

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA EKONOMICKÁ**

**Bakalářská práce**

**Analýza maloobchodní sítě v centru města**

**Chomutov**

**Analysis of the retail network in the center of**

**Chomutov**

**Laura Kondášová**

**Plzeň 2023**

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

*„Analýza maloobchodní sítě v centru města Chomutov“*

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 24.4.2023

v. r. *Laura Kondášová*

## **Zásady pro vypracování práce**

1. Proved'te rešerši literatury zabývající územním rozmístěním maloobchodních jednotek s důrazem na městská centra.
2. Charakterizujte maloobchodní síť a její vývoj ve městě Chomutov.
3. Proved'te empirický výzkum (mapování) maloobchodní nabídky v centru města Chomutov.
4. Proved'te vyhodnocení maloobchodní nabídky v centru města Chomutov v kontextu obecných poznatků.
5. Navrhnete opatření na podporu maloobchodu v centru města Chomutov.

## **Poděkování**

Touto cestou bych chtěla poděkovat vedoucímu této práce doc. RNDr. Jiřímu Ježkovi, Ph. D., za trpělivost, cenné rady a vstřícnost, které mi byly poskytnuty během zpracování bakalářské práce. Chci poděkovat všem pamětníkům, kteří poskytli své výpovědi, dále pracovníkům Pražského Poštovního muzea za poskytnutí materiálu, bez kterých by nebylo možné provést rekonstrukci maloobchodní sítě v centru města Chomutov roku 1989, a všem maloobchodníkům, kteří byli ochotní poskytnout informace o prodejnách. Dále bych chtěla poděkovat svojí rodině, a taktéž nejbližším kamarádům, kteří mne podporovali nejen při psaní bakalářské práce, ale během celého bakalářského studia.

# Obsah

<b>Úvod .....</b>	<b>6</b>
<b>1 Metodika práce .....</b>	<b>8</b>
<b>2 Maloobchod a maloobchodní síť .....</b>	<b>9</b>
2.1 Maloobchod.....	9
2.2 Druhy maloobchodní činností .....	10
2.2.1 Maloobchod realizovaný v síti prodejen.....	10
2.2.2 Maloobchod realizovaný mimo prodejní síť.....	10
2.3 Maloobchodní síť a její členění.....	12
2.4 Vývoj maloobchodu v České republice .....	13
2.5 Druhy maloobchodních jednotek .....	17
<b>3 Lokalizace maloobchodní sítě .....</b>	<b>20</b>
3.1 Obchodní vybavenost.....	20
3.1.1 Základní (okresková) vybavenost.....	21
3.1.2 Centrální (celoměstská) vybavenost .....	21
3.2 Městské centrum .....	22
3.3 Maloobchod a služby v městském centru .....	22
<b>4 Maloobchod a maloobchodní síť v centru města Chomutov .....</b>	<b>25</b>
4.1 Umístění maloobchodních jednotek v centru města Chomutov .....	28
4.2 Maloobchodní nabídka v centru města Chomutov.....	30
4.2.1 Prodejní plocha maloobchodních jednotek v centru města Chomutov.....	31
4.2.2 Sortimentní rozsah nabízeného zboží v centru města Chomutov .....	33
4.2.3 Forma prodeje nabízená obchody v centru města Chomutov.....	34
4.2.4 Filializace maloobchodních jednotek v centru města Chomutov .....	36
4.2.5 Cenová úroveň zboží v centru města Chomutov .....	38

4.2.6	Exkluzivita zboží v centru města Chomutov .....	40
4.2.7	Šíře sortimentu zboží v centru města Chomutov .....	42
4.2.8	Asiatizace a secondhandizace .....	44
4.3	Vývoj maloobchodní sítě v centru města Chomutov .....	47
4.4	Shrnutí výsledků všech sortimentních skupin nacházejících se v centru města 62	
4.5	Opatření pro podporu maloobchodu v centru města Chomutov .....	67
<b>Závěr .....</b>		<b>69</b>
<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>		<b>71</b>
<b>Seznam tabulek .....</b>		<b>73</b>
<b>Seznam obrázků .....</b>		<b>74</b>
<b>Seznam příloh.....</b>		<b>76</b>
<b>Přílohy</b>		
<b>Abstrakt</b>		
<b>Abstract</b>		

# Úvod

Maloobchod do určité míry určuje funkční vyspělost daného města a tvoří důležitou část terciárního sektoru národního hospodářství, jehož služeb využíváme téměř každý den. Maloobchod společně se službami podléhá neustálým změnám, které ovlivňuje řada faktorů (např. globalizace, digitalizace, mění se životní styl a spotřební návyky spotřebitelů aj.). Všechny faktory, ovlivňující maloobchod stále vytvářejí nové výzvy, na které musí maloobchod a služby v městských centrech reagovat.

Maloobchodní síť městských center je tvořena především velkým množstvím malých specializovaných obchodů, které poskytují širokou škálou zboží vyšší cenové úrovně a vyšší mírou exkluzivity. Často ve městech nacházíme i obchodní domy a nákupní centra či nákupní pasáže, ve kterých jsou pronajímány prostory k provozování různých prodejen. Ve větších městech to jsou obchodní galérie nebo obchodní promenády. Obecně v městských centrech jsou koncentrovány obchody s oděvy a obuví, specializované potravinářské prodejny se zdravou výživou, lékárny, drogerie apod. Městské centrum má především uspokojit poptávku jak bydlícího obyvatelstva, tak i obyvatel ostatních částí měst nebo i turistů.

Tato bakalářská práce se skládá ze dvou částí. V části teoretické jsou na začátku uvedené cíle bakalářské práce, kterých se pokouší docílit, a jednotlivé kroky, použité při sběru dat a přípravě práce. Součástí části teoretické je seznámení čtenáře se základními pojmy v oblasti maloobchodu a maloobchodní sítě ve městech a jejího prostorového uspořádání a vývoje maloobchodu v České republice od roku 1989.

Praktická část se bude týkat maloobchodu a maloobchodní sítě v centru města Chomutov a jeho vyhodnocení výsledků, které bylo provedeno terénním průzkumem v centru města mezi obchodníky. Praktická část dále zahrnuje vývoj maloobchodu od roku 1989 do současnosti a návrhy opatření na podporu atraktivity maloobchodu v centru města.

Bakalářská práce si klade tři základní cíle. (1.) Provést strukturální analýzu maloobchodní sítě v centru města Chomutov z hlediska prodejní plochy, sortimentu zboží, formy prodeje, filializace, cenové úrovně zboží, exkluzivity zboží a šíře nabízeného zboží. (2.) dále pak porovnat současnou strukturu maloobchodní sítě se

strukturou, jak vypadala kolem roku 1989. A (3.) na základě maloobchodu v centru města, resp. jak v této souvislosti centrum města zatraktivnit.

# 1 Metodika práce

Primární data o maloobchodní síti v centru města Chomutova (kolem roku 1989 a v roce 2023) byla autorkou práce získána pomocí vlastního terénního šetření.

Data o počtu maloobchodních jednotek nacházejících se v centru Chomutova byla získána jejich zmapováním. Dne 7. ledna roku 2023 bylo provedeno tedy plošné terénní šetření v samotném centru Chomutova, kde předmětem sčítání byly pouze kamenné prodejny. Stankový prodej a e-shopy byly v průzkumu vynechány. V rámci průzkumu, bylo nutné osobně navštívit každou maloobchodní jednotku zvlášť, a na základě pozorování a rozhovorů s vedoucími prodejen byl zjišťován u každé maloobchodní prodejny název i s jeho adresou, velikost prodejní plochy, sortiment zboží dle klasifikace CZ-NACE, dále forma prodeje, filializace, cenová úroveň a exkluzivita zboží, a doplňující údaj, který se týkal označení tzv. vietnamské prodejny, nebo zda se prodejna nachází v určitém obchodním centru.

Informace o stavu maloobchodní sítě v roce 1989 byly získané prostřednictvím rozhovorů s pamětníky, analýzou dobové fotodokumentace a rešerší starých telefonních seznamů. Data o stavu maloobchodní sítě z tohoto období bylo velmi časově náročné získat, protože žádný z úřadů v Chomutově tato relevantní data nezpracovává či neposkytuje, a proto bylo nutné projít několik stovek archivních fotografií, které jsou volně dostupná v jedné z chomutovských facebookových skupin „Chomutov – Komotau“. Tato část sběru dat také zahrnovala návštěvu Poštovního muzea v Praze, kde byla možnost nahlédnout do starých telefonních seznamů, a získat tak seznam několika maloobchodních prodejen z roku 1989. Data z období roku 1989 nemusí být přesná či kompletní.

Na základě všech těchto získaných dat a informací byly pomocí programu ArcMap a podkladu katastrální mapy Chomutova pro lepší přehled vytvořeno několik map, do kterých byly všechny tyto získané informace interpretovány.



## 2 Maloobchod a maloobchodní síť

Tato kapitola se zabývá maloobchodem a maloobchodní sítí a její členěním. Stručně vysvětluje, co to maloobchod je a jak se rozděluje do dvou typů:

- Maloobchod realizovaný v síti prodejen,
- Maloobchod realizovaný mimo prodejní síť.

V této kapitole je také popsáno, co to maloobchodní síť je a jak je rozdělována. Zároveň stručně popisuje vývoj sítě maloobchodu a několik typů maloobchodních jednotek.

### 2.1 Maloobchod

Cimler a kol. (2007, s. 12) definují maloobchod jako: „*Maloobchod (anglicky retail trade, francouzsky commerce de détail, německy Einzelhandel) je podnik (nebo činnost) zahrnující nákup od velkoobchodu nebo od výrobce a jeho prodej bez dalšího zpracování konečnému spotřebiteli. Maloobchod vytváří vhodné seskupení zboží – prodejní sortiment – co do druhů, množství, kvality, cenových poloh – vytváří pohotovou prodejní zásobu, poskytuje informace o zboží, zajišťuje vhodnou formu prodeje a předává marketingové informace dodavatelům.*“

Szczyrbou (2006) je maloobchod formulován jako podnik, který zahrnuje nákup od velkoobchodu nebo od výrobce a jeho prodej bez dalšího zpracování finálnímu zákazníkovi.

Zentes a kol. (2011) definují maloobchod jako proces nákupu produktů od jiných organizací, jehož záměrem je prodej zboží koncovému zákazníkovi a poskytování služeb, které souvisejí s prodejem zboží.

Dimenze geografie maloobchodů má lokální až regionální povahu. Maloobchod byl dlouho pokládán za součást drobného podnikání. Teprve až po druhé světové válce se začal maloobchod značně měnit, na základě, čeho se v maloobchodě začaly prosazovat nové obchodní jednotky. V důsledku toho se maloobchod začal více koncentrovat. Táto vývojová fáze trvá dodnes. V oblasti maloobchodu k výrazným změnám přispělo několik faktorů, ale nejvýraznějším byl růst příjmu obyvatelstva a proces nákupu a prodeje, který je stále určován zákazníkem, především konečným zákazníkem. (Szczyrba, 2006).

## 2.2 Druhy maloobchodní činností

Činnost maloobchodu se z hlediska místa nákupu a prodeje dělí na dva druhy, na maloobchod provozovaný v síti prodejen a maloobchod provozovaný mimo prodejní síť (Cimler a kol., 2007).

### 2.2.1 Maloobchod realizovaný v síti prodejen

Tento typ maloobchodu v maloobchodě převládá a v ekonomicky vyspělých zemích tvoří prakticky 90 % veškerých maloobchodních tržeb. Rozdělení maloobchodu na maloobchod s potravinami a maloobchod nepotravinářský je nejstarší a stále nejpoužívanější (Pražská a kol., 2002).

Maloobchod s potravinami je zaměřen čistě na potraviny. Do této skupiny patří prodejní jednotky se smíšeným zbožím, dále superety, supermarkety a hypermarkety. Tyto prodejní jednotky mohou také prodávat určitý sortiment nepotravinářského zboží. Jedná se o zboží denní a občasně poptávky. Obvykle se jedná o nejkonzentrovanejší prodej, který má největší průměrné prodejní velikosti a nejmodernější informační a logistické systémy (Szczyrba, 2006).

Širokou škálu sortimentů a provozních typů prodejen neustále se vyvíjejících, představuje nepotravinářský maloobchod. Speciální skupinou je prodej automobilů a pohonných hmot. Do této skupiny je zařazen sortiment, který je určený pro volný čas, výpočetní techniku i s programy a audiovizuální techniku se stále rostoucím rozvojovým trendem (Cimler a kol., 1998).

Obchodní jednotky můžeme dále klasifikovat na maloobchod specializovaný a nesespecializovaný. Ve vyspělejších zemích se vývoj a jim odpovídající obchodní jednotky posouvají k nesespecializované formě maloobchodu. Specializovaný maloobchod se vyznačuje rozsahem sortimentu, který je užší a vytváří místo pro zřízení a provoz menších prodejen včetně poboček (Szczyrba, 2006).

### 2.2.2 Maloobchod realizovaný mimo prodejní síť

Největší potenciál rozvoje má maloobchod, který je realizován mimo obchodní síť, jejíž hlavní součástí jsou dle Pražské a kol. (2002):

- **prodejní automaty** (*Vending Machine*),
- **přímý prodej** (*Direct Selling*),

- **přímý marketing** (*Direct Marketing*) – zásilkový obchod.

Prodejní automaty zajišťují doplňkový prodej jednoduchého sortimentu (chlazené a teplé nápoje, cukrovinky apod.). Jednou z nevýhod prodeje v automatech může být například jeho technická, a hlavně ekonomická náročnost nebo nízká efektivita. Naopak velkou výhodou je nepřetržitý provoz stroje, bez podílu jakékoli pracovní síly, který dnes může být velmi drahý, poslední výhodou je možnost automat okamžitě doplňovat jednoduchým sortimentem. Prodej v automatech je dnes jednou ze základních forem prodeje.

Přímý prodej je uskutečňován prodejci, kteří přicházejí ke klientovi domu. Prodejci často pořádají předváděcí akce, kdy se na jedné schůzce sejde více rodin v jedné domácnosti. Kontaktní osobou je prodejce, který vyřizuje jak reklamace, tak se snaží s klientem udržovat neustálý kontakt. Specializovaný sortiment (např. vysavače, domácí potřeby) je většinou předmětem přímého prodeje. Zpravidla se začíná drogistickým zbožím.

Přímý marketing se vyznačuje různými typy zásilkového a doručovacího podnikání. Nabídka sleduje zákazníka až do domu, odkud se většinou uskutečňuje zakázka. Zásilkový obchod má také nesporné výhody, jako je racionalizace a zavedení automatizace provozu. Má to však i svá úskalí a určitě i nevýhody jako je vysoká počáteční investice, celkově vysoké náklady spojené například s reklamou, její složitá organizace a také například dlouhodobější závaznosti jednotlivých nabídek. Tento typ je tedy vhodný pro větší podniky a společnosti, nebo naopak pro podniky, které se zabývají určitým typem sortimentu a jsou tedy více specializované.

Do maloobchodu, který je realizovaný mimo prodejní síť Cimler a kol. (2007) zahrnují i internetový obchod. Elektronické podnikání (E-bussines) je souborným názvem pro více forem automatizace obchodních procesů. Rozdělují se do dvou základních skupin:

- 1) **Business-to-business (B2B)** – elektronické nakupování a následná distribuce mezi obchodníky je šíření toho zboží za účelem dalšího podnikání.
- 2) **Business-to-consumer (B2C)** – komunikace s kupujícím, jenž se nachází na samotném konci hierarchického řetězce.

## 2.3 Maloobchodní síť a její členění

Pojem maloobchodní síť je formulován jako souhrn provozních dílčích útvarů, jenž se specializuje na distribuci zboží finálnímu zákazníkovi. Všechny tyto obchodně provozní jednotky disponují svojí kvalitou, jenž je určována hierarchickým uspořádáním provozních jednotek, co se týče prodávaného sortimentu, typu distribuovaného zboží i struktury chodu takových jednotek. Na vymezené ploše spolupracují mezi sebou dílčí jednotky velmi širokého spektra odvětví v prostředí, kde se vyskytuje množství tržní konkurence, jenže ke své činnosti využívá v mnohých případech zásad spolupráce, jenž spočívá ve vzájemné komunikaci a koordinaci. Maloobchodní síť lze považovat za hierarchický soubor veškerých dílčích provozních útvarů maloobchodu, s jejichž vzájemnou provázaností a vzájemnými konexemi, které jsou utvářeny odlišnostmi, ale také podobnostmi sortimentní a provozní specializace (Cimler a kol., 1998).

Starzyzna (2013) definuje síť maloobchodu jako uspořádaný soubor prvků, mezi kterými existují vzájemné vazby. Tyto vazby jsou ovlivněny jak různými sortimenty rozdílnými, tak souvisejícími sortimenty. Jsou soutěživé nebo koordinované povahy.

Uvádí se, že maloobchodní síť, která hraje jednu ze základních rolí při naplňování potřeb občanů, je intenzívně podmíněna svou geografickou strukturou, a to rozložením obyvatelstva ve struktuře osídlení. Šíře vybavenosti maloobchodu je charakterizována počtem dílčích maloobchodních jednotek v jednotlivých bytových jednotkách. Popisuje tak úzké propojení obcí s maloobchodní sítí. Jsou to velmi těsné vazby, které však nevykazují mezi sebou příliš vyrovnaný vztah. V praxi toto znamená, že v mnohých případech maloobchod vykazuje vyšší míru koncentrace než samotná populace (Szczyrba, 2000a).

Maloobchodní síť z pohledu svého účinkování v dané lokalitě lze dělit na stálou a doplňkovou. **Stála maloobchodní síť** je charakteristická svojí nepřetržitou působností na daném místě po celý rok a udržuje si svoji vlastní zájmovou oblast. **Doplňkovou maloobchodní síť** tvoří dílčí jednotky, které jsou využívány za účelem zásobování z důvodu krátkodobého nárůstu poptávky. Příkladem tohoto mohou být oblasti, které se specializují na rekreaci návštěvníků. Maloobchodní síť lze také rozdělit podle lokality svého působení na **síť stacionární**, která má vlastní neměnnou základnu všech obchodně provozních útvarů. Dalším druhem maloobchodní sítě je **síť ambulanti**, kde tyto obchodně provozní útvary mohou v případě potřeby tuto lokalitu obměnit.

Z pohledu charakteru sídla, ve kterém tato maloobchodní síť vykonává svoji činnost, lze také dělit maloobchodní síť na **síť městskou** a **síť působící na venkově**. Umístění maloobchodních jednotek v obchodních centrech, tedy mimo obytnou strukturu, má své osobité postavení, tzv. „na zelené louce“ (Pražská a kol., 2002).

Podle Starzyczné (2013) maloobchodní síť není homogenní soubor. Má vlastní rozdělení, které je podobné, jako u Pražské a kol. (2002), a tedy proto rozlišuje několik aspektů:

1. Maloobchodní síť z hlediska provozu v místě nebo oblasti rozlišuje síť základní a síť doplňkovou.
2. Z hlediska typu umístění se maloobchodní síť dělí na síť stacionární a ambulantní.
3. Z hlediska typu sídla se maloobchodní síť dělí na městskou a venkovskou.

Starzyczna (2013) ve svém díle dále rozděluje maloobchodní síť na městskou a venkovskou. **Městská maloobchodní síť** poskytuje veškerý svůj sortiment zboží v krátkých docházkových úsecích, což umožňuje kupujícím pohybovat se mezi obchody. Poptávka je vysoce koncentrována a čelí silné konkurenci. V rámci městské maloobchodní sítě mají zvláštní postavení obchodní centra, která navazují na maloobchodní síť městskou, a působí mimo obytné jednotky. **Venkovská maloobchodní síť** díky svému spádu do měst, uskutečňuje výhradně tržní spotřebu obyvatel. Ve srovnání s městskou maloobchodní sítí je poptávka naopak méně koncentrována. Toto je dáno nižší hustotou osídlení venkova a vyššími náklady na oběh.

## 2.4 Vývoj maloobchodu v České republice

Koncem 80. let byla nabídka maloobchodu z pohledu regionálního a strukturálního velice diferencována. Při posledním sčítání maloobchodu, které proběhlo v roce 1987 v rámci Sčítání občanské vybavenosti, se ukázalo, že v maloobchodě máme naprosto nerovnoměrnou sortimentní skladbu. Největší část maloobchodu tvořili prodejny disponující především potravinami a ostatní sortiment byl velice upozaděn, což bylo ovlivněno dobou socialismu, který v bývalé Československé republice řídil maloobchod jak organizačně, tak prostorově a politická směrnice jen částečně využívala potřeby jednotlivých služeb na daném území. Socialistický model řízení maloobchodu jako

takový se vyznačoval zákazem soukromého vlastnictví, potažmo soukromého podnikání a určování fungování maloobchodních podniků. Pro toto období bylo typické rozlišování venkovských a městských podniků, kde na venkově byly především družstevní podniky a ve městech podniky obchodní. Tímto začal proces prostorové nivelizace nabídky služeb pro obyvatelstvo, která byla v socialistických zemích největší, oproti organizaci maloobchodní sítě, která se v západní Evropě vyvíjela zcela jinak. V zemích západní Evropy byl v poválečném období registrován vznik příměstských velkokapacitních obchodních středisek. Mnohem menší prostorovou variabilitu vykazoval maloobchod v Česku, kde lokalizace podniků nijak neakceptovala, zda v okolí byla nákupní poptávka. Ve většině městských center docházelo k přetížení maloobchodní sítě, naproti tomu na okrajových sídlištích řady měst byla kapacita prodejních ploch nedostatečná. Tento neutěšený stav kontrastoval s pokračující nelogickou výstavbou dalších prodejních míst v menších městech a na venkově (Kunc a kol., 2013).

Podle Szczyrby (2006) se určité představy o restrukturalizaci obchodní sítě formovaly hned na počátku transformačního období. Roku 1990 vznikla myšlenka rozdělit velké podniky na podniky menší, čímž by vznikla větší konkurence na obchodním trhu. Nicméně tento vývoj však nepředstavoval konkurenci dostatečnou, jelikož nově začínající obchodníci byli v nevýhodné ekonomické situaci oproti již existujícím živnostem, a navíc vytvářeli vážné riziko spojené se vznikem nových obchodních monopolů. Byla zvolena alternativa pro přechod z centrálně plánované ekonomiky na ekonomiku tržní, prostřednictvím zásadní změny vlastnických podmínek, kde se soukromý sektor vyvíjel následujícími směry:

- Privatizací majetku (tzv. malá a velká privatizace), kdy došlo k vyčlenění stávajících státních podniků formou prodejů subjektům soukromým.
- Vstupem nových soukromých podnikatelských subjektů do ekonomiky.

Velkým zásahem byl proces navrácení majetku dle tzv. „restitučního“ zákona (soukromým osobám a soukromým společnostem) a transformace procesních družstev. Vzniklo mnoho republikových zákonů a předpisů, které byly doplněny do právního komplexu, který byl vícekrát upravován a doplňován s přihlédnutím k praktickým potřebám, které se objevily v důsledku probíhající privatizace a transformace (Szczyrba, 2006).

Starzyczna (2013) dodává, že obchod se zařadil mezi nejrychleji rostoucí odvětví ekonomiky. Nadále ale přetrvává zaostalost obchodu za vyspělými zeměmi, což je dáno jeho historickým vývojem. Je nutné podotknout, že tato zaostalost je neustále zmenšována.

Specifikem transformace českého maloobchodu je podle Szczyrby (2006) asiaticizace, která zahrnuje nabídku levných, úzce specializovaných prodejen (např. oblečení, obuv, elektronika). Jde o zboží, které je neznačkové, nebo o plagiáty světových značek. Toto zboží je často podrobováno opakovaným kontrolám ze strany České obchodní inspekce a Celní správy. V současné době nelze u nás v maloobchodě přehlédnout asiaticizaci. Souvisí to především s přítomností vietnamského komerčního živlu na tržnicích ve vnitrozemí nebo v příhraničních oblastech a nově i v kamenných obchodech center měst.

V transformačním období se tuzemský maloobchod vyvíjel ve dvou úplně odlišných etapách (Szczyrba, 2006):

1. **Etapa – atomizace** (1. polovina 90. let 20. století),
2. **Etapa – internacionalizace** (od 2. poloviny 90. let 20. století).

Kunc a kol. (2013) rozdělují proces transformace průmyslu do tří etap:

1. **Etapa atomizace** (1990–1995),
2. **Etapa internacionalizace** (1996–2005),
3. **Etapa konsolidace** (2006 – současnost).

### **Etapa atomizace**

Počátkem roku 1990 liberalizace ekonomického prostředí a tzv. atomizace maloobchodu způsobily široké jednak kvantitativní a jednak kvalitativní změny v sektoru. Na trhu se ukázalo několik nových jednotek maloobchodu, kde celá řada těchto jednotek zaplnila mezery občanské vybavenosti. Na venkově to byla především nabídka prodeje potravin. Místy v menším měřítku šlo i o tzv. nepotravinu. Nejrozvinutější byly menší formy prodeje. Velká část venkovských družstevních prodejen byla nucena z ekonomických důvodů snížit rozsah služeb zmenšením prodejních ploch, nebo v nejhorším případě prodejnu i uzavřít. Některá venkovská sídla se najednou ocitla bez základní občanské vybavenosti anebo byla výrazně omezená (Szczyrba, 2000a).

Městský maloobchod byl poněkud odlišný. Výrazně posílil kvantitativní a kvalitativní vyjádření oblasti a úrovně služeb. Zatímco před rokem 1989 byl obchodní tlak koncentrován do městských center, v transformačním období se vývoj ubíral k prostorové expanzi v místech, kde dříve nedostačovala maloobchodní vybavenost. Jedná se například o sídliště. Ve srovnání s roky 1989 a 1998 se počet jednotek maloobchodů působících na našem území výrazně zvýšil. Největší změna během období transformace proběhla v nepotravinářských prodejnách. Počet prodejen tohoto typu se za toto období zečtyřnásobil. Dle maloobchodního cenzu a jeho dalších údajů bylo zjištěno, že efektivita provozu jednotek na venkově klesá na úkor měst, která posilují své pozice maloobchodních center (Szczyrba, 2006).

### **Etapa internacionalizace**

Po roce 1990, v období ekonomické transformace ve střední Evropě, představovala Česká republika jakýsi „testovací“ trh maloobchodu pro nové státy v zemích někdejšího socialistického bloku. Na českém maloobchodním trhu je od jeho vzniku míra obchodní koncentrace a zastoupení zahraničních podniků vyšší než v okolních zemích. Na českém maloobchodním trhu bylo více obchodních řetězců než v zemích západní Evropy. Zahraniční podniky s národními trhy mezi sebou v iniciační fázi pronikání neměly velkou konkurenci, ale měly předem definovaný geografický prostor pro své podnikání. Konkrétním příkladem je například Česká republika, protože v České republice dominují především německé firmy, v Polsku francouzské firmy a na Slovensku jsou vzhledem k velikosti spotřebitelského trhu nakonec aktivní zahraniční podniky. V počátcích fáze internacionalizace českého maloobchodu se z chronologického hlediska projeví ty podniky, které dokázaly změnit a upravit své prodejní koncepty, například tím, že nevyhovovaly prodejním, technickým a lokalizačním parametrům budov, pronájmů apod., se podílely na stávající realitě české sítě maloobchodu. Nejprve to byly nizozemské podnikatelské sdružení Ahold a belgický Delhaize le Lion, které spustily internacionalizaci vnitřního trhu a obměnily tzv. „české obsluhy“ na potravinářské supermarkety. Přestože se od počátku předpokládal zájem německých podniků, nebyly mezi prvními a byly vytížené aktivitami v nových spolkových státech dřívější NDR, takže maloobchodní trh pro ně byl v tehdejší Československu druhořadým zájmem. Kdežto o to více se o něj začali zajímat ve druhé polovině devadesátých let (Szczyrba, 2006).



Kunc a kol. (2013) doplňují, že charakteristickým rysem této etapy transformace maloobchodu je další zvyšující se koncentrace odvětví, která se vyznačuje růstem podílu tržeb uskutečňovaných největšími podniky. V 90. letech byla příležitost zpozorovat některé tuzemské podniky mezi největšími firmami, jako například Interkontakt Group nebo Pronto Plus. Vedoucí pozice v pořadí TOP 10 patří již řadu let ryze mezinárodním společnostem.

### **Etapa konsolidace**

Meziroční tempo růstu největších maloobchodníků nedocílili stupně počáteční fáze internacionalizace, i když roční tržby se zvýšily o několik desítek procent. Poslední dobou dochází ke konsolidaci trhu. Pro český trh je charakteristická menší dynamika růstu největších obchodních podniků a jejich současné posilování tržních pozic, což bylo ovlivněno i prodejny některých českých obchodních řetězců. Maloobchodní trh v České republice patří podle odborníků mezi vysoce konkurenční a nasycené trhy. Je velmi těžké se na něm udržet, stejně tak i pro velké mezinárodní podniky. Konsolidační etapa bude v budoucnu zahrnovat i další prodejny velkých společností z trhu. Díky získání jejich tržních pozic dospěje k ještě většímu posílení koncentrační tendence v oboru, a posílení některých větších řetězců (Kunc a kol., 2013).

Prokazuje se, že český maloobchod představuje určitý obor, ve kterém zvláště v poslední době dochází k silné alokaci investičních prostředků rozhodujících obchodních firem, které souvisí s internacionalizací prostředí ekonomiky. Tyto aktivity jsou postupně sílené a akcelerované (Szczyrba, 2000b).

## **2.5 Druhy maloobchodních jednotek**

Různorodý sortiment a provozní specializace tvoří širokou škálu forem maloobchodních jednotek. Systematizační přístup k definování charakteru a klasifikace maloobchodních jednotek zahrnuje několik aspektů. Jedná se o strukturální a instrumentální znaky. Mezi **znaky strukturální**, označované též jako statické, lze zařadit profil sortimentu, prodejní formát, umístění prodejny, velikost prodejní plochy a taktéž stavební řešení prodejny. Mezi **znaky instrumentální**, označované i jako dynamické, patří cenová politika a kvalita zboží nabízeného obchody a službami (Pražská a kol., 2002).

Cimler a kol. (1998) dodávají, že obchodní jednotky, ve kterých je vykonávána maloobchodní činnost, představují zároveň soubor nástrojů obchodních společností pro provádění této činnosti.

Starzyczna (2013) dále dělí maloobchodní síť podle sortimentu na síť potravinářských a nepotravinářských jednotek, dále na síť smíšených, celosortimentních a širokosortimentních jednotek, dále pak kombinované, specializované a úzce specializované.

V Evropě jsou podle Pražské a kol. (2002) považovány za základní typy jednotek stálé stacionární sítě maloobchodních prodejen:

### **Specializované a úzce specializované prodejny**

Sortiment u těchto prodejen je v obou případech úzký a hluboký. Je to určitá skupina nebo více podskupin sortimentu, kde převládají nepotravinářské výrobky. Pokud jde o nákladově efektivní vztahy, bývá pro oba obchody vysoká. Důraz je kladen na vzdělávání zaměstnanců, a u úzce specializovaných útvarů na to, jak je řešen interiér prodejny. Prodejní jednotky specializovaných a úzce specializovaných prodejen se nacházejí buď v centru města nebo v regionálním obchodním centru. Toto umístění je pro ně typické.

### **Smíšené prodejny**

Maloobchodní jednotky se smíšeným využitím jsou převážně lokalizovány buď na venkově, nebo na okrajích měst. Sortiment smíšených prodejen tvoří potravinářské i nepotravinářské zboží. Je to zboží běžné spotřeby.

### **Plnosortimentní obchodní domy**

Univerzální obchodní domy poskytují široký a hluboký sortiment zboží. Obchodní domy poskytují na jednom místě až dvě stě tisíc položek zboží. Tyto obchodní domy fungují v centrech měst a regionálních nákupních centrech. Minimální velikost prodejní plochy obchodních domů se pohybuje kolem pěti tisíc m<sup>2</sup>. Průměrná velikost prodejní plochy se pohybuje 10–20 tisíc m<sup>2</sup>.

### **Superety (potravinářská samoobsluha)**

Velikost prodejní plochy v superetách se hýbe kolem 200-400 m<sup>2</sup>. Poskytují širokou škálu potravin. Někdy i základní druhy tzv. nepotravinářských předmětů zajišťují zboží

běžné potřeby. Působí buď jako samostatné prodejní jednotky, nebo jako oddělení větších obchodních jednotek. Základní vlastností je blízkost kupujícímu.

### **Supermarkety**

Supermarket je označení pro velkou prodejnu poskytující plný sortiment potravin a také základní druhy nepotravinového zboží. Využívána je forma samoobslužného prodeje, kterou doplňuje několik segmentů služeb. Velikost prodejny plochy pro menší supermarkety se pohybuje kolem 400 – 1 000 m<sup>2</sup>, pro větší 1 200 – 2 500 m<sup>2</sup>.

### **Hypermarkety**

Hypermarkety poskytují denní jídlo i nepotravinářské zboží na jednom místě. Často i zboží v občasně poptávce formou samoobslužného prodeje při zaměření nabídky nepotravin na druhy s rychlým obratem. V hypermarketech převládají především nepotravinářské produkty. Velikost prodejní plochy v menších hypermarketech se hýbe kolem 2 500 – 5 000 m<sup>2</sup>, naopak velikost prodejní plochy u větších hypermarketů je větší než 5 000 m<sup>2</sup>.

### **Specializované (odborné) velkoobchody**

Specializované supermarkety poskytují sortiment velkých integrovaných souborů nepotravin. Specializované prodejny se od obchodních domů odlišují jak sortimentem a formátem prodeje, tak i designem interiéru, nižšími výdaji vynaloženými na provoz a slevovou orientací. Velikost prodejní plochy se hýbe až do několika tisíc m<sup>2</sup>. Zařazujeme sem prodejny s nábytkem, domácími potřebami, elektronikou, hračkami atd., ale i menší samoobsluhy – drogerie.

### **Diskontní prodejny.**

Diskontní prodejny se vyznačují především nabídkou rychloobrátkového zboží. Mají omezený objem položek a poskytují samoobslužný prodej. Sortiment zboží je poskytován od jednoduchých stojanů, palet a stohů. Pro diskont je typická prodloužená otevírací doba a vyznačují se i nabídkou zboží za nízké ceny.

### 3 Lokalizace maloobchodní sítě

Velmi důležitým bodem v rámci maloobchodu je lokalizační rozhodování. Nesprávné kroky v rozhodování a následně nevhodné umístění maloobchodní jednotky může vést k velmi závažným problémům, v horším případě i k zániku provozovny (Spilková, 2012).

*„Efektivní provozování maloobchodní jednotky vyžaduje určitý rozsah v jednotce realizovaného prodeje, resp., koupěschopné poptávky. V podmínkách konkurenčních vztahů mezi firmami na trhu je vhodným rozmístěním maloobchodních jednotek v přirozených centrech osídlení a spádového území možné zajistit dostatečný objem obrátu k rentabilnímu provozu.“ (Cimlér a kol., 2007, s. 177).*

Dle Pražské a kol. (2002) jsou definovány tři základní principy řešení maloobchodních sítí. Těmi jsou rovnoměrnost, koncentrace a stupňovitost. Rovnoměrnost lze chápat jako využití mezi potenciálem nákupní poptávky a kapacitními sítěmi maloobchodních prodejen v územním měřítku. Pro koncentraci obchodních jednotek z hlediska podnikání je vhodnější obchodní jednotky umísťovat do sítě bytových jednotek. Tvoří je přirozená spádová centra, která vznikla historicky a byla rozmístěná objektivním vlivem v osídlení. Princip hierarchie, je založen na frekvenci uspokojování potřeb zboží. Jedná se o zboží denní, časté nebo občasné poptávky. Při rozhodování o umístění prodejny s určitým sortimentem, je nutné akceptovat vztahy mezi frekvencemi poptávkového sortimentu a místem umístění v lokalitě bytových jednotek tak, aby byla zajištěná dostatečná zájmová oblast z hlediska dostupnosti. Oblast zájmu se buď zvětšuje, nebo zmenšuje s rostoucí poptávkou a kapacitou. Vzniká jako výsledek hierarchie poptávky a hierarchie v umístění maloobchodních jednotek v rámci sídla a v rámci bytových jednotek.

#### 3.1 Obchodní vybavenost

*„Označení obchodní vybavenost, tj. soubor maloobchodních jednotek v sídelních útvarech, vystihuje úzký vztah mezi maloobchodní sítí a sídelním útvarem, kdy maloobchodní síť jako součást sídelního útvaru se podílí na jeho přitažlivosti, funkci a významu, daná lokalita je zase naopak zdrojem existence (fungování) maloobchodní sítě.“ (Cimlér a kol., 1998, s. 44).*

Obchodní objekty na venkově jsou až na výjimky jednostupňová a umístěné v centru obce. Nicméně rozsah měst však vyžaduje víceúrovňová řešení občanské vybavenosti. Vybavenost městských sídel tvoří základní a centrální vybavenost (Cimler a kol., 2007).

### **3.1.1 Základní (okrsková) vybavenost**

Jednotky maloobchodů, které fungují na úrovni tzv. základní vybavenosti, efektivně obsluhují obytnou oblast nabídkou zboží denní a běžné poptávky. Vzhledem k dojíždění obyvatel do obchodních center se je nutné v obchodech počítat s cestovními náklady obyvatel. Z hlediska lokalizace je nejefektivnější umístění obchodů v centru, eventuálně v blízkosti zastávek MHD nebo na hlavních trasách pěších zón. Malé prodejny potravin nebo večerky často dobře fungují i v okrajových částech okrsků, které mají dostatečný počet obyvatel. Nejčastějším typem maloobchodní jednotky, která poskytuje základní sortiment zboží je širokosortimentní prodejna potravin se samoobslužným prodejem. Ve větších okrscích je tvoří supermarkety. Smíšené prodejny a menší prodejny potravin se spíše prosadí v nejmenších obytných oblastech. Smíšené samoobsluhy poskytují základní sortiment nepotravin. Kromě supermarketů lze využít i prodejny s lahůdkami, občerstvením a cukrovinkami. Dále specializované prodejny jako ovoce-zelenina, maso-uzeniny, nebo i prodejna nabízející průmyslové zboží s širokým sortimentem domácích potřeb, drogerie či drobného zboží (Cimler a kol., 2007).

### **3.1.2 Centrální (celoměstská) vybavenost**

Jednou z nejvyšších úrovní obchodní vybavenosti je centrální výbava. V každém městě se nachází jedno hlavní historicky vytvořené centrum. Síť maloobchodu je jedna z nejvíce charakteristických funkčních a vizuálních součástí center a historických jader měst. Častým důvodem návštěvy centra města jsou také kulturní a stravovací zařízení. Z několika úhlů pohledu je centru města vždycky věnována dostatečná pozornost, protože se jedná o nejvíce vzácnou část města. Z lokačního hlediska je pro maloobchodní jednotky velmi důležité, aby centrální plochy nebyly stejnorodé. Mohou se lišit svými převládajícími funkcemi, nebo i tím, zda jsou tvořeny jediným prostorem. V malých městech to jsou náměstí a ulice, ve velkých městech celé sektory. Podstatou maloobchodní sítě potravin v centrech měst je bohatá síť specializovaných a úzce specializovaných jednotek. Zahrnutý jsou také supermarkety, obvykle v rámci obchodních domů s kompletním sortimentem. Obchodní dům je často základní

jednotkou centrálního vybavení nepotravinářské sítě maloobchodů. Velkokapacitní širokosortimentní jednotka se vedle obchodního domu velmi dobře uplatní v jakémkoli sortimentu, zejména v závislosti na velikosti města. Nabídku prohlubuje rozmanitý sortiment ve specializovaných i úzce specializovaných prodejnách. Síť stacionární je doplněná sezonním prodejem. Patří sem např. prodej občerstvení, květin, suvenýrů, nápojů, ovoce, zeleniny a mnoho dalšího (Cimler a kol., 2007).

### **3.2 Městské centrum**

Města si neustále procházejí různými změnami. Obzvláště centra měst jsou citlivá jak na vnitřní, tak i vnější proměny, protože se musí přizpůsobovat jevům, které nebyly brány v potaz jako relevantní v době jejich výstavby (Ženka a kol., 2018).

Slach a Nováček (2017) uvádí, že městská centra byla již od antických dob jedním z klíčových prvků „evropského“ města. Lze tedy městské centrum považovat za „výkladní skříň“ celého města, případně i za významný prostor potřebný pro obyvatele města a jeho sociální interakci.

Díky koncentraci městotvorných funkcí a křížení dopravních cest byla centra měst pokaždé centrem jak hospodářského, tak i společenského života. V mnoha evropských městech se centra měst shodují s historickými jádry původních středověkých sídel s výraznou koncentrací různých historických staveb, ale i architektonických památek či kulturních památek atp. V minulé i současné době městské centrum vždy formovala identita a image města (Ježek a kol., 2019).

Slach a Nováček (2017) dodávají, že jedinečnost městských center vyplývá z jejich specifické polyfunkčnosti jako např. funkce pracovní, volnočasová, nákupní atd., přičemž klíčový prvek představuje a v novodobé historii vždycky představoval maloobchod.

### **3.3 Maloobchod a služby v městském centru**

Maloobchod se stal nezbytnou součástí každodenního života obyvatel žijících ve městech (Křižan a kol., 2021). Maloobchod a služby formují prostorovou strukturu města. Nejvyšší stupeň obslužnosti zabezpečuje centrum města, které je závislé jak na velikosti města, tak na ekonomickém rozvoji, dále na kupní síle nebo spadové oblasti. Obchodní centrum je součástí centra města, kde se nachází obchodní jednotky

s vysokou frekvencí kupujících. Toto centrum tvoří hlavní obchodní ulice a náměstí. Ve větších městech se obchodní centra vyznačují také nákupními centry typu pasáží, galérií či pěších zón. V malých městech se čím dále tím více setkáváme s pěšími zónami (Ježek & Krbová, 2020).

Ježek a kol. (2019) dodávají, že maloobchodní síť v městských centrech tvoří velké množství malých specializovaných obchodů, které jsou často provozované majiteli, kteří poskytují širokou škálu zboží, na vyšší cenové úrovni při vyšší míře exkluzivity. Dodává, že v městských centrech se pravidelně setkáváme s obchodními domy a nákupními centry. Ve velkých městech jsou to i obchodní galérie či obchodní promenády.

Sortiment nabízeného zboží se v městských centrech mění. Trendy jsou závislé jak na velikosti daného města, tak i na kupní síle obyvatelstva. Obecně jsou v městských centrech koncentrovány obchody s oděvy a obuví, dále přibývá i dostatek specializovaných potravinářských prodejen například se zdravou výživou, regionálními produkty a bioprodukty, večerky, lékárny, drogerie, parfumerie a obchody se zdravotními pomůckami. Nabídku v maloobchodě mohou doplnit i farmářské či příležitostné trhy. Hlavním úkolem centra města je uspokojit poptávku obyvatel žijících ve městě, obyvatel městských částí spádové oblasti a taktéž turistů (Ježek & Krbová, 2020).

Ježek a kol. (2019) dodávají, že atraktivitu centra měst, jako nákupních lokalit ovlivňuje řada faktorů. Jedním z faktorů ovlivňujících atraktivitu měst může být dostupnost městského centra s možností parkování. Dále městské prostředí a jeho atmosféra, image centra města, nebo mix nabízeného zboží a služeb. Správný mix zboží a služeb by měl uspokojit poptávku stálých hostů a zvýšit tak obrat podnikatelských subjektů. Významnou roli v tomto sehrávají takzvané magnety. Tehdy jimi byli například obchody s výbavou pro sport, mezitím se jejichž prodej od té doby přesunuje do online prostředí. V současné době jsou kamenné prodejny vyhledávány především kvůli vystavení zboží v tzv. showroomech, kde je možné si vystavené zboží vyzkoušet. Lákadlem pro nákupy v centrech měst je velmi často zábava a volnočasové aktivity, jako jsou multikina, virtuální realita, eventy a mnoho dalšího. Obchodní centra jsou zas lákadly pro centra menších měst.

Trembošová a kol. (2022) uvádí, že v dnešní době rychle měnící se podmínky v technologiích, ekonomice, v zaměstnanosti a tím i ve společnosti určují charakter prodejních procesů maloobchodů na různých úrovních. Obchodníci, kteří provozují kamenné prodejny, musí velmi často vylepšovat kvalitu svých prodejních služeb, nebo musí upravovat stávající nabídku a vytvářet nové formáty prodejen, aby mohly odrážet měnící se požadavky spotřebitelů. Stejně tak i online prodejci se musí naučit porozumět různým požadavkům spotřebitelů. Podle analytiků internetový obchod tvoří jednu desetinu celosvětových maloobchodních tržeb. V současné době se nakupování přesouvá do online prostředí o dost rychleji, než se původně předpokládalo. Rozvoj internetového obchodu nabádá maloobchodníky v kamenných prodejnách hledat cesty, jak se přiblížit spotřebitelům, a nalákat je tak zpátky do svých prodejen, a především si je udržet. Přizpůsobení se spotřebitelské poptávce a chování změnilo síť maloobchodu od statické po dynamickou, která se snaží být konkurenceschopná zavedením technologických trendů.



## 4 Maloobchod a maloobchodní síť v centru města Chomutov

Město Chomutov je statutárním městem, které nalezneme v severozápadní části České republiky na území Ústeckého kraje přibližně 49 km od krajského města Ústí nad Labem. Chomutov zaujímá plochu 29,25 km<sup>2</sup>, s počtem obyvatel 46 263.<sup>1</sup> Pro provedení maloobchodního výzkumu v centru Chomutova bylo dle urbanistických jednotek zvoleno historické jádro a jeho blízké okolí (Chomutov Střed). Jedná se tedy o lokalitu původního středověkého půdorysu, které bylo z větší části zachováno, a okolních ulic.

V centru města v době výzkumu, tj. ke dni 7. ledna 2023 se nacházelo celkem 134 maloobchodních jednotek, včetně prodejen v nákupních centrech a supermarketů. Sčítány byly „kamenné obchody“, kde bylo třeba zjistit **název a adresu s číslem popisným, prodejní plochu** (zjišťována byla čistá prodejní plocha bez skladových, kancelářských či manipulačních prostor), **sortimentní rozsah**, dále zda se jedná o **prodej samoobslužný, prodej volným výběrem, kombinovaný prodej** nebo **pultový prodej**, zda jde o **filiálku**, jaká je **cenová úroveň a exkluzivita zboží** a také **doplňující údaje**, který se týká označení tzv. „vietnamské“ prodejny, nebo zda se prodejna nachází v určitém obchodním centru. Stánkový prodej a e-shopy byly v průzkumu vynechány. Činnost všech maloobchodních jednotek nacházejících se ve městě se řadí do CZ – NACE – 47 – Maloobchod, vyjma motorových vozidel. Rozčlenění pomocí klasifikace ekonomických činností CZ – NACE se seznamem všech obchodů nalezneme v přílohách. Obchody nacházející se v centru města byly rozděleny do skupin podle sortimentu. Všechny zjištěné výsledky byly interpretovány do map.

Jak již bylo zmiňováno, stav maloobchodní sítě v roce 1989, byl získán za pomoci rozhovorů s pamětníky, analýzou velmi náročné dobové fotodokumentace a také návštěvou Poštovního muzea v Praze, kde byla možnost nahlédnout do starých telefonních seznamů z let 1989–1990, kde se nacházelo několik jednotlivých prodejen z tohoto období. Před rokem 1989 nebyla maloobchodní síť na území města Chomutov evidována vůbec. Žádný z úřadů v Chomutově bohužel tato relevantní data o maloobchodních jednotkách nezpracovává, či neposkytuje. Data z období roku 1989

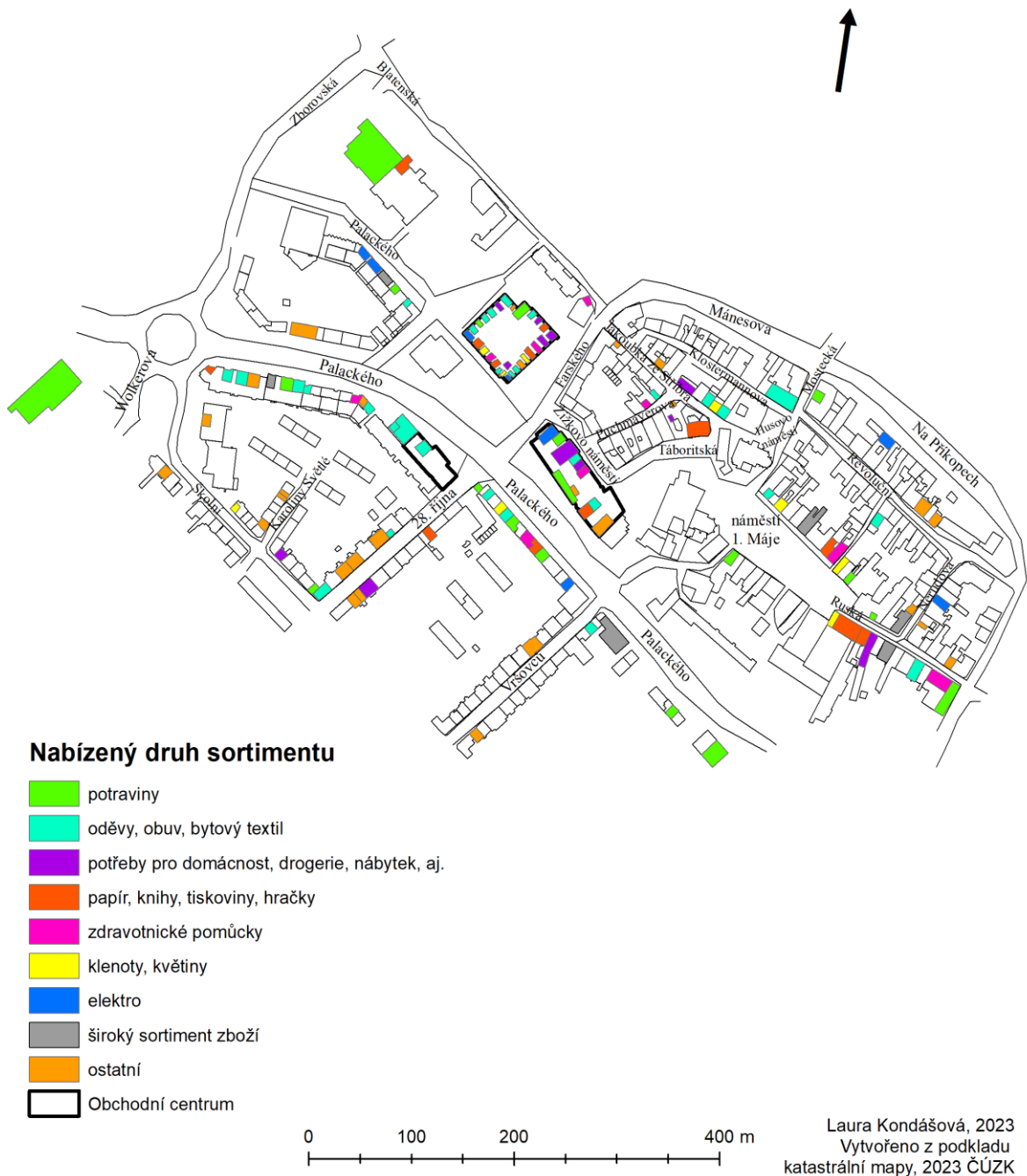
---

<sup>1</sup> stav k 1.1.2022 (Český statistický úřad, 2022a)

proto mohou být nepřesné či nekompletní. Mapa obchodů z konce 80. let je spíše orientačního charakteru, aby mohla ukázat změny proti dnešku.

Obr. 1: Mapa sortimentní struktury maloobchodní sítě v centru města Chomutov

## Sortimentní struktura maloobchodů v centru města Chomutov



Zdroj: vlastní šetření, poklad katastrální mapy 2023, ČÚZK

## 4.1 Umístění maloobchodních jednotek v centru města Chomutov

Mapa (obr. 1) zobrazuje jak sortimentní strukturu, tak i rozmístění maloobchodních jednotek. Nejvyšší počet maloobchodních jednotek se nachází v ulici Palackého, kde je celkem 32 maloobchodů, a k tomu jeden obchodní dům s názvem „Galerie Pošta“ (obr. 2 zobrazuje pohled na ulici Palackého). Je to především díky tomu, že Palackého ulice se nachází na několika set metrů dlouhém a frekventovaném úseku se čtyřproudovou vozovkou a chodníkem v rámci středu města.

Dále, jak je patrné z mapy č. 1, v samotném středu města na Palackého ulici se napojuje ulice Farského, na které se nachází nákupní centrum „Chomutovka“. Hned naproti na Žižkovo náměstí se nachází nákupní pasáž „Central“, která má dva vstupní vchody jak z ulice Táborské, tak z velmi frekventované Palackého ulice. V nákupním centru „Chomutovka“ a v obchodní pasáži „Central“ se nachází vysoký počet prodejen a služeb, které patří mezi nejvíce navštěvované maloobchodní jednotky centra města.

Také na hlavním náměstí 1. Máje (obr. 2) najdeme celkem devět maloobchodů, i přesto, že se zde nachází několik služeb (banky, kanceláře, restaurace, kavárny, aj.). Například v Ruské ulici, která je napojená na náměstí, najdeme 10 maloobchodů a několik služeb, nebo na ulici Jakoubka ze Stříbra se nachází 7 maloobchodů, což je nezanedbatelné množství, vzhledem k tomu, že tyto výše zmíněné ulice patří k více frekventovaným částem pěších zón města. K velmi frekventovaným ulicím patří i ulice Táborská, na které se vyskytují pouze služby (restaurace, manikúra, pedikúra). Ostatní ulice patří k méně frekventovaným, i když se i tam nachází nějaké obchody.

Obr. 2: Dnešní pohled na ulici Palackého



Zdroj: vlastní fotografie

Obr. 3: Dnešní pohled na náměstí 1. Máje z obou stran



Zdroj: Vlastní fotografie

## 4.2 Maloobchodní nabídka v centru města Chomutov

Terénní šetření bylo prováděno autorem práce v lednu 2023 v samotném centru Chomutova, kde bylo nutné osobně navštívit každou maloobchodní jednotku zvlášť, a na základě pozorování a rozhovorů s vedoucími prodejen zjistit ukazatele, které budou jednotlivě rozebrány v jednotlivých podkapitolách této práce. Jedná se tedy o následující ukazatele:

- **název a adresa s číslem popisným,**
- **čistá prodejní plocha,**
- **sortimentní rozsah,**
- **forma prodeje,**
- **filializace obchodů,**
- **cenová úroveň zboží,**
- **exkluzivita zboží,**
- **doplňující údaj,** který se týkal označení tzv. „vietnamské“ prodejny, nebo pokud se obchod nacházel v určitém obchodním centru.

#### 4.2.1 Prodejní plocha maloobchodních jednotek v centru města Chomutov

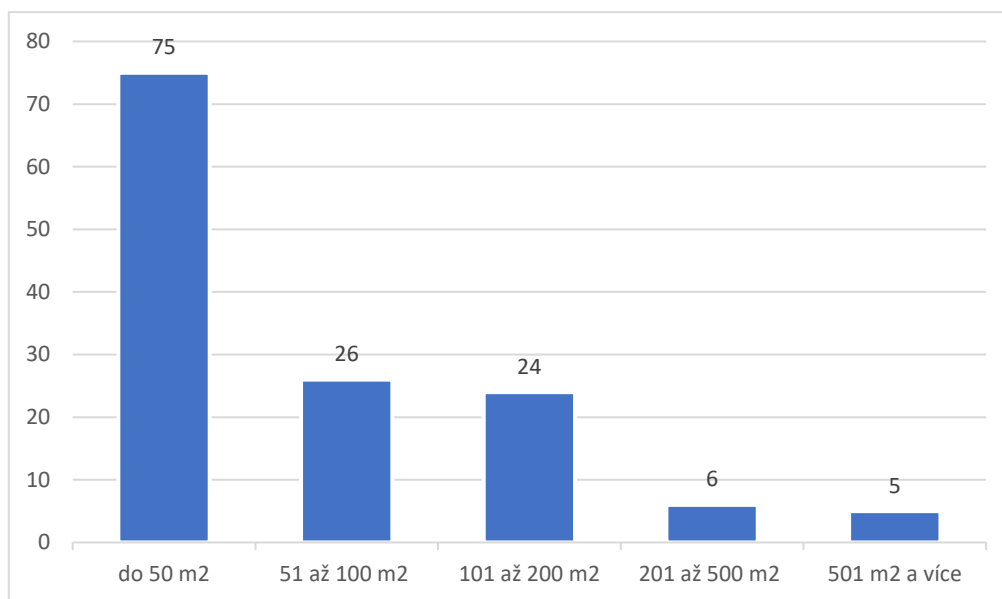
Obr. 4: Mapa velikosti prodejní plochy maloobchodů v centru města Chomutov

Velikost prodejní plochy maloobchodů v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, poklad katastrální mapy 2023, ČÚZK

Obr. 5: Velikostní struktura maloobchodních jednotek v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, 2023, N = 134

Při pohledu na mapu (obr. 4) a graf (obr. 5) můžeme vidět, že více jak polovina maloobchodních jednotek má v centru města rozlohu do 50 m<sup>2</sup>. Na druhém místě jsou obchody s prodejní plochou 51 až 100 m<sup>2</sup>. Obchodů s prodejní plochou 101 až 200 m<sup>2</sup> se v městském centru nachází celkem 24. Pouze šest obchodů má prodejní plochu v rozmezí 201 až 500 m<sup>2</sup>. Prodejní plochu větší než 500 m<sup>2</sup> mělo ve městě celkem pět prodejen.

Co se týče rozlohy nákupního centra „Chomutovka“, tak toto nákupní centrum zaujímá plochu o rozloze 10 000 m<sup>2</sup>, kde se nachází, jak již bylo zmiňováno celkem 28 obchodů. Většina obchodů zaujímá plochu do 50 m<sup>2</sup> a plochu v rozmezí 101 až 200 m<sup>2</sup>, pouze jeden z obchodů zaujímá plochu více než 500 m<sup>2</sup>, jedná se o supermarket Tesco. Nákupní pasáž „Central“ má rozlohu celkem 4 400 m<sup>2</sup>, kde se nachází 11 obchodů. Většina má taktéž rozlohu do 50 m<sup>2</sup>. Pouze dvě prodejny mají rozlohu v rozmezí 101 až 200 m<sup>2</sup> a tři prodejny mají rozlohu v rozmezí 51 až 100 m<sup>2</sup>. Obchodní dům „Galerie Pošta“ má rozlohu 1 303 m<sup>2</sup>, ve které se nachází pouze jedna prodejna s oblečením, která má rozlohu v rozmezí 51 až 100 m<sup>2</sup>.



#### 4.2.2 Sortimentní rozsah nabízeného zboží v centru města Chomutov

Tab. 1: Skupiny sortimentního rozsahu nabízeného zboží v centru města Chomutov

<b>Skupiny sortimentního rozsahu</b>	
<b>Sortimentní skupina</b>	<b>Počet obchodů</b>
potraviny	19
oděvy, obuv, bytový textil	32
potřeby pro domácnost, drogerie, nábytek, aj.	12
papír, knihy, tiskoviny, hračky	13
zdravotnické potřeby	9
klenoty, květiny	10
elektro	8
široký sortiment zboží	6
ostatní	25

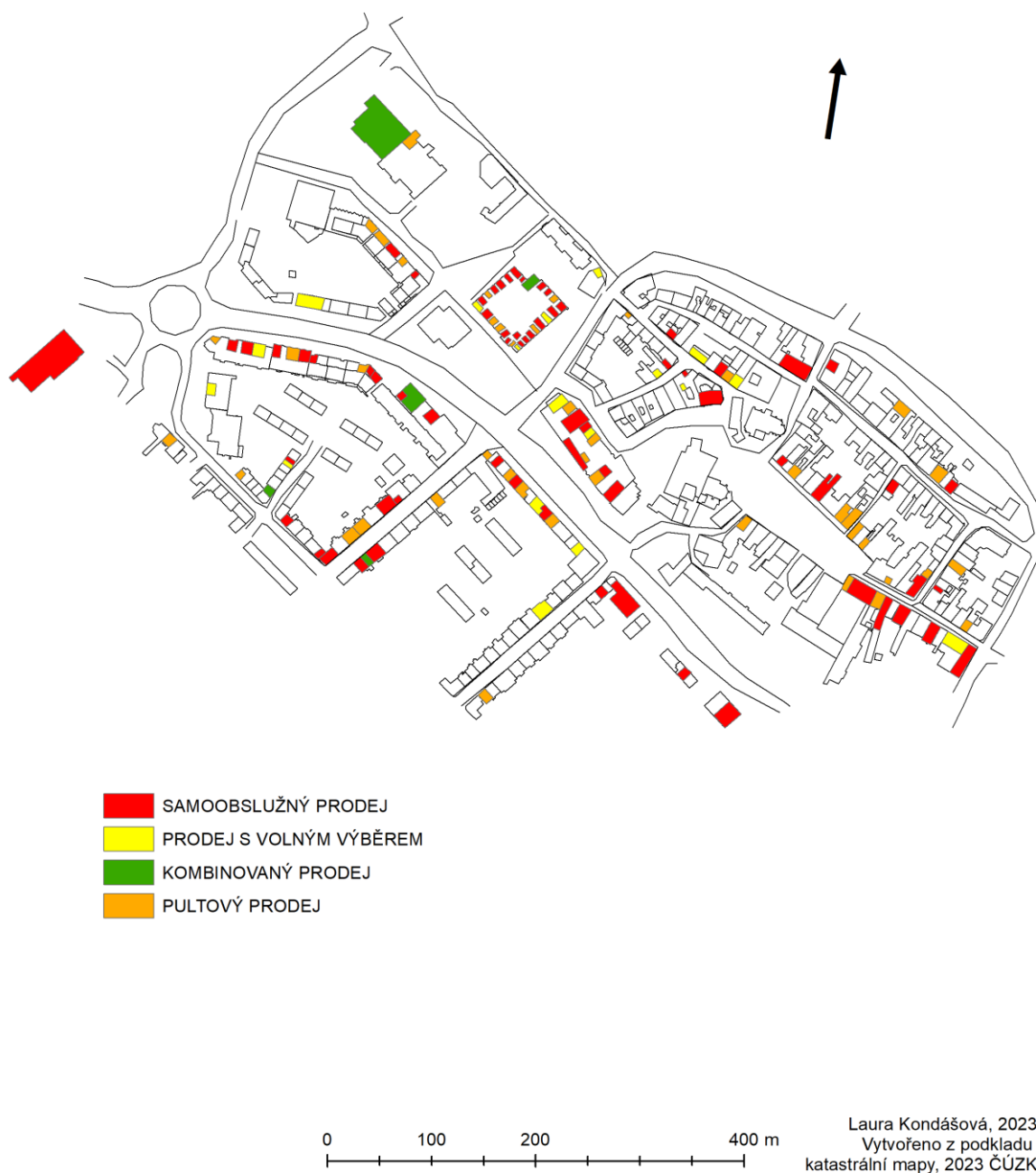
Zdroj: Vlastní šetření, 2023, N = 134

V tabulce č. 1 a taktéž na mapě (obr. 1) můžeme vidět, že nejčetnější skupinou nabízeného sortimentu v obchodech v centru města Chomutov jsou oděvy, obuv a bytový textil, kterých se v centru nachází celkem 32. Většinou tyto obchody nalezneme na nejvíce frekventovaných ulicích nebo v konkrétním obchodním centru. Další četnou skupinou nabízeného sortimentu jsou prodejny, které nabízejí potravinářské zboží, obchody s potřebami pro domácnost nebo obchody nabízející papír, knihy, tiskoviny a hračky. Naopak nejméně zastoupené obchody v centru jsou specializované obchody. Jedním z příkladů může být zámečnictví, lovecké či zahradnické potřeby, a další.

### 4.2.3 Forma prodeje nabízená obchody v centru města Chomutov

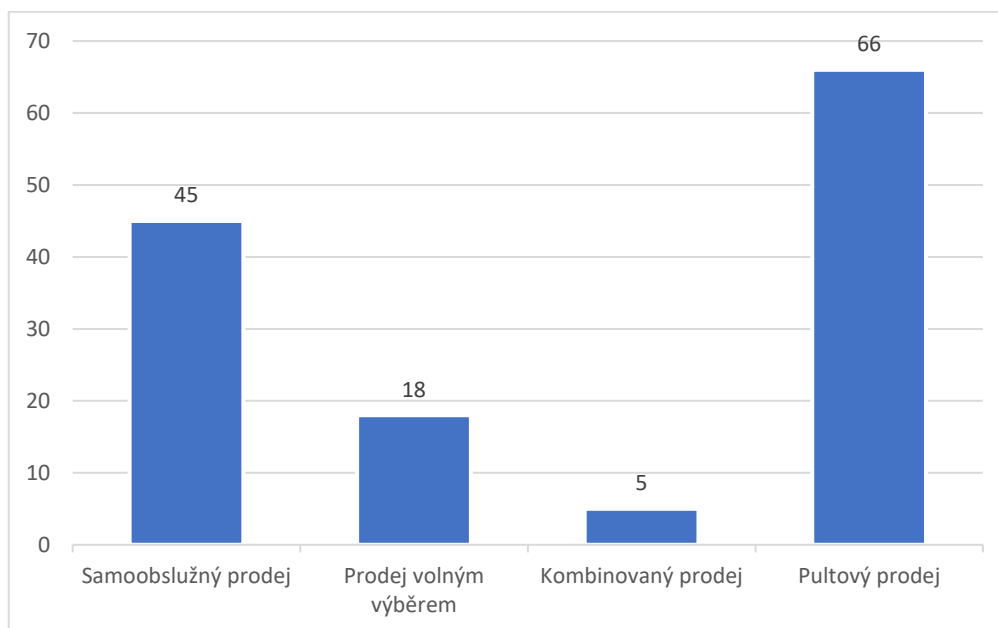
Obr. 6: Mapa prodejních forem maloobchodů v centru města Chomutov

Forma prodeje maloobchodů v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, poklad katastrální mapy 2023, ČÚZK

Obr. 7: Forma prodeje maloobchodních jednotek v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, 2023, N = 134

Při pohledu na graf (obr. 7) a mapu (obr. 6), můžeme vidět, že ve středu města převažuje forma pultového prodeje, kde tuto formu prodeje nabízí celkem 66 prodejen. Jedná se především o obchody s klenoty, květinářství, lékárny, ale také obchody se zbožím potravinářským (např. lahůdky, řeznictví, pekárny). Formu samoobslužného prodeje má v centru města celkem 45 prodejen, mezi které patří prodejny s oděvy, obuví a bytovým textilem, a prodejny, které nabízejí také potravinářské zboží (např. večerky, Lidl). Formu prodeje volným výběrem v centru města nabízí celkem 18 obchodů a formu kombinovaného prodeje pouze 5 prodejen.

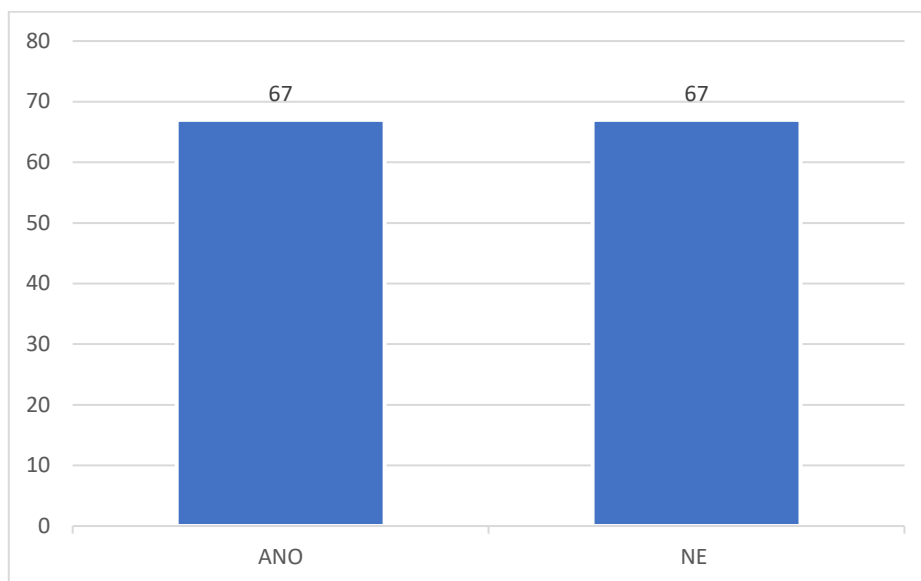
#### 4.2.4 Filializace maloobchodních jednotek v centru města Chomutov

Obr. 8: Mapa filializace obchodů v centru města Chomutova



Zdroj: Vlastní šetření, poklad katastrální mapy 2023, ČÚZK

Obr. 9: Filializace prodejen v centru města Chomutov



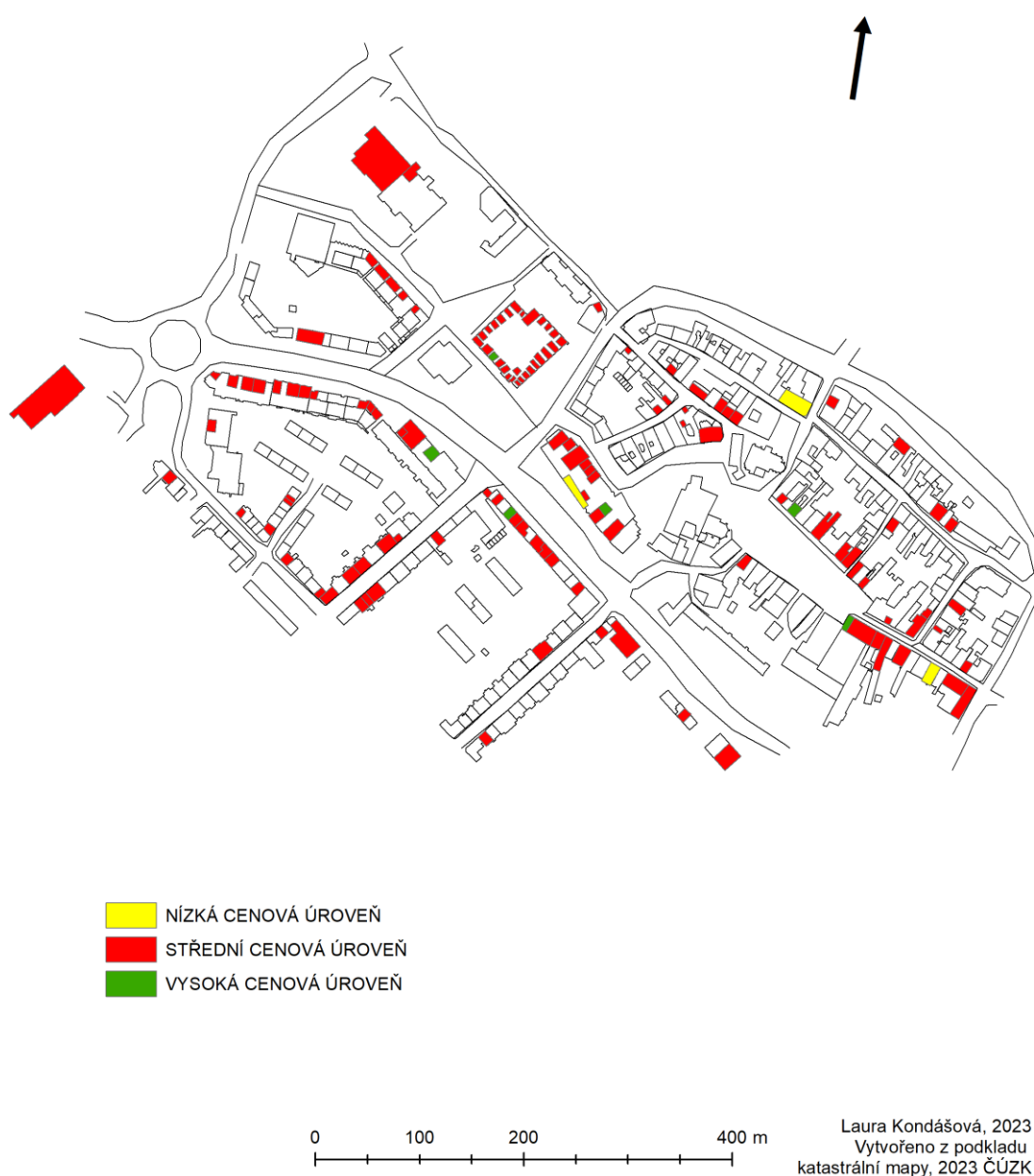
Zdroj: Vlastní šetření, 2023, N = 134

Z pohledu na mapu (obr. 8) a graf (obr. 9) je patrné, že v centru města se nachází vyrovnaný počet jak obchodů, které jsou filiálkou, tak i obchodů, které filiálkou naopak nejsou. Pobočkami Chomutovského centra jsou nejčastěji prodejny s oděvy, klenotnictví, lékárny aj. Jak na mapě můžeme vidět, tak v obchodním centru „Chomutovka“, všech 28 prodejen je filiálkou a má pobočky rozmístěné různě po celé České republice.

#### 4.2.5 Cenová úroveň zboží v centru města Chomutov

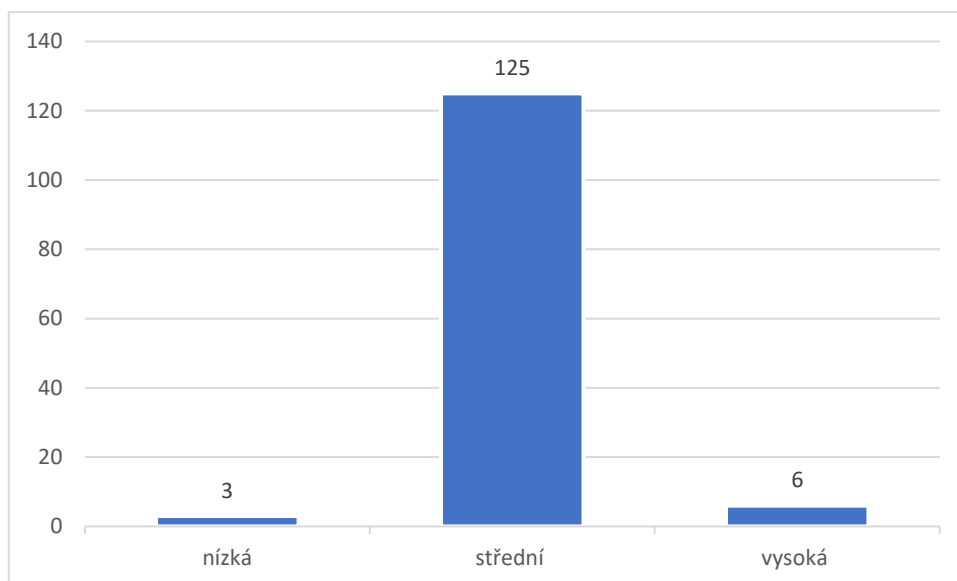
Obr. 10: Mapa hodnocení cenové úrovně zboží v centru města Chomutova

Hodnocení cenové úrovně zboží v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, poklad katastrální mapy 2023, ČÚZK

Obr. 11: Hodnocení cenové úrovně zboží nabízeného v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, 2023, N = 134

Na mapě (obr.10) a na obrázku č. 11, můžeme vidět cenovou úroveň zboží nabízeného obchody ve městě Chomutov, kdy byla skoro ve všech obchodech vyhodnocená především jako středně vysoká. Celkem šest prodejen nabízí zboží vysoké cenové úrovně. Jedná se zejména o prodejny, které nabízejí klenoty a drahé kameny. Pouze tři prodejny byly vyhodnoceny jako prodejny, které nabízejí zboží nízké cenové úrovně. Jedná se o dvě prodejny s použitým oblečením, a o prodejnu s extra levnými potravinami.

Na mapě (obr. 10) můžeme vidět, že prodejny nízké cenové úrovně, se sice nacházejí v samotném centru města, ale zároveň na jeho kraji. Pouze prodejna s extra levnými potravinami se nachází v obchodní pasáži „Central“. Prodejny s vysokou cenovou úrovní, se nacházejí ve středu centra, kde se dvě prodejny s klenoty nacházejí na hlavním náměstí 1. Máje, jedna prodejna v ulici Palackého a zbylé tři prodejny se nacházejí po jednom v každém z nákupních center. Obchody se středně vysokou cenovou úrovní, nalezneme na každé jedné ulici centra města.

#### 4.2.6 Exkluzivita zboží v centru města Chomutov

Obr. 12: Mapa hodnocení exkluzivity zboží v obchodech v centru města Chomutova

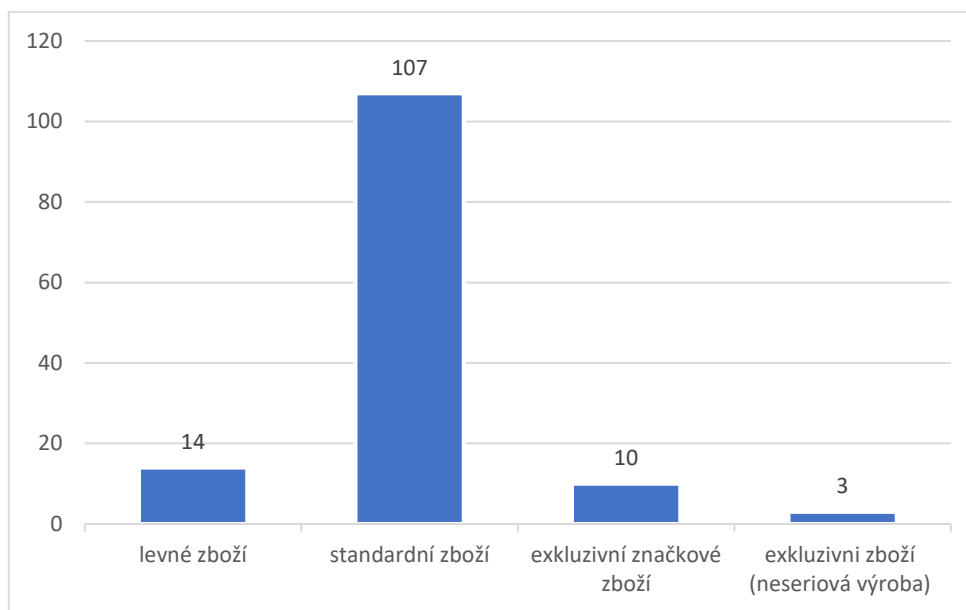
Hodnocení exkluzivity zboží v obchodech v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, poklad katastrální mapy 2023, ČÚZK



Obr. 13: Exkluzivita nabízeného zboží v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, 2023, N = 134

Ze šetření vyplývá, že většina obchodů v centru města nabízí zboží, které spadá do kategorie standardního zboží. Obchodů, které nabízí levné zboží, se ve městě nachází celkem čtrnáct. Mezi ně patří především „vietnamské“ prodejny s oděvy a nesespecializované prodejny s širokým sortimentem zboží. Exkluzivní značkové zboží nabízí v centru města deset prodejen, a exkluzivní zboží neseriové výroby nabízí v Chomutově pouze tři prodejny.

Na mapě (obr. 12) můžeme vidět, že obchody se zbožím standardním jsou umístěny opět na každé z ulic. Co se týče obchodů s levným zbožím, ty se nachází převážně na jedné z nejfrekventovanějších ulic centra, a to v ulici Palackého a Ruské. Jak již bylo zmiňováno jedná se především o „vietnamské“ prodejny. Značkové obchody jsou umístěny zejména v obchodních centrech, ale i na náměstí 1. Máje či Palackého ulici. Jedná se hlavně o prodejny s drahými kameny a klenoty, či o prodejny s oděvy světových či tuzemských značek.

#### 4.2.7 Šíře sortimentu zboží v centru města Chomutov

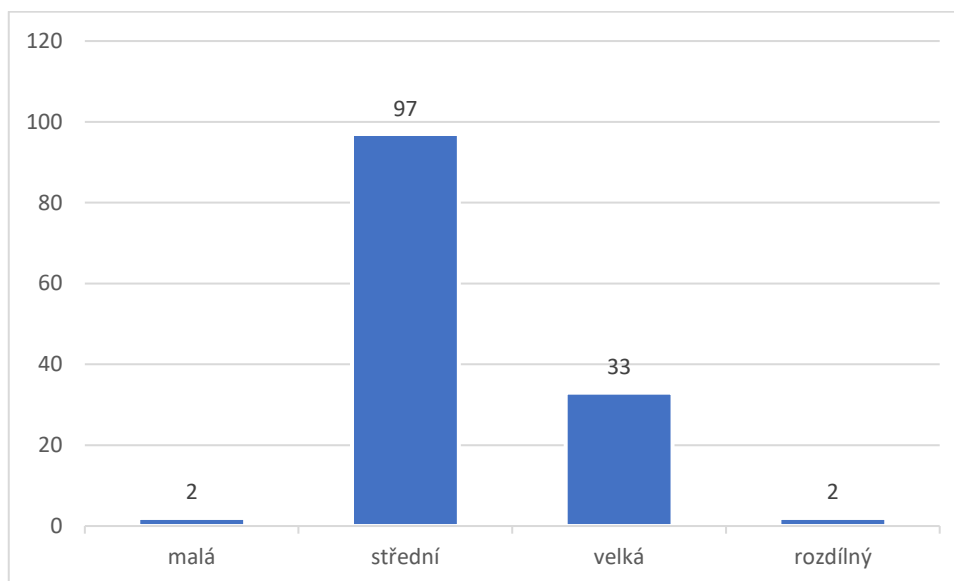
Obr. 14: Mapa hodnocení šíře sortimentu zboží v obchodech v centru Chomutova

Hodnocení šíře sortimentu zboží v obchodech v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, poklad katastrální mapy 2023, ČÚZK

Obr. 15: Hodnocení šíře sortimentu zboží v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, 2023, N = 134

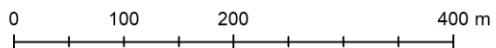
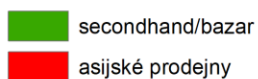
Při pohledu na graf (obr.15), můžeme vidět, že většina prodejen má širší sortimentu vyhodnocenou, jako střední. Celkem 33 prodejen má širší sortimentu velkou, mezi ně se řadí např. prodejny s potravinami, drogistickým zbožím, a hlavně „vietnamské“ prodejny s nejrůznějším sortimentem. Šíře sortimentu nabízeného zboží, která je vyhodnocená jako malá nebo rozdílná, se v Chomutově nacházejí z každé skupiny pouze dvě prodejny. U malé šíře je to prodejna s knihami a filatelie, a u šíře rozdílné jsou to prodejny s nábytkem.

Jak můžeme vidět, na mapě (obr. 14), obchody se střední šíří sortimentu, se taktéž nachází na každé z ulic. Co se týče obchodů se širší sortimentu vyhodnocenou jako malou, se v centru Chomutova, jak již bylo zmíněno nachází pouze dvě prodejny a najdeme ji v ulici Vršovců a v ulici Ruské. Obchody s velkou šíří sortimentu, jsou umístěné především v historickém jádru Chomutova a v obchodních centrech, ale také na jedné z nejvíce frekventovanějších ulic (ulice Palackého) a na kraji centra, kde jsou umístěné supermarkety. Obchody s rozdílnou šíří sortimentu (prodejny s nábytkem) jsou umístěné ve značné blízkosti v ulici Jakoubka ze Stříbra a Puchmajerově ulici v pasáži Praha.

#### 4.2.8 Asiatizace a secondhandizace

Obr. 16: Mapa Asiatizace a secondhandizace maloobchodní sítě v centru Chomutova

Asiatizace a secondhandizace v centru města Chomutov



Laura Kondášová, 2023  
Vytvořeno z podkladu  
katastrální mapy, 2023 ČÚZK

Zdroj: Vlastní šetření, podklad katastrální mapy, 2023, ČÚZK

Konec 80. let minulého století s sebou přináší velké změny, a to i včetně maloobchodu. Jak již bylo výše psáno asiatické je podle Szczyrby (2006) specifickým transformací českého maloobchodu, jehož nabídka je zahrnována nabídkou levných a úzce specializovaných prodejen. Jde o zboží, které je neznačkové nebo o plagiáty různých světových značek (viz kapitola v teoretické části o Vývoji maloobchodu v České republice).

Tab. 2: Seznam vietnamských prodejen ve městě Chomutov v porovnání let 2012 a 2023

2012	2023
<b>A-Z obchod náměstí 1. Máje 8</b>	<b>A-Z obchod náměstí 1. Máje 8</b>
<b>Obchodní centrum samoobsluha Ruská 65/1</b>	<b>T&amp;T obchodní centrum Ruská 65/1</b>
<b>Obchodní centrum Asia Ruská 82</b>	<b>Obchodní centrum Asia Ruská 82</b>
Tabák – noviny <i>Palackého 5662</i>	Potraviny večerka <i>Nové Palackého 5662</i>
<b>Jeans Shop <i>Palackého 4274</i></b>	<b>Jeans Shop <i>Palackého 4274</i></b>
<i>B&amp;H Palackého 4276</i>	Dámské a pánské oděvy <i>Palackého 4276</i>
<b>Svět ovoce a zeleniny <i>Palackého 4276</i></b>	<b>Svět ovoce a zeleniny <i>Palackého 4276</i></b>
<b>H&amp;H <i>Palackého 4275</i></b>	<b>H&amp;H minimarket <i>Palackého 4275</i></b>
<b>Textil, obuv <i>Palackého 4277</i></b>	<b>Textil, obuv <i>Palackého 4277</i></b>
<b>Centrum – obuv, oděvy <i>Palackého 4279</i></b>	<b>Centrum – obuv, oděvy <i>Palackého 4279</i></b>
<b>Večerka potravina <i>Školní 3648</i></b>	<b>Večerka potraviny <i>Školní 3648</i></b>
<i>Ovoce-zelenina Palackého 5662</i>	Potraviny u Adama <i>Ruská 230/20</i>
<i>Milano shop Palackého 4273</i>	Potraviny večerka <i>Mostecká 42</i>
<i>K&amp;V domácí potřeby, drogerie, dárkové zboží K. Světlé 3629</i>	Potraviny večerka <i>Palackého 4062</i>
	<i>D-C Obchodní centrum Palackého 4082</i>
	<i>Bílý Plus s.r.o. Palackého 5271</i>
	<i>T&amp;H Obchodní dům Palackého 4502</i>

Zdroj: Vlastní šetření, 2023

V porovnání let 2012 a 2023 v Chomutově vzrostl počet o tři prodejny. V roce 2012 se v centru Chomutova nacházelo čtrnáct „vietnamských“ prodejen. V současné době se v centru města nachází celkem sedmnáct prodejen, z toho jeden obchodní dům, kterého prodejní plocha je větší než 500 m<sup>2</sup>. Někteří majitelé ve městě podnikají již více jak deset let a provozují své prodejny do současné doby se stejným sortimentem (9 prodejen). Jiní své podnikání ukončili, nebo svůj sortiment rozšířili či začali podnikat ve stravovacích zařízeních nebo ve službách (manikúra, pedikúra, aj.). Většina

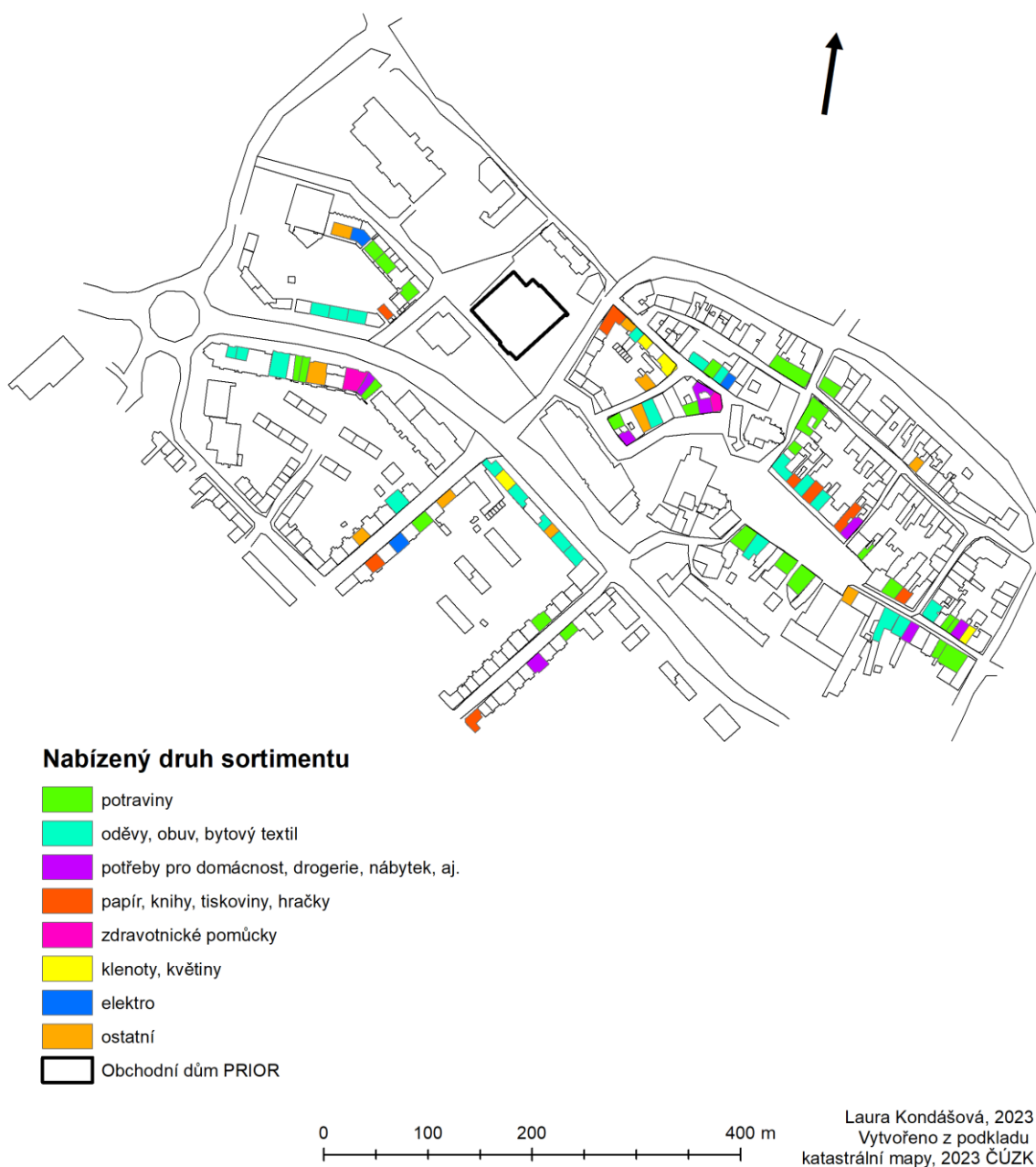
„vietnamských“ prodejen je lokalizována na Palackého ulici, která je tímto velmi známá. Několik „vietnamských“ prodejen se nachází v blízkosti náměstí, konkrétně v ulici Ruské a Mostecké.

Další ze změn v rámci maloobchodu je tzv. secondhandizace. Second hand v překladu znamená zboží „z druhé ruky“. Jedná se především o obchody s použitým ošacením či jiným zbožím, kterým se u nás lidově přezdívá „sekáče“. První „sekáče“ se na našem území začali objevovat na začátku 90. let 20. století. Sortiment zboží se samozřejmě neomezuje pouze na oblečení, ale zahrnuje i například prodej elektroniky, nábytku, hraček a mnoho dalšího. V současné době se v centru města nachází pouze čtyři maloobchodní jednotky (2 secondhandy, 2 bazary), které zahrnují secondhandy a bazary.

### 4.3 Vývoj maloobchodní sítě v centru města Chomutov

30.

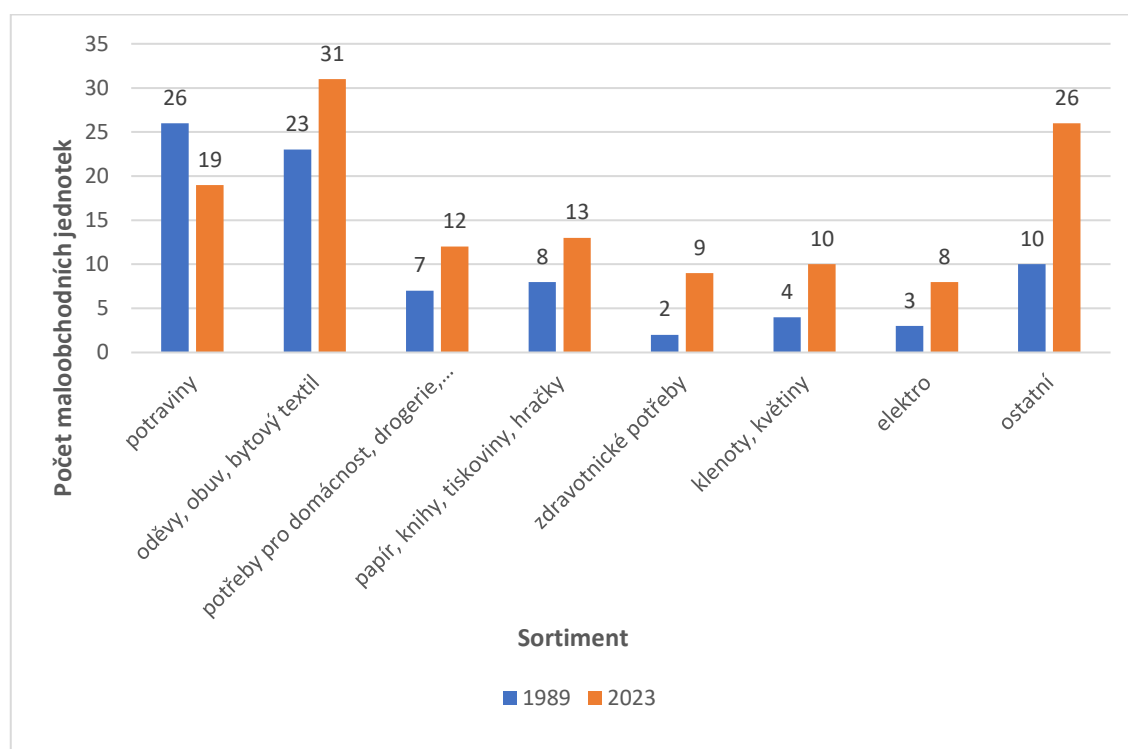
Sortimentní struktura maloobchodu na konci 80. let v centru města Chomutov



Zdroj: Vlastní šetření, podklad katastrální mapy, 2023, ČÚZK

V období transformace došlo k nárůstu a rozšíření jednotlivých sortimentních skupin díky vstupu zahraničních firem na trh. Na obrázku č. 18, zobrazujícím sortimentní strukturu jednotek maloobchodu, je patrný nárůst ve všech sortimentních skupinách kromě potravin, kde počet prodejen v roce 1989 převyšoval počet v roce 2023 o sedm. Největší nárůst v počtu prodejen se objevil v sortimentní skupině se zdravotnickými potřebami, kde v roce 1989 existovaly pouze dvě prodejny v centru města, dnes jich je 9. Naopak nejmenší nárůst můžeme sledovat v sortimentní skupině s papírem, knihami, tiskovinami a s hračkami, kdy se v minulosti nacházelo 8 prodejen, v současnosti jich je 13.

Obr. 18: Struktura sortimentu maloobchodních jednotek v centru města Chomutov na konci 80. let 20. století a v roce 2023



Zdroj: vlastní šetření

Sortiment zboží nabízený v obchodech v tehdejší době nebyl nijak rozmanitý. V roce 1989 zde bylo nejvíce prodejen s potravinami (26), po kterých následovaly prodejny s oděvy, obuví a bytovým textilem (23). Dále ostatní specializované prodejny (10), prodejny s papírem, knihami, tiskovinami a hračkami (8), prodejny s potřebami pro domácnost, drogerie, nábytek aj. (7), klenoty a květiny (4), elektro (3) a zdravotnické potřeby (2).



V roce 2023 v Chomutovském centru převládají prodejny s oděvy, obuví a bytovým textilem (31), dále ostatní specializované prodejny (26), prodejny s potravinami (19), prodejny s papírem, knihami, tiskovinami a hračkami (13), prodejny s potřebami pro domácnost, drogerie, nábytek aj. (12), klenoty a květiny (10), zdravotnické potřeby (9), elektro (8) a prodejny se širokým sortimentem zboží (6).

Tab. 3: Stav prodejen v centru města Chomutov v porovnání s rokem 1989 a 2023

Sortiment	1989	2023
potraviny	26	19
oděvy, obuv, bytový textil	23	32
potřeby pro domácnost, drogerie, nábytek, aj.	7	12
papír, knihy, tiskoviny, hračky	8	13
zdravotnické potřeby	2	9
klenoty, květiny	4	10
elektro	3	8
ostatní	10	25
široký sortiment zboží	x	6
<b>celkem</b>	<b>83</b>	<b>134</b>

Zdroj: vlastní šetření, 2023

Při pohledu na mapy (obr. 1 a 17) můžeme vidět, že se struktura maloobchodních jednotek v centru města Chomutov, v porovnání s obdobím konce 80. let a rokem 2023, značně vyvíjela. Na konci 80. let bylo v centru města zmapováno přibližně 84 maloobchodních jednotek, z toho jeden obchodní dům „Prior“, kde se tehdy nacházelo kolem 35 prodejen (bohužel seznam prodejen nebyl dostupný, proto počet prodejen nebyl v tomto průzkumu použitý). Dnes se nachází na stejném místě (v ulici Farského s číslem popisným 4732) nákupní centrum, které nese název „Chomutovka“ s celkem 28 prodejny různého sortimentu.

V roce 2023 bylo v centru města Chomutov sečteno celkem 134 maloobchodních jednotek, včetně prodejen v obchodním centru „Chomutovka“ (28 prodejen), „Galerie Pošta“ (1 prodejna) a „Central“ (11 prodejen). V Palackého ulici s číslem popisným 5625, kde stojí dnešní obchodní centrum „Galerie Pošta“, se tehdy nacházela budova Hlavní pošty Chomutov. V prostorách tohoto centra nalezneme především služby a pouze jednu prodejnu s oděvy, většina prostorů je prozatím prázdná či v rekonstrukci. V místech dnešního obchodního centra „Central“ na Žižkově náměstí s číslem popisným 5762, se v tehdejší době nacházelo autobusové nádraží, které bylo během

října a listopadu roku 2006 zbořeno a na jeho místě postaveno právě toto obchodní centrum.

Obr. 19: Obchodní dům Prior na konci 80. let 20. století



Zdroj: Robert John

Obr. 20: Dnešní pohled na Obchodní centrum Chomutovka



Zdroj: vlastní fotografie

Obr. 21: Hlavní pošta Chomutov na Palackého ulici na konci 80. let 20. století



Zdroj: Robert John

Obr. 22: Obchodní dům Galerie Pošta na ulici Palackého



Zdroj: vlastní fotografie

Obr. 23: Autobusové nádraží na Žižkovo náměstí na konci 80. let 20. století



Zdroj: Robert John

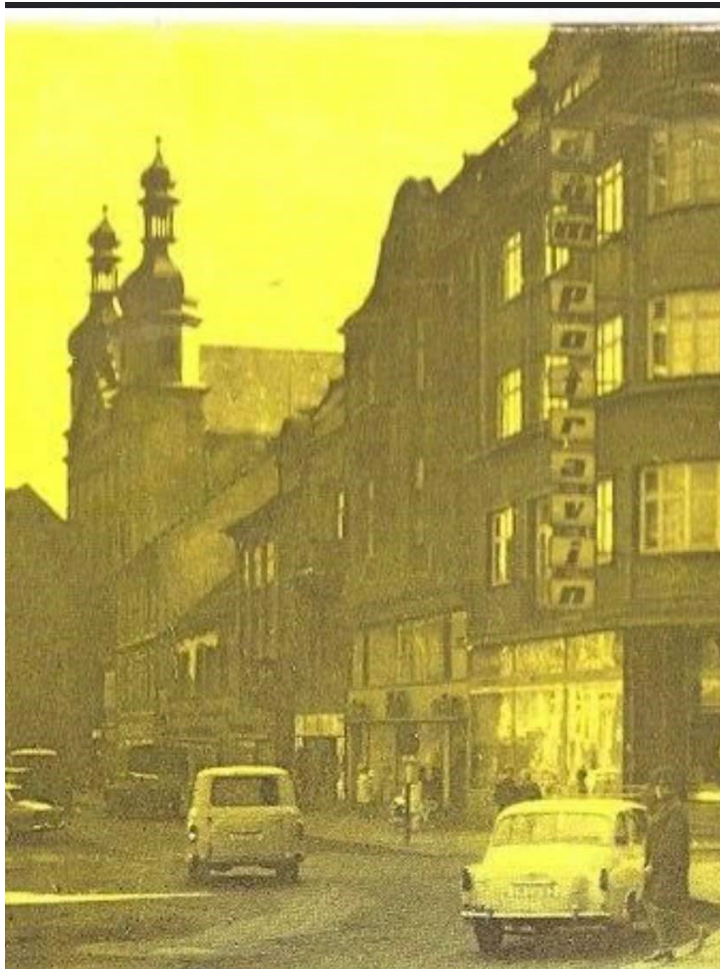
Obr. 24: Dnešní pohled na Žižkovo náměstí a bývalé autobusové nádraží



Zdroj: vlastní fotografie

Ve sledovaném Chomutovském centru se nachází několik obchodů, se stejným či podobným výběrem zboží. Například prodejna klenotnictví na Palackého ulici 4089, se na stejném místě nachází i s původním majitelem již od revoluce. Hned vedle, v budově s číslem popisným 4090, se nacházela prodejna s koženou galantérii, a taktéž v ulici Palackého s číslem popisným 4272 se nacházela lékárna. Nebo také v Ruské ulici v budově s číslem popisným 15 bylo řeznictví. Všechny tyto tři prodejny zde nalezneme dodnes. Dalším příkladem může být prodejna s potravinami na náměstí 1. Máje, nazývaná jako „Dům potravin“ nebo „Domeček“, jehož součástí byla i denní vinárna. Dnes bychom na stejné adrese našli pekárnu. V ulici 28. října, kde se dnes nachází obuvnictví S. Fuliera, se v roce 1989 nacházela prodejna s partiovou obuví. V Chomutově se nachází ještě několik prodejen, které nabízí stejnou či podobnou nabídku sortimentu.

Obr. 25: Dům potravin na náměstí 1. Máje na konci 80. let



Zdroj: Robert John

Obr. 26: Dnešní pohled na bývalý „Dům potravin“



Zdroj: vlastní fotografie

V tomto odstavci budou popisovány jednotky, které se zde nacházely ke konci 80. let minulého století, ale v současné době zde nalezneme obchody nabízející jiný sortiment. Na sledovaném území, kde se měnil sortiment se nachází velmi vysoké množství prodejních jednotek. Jedním z příkladů je náměstí 1. Máje v místě nazývaném jako „Podloubí“, číslo popisné 11, dnes se zde nachází lékárna „Urtica“, v minulosti tam byla provozována prodejna s drogistickým zbožím. Taktéž na náměstí 1. Máje, číslo popisné 85, kde dnes nalezneme prodejnu s klenoty, byla v minulosti prodejna „Kovomat“, kde se prodávaly např. kola. Nedaleko od náměstí, v budově s číslem popisným 83 v ulici Ruská, kde je dnešní obchod s drogerií „Rossmann“, bychom v roce 1989 navštívili prodejnu s oděvy „Dům textilu“, kterému se také říkalo „Dlouhý“, vedle se nacházela opravna obuvi a punčoch „Obnova“. Dalším z příkladů je budova s čísle popisným 109 v ulici Jakoubka ze Stříbra, kde bychom v minulosti našli prodejnu s textilem a galantérii, dnes se zde nachází prodejnu s nábytkem. Ve stejné ulici, tentokrát s číslem popisným 711, kde se dnes nachází květinářství „U Andělky“, bychom v minulosti navštívili prodejnu s elektrospotřebiči. Taktéž

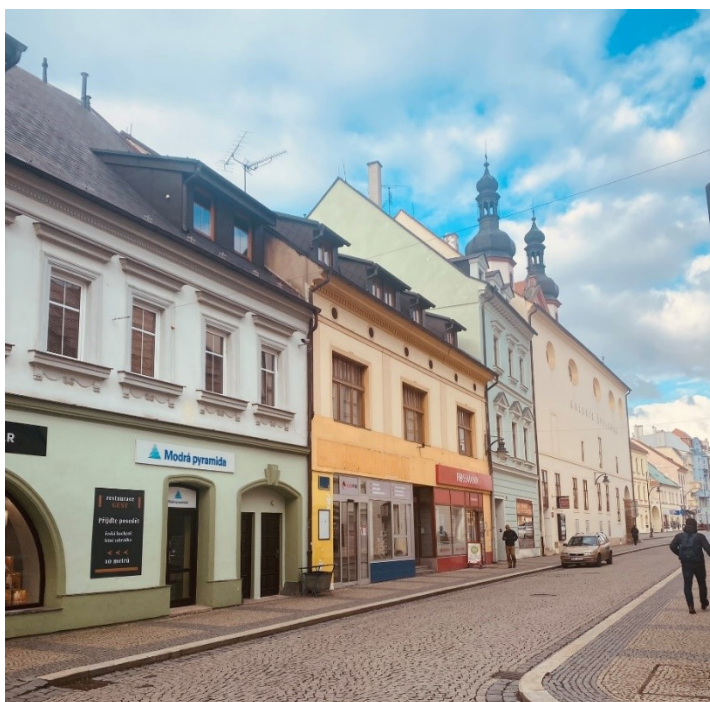
v Chomutově bychom našli vysoký počet prodejen, které nabízely v roce 1989 jiný sortiment zboží, než je tomu dnes.

Obr. 27: Dům textilu a opravna obuvi a punčoch „Obnova“ v Ruské ulici



Zdroj: Robert John

Obr. 28: Dnešní pohled na Ruskou ulici



Zdroj: vlastní fotografie

V tomto odstavci bude věnována pozornost místům, kde byly po roce 1989 umístěny obchody, ale dnes zde nalezneme služby, a naopak. V Táboritské ulici číslo popisné 118 a 117 bychom po roce 1989 našli prodejnu „Zverimex“ a prodejnu se sportovním oblečením a potřebami pro sport. Dnes na stejném místě nalezneme „vietnamskou“ restauraci a salon s manikúrou a pedikúrou. Ve stejné ulici, tentokrát v budově s číslem popisným 114 se v minulosti nacházela vyhlášená cukrárna s názvem „U kina Praha“, dnes dělá čest celému bloku domů „Pasáž Praha“, kde se nachází prodejna s cukrářskými potřebami, nábytek Černý, fotostudio, Česká pojišťovna, Salve finance a kosmetika „Venus“. Hned na rohu Táboritské ulice a Žižkova náměstí v budově s číslem popisným 120 se v minulosti nacházela prodejna se sklem, porcelánem a domácími potřebami a hned vedle prodejna s lahůdkami – polotovary. Dnes se na tomto místě nachází Raiffeisenbanka a Kebab „Azad“. Na rohu ulice Farského a Jakoubka ze Stříbra bychom v roce 1989 našli knihkupectví, které na tomto místě stálo už od dvacátých let. Dnes se zde nachází „D.A.S. pojišťovna právní ochrany“. Dále, na náměstí 1. Máje, číslo popisné 89, bychom na konci 80. let minulého století našli, pro místní obyvatelé velmi známé mléčné lahůdky nebo tzv. „Mléčný bar“. Dnes na tomto místě se nachází restaurace „U sv. Ignáce“, která již není v provozu. Hned vedle, v budově s číslem popisným 91, se nacházely také lahůdky „Jas“, dnes zde sídlí „Fio banka“ a realitní kancelář „Herich“. Na stejné adrese s číslem popisným 95, kde se dnes nachází realitní kancelář „Re/Max“, se v minulosti nacházela prodejna s oděvy „Typ“. Nejde opomenout ani státní podnik potravin a prodej lahůdek a vinárnu „U Soudku“, které se v roce 1989 nacházely na Husovo náměstí v budově s číslem popisným 37/4. Místo toho se zde dnes sídlí banka „UniCredit“. Hned naproti, na Husovo náměstí, bychom v minulosti také našli samoobsluhu potravin, dnes se zde nachází „Dobrovolnické centrum Adra“ společně s charitativním občůdkem. Na adrese Revoluční 42, kde se dnes nachází tetovací studio, bychom v roce 1989 navštívili také velice známý Bufet a cukrárnu „U Hradčan“.



Obr. 29: Mléčné lahůdky na náměstí 1. Máje v roce 1991



Zdroj: Robert John

Obr. 30: Dnešní pohled na budovu bývalých mléčných lahůdek



Zdroj: vlastní fotografie

Obr. 31: Knihkupectví na rohu ulice Jakoubka ze Stříbra a ulice Dr. Farského v druhé polovině 80. let 20. století



Zdroj: Robert John

Obr. 32: Dnešní pohled na budovu bývalého knihkupectví na ulici Dr. Farského



Zdroj: vlastní fotografie

Obr. 33: Potraviny a prodejna lahůdek a vinárna „U Soudku“ na Husovo náměstí v 80. letech minulého století



Zdroj: Robert John

Obr. 34: Dnešní pohled na bývalou prodejnu lahůdek a vinárnu „U Soudku“



Zdroj: vlastní fotografie

Obr. 35: Samoobsluha potravin na Husovo náměstí na konci 80. let



Zdroj: Robert John

Obr. 36: Dnešní pohled na bývalou prodejnu samoobsluhy



Zdroj: vlastní fotografie

Obr. 37: Bufet a cukrárna „U Hradčan“ v Revoluční ulici v 80. letech



Zdroj: Robert John

Obr. 38: Dnešní pohled na bývalou cukrárnu a bufet



Zdroj: vlastní fotografie

#### 4.4 Shrnutí výsledků všech sortimentních skupin nacházejících se v centru města

Ve centru města Chomutov se nachází celkem 134 maloobchodních prodejen. Některé z prodejen se nachází v nákupních centrech a pasážích, nebo jsou umístěny samostatně jako součást městské zástavby.

V Chomutovském centru jsou nejvíce zastoupeny **prodejny s oblečením a obuví**, kterých je v centru města celkem 31. Do této skupiny jsou zařazené i prodejny bytového textilu, ve městě se vyskytují pouze dvě. Jedná se tedy o prodejny, které nabízejí jak dámské a pánské oděvy či obuv, tak i oděvy a obuv v dětských velikostech. V samotném centru najdeme i prodejny, které jsou zaměřené například pouze na spodní prádlo (LS spodní prádlo), plavky (Beach World Tricoline) nebo třeba na džíny (Jeans Shop). Dále zde najdeme různé butiky, sekáče či „vietnamské“ prodejny nabízející oblečení či obuv. Vietnamských prodejen s oděvy a obuví se v centru nachází celkem pět a všechny jsou umístěné na ulici Palackého, které jsou, jak již bylo zmiňováno, pro místní obyvatele velmi dobře známy. Ostatní prodejny s oděvy a obuví jsou umístěné po jednom na skoro každé z ulic historického jádra, ale hlavně na Palackého ulici a také v jeho přilehlých ulicích jako je ulice Vršovců či ulice 28. října. Dále, jedenáct prodejen se nachází v každém z nákupních center – OC Chomutovka (8 prodejen), OC Central (2 prodejny) a Galerie Pošta (1 prodejna).

Velikosti prodejních ploch prodejen s oděvy, obuví a bytovým textilem jsou různé. Některé obchody zaujímají prodejní plochu do 50 m<sup>2</sup>, některé v rozmezí 51 až 100 m<sup>2</sup> a některé v rozmezí 101 až 200 m<sup>2</sup>. Pouze jedna prodejna má velikost prodejní plochy v rozmezí 201 až 500 m<sup>2</sup>, jedná se o obchod s galantérii. Co se týče filializace, v centru města se nachází celkem 20 obchodů, které mají pobočku a dvanáct obchodů, které pobočku naopak nemají. Cenová úroveň zboží je vyhodnocená především jako středně vysoká, pouze dva obchody hodnotí cenovou úroveň svého zboží jako nízkou a dva obchody jako vysokou. U hodnocení exkluzivity zboží je většina vyhodnocená jako prodejna se standardním zbožím, sedm prodejen má zboží levnější kvality a šest prodejen je vyhodnoceno jako obchody s exkluzivním značkovým zbožím. Šíře nabízeného zboží je skoro u všech prodejen vyhodnocená jako střední, pouze u dvou prodejen je šíře sortimentu vyhodnocená jako velká, opět se jedná o prodejnu galantérie,

kteřá co se týče formy prodeje, nabízí kombinovanou formu, a o „vietnamskou“ prodejnu s oděvy a obuví. U všech ostatních prodejen je nabízena forma samoobsluhy.

Druhou nejvíce zastoupenou sortimentní skupinou v Chomutovském centru jsou **obchody s potravinami**, kterých se zde dohromady nachází celkem devatenáct. Najdeme zde spoustu specializovaných potravinářských prodejen se zdravou výživou, pekárny, řeznictví, prodejny lahůdek, prodejny s ovocem a zeleninou, vinotéku, ale i vietnamské večerky, či supermarkety. Většina večerek je lokalizována na Palackého ulici jako většina „vietnamských“ prodejen, stejně tak i lahůdky, pekárny nebo řeznictví, které se také nachází na hlavním náměstí nebo v jeho blízkosti, a některé zase v nákupním centru či pasáži. Supermarkety jsou spíše umístěné na tzv. „okraji“ centra (Lidl, Billa) a jedno v nákupním centru Chomutovka (Tesco).

Velikost prodejní plochy u prodejen s potravinami se pohybuje spíše do 50 m<sup>2</sup> a v rozmezí od 51 do 100 m<sup>2</sup>. Prodejní plochu větší než 500 m<sup>2</sup> mají supermarkety (Lidl, Billa, Tesco). Většina prodejen s potravinami tvoří filiálky, a mají dokonce i dvě pobočky v centru města (Lahůdky Osada, Pekařství Jana Šubrtová), zbylých sedm prodejen filiálkou nejsou. Co se týče cenové úrovně nabízeného zboží, všechny prodejny potravin byly vyhodnoceny jako středně vysoké, pouze jedna prodejna potravin (Extra levné potraviny) má cenovou úroveň vyhodnocenou jako nízkou, stejně tak i exkluzivita nabízeného zboží je hodnocena jako levná. Šíře sortimentu u večerek a supermarketů byla vyhodnocena jako velká, u ostatních specializovaných potravinářských prodejen je šíře sortimentu hodnocena jako střední a exkluzivita nabízeného zboží je standardní kvality. Forma prodeje u obchodů s potravinami je různá. Obchody s potravinami nabízí formu prodeje samoobsluhou, pultovou formu a formu kombinovaného prodeje, kde určitá část zboží jako například lahůdky, uzeniny, maso aj., se prodává zákazníkovi pultovou formou (Billa, Tesco). Ve městě však převažuje forma pultového prodeje, což je jedna z nejstarších forem, která se osvědčovala již po několik století.

V centru města se nachází dvě prodejny **hračkářství**, dvě prodejny **knihkupectví** a dvě prodejny **papírnictví**. Každá z prodejen se nachází v městské zástavbě nebo v nákupním centru Chomutovka. Co se týče knihkupectví, jeho prodejní plocha se pohybuje v rozmezí 101 až 200 m<sup>2</sup>. Obě prodejny jsou filiálkou. Cenová úroveň je vyhodnocena u obou jako středně vysoká, exkluzivita nabízeného zboží je standardní a

širší sortimentu je u jedné prodejny vyhodnocena jako malá, a u druhé prodejny jako střední. Obě prodejny knihkupectví nabízí formu samoobslužného prodeje.

U prodejen s hračkami má jedna prodejna velikost v rozmezí 101 až 200 m<sup>2</sup>, jedná se o prodejnu hraček, která se nachází v městské zástavbě v ulici Palackého, a druhá prodejna nacházející se v nákupním centru má prodejní plochu v rozmezí 201 až 500 m<sup>2</sup>. Obě prodejny jsou filiálkou. Cenová úroveň je vyhodnocena jako středně vysoká, exkluzivita nabízeného zboží je standardní kvality a širší sortimentu je velká. U obou prodejen je poskytnutá forma samoobslužného prodeje.

Papírnictví nacházející se v nákupním centru má velikost prodejní plochy do 50 m<sup>2</sup> a je filiálkou. Papírnictví, které se nachází v ulici Jakoubka ze Stříbra má velikost prodejní plochy v rozmezí 101 až 200 m<sup>2</sup> a není filiálkou. U obou prodejen je širší sortimentu vyhodnocena jako velká, cenová úroveň je vyhodnocena jako střední a exkluzivita nabízeného zboží je standardní kvality. Obě prodejny nabízí také formu samoobslužného prodeje.

**Obchody s tabákem a tabákovými výrobky a tiskovinami** je v centru velké množství, nachází se zde až sedm prodejen. U všech se prodejní plocha pohybuje do 50 m<sup>2</sup>. Filiálkami jsou čtyři prodejny, ostatní filiálkou nejsou. Stejně tak u všech prodejen s tabákem a tiskovinami je cenová úroveň vyhodnocena jako středně vysoká, exkluzivita nabízeného zboží je standardní kvality a širší sortimentu byla také vyhodnocena jako střední. Prodej zboží probíhá formou pultového prodeje.

**Obchody s klenoty, drahými kameny a hodinkami** v centru Chomutova se nachází celkem šest. Tyto prodejny jsou umístěny jak do městské zástavby, tak se nachází i v nákupním centru. Prodejna s klenoty, konkrétně „Zlatnictví Píša“ v ulici Palackého se na stejném místě nachází, jak již bylo výše zmiňováno i po více jak třiceti letech a má stejného majitele. Co se rozlohy týče, všechny obchody mají velikost prodejní plochy do 50 m<sup>2</sup>. Celkem tři prodejny s klenoty a hodinkami jsou filiálkou a tři prodejny naopak filiálkou nejsou. Širší nabízeného zboží u těchto prodejen je hodnocena jako střední. Cenová úroveň nabízeného zboží je podle maloobchodníků vyhodnocena spíše jako vysoká, pouze dvě prodejny hodnotí cenovou úroveň jako středně vysokou. Co se týče exkluzivity, jedná se převážně o prodejny nabízející různé exkluzivní světové značky, které nabízí svým zákazníkům. Všechny obchody s klenoty, drahými kameny a



hodinkami nabízí v centru města formu pultového. Tato forma prodeje je pro zlatnické zboží typická.

**Obchody se zdravotnickými potřebami** najdeme v centru města celkem devět. Zahrnují především lékárny (4) a prodejny s dioptrickými pomůckami (5). Velikost prodejní plochy všech prodejen nabízejících zdravotnické potřeby ve městě mají rozlohu do 50 m<sup>2</sup>. Většina prodejen se nachází v historickém jádru města či jeho okolí. Jedna z lékáren, konkrétně Lékárna U Českého lva v ulici Palackého, se nachází na původním místě ve stejné budově již od 80. let minulého století. Tři z prodejen se nachází v nákupním centru Chomutovka a pasáži Central. Dvě prodejny s dioptrickými pomůckami nemají žádnou pobočku, ostatní prodejny, jak lékárny, tak i oční optiky mají pobočky v rámci celé České republiky. Cenová úroveň byla u všech prodejen vyhodnocena jako středně vysoká, exkluzivita zboží je vyhodnocena jako standardní a širší sortimentu u lékáren je vyhodnocena jako velká, a u očních optik jako středně velká. U těchto prodejen v centru města převažuje forma pultového prodeje, především u lékáren. U některých očních optik je to forma prodeje volným výběrem.

**Obchodů s elektronikou** se v centru Chomutova nachází celkem osm, které jsou umístěné do městské zástavby v ulicích Palackého, Nerudová a Revoluční. Zbylé tři prodejny se nachází v obchodním centru „Chomutovka“ a v pasáži „Central“. Prodejní plocha prodejen s elektronikou v centru města se pohybuje většinou do 50 m<sup>2</sup>, pouze dvě prodejny se vyznačují velikostí prodejní plochy v rozmezí 51 až 100 m<sup>2</sup> a jedna prodejna, která patří mezi ty větší a nachází se v konkrétním nákupním centru, má rozlohu mezi 201 až 500 m<sup>2</sup>. Většina prodejen je filiálkou a má pobočky rozesety různě po celé České republice, pouze dvě prodejny nemají žádnou z poboček. Při hodnocení cenové úrovně zboží byla nabídka vyhodnocena u všech prodejen jako středně vysoká a co se týče exkluzivity zboží, je u všech maloobchodů označena jako standardní. Širší sortimentu zboží je u většiny obchodů středně velká, ostatní mají širší sortimentu vyhodnocenou jako velkou. U obchodů, které nabízí široký sortiment, jsou provozovány i e-shopy, kde je možnost si konkrétní zboží po prohlédnutí na prodejně objednat i online. Forma prodeje je vedena buď volným výběrem nebo pultovým prodejem.

**Prodejny se širokým sortimentem zboží** najdeme ve městě celkem šest. Jedná se o tzv. „vietnamské“ prodejny, které se nachází především na Palackého ulici, kde je právě umístěná většina „vietnamských“ prodejen. Dále se tyto širokosortimentní prodejny nachází na hlavním náměstí a v jeho blízkosti v ulici Ruské. Tyto prodejny nabízí velmi

širokou škálu zboží na jednom místě, jako jsou např. potraviny, oděvy, hračky, elektronika a mnoho dalšího. Co se rozlohy týče, tyto širokosortimentní prodejny patří mezi větší. Tři prodejny mají prodejní plochu mezi 101 až 200 m<sup>2</sup>, dvě prodejny mají prodejní plochu mezi 201 až 500 m<sup>2</sup> a jedna prodejna má prodejní plochu větší než 500 m<sup>2</sup>. Ani jeden z šestice zmiňovaných ochodů není filiálkou. I když se jedná o „vietnamské“ prodejny, které zahrnují levnou nabídku zboží, co se týče cenové úrovně, nabídka zboží byla vyhodnocena jako středně vysoká, a to i v případě, že se jedná o zboží, které je nižší kvality. Všechny prodejny nabízející široký sortiment zboží poskytují samoobslužnou formu prodeje.

**Prodejny s květinami** se v centru Chomutova nachází čtyři, což je nezanedbatelné množství. Všechny prodejny květin mají velikost prodejní plochy do 50 m<sup>2</sup>. Jediné květinářství, které je filiálkou a má pobočku i mimo Chomutov se nachází v nákupním centru Chomutovka, ostatní květinářství filiálkou nejsou. Cenová úroveň a šíře sortimentu maloobchodníci hodnotí jako středně vysokou a exkluzivita je vyhodnocena jako standardní. Všechny prodejny s květinami nabízí formu pultového prodeje.

V Chomutovském centru najdeme pět **prodejen nabízející drogistické zboží**. Jedná se o Rossmann, DM drogerie, Teta drogerie, Oriflame a Fann parfumerie. Všechny zmiňované prodejny jsou filiálkami a mají své pobočky rozesté různě po celé České republice. Co se týče velikosti prodejní plochy, dvě prodejny mají prodejní plochu do 50 m<sup>2</sup> (Oriflame, Fann parfumerie), prodejna Rossmannu má prodejní plochu v rozmezí od 201 do 500 m<sup>2</sup>, zbylé mají prodejní plochu v rozmezí 101 až 200 m<sup>2</sup>. Cenová úroveň u všech drogerií byla vyhodnocena jako středně vysoká. Exkluzivita nabízeného zboží byla u všech vyhodnocena jako standardní, pouze jedna prodejna nabízí exkluzivní zboží známých světových značek. Šíře sortimentu vyhodnocena jako střední byla pouze u dvou obchodů, ostatní byly vyhodnocené jako velká. Forma prodeje skoro u všech prodejen je formou samoobsluhy, pouze u jedné prodejny je nabízená forma pultového prodeje.

**Obchody s domácími potřebami** se v centru města vykytují pouze tři. Všechny tyto tři prodejny jsou umístěné v nákupním centru Chomutovka. Jejich prodejní plocha se pohybuje v rozmezí 101 až 200 m<sup>2</sup>. Cenová úroveň nabízeného zboží je středně vysoká, co se týče exkluzivity zboží, jedna se o zboží standardní kvality a šíře sortimentu těchto prodejen byla u dvou prodejen vyhodnocena jako velká, a u jedné prodejny jako střední. Všechny tři prodejny nabízí formu samoobslužného prodeje.

V Chomutovském centru se nacházejí i **prodejny s nábytkem** či studia, které provádí výrobou nábytku na zakázku, jedná se hlavně o nesériovou výrobu. Obchodů s nábytkem se ve městě nachází celkem čtyři. Prodejní plocha je u dvou prodejen do 50 m<sup>2</sup> a u dvou v rozmezí 51 až 100 m<sup>2</sup>. U všech prodejen je cenová úroveň zboží vyhodnocená jako středně vysoká. Šíře nabízeného zboží vedoucí prodejen hodnotí jako střední nebo odlišnou. Co se týče exkluzivity zboží, jde o exkluzivní nesériové produkty. Jedna prodejna vyhodnocuje své zboží jako standardní. Dvě prodejny jsou filiálkou a dvě naopak filiálkou nejsou. Forma prodeje probíhá volným výběrem nebo samoobsluhou.

Poslední skupinou obchodů jsou **ostatní specializované obchody**. Jedná se například o zámečnictví, prodejnu s loveckými potřebami či potřebami pro zvířata, dále o prodejnu s železářským zbožím či zahradnické potřeby a mnoho dalšího. Velikost prodejní plochy u specializovaných obchodů se pohybuje spíše do 50 m<sup>2</sup>, pět obchodů má prodejní plochu v rozmezí 51 až 100 m<sup>2</sup>, jeden obchod má prodejní plochu 101 až 200 m<sup>2</sup> a jeden obchod má prodejní plochu větší než 500 m<sup>2</sup>. Osmnáct prodejen nejsou filiálkou, zbylých sedm obchodů naopak filiálkou jsou. Při hodnocení cenové úrovně zboží byly všechny obchody vyhodnocené jako středně vysoké. Exkluzivita nabízeného zboží byla vyhodnocená u všech prodejen jako standardní. Šíře sortimentu byla skoro u všech prodejen vyhodnocená jako střední, jen u jedné prodejny byla vyhodnocená jako malá. U specializovaných prodejen jsou nabízené všechny typy prodejen. Deset prodejen nabízí samoobslužný prodej, osm pultový prodej, pět prodej volným výběrem a dvě prodejny nabízí formu kombinovaného prodeje.

#### **4.5 Opatření pro podporu maloobchodu v centru města Chomutov**

Jak již bylo uvedeno výše, v centru města se v současné době nachází celkem 134 maloobchodních jednotek. Tento počet maloobchodních jednotek se jeví jako dostačující. I vzhledem k tomu, že v samotném centru města se nachází nákupní centrum, obchodní pasáž a supermarkety, většina maloobchodníků si za dobu svého působení zvládla vybudovat svou stálou klientelu. Stejně tak bude navrženo pár opatření, které by mohly ještě více v centru města maloobchod posílit a zvýšit jeho atraktivitu.

Chomutovské centrum se ohledně počtu obyvatel i samotné atraktivity nemůže rovnat větším městům v naší republice. Co se týče lokalizace obchodů předních světových

módních značek, či výrobců smartphonu, jako je například Samsung, Apple, ani ty zde nenalezneme. Ačkoli by umístění jedné z těchto poboček zcela jistě zvýšilo atraktivitu centra města, těmto společnostem by se to pravděpodobně jen velmi málo promítlo do zisku. U této myšlenky na chvíli ještě zůstanu. Ono, kdyby se rozhodl nějaký zahraniční investor založit sídlo v centru Chomutova, například pro novou módní značku, podnik by rychle prosperoval. Pro produkty by se sjížděli klienti z okolí a zvedla by se celková atraktivita města.

Dalším směrem zvýšit atraktivitu města, by bylo navázat spolupráci s dalšími městy, i třeba ze zahraničí. Chomutovu by to poskytlo reklamu a zvýšil by se celkově zájem o návštěvu města.

Možností, jak zvýšit atraktivitu maloobchodu, je vytvořit výdejní místa pro různé doručovací služby (Zásilkovna, FedEx atd.) nebo pro e-shopy (pokud ho daný obchod provozuje) a následně umožnit tím jednoduchý výdej objednávek poblíž místa bydliště zákazníka, který si zboží objednal online prostřednictvím.

Další z možností pro posílení maloobchodu je spustit reklamní kampaň. Je to jeden z nejrychlejších způsobů, jak se dostat do popředí před místní spotřebitele. Reklama na internetových stránkách či sociálních sítích (např. Facebook, Instagram, Google aj.) umožní zvýšit přítomnost obchodu online a dokáže si tak získat konkrétní publikum, na které by byla reklama cílená. Lepších výsledků mohou maloobchodníci dosáhnout tím, že na reklamách označí město, kde se obchod nachází, protože pokud lidé uvidí dobrou reklamu na obchod přímo ve svém okolí, motivuje je to takový obchod navštívit. Další možností, jak propagovat svůj obchod v Chomutově je pořádat nebo sponzorovat místní akce.

Maloobchodníci, především ti, kteří nabízejí oděvy, mohou využívat společenské akce, které se v Chomutově uskutečňují každý podzim. Zákazníky mohou přilákat vyzdobenými výlohami s aktuálními módními kousky. Také můžou pořádat, nebo se aktivně spoluúčastnit různých módních přehlídek.

## Závěr

Jedním z hlavních cílů bakalářské práce bylo provést strukturální analýzu maloobchodní sítě v centru města Chomutov z hlediska prodejní plochy, sortimentu zboží, formy prodeje, filializace, cenové úrovně zboží, exkluzivity zboží a šíře nabízeného zboží. Dalším cílem bylo porovnat současnou strukturu maloobchodní sítě se strukturou, jak vypadala kolem roku 1989. Posledním cílem práce bylo na základě maloobchodu v centru města, respektive, jak v této souvislosti centrum města zatraktivnit.

Prostorová struktura sítě maloobchodu v centru města Chomutov je formována jak maloobchody, tak i službami nacházejících se v něm. Síť maloobchodů v městském centru je tvořena především obchody s oděvy a obuví, následují je prodejny potravin a spousta dalších specializovaných a nesespecializovaných prodejen, kterých majitele často poskytují širokou škálu zboží, která je ve většině případů pro místní cenově dostupná. Prodejní plocha v městském centru se z velké části pohybuje do 50 m<sup>2</sup>. Převažuje velmi velká dominance neznačkových obchodů, kdy se jedná především o prodejny s oděvy a obuví nabízené vietnamskými prodejci, kteří provozují značné množství prodejen v Chomutovském centru. Naopak značkových obchodů je velmi málo, jedná se zejména o prodejny s oblečením nebo klenotnictví. V městském centru se nachází vyrovnaný počet obchodů, které nemají žádnou z poboček, a vyrovnaný počet obchodů, které naopak pobočku mají v rámci města či celé České republiky. V obchodech převažuje forma pultového a samoobslužného prodeje.

Maloobchodní síť v centru Chomutova se v porovnání s rokem 1989 a současností výrazně změnila. V roce 1989 bylo v centru Chomutova umístěno přibližně 83 maloobchodů a jeden obchodní dům Prior. V současné době se ve městě nachází 134 maloobchodů a tři obchodní centra. Sortiment zboží, který byl maloobchodníky nabízený v 80. letech nebyl vůbec pestrý, a v centru Chomutova se nacházelo především velké množství prodejen s textilem a potravinami. Po roce 1989 se výrazně zvýšil počet obchodů, z nichž některé fungují i dodnes a některé obchody byly přesunuty, nebo v horším případě zanikly.

Posledním z cílů bylo na základě maloobchodu v městském centru navrhnout několik opatření, které by pomohly zvýšit atraktivitu centra města. Jak již bylo zmiňované Chomutovské centrum se nemůže rovnat větším městům, co se atraktivity týče. Protože

se zde nenachází obchody předních světových značek, nemusí být centrum z hlediska maloobchodu tak atraktivní. Nejlepší možností pro zlepšení atraktivity je příchod zahraničního investora, který by přinesl jednu ze světových značek. Zkrátka to, co se v Chomutovském centru nenachází a lidé by se za tím museli vydat do města. Tímto by se výrazně mohla zvednout atraktivita města, protože s turisty přijdou i noví potencionální zákazníci.

Z mého pohledu, struktura maloobchodní sítě v centru města Chomutov je z hlediska celkové obchodní vybavenosti dostačující.

Vzhledem k tomu, že v Chomutově neexistuje žádný soupis maloobchodních jednotek, co se centra města týče, mohou tato data sloužit k dalšímu výzkumu, díky kterým je možné pokračovat v započaté analýze v následujících letech.

## Seznam použitých zdrojů

- Cimler, P., Jindra, J., & Postler, M. (1998). *Obchod a služby*. Západočeská univerzita.
- Cimler, P., Zadražilová, D., Filipová, A., Jindra, J., Turnerová, L., & Zeman, J. (2007). *Retail Management*. Management Press.
- Český statistický úřad (2022a). *Veřejná databáze*. Dostupné 15.11.2022 z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uziv-dotaz#k=5&pvokc=43&uroven=70&w=>
- Český statistický úřad (2022b). *Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)*. Dostupné 15.11.2022 z [https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace\\_ekonomickych\\_cinnosti\\_cz\\_nace](https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_cz_nace)
- Ježek, J. & Krbová, J. (2020). *Metodika revitalizace městských center: v kontextu jejich polyfunkčního využití*. Západočeská univerzita v Plzni. <http://hdl.handle.net/11025/42848>
- Ježek, J., Krbová, J., Slach, O., Lepič, M., Pašek, J., Kopp, J., Bosák, V., Kirmanová, M., Aura, I., Marszalek, V., Nováček, A., Preis, J. & Thel, K. (2019). *Zahraniční zkušenosti s revitalizací městských center*. Západočeská univerzita v Plzni. <http://hdl.handle.net/11025/42850>
- Křižan, F., Kunc, J., Bílková, K. & Novotná, M. (2021). Transformation and Sustainable Development of Shopping Centers: Case of Czech and Slovak Cities. *Sustainability*, 2022, 14 (1) 62, 1–19. DOI <https://doi.org/10.3390/su14010062>
- Kunc, J., Maryáš, J., Tonev, P., Frantál, B., Siwek, T., Halás, M., Klapka, P., Szczyrba, Z., & Zuskáčová, V. (2013). *Časoprostorové modely nákupního chování České populace*. Masaryková univerzita. DOI 10.5817/CZ.MUNI.M210-6020-2013
- Pražská, L., Jindra, J., Bárta, V., Cimler, P., Drozen, F., Filipová, A., Khelerová, V., Machková, H., Plechová, B., Postler, M., Semeniuk, P., Turnerová, L., Zadražilová, D., Zeman, J., Bim, R., Chytilková, H., & Pour, J. (2002). *Obchodní podnikání*. (2. vyd.). Management Press.

Slach, O., & Nováček, A. (2017). *Pokles atraktivity center měst v Česku a možná řešení*. URBACT.

[https://www.researchgate.net/publication/319503270\\_Pokles\\_atraktivita\\_center\\_mest\\_v\\_Cesku\\_a\\_mozna\\_reseni](https://www.researchgate.net/publication/319503270_Pokles_atraktivita_center_mest_v_Cesku_a_mozna_reseni)

Spilková, J. (2012). *Geografie maloobchodu a spotřeby: věda o nakupování*. Karolinum.

Starzyczná, H. (2013). *Ekonomika obchodu*. Slezská univerzita v Opavě: Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné.  
[https://is.slu.cz/publication/51221/ekonomika\\_obchodu-starzyczna\\_2013.pdf](https://is.slu.cz/publication/51221/ekonomika_obchodu-starzyczna_2013.pdf)

Szczyrba, Z. (2000a). Venkovský obchod v ČR v podmínkách ekonomické transformace. *Urbanismus a územní rozvoj*, 3(6), 15–19.

Szczyrba, Z. (2000b). Územní rozvoj maloobchodní sítě. *Urbanismus a územní rozvoj*, 3(1), 18–24.

Szczyrba, Z. (2006). *Geografie maloobchodu – se zaměřením na současné trendy v maloobchodě*. Univerzita Palackého v Olomouci.

Trembošová, M., Dubcová, A., Nagyová, Ľ. & Cagáňová, D. (2022). Development of retail network on the example of three regional towns comparison in West Slovakia. *Wireless Networks*, 2020 (1). DOI: DOI 10.1007/s11276-020-02272-9

Zentes, J., Morschett, D., & Schramm-Klein, H. (2011). *Strategic Retail Management: text and international cases*. (2nd ed.). Gabler.

Ženka, J., Slach, O., Reichová, A., Ivan, I., Hasman, J., Krtička, L., Nováček, A., Bosák, V., Pavlík, A. & Havrlant, J. (2018). *Rozmístění služeb v Česku*. Ostravská univerzita.

[https://www.researchgate.net/publication/325429539\\_Rozmisteni\\_sluzeb\\_v\\_Cesku](https://www.researchgate.net/publication/325429539_Rozmisteni_sluzeb_v_Cesku)



## **Seznam tabulek**

Tab. 1: Skupiny sortimentního rozsahu nabízeného zboží v centru města Chomutov ... 33

Tab. 2: Seznam vietnamských prodejen ve městě Chomutov v porovnání let 2012 a 2023 ..... 45

Tab. 3: Stav prodejen v centru města Chomutov v porovnání s rokem 1989 a 2023 ..... 49

## Seznam obrázků

Obr. 1: Mapa sortimentní struktury maloobchodní sítě v centru města Chomutov.....	27
Obr. 2: Dnešní pohled na ulici Palackého.....	29
Obr. 3: Dnešní pohled na náměstí 1. Máje z obou stran.....	29
Obr. 4: Mapa velikosti prodejní plochy maloobchodů v centru města Chomutov.....	31
Obr. 5: Velikostní struktura maloobchodních jednotek v centru města Chomutov.....	32
Obr. 6: Mapa prodejních forem maloobchodů v centru města Chomutov.....	34
Obr. 7: Forma prodeje maloobchodních jednotek v centru města Chomutov.....	35
Obr. 8: Mapa filializace obchodů v centru města Chomutova.....	36
Obr. 9: Filializace prodejen v centru města Chomutov.....	37
Obr. 10: Mapa hodnocení cenové úrovně zboží v centru města Chomutova.....	38
Obr. 11: Hodnocení cenové úrovně zboží nabízeného v centru města Chomutov.....	39
Obr. 12: Mapa hodnocení exkluzivity zboží v obchodech v centru města Chomutova.....	40
Obr. 13: Exkluzivita nabízeného zboží v centru města Chomutov.....	41
Obr. 14: Mapa hodnocení šíře sortimentu zboží v obchodech v centru Chomutova.....	42
Obr. 15: Hodnocení šíře sortimentu zboží v centru města Chomutov.....	43
Obr. 16: Mapa Asiatizace a secondhandizace maloobchodní sítě v centru Chomutova.....	44
Obr. 17: Mapa sortimentní struktury maloobchodu v centru města Chomutov na konci 80. let.....	47
Obr. 18: Struktura sortimentu maloobchodních jednotek v centru města Chomutov na konci 80. let 20. století a v roce 2023.....	48
Obr. 19: Obchodní dům Prior na konci 80. let 20. století.....	50
Obr. 20: Dnešní pohled na Obchodní centrum Chomutovka.....	50
Obr. 21: Hlavní pošta Chomutov na Palackého ulici na konci 80. let 20. století.....	51
Obr. 22: Obchodní dům Galerie Pošta na ulici Palackého.....	51
Obr. 23: Autobusové nádraží na Žižkovo náměstí na konci 80. let 20. století.....	52

Obr. 24: Dnešní pohled na Žižkovo náměstí a bývalé autobusové nádraží .....	52
Obr. 25: Dům potravin na náměstí 1. Máje na konci 80. let.....	53
Obr. 26: Dnešní pohled na bývalý „Dům potravin“ .....	54
Obr. 27: Dům textilu a opravná obuv a punčoch „Obnova“ v Ruské ulici .....	55
Obr. 28: Dnešní pohled na Ruskou ulici.....	55
Obr. 29: Mléčné lahůdky na náměstí 1. Máje v roce 1991 .....	57
Obr. 30: Dnešní pohled na budovu bývalých mléčných lahůdek .....	57
Obr. 31: Knihkupectví na rohu ulice Jakoubka ze Stříbra a ulice Dr. Farského v druhé polovině 80. let 20. století.....	58
Obr. 32: Dnešní pohled na budovu bývalého knihkupectví na ulici Dr. Farského.....	58
Obr. 33: Potravinový a prodejna lahůdek a vinárna „U Soudku“ na Husovo náměstí v 80. letech minulého století .....	59
Obr. 34: Dnešní pohled na bývalou prodejnu lahůdek a vinárnu „U Soudku“ .....	59
Obr. 35: Samoobsluha potravin na Husovo náměstí na konci 80. let.....	60
Obr. 36: Dnešní pohled na bývalou prodejnu samoobsluhy .....	60
Obr. 37: Bufet a cukrárna „U Hradčan“ v Revoluční ulici v 80. letech .....	61
Obr. 38: Dnešní pohled na bývalou cukrárnu a bufet .....	61

## **Seznam příloh**

**Příloha A:** Vysvětlivky k seznamu obchodů

**Příloha B:** Seznam maloobchodů v centru Chomutova k 7.1.2023

**Příloha C:** Seznam obchodů v roce 1989

**Příloha A: Vysvětlivky k seznamu obchodů**

<b>Prodejní plocha</b>	<b>Rozloha</b>
1	do 50 m <sup>2</sup>
2	51 až 100 m <sup>2</sup>
3	101 až 200 m <sup>2</sup>
4	201 až 500 m <sup>2</sup>
5	501 m <sup>2</sup> a více

Zdroj: vlastní zpracování

<b>Kód CZ-NACE 47</b>	<b>Popis činnosti</b>
11	Maloobchod s převahou potravin, nápojů, tabákových výrobků v nespecializovaných prodejnách
19	Ostatní maloobchod v nespecializovaných prodejnách
21	Maloobchod s ovocem a zeleninou
22	Maloobchod s masem a masnými výrobky
24	Maloobchod s chlebem, pečivem, cukrářskými výrobky a cukrovinkami
25	Maloobchod s nápoji
26	Maloobchod s tabákovými výrobky
42	Maloobchod s telekomunikačním zařízením
51	Maloobchod s textilem
52	Maloobchod s železářským zbožím, barvami, sklem a potřebami pro kutily
54	Maloobchod s elektrospotřebiči a elektronikou
59	Maloobchod s nábytkem, svítidly a ostatními výrobky převážně pro domácnost ve specializovaných prodejnách
61	Maloobchod s knihami
62	Maloobchod s novinami časopisy a papírnickým zbožím
64	Maloobchod se sportovním vybavením
65	Maloobchod s hrami a hračkami
71	Maloobchod s oděvy
72	Maloobchod s obuví a koženými výrobky
73	Maloobchod s farmaceutickými přípravky
75	Maloobchod s kosmetickými a toaletními výrobky
76	Maloobchod s květinami, rostlinami, zvířaty pro zájmový chov, krmivy
77	Maloobchod s hodinami, hodinkami a klenoty
78	Ostatní maloobchod s novým zbožím ve specializovaných prodejnách
79	Maloobchod s použitým zbožím v prodejnách

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ (2022b)

**Příloha B: Seznam obchodů v centru města Chomutov k 9.1.2023**

Číslo prodejny	Název	Prodejní plocha [m <sup>2</sup> ]	Ulice	Převažující kategorie CZ-NACE 47
1	DDD knihkupectví	3	Ruská 85	61
2	Tabák TRAFICON	1	Ruská 84	26
3	Rossmann	4	Ruská 83	75
4	Obchodní centrum Asia (viet.)	3	Ruská 82	19
5	Dětský a dospělý sekáč – Chomutov	3	Ruská 79	79
6	Potravinu u Adama (viet.)	2	Ruská 230/20	11
7	NACK s.r.o.	1	Ruská 75	52
8	Fokus Optik	1	Ruská 77	78.1
9	T&T Obchodní Centrum (viet.)	3	Ruská	19
10	Řeznictví na Ruské	1	Ruská 15	22
11	Lahůdky Osada	1	náměstí 1. Máje 13	29
12	Trafika v podloubí	1	nám. 1. Máje 10/13	26
13	Květinářství na náměstí	1	nám. 1. Máje 12/15	76
14	Urtica Lékárna	1	nám. 1. Máje 11	73
15	Provazník klenoty, s.r.o.	1	nám. 1. Máje 5	77
16	A-Z (viet.)	4	nám. 1. Máje 8	19
17	Spodní prádlo Londinová	1	nám. 1. Máje 4	71
18	Jana Šubrtová – Pekařství – Cukrářství	1	nám. 1. Máje 97	24
19	Zlatý Klenot spol. s.r.o.	1	nám. 1. Máje 85	77
20	Zahradkářské služby s.r.o.	1	Nerudova 655/1	78.9
21	Moto Šperky Janicna	1	Nerudova 70/4	78.9
22	NONAC CV spol. s.r.o.	2	Nerudova 67/10	78
23	CZC.cz	1	Revoluční 47/11	42
24	Bazar, Zastavárna	1	Revoluční 52	79
25	Koření od Samuela	1	Revoluční 54/25	29
26	Obchůdek U Vilíka	1	Příční 26	71
27	La Vita	1	Puchmayerova 133	71
28	ČERNÝ nábytek – interiéry	1	Puchmayerová 114/1	59
29	Cukrářské potřeby Chomutov	1	Puchmayerova 114/1	78.9
30	Oční optik – Lenka Káňová	1	Puchmayerova 132	78.1
31	Weedshop	1	Jakoubka ze Stříbra 17	78.9
32	Květinka U Andělky	1	Jakoubka ze Stříbra 711/6	76
33	Dámská móda – Celebrity	1	Jakoubka ze Stříbra 107/8	71
34	KBZ interiér s.r.o.	2	Jakoubka ze Stříbra 108	59
35	Svatební salon Delta	2	Jakoubka ze Stříbra 111	71
36	Papírnictví – Vaněk Petr	2	Jakoubka ze Stříbra 113	62
37	Rytectví Signus s.r.o.	1	Jakoubka ze Stříbra 5361	78.9

38	Potraviny Mostecká (viet.)	2	Mostecká 42	11
39	Charitativní obchůdek ADRA	2	Husovo nám. 38	71
40	Optiko	1	Farského 5829	78.1
41	Potraviny večerka (viet.)	1	Palackého 4062	11
42	Potraviny večerka NOVÉ (viet.)	1	Palackého 5662	11
43	D-C Obchodní Centrum s.r.o. (viet.)	5	Palackého 4082	19
44	MPmobil.com	1	Palackého 3993	79
45	Sady Klášterec	1	Palackého 3995	21
46	Pompo	3	Palackého 3995	65
47	Doctor Optic – Oční optika	1	Palackého 3996	78.1
48	Jana Šubrtová – Pekařství – Cukrářství	1	Palackého 3997	24
49	LS spodní prádla	1	Palackého 3997	71
50	Zlatnictví Píša v.o.s., Chomutov	1	Palackého 4089	77
51	Tomáš Zubrycký – obuv, kabelky,	2	Palackého 4090	72
52	Lahůdky Osada	1	Palackého 4090	29
53	Zebratex	3	Palackého 4261	51
54	Femme Fashion	1	Palackého 4261	71
55	Bílý Plus s.r.o. (viet.)	3	Palackého 4271	71
56	FOTO pro tebe – Blanka Ryklová	1	Palackého 4271	78
57	Lékárna U Českého Lva	1	Palackého 4272	73
58	Jeans Shop (viet.)	2	Palackého 4274	71
59	Dámské a pánské oděvy (viet.)	3	Palackého 4276	71
60	Svět Ovoce – Zeleniny (viet.)	2	Palackého 4276	21
61	H&H Minimarket (viet.)	3	Palackého 4275	19
62	KING BIKE	2	Palackého 4277	64
63	Thi Men Nguyen SAMOOBSLUHA – textil, obuv, kabelky, batohy (viet.)	3	Palackého 4277	51, 71, 72
64	CENTRUM – obuv – oděvy (viet.)	3	Palackého	71, 72
65	Tabák Dana – Na Kruháku	1	Palackého 4255	26, 62
66	Zero Fashion	1	Palackého 3997	71
67	T&H Obchodní dům (viet.)	4	Palackého 4502	19
68	T-mobile	1	Palackého 4503	42
69	Vodafone	1	Palackého 4504	42
70	Řeznictví Chomutov s.r.o.	1	Palackého 4502	22
71	Dětské kočárky	5	Palackého 4445	78.9
72	Lidl	5	Wolkerova 5546	11
73	CBDSVĚT.CZ - Chomutov	1	Školní 1151	78.9
74	Vaprio	1	Školní 5335	78.9
75	Atelier Puget	1	Školní 912	76
76	Vodák Sport	2	K. Světlé 1934/9	64
77	Fantastické korálky	1	K. Světlé 3668/1	78.9

78	Cyklo Vondráček	3	K. Světlé 1934	64
79	Tabák, noviny	1	28. října 1034	26, 62
80	Silvestr Fulier – obuvnictví	1	28. října 1065/14	72
81	Gaston Petstore	1	28. října 1113/16	78.9
82	NIMROD – Ivo Štorek	1	28. října 1079	78.9
83	Oriflame	1	28. října 1078/17	75
84	Zámečnictví Hamouz	1	28. října 1092/22	59, 52
85	Strix Sport	2	28. října 1081/10	64
86	Kameny od Jednorožce	1	28. října 1081/19	78.9
87	Večerka potraviny (viet.)	1	Školní 3648	11
88	Zdravé botky	1	28. října 3647/26	72
89	Beach World Tricoline	1	Vršovců 1826	71
90	Orientální obchod Horus	2	Vršovců 1006	78.9
91	Filatelie zelený Koníček	1	Vršovců 993	78
92	Billa	5	Zborovská 5342	11
93	Tobacco Valmont	1	Blatenská 5342	26
94	Sedací pytle a vaky napytel/ prodejna Rodex	2	Školní 1975/21	59
	<b>OC Central:</b>	4 400	Žižkovo nám. 5762	19
95	Extra levné Potraviny	2	Žižkovo nám. 5762	11
96	Moda IN	1	Žižkovo nám. 5762	71
97	Moda di Rosa	1	Žižkovo nám. 5762	71
98	Natur House	1	Žižkovo nám. 5762	29
99	Oresi kuchyně	1	Žižkovo nám. 5762	59
100	PAJAK trafika	1	Žižkovo nám. 5762	26
101	Zlato a šperky – zastavárna Chomutov OC	1	Žižkovo nám. 5762	77, 79
102	ZOO ŽAKO	2	Žižkovo nám. 5762	76
103	TETA drogerie	3	Žižkovo nám. 5762	75
104	Alza.cz	2	Žižkovo nám. 5762	54
105	BENU Lékárna	1	Žižkovo nám. 5762	73
	<b>OC Chomutovka:</b>	10 000	Farského 4732	19
106	Banquet	3	Farského 4732	59
107	dm Drogerie	3	Farského 4732	75
108	Grandoptical	1	Farského 4732	78.1
109	hračky Dračík	3	Farského 4732	65
110	Klenoty Aurum	1	Farského 4732	77
111	Orsay	2	Farského 4732	71
112	Pepco	3	Farského 4732	19
113	Quick Shoes	3	Farského 4732	72
114	SCANquilt	2	Farského 4732	51
115	Tabák Don Paelo	1	Farského 4732	26
116	TESCO	4	Farského 4732	11
117	Vinotéka Vineco	1	Farského 4732	25
118	Baťa	3	Farského 4732	72
119	Datart	3	Farského 4732	54
120	Fann parfumerie	1	Farského 4732	75



121	GATE	3	Farského 4732	71
122	Horoskop	1	Farského 4732	78.9
123	Knihkupectví Luxor	3	Farského 4732	61
124	Květiny Flamengo	1	Farského 4732	76
125	Lékárna Dr. MAX	1	Farského 4732	73
126	Papírnictví KOH-I-NOR	1	Farského 4732	62
127	Pet Center	2	Farského 4732	76
128	Regatta	2	Farského 4732	71
129	SAM 73	2	Farského 4732	71
130	SPACE – mobilní telefony	1	Farského 4732	42
131	TAKKO	3	Farského 4732	71
132	Tescoma	3	Farského 4732	59
133	TOP TIME	1	Farského 4732	77
	<b>OC Galerie Pošta</b>	1 303	Palackého 5625	19
134	MILANO	1	Palackého 5625	71

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

**Příloha C: Seznam obchodů v roce 1989**

<b>Číslo prodejny</b>	<b>Obchod v roce 1989</b>	<b>Ulice</b>
1	DEHOR prodejna nábytku	Ruská ul. 74
2	Papír	Ruská ul. 17
3	Drogerie samoobsluha	Ruská ul. 81
4	Prodejna ORIENT (klenoty)	Ruská ul. 75
5	OBNOVA	Ruská ul. 82
6	Chléb a pečivo	Ruská ul. 73
7	Maso-uzeniny	Ruská ul. 1/15
8	Rybárna	Ruská ul. 78
9	Ovoce a zelenina	Ruská ul. 73
10	Dům textilu "Dlouhý"	Ruská ul. 83
11	Prodejna s koženým zbožím	Ruská ul. 71
12	Potraviny samoobsluha	Ruská ul. 77
13	Prádlo, pletené zboží	nám. 1. Máje 4
14	PNS	nám. 1. Máje 5
15	Obuv	nám. 1. Máje 6
16	KNIHA – okresní prodejna	nám. 1. Máje 7
17	Bytový textil, koberce	nám. 1. Máje 8
18	Hračky	nám. 1. Máje 10
19	Drogerie	nám. 1. Máje 11
20	Cukrovinky	nám. 1. Máje 13
21	Dům potravin "Domeček"	nám. 1. Máje 97
22	Prodejna oděvů "TYP"	nám. 1. Máje 95
23	Lahůdky "JAS"	nám. 1. Máje 91
24	Mléčné lahůdky	nám. 1. Máje 89
25	Kovomat	Nám. 1. Máje 85
26	Potraviny se samoobsluhou	Husovo nám. 38
27	Lahůdky	Husovo nám. 36
28	Ovoce a zelenina	Husovo nám. 4
29	Potraviny – prodej lahůdek a vinárna "U Soudku"	Husovo nám. 36
30	Elektra	ul. Jakoubka ze Stříbra 711/6
31	Jednotna zeměděl. Družstva – prodejna	ul. Jakoubka ze Stříbra 108
32	Prodejna hodin s opravnou	ul. Jakoubka ze Stříbra 133
33	KNIHA – okresní prodejna	ul. Jakoubka ze Stříbra 377/19
34	Kožešnictví – kožené oděvy a doplňky	ul. Jakoubka ze Stříbra 134/15
35	Květinová síň Sempra o.p	Jakoubka ze Stříbra 1000/13
36	Oděvy	ul. Jakoubka ze Stříbra 107/8
37	Lékárna	ul. Jakoubka ze Stříbra 112
38	Drogerie	ul. Jakoubka ze Stříbra 113
39	Látky a galantérie (Textil Liberec)	ul. Jakoubka ze Stříbra 109/10
40	Hudebniny	ul. Jakoubka ze Stříbra 941/17
41	Sklo, porcelán	Táboritská ul. 120

42	Prodejna sportu	Táboritská ul. 117
43	Cukrárna "U Kina Praha"	Táboritská ul. 114
44	Zverimex	Táboritská ul. 118
45	Lahůdky – polotovary	Žižkovo nám. 1207
46	Partiové a komisioní zboží	Puchmayerová ul. 131/6
47	Jízdní kola, zbraně	ul. 28. října 1079/20
48	Hračky	ul. 28. října 1078
49	Partiová obuv	ul. 28. října 1065/14
50	Zámečnictví	ul. 28. října 3651/5
51	TESLA – vzorová prodejna	ul. 28. října 1068/13
52	Ovoce a zelenina	ul. 28. října 1033/9
53	Papír	Vršovců 1176
54	Sklenářství – prodej reprodukcí	Vršovců 989/11
55	Polotovary	Vršovců 1006
56	Ovoce a zelenina	Vršovců 3686/5
57	Bufet a cukrárna Hradčany	Revoluční 42
58	Nožičství	Revoluční ul. 50/17
59	Elektra	Palackého ul. 4504
60	Kovomat	Palackého ul. 4505
61	Snaha – kožedělné družstvo Teplice, výroba obuví	Palackého ul. 4276
62	Vkus	Palackého ul., bl. 2 ZB
63	Prodejna kusového textilu	Palackého ul., bl. 2 ZB
64	Jednota (smíšené prodejny)	Palackého ul. 4271
65	Prodejna nábytku	Palackého ul. 4271
66	Prodejna klenotů a hodin s opravnou	Palackého ul. 4089
67	Lékárna	Palackého ul. 4272
68	Mototechna, n.p. - motocykly a jejich náhradní díly, auto-moto příslušenství	Palackého ul. 4274
69	Kožená galantérie	Palackého ul. 4090
70	Dětské oděvy	Palackého ul. 4446
71	Dámské oděvy	Palackého ul. 3994
72	Kožešiny. Klobouky	Palackého ul. 3993
73	Prodejna módního odívání	Palackého ul. 3997
74	Večerka	Palackého ul. 4503
75	ESO	Palackého ul. 4502
76	Mléčné lahůdky	Palackého ul. 4469
77	Maso-uzeniny	Palackého ul. 4275
78	Astra bufet	Palackého ul. 4275
79	PNS	Palackého ul. 4467
80	Supraphon	Palackého ul. 3995
81	Prádlo, pletené zboží	Palackého ul. 4448
82	Prádlo, pletené zboží	Palackého 3995
83	Galantérie	Palackého 4447
84	OD PRIOR	Dr. Farského 4732

Zdroj: vlastní šetření, 2023

## **Abstrakt**

Kondášová, L. (2023). *Analýza maloobchodní sítě v centru města Chomutov* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

**Klíčová slova:** maloobchod, maloobchodní síť, centrum města, terénní šetření, Chomutov

Analýza maloobchodní sítě v oblasti centra Chomutova. Zajímavý pohled na maloobchodní činnost v oblasti Chomutova v průběhu času – zánik obchodů a vznik nových provozoven. Tvrdá data, mapové podklady a grafy vs. vlastní terénní šetření a prozkoumávání obchodování v minulosti, fakta podložená vzpomínkami místních obyvatel. Zamyšlení nad změnou ve způsobu obchodování z historického pohledu, přes změny po roce 1989, až po současné dění. Vývoj obchodní činnosti v průběhu času, porovnání prodávaného sortimentu zboží a služeb na stejných adresách v minulosti a dnes. Představení obchodů v centru města Chomutova a přilehlých ulicích z hlediska sortimentu, exkluzivity zboží, formy prodeje nebo prodejních ploch jednotlivých typů obchodů. Analýza lokálních specializovaných obchodů a poboček s celorepublikovou působností. Zajímavé archivní záběry objektů s obchody a aktuální situace. Zamyšlení nad budoucím vývojem maloobchodní činnosti a možná opatření pro podporu prodeje v Chomutově.

## **Abstract**

Kondášová, L. (2023). *Analysis of the retail network in the center of Chomutov* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

**Key words:** retail, retail network, center of city, field investigation, Chomutov

Analysis of the retail network in the area of the center of Chomutov. An interesting look at retail activity in the Chomutov area over time – the disappearance of shops and the creation of new establishments. Hard data, maps and graphs vs. own field investigation and research into trading in the past, facts supported by the memories of local residents. Reflections on the change in the way of trading from a historical perspective, through changes after 1989, to current events. Development of business activity over time, comparison of the range of goods and services sold at the same addresses in the past and today. Presentation of shops in the center of city Chomutov and adjacent streets in terms of assortment, exclusivity of goods, form of sale or sales areas of individual types of shops. Analysis of local specialized stores and branches with nationwide scope. Interesting archival footage of buildings with shops and the current situation. Thinking about future development of retail activity and possible measures to support sales in city Chomutov.