloobchodní sítě na pozadí morfogenetických zón. Údaje o provozních dobách byly využity pro identifikaci rytmů městského maloobchodu a služeb, resp. jejich časoprostorové diferenciaci. Specifická pozornost pak byla věnována velkým zařízením maloobchodu a služeb a jejich roli ve struktuře a fungování maloobchodní sítě.
- V průzkumu maloobchodní sítě 2017 bylo sečteno celkem 7 628 zařízení (včetně 217 automatů); z toho 3 948 maloobchodních zařízení prodávajících zboží a 3 208 zařízení poskytujících služby. Celkem 472 zařízení bylo klasifikováno „bez využití“. Celková prodejní plocha všech sečtených maloobchodních prodejen v roce 2017 činila 715 924 m<sup>2</sup>. V ukazateli prodejní plochy došlo k zastavení dosavadního růstového trendu. Vývojová řada počtu prodejen na území města Brna indikuje mírný nárůst oproti počtům v roce 2013.
- Dlouhodobě plošně nejsilnějším typem v Brně je sortimentní skupina potravin. V rámci skupiny je zastoupeno velké množství relativně malých prodejen, které jsou doplňovány středními a velkými prodejny. U ostatních sortimentních skupin je vývoj prodejní plochy v souladu s dlouhodobými trendy – dále pokračuje plošný útlum sortimentní skupiny domácích potřeb a ostatního, plošný nárůst lze pozorovat u sportovního zboží. Segment městských služeb je z hlediska sortimentní struktury dominován pohostinskými službami (restaurace, kavárny, bary), přičemž restaurace jsou absolutně nejčastější skupinou služeb. Významně zastoupeny jsou dále kosmetické sortimenty (především kadeřnictví) a peněžní služby prostřednictvím sítě bankomatů.
- V období 2013-2017 patrně nepokračoval trend úbytku plochy (a počtu) velikostně menších prodejen (pod 1 000 m<sup>2</sup>). Naopak snížení ploch lze zaznamenat u prodejen větších (nad 3 000 m<sup>2</sup>). Stále platí, že navzdory vysokému relativnímu zastoupení malých prodejen (pod 200 m<sup>2</sup>) na celkovém počtu maloobchodních prodejen v Brně (cca 90 %), jejich podíl na celkové prodejní ploše je v zásadě nízký – pouze čtvrtinový.
- Přes navýšení celkového počtu prodejen v Brně došlo u celkem 6 MČ k úbytku – v absolutních číslech jde zejména o MČ Brno-Líšeň a Brno-sever. Z hlediska vývoje prodejní plochy nejvyšší úbytky zaznamenaly MČ Bohunice, Brno-Chrlice, Brno-jih, Brno-Ivanovice, Brno-Maloměřice a Obřany a Brno-sever; u většiny z nich ovšem většinu poklesu zapříčinil vývoj v sortimentních skupinách AUTO či STAV. Žádná z městských částí nedisponuje plným sortimentem maloobchodního zboží; mezi sortimentně

nejpestřejší patří logicky velké městské části (Brno-střed – 84 typů sortimentu z 86 možných, Brno-Královo Pole – 68, Brno-sever – 62, Brno-jih, Brno-Židenice – 54). Situace v oblasti provozoven služeb je typická silnou pozicí centra města – tato se projevuje 47% podílem městské části Brno-střed na celkovém počtu provozoven služeb ve městě Brně, stejně jako plným zastoupením celkem 50 sortimentů služeb v této městské části.

- V šetřeném území lze zaznamenat čtyři hlavní typy umístění maloobchodních prodejen či provozoven služeb – umístění v parteru, umístění v rámci nákupního centra, umístění v rámci obchodního domu a umístění v rámci obchodní pasáže či polyfunkčního domu. V parteru je umístěno přes 70 % maloobchodních prodejen, přes 80 % provozoven služeb a 65 % celkové plochy maloobchodních prodejen. V 7 nákupních centrech (Avion Shopping Park Brno, Campus Square Brno, Futurum Brno, Globus Brno, NC Královo Pole Brno, Olympia Brno, Galerie Vaňkovka Brno) je pak lokalizováno 12 % z celkového počtu maloobchodních prodejen.
- Městské centrum je nejvýraznější územní koncentrací maloobchodu a služeb použijeme-li ukazatele počtu zařízení. Je zde shromážděna přibližně pětina maloobchodních prodejen a stejně velký podíl provozoven služeb z celkového počtu v šetřeném území. Jako doposud maloobchodně podvybavené se mohou jevit sídlištní celky, ve kterých žije úhrnem přibližně třetina obyvatel města (130 000 obyvatel), nicméně na počtu maloobchodních zařízení se podílejí pouze 11 %. Vedle koncentrací maloobchodu a služeb v městském centru a ve velkých nákupních centrech lze v území města identifikovat i další prostorové shluky maloobchodních prodejen a provozoven služeb ve formě nákupních ulic (Palackého, Husitská, Minská, Horova, Lidická, Štefánikova, Kounicova, Veverí, Cejl, Křenová, Hybešova apod.).
- Významná většina zařízení je v provozu všech pět dnů pracovní části týdne. Větší rozdíly lze zaznamenat mezi pracovní a nepracovní částí týdne – zatímco v sobotu je otevřeno necelých 60 % sledovaných prodejen a provozoven, v neděli tato čísla klesají na necelou třetinu otevřených maloobchodních prodejen a necelou polovinu otevřených provozoven služeb (v tomto případě jde zejména o pohostinské služby). V období mezi půlnocí a šestou hodinou ranní jsou otevřena přibližně 3 % sledovaných zařízení. K nárůstům počtu otevřených prodejen dochází až po šesté, resp. po sedmé hodině v případě služeb. Okolo 10:30 je otevřeno 96 % sledovaných prodejen; počty otevřených provozoven služeb narůstají v průběhu dopoledne pomaleji, na 85 % stavu sledovaných provozoven se dostávají až kolem poledne. Počty otevřených zařízení kulminují mezi třetí a čtvrtou hodinou odpolední.

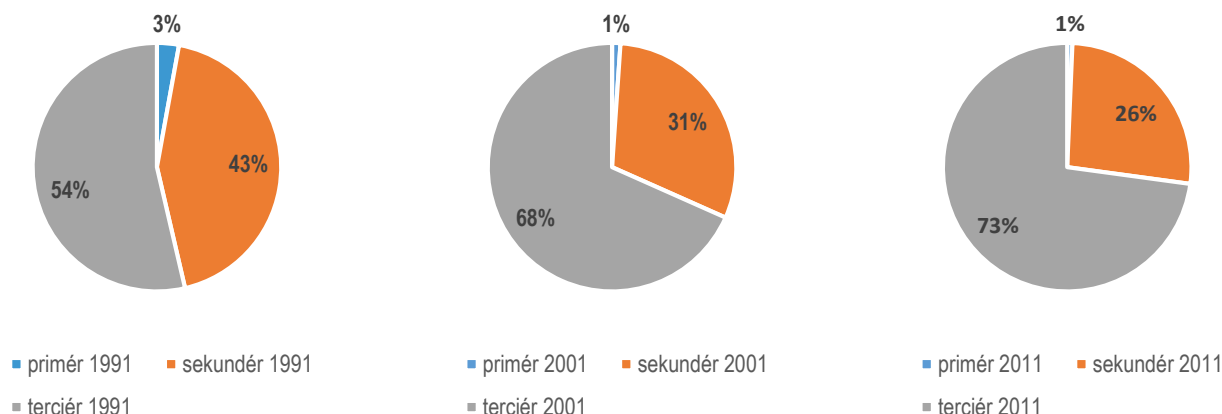
## 1. ÚVOD

Období utváření moderního města je v Brně silně spojeno s procesy industrializace. Byla to právě průmyslová výroba, která v průběhu devatenáctého století a po významnou část století dvacátého představovala zásadní městotvorný faktor ovlivňující jak fyzickou strukturu města, tak jeho funkční organizaci. Se zvyšujícím se počtem a životní úrovní obyvatel modernizujícího se průmyslového města byl spojen postupný nárůst spotřeby a související rozvoj různých typů městských spotřebních služeb, mj. i maloobchodních. Navzdory masivní podpoře především výrobních funkcí města v období socialismu se maloobchod a další spotřební služby rozvinuly v důležitý sektor městské ekonomiky, který ve stále větší míře ovlivňoval každodenní časoprostorové rytmy, strukturu zaměstnanosti a kvalitu života ve městě. Vývoj Brna v post-socialistickém období je pak významně poznamenán terciarizací místní ekonomiky (relativní nárůst zaměstnanosti v sektoru služeb) a zvýšením intenzity městské individuální spotřeby. V rámci ekonomické a společenské transformace došlo k nejen k významným nárůstům celkové prodejní maloobchodní plochy ve městě, ale také k proměnám spotřebního chování obyvatel, k významné internacionalizaci maloobchodní sítě a ke změnám formátů maloobchodního prodeje.

Obchodní dům Brouk a Babka na České ulici byl prvním výhradně obchodním domem realizovaným v Brně (v roce 1934).

První samoobslužná prodejna potravin v Brně byla zřízena v roce 1955 na rohu ulic Koliště a Křenová.

**OBR 1 |** Sektorová struktura ekonomicky aktivního obyvatelstva v Brně v letech 1991, 2001 a 2011



Prvním hypermarketem v České republice byl Globus otevřený v Brně-Ivanovicích v listopadu 1996.

**ZDROJ |** ČSÚ, SLDB 1991, 2001, 2011

Současný městský maloobchod a služby jsou významným městotvorným prvkem, klíčovým faktorem post-industriální urbanizace a do jisté míry i symbolem přechodu od města jako jednotky produkce k městu jako jednotce spotřeby. Ovlivňují nejen fyzickou podobu městského prostředí, ale také každodenní, týdenní či roční časoprostorové rytmy osob v prostoru města, respektive v metropolitní oblasti.

Předkládaná zpráva sleduje maloobchodní síť v Brně především optikou prostorové, respektive časoprostorové analýzy. Rozložení prodejen zboží a provozoven služeb v území je zkoumáno jako parametr, který ovlivňuje vyvážený urbanistický rozvoj města, přispívá k vnímané kvalitě života městských a příměstských obyvatel, stejně jako symbolizuje socioekonomické proměny dílčích částí města. Prostorová analýza je však pouze jednou z možných. Reprezentuje spíše nabídkovou stránku městského maloobchodu a služeb. Pro komplexní pochopení principů městské spotřeby jako sociálního fenoménu je nezbytné věnovat pozornost rovněž tématu poptávky, které zahrnuje diferencované využívání služeb různými skupinami zákazníků a zkoumání různých typů spotřebních strategií a taktik městského obyvatelstva.

## 2. METODIKA PRŮZKUMU A VYHODNOCENÍ

Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017 je v pořadí již sedmým celoplošným sčítáním maloobchodních jednotek na území města Brna v období po roce 1990. Šetření částečně navazuje na sčítání realizovaná v roce 1997 (zpracovatel – DHV CR), v roce 2000 (zpracovatel – Mgr. Lukáš Kubala) a v letech 2003, 2006, 2009 a 2013 (zpracovatel Masarykova univerzita, Centrum pro regionální rozvoj). Průzkum z roku 2017 je tedy v současnosti nejaktuálnějším v rámci dvacetileté řady, která jako celek představuje unikátní datový soubor popisující vývoj brněnské maloobchodní sítě především skrze kvantitativní ukazatele.

Samotný terénní průzkum probíhal od října do prosince 2017 – v tomto období byla shromážděna základní databáze sledovaných prodejen a provozoven. V průběhu ledna a února 2018 byla tato databáze verifikována a kontrolována. Od konce února do začátku dubna 2018 pak probíhala analýza shromážděných dat, jejich vyhodnocení a interpretace. Předkládaná zpráva shrnuje výsledky těchto analýz a interpretací.

### Koncepční zakotvení průzkumu

Průzkum maloobchodní sítě 2017 je z koncepčního hlediska částečně odlišný od předchozích uskutečněných průzkumů. V rámci průzkumů mezi lety 1997 až 2013 byly sčítány výhradně tzv. kamenné maloobchodní prodejny. Maloobchodní jednotkou se při těchto sčítáních rozuměla nemobilní prodejna s vlastním číslem orientačním, do níž lze fyzicky vstoupit a jejímž převládajícím účelem je prodej zboží. Ze sčítání byly tedy v letech 1997 až 2013 vyloučeny mobilní prodejny, stánky bez čísla orientačního či automaty. Dále nebyly sčítány provozovny, jejichž převládajícím účelem nebyl prodej zboží – z tohoto omezení vyplývá, že průzkumy pomíjely provozovny služeb; v případě kombinace služeb a prodeje v rámci jedné provozovny byla provozovna evidována pouze v tom případě, že jasně převládal maloobchodní prodej zboží.

Koncepce aktuálního průzkumu 2017 není zaměřena na pouhé zachycení počtu a plošné velikosti maloobchodních jednotek v Brně. Důležitým cílem je zachycení stavu městského parteru, tj. stavu procházeného a žitého prostoru ulic a veřejných prostranství města. Z tohoto důvodu průzkum 2017 nesleduje pouze kamenné maloobchodní prodejny, ale jeho záběr je rozšířen i na provozovny definovaných typů služeb, popř. na další prvky významné pro formování aktivního parteru, jako jsou stánky, tržnice či automaty.

■ 1997 | DHV CR



■ 2000 | L. Kubala



■ 2003 | CpRR MU



■ 2006 | CpRR MU



■ 2009 | CpRR MU



■ 2013 | CpRR MU



■ 2017 | KAM



CpRR MU – Centrum pro  
regionální rozvoj  
Masarykovy univerzity

KAM – Kancelář architekta  
města



Sledována byla:

- (i) zařízení maloobchodního prodeje zboží (maloobchodní prodejny) včetně územně fixovaných stánků, velkých tržnic, zařízení v podchodech a prodejních automatů,
- (ii) zařízení komerčního prodeje služeb jednotlivcům (provozovny služeb) včetně územně fixovaných stánků, výdejních oken, automatů a výdejních zařízení e-shopů;
- (iii) zařízení původně využívaná jako maloobchodní prodejny či provozovny služeb, která jsou aktuálně bez využití (*důvodem pro sledování tohoto typu zařízení je jejich dopad na utváření aktivního parteru*).

V rámci průzkumu nebyly sčítány veřejné instituce (s výjimkou prodejen a provozoven ve velkých zdravotnických zařízeních), veřejná sportoviště bez oficiálního poskytovatele služby a lokalizovatelného zázemí (vchod, recepce), ubytovací zařízení, stejně jako služby pro podniky. Srovnatelnost s předchozími průzkumy je zajištěna v segmentu maloobchodních prodejen, a to s přihlédnutím k položkám dříve nesčítaným (automaty, stánky bez čísla orientačního).

### Použité ukazatele

V průzkumu maloobchodní sítě města Brna 2017 bylo použito celkem 9 skupin ukazatelů (s různou relevancí pro identifikované typy maloobchodních prodejen a provozoven služeb – viz [tabulka 1](#)).

Použité skupiny ukazatelů:

- (i) umístění prodejny či provozovny v rámci urbanistické struktury města;
- (ii) sortiment maloobchodního prodeje zboží nebo prodeje služeb, resp. zařízení bez aktuálního využití;
- (iii) velikost prodejní plochy;
- (iv) způsob maloobchodního prodeje;
- (v) charakteristiky provozní doby;
- (vi) identifikace bazarového prodeje;
- (vii) název prodejny/provozovny;
- (viii) doplňující poznámka
- (ix) adresa prodejny/provozovny.

**TAB 1 |** Popis ukazatelů použitých v průzkumu

SLEDOVANÝ JEV	UKAZATEL	POPIS	OMEZENÍ
umístění prodejny/provozovny	OBJEKT	rozlišuje umístění v nákupním centru, parteru, obchodním domě, obchodní pasáži/polyfunkčním domě, parteru, podchodu, tržnici, stánku či zdravotnickém zařízení	-
sortiment a sortimentní skupina maloobchodního prodeje zboží nebo prodeje služeb, resp. zařízení bez aktuálního využití	MALOOBCHOD	sortiment maloobchodního prodeje (podrobněji <a href="#">tabulka 2</a> )	-
	SLUŽBA	sortiment/typ služby (podrobněji <a href="#">tabulka 3</a> )	-
	BEZ VYUŽITÍ	indikuje zařízení bez aktuálního využití	-
velikost prodejní plochy	PLOCHA	odhad velikosti čisté prodejní plochy (m <sup>2</sup> )	pouze pro maloobchodní prodejny
způsob maloobchodního prodeje	SAMOOSLUŽNÝ	indikuje samoobslužný prodej	pouze pro maloobchodní prodejny
	PULTOVÝ	indikuje pultový prodej	pouze pro maloobchodní prodejny
	AUTOMAT	indikuje prodejní či obslužný automat	-
charakteristiky provozní doby	VŠEDNÍ DEN OD	začátek provozní doby v pracovní den	-
	VŠEDNÍ DEN DO	konec provozní doby v pracovní den	-
	VD PRERUŠENÍ OD	začátek provozní doby (pauzy) v pracovní den	-
	VD PRERUŠENÍ DO	konec přerušení provozní doby (pauzy) v pracovní den	-
	SOBOTA OD	začátek provozní doby v sobotu	-
	SOBOTA DO	konec provozní doby v sobotu	-
	SO PRERUŠENÍ OD	začátek přerušení provozní doby (pauzy) v sobotu	-

Sledování ukazatelů provozní doby maloobchodních zařízení je důležitou inovací oproti předcházejícím průzkumům.

Umožňuje zachytit rozložení maloobchodu nejen v prostoru, ale také v čase, a reaguje tak na rostoucí význam času jako faktoru utvářejícího nákupní chování.

	SO PŘERUŠENÍ DO	konec přerušení provozní doby (pauzy) v sobotu	-
	NEDĚLE OD	začátek provozní doby v neděli	-
	NEDĚLE DO	konec provozní doby v neděli	-
	NE PŘERUŠENÍ OD	začátek přerušení provozní doby (pauzy) v neděli	-
	NE PŘERUŠENÍ DO	konec přerušení provozní doby (pauzy) v neděli	-
	VD OTEVŘENO	počet pracovních dní, kdy je otevřeno	-
<b>identifikace bazarového prodeje</b>	BAZAR	indikuje bazarový prodej	pouze pro maloobchodní prodejny
<b>název prodejny/provozovny</b>	NÁZEV	název vybraných lokalit, nákupních center či koncentrací prodejen/provozoven	-
<b>doplňující poznámka</b>	POZNÁMKA	doplňující/zpřesňující poznámka	-
<b>adresa</b>	MĚSTO	indikuje umístění na území Brna či Modřic	-
	ULICE	název ulice	-
	ČÍSLO ORIENTAČNÍ	číslo orientační	-
	na základě adresy a geografických souřadnic byla dále prodejna či provozovna přiřazena k příslušné základní sídelní jednotce, katastrálnímu území a městské části		

#### ZDROJ | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

V průzkumu bylo použito celkem 86 typů sortimentu pro rozlišení sortimentního zaměření maloobchodních prodejen (viz [tabulka 2](#)) a celkem 50 typů sortimentu pro popis sortimentního zaměření provozoven služeb (viz [tabulka 3](#)). Pro srovnání – v průzkumu maloobchodu v roce 2013 bylo použito 78 sortimentních kategorií maloobchodu. Zvolená kategorizace sortimentu umožňuje základní srovnání sortimentní struktury maloobchodních prodejen s předchozími sčítáními.

**TAB 2 |** Přehled sortimentů maloobchodu použitých v průzkumu

SORTIMENT	SORTIMENT	SORTIMENT	SORTIMENT
AUTO - autobazar	EL - elektro	OBL - smíšený textil	POTR - cukrárna
AUTO - autopříslušenství	EL - elektromateriál	OBUV - obuv	POTR - cukrovinky
AUTO - autosalon	EL - foto-kino	OST - antikvariát	POTR - káva, čaj, kakao
AUTO - moto	EL - svítidla	OST - armysshop	POTR - lahůdky
AUTO - motopříslušenství	HUD - audio a video	OST - dárky	POTR - maso - uzeniny
DOM - bytové předměty	HUD - hudební nástroje	OST - filatelie	POTR - nápoje
DOM - bytový textil	HUD - music shop	OST - klíče, zámky	POTR - ovoce - zelenina
DOM - domácí potřeby	KL - bižuterie	OST - knihy	POTR - pečivo
DOM - doplňky	KL - hodiny	OST - lékárna	POTR - potraviny
DOM - keramika	KL - klenoty, zlatnictví	OST - oční optika	POTR - ryby
DOM - kuchyňské potřeby	KL - starožitnosti	OST - sexshop	POTR - tabák, trafika
DOM - květiny	NAB - kancelářský nábytek	OST - smíšené sortimenty	SP - sport
DOM - sklo, porcelán	NAB - kuchyně	OST - suvenýry	SP - sportovní oděvy
DOM - šicí stroje	NAB - nábytek	OST - zastavárna	SP - zbraně, střelivo
DOM - umělecké předměty	NAB - podlahové krytiny, dveře	OST - zdravotnické potřeby	STAV - bazény
DOM - železářství, domácí dílna	NAB - sanita	PAP - hračky	STAV - hobbymarket
DROG - barvy - laky	OBL - dětské zboží	PAP - kancelářské potřeby	STAV - instalační materiál, technika
DROG - barvy-laky	OBL - galanterie	PAP - papírnictví	STAV - stavebniny
DROG - drogerie	OBL - kožené zboží	PC - komunikační technika	STAV - zahrádkářské potřeby
DROG - kadeřnické potřeby	OBL - metráž	PC - mobilní telefony	ZOO - chovatelské potřeby
DROG - kosmetika, parfumerie	OBL - oděvy	PC - počítače, software	
DROG - prací a čisticí prostředky	OBL - punčochové zboží, spodní prádlo, plavky	POTR - alkoholické nápoje	

Oproti metodice průzkumu 2013 došlo k přesunu sortimentu knih ze sortimentní skupiny HUD do skupiny OST.

**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**TAB 3 |** Přehled sortimentů služeb použitých v průzkumu

SORTIMENT	SORTIMENT	SORTIMENT	SORTIMENT
KS - kadeřnictví	POH - kavárna	PŮJ - půjčovna nářadí	SRV - pneuservis
KS - kosmetický salon	POH - občerstvení	PŮJ - půjčovna sportovního příslušenství	SRV - servis elektroniky
KS - masáže	POH - pivnice	SC - jiné sportovní vyžití	SRV - servis sportovního příslušenství
KS - solární studio	POH - restaurace	SC - motokáry	TUR - cestovní kancelář
KS - tetovací salon	POH - vinárna	SC - ostatní raketové sporty	TUR - informační centrum
KS - wellness	PPP - banka	SC - posilovna, fitness	TUR - turistické informační centrum
OSS - copycentrum	PPP - bankomat	SC - sportovní hala	ZAB - centrum volného času
OSS - pohřební služby	PPP - pojišťovna	SC - tenisové/volejbalové kurty	ZAB - divadlo
OSS - sázková kancelář	PPP - poradenství	SRV - autoservis	ZAB - galerie umění
OSS - výdejna e-shopu	PPP - reality	SRV - čistírna	ZAB - hudební klub
POH - bar	PPP - směnárna	SRV - hodinářství (servis)	ZAB - noční klub
POH - bistro	PŮJ - autopůjčovna	SRV - krejčovství, opravy oděvů	
POH - čajovna	PŮJ - knihovna	SRV - oprava obuvi	

**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

## Postup šetření v terénu

Samotné šetření v terénu bylo prováděno 8 terénními průzkumníky. Tito měli k dispozici databázi maloobchodních prodejen z průzkumu v roce 2013, která zlepšovala základní orientaci v maloobchodní síti a umožňovala zrychlení sběru informací (záznamy prodejen existujících v roce 2013 byly pouze aktualizovány). Šetřené území (administrativní území města Brna a území ZSJ Komerční zóna Modřice) bylo pracovním rozděleno do 10 okrsků tak, aby bylo zajištěno určené zatížení jednoho terénního pracovníka a nedocházelo k duplicitnímu sběru dat.

Pro sběr dat byla využita aplikace Collector for ArcGIS pracující na tabletech. Pro aplikaci byla předpřipravena geodatabáze obsahující jak databázi maloobchodu 2013, tak i předdefinované volitelné kategorie vybraných sledovaných ukazatelů. Výhradně prostřednictvím aplikace byla verifikována, resp. aktualizována data za maloobchodní prodejny existující v roce 2013, a přidávány

Velikost prodejní plochy maloobchodních prodejen byla průzkumníky odhadována (stejně jako v minulých průzkumech). V měřítku jednotlivých obchodů je tedy nutné počítat s určitým stupněm nepřesnosti.

kompletní záznamy za maloobchodní prodejny neobsažené v databázi 2013 a za provozovny služeb. Využití GPS modulu v tabletech umožnilo precizní záznam souřadnic prodejen a provozoven. Lokalizační data jsou primárně vázána ke vstupu do zařízení; pokud se prodejna či provozovna nacházela v nákupním centru, obchodní pasáži, obchodním domě či zdravotnickém zařízení, byly pro danou prodejnu či provozovnu zaznamenány souřadnice hlavního vchodu. V případě stánků bez vchodu a tržnic/podchodů byly souřadnice umístěny do pomyslného středu zařízení.

### **Metodika a postupy vyhodnocení**

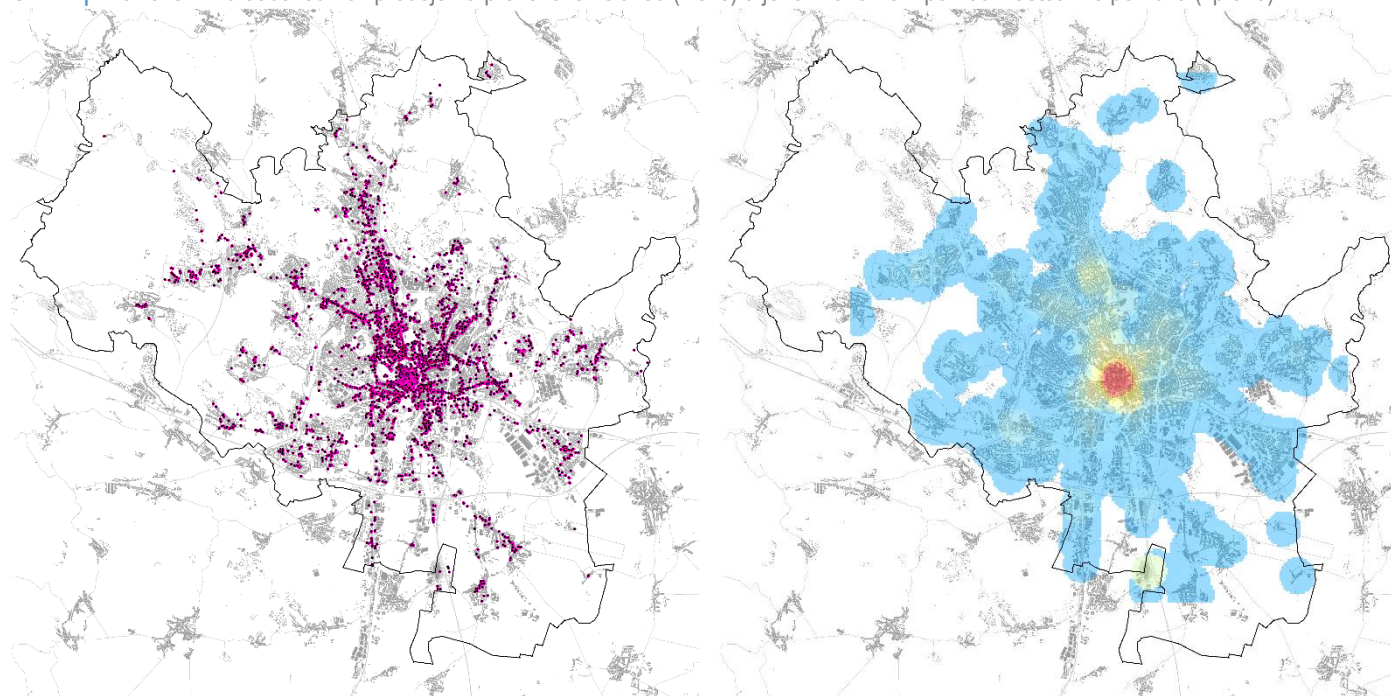
V rámci následného zpracování a vyhodnocení terénních dat bylo v první řadě přistoupeno k primární kontrole nashromážděné elektronické databáze terénních záznamů. Byla zajištěna základní homogenizace dat ve vztahu k předchozímu průzkumu a sjednocen formát použitých ukazatelů. Na základě lokalizačních údajů (souřadnic) bylo provedeno rozšířené přiřazení prodejen a provozoven k vybraným prostorovým jednotkám vstupujícím do dalších analýz (základní sídelní jednotky, katastry, městské části).

Samotná analýza zahrnuje několik dílčích tematických oblastí; její struktura je reflektována v předkládané zprávě. Analyzován byl stav maloobchodní sítě za území města, včetně provozoven služeb. V případě maloobchodních prodejen bylo provedeno srovnání s předchozími sčítáními maloobchodu a interpretovány vývojové trendy. V podrobnosti městských částí pak byla analyzována sortimentní struktura a plošný standard; u srovnatelných dat bylo provedeno zhodnocení vývoje. V případě podrobnějších prostorových analýz bylo komentováno především rozložení maloobchodní sítě na pozadí morfogenetických zón města. Údaje o provozních dobách byly využity pro identifikaci rytmů městského maloobchodu a služeb, resp. jejich časoprostorové diferenciaci. Specifická pozornost pak byla věnována velkým zařízením maloobchodu a služeb a jejich roli ve struktuře a fungování maloobchodní sítě.

### 3. ZÁKLADNÍ VYHODNOCENÍ – ŠETŘENÉ ÚZEMÍ A MĚSTO BRNO

V průzkumu maloobchodní sítě 2017 bylo sečteno celkem 7 628 zařízení (včetně 217 automatů); z toho 3 948 maloobchodních zařízení prodávajících zboží a 3 208 zařízení poskytujících služby. Celkem 472 zařízení bylo klasifikováno „bez využití“. Základní prostorový vzorec rozložení všech sečtených zařízení v šetřeném území je znázorněn na [obrázku 2](#).

**OBR 2 |** Rozložení maloobchodních prodejen a provozoven služeb (vlevo) a jeho znázornění pomocí hustotního povrchu (vpravo)



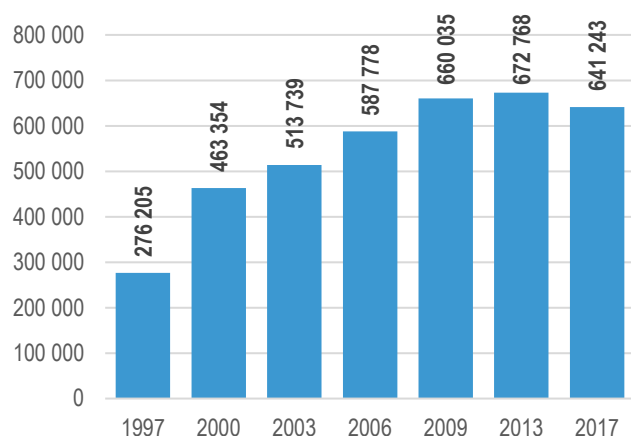
**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Zatímco v průzkumu 2013 byla počítána primárně maloobchodní síť ležící v administrativních hranicích Brna, průzkum 2017 zahrnuje také území komerční zóny v Modřicích (zařízení na adresách U dálnice 777, Splaviska 1137 a 1154, Svratecká 845, 879 a 989).

## Plocha maloobchodních prodejen

Celková prodejní plocha všech sečtených maloobchodních prodejen v roce 2017 činila 715 924 m<sup>2</sup>. V tomto čísle je započítána i plocha prodejen na území Modřic (komerční zóna Modřice); velikost maloobchodní plochy sečtené výhradně na území města Brna (srovnatelné s výstupy předchozích průzkumů) je 641 243 m<sup>2</sup> (viz [obrázek 3](#) a [tabulka 4](#)).

**OBR 3 |** Vývoj plochy maloobchodních prodejen v Brně 1997 - 2017



**TAB 4 |** Plocha maloobchodních prodejen 2017

	PLOCHA (m <sup>2</sup> )
<b>prodejny celkem</b>	715 924
z toho na území Brna	641 243
z toho na území Modřic	74 681

Pokles celkové prodejní plochy oproti stavu 2013 je do značné míry sycen úbytky v plošně náročných sortimentních typech AUTO, STAV a také DOM.

**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 1997 - 2013

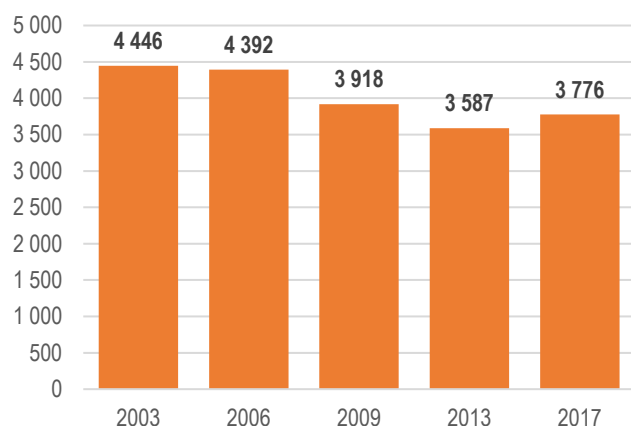
Graf v [obrázku 3](#) naznačuje zastavení dosavadního trendu nárůstu celkové prodejní plochy v Brně. Úbytek prodejní plochy ve srovnání se stavem v roce 2013 není zásadní (jde o cca 31 500 m<sup>2</sup>, tj. o necelý 5% pokles oproti roku 2013). Signalizuje spíše dosažení určitého stavu nasycení, který už od roku 2009 osciluje okolo 650 000 m<sup>2</sup>.



## Počet maloobchodních prodejen

Z celkového počtu 3 948 sečtených maloobchodních prodejen bylo 3 776 prodejen lokalizováno na území Brna a 172 na území Modřic (komerční zóna Modřice)(viz [tabulka 5](#)). V celkovém počtu prodejen je zahrnuto i 9 prodejních automatů. Vývoj počtu prodejen na území města Brna je znázorněn na [obrázku 4](#).

**OBR 4 |** Vývoj počtu maloobchodních prodejen v Brně 2003 - 2017



**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 2003 - 2013

**TAB 5 |** Počet maloobchodních prodejen 2017

	POČET
<b>prodejny celkem</b>	3 948
z toho na území Brna	3 776
- z toho prodejní automaty	9
z toho na území Modřic	172

Vývojová řada počtu prodejen na území města Brna indikuje mírný nárůst oproti počtům v roce 2013. V této chvíli nelze jednoznačně stanovit, zda se jedná o obrácení dosavadního dlouhodobého trendu či o dílčí fluktuaci počtu stabilizovaného v pásmu mezi 3 600 – 4 000 prodejnami.

Důsledkem mírného navýšení počtu prodejen a současného poklesu prodejní plochy je změna průměrné velikosti maloobchodní prodejny v Brně. Ta se oproti roku 2013 snížila na hodnotu 170 m<sup>2</sup> (průměrná velikost maloobchodní prodejny v roce 2013 – 188 m<sup>2</sup>; v roce 2009 – 168 m<sup>2</sup>; v roce 2006 – 134 m<sup>2</sup>; v roce 2003 – 115 m<sup>2</sup>). Průměrná velikost prodejny po započtení maloobchodu

v Modřicích činí 182 m<sup>2</sup>. Aktuální střední hodnota velikosti prodejny v Brně je 32 m<sup>2</sup> (resp. 35 m<sup>2</sup> po započtení prodejen na území Modřic); nejčastěji se vyskytující plošnou výměrou prodejny v roce 2017 je, stejně jako v roce 2013, hodnota 30 m<sup>2</sup> (resp. 20 m<sup>2</sup> po započtení prodejen na území Modřic).

### Počet provozoven služeb

Nově byly v rámci průzkumu maloobchodní sítě sčítány vybrané provozovny služeb (viz kapitola 2 – Metodika průzkumu a vyhodnocení). Celkem bylo zaznamenáno 3 208 zařízení poskytujících služby (v tomto počtu je zahrnuto 208 automatů). Na území města Brna se nachází 3 166 zařízení/provozoven, na území Modřic pak 42.

**TAB 6 |** Počet provozoven služeb 2017

	POČET
<b>provozovny celkem</b>	3 208
<b>z toho na území Brna</b>	3 166
- z toho automaty	207
<b>z toho na území Modřic</b>	42
- z toho automaty	1

**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Segment služeb nebyl sčítán v předchozích průzkumech maloobchodní sítě – z tohoto důvodu nelze zpracovat a popsat vývojové trendy v území města.

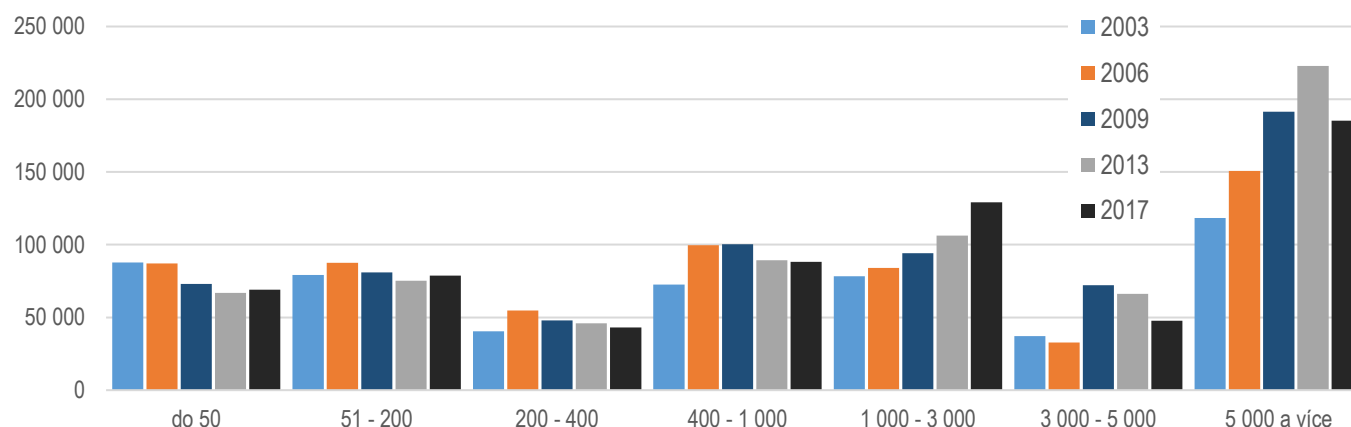
### Struktura sítě maloobchodních prodejen dle velikostních kategorií

Vývoj v síti maloobchodních prodejen byl do roku 2003 významně ovlivňován procesy tzv. maloobchodní atomizace, kdy rostla prodejní plocha i počet maloobchodních prodejen. V následujících etapách vývoje, nazývaných jako koncentrační, se postupně utlumil růst počtu zejména plošně menších prodejen. Mezi roky 2006 a 2013 došlo k propadu či stagnaci celkové prodejní plochy ve všech velikostních kategoriích prodejen pod 1 000 m<sup>2</sup>. Vývoj v posledním sledovaném období 2013 – 2017 je poněkud odlišný – zdá se, že dále nepokračuje trend úbytku plochy (a počtu) velikostně menších prodejen (pod 1 000 m<sup>2</sup>). Naopak snížení ploch lze zaznamenat u prodejen větších (nad 3 000 m<sup>2</sup>) (viz [obrázek 5](#)). Toto se projevilo na mírném snížení podílu prodejen větších než 3 000 m<sup>2</sup> na celkové prodejní ploše v Brně – zatímco v roce 2013 to bylo více než 40 %, aktuálně se tato hodnota pohybuje okolo

Hranice velikostních kategorií maloobchodních prodejen byly nastaveny v souladu s předchozími průzkumy tak, aby byla umožněna srovnatelnost

35 %. Stále platí, že navzdory vysokému relativnímu zastoupení malých prodejen (pod 200 m<sup>2</sup>) na celkovém počtu maloobchodních prodejen v Brně (cca 90 %), jejich podíl na celkové prodejní ploše je v zásadě nízký – pouze čtvrtinový (tabulka 7). Nicméně tento plošný podíl se oproti roku 2013 mírně zvýšil, a to o přibližně 2 procentní body.

**OBR 5 |** Vývoj rozložení prodejní plochy maloobchodních prodejen do velikostních kategorií 2003–2017

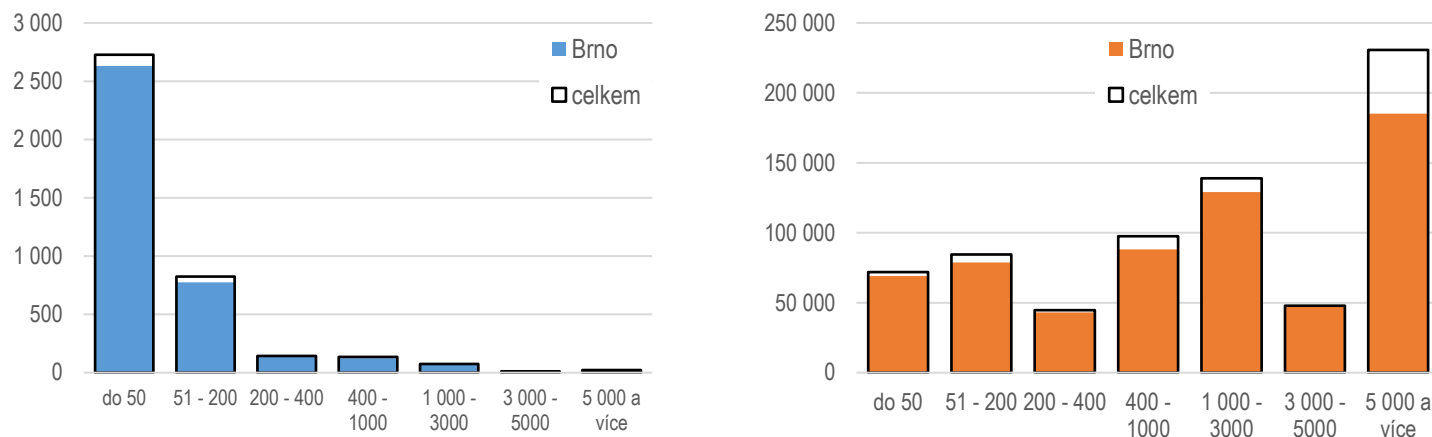


**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 2003 - 2013

**TAB 7 |** Rozložení prodejní plochy maloobchodních prodejen do velikostních kategorií 2003 – 2017, podíl kategorií na celkové ploše a počtu 2017

VELIKOSTNÍ KATEGORIE (m <sup>2</sup> )	PLOCHA 2003 (m <sup>2</sup> )	PLOCHA 2006 (m <sup>2</sup> )	PLOCHA 2009 (m <sup>2</sup> )	PLOCHA 2013 (m <sup>2</sup> )	PLOCHA 2017 (m <sup>2</sup> )	POČET 2017	PODÍL NA PLOŠE 2017 (%)	PODÍL NA POČTU 2017 (%)
do 50	87 711	87 175	73 049	66 888	69 079	2 630	10,77	69,82
51 - 200	79 275	87 472	81 042	75 301	78 837	776	12,29	20,60
200 - 400	40 428	54 661	47 968	45 954	43 125	138	6,73	3,66
400 - 1 000	72 538	99 624	100 270	89 345	88 167	124	13,75	3,29
1 000 - 3 000	78 265	84 080	94 210	106 215	129 080	71	20,13	1,88
3 000 - 5 000	37 238	32 850	72 048	66 150	47 800	11	7,45	0,29
nad 5 000	118 338	150 625	191 449	222 915	185 155	17	28,87	0,45

**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 2003 – 2013

**OBR 6 |** Rozložení počtu (vlevo) a prodejní plochy maloobchodních prodejen (vpravo) do velikostních kategorií 2017 (Brno a celé šetřené území)

**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Z grafů v [obrázku 6](#) jasně vyplývá přítomnost velkých maloobchodních prodejen v mimobrněnské komerční zóně v Modřicích (5 prodejen větších než 5 000 m², celkem 45 500 m² prodejní plochy v této kategorii).

## Plošný standard

Plošný standard (koeficient saturace) vyjadřuje velikost celkové prodejní plochy přepočítané na jednoho obyvatele. Hodnota plošného standardu jako intenzitní parametr maloobchodní sítě je tedy závislá na výměře prodejní plochy a na počtu obyvatel (potenciálních nakupujících) ve zkoumaném území – [tabulka 8](#) proto obsahuje různé hodnoty plošného standardu dle různých parametrů plochy a počtu obyvatel. V porovnání s předchozími sčítáními maloobchodu se plošný standard výrazně nemění. V důsledku navyšování počtu obyvatel a mírného poklesu prodejní plochy došlo mezi roky 2013 a 2017 k jeho pouze mírnému snížení.

Výpovědní hodnota ukazatele plošného standardu přepočteného na bydlící obyvatele je v současné době do jisté míry devalvována velkou mobilitou obyvatelstva a nesouladem mezi místy bydlení a místy spotřeby.

**TAB 8 |** Hodnoty plošného standardu dle parametrů maloobchodní plochy a počtu obyvatel 2017

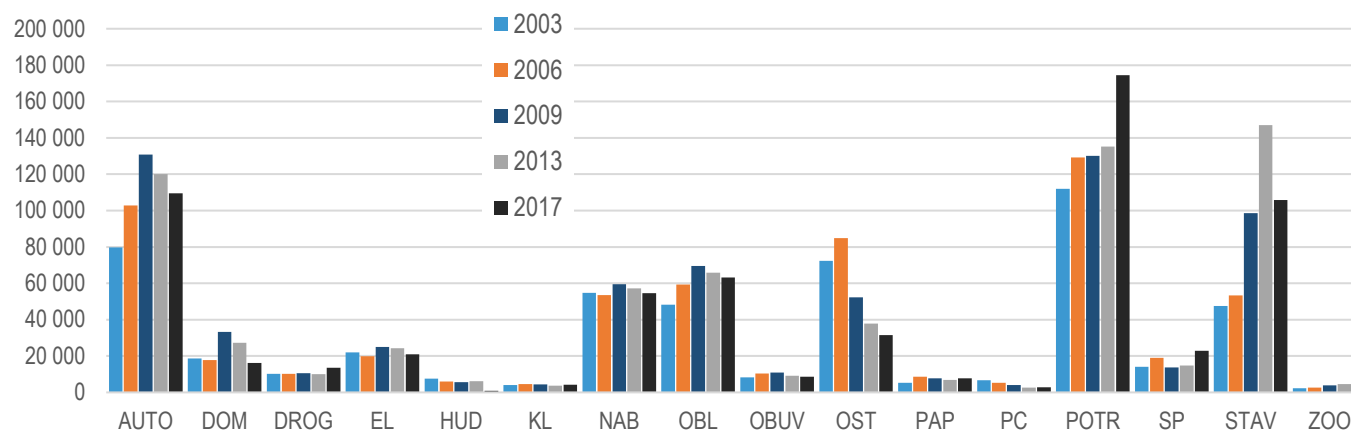
	trvale bydlící obyvatelstvo v Brně - 2017 (377 973 osob)	obvykle bydlící obyvatelstvo v Brně - odhad 2017 (384 000 osob)	denně přítomné obyvatelstvo v Brně - odhad 2017 (550 000 osob)
<b>prodejní plocha v Brně</b>	1,70	1,67	1,17
<b>plocha sortimentu „potraviny“ v Brně</b>	0,42	0,41	0,29
<b>celková sečtená prodejní plocha</b>	1,89	1,86	1,30

**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; ČSÚ, Databáze demografických údajů za obce ČR; vlastní výpočty

### Struktura sítě maloobchodních prodejen dle sortimentu

Rozložení prodejní plochy maloobchodních prodejen do jednotlivých druhů sortimentu je nerovnoměrné – odráží jak plošné nároky prodáváného sortimentu, tak i míru poptávky po daném typu zboží. Dlouhodobě plošně nejsilnějším typem v Brně je sortimentní skupina potravin (POTR) zahrnující v aktuálním průzkumu 11 dílčích sortimentů. V rámci skupiny je zastoupeno velké množství relativně malých prodejen, které jsou doplňovány středními a velkými prodejny sortimentu „potraviny“ (viz [tabulka 9](#) a [obrázek 8](#)). Oproti roku 2013 zaznamenala sortimentní skupina POTR významný nárůst prodejní plochy (o cca 30 000 m<sup>2</sup>), který je dílčím způsobem způsoben umístěním nových řetězcových prodejen střední velikosti (Lidl, Kaufland). U dalších významně zastoupených sortimentních skupin (AUTO a STAV) je velký plošný podíl dán především územně extenzivním způsobem prodeje automobilů a stavebnin; vývojové změny v ploše (pokles mezi roky 2013 a 2017 u obou typů) mohou být způsobeny změnami na úrovni jednotlivých prodejen.

U ostatních sortimentních skupin je vývoj prodejní plochy v souladu s dlouhodoběji nastavenými trendy – dále pokračuje plošný útlum sortimentní skupiny domácích potřeb (DOM) a ostatního (OST), plošný nárůst lze pozorovat u sportovního zboží (SP). U vybraných sortimentních skupin, jako jsou například prodeje mobilních telefonů, počítačů, knih či hudebnin, lze spekulovat o významném dopadu internetového způsobu prodeje na podobu a plošnou velikost „kamenné“ prodejní sítě.

**OBR 7 |** Vývoj rozložení plochy maloobchodních prodejen do sortimentních skupin 2003–2017 (město Brno)

**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 2003–2013

**TAB 9 |** Počet prodejen, prodejní plocha a průměrná velikost prodejny za sortimenty a sortimentní skupiny 2017 v celém šetřeném území a v Brně

SORTIMENT (SKUPINA A TYP)	POČET PRODEJEN CELKEM	POČET PRODEJEN BRNO	PLOCHA CELKEM (m²)	PLOCHA BRNO (m²)	PRŮMĚRNÁ VELIKOST PRODEJNY CELKEM (m²)	PRŮMĚRNÁ VELIKOST PRODEJNY BRNO (m²)
AUTO - autobazar	27	27	53 960	53 960	1 998,5	1 998,5
AUTO - autopříslušenství	71	71	6 641	6 641	93,5	93,5
AUTO - autosalon	54	54	45 152	45 152	836,1	836,1
AUTO - moto	7	7	3 360	3 360	480,0	480,0
AUTO - motopříslušenství	6	6	303	303	50,5	50,5
<b>AUTO – sortimentní skupina</b>	<b>165+1 aut.</b>	<b>165 + 1 aut.</b>	<b>109 416</b>	<b>109 416</b>	<b>663,1</b>	<b>663,1</b>
DOM - bytové předměty	25	24	1 849	1 829	74,0	76,2
DOM - bytový textil	19	18	1 474	1 344	77,6	74,7
DOM - domácí potřeby	21	21	3 134	3 134	149,2	149,2
DOM - doplňky	19	18	896	866	47,2	48,1
DOM - keramika	3	3	85	85	28,3	28,3

DOM - kuchyňské potřeby	27	26	1 294	1 184	47,9	45,5
DOM - květiny	114	112	4 351	4 306	38,2	38,4
DOM - sklo, porcelán	9	9	206	206	22,9	22,9
DOM - šicí stroje	3	3	60	60	20,0	20,0
DOM - umělecké předměty	20	20	752	752	37,6	37,6
DOM - železářství, domácí dílna	33	33	2 505	2 505	75,9	75,9
DOM – sortimentní skupina	293	287	16 606	16 271	56,7	56,7
DROG - barvy-laky	29	29	1 522	1 522	52,5	52,5
DROG - drogerie	72	70	10 060	9 680	139,7	138,3
DROG - kadeřnické potřeby	7	7	178	178	25,4	25,4
DROG - kosmetika, parfumerie	44	36	2 767	2 017	62,9	56,0
DROG - prací a čistící prostředky	4	4	180	180	45,0	45,0
DROG – sortimentní skupina	156	146	14 707	13 577	94,3	93,0
EL - elektro	106	97	20 221	18 789	190,8	193,7
EL - elektromateriál	19	19	864	864	45,5	45,5
EL - foto-kino	20	20	673	673	33,7	33,7
EL - svítidla	10	10	695	695	69,5	69,5
EL – sortimentní skupina	155	146	22 453	21 021	144,9	144,0
HUD - audio a video	5	5	147	147	29,4	29,4
HUD - hudební nástroje	9	9	586	586	65,1	65,1
HUD - music shop	4	4	195	195	48,8	48,8
HUD – sortimentní skupina	18	18	928	928	51,6	51,6
KL - bižuterie	19	16	644	602	33,9	37,6
KL - hodiny	19	15	510	478	26,8	31,9
KL - klenoty, zlatnictví	85	76	2 399	2 219	28,2	29,2
KL - starožitnosti	21	21	985	985	46,9	46,9
KL – sortimentní skupina	144	128	4 538	4 284	31,5	33,5
NAB - kancelářský nábytek	10	10	860	860	86,0	86,0
NAB - kuchyně	22	22	1 810	1 810	82,3	82,3
NAB - nábytek	74	68	81 925	39 925	1 107,1	587,1
NAB - podlahové krytiny, dveře	60	60	7 858	7 858	131,0	131,0
NAB - sanita	12	12	4 100	4 100	341,7	341,7
NAB – sortimentní skupina	178	172	96 553	54 553	542,4	317,2
OBL - dětské zboží	46	45	4 265	3 365	92,7	74,8

OBL - galanterie	28	28	1 810	1 810	64,6	64,6
OBL - kožené zboží	20	20	889	889	44,5	44,5
OBL - metráž	8	8	550	550	68,8	68,8
OBL - oděvy	429	370	57 038	47 933	133,0	129,5
OBL - punčochové zboží, spodní prádlo, plavky	47	43	1 747	1 622	37,2	37,7
OBL - smíšený textil	63	61	7 100	7 040	112,7	115,4
<b>OBL – sortimentní skupina</b>	<b>641+1 aut.</b>	<b>575+1 aut.</b>	<b>73 399</b>	<b>63 209</b>	<b>114,5</b>	<b>109,9</b>
OBUV - obuv	100	84	10 708	8 546	107,1	101,7
OST - antikvariát	12	12	467	467	38,9	38,9
OST - armyshop	7	7	247	247	35,3	35,3
OST - dárky	16	14	840	695	52,5	49,6
OST - filatelie	5	5	77	77	15,4	15,4
OST - klíče, zámky	19	19	429	429	22,6	22,6
OST - knihy	36	34	3 354	2 754	93,2	81,0
OST - lékárna	150	148	5 544	5 394	37,0	36,4
OST - oční optika	87	85	2 934	2 749	33,7	32,3
OST - sexshop	11	10	875	835	79,5	83,5
OST - smíšené sortimenty	97	97	15 253	15 253	157,2	157,2
OST - suvenýry	3	3	73	73	24,3	24,3
OST - zastavárna	34	34	1 412	1 412	41,5	41,5
OST - zdravotnické potřeby	34	33	1 153	1 148	33,9	34,8
<b>OST – sortimentní skupina</b>	<b>511</b>	<b>501</b>	<b>32 658</b>	<b>31 533</b>	<b>63,9</b>	<b>62,9</b>
PAP - hračky	44	43	5 631	5 231	128,0	121,7
PAP - kancelářské potřeby	25	25	1 000	1 000	40,0	40,0
PAP - papírnictví	31	31	1 542	1 542	49,7	49,7
<b>PAP – sortimentní skupina</b>	<b>100</b>	<b>99</b>	<b>8 173</b>	<b>7 773</b>	<b>81,7</b>	<b>78,5</b>
PC - komunikační technika	7	6	315	215	45,0	35,8
PC - mobilní telefony	37	36	1 247	1 237	33,7	34,4
PC - počítače, software	29	27	1 518	1 288	52,3	47,7
<b>PC – sortimentní skupina</b>	<b>73</b>	<b>69</b>	<b>3 080</b>	<b>2 740</b>	<b>42,2</b>	<b>39,7</b>
POTR - alkoholické nápoje	143	141	3 771	3 703	26,4	26,3
POTR - cukrárna	41	41	1 348	1 348	32,9	32,9
POTR - cukrovinky	33	31	540	495	16,4	16,0
POTR - káva, čaj, kakao	36	34	978	768	27,2	22,6



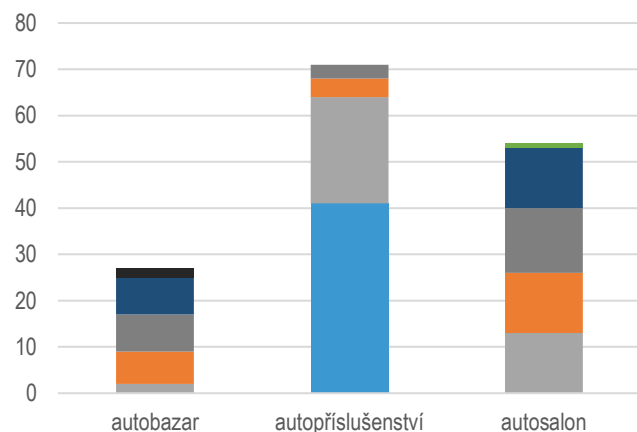
POTR - lahůdky	29	27	730	670	25,2	24,8
POTR - maso - uzeniny	59	59	1 831	1 831	31,0	31,0
POTR - ovoce - zelenina	27	27	3 321	3 321	123,0	123,0
POTR - pečivo	94	94	1 795	1 795	19,1	19,1
POTR - potraviny	387	385	165 749	158 069	428,3	410,6
POTR - ryby	6	5	232	202	38,7	40,4
POTR - tabák, trafika	175	172	2 342	2 252	13,4	13,1
POTR – sortimentní skupina	1 030+6 aut.	1 016+6 aut.	182 637	174 454	177,3	171,7
SP - sport	119	114	19 636	14 516	165,0	127,3
SP - sportovní oděvy	59	52	8 320	7 910	141,0	152,1
SP - zbraně, střelivo	8	8	470	470	58,8	58,8
SP – sortimentní skupina	186	174	28 426	22 896	152,8	131,6
STAV - bazény	4	4	160	160	40,0	40,0
STAV - hobbymarket	10	10	37 188	37 188	3 718,8	3 718,8
STAV - instalační materiál, technika	16	16	755	755	47,2	47,2
STAV - stavebniny	57	57	64 116	64 116	1 124,8	1 124,8
STAV - zahrádkářské potřeby	19	18	5 050	3 550	265,8	197,2
STAV – sortimentní skupina	106	105	107 269	105 769	1 012,0	1 007,3
ZOO - chovatelské potřeby	83+1 aut.	82+1 aut.	4 373	4 273	52,7	52,1

ZDROJ | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

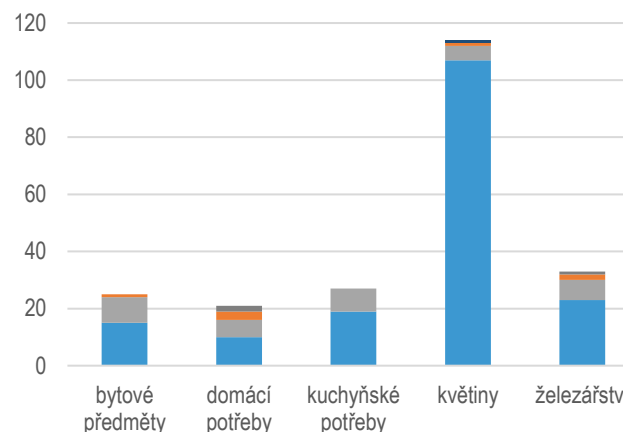
**OBR 8 |** Počty prodejen vybraných sortimentů v jednotlivých velikostních kategoriích 2017 (pouze sortimenty s více než 20 prodejny)

■ 0 – 50 m<sup>2</sup> | ■ 51 – 200 m<sup>2</sup> | ■ 201 – 400 m<sup>2</sup> | ■ 401 – 1 000 m<sup>2</sup> | ■ 1 001 – 3 000 m<sup>2</sup> | ■ 3 001 – 5 000 m<sup>2</sup> | ■ více než 5 000 m<sup>2</sup>

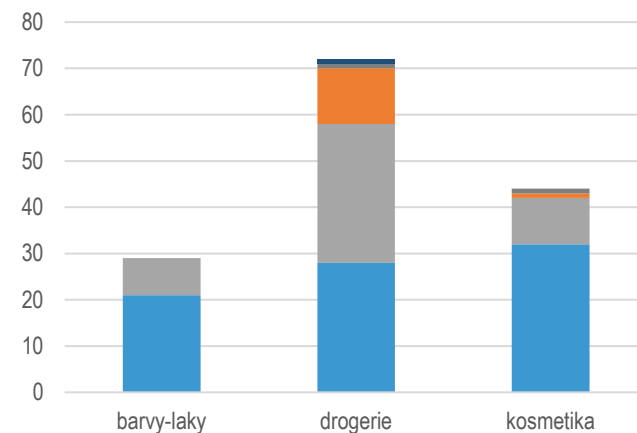
vybrané sortimenty AUTO



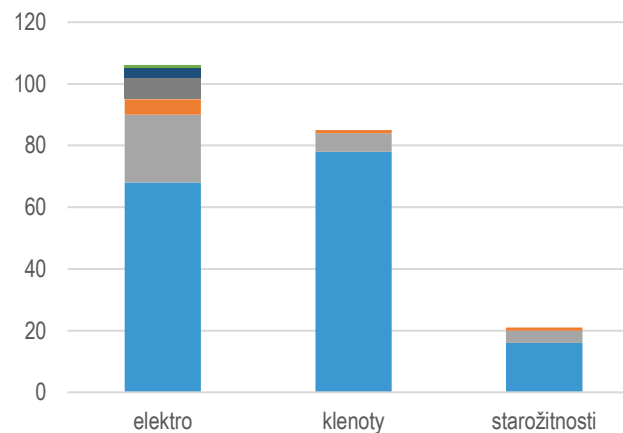
vybrané sortimenty DOM



vybrané sortimenty DROG



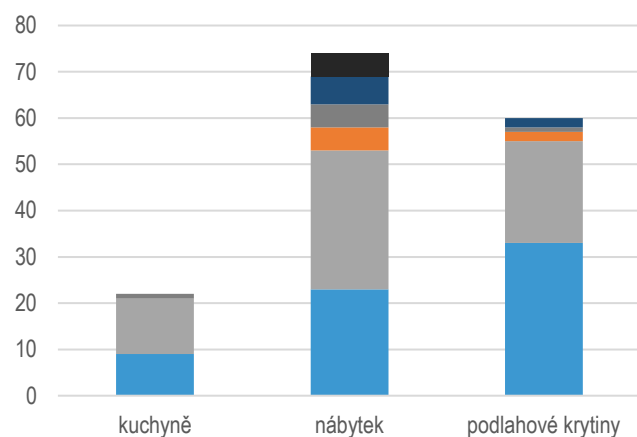
vybrané sortimenty EL a KL



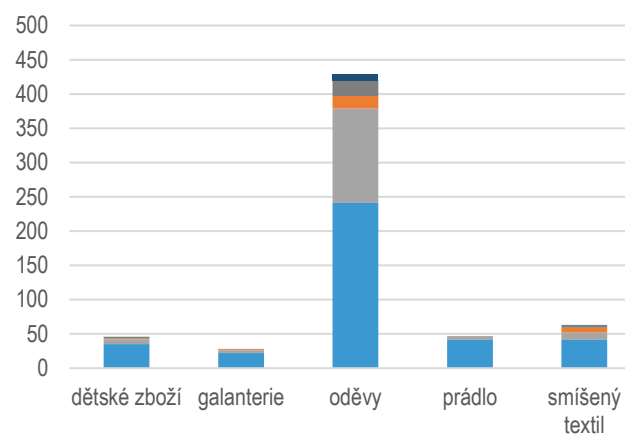
Grafy obrázku 8 umožňují popsat podrobněji velikostní strukturu prodejen v rámci daného sortimentu a tedy částečně charakterizovat fyzický průmět daného sortimentu v území města.

■ 0 – 50 m<sup>2</sup> | 
■ 51 – 200 m<sup>2</sup> | 
■ 201 – 400 m<sup>2</sup> | 
■ 401 – 1 000 m<sup>2</sup> | 
■ 1 001 – 3 000 m<sup>2</sup> | 
■ 3 001 – 5 000 m<sup>2</sup> | 
■ více než 5 000 m<sup>2</sup>

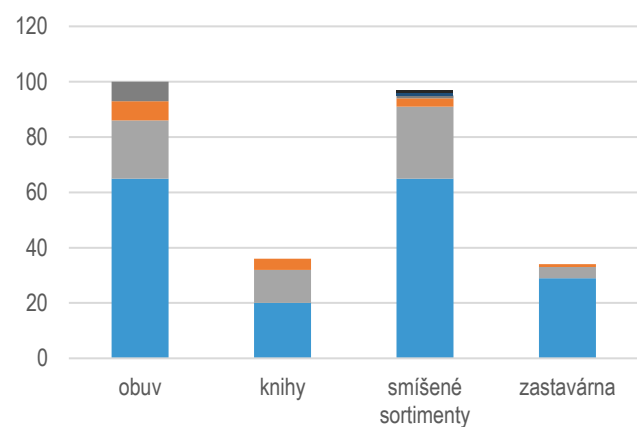
vybrané sortimenty NAB



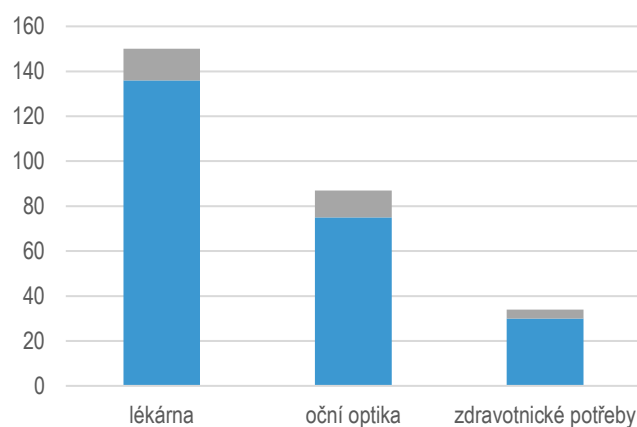
vybrané sortimenty OBL



vybrané sortimenty OBUV a OST

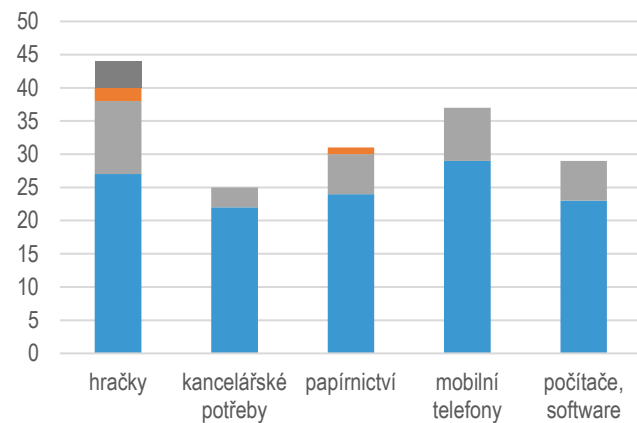


vybrané sortimenty OST

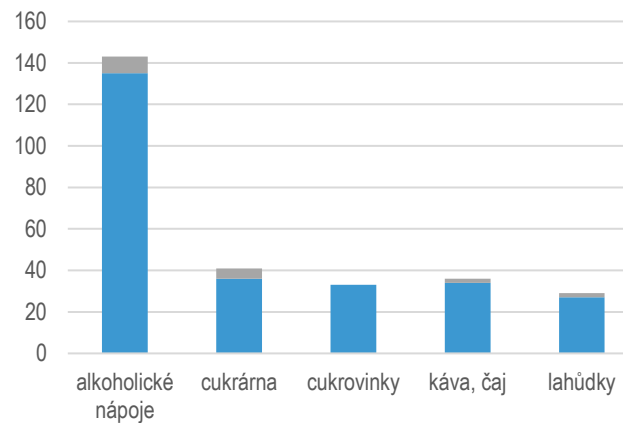


■ 0 – 50 m<sup>2</sup> | ■ 51 – 200 m<sup>2</sup> | ■ 201 – 400 m<sup>2</sup> | ■ 401 – 1 000 m<sup>2</sup> | ■ 1 001 – 3 000 m<sup>2</sup> | ■ 3 001 – 5 000 m<sup>2</sup> | ■ více než 5 000 m<sup>2</sup>

vybrané sortimenty PAP a PC

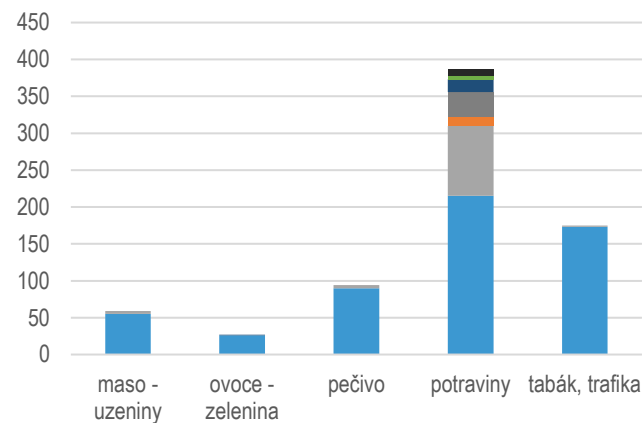


vybrané sortimenty POTR

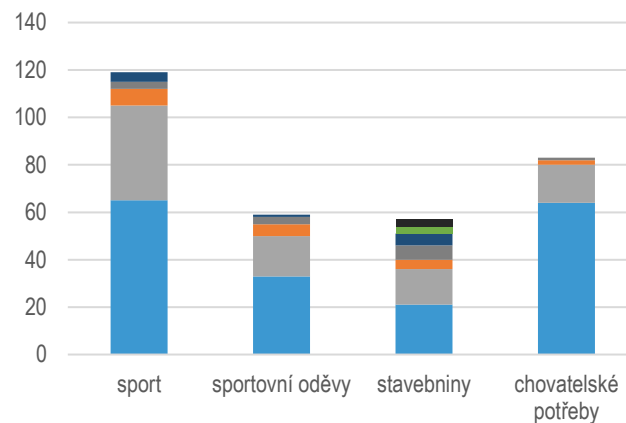


■ 0 – 50 m<sup>2</sup> | ■ 51 – 200 m<sup>2</sup> | ■ 201 – 400 m<sup>2</sup> | ■ 401 – 1 000 m<sup>2</sup> | ■ 1 001 – 3 000 m<sup>2</sup> | ■ 3 001 – 5 000 m<sup>2</sup> | ■ více než 5 000 m<sup>2</sup>

vybrané sortimenty POTR



vybrané sortimenty SP, STAV a ZOO



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

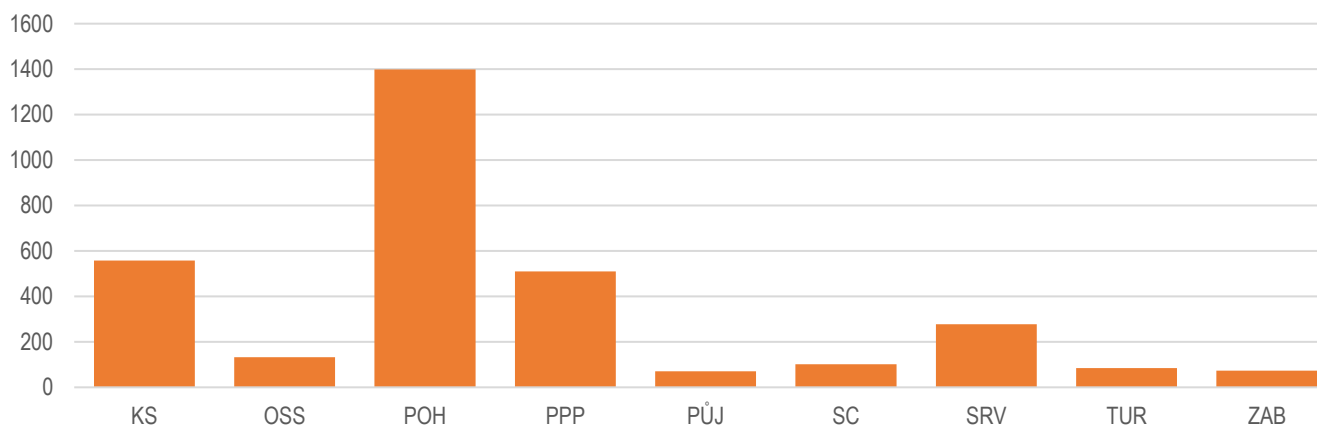
Dílčí sortimenty (celkem 86 v průzkumu 2017) se vzájemně částečně odlišují v ukazatelích počtu prodejen, průměrné plošné velikosti prodejny a v rozložení prodejen daného sortimentu do jednotlivých velikostních kategorií. Data v [tabulce 9](#) a [obrázku 8](#) podávají základní přehled o struktuře jednotlivých sortimentů, a tedy i o předpokladech jejich začlenění do městského prostoru. Typickými prodejny malé velikosti jsou trafiky a novinové stánky, pekařství, prodejny alkoholických nápojů, lékárny či květiny – u těchto frekventovaných skupin je drtivá většina prodejen menších nežli 50 m<sup>2</sup>. Naopak mezi sortimenty s velkými průměrnými velikostmi prodejen patří prodejny nábytku a stavebnin, autosalony a autobazary či hobbymarkety. V případě prodeje potravin, sportovních potřeb či oděvů dosahuje průměrná velikost prodejny rovněž relativně vysokých hodnot, nicméně jsou zde zastoupeny jak malé prodejny (převažují), tak i prodejny střední či velké plošné velikosti.

### Struktura sítě provozoven služeb dle sortimentu

Segment městských služeb je z hlediska sortimentní struktury jednoznačně dominován pohostinskými službami (restaurace, kavárny, bary), přičemž restaurace jsou absolutně nejčastější skupinou služeb. Významně zastoupeny jsou dále kosmetické sortimenty (především kadeřnictví), peněžní služby prostřednictvím sítě bankomatů (bankomaty reprezentují 99 % všech sečtených automatů služeb) a servisní či opravárenské služby zastoupené zejména autoservisy.

Pohostinské služby jsou jednoznačně nejčastěji se vyskytujícími sortimentními typem služeb.

**OBR 9 |** Počet provozoven služeb za sortimentní skupiny 2017 v celém šetřeném území



**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**TAB 10** | Počet provozoven služeb za sortimentní skupiny 2017 v celém šetřeném území a v Brně

SORTIMENTNÍ SKUPINA	PROVOZOVNY CELKEM	PROVOZOVNY BRNO	SORTIMENTNÍ SKUPINA	PROVOZOVNY CELKEM	PROVOZOVNY BRNO
KS - kadeřnictví	314	313	PÚJ - půjčovna náradí	7	7
KS - kosmetický salon	161	160	PÚJ - půjčovna sport. přísluž..	18	18
KS - masáže	35	35	<b>PÚJ – sortimentní skupina</b>	<b>71</b>	<b>71</b>
KS - solární studio	21	21	SC - jiné sportovní vyžití	17	17
KS - tetovací salon	9	9	SC - motokáry	1	1
KS - wellness	18	18	SC - ostatní raketové sporty	8	8
<b>KS – sortimentní skupina</b>	<b>558</b>	<b>556</b>	SC - posilovna, fitness	53	53
OSS - copycentrum	49	49	SC - sportovní hala	11	11
OSS - pohřební služby	17	17	SC - tenisové/volejbalové kurty	12	12
OSS - sázková kancelář	35	34	<b>SC – sortimentní skupina</b>	<b>102</b>	<b>102</b>
OSS - výdejna e-shopu	31	31	SRV - autoservis	92	92
<b>OSS – sortimentní skupina</b>	<b>132</b>	<b>131</b>	SRV - čistírna	35	34
POH - bar	222	222	SRV - hodinářství (servis)	5	5
POH - bistro	108	107	SRV - krejčovství, opravy oděvů	34	34
POH - čajovna	17	17	SRV - opravná obuvi	21	20
POH - kavárna	227	222	SRV - pneuservis	33	33
POH - občerstvení	159	147	SRV - servis elektroniky	53	53
POH - pivnice	116	116	SRV - servis sport. příslušenství	5	5
POH - restaurace	499	494	<b>SRV – sortimentní skupina</b>	<b>278</b>	<b>276</b>
POH - vinárna	51	51	TUR - cestovní kancelář	72	70
<b>POH – sortimentní skupina</b>	<b>1 399</b>	<b>1 376</b>	TUR - informační centrum	8	8
PPP - banka	105	102	TUR – turist. informační centrum	4	4
PPP - bankomat	205	204	<b>TUR – sortimentní skupina</b>	<b>84</b>	<b>82</b>
PPP - pojišťovna	76	75	ZAB - centrum volného času	12	10
PPP - poradenství	34	32	ZAB - divadlo	16	15
PPP - reality	55	55	ZAB - galerie umění	12	12
PPP - směnárna	35	33	ZAB - hudební klub	10	10
<b>PPP – sortimentní skupina</b>	<b>510</b>	<b>501</b>	ZAB - noční klub	24	24
PÚJ - autopůjčovna	13	13	<b>ZAB – sortimentní skupina</b>	<b>74</b>	<b>71</b>
PÚJ - knihovna	33	33			

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

## 4. ZÁKLADNÍ VYHODNOCENÍ – MĚSTSKÉ ČÁSTI

Městské části zpravidla nepatří mezi vhodné prostorové jednotky pro posuzování počtů a intenzit různých územních jevů, a to především kvůli rozdílné velikosti (ať už územní či populační), nízké úrovni funkční a vztahové uzavřenosti (tj. zpravidla nefungují jako jednotka uzavírající většinu rutinních každodenních aktivit) a vysoké vnitřní heterogenitě fyzického či sociálního prostředí (platí zejména pro velké městské části typu Brno-střed, Brno-sever či Brno-jih). Tato omezení je nutné brát v potaz při interpretaci informací o diferenciaci maloobchodní sítě mezi územími jednotlivých 29 městských částí Brna.

Rozdíl počtu obyvatel mezi populačně největší (Brno-střed) a nejmenší (Brno-Ořešín) městskou částí činí více než 63 000 osob.

### Struktura sítě maloobchodních prodejen

Vývoj sítě maloobchodních prodejen ve městě Brně přinesl mezi roky 2013 a 2017 nepříliš dramatické zvýšení počtu prodejen a mírný pokles celkové prodejní plochy. Tyto nárůsty, resp. úbytky byly mezi jednotlivými městskými částmi rozloženy nerovnoměrně. Jak vyplývá z [tabulky 11](#), přes navýšení celkového počtu prodejen v Brně došlo u celkem 6 MČ k úbytku – v absolutních číslech jde zejména MČ Brno-Líšeň a Brno-sever.

**TAB 11** | Počet a prodejní plocha (i bez sortimentu AUTO a STAV) maloobchodních prodejen v městských částech Brna 2017 a 2013

MĚSTSKÁ ČÁST	POČET 2017	POČET 2013	VÝVOJ POČTU 2013-17	PLOCHA 2017 (m <sup>2</sup> )	PLOCHA 2013 (m <sup>2</sup> )	VÝVOJ PLOCHY 2013-17	PLOCHA bez AUTO a STAV 2017 (m <sup>2</sup> )	PLOCHA bez AUTO a STAV 2013 (m <sup>2</sup> )	VÝVOJ PLOCHY bez AUTO a STAV 2013-17 (m <sup>2</sup> )
Brno-Bohunice	86	76	10	21 132	30 420	-9 288	18 757	21 060	-2 303
Brno-Bosonohy	19	12	7	7 032	5 320	1 712	632	410	222
Brno-Bystrc	104	88	16	10 819	9 336	1 483	9 319	7 836	1 483
Brno-Černovice	55	47	8	18 861	21 110	-2 249	5 396	2 930	2 466
Brno-Chrlice	12	8	4	451	4 742	-4 291	451	242	209
Brno-Ivanovice	34	20	14	29 185	34 951	-5 766	14 183	10 599	3 584
Brno-Jehnice	2	1	1	84	24	60	84	24	60
Brno-jih	205	176	29	110 020	118 160	-8 140	81 642	78 877	2 765

Přes nevýhody použití městských částí jako analytických prostorových jednotek (viz úvod kapitoly 4), je nutné akceptovat fakt, že jde o základní územní jednotky výkonu veřejné správy s určitými plánovacími kompetencemi.

<b>Brno-Jundrov</b>	21	20	1	2 087	2 040	47	1 047	985	62
<b>Brno-Kníničky</b>	2	4	-2	40	1 070	-1 030	25	55	-30
<b>Brno-Kohoutovice</b>	36	25	11	4 179	2 546	1 633	4 179	2 546	1 633
<b>Brno-Komín</b>	57	54	3	15 837	14 840	997	2 972	3 260	-288
<b>Brno-Královo Pole</b>	387	366	21	50 565	49 063	1 502	46 763	34 984	11 779
<b>Brno-Líšeň</b>	72	103	-31	11 792	14 401	-2 609	8 297	10 761	-2 464
<b>Brno-Maloměřice a Obrany</b>	30	40	-10	2 481	6 609	-4 128	801	2 114	-1 313
<b>Brno-Medlánky</b>	22	12	10	3 141	1 578	1 563	1 801	978	823
<b>Brno-Nový Lískovec</b>	30	24	6	3 397	3 272	125	3 362	3 237	125
<b>Brno-Ořešín</b>	1	1	0	40	40	0	40	40	0
<b>Brno-Řečkovice a Mokrý Hora</b>	63	58	5	4 942	3 534	1 408	4 704	3 154	1 550
<b>Brno-sever</b>	314	343	-29	35 838	39 999	-4 161	26 613	24 264	2 349
<b>Brno-Slatina</b>	69	51	18	32 130	28 227	3 903	12 250	4 702	7 548
<b>Brno-Starý Lískovec</b>	55	36	19	5 065	3 717	1 348	3 063	2 787	276
<b>Brno-střed</b>	1 674	1 585	89	205 723	211 053	-5 330	137 652	148 851	-11 199
<b>Brno-Tuřany</b>	42	39	3	18 845	20 489	-1 644	11 875	11 924	-49
<b>Brno-Útěchov</b>	2	1	1	50	30	20	20		20
<b>Brno-Vinohrady</b>	36	47	-11	9 636	10 125	-489	4 946	5 435	-489
<b>Brno-Žabovřesky</b>	149	143	6	17 034	15 312	1 722	7 784	6 142	1 642
<b>Brno-Žebětín</b>	13	11	2	1 611	610	1 001	1 575	610	965
<b>Brno-Židenice</b>	184	196	-12	19 226	20 150	-924	15 825	17 029	-1 204

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkum maloobchodní sítě 2013

Z hlediska vývoje prodejní plochy, ať už celkové, či po odpočítání plošně extenzivních sortimentních skupin AUTO a STAV, je pokles soustředěn do 13 městských částí. Poměřováno opět absolutními hodnotami, nejvyšší úbytky zaznamenaly MČ Bohunice, Brno-Chrlice, Brno-jih, Brno-Ivanovice, Brno-Maloměřice a Obrany a Brno-sever; u většiny z nich ovšem většinu poklesu zapříčinil vývoj v sortimentních skupinách AUTO či STAV. Specifickým je velký úbytek prodejní plochy v MČ Brno-střed, který lze vysvětlit zejména poklesy v sortimentních skupinách DOM a NAB.



**Tabulka 12** uvádí koeficienty saturace za jednotlivé městské části, které jsou ovšem významně ovlivněny přítomností velkých prodejen působících v měřítku větším, nežli je měřítko městské části (celoměstská či nadměstská působnost). Je nutné si také uvědomit, že uvedené počty obyvatel zachycují tzv. noční obyvatelstvo – to se může lišit od počtu osob přítomných v pracovní/světlé části dne. Nižší hodnoty koeficientu saturace lze zaznamenat spíše v okrajových městských částech (Chrlice, Jehnice, Útěchov), kde rezidenční funkce není adekvátně doplněna funkcemi obslužnými.

**TAB 12 |** Koeficient saturace pro celkovou prodejní plochu, plochu bez sort. typů AUTO a STAV a plochu sortimentu „potravin“ za MČ 2017

MĚSTSKÁ ČÁST	OBVYKLE BYDLÍCÍ OBYVATELSTVO	KOEFICIENT SATURACE (m <sup>2</sup> /ob.)	KOEFICIENT SATURACE bez AUTO a STAV (m <sup>2</sup> /ob.)	KOEFICIENT SATURACE sortiment potravin (m <sup>2</sup> /ob.)	PODÍL SKUPINY POTRAVIN NA CELK. PLOŠE (%)
Brno-Bohunice	14 610	1,45	1,28	0,87	60,44
Brno-Bosonohy	2 445	2,88	0,26	0,03	1,00
Brno-Bystrc	24 097	0,45	0,39	0,18	39,53
Brno-Černovice	7 984	2,36	0,68	0,08	3,23
Brno-Chrlice	3 703	0,12	0,12	0,08	62,08
Brno-Ivanovice	1 737	16,80	8,17	5,76	34,29
Brno-Jehnice	1 096	0,08	0,08	0,08	100,00
Brno-jih	9 642	11,41	8,47	2,12	18,62
Brno-Jundrov	4 111	0,51	0,25	0,06	11,26
Brno-Kníničky	1 001	0,04	0,02	0,00	0,00
Brno-Kohoutovice	12 558	0,33	0,33	0,24	70,83
Brno-Komín	7 420	2,13	0,40	0,10	4,83
Brno-Královo Pole	28 531	1,77	1,64	0,56	31,71
Brno-Líšeň	26 647	0,44	0,31	0,23	52,97
Brno-Maloměřice a Obřany	5 593	0,44	0,14	0,08	17,53
Brno-Medlánky	5 869	0,54	0,31	0,01	2,26
Brno-Nový Lískovec	11 292	0,30	0,30	0,16	54,02
Brno-Ořešín	574	0,07	0,07	0,07	100,00
Brno-Řečkovice a Mokrý Hora	15 409	0,32	0,31	0,09	26,67
Brno-sever	47 405	0,76	0,56	0,32	42,44
Brno-Slatina	9 313	3,45	1,32	0,64	18,46
Brno-Starý Lískovec	12 866	0,39	0,24	0,13	34,20

Problematika územního rozložení nočního a denního obyvatelstva v rámci města je částečně řešitelná například skrze analýzy dat mobilních operátorů; validita těchto dat je ovšem stále mírně problematická.

<b>Brno-střed</b>	63 995	3,21	2,15	0,47	14,76
<b>Brno-Tuřany</b>	5 646	3,34	2,10	1,90	56,96
<b>Brno-Útěchov</b>	756	0,07	0,03	0,03	40,00
<b>Brno-Vinohrady</b>	13 294	0,72	0,37	0,27	37,71
<b>Brno-Žabovřesky</b>	20 942	0,81	0,37	0,16	19,58
<b>Brno-Žebětín</b>	3 559	0,45	0,44	0,37	80,70
<b>Brno-Židenice</b>	21 890	0,88	0,72	0,33	37,94

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Do jisté míry více vypovídajícím ukazatelem je míra plošného standardu bez započítání sortimentních skupin AUTO a STAV, resp. koeficient saturace prodejny potravin. Právě z hlediska prodejní plochy potravin na obyvatele patří mezi podprůměrně vybavené městské části Brno-Kníničky, Brno-Medlánky, Brno-Bosonohy či Brno-Útěchov (opět se jedná většinou o populačně malé městské části v předměstské zóně).

**Tabulka 13**, společně s grafem v **obrázku 10** popisují sortimentní strukturu maloobchodních prodejen za městské části. Žádná z městských částí nedisponuje plným sortimentem maloobchodního zboží; mezi sortimentně nejpestřejší patří logicky velké městské části (Brno-střed – 84 typů sortimentu z 86 možných, Brno-Královo Pole – 68, Brno-sever – 62, Brno-jih, Brno-Židenice – 54).

**TAB 13** | Sortimenty maloobchodu s více než 3% podílem na celkové prodejní ploše jednotlivých městských částí 2017

MĚSTSKÁ ČÁST	SORT1	SORT2	SORT3	SORT4	SORT5	SORT6	SORT7	SORT8	PODÍL VÝBĚRU
<b>Brno-Bohunice</b>	potraviny 60,4 %	autosalon 5,9 %	oděvy 5,3 %	-	-	-	-	-	71,6 %
<b>Brno-Bosonohy</b>	stavebniny 56,9 %	autobazar 32,7 %	smíř.sort. 3,1 %	-	-	-	-	-	92,7 %
<b>Brno-Bystrc</b>	potraviny 39,5 %	oděvy 16,6 %	autosalon 13,9 %	drogerie 3,7 %	byt.předm. 3,3 %	dom.potř. 3,2 %	-	-	80,3 %
<b>Brno-Černovice</b>	autobazar 65,7 %	smíř.sort. 17,8 %	železářst. 4,0 %	potraviny 3,2 %	-	-	-	-	90,8 %
<b>Brno-Chrlice</b>	potraviny 62,1 %	cukrárna 11,1 %	železářst. 9,3 %	maso-uz. 6,7 %	lékárna 5,5 %	ovoce-zel. 4,4 %	-	-	99,1 %
<b>Brno-Ivanovice</b>	hobbymar. 48,2 %	potraviny 34,3 %	sport 6,9 %	autosalon 3,2 %	-	-	-	-	92,5 %

<b>Brno-Jehnice</b>	potraviny 100 %	-	-	-	-	-	-	-	100,0 %
<b>Brno-jih</b>	nábytek 25,8 %	potraviny 18,6 %	hobymar. 11,2 %	elektro 9,0 %	stavebniny 5,6 %	oděvy 5,0 %	autosalon 4,3 %	sport 3,5 %	83,2 %
<b>Brno-Jundrov</b>	stavebniny 49,8 %	drogerie 14,4 %	potraviny 11,3 %	oděvy 6,5 %	-	-	-	-	81,9 %
<b>Brno-Kníničky</b>	cukrárna 62,5 %	autopřisl. 37,5 %	-	-	-	-	-	-	100,0 %
<b>Brno-Kohoutovice</b>	potraviny 70,8 %	drogerie 4,7 %	smiš.sort. 4,3 %	-	-	-	-	-	79,8 %
<b>Brno-Komín</b>	hobymar. 66,3 %	zahrad.pot. 14,1 %	elektro 5,0 %	potraviny 4,8 %	-	-	-	-	90,3 %
<b>Brno-Královo Pole</b>	potraviny 31,7 %	oděvy 11,8 %	nábytek 7,3 %	sport.oděv. 6,0 %	obuv 4,2 %	sport 3,7 %	elektro 3,1 %	-	67,8 %
<b>Brno-Líšeň</b>	potraviny 53,0 %	autosalon 20,1 %	stavebniny 8,5 %	nábytek 5,1 %	-	-	-	-	86,6 %
<b>Brno-Maloměřice a Obřany</b>	autosalon 32,2 %	autopřisl. 32,0 %	potraviny 17,5 %	-	-	-	-	-	81,8 %
<b>Brno-Medlánky</b>	autosalon 33,7 %	nábytek 15,9 %	podlah.kr. 9,6 %	autopřisl. 7,6 %	chov.potř. 7,5 %	hračky 6,4 %	oděvy 6,0 %	kanc.náb. 5,7 %	92,5 %
<b>Brno-Nový Lískovec</b>	potraviny 54,0 %	nábytek 22,1 %	oděvy 9,7 %	-	-	-	-	-	85,8 %
<b>Brno-Ořešín</b>	potraviny 100 %	-	-	-	-	-	-	-	100,0 %
<b>Brno-Řečkovice a Mokrá Hora</b>	potraviny 26,7 %	nábytek 20,0 %	smiš.text. 9,7 %	smiš.sort. 8,7 %	drogerie 7,7 %	podlah.kr. 5,0 %	autosalon 3,2 %	-	81,1 %
<b>Brno-sever</b>	potraviny 42,4 %	stavebniny 17,8 %	podlah.kr. 3,9 %	nábytek 3,9 %	autosalon 3,8 %	-	-	-	71,7 %
<b>Brno-Slatina</b>	autosalon 41,9 %	potraviny 18,5 %	stavebniny 16,9 %	smiš.sort. 4,0 %	-	-	-	-	81,2 %
<b>Brno-Starý Lískovec</b>	autobazar 39,5 %	potraviny 34,2 %	lékárna 3,9 %	alkohol 3,5 %	-	-	-	-	81,1 %
<b>Brno-střed</b>	autobazar 15,3 %	potraviny 14,8 %	oděvy 14,5 %	stavebniny 12,5 %	autosalon 3,8 %	smiš.sort. 3,6 %	-	-	64,4 %
<b>Brno-Tuřany</b>	potraviny 57,0 %	stavebniny 35,0 %	-	-	-	-	-	-	92,0 %
<b>Brno-Útěchov</b>	zahrad.pot. 60 %	potraviny 40 %	-	-	-	-	-	-	100,0 %
<b>Brno-Vinohrady</b>	potraviny	autosalon	autobazar	elektro	-	-	-	-	92,7 %

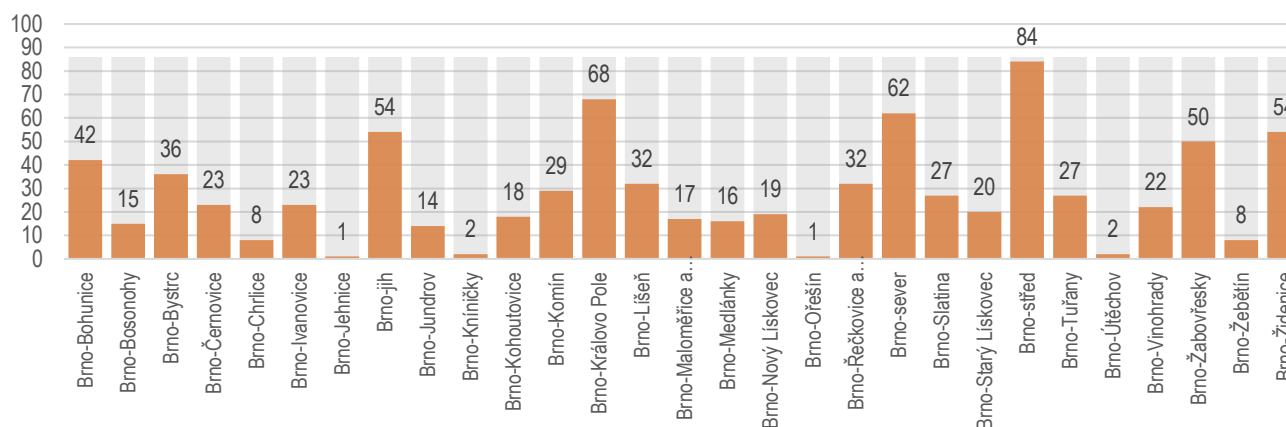
	37,7 %	27,0 %	20,8 %	7,3 %					
	stavebniny	autosalon	potraviny	oděvy					
<b>Brno-Žabovřesky</b>	32,3 %	21,1 %	19,6 %	4,3 %	-	-	-	-	77,3 %
	potraviny	chov.potř.	květiny						
<b>Brno-Žebětín</b>	80,7 %	4,3 %	3,7 %	-	-	-	-	-	88,8 %
	potraviny	autosalon	květiny	elektro	podlah.kr.	autobazar			
<b>Brno-Židenice</b>	37,9 %	8,3 %	6,6 %	6,3 %	5,4 %	4,4 %	-	-	69,0 %

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Odlišujícím ukazatelem je rovněž sortimentní skladba prodejen v jednotlivých městských částech. U 15 městských částí patří mezi nejvíce plošně zastoupený typ potraviny (jejichž podíl na celkové prodejní ploše se v těchto MČ pohybuje mezi 26 až 100 %). V ostatních MČ je prodejní plocha dominována zpravidla sortimenty náročnými na prodejní plochu (stavebniny, autobazary, hobbymarkety či nábytek). K městským částem, ve kterých je prodejní plocha relativně rovnoměrně rozdělena mezi významně zastoupené sortimenty patří Brno-Medlánky, Brno-Řečkovice a Mokrá Hora, Brno-Královo Pole či Brno-jih.

Pestrost sortimentní skladby je v případě maloobchodu v jednotlivých městských částech úměrná jejich populační velikosti.

**OBR 10** | Počty zastoupených druhů sortimentu maloobchodních prodejen (z celkem 86 možných) v jednotlivých městských částech 2017



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

## Struktura sítě provozoven služeb

Situace v oblasti provozoven služeb je typická silnou pozicí centra města – tato se projevuje 47% podílem městské části Brno-střed na celkovém počtu provozoven služeb ve městě Brně, stejně jako plným zastoupením celkem 50 sortimentů služeb v této městské části (tabulka 14, obrázek 11). V případě dalších městských částí je zpravidla počet provozoven služeb a sortimentní pestrost funkcí populační velikosti (významný počet provozoven a sortimentní mix v MČ Brno-Bystrc, Brno-Královo Pole, Brno-sever, Brno-Žabovřesky či Brno-Židenice).

**TAB 14** | Počty provozoven služeb a přepočtené obyvatelstvo na vybranou provozovnu za MČ 2017

MĚSTSKÁ ČÁST	OBVYKLE BYDLÍCÍ OBYVATELSTVO	POČET PROVOZOVEN SLUŽEB	POČET OSOB NA 1 restauraci	POČET OSOB NA 1 kadeřnictví	POČET OSOB NA 1 bank. pobočku
Brno-Bohunice	14 610	61	1 328,2	2 922,0	2 922,0
Brno-Bosonohy	2 445	17	815,0	1 222,5	-
Brno-Bystrc	24 097	106	1 095,3	2 190,6	6 024,3
Brno-Černovice	7 984	20	2 661,3	-	7 984,0
Brno-Chrlice	3 703	10	925,8	1 851,5	-
Brno-Ivanovice	1 737	31	434,3	1 737,0	868,5
Brno-Jehnice	1 096	5	1 096,0	-	-
Brno-jih	9 642	92	482,1	1 377,4	4 821,0
Brno-Jundrov	4 111	17	1 027,8	4 111,0	-
Brno-Kniničky	1 001	11	143,0	-	-
Brno-Kohoutovice	12 558	30	2 511,6	3 139,5	12 558,0
Brno-Komín	7 420	39	1 484,0	1 060,0	7 420,0
Brno-Královo Pole	28 531	404	500,5	620,2	2 593,7
Brno-Líšeň	26 647	57	1 665,4	13 323,5	26 647,0
Brno-Maloměřice a Obřany	5 593	17	932,2	-	-
Brno-Medlánky	5 869	31	652,1	2 934,5	5 869,0
Brno-Nový Lískovec	11 292	27	2 823,0	1 882,0	-
Brno-Ořešín	574	5	287,0	-	-
Brno-Řečkovice a Mokrý Hora	15 409	72	1 400,8	1 284,1	15 409,0
Brno-sever	47 405	228	1 481,4	1 481,4	9 481,0
Brno-Slatina	9 313	34	1 164,1	-	9 313,0
Brno-Starý Lískovec	12 866	37	3 216,5	4 288,7	12 866,0

<b>Brno-střed</b>	63 995	1 484	309,2	547,0	1 207,5
<b>Brno-Tuřany</b>	5 646	32	705,8	1 129,2	-
<b>Brno-Útěchov</b>	756	2	756,0	-	-
<b>Brno-Vinohrady</b>	13 294	30	3 323,5	13 294,0	6 647,0
<b>Brno-Žabovřesky</b>	20 942	133	1 231,9	872,6	2 617,8
<b>Brno-Žebětín</b>	3 559	18	1 779,5	1 779,5	-
<b>Brno-Židenice</b>	21 890	116	1 287,6	1 042,4	10 945,0

ZDROJ | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

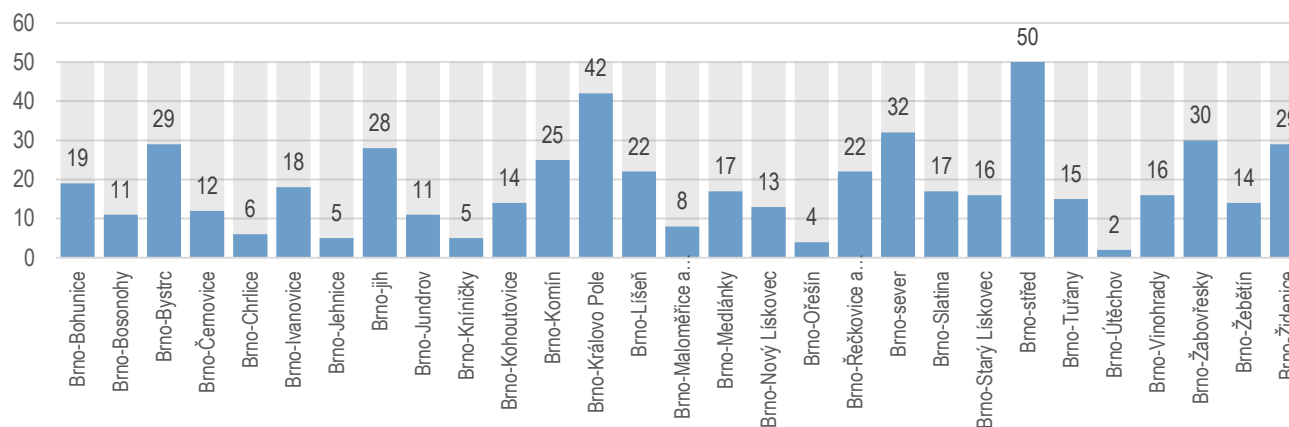
**TAB 15** | Sortimenty služeb s více než 8% podílem na celkové počtu provozoven v jednotlivých městských částech 2017

MĚSTSKÁ ČÁST	SORT1	SORT2	SORT3	SORT4	SORT5	SORT6	PODÍL VÝBĚRU
<b>Brno-Bohunice</b>	restaurace 18,0 %	občerstv. 16,4 %	bankomat 11,5 %	bar 9,8 %	kadeřnic. 8,2 %	banka 8,2 %	72,1 %
<b>Brno-Bosonohy</b>	restaurace 17,6 %	autoservis 17,6 %	kadeřnic. 11,8 %	pneuservis 11,8 %	-	-	58,8 %
<b>Brno-Bystrc</b>	restaurace 20,8 %	kadeřnic. 10,4 %	bankomat 8,5 %	-	-	-	39,6 %
<b>Brno-Černovice</b>	pivnice 15,0 %	restaurace 15,0 %	kosmet.sal. 10,0 %	kavárna 10,0 %	bankomat 10,0 %	reality 10,0 %	70,0 %
<b>Brno-Chrlice</b>	restaurace 40,0 %	kadeřnic. 20,0 %	vinárna 10,0 %	bankomat 10,0 %	posilovna 10,0 %	autoservis 10,0 %	100,0 %
<b>Brno-Ivanovice</b>	bankomat 25,8 %	restaurace 12,9 %	-	-	-	-	38,7 %
<b>Brno-Jehnice</b>	kosmet.sal. 20,0 %	bar 20,0 %	restaurace 20,0 %	knihovna 20,0 %	hodinář. 20,0 %	-	100,0 %
<b>Brno-jih</b>	restaurace 21,7 %	autoservis 14,1 %	občerstv. 8,7 %	-	-	-	44,6 %
<b>Brno-Jundrov</b>	kosmet.sal. 23,5 %	restaurace 23,5 %	-	-	-	-	47,1 %
<b>Brno-Kníničky</b>	restaurace 63,6 %	kosmet.sal. 9,1 %	wellness 9,1	knihovna 9,1 %	autoservis 9,1 %	-	100,0 %
<b>Brno-Kohoutovice</b>	restaurace 16,7 %	kadeřnic. 13,3 %	bankomat 13,3 %	bar 10,0 %	kavárna 10,0 %	-	63,3 %
<b>Brno-Komín</b>	kadeřnic. 17,9 %	restaurace 12,8 %	-	-	-	-	30,8 %

<b>Brno-Královo Pole</b>	restaurace 14,1 %	kadeřnic. 11,4 %	-	-	-	-	25,5 %
<b>Brno-Líšeň</b>	restaurace 28,1 %	-	-	-	-	-	28,1 %
<b>Brno-Maloměřice a Obřany</b>	restaurace 35,3 %	autoservis 23,5 %	kosmet.sal. 11,8 %	-	-	-	70,6 %
<b>Brno-Medlánky</b>	restaurace 29,0 %	bar 9,7 %	autoservis 9,7 %	-	-	-	48,4 %
<b>Brno-Nový Lískovec</b>	kadeřnic. 22,2 %	kosmet.sal. 14,8 %	restaurace 14,8 %	bar 11,1 %	-	-	63,0 %
<b>Brno-Ořešín</b>	restaurace 40,0 %	bistro 20,0 %	knihovna 20,0 %	tenis.kurty 20,0 %	-	-	100,0 %
<b>Brno-Řečkovice a Mokrý Hora</b>	kadeřnic. 16,7 %	restaurace 15,3 %	kosmet.sal. 9,7 %	-	-	-	41,7 %
<b>Brno-sever</b>	kadeřnic. 14,0 %	restaurace 14,0 %	kavárna 9,6 %	-	-	-	37,7 %
<b>Brno-Slatina</b>	restaurace 23,5 %	pivnice 8,8 %	bankomat 8,8 %	-	-	-	41,2 %
<b>Brno-Starý Lískovec</b>	občerstv. 16,2 %	bankomat 13,5 %	restaurace 10,8 %	kadeřnic. 8,1 %	bar 8,1 %	bistro 8,1 %	64,9 %
<b>Brno-střed</b>	restaurace 13,9 %	kavárna 8,8 %	bar 8,2 %	-	-	-	30,9 %
<b>Brno-Tuřany</b>	restaurace 25,0 %	kadeřnic. 15,6 %	autopůjč. 15,6 %	-	-	-	56,3 %
<b>Brno-Útěchov</b>	restaurace 50,0 %	autoservis 50,0 %	-	-	-	-	100,0 %
<b>Brno-Vinohrady</b>	bankomat 20,0 %	kosmet.sal. 13,3 %	restaurace 13,3 %	-	-	-	46,7 %
<b>Brno-Žabovřesky</b>	kadeřnic. 18,0 %	restaurace 12,8 %	-	-	-	-	30,8 %
<b>Brno-Žebětín</b>	kadeřnic. 11,1 %	restaurace 11,1 %	bankomat 11,1 %	pneuservis 11,1 %	-	-	44,4 %
<b>Brno-Židenice</b>	kadeřnic. 18,1 %	restaurace 14,7 %	pivnice 8,6 %	-	-	-	41,4 %

Provozovny služeb jsou v jednotlivých městských částech obvykle nejsilněji zastoupeny restauracemi (platí v případě 16 městských částí), mezi silně zastoupené provozovny patří dále například kadeřnictví či kosmetické salony. Sortimentní mix je nepřekvapivě nejchudší v malých městských částech (tabulka 15, obrázek 11).

**OBR 11** | Počty zastoupených druhů sortimentu provozoven služeb (z celkem 50 možných) v jednotlivých městských částech 2017



Městská část Brno-střed jako jediná z městských částí disponuje plným sortimentem služeb.

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

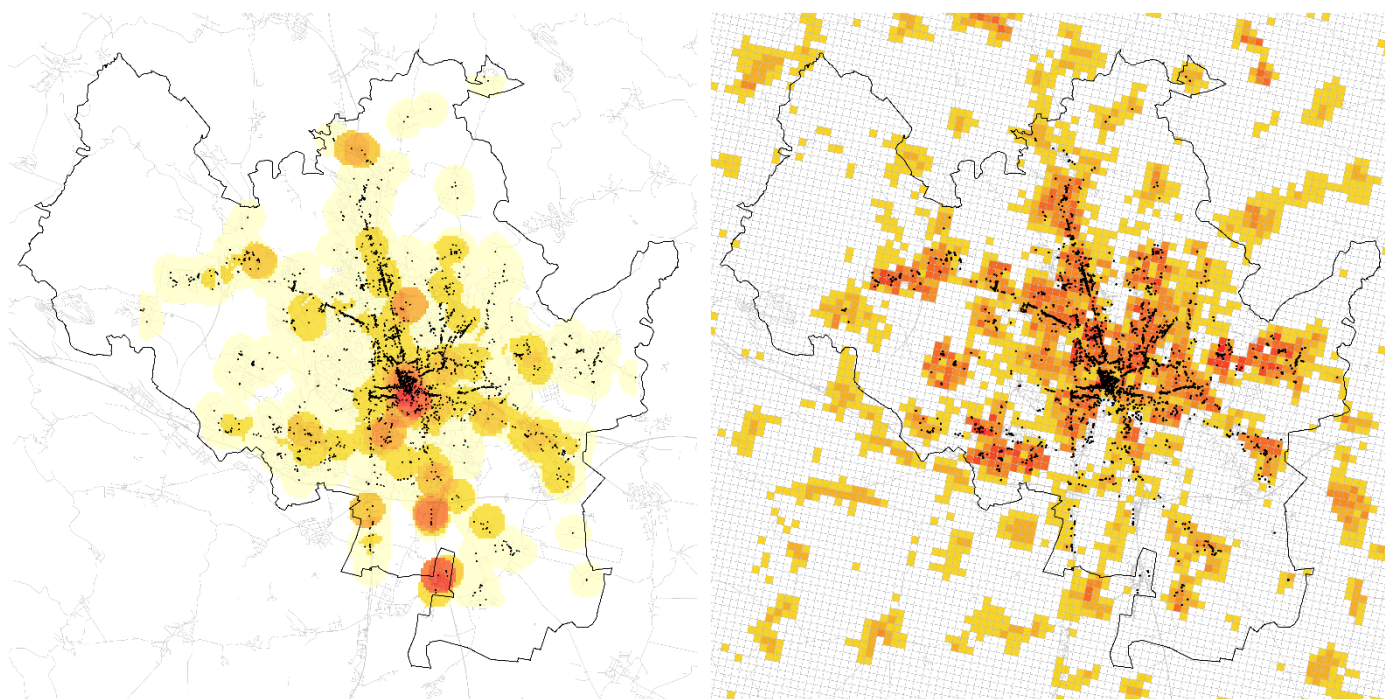


## 5. PROSTOROVÉ ANALÝZY

### Nerovnoměrnost rozložení maloobchodu a služeb v území

Rozložení prodeje zboží a služeb je v šetřeném území (město Brno a komerční zóna Modřice) nerovnoměrné. [Obrázky 12 a 13](#) naznačují jak míru prostorové koncentrace, resp. rozptylu maloobchodu, tak i míru provázanosti maloobchodu a služeb s prostorovým rozmístěním obvykle bydlícího obyvatelstva.

**OBR 12** | Územní koncentrace prodejní plochy maloobchodních prodejen (vlevo); rozložení maloobchodních prodejen a provozoven služeb na pozadí rozložení obvykle bydlícího obyvatelstva (vpravo)



Analýzy míry  
nerovnoměrnosti rozmístění  
maloobchodního prodeje  
zboží a služeb využívají  
přepočítání na čtvercovou síť o  
velikosti buňky 250x250  
metrů  
([www.brnourbangrid.cz](http://www.brnourbangrid.cz))

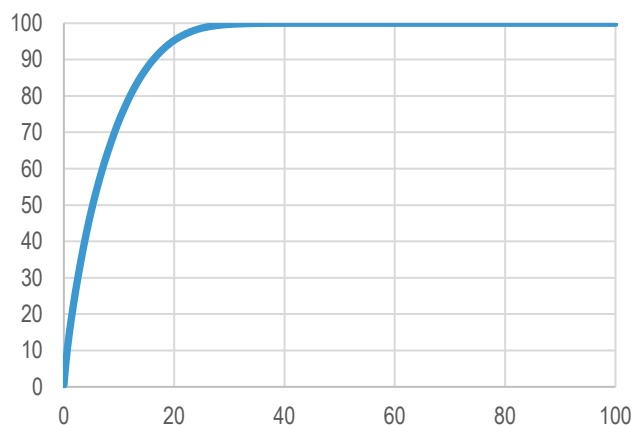
**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Brno Urban Grid 2018

Již samotné obyvatelstvo není v území rozloženo rovnoměrně – polovina obvykle bydlících obyvatel je soustředěna na přibližně 5,2 % sledovaného území, celková populace území je soustředěna na necelých 40 %. V případě maloobchodních prodejen a provozoven služeb je míra prostorové koncentrace ještě o něco vyšší – 50 % počtu zařízení, resp. prodejní plochy je lokalizován na 1,5 % území (resp. 0,5 % území v případě plochy) a celkový počet zařízení, resp. celková výměra prodejní plochy je koncentrována v 19,3 %, resp. 15 % území (poznámka: pro výpočet koncentrací byla jako základní prostorová jednotka využita čtvercová buňka o velikosti 250x250 m).

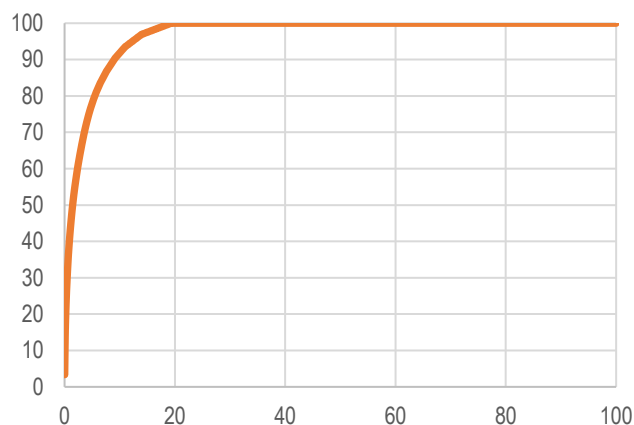
Pokud sledujeme vazbu maloobchodu a služeb na rozmístění obyvatelstva, platí, že polovina prodejen a provozoven se nalézá v území se 7,6 % obyvatelstva, všechny prodejny a provozovny jsou umístěny v území se 68,5 % obyvatelstva. Analogicky, polovina maloobchodní prodejní plochy se nalézá v území s 0,5 % obyvatelstva, 100 % maloobchodní plochy v území s 58 % obyvatelstva. Je zřejmé, že prodejní plocha je rozmístěna méně rovnoměrně, nežli prodejny samotné – přibližně 21 % z celkového počtu prodejen soustřeďuje 50 % prodejní plochy, 75 % prodejní plochy je pak umístěno ve 40 % prodejen a 90 % prodejní plochy v 61 % prodejen.

**OBR 13** | Nerovnoměrné rozmístění obyvatelstva, maloobchodních zařízení a prodejní plochy v území, resp. v obydlém území; rozmístění prodejní plochy v prodejnách

obyvatelstvo v území

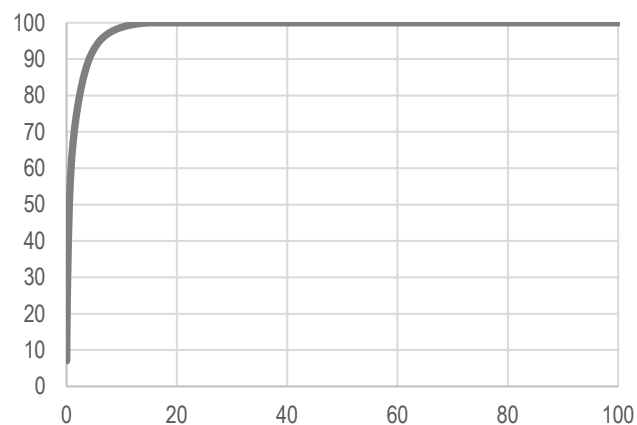


maloobchodní prodejny a provozovny služeb v území

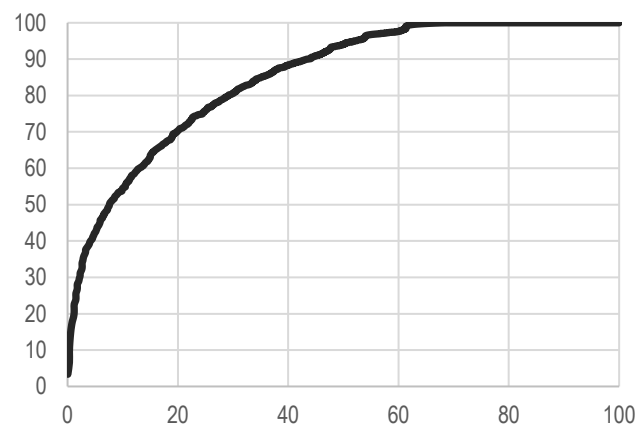


V grafech nerovnoměrnosti je sledovaný ukazatel vynášen relativně (v %) na svislé ose, zatímco území, resp. prodejny rovněž relativně na ose vodorovné. Graf ukazuje, jaký procentní podíl sledovaného jevu je rozmístěn v daném procentním podílu území.

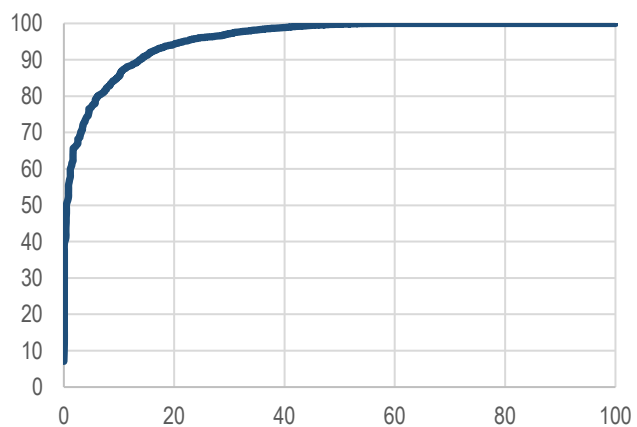
maloobchodní plocha v území



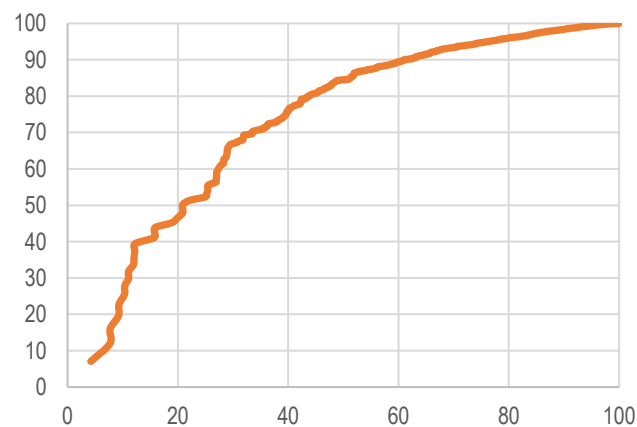
maloobchodní prodejny a provozovny služeb v obydleném území



maloobchodní plocha v obydleném území



maloobchodní plocha v prodejnách



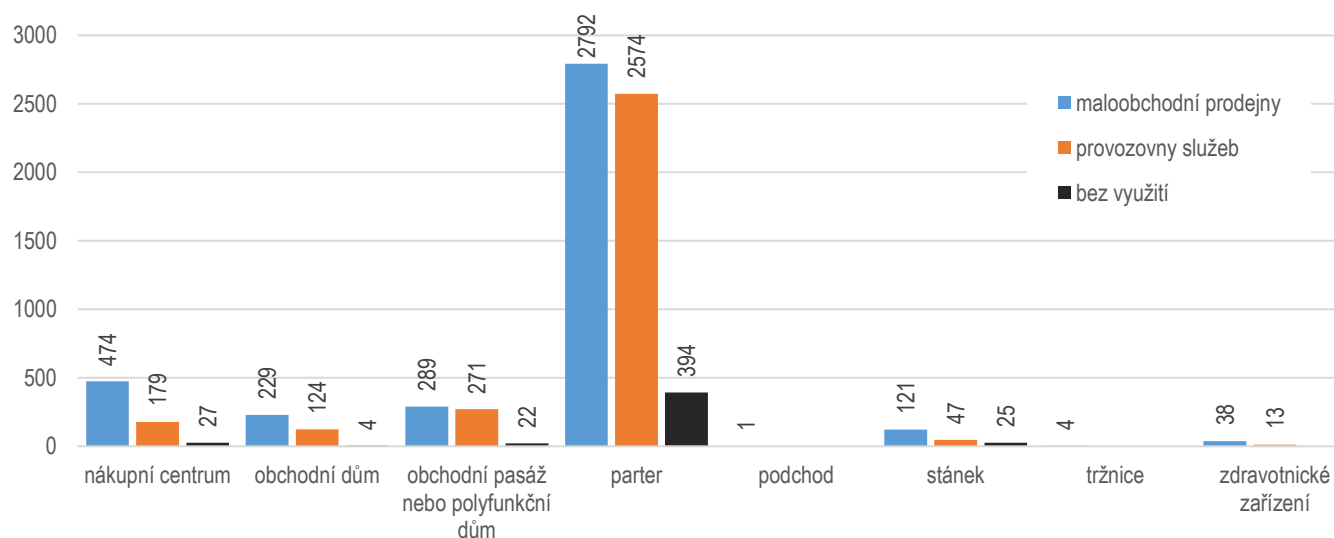
ZDROJ | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Brno Urban Grid 2018

## Umístění v typech objektů

V šetřeném území lze zaznamenat čtyři hlavní typy umístění maloobchodních prodejen či provozoven služeb – umístění v parteru, umístění v rámci nákupního centra, umístění v rámci obchodního domu a umístění v rámci obchodní pasáže či polyfunkčního domu. Ostatní sledované typy umístění (podchod, stánek, tržnice a zdravotnické zařízení) hrají z hlediska počtu zařízení či z hlediska maloobchodní prodejní plochy spíše okrajovou roli.

Zařízení umístěná v parteru jsou jednoznačně nejčastějším typem maloobchodních zařízení v šetřeném území.

**OBR 14** | Rozložení počtu zařízení (maloobchodní prodejny, provozovny služeb a zařízení bez využití) v jednotlivých typech objektů 2017



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

V parteru je umístěno přes 70 % maloobchodních prodejen, přes 80 % provozoven služeb a 65 % celkové plochy maloobchodních prodejen. V 7 nákupních centrech (Avion Shopping Park Brno, Campus Square Brno, Futurum Brno, Globus Brno, NC Královo Pole Brno, Olympia Brno, Galerie Vaňkovka Brno) je pak lokalizováno 12 % z celkového počtu maloobchodních prodejen a necelých 6 %

celkového počtu provozoven služeb. V ukazatelích prodejní plochy se projevuje význam prodejen umístěných v nákupních centrech – jejich podíl na celkové prodejní ploše v šetřeném území dosahuje 22 % (obrázek 14, tabulka 16).

Zařízení v parteru patří k dominantním prvkům městského maloobchodu z hlediska počtu i plochy; nákupní centra lze vnímat zejména jako důležité koncentrace (plošně větších) maloobchodních prodejen, v případě provozoven služeb jsou v zásadě významově srovnatelná s ostatními typy umístění, jako jsou obchodní domy, obchodní pasáže či polyfunkční domy.

**TAB 16** | Rozložení prodejní plochy a počtu maloobchodních prodejen a počtu provozoven služeb v jednotlivých typech objektů 2017

	NÁKUPNÍ CENTRUM	OBCHODNÍ DŮM	OBCHODNÍ PASÁŽ / POLYFUNKČNÍ DŮM	PARTER	PODCHOD	STÁNEK	TRŽNICE	ZDRAV. ZAŘÍZENÍ
<b>plocha maloobchodních prodejen (m<sup>2</sup>)</b>	157 266 (22,0 %)	58 865 (8,2 %)	28 187 (3,9 %)	462 668 (64,6 %)	250 (0,03 %)	358 (0,05 %)	7 500 (1,0 %)	830 (0,1 %)
<b>počet maloobchodních prodejen</b>	474 (12,0 %)	229 (5,8 %)	289 (7,3 %)	2 792 (70,7 %)	1 (0,03 %)	121 (3,1 %)	4 (0,1 %)	38 (1,0 %)
<b>počet provozoven služeb</b>	179 (5,6 %)	124 (3,9 %)	271 (8,4 %)	2 574 (80,2 %)	0 (0,0 %)	47 (1,5 %)	0 (0,0 %)	13 (0,4 %)

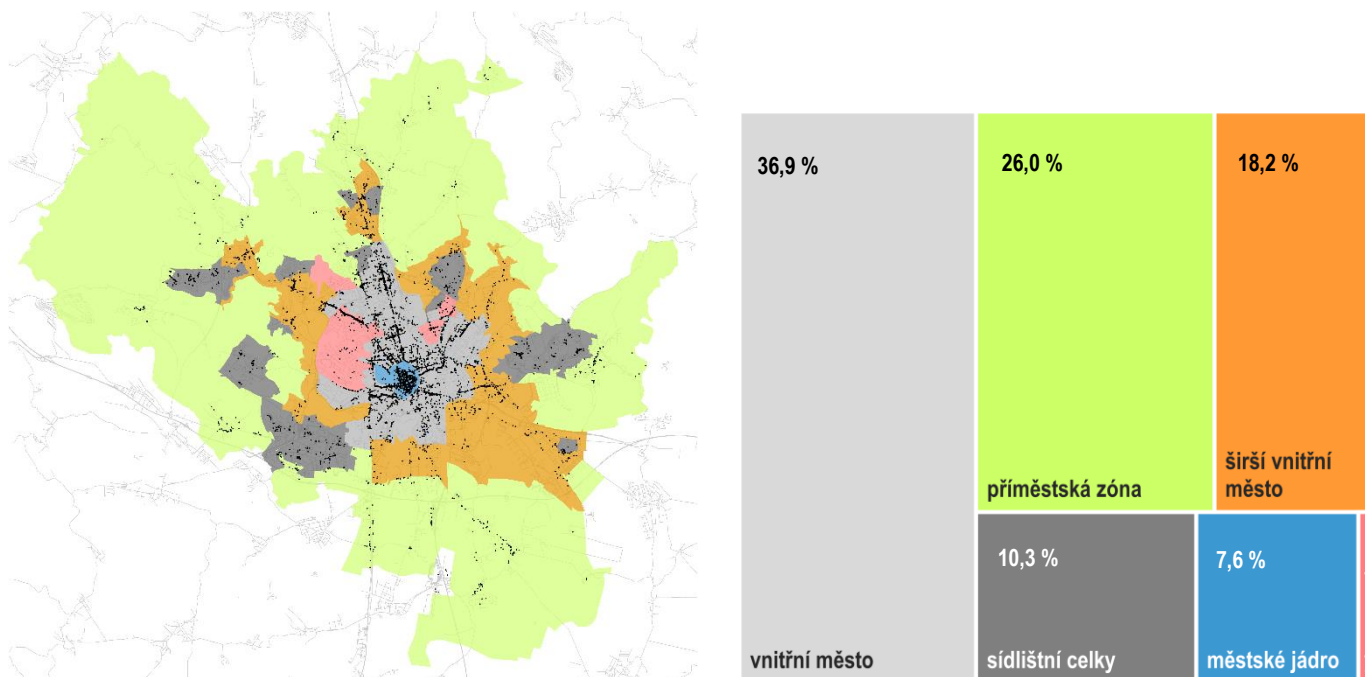
**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

## Morfogenetické zóny města

Morfogenetické zóny města představují zjednodušené agregované typy městského prostředí, které odrážejí odlišný stavební a socio-ekonomický vývoj (genezi) města. Rozdílné fyzické i sociální prostředí jednotlivých identifikovaných zón je současně i předpokladem diferencovaného vývoje maloobchodní sítě, kdy různé formáty a sortimenty maloobchodu vykazují různé lokalizační strategie (z důvodů odlišných nároků na plochu, orientace na určitý typ zákazníků či historických setrvačností).

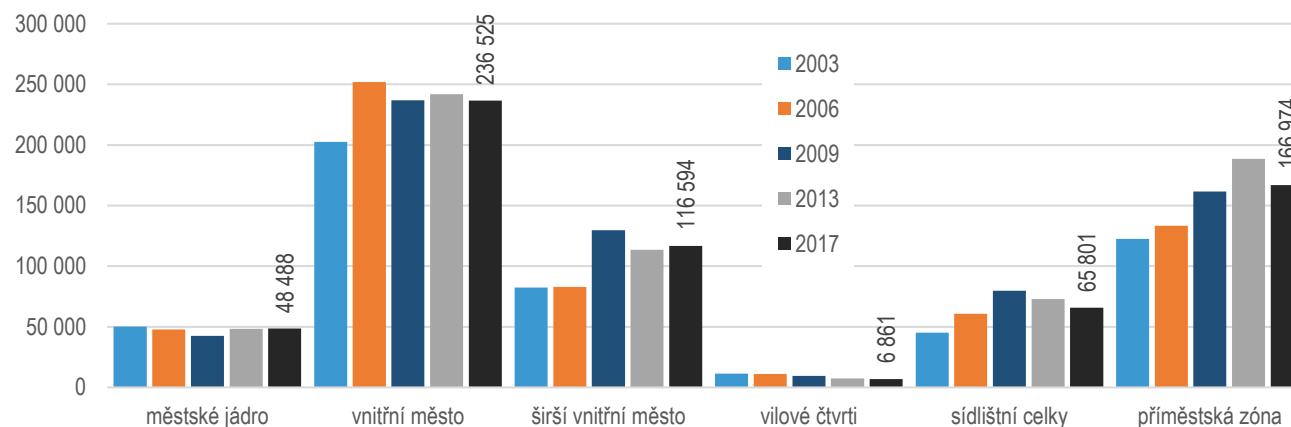
**OBR 15 |** Členění území města Brna do morfogenetických zón; podíl morfogenetických zón na ploše maloobchodních prodejen

■ městské jádro, ■ vnitřní město, ■ širší vnitřní město, ■ vilové čtvrti, ■ sídlištní celky, ■ příměstská zóna



**ZDROJ |** Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Zaměříme-li se na zhodnocení dlouhodobější vývojové dynamiky plochy maloobchodních prodejen, lze konstatovat, že celkový trend mírného poklesu, resp. fluktuace ve stabilizovaném pásmu se v zásadě přenáší i do vývoje v jednotlivých zónách. Od roku 2003 nedošlo z hlediska ukazatele plochy k výraznějším změnám ovlivňujícím zásadněji rozdíly mezi zónami – v případě městského jádra, vnitřního města, širšího vnitřního města lze hovořit o stagnaci prodejní plochy, v případě sídlištních celků a příměstské zóny jsou zřetelné poklesy na přibližně 90 % stavu v roce 2013 (sídliště o cca 7 000 m<sup>2</sup>, příměstská zóna o necelých 22 000 m<sup>2</sup>)(obrázek 16). Vyjma jádra a vnitřního města dochází k více či méně zřetelnému snížení prodejní plochy přepočítané na 1000 obyvatel.

**OBR 16** | Vývoj plochy maloobchodních prodejen v morfogenetických zónách v Brně 2003-2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 2003-2013

**TAB 17** | Rozložení prodejní plochy v morfogenetických zónách v Brně do sortimentních typů 2017 a indikace vývoje 2013-2017

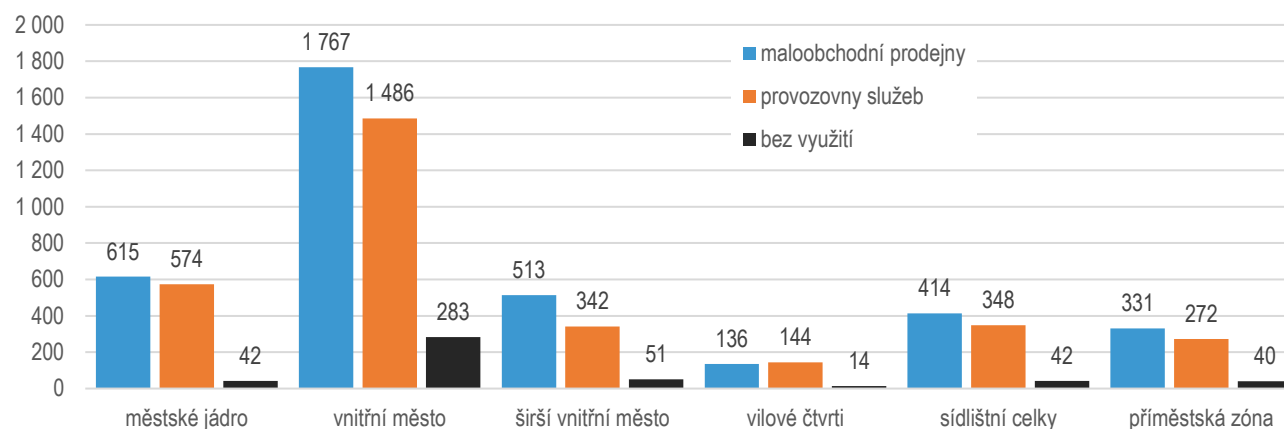
pokles oproti 2013 o 5-10 %, 
 pokles oproti 2013 více než 10 %

	AUTO	DOM	DROG	EL	HUD	KL	NAB	OBL
<b>městské jádro</b>	0	2 407	2 280	833	697	1 388	195	17 449
<b>vnitřní město</b>	44 826	6 995	6 790	5 705	216	2 317	12 558	28 800
<b>širší vnitřní město</b>	40 236	3 409	1 810	4 498	0	245	6 980	5 340
<b>vilové čtvrti</b>	1 470	570	40	40	15	120	270	490
<b>sídlištní celky</b>	13 538	1 839	1 590	1 220	0	87	3 265	3 261
<b>příměstská zóna</b>	9 346	1 051	1 067	8 725	0	127	31 285	7 869
	OBUV	OST	PAP	PC	POTR	SP	STAV	ZOO
<b>městské jádro</b>	2 148	5 412	2 625	419	10 342	1 892	300	101
<b>vnitřní město</b>	4 511	15 275	2 752	1 860	60 404	10 809	31 204	1 503
<b>širší vnitřní město</b>	632	5 637	955	150	21 724	1 715	21 883	1 380
<b>vilové čtvrti</b>	85	531	230	25	2 408	330	65	172
<b>sídlištní celky</b>	520	2 166	541	180	35 105	1 420	462	607
<b>příměstská zóna</b>	650	2 512	670	106	44 471	6 730	51 855	510

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 2003-2013

Naznačené úbytky prodejní plochy v sídlištní a příměstské zóně jsou v absolutním vyjádření neseny zejména útlumem sortimentních typů AUTO a STAV – tedy plošně náročných druhů prodeje. Pozitivní je nárůst sortimentního typu POTR ve všech morfogenetických zónách s výjimkou vilových čtvrtí (tabulka 17).

**OBR 17** | Počty maloobchodních prodejen, provozoven služeb a zařízení bez využití v morfogenetických zónách v Brně 2017



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**TAB 18** | Rozložení počtu provozoven služeb v morfogenetických zónách v Brně do sortimentních typů 2017

	KS	OSS	POH	PPP	PŮJ	SC	SRV	TUR	ZAB
<b>městské jádro</b>	60	11	284	112	6	5	19	49	28
<b>vnitřní město</b>	295	68	636	229	15	45	143	22	33
<b>širší vnitřní město</b>	69	19	131	44	12	16	48	1	2
<b>vilové čtvrti</b>	34	7	54	23	5	5	12	1	3
<b>sídlištní celky</b>	66	17	145	60	14	20	21	3	2
<b>příměstská zóna</b>	32	9	126	33	19	11	33	6	3

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017



Aktuální rozložení nejen prodejní plochy, ale také počtu maloobchodních prodejen a provozoven služeb je znázorněno v [tabulkách 17 a 18](#) a [obrázku 17](#). Vzhledem k rozloze a populační velikosti (cca 115 000 obyvatel) morfogenetické zóny vnitřního města je logická dominantní koncentrace maloobchodního prodeje a služeb právě v této zóně. V ukazateli plochy hraje rovněž roli silná pozice plošně náročných sortimentů v tomto území (AUTO, NAB, STAV). Jako doposud maloobchodně podvybavené se mohou jevit sídlištní celky, ve kterých žije úhrnem přibližně třetina obyvatel města (130 000 obyvatel), nicméně na počtu maloobchodních zařízení se podílejí pouze 11 %. Jednoznačně nejméně maloobchodně saturované jsou však dlouhodobě vilové čtvrti. Pro příměstskou zónu je charakteristická vyšší průměrná velikost maloobchodních prodejen – byť se příměstské oblasti podílejí pouze 8 % na celkovém počtu prodejen, vykazují více než čtvrtinový podíl na celkové prodejní ploše. Zatímco u většiny zařízení v sídlištních, vilových čtvrtích a u významného podílu zařízení v (širším) vnitřním městě lze předpokládat jejich napojení na lokální prostředí a zde bydlící zákazníci, u městského centra a především u příměstských oblastí je nutné uvažovat o celoměstské, resp. nadměstské působnosti většiny prodejen a provozoven.

Sortimentní diferenciaci zón odráží již zmíněnou přítomnost plošně extenzivních prodejů ve vnitřním městě, resp. širším vnitřním městě a také v příměstské zóně (sortimentní typy NAB a STAV). Městské jádro je pak sortimentně definováno především prodejny potravin a oblečení, stejně jako 50% podílem pohostinských služeb na celkovém počtu provozoven služeb v zóně.

## Městské centrum

Jádro evropského města je tradičně vnímáno nejen jako správní centrum, ale také jako oblast s vysokou hustotou mnoha typů komerčních služeb. V souvislosti s různými formami rezidenční či komerční suburbanizace a decentralizace je klasická role městského centra jako koncentrace maloobchodu a služeb často oslabována vznikem sekundárních komerčních jader, která jsou nejčastěji reprezentována velkými komerčními zónami či nákupními centry v tzv. „out-of-centre“ (mimo historické jádro města) či „out-of-town“ (mimo území vnitřních měst – často na předměstích) lokalitách. Oslabení se obvykle projevuje absolutním či alespoň relativním poklesem maloobchodního významu centra, měřeného ať už ukazateli prodejní plochy, počtu zařízení maloobchodního prodeje a služeb či návštěvnosti. Jasná hierarchie městského maloobchodu, ve které centrum města představovalo nejvyšší plošnou a sortimentní nabídku, začíná být tedy komplikována a re-definována vznikem nových nákupních a komerčních lokalit.

V následujících analýzách je z důvodu problematické srovnatelnosti dat pracováno s dvěma vymezeními centra města Brna – jádrové území je vymezeno v hranicích katastrálního území Brno-město pro potřeby dlouhodobého srovnání celkové prodejní plochy, pro všechny další analýzy je centrum uvažováno v hranicích Městské památkové rezervace ([obrázek 18](#)).

Vybrané plánovací dokumenty socialistického období upozorňovaly na riziko maloobchodního přetížení městského jádra.

**OBR 18** | Vymezení k. ú. Brno-město (■) a MPR (■)


**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 2003-2013; Sčítání občanské vybavenosti 1976; Pasportizace maloobchodní sítě 1989

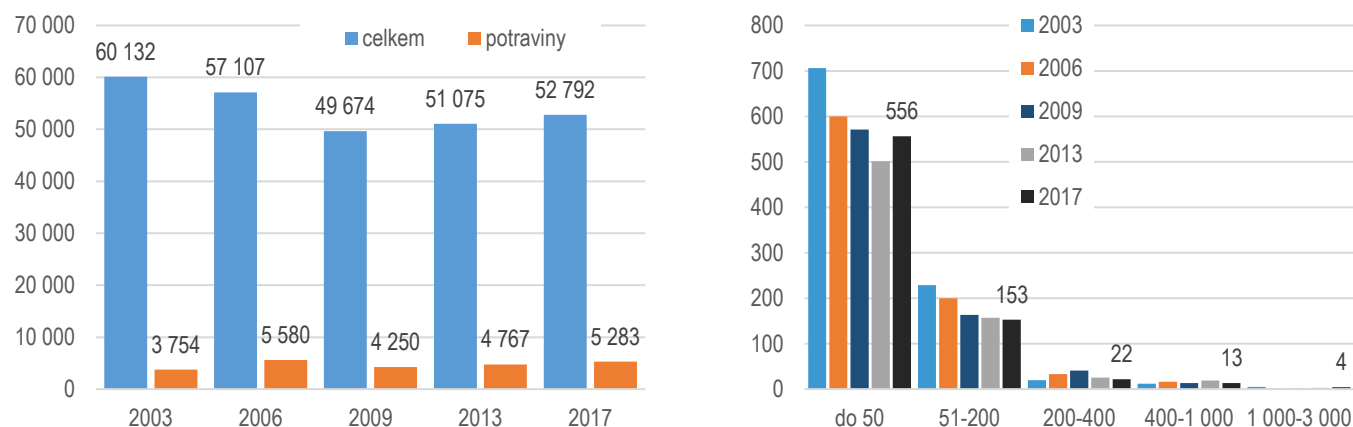
Z [tabulky 19](#) je patrná razantní změna v relativním maloobchodním významu městského centra – zatímco v rámci socialistického maloobchodu Brna do roku 1989 si centrum zachovávalo minimálně třetinový podíl na celkové prodejní ploše, transformační vývoj přinesl nejen absolutní nárůsty prodejní plochy, ale zejména relativní propad významu centrální oblasti města. Podíly na celkové ploše maloobchodních prodejen pohybující se okolo 7-8 % nasvědčují rozptýlu maloobchodu do oblastí mimo centrum. Trend vývoje prodejní plochy zachycený na [obrázku 19](#) indikuje mírné nárůsty plochy v centru od roku 2009 (tyto nárůsty je ovšem nutné interpretovat obezřetně, neboť minulé průzkumy nesčítaly plochy tržnic) a signalizuje tak minimálně stabilizaci maloobchodu v historickém jádru města; pozitivním trendem je rovněž stabilizace potravinového sortimentu.

Je nicméně důležité si uvědomit, že výše uvedené teze se odvíjejí pouze od ukazatele prodejní plochy. Městské centrum je ovšem stále nejvýraznější územní koncentrací maloobchodu a služeb použijeme-li ukazatele počtu zařízení. Je zde shromážděna přibližně pětina maloobchodních prodejen a stejně velký podíl provozoven služeb z celkového počtu v šetřeném území ([tabulka 20](#)); v případě prodejen jde v drtivé většině o prodejny plošně malé ([obrázek 19](#)).

**TAB 19** | Vývoj plochy maloobchodních prodejen v katastrálním území Brno-město

ROK	PLOCHA (m <sup>2</sup> )	PODÍL NA CELKOVÉ PLOŠE
1976	36 764	42,0 %
1989	36 427	31,9 %
2003	50 178	9,7 %
2006	47 878	8,2 %
2009	40 927	6,2 %
2013	48 400	7,2 %
2017	48 503	7,6 %

**OBR 19** | Vývoj plochy maloobchodních prodejen celkem a prodejen potravin (vlevo); počet prodejen ve velikostních kategoriích (vpravo) – městské centrum ve vymezení MPR



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Průzkumy maloobchodní sítě 2003-2013

**TAB 20** | Vybrané ukazatele maloobchodu a služeb v území Městské památkové rezervace (MPR)

	POČET	PLOCHA	VÝZNAMNÉ SORTIMENTY podíly na ploše	VÝZNAMNÉ SORTIMENTY podíly na počtu
<b>maloobchodní prodejny</b>	748	52 792	oděvy (28 %), potraviny (10 %), ovoce-zelenina (5 %), obuv (4 %), hračky, drogerie, knihy (3 %)	oděvy (20 %), potraviny, tabák-trafika, klenoty (5 %), lékárna, obuv, prádlo (3 %)
<b>provozovny služeb</b>	682	-	-	restaurace (14 %), kavárna (12 %), bar (8 %), cestovní kancelář (7 %), kadeřnictví, bankomat (6 %), bistro, občerstvení (5 %), banka (4 %), směnárna, pivnice, kosmetický salon (3 %)
<b>zařízení bez využití</b>	62	-	-	-

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Městské centrum je setrvale specifické z hlediska sortimentní skladby. Zřetelná je specializace na oděvní sortiment a potraviny, v oblasti služeb pak vyšší zastoupení zaznamenávají pohostinská zařízení ([tabulka 20](#)). Sortimentní struktura je formována orientací městského centra nikoli na pragmatické nakupování s využitím osobního automobilu, nýbrž na tzv. leisure-shopping, více propojený i s využíváním ostatních městských služeb.

## Velká nákupní centra

Velká nákupní centra představují významné formáty v maloobchodním prostředí současného města. Jsou významnými koncentracemi maloobchodního prodeje a služeb – převrstvují tradiční rozložení prodejní plochy, počtu a sortimentu prodejen a provozoven a často zásadně ovlivňují spotřebitelskou spádovost a spotřební rytmy městské a příměstské populace.

**TAB 21** | Vybrané ukazatele nákupních center v šetřeném území 2017

	AVI	CAM	FUT	GLO	KPL	OLY	VAN
<b>plocha maloobchodních prodejen (m<sup>2</sup>)</b>	46 797	9 335	20 530	14 129	25 635	50 681	22 884
<b>počet maloobchodních prodejen</b>	42	39	40	26	60	167	107
<b>počet provozoven služeb</b>	14	28	16	22	25	41	35
<b>počet zařízení bez využití</b>	0	0	27	0	0	0	0
<b>počet sortimentů maloobchodního prodeje (z 86 možných)</b>	25	25	23	20	26	38	34
<b>počet sortimentů služeb (z 50 možných)</b>	9	11	10	13	13	17	12

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

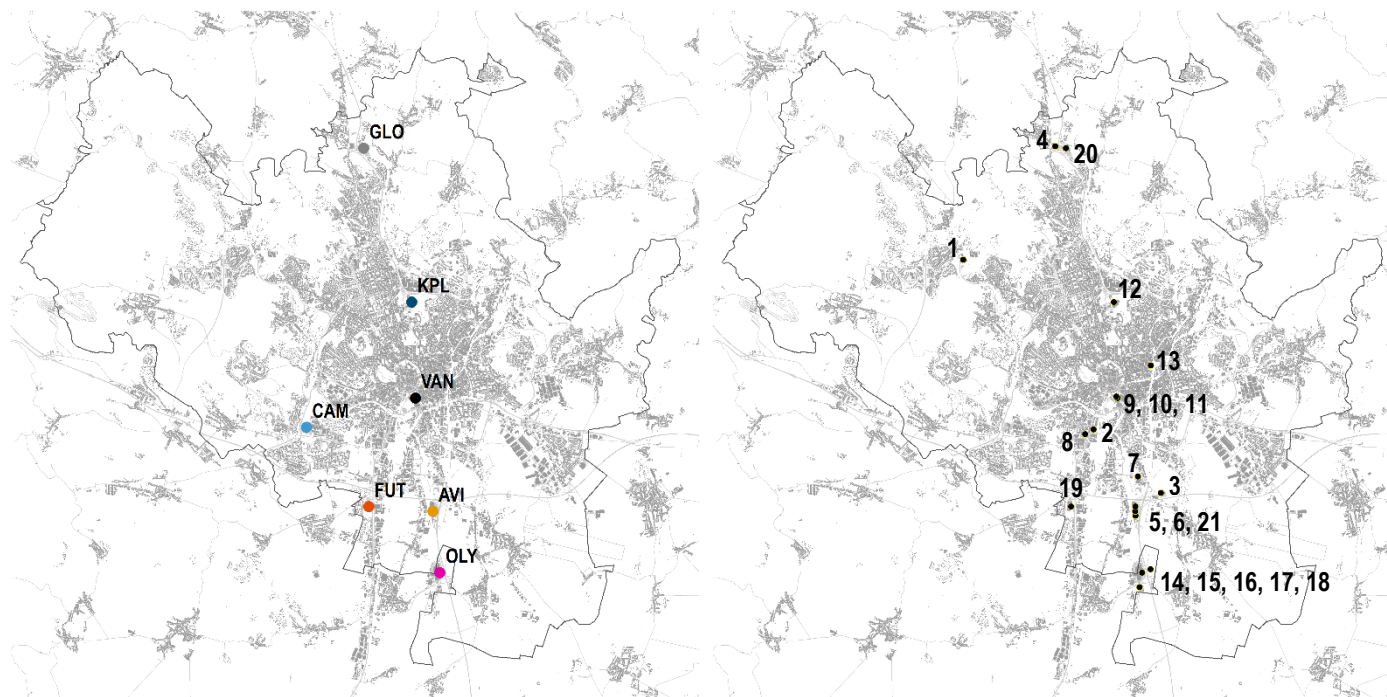
V aktuální analýze pracujeme se 7 maloobchodními koncentracemi definovanými jako nákupní centra – jde o centra Avion Shopping Park Brno (AVI), Campus Square Brno (CAM), Futurum Brno (FUT), Globus Brno (GLO), NC Královo Pole Brno (KPL), Olympia Brno (OLY), Galerie Vaňkovka Brno (VAN) ([obrázek 20](#)). Tato centra v souhrnu zastupují 12 % všech maloobchodních prodejen, 6 % provozoven služeb a 27 % celkové prodejní plochy v šetřeném území ([tabulka 21](#)).

Používaná skupina sedmi nákupních center je normativně daná primárně pro potřeby předložené konkrétní analýzy. V jiných kontextech lze uvažovat o zahrnutí dalších zařízení.

# **OBR 20** | Umístění velkých nákupních center (vlevo) a jednotlivých velkých prodejen (vpravo) v šetřeném území 2017

AVI-Avion, CAM-Campus Square, FUT-Futurum, GLO-Globus, KPL-Královo Pole, OLY-Olympia, VAN-Vaňkovka

1-UNI HOBBY, 2-Hornbach, 3-Makro, 4-Bauhaus, 5-Elektro World, 6-IKEA, 7-OBI, 8-Bauhaus, 9-Tesco, 10-Tesco, 11-Albert, 12-Tesco, 13-Albert, 14-Albert, 15-Kika, 16-XXXLutz, 17-Asko, 18-SCONTO, 19-Tesco, 20-Globus, 21-Tesco



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Relativní poloha šetřených nákupních center je základním diferenčním faktorem – v případě Vaňkovky lze hovořit o umístění v kontaktní zóně historického jádra, nákupní centra Campus Square a Královo Pole jsou lokalizována v necentrálních lokalitách širšího vnitřního města a ostatní nákupní centra již spadají do území spíše příměstského charakteru. Zejména v případě Vaňkovky je specifická lokalizace spojena se specifickou velikostní strukturou a sortimentní skladbou (vzhledem k prodejní ploše větší počet

spíše malých prodejen, relativně široká nabídka služeb) typickou pro tzv. leisure shopping (o vysokém podílu nakupování spojeného se zábavou však můžeme spekulovat i u většiny ostatních center, zejména u Olympie).

U všech nákupních center jsou významným sortimentem maloobchodního prodeje potraviny – tyto jsou doplňovány dalšími sortimentními „kotvami“, které se u jednotlivých center liší (elektro a nábytek v Avion Shopping Parku, oděvy v Campus Square a ve Vaňkovce, nábytek ve Futuru, nově sport v Globusu, oděvy a nábytek v Králově Poli a v Olympii). Z hlediska sortimentu služeb převládají v nákupních centrech zejména pohostinské služby (občerstvení, kavárny a restaurace).

**TAB 22** | Velké prodejny v šetřeném území 2017 (nad 5 000 m<sup>2</sup>, bez sortimentního typu AUTO, u sortimentního typu STAV pouze hobbymarkety)

NÁZEV	ULICE	PLOCHA (m <sup>2</sup> )	SORTIMENT	NÁZEV	ULICE	PLOCHA (m <sup>2</sup> )	SORTIMENT
IKEA	Skandinávská	24 375	nábytek	SCONTO	Svratecká (Modřice)	9 000	nábytek
Hornbach	Heršpická	16 000	hobbymarket	XXXLutz	Splaviska (Modřice)	8 000	nábytek
Bauhaus	Řečkovická	14 080	hobbymarket	Albert	Tkalcovská	7 500	potraviny
OBI	Sokolova	12 000	hobbymarket	Albert	U dálnice (Modřice)	7 500	potraviny
Kika	U dálnice (Modřice)	11 000	nábytek	Tesco	Skandinávská	7 500	potraviny
UNI HOBBY	Bystrcká	10 500	hobbymarket	Tesco	Cimburkova	7 000	potraviny
Makro	Kaštanová	10 500	potraviny	Tesco	Dorných	5 500	smíř. sortim.
Globus	Hradecká	10 000	potraviny	Tesco	Dorných	5 500	potraviny
Tesco	Vídeňská	10 000	potraviny	Electro World	Skandinávská	5 000	elektro
Asko	U dálnice (Modřice)	10 000	nábytek	Albert	Ve Vaňkovce	5 000	potraviny
Bauhaus	Strážní	9 000	hobbymarket				

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Jednotlivé velké prodejny jsou zahrnuty v [tabulce 22](#) – některé z nich fungují jako součásti výše komentovaných nákupních center, jiné, zejména hobbymarkety, jako solitérní maloobchodní jednotky se silnou spotřebitelskou atraktivitou.

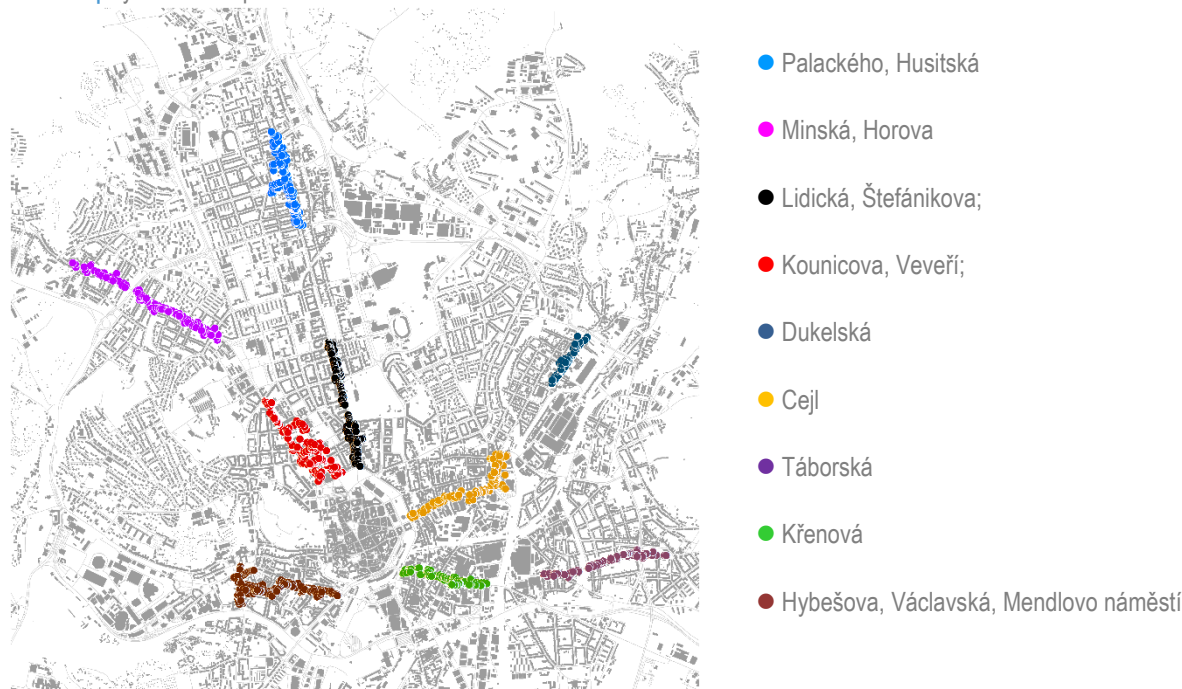
Podobně jako v analýzách nad průzkumy 2013 a 2009, i zde je nutné rezignovat na snahu o vymezení jasně definovaných spádových oblastí identifikovaných nákupních center či velkých prodejních jednotek. Takováto regionalizace by předpokládala existenci funkčně relativně vysoce uzavřených dílčích oblastí v rámci města (resp. metropolitní oblasti), což neodpovídá realitě. Současné městské obyvatelstvo je kontextu maloobchodu převážně vysoce mobilní a spotřebně diverzifikované - spádovost je utvářena nejen parametry geografické či funkční blízkosti, ale také parametry sociálního, ekonomického a spotřebního statusu jednotlivých skupin obyvatel.

## Ostatní prostorové shluky maloobchodu a služeb – nákupní ulice

Vedle koncentrací maloobchodu a služeb v městském centru a ve velkých nákupních centrech lze v území města identifikovat i další prostorové shluky maloobchodních prodejen a provozoven služeb. Z funkčního a urbanistického hlediska jsou významné zejména nákupní ulice – tradiční nákupní okrsky liniového, resp. stuhového charakteru s převažujícím umístěním zařízení maloobchodu a služeb v uličním parteru (obrázek 21, tabulka 23).

Analyzované ulice byly identifikovány na základě územní hustoty a liniového uspořádání jednotlivých prodejen a provozoven.

**OBR 21** | Vybrané nákupní ulice v Brně 2017



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017



**TAB 23** | Počty provozoven služeb a přepočtené obyvatelstvo na vybranou provozovnu za MČ 2017

ULICE	POČET PRODEJEN (+ podíl z celkového počtu šetřeného území)	POČET PROVOZOVEN SLUŽEB (+ podíl z celkového počtu šetřeného území)	POČET ZAŘÍZENÍ BEZ VYUŽITÍ (+ podíl z celkového počtu šetřeného území)	PRODEJNÍ PLOCHA (+ podíl z celkové plochy šetřeného území)	VÝZNAMNÉ SORTIMENTY
<b>Palackého, Husitská</b>	110 (2,8 %)	100 (3,1 %)	16 (3,4 %)	5 785 (0,8 %)	potraviny, smíšený textil, trafika restaurace, kavárna, bar
<b>Minská, Horova</b>	85 (2,2 %)	79 (2,5 %)	13 (2,6 %)	2 663 (0,4 %)	oděvy, potraviny, restaurace, kosmetický salon
<b>Lidická, Štefánikova</b>	85 (2,2 %)	90 (2,8 %)	15 (3,2 %)	4 220 (0,6 %)	oděvy, potraviny, restaurace, bar
<b>Kounicova, Veveří</b>	77 (2,0 %)	93 (2,9 %)	17 (3,6 %)	3 327 (0,5 %)	oděvy, potraviny, restaurace, bar
<b>Dukelská</b>	39 (1,0 %)	20 (0,6 %)	7 (1,5 %)	1 509 (0,2 %)	potraviny, bar
<b>Cejl</b>	88 (2,2 %)	39 (1,2 %)	26 (5,5 %)	13 610 (1,9 %)	zastavárna, potraviny, restaurace, kosmetický salon, bar
<b>Táborská</b>	57 (1,4 %)	26 (0,8 %)	13 (2,8 %)	2 578 (0,4 %)	smíšené sortimenty, kadeřnictví
<b>Křenová</b>	52 (1,3 %)	36 (1,1 %)	12 (2,5 %)	3 607 (0,5 %)	elektro, zastavárna, potraviny, kadeřnictví, pivnice, restaurace
<b>Hybešova, Václavská, Mendlovo náměstí</b>	108 (2,7 %)	78 (2,4 %)	11 (2,3 %)	3 769 (0,5 %)	oděvy, potraviny, občerstvení, bar, kadeřnictví, pivnice

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

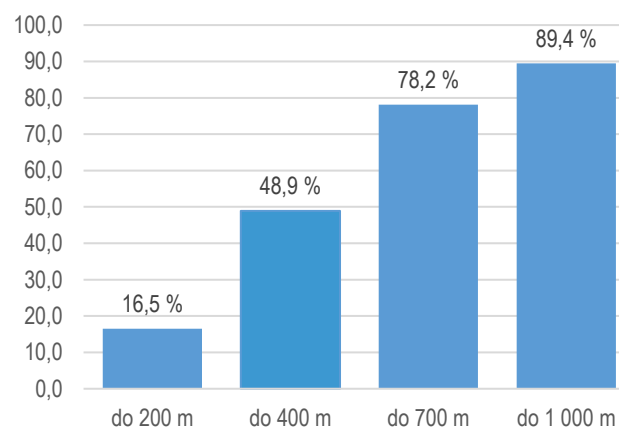
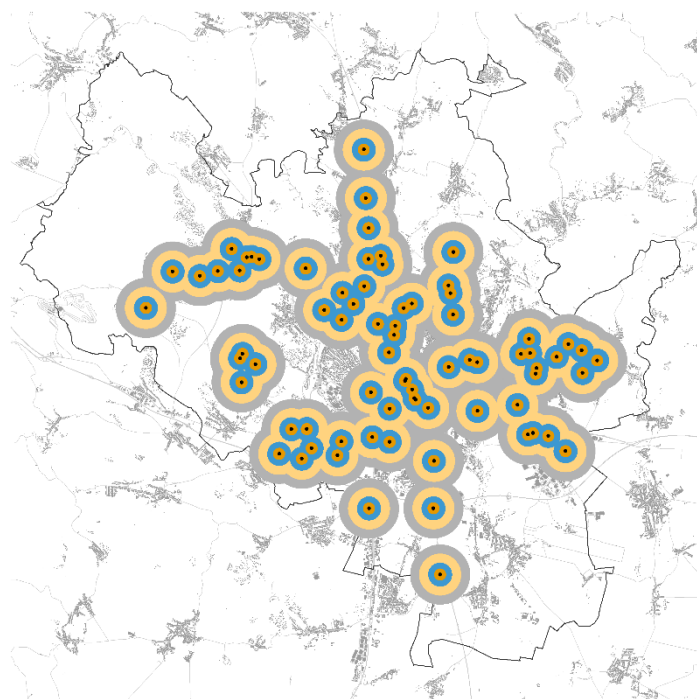
Identifikované komerční shluky jsou charakteristické typickým, relativně rozrůzněným sortimentem, ve kterém zpravidla početně dominují prodejny potravin a oděvů, ze služeb pak pohostinská zařízení či kadeřnictví. V sortimentní skladbě některých ulic (Křenová, Cejl) se částečně odráží nižší socio-ekonomický status území (viz významná přítomnost zastaváren). Cejl, Křenová a Táborská rovněž vykazují vyšší relativní zastoupení zařízení bez využití na celkovém počtu zařízení v daném území - cca 12-15 % - což nasvědčuje určité nižší zakotvenosti a stabilitě maloobchodu zde.



## Prostorové vzorce vybraných sortimentů

Relativně důležitým sortimentem maloobchodní sítě je sortiment potravin – dostupnost prodejen potravin bývá vnímána jako významný předpoklad kvality obytného prostředí a také jako dílčí ukazatel míry (ne)rovnoměrnosti rozmístění základních služeb.

**OBR 22** | Spádové oblasti 200 (■), 400 (■), 700 (■) a 1 000 (■) metrů od prodejen potravin s plochou nad 200 m<sup>2</sup>; podíly obvykle bydlícího obyvatelstva (%) v jednotlivých spádových oblastech



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017; Brno Urban Grid 2018; SLDB 2011

V analýze je pracováno s územím spádových oblastí prodejen potravin s prodejní plochou nad 200 m<sup>2</sup> variantně vymezených v hranicích 200, 400, 700 a 1 000 metrů vzdušnou čarou od prodejny (pozn.: *ze souboru potravinových prodejen bylo vynecháno Makro a tržnice*)(obrázek 22). S využitím dat o počtech obvykle bydlících obyvatel za adresní body (Sčítání lidu, domů a bytů 2011) byly kalkulovány sumy obyvatel s bydlištěm v rámci stanovených spádových oblastí. Výsledky naznačují, že přibližně polovina obyvatel Brna žije ve vzdálenosti do 400 metrů od prodejny potravin s prodejní plochou nad 200 m<sup>2</sup>, více než ¾ obyvatel pak v okruhu do 700 metrů a 90 % obyvatel do 1 kilometru od daného typu potravinové prodejny.

Vzdálenost 1 000 metrů do  
nejbližší velké prodejny  
potravin již nelze považovat  
za akceptovatelnou  
dochodnou (pěší)  
vzdálenost.

Pokrytí obyvatelstva širším potravinovým sortimentem je v čase relativně stabilní. Stejně stabilní tedy zůstávají i vymezení oblastí s deficitem dostupnosti potravinového sortimentu. Sem patří zejména oblasti (i) Mokré Hory, Jehnic, Ořešina, Soběšic a Útěchova – cca 6 000 obyvatel, (ii) západní části Ivanovic a Medlánek – cca 3 000 obyvatel, (iii) Stránic, Pisárek a Jundrova – cca 8 500 obyvatel, (iv) Maloměřic a Obřan – cca 5 500 obyvatel, (v) centrální a západní části Černých Polí a jižní části Husovic – cca 8 000 obyvatel, (vi) Holásek, Chrlic, Tuřan a Dvorsk – cca 9 000 obyvatel, (vii) Komárova, Přízřenice a Horních Heršpic – cca 5 500 obyvatel, (viii) Bosonoh – cca 2 500 obyvatel a (ix) Kníniček – cca 1 000 obyvatel. Deficitní oblasti (zahrnující přibližně 49 000 obyvatel) jsou většinou pokryty sítí menších potravinových prodejen, kterých ovšem nemusí být zaručena dostatečná šířka sortimentu. Byť většina městského obyvatelstva je schopna řešit nižší dostupnost potravinových prodejen nějakou formou dojížděky za tímto sortimentem, problém může vyvstat u méně mobilních osob – riziko tzv. „mobility gap“ a souvisejícího prostorového vyloučení.

---

Specifickým subtypem sortimentu v rámci sítě maloobchodních prodejen jsou autobazary, bazary či zastavárny. Z analytického hlediska mohou být vnímány jako ukazatele určité substandardní úrovně maloobchodu či jako indikátory specifické socio-ekonomické kvality městského prostředí (pozn.: *ne každý bazarový prodej je indikací nižší socio-ekonomické úrovně území; indikátorem je zejména územní shlukování bazarových prodejn*). V předložené analýze je substandardní sortiment rozdělen do dvou typů – prvním typem jsou autobazary, druhým typem jiné formáty a sortimenty bazarového prodeje (oděvní bazary, bazary PC, antikvariáty, zastavárny, apod.). U každého z typů je prostorový vzorec umístění prodejen sledován a interpretován odděleně.

V případě autobazarů (obrázek 23) lze sledovat jejich početní převahu v pomyslné jižní polovině území města (19 z 24 prodejen, 27 550 m<sup>2</sup> z celkových 33 460 m<sup>2</sup>). Lze spekulovat o lepší dostupnosti velkých venkovních prodejních ploch právě v jižních, více industrializovaných oblastech města (zejména ulice Zvonařka, Hladíkova, Olomoucká).

**OBR 23** | Vybrané prodejny sub standardního sortimentu (autobazary, bazary, zastavárny) v šetřeném území 2017 (vlevo); prostorové koncentrace bazarů a zastaváren (vpravo)  
 ● autobazary; ● ostatní substandardní sortiment



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Bazary a zastavárny sortimentních typů mimo AUTO (celkem 126 prodejen) vykazují v řadě případů viditelnou tendenci k prostorovému shlukování. Jako čtyři nejzřetelnější koncentrace lze identifikovat následující oblasti: (i) centrum města/Koliště/ústí Křenové - 25 prodejen, často kvalitního sortimentu, (ii) Cejl, Bratislavská – cca 20 prodejen, (iii) Lidická, Štefánikova – cca 10 prodejen a (iv) Královo Pole – cca 10 prodejen. Zejména v případě prodejen na katastrech Trnitě či Zábrdovic lze spekulovat o nepřímé provázanosti s ukazateli signalizujícími nižší sociální status obyvatelstva, nižší kvalitu bytového fondu a městské infrastruktury.

Poznámky ke statusu  
 obyvatelstva a bytového  
 fondu čerpají ze  
 Sociodemografické analýzy  
 Brněnské metropolitní  
 oblasti 2014.

## 6. ANALÝZY RYTMŮ MALOOBCHODU A SLUŽEB

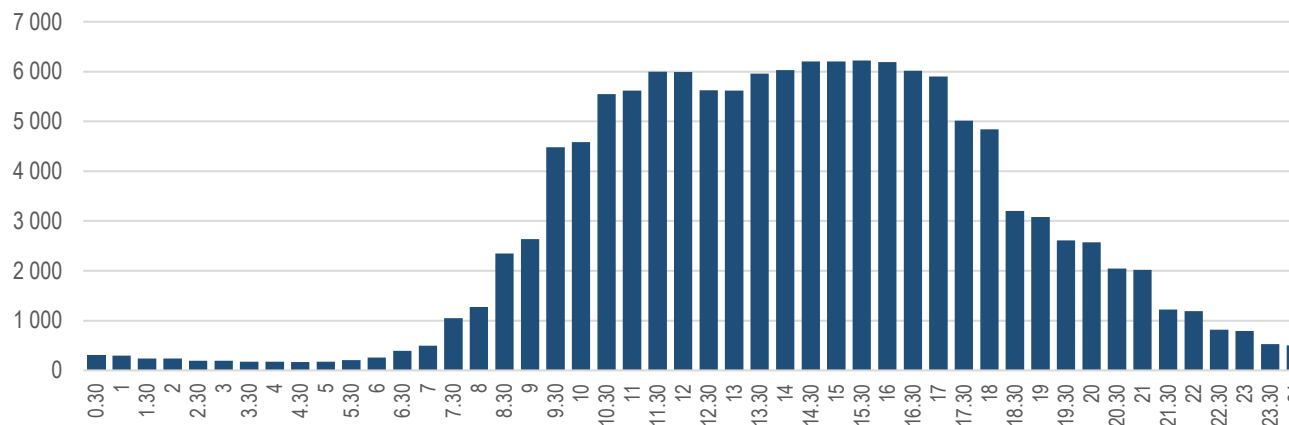
Dostupnost maloobchodního prodeje a služeb není pouze dostupností prostorovou danou rozložením prodejen a provozoven v území; je rovněž dostupností časovou, která je definována rozložením otevíracích dob jednotlivých zařízení v průběhu dne a týdne. Tak jako je zřejmá prostorová diferenciací maloobchodní sítě v území města, jsou diferencovány i pravidelné časy, ve kterých jednotlivé prodejny a provozovny zahajují či ukončují činnost, stejně jako délky otevíracích dob. Pravidelnost otevíracích hodin produkuje specifické rytmy maloobchodu a služeb – tyto maloobchodní rytmy na jednu stranu částečně reagují na vnější společenské, pracovní, dopravní či biologické cykly, na stranu druhou jsou samy významným rytmizátorem městského života a každodenní či týdenní rutiny obyvatel města.

**TAB 24** | Vybrané charakteristiky otevíracích dob maloobchodních prodejen a provozoven služeb v šetřeném území 2017

SKUPINA ZAŘÍZENÍ	POČET ZAŘÍZENÍ se zjištěnou otevírací dobou	otevřeno 5 DNÍ PRACOV. TÝDNE	otevřeno 4 DNY PRACOV. TÝDNE	otevřeno 3 DNY PRACOV. TÝDNE	otevřeno MÉNĚ NEŽ 3 DNY PRACOV. TÝDNE	otevřeno V SOBOTU	otevřeno V NEDĚLI
<b>zařízení celkem</b>	6 562	6 336 (96,6 %)	126 (1,9 %)	51 (0,8 %)	49 (0,7 %)	3 863 (58,9 %)	2 394 (36,5 %)
<b>maloobchodní prodejny</b>	3 865 (58,9 % ze zař.)	3 764 (97,4 %)	63 (1,6 %)	20 (0,5 %)	18 (0,5 %)	2 283 (59,1 %)	1 141 (29,5 %)
<b>provozovny služeb</b>	2 697 (41,1 % ze zař.)	2 572 (95,4 %)	63 (2,4 %)	31 (1,1 %)	31 (1,1 %)	1 580 (58,6 %)	1 253 (46,5 %)

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

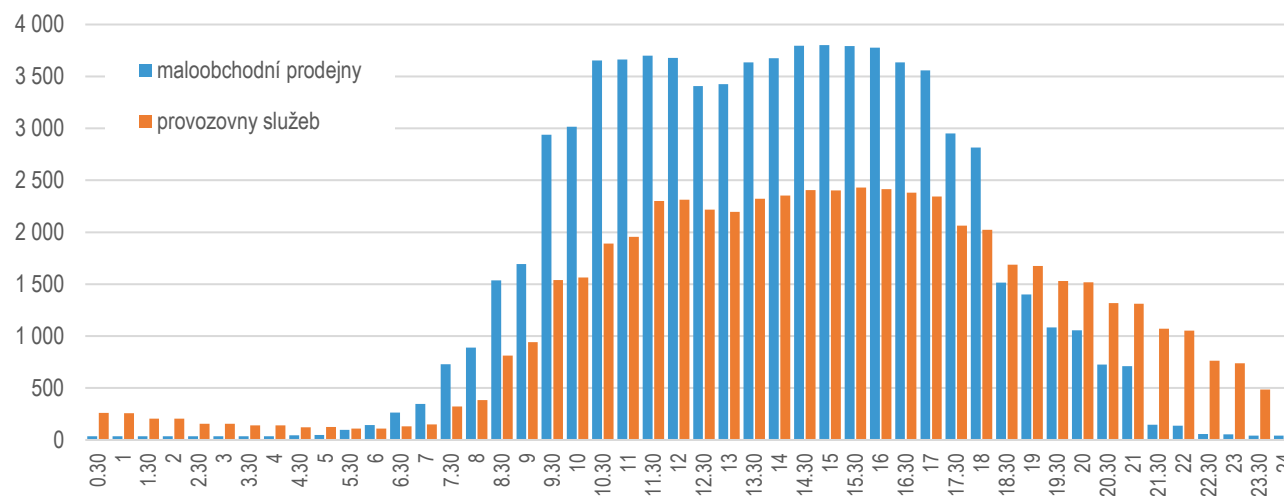
Za účelem zachycení časových (temporálních) charakteristik městského maloobchodu a služeb byly v rámci průzkumu sledovány charakteristiky otevírací doby (začátek, konec, přerušení, resp. počet pracovních dnů, kdy je zařízení otevřeno) v pracovní dny, soboty a neděle. Tuto skupinu údajů se podařilo zjistit u celkem 6 562 zařízení, což představuje přibližně 92 % ze všech sledovaných zařízení s nějakou formou využití. Z [tabulky 24](#) přitom vyplývá, že velice významná většina zařízení je v provozu všech pět dnů pracovní části týdne. Větším rozdíly lze zaznamenat mezi pracovní a nepracovní částí týdne – zatímco v sobotu je otevřeno necelých 60 % sledovaných prodejen a provozoven, v neděli tato čísla klesají na necelou třetinu otevřených maloobchodních prodejen a necelou polovinu otevřených provozoven služeb (v tomto případě jde zejména o pohostinské služby).

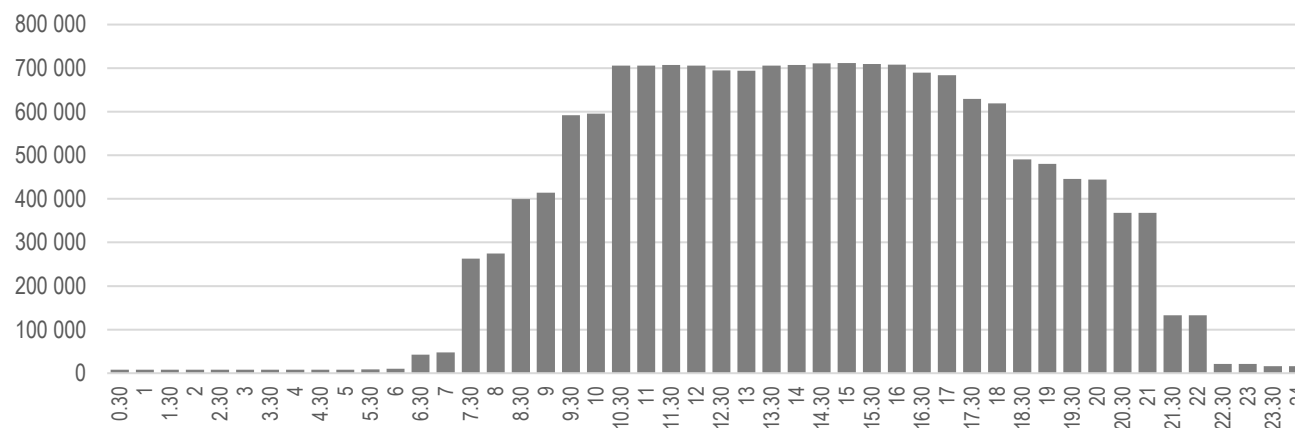
**OBR 24** | Počty zařízení (maloobchodních prodejen a provozoven služeb) celkem otevřených v průběhu pracovního dne v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

### Maloobchodní rytmy – pracovní den

Rozložení otevíracích dob zařízení v rámci pracovního dne je znázorněno na [obrázcích 24 a 25](#). Z grafu vyplývá významný rozdíl mezi tmavou a světlou částí dne. V období mezi půlnocí a šestou hodinou ranní jsou otevřena přibližně 3 % sledovaných zařízení, přičemž je zřejmá převaha počtu otevřených provozoven služeb (restaurace, bary, zábavní podniky) nad počtem otevřených maloobchodních prodejen. V případě Brna tak nelze hovořit o tzv. „24-hour city“, tedy o městě s nevýraznými rozdíly mezi denní a noční komerční aktivitou. K nárůstům počtu otevřených prodejen dochází až po šesté, resp. po sedmé hodině v případě služeb. V případě maloobchodních prodejen je rychlost otevírání vyšší nežli u služeb – už okolo 10:30 je otevřeno 96 % sledovaných prodejen. Počty otevřených provozoven služeb narůstají v průběhu dopoledne pomaleji, na 85 % stavu sledovaných provozoven se dostávají až kolem poledne. Jak v případě otevřených prodejen, tak v případě provozoven služeb, jejich počty kulminují mezi třetí a čtvrtou hodinou odpolední, kdy je ve městě dosaženo maximálního stavu nasycení maloobchodem. Po sedmnácté hodině odpolední dochází k první viditelnější vlně uzavírání maloobchodních zařízení, po osmnácté hodině je pak počet otevřených maloobchodních prodejen nižší než počet otevřených provozoven služeb. Před dvaadvacíctou hodinou je otevřeno už jen 3,5 % prodejen; utlumování služeb je výrazně pozvolnější a ještě kolem půlnoci je otevřeno asi 17 % provozoven služeb. V denním vývoji počtu otevřených zařízení se velice slabě projevuje dopad (polední) pauzy, která je uplatňována u cca 10 % sledovaných zařízení ([tabulka 25](#)).

Koncept „24-hour city“ je aktuálně frekventovanou tézí popisující vzestup non-stop aktivit a tzv. noční ekonomiky (night-time economy) v prostředí velkých metropolí.

**OBR 25** | Počty maloobchodních prodejen a provozoven služeb otevřených v průběhu pracovního dne v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**OBR 26** | Plocha maloobchodních prodejen otevřených v průběhu pracovního dne v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Analogický rytmus jako u počtu otevřených zařízení lze sledovat i ve vývoji prodejní plochy otevřených prodejen (obrázek 26) – denní rytmus je ovlivňován především otevíracími dobami plošně velkých prodejen (potravin).

**TAB 25** | Vybrané charakteristiky otevírací doby maloobchodních prodejen a provozoven služeb v pracovní den v šetřeném území 2017

SKUPINA ZAŘÍZENÍ	průměrný ČAS ZAČÁTKU	průměrný ČAS KONCE	průměrná DÉLKA OTEVÍRACÍ DOBY	POČET ZAŘÍZENÍ S PŘESTÁVKOU	průměrný ČAS ZAČÁTKU PŘESTÁVKY	průměrný ČAS KONCE PŘESTÁVKY	průměrná DÉLKA PŘESTÁVKY (hod.)
zařízení celkem	8:59	19:16	10h 10m	695	12:06	13:12	1h 6m
maloobchodní prodejny celkem	8:36	18:33	9h 49m	463	12:05	13:11	1h 5m
provozovny služeb celkem	9:34	20:17	10h 38m	232	12:08	13:16	1h 8m
maloobchodní prodejny otevřené všech 5 prac. dnů	8:32	18:35	9h 55m	445	12:05	13:10	1h 4m
provozovny služeb otevřené všech 5 prac. dnů	9:26	20:22	10h 50m	205	12:09	13:14	1h 5m

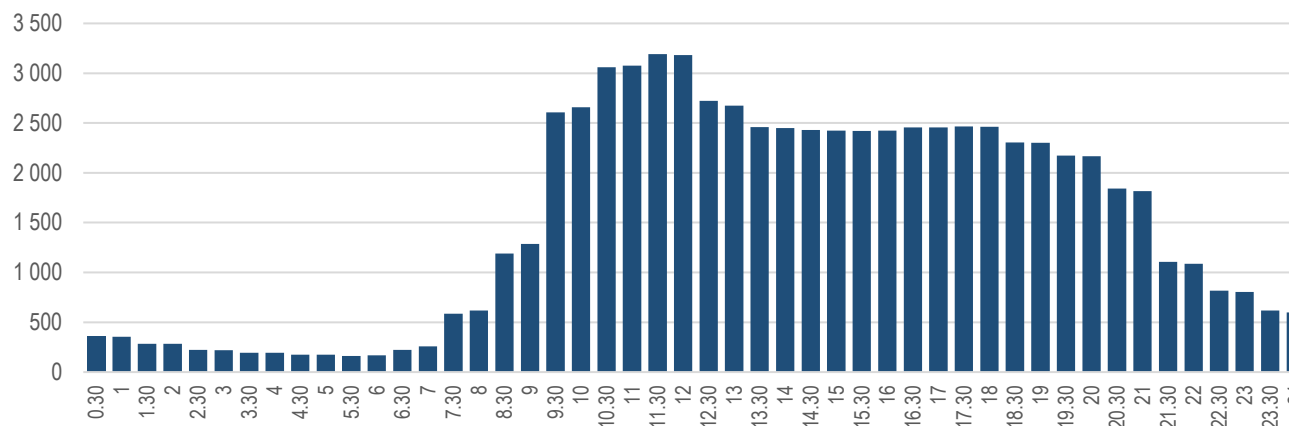
**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Určité rozdíly existují v pracovní dny mezi středními hodnotami otevíracích dob maloobchodních prodejen a provozoven služeb (tabulka 25). Průměrný čas začátku otevírací doby maloobchodních prodejen je o přibližně hodinu předsunutý oproti provozovně služeb; provozovny služeb naopak ukončují činnost o hodinu a  $\frac{3}{4}$  později než je tomu u maloobchodních prodejen. Zřejmá je pak delší průměrná otevírací doba provozoven služeb (necelých 11 hodin) oproti otevírací době maloobchodních prodejen (necelých 10 hodin). U zhruba desetin zařízení je otevírací doba přerušena pauzou, která typicky začíná okolo 12:00 a končí v časech po 13:00 – u většiny zařízení s pauzou se tedy jedná o pauzu polední (týká se především malých prodejen a provozoven).

## Maloobchodní rytmy – sobota

Maloobchodní rytmus soboty je odlišný od rytmu pracovního dne. Oproti pracovnímu dni je zřetelněji vyjádřena kulminace počtu otevřených maloobchodních prodejen (mezi 10 a 11. hodinou je otevřeno 96 % prodejen pracujících v sobotu), která je rychle následována útlumem (v poměrně dlouhém úseku mezi 13:00 a 18:00 je otevřeno už pouze okolo poloviny prodejen se sobotním prodejem). Do pozdějších odpoledních hodin (18:00-18:30) je posunuto maximum počtu otevřených provozoven služeb, což je způsobeno především převahou pohostinských služeb v sobotní sortimentní skladbě). Specifikem sobotní noci je také pozvolnější útlum služeb a vyšší počty provozoven otevřených do pozdních nočních hodin ([obrázky 27 a 28](#)).

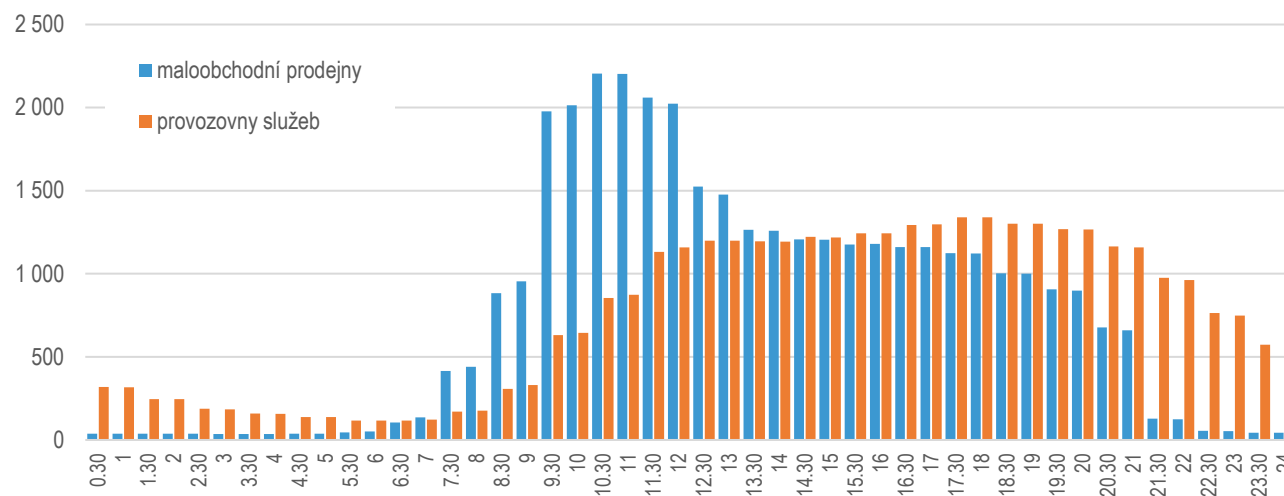
**OBR 27** | Počty zařízení (maloobchodních prodejen a provozoven služeb) celkem otevřených v průběhu soboty v šetřeném území 2017

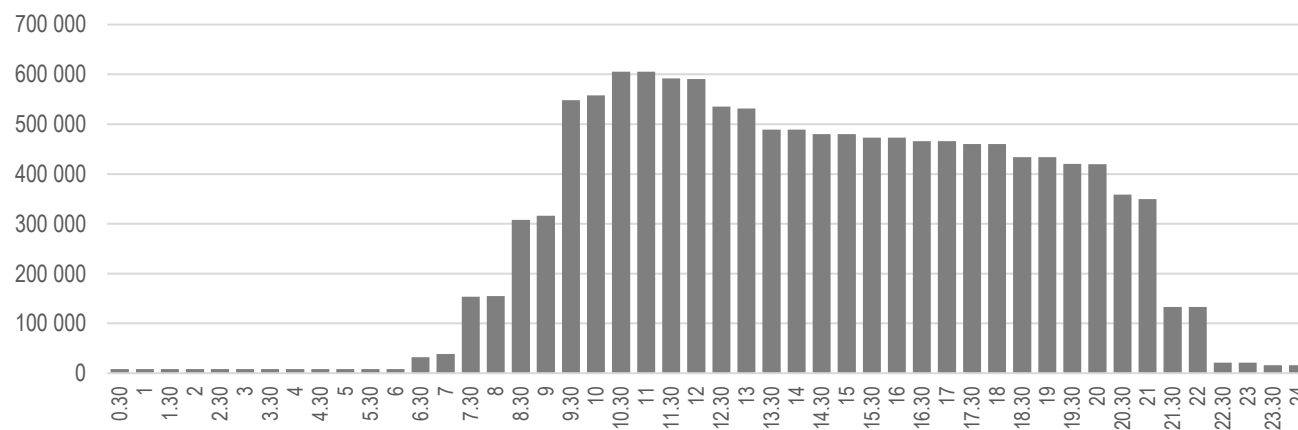


**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Maloobchodní aktivity obecně v sobotu začínají mírně později – tento posun je dán zejména odsunutím zahájení otevírací doby provozoven služeb, u maloobchodních prodejen se začátky prodejní doby prakticky neliší od pracovního dne. Zatímco v sobotu je průměrná délka pracovní doby u maloobchodních prodejen o téměř dvě hodiny kratší oproti pracovnímu dni, v případě služeb je tomu naopak – zde dochází k prodloužení průměrné otevírací doby o přibližně 40 minut. Většina zařízení uplatňujících v pracovní den přerušení otevírací doby funguje v sobotu bez přerušení či není otevřena vůbec ([tabulka 26](#)).



**OBR 28** | Počty maloobchodních prodejen a provozoven služeb otevřených v průběhu soboty v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**OBR 29** | Plocha maloobchodních prodejen otevřených v průběhu soboty v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**TAB 26** | Vybrané charakteristiky otevírací doby maloobchodních prodejen a provozoven služeb v sobotu v šetřeném území 2017

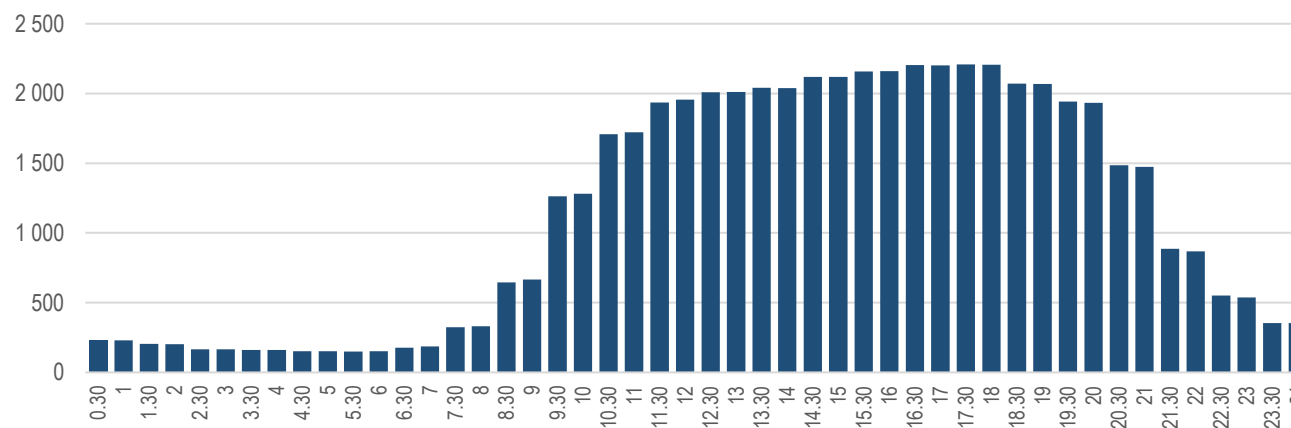
SKUPINA ZAŘÍZENÍ	průměrný ČAS ZAČÁTKU	průměrný ČAS KONCE	průměrná DÉLKA OTEVÍRACÍ DOBY	POČET ZAŘÍZENÍ S PŘESTÁVKOU	průměrný ČAS ZAČÁTKU PŘESTÁVKY	průměrný ČAS KONCE PŘESTÁVKY	průměrná DÉLKA PŘESTÁVKY (hod.)
<b>zařízení celkem</b>	9:14	18:36	9h 20m	50	11:43	13:04	1h 20m
<b>maloobchodní prodejny celkem</b>	8:30	16:28	7h 58m	25	12:13	13:35	1h 22m
<b>provozovny služeb celkem</b>	10:19	21:41	11h 21m	25	11:13	12:31	1h 18m

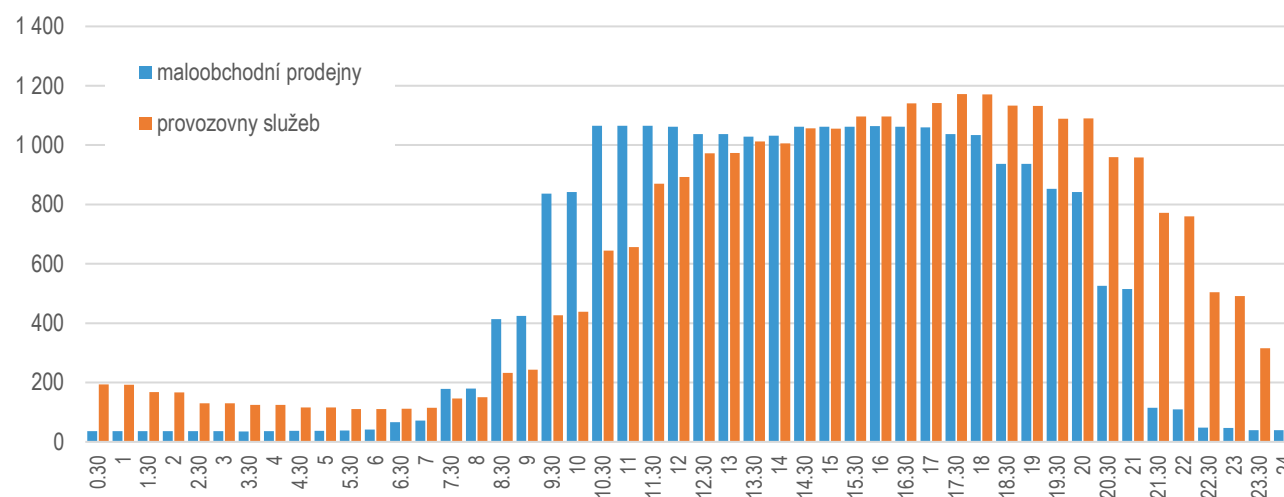
**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

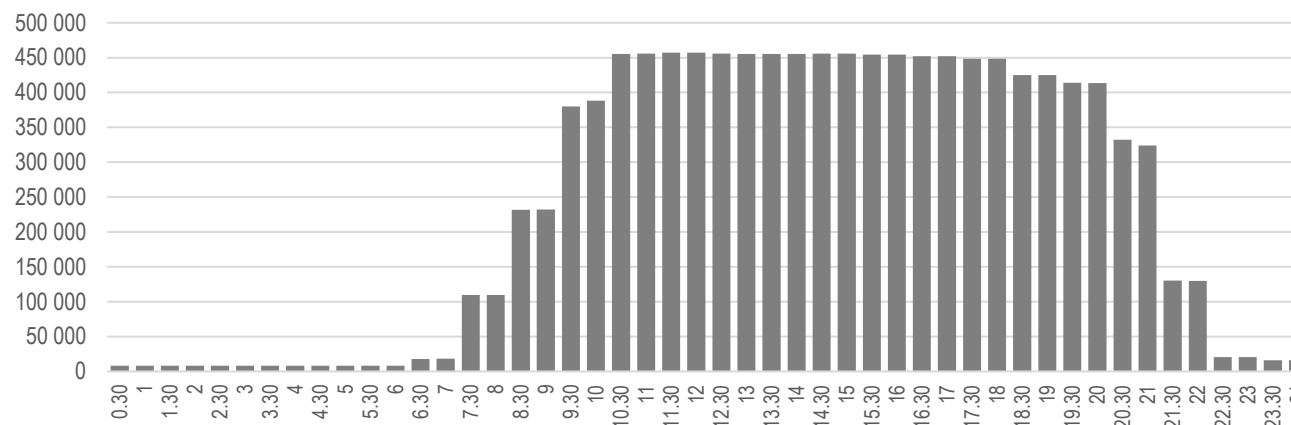
### Maloobchodní rytmy – neděle

Nedělní maloobchod je charakterizován významně nižším zastoupením zařízení oproti pracovnímu dni. Tento fakt se podepisuje zejména na poměrně jednoduché křivce vývoje počtu otevřených maloobchodních prodejen, kdy po relativně rychlém nástupu po deváté hodině následuje stabilizovaná část mezi 10:00 a 18:00. Vývoj počtu otevřených provozoven služeb je podobný svým průběhem sobotě – kulminace v brzkých večerních hodinách a relativně pozvolný úbytek počtu otevřených provozoven. Oproti sobotě ovšem už není tolik provozoven otevřeno do nočních hodin ([obrázky 30 a 31](#)).

V případě maloobchodního prodeje se oproti sobotě paradoxně prodloužila průměrná otevírací doba (vliv vyššího relativního zastoupení větších řetězcových prodejen v nedělním prodeji), přičemž překračuje průměrnou otevírací dobu pracovního dne o cca hodinu a 15 minut. Prodej ovšem začíná průměrně později nežli v pracovní dny. Střední hodnoty u provozoven služeb zůstávají ve srovnání se sobotními ukazateli v podstatě beze změny ([tabulka 27](#)).

**OBR 30** | Počty zařízení (maloobchodních prodejen a provozoven služeb) celkem otevřených v průběhu neděle v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**OBR 31** | Počty maloobchodních prodejen a provozoven služeb otevřených v průběhu neděle v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**OBR 32** | Plocha maloobchodních prodejen otevřených v průběhu neděle v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

**TAB 27** | Vybrané charakteristiky otevírací doby maloobchodních prodejen a provozoven služeb v neděli v šetřeném území 2017

SKUPINA ZAŘÍZENÍ	průměrný ČAS ZAČÁTKU	průměrný ČAS KONCE	průměrná DÉLKA OTEVÍRACÍ DOBY	POČET ZAŘÍZENÍ S PŘESTÁVKOU	průměrný ČAS ZAČÁTKU PŘESTÁVKY	průměrný ČAS KONCE PŘESTÁVKY	průměrná DÉLKA PŘESTÁVKY (hod.)
<b>zařízení celkem</b>	9:33	20:55	11h 21m	49	11:51	13:10	1h 19m
<b>maloobchodní prodejny celkem</b>	8:44	19:51	11h 5m	23	12:05	13:14	1h 8m
<b>provozovny služeb celkem</b>	10:17	21:53	11h 35m	26	11:38	13:07	1h 28m

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

## Podrobné časoprostorové analýzy maloobchodu v pracovní den

Z předložené [tabulky 28](#) vyplývá relativně silný vztah mezi plošnou velikostí maloobchodní prodejny a ukazateli otevírací doby v pracovní den. S jistou mírou zjednodušení lze konstatovat, že s rostoucí velikostí prodejny se zvyšuje délka otevírací doby, prodejna se otevírá dříve v ranních hodinách a uzavírá později ve večerních hodinách.

**TAB 28** | Vybrané charakteristiky otevíracích dob velikostních kategorií maloobchodních prodejen v pracovní den v šetřeném území 2017

	do 50 m <sup>2</sup>	51-200 m <sup>2</sup>	201-400 m <sup>2</sup>	401-1 000 m <sup>2</sup>	1 001-3 000 m <sup>2</sup>	3 001-5 000 m <sup>2</sup>	nad 5 000 m <sup>2</sup>
průměrný čas začátku	8:41	8:34	8:30	8:18	8:11	7:22	7:27
průměrný čas konce	18:19	18:50	19:01	19:34	19:24	20:11	21:11
průměrná délka otevírací doby	9h 29m	10h 11m	10h 28m	11h 16m	11h 13m	12h 49m	13h 44m

U některých malých maloobchodních prodejen je specifická otevírací doba způsobem vymezení se vůči konkurenčnímu tlaku.

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Rozdíly v temporálních charakteristikách lze zaznamenat i mezi jednotlivými sortimentními typy. Data obsažená v [tabulce 29](#) indikují nejkratší otevírací doby u sortimentních typů HUD, SP či NAB, které jsou obvykle spojeny s pozdějšími začátky prodeje v rámci pracovního dne.

**TAB 29** | Vybrané charakteristiky otevíracích dob v sortimentních typech maloobchodních prodejen v pracovní den v šetřeném území 2017

	AUTO	DOM	DROG	EL	HUD	KL	NAB	OBL
průměrný čas začátku	8:16	8:42	8:26	8:50	9:32	9:30	9:07	9:24
průměrný čas konce	17:33	17:51	18:34	18:00	18:00	18:31	17:45	18:41
průměrná délka otevírací doby	9h 7m	9h 2m	10h 4m	8h 56m	8h 17m	8h 43m	8h 31m	9h 12m

	OBUV	OST	PAP	PC	POTR	SP	STAV	ZOO
<b>průměrný čas začátku</b>	9:14	8:16	8:49	9:04	7:41	9:51	8:10	9:09
<b>průměrný čas konce</b>	19:06	18:13	17:58	18:58	19:20	18:31	17:11	18:28
<b>průměrná délka otevírací doby</b>	9h 45m	9h 46m	9h 1m	9h 50m	11h 35m	8h 29m	8h 52m	8h 55m

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

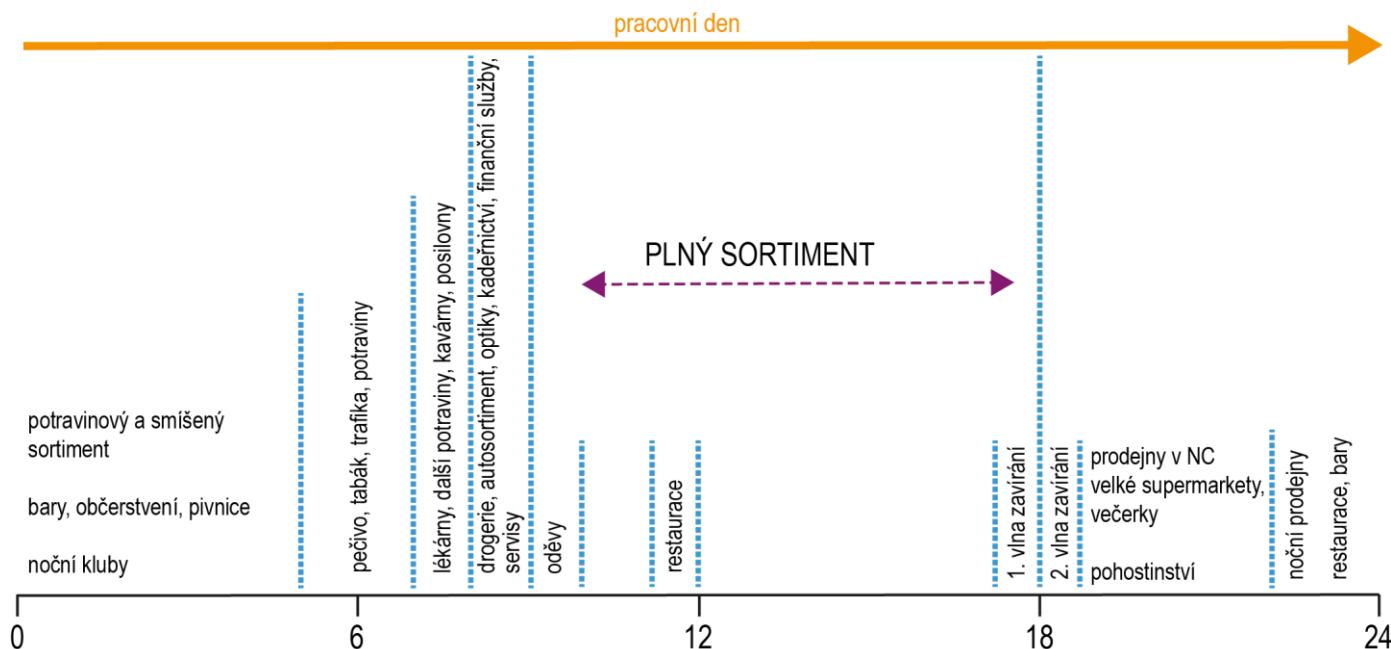
Nejdelší průměrné otevírací doby v rámci maloobchodních prodejen jsou patrné u sortimentních typů POTR a DROG, tj. u typů prodeje spíše rychloobrátkového zboží denní potřeby. Zejména pro potravinový sortiment (typ zahrnuje například také trafiky a tabák) jsou typické velice brzké časy zahájení prodejní doby.

**TAB 30** | Vybrané charakteristiky otevíracích dob v sortimentních typech provozoven služeb v pracovní den v šetřeném území 2017

	KS	OSS	POH	PPP	PŮJ	SC	SRV	TUR	ZAB
<b>průměrný čas začátku</b>	8:46	7:58	10:35	7:43	9:29	8:46	8:40	8:58	12:01
<b>průměrný čas konce</b>	18:49	18:00	22:04	18:24	18:10	21:26	17:25	18:16	22:08
<b>průměrná délka otevírací doby</b>	9h 58m	9h 55m	11h 27m	10h 28m	8h 20m	12h 28m	8h 31m	9h 8m	10h 2m

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

U sortimentních typů služeb jsou nepřekvapivě nejdelší provozní doby indikovány u pohostinských sortimentů – délka pracovní doby je zde ovlivněna zejména uzavíráním provozoven v pozdějších hodinách. Naopak nejkratší otevírací doby lze zaznamenat u servisu a půjčoven.

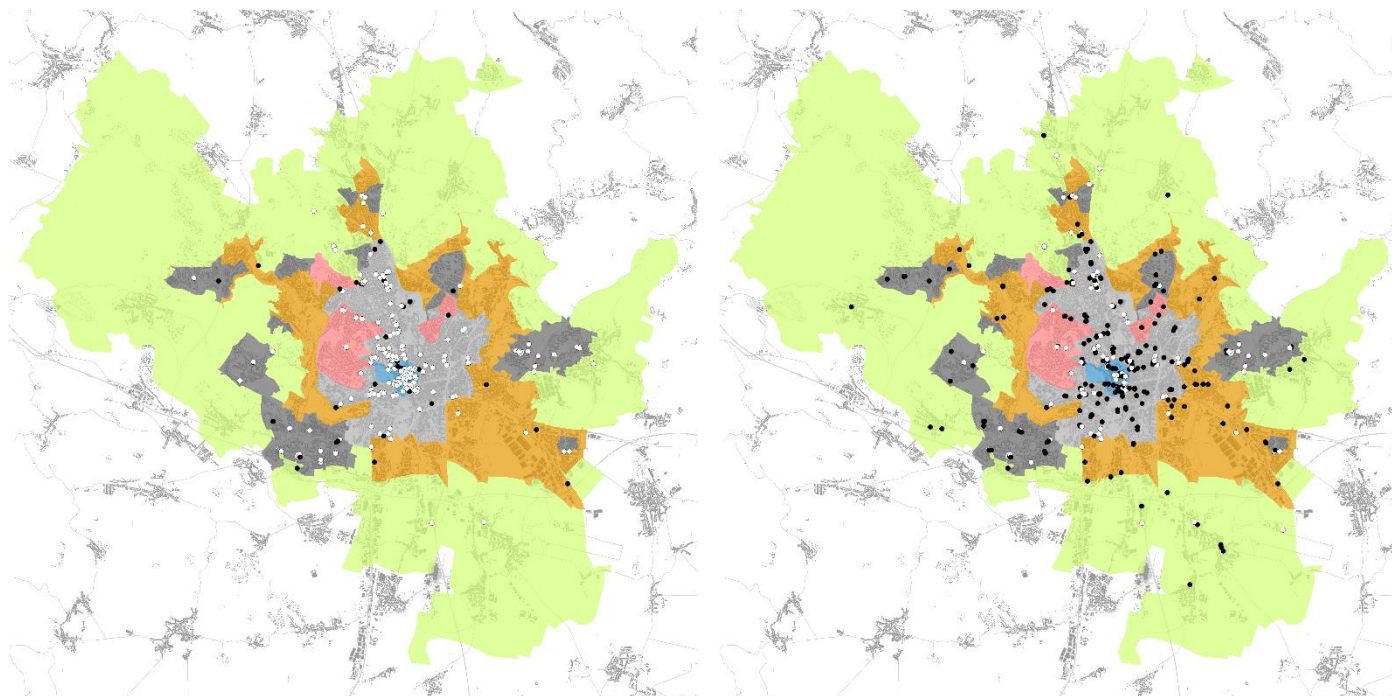
**OBR 33** | Plocha maloobchodních prodejen otevřených v průběhu neděle dne v šetřeném území 2017

**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

V průběhu pracovního dne lze vymezit několik fází s určitým typickým mixem sortimentu (**obrázek 33**). Od půlnoci do přibližně páté hodiny ráno je sortimentní skladba fáze nočního maloobchodu určována přítomností prodejen potravin (patří sem i non-stop otevřený hypermarket Tesco v NC Královo Pole), smíšeného sortimentu, barů, občerstvení a nočních klubů. Okolo páté začíná fáze časného rána, kdy otvírají obchody přímo navázané na první ranní pohyby osob za prací, tj. prodejny pečiva, trafiky, menší potravinové prodejny. Ranní fáze pokračuje po 7:00 otevřením zařízení dalších sortimentů, jedná se například o lékárny, velké potravinové obchody, kavárny či posilovny. V rámci pozdního rána po osmé hodině pak otvírají další prodejny rychloobrátkového zboží, jako jsou například drogerie a specializované potraviny; činnost zahajují například také stavebniny a poměrně široké spektrum služeb – finanční služby, kadeřnictví, různé typy servisních a opravárenských služeb. Po 10:00 nastupuje vlna intenzivnějšího otvírání

obchodů s oděvy; v tuto dobu již lze mluvit o víceméně plné sortimentní skladbě otevřených maloobchodních prodejen. S otevřením velkého počtu restauračních zařízení po 11:00 je pak relativně ucelená i sortimentní skladba služeb. První vlna uzavírání obchodů probíhá kolem 17:00 a další větší počet zařízení ukončuje činnost o hodinu později. Po 19:00 je sortiment maloobchodní sítě významně definován prodejnami a provozovnami v nákupních centrech, velkými potravinovými prodejnami a v oblasti služeb pak pohostinstvími. Přibližně od 22:00 přechází maloobchodní síť do nočního režimu.

**OBR 34** | Otevřené maloobchodní prodejny (●) a provozovny služeb (○) mezi 0:30 a 1:00 (vlevo) a mezi 6:00 a 6:30 (vpravo)

■ městské jádro, ■ vnitřní město, ■ širší vnitřní město, ■ vilové čtvrti, ■ sídlištní celky, ■ příměstská zóna



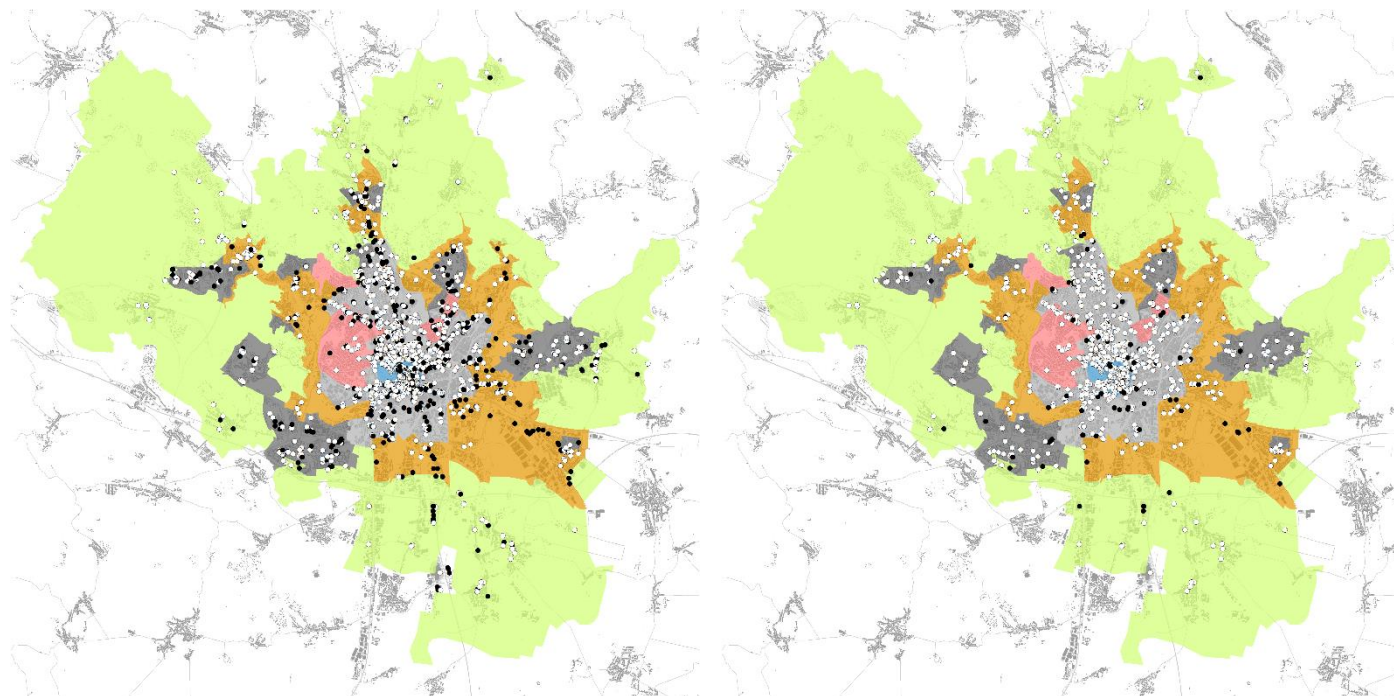
**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Uvedená schémata počtu otevřených zařízení lze chápat jako příklad tzv. chronotopického plánování integrujícího územní a časový rozměr fungování města.



**OBR 35** | Otevřené maloobchodní prodejny (●) a provozovny služeb (○) mezi 18:00 a 18:30 (vlevo) a mezi 21:30 a 22:00 (vpravo)

■ městské jádro, ■ vnitřní město, ■ širší vnitřní město, ■ vilové čtvrti, ■ sídlištní celky, ■ příměstská zóna



**ZDROJ** | Průzkum maloobchodní sítě města Brna 2017

Územní rozložení zařízení v nočních a ranních časech (obrázek 34), resp. v časech večera a pozdního večera (obrázek 35) signalizuje trvale silnou pozici centra města i mimo fázi plnosortimentního maloobchodu, resp. určité aglomerační/synergické tendence územního shlukování maloobchodu v nešpičkových hodinách. Dalšími rozhodujícími faktory v mikroměřítku je pak poloha na exponovaných místech nočního, ranního či pozdně večerního pohybu osob či vazba na větší koncentrace obyvatel. Zřetelná je také výrazná převaha provozoven služeb v okrajových časech noci a pozdního večera. Platí přitom, že ranní hodiny vykazují nižší počty otevřených zařízení nežli hodiny večerní a pozdně večerní.

## 7. ZÁVĚR

Sledování stavu městské maloobchodní sítě prostřednictvím ukazatelů prostorového rozložení, časových rytmů a sortimentní skladby je důležitým předpokladem pro různé oblasti územního a strategického plánování města. Je nutné si ovšem uvědomit, že předložené analýzy nabízejí především popis nabídkové stránky městského maloobchodu, tj. popis maloobchodních a obslužných příležitostí rozložených v různých místech a různých časech. Analýzy neobsahují informace o realizaci poptávky po jednotlivých maloobchodních prodejkách a službách, která může být vyjádřena ukazateli návštěvnosti jednotlivých zařízení, finanční hodnoty zakoupeného zboží či služeb, zákaznických preferencí, apod. Teprve konfrontace informací o maloobchodní nabídce s daty upřesňujícími poptávku a módy využívání maloobchodní sítě umožňuje komplexní vhled do fungování a vývoje maloobchodu na území města. Bylo by tedy vhodné uvažovat nad doplňujícím šetřením zkoumajícím maloobchodní chování a preference obyvatelstva Brna, resp. brněnského metropolitního regionu (poslední průzkum tohoto typu byl proveden v roce 2004).

**OBR 36** | Příklad informace o časovém režimu využívání maloobchodních zařízení – Google Popular Times; návštěvnost nákupního centra Olympia v typickou neděli a prodejny Billa na ulici Křenová v typickou středu



**ZDROJ** | Google Popular Times 2018

Analytická zpráva komentuje mimo jiné také dlouhodobější vývojové trendy městského maloobchodu. Z dlouhodobého hlediska je klíčovým především obrat ke spotřební městské ekonomice, který byl v případě Brna odstartován s určitým zpožděním v 90. letech 20. století. Tento lze do jisté míry kvantifikovat právě skrze nárůsty počtu různých typů maloobchodních zařízení či prodejní plochy, nicméně jeho dopad do fungování a každodenního života postindustriálního města je širší. Nové formáty prodeje a služeb, větší diferenciací otevíracích hodin (a stejně tak pracovních dob zákazníků), zvýšená cena času a trvale rostoucí mobilita městské a příměstské populace postupně přetvářejí tradiční časoprostorové rutiny a měřítka a definují různorodé „spotřební třídy“ obyvatel.

Obecně lze mluvit o určité erozi komunitního zakotvení maloobchodu a služeb – spotřeba rostoucí skupiny obyvatel již není primárně vázána k užšímu území bydliště, nýbrž je realizována v mnohem širším prostorovém rámci. V souladu s evropskými trendy se patrně také rozvolňují a diferencují obvyklé časy spotřebních aktivit, resp. posouvají se do dříve okrajovějších částí dne. Naznačené trendy ovšem nejsou univerzálně přenositelné na celou městskou populaci. Přesnější charakteristika aktuální situace zahrnuje existenci řady specifických skupin obyvatel s odlišnými nároky na fyzické rozmístění zařízení maloobchodní sítě, s různou preferencí spotřebních časů a rytmů, resp. s odlišnými nároky na sortimentní skladbu.

S ohledem na rychlé pronikání technologií do prostředí tradičního maloobchodu je nutné postupně zaměřit vyšší pozornost na prostorové dopady nových formátů prodeje zboží a služeb. Je zjevné, že v určitých sortimentech již internetově zprostředkovaný prodej a nákup výrazně promlouvají do celkového objemu transakcí, nicméně stále je málo prozkoumán dopad tohoto formátu na fyzickou či temporální strukturu maloobchodní sítě. Podobně lze spekulovat například o vlivech fungování a případného rozšíření rozvážkových systémů rychloobrátkového zboží.