

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie

Bc. Aneta ŠVARCOVÁ

**PROMĚNY VENKOVSKÉHO MALOOBCHODU
V OKRESE JINDŘICHŮV HRADEC PO ROCE 1989**

Diplomová práce

Vedoucí práce: RNDr. Miloš Fňukal, Ph.D.

Olomouc 2014

Bibliografický záznam

Autor (osobní číslo):	Bc. Aneta Švarcová (R110148)
Studijní obor:	Regionální geografie
Název práce:	Transformace venkovského maloobchodu po roce 1989 v okrese Jindřichův Hradec
Title of thesis:	Transformation of retail in rural areas of the Jindřichův Hradec District
Vedoucí práce:	RNDr. Miloš Fňukal, Ph.D.
Rozsah práce:	158 stran
Abstrakt:	Diplomová práce se zabývá maloobchodní sítí ve venkovském prostoru v okrese Jindřichův Hradec. Studuje vývoj a transformaci maloobchodní sítě a jejich maloobchodních jednotek od roku 1989. Na základě terénního šetření analyzuje strukturu maloobchodních jednotek v roce 2014. Zabývá se i chováním zákazníků a přístupem obecních samospráv k funkčnosti maloobchodní sítě.
Klíčová slova:	venkov, maloobchod, maloobchodní síť, maloobchodní jednotka, okres Jindřichův Hradec
Abstract:	The diploma thesis follow up the retail network in a rural area belong to the district of Jindřichův Hradec. It studies the evolution and transformation of the retail network and retail units since 1989. This thesis analyzes the stucture of detail units in 2014, the behavior of the customer and access to the detail and municipal goverments to ensure needs of the citizens. All results of the analysis were developed based on questionnaire investigation and field investigastion.
Keywords:	rural, retail, retail network, retail shop, district Jindřichův Hradec

Prohlašuji, že zadanou diplomovou práci, na téma *Proměny venkovského maloobchodu v okrese Jindřichův Hradec po roce 1989*, jsem vypracovala samostatně pod vedením RNDr. Miloše Fňukala, Ph.D. a veškerou použitou literaturu a zdroje jsem řádně uvedla v seznamu použitých zdrojů.

V Olomouci dne 24. dubna 2014

.....

podpis

Ráda bych poděkovala panu RNDr. Miloši Fňukalovi, Ph.D., za odborné vedení, rady, připomínky a trpělivost při zpracování diplomové práce. Dále mé poděkování patří všem osloveným provozovatelům a pracovníkům venkovských maloobchodních jednotek, zástupcům a pracovníkům obecních samospráv a obyvatelům venkovských obcí, kteří velmi ochotně spolupracovali a poskytli velmi cenné informace. V neposlední řadě bych ráda poděkovala své rodině a nejbližšímu okolí za trpělivost, shovívavost, podporu a pomoc při zpracování této diplomové práce.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Aneta ŠVARCOVÁ**
Osobní číslo: **R110148**
Studijní program: **N1301 Geografie**
Studijní obor: **Regionální geografie**
Název tématu: **Proměny venkovského maloobchodu v okrese Jindřichův Hradec po roce 1989**
Zadávající katedra: **Katedra geografie**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem diplomové práce je analýza transformace venkovského maloobchodu v zájmovém území okresu Jindřichův Hradec po roce 1989. Práce se bude věnovat také současné podobě venkovského obchodu, přístupem místního obyvatelstva i samosprávy k problematice zajištění dostupnosti obchodní sítě pro obyvatele venkova.

Rozsah grafických prací: **Podle potřeb zadání**
Rozsah pracovní zprávy: **20 000 - 24 000 slov**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**
Seznam odborné literatury:

SPILKOVÁ, Jana. Geografie maloobchodu a spotřeby : věda o nakupování. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2012.
TURČÍNKOVU, Jana. Nákupní chování obyvatel České republiky v procesech integrace a globalizace. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2011.
STARZYCZNÁ, Halina. Maloobchod v českých zemích v proměnách let 1918-2000. 1. vyd. Opava: Slezská univerzita, 2000.
STARZYCZNÁ, Halina. Transformace maloobchodu v České a Slovenské republice v letech 1993-2003 v jejích historických souvislostech. 1. vyd. Brno: Slezská univerzita v Opavě, 2011.
SZCZYRBA, Zdeněk. Geografie obchodu - se zaměřením na současné trendy v maloobchodě. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2006.
SZCZYRBA, Zdeněk. Maloobchod v ČR po roce 1989 : vývoj a trendy se zaměřením na geografickou organizaci. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Miloš Fňukal, Ph.D.**
Katedra geografie

Datum zadání diplomové práce: **5. prosince 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **10. dubna 2014**

L.S.

Prof. RNDr. Juraj Ševčík, Ph.D.
děkan

Doc. RNDr. Zdeněk Szczyrba, Ph.D.
vedoucí katedry

V Olomouci dne 5. prosince 2012

OBSAH

1.	ÚVOD	10
2.	CÍLE PRÁCE.....	12
3.	METODIKA A ZDROJE DAT	12
3.1.	Metodika	12
3.2.	Zdroje dat.....	14
3.2.1.	Knižní zdroje dat.....	14
3.2.2.	Elektronické zdroje dat	16
4.	VENKOV	17
4.1.	Venkovský prostor.....	17
4.2.	Vývoj vztahu venkovského a městského prostoru.....	18
4.2.1.	Období středověku	18
4.2.2.	Období industrializace	19
4.2.3.	Současné období.....	19
4.3.	Vymezení venkovského prostoru	20
4.3.1.	Přístupy k vymezení.....	20
4.3.2.	Charakteristické rysy určující venkova	21
4.4.	Typologie venkovského prostoru	22
4.4.1.	Počet obyvatel a hustota zalidnění	23
4.4.2.	Velikostní a polohová diference.....	28
4.4.3.	Sídelní typologie.....	28
4.4.4.	Historicko-sociální typologie	29
4.4.5.	Typologie vybavenosti obcí	29
4.4.6.	Pracovní typologie	30
5.	OBCHOD	31
5.1.	Obchod spotřebním zbožím a obchod zbožím pro další podnikání	31
5.2.	Maloobchod a velkoobchod	32
5.3.	Vnitřní a zahraniční obchod	32
6.	MALOOBCHOD	33
6.1.	Transformace maloobchodu v českých zemích.....	33
6.1.1.	Maloobchod do konce 80. let 20. století	33

6.1.2.	Maloobchod v 90. let 20. století	34
6.1.3.	Maloobchod 21. století.....	39
6.2.	Členění maloobchodu	47
6.2.1.	Druhy maloobchodní činnosti	48
6.3.	Formy organizace v maloobchodě.....	50
6.3.1.	Integrace	50
6.3.2.	Kooperace.....	50
6.3.3.	Nezávislý maloobchodní podnikatelé	52
6.4.	Struktura klasifikace maloobchodu v ČR	53
6.5.	Maloobchodní jednotky	53
6.5.1.	Strukturální znaky (statické).....	54
6.5.2.	Instrumentální znaky (dynamické).....	58
6.6.	Maloobchodní síť	61
6.6.1.	Principy lokalizace maloobchodní sítě.....	63
6.6.2.	Uspořádání maloobchodní sítě v prostoru.....	64
7.	ZÁJMOVÉ ÚZEMÍ.....	67
7.1.	Vymezení venkovského prostoru v okrese Jindřichův Hradec	67
7.2.	Charakteristik a okresu Jindřichův Hradec	69
7.3.	Venkovský prostor okresu Jindřichův Hradec	74
8.	VÝVOJ VENKOVSKÉ MALOOBCHODNÍ SÍTĚ	80
8.1.	Venkovské obce a místní části venkovských obcí v okrese J. Hradec.....	80
8.1.1.	Vývoj maloobchodních jednotek od roku 1989.....	81
8.1.2.	Vývoj maloobchodní jednotek dle velikosti venkovské obce	81
8.1.3.	Vývoj maloobchodních jednotek dle velikosti venkovské místní části.....	84
8.1.4.	Vývoj maloobchodní sítě venkovských oblastí dle forem vlastnictví.....	86
8.1.5.	Plocha maloobchodní sítě.....	90
9.	VENKOVSKÁ MALOOBCHODNÍ SÍŤ V ROCE 2014	91
9.1.	Provozovatelé maloobchodních jednotek stacionární sítě	91
9.1.1.	Struktura maloobchodních jednotek dle provozovatele	91
9.1.2.	Struktura provozovatelů venkovských maloobchodních jednotek.....	94

9.2.	Pracovní síla	95
9.3.	Majetkové vztahy k objektům provozu.....	97
9.4.	Provozní doba.....	99
9.5.	Formy prodeje stacionární maloobchodní sítě	102
9.6.	Prodej v pojízdných prodejnách	104
9.6.1.	Pojízdna prodejna pana Pidrmána.....	105
9.6.2.	Nákup do tašek – způsob zajištění potřeb venkovského obyvatelstva	107
9.7.	Sortiment a dodávky zboží	107
9.8.	Nákupní prostředí venkovských maloobchodních jednotek	111
9.8.1.	Rozmístění a umístění venkovských maloobchodních jednotek	111
9.8.2.	Exteriér venkovských maloobchodních jednotek	111
9.8.3.	Interiér venkovských maloobchodních jednotek	112
9.8.4.	Maloobchodní jednotka jako místo setkání	113
9.9.	Zákazníci ve venkovském prostoru a jejich nákupní chování.....	113
9.10.	Přístup obecních samospráv	116
9.10.1.	Obce podporující venkovskou maloobchodní síť	116
10.	ZÁVĚR.....	118
	SUMMARY	122
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	123
	PŘÍLOHY	127

1. ÚVOD

Dnešní globalizované obchodní prostředí nabízí svým zákazníkům neskutečné množství zboží a služeb. Jejich dostupnost však není pro všechny zákazníky rovnocenná, je omezena prostorem, kde zákazníci přebývají a žijí. Nejen v České republice je prostorem s omezenou dostupností služeb a zboží venkov, protože většina obchodních jednotek i provozoven služeb je lokalizována ve městech. Ve venkovském prostoru se nalézají především maloobchodní jednotky nabízející zboží základní a denní potřeby. Naopak zcela výjimečné je a venkově umístění obchodních jednotek se specializovaným zbožím a také provozoven většiny služeb. Před rokem 1989 byla síť maloobchodních jednotek nabízejících základní zboží denní potřeby i na venkově velmi hustá, prodejny se nacházely i ve velmi malých obcích a místních částech. Jejich síť byla ovšem již tehdy nerentabilní a stát ji udržoval do jisté míry uměle. V průběhu ekonomické transformace byla maloobchodní síť na venkově výrazně ovlivněna dvěma na sebe časově navazujícími procesy: úplnou privatizací maloobchodu a o něco později také výraznou změnou nákupního chování spojenou s rozšířením sítě supermarketů a hypermarketů v ČR. Je možné si položit otázku, kolik z původních obchodních jednotek ve venkovském prostoru zachovalo svůj provoz, kolik jednotek „neustálo“ tvrdé podmínky tržní ekonomiky a rozvoj soukromého podnikání či fakt, že nemalá část venkovského obyvatelstva se přizpůsobila trendu celotýdenních nákupů v supermarketech, a jaký je stav obchodních jednotek ve venkovském prostoru dnes.

K tématu mám osobní vztah – bydlím totiž v Ostojkovicích, vesnici ležící asi 7 km jihovýchodně od Dačic, která má 170 obyvatel a která je místní částí obce Budiškovice. V Ostojkovicích působí maloobchodní jednotka smíšeného zboží. Tato maloobchodní jednotka smíšeného zboží zde působí s krátkým přerušením v roce 2002 od počátku sledovaného období, tedy od roku 1989. Maloobchodní jednotku provozovalo spotřební družstvo Jednota, následně v roce 1992 přešel provoz prodejny do soukromého provozu, provozována je v objektu vlastněném obcí. Prodejna smíšeného zboží má pro naši místní část obce velký význam. Nejen, že zajišťuje dodávku zboží základní a denní potřeby, ale je také místem sociálního kontaktu občanů. Právě sociální kontakt a sdružování obyvatel byl prvním podnětem k volbě tématu mé diplomové práce. Zpočátku mě zajímalo, zda i v jiných obcích a místních částech obcí ve venkovském prostoru má obchod podobnou „společenskou“ funkci jako u nás. Následně po malém průzkumu obcí venkovského prostoru v okolí mého bydliště v listopadu 2013 jsem došla k otázce, zda opravdu maloobchodní jednotky z venkovských obcí a místních částí obcí vymizely nebo zda ustály nástrahy dnešní ekonomické situace a změn nákupního chování jejich obyvatel.

Diplomová práce má na tyto otázky odpovědět: řeší proměny maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru ve vymezeném území, kterým je okres Jindřichův Hradec. Sleduje působení maloobchodních jednotek ve venkovských obcích za období od roku 1989, přístup občanů a zástupců veřejné správy venkovských obcí k působení maloobchodních jednotek ve venkovské obci, kde žijí a působí. U maloobchodních jednotek budou vedle jejich existence analyzovány také základní ukazatele jejich provozu v současné době, jako je pracovní a doba, forma provozu, umístění, počet pracovníků.

2. CÍLE PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je hodnocení vývoje maloobchodu a maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec po roce 1989. Pro hodnotné výsledky práce je nutné především seznámení s pojmem venkov a maloobchod a následné vymezení území venkovského prostoru, na který se bude práce soustředit.

Práce se podstatně zaměří na stav a identifikaci maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru a identifikaci disparit venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec v současné době, k počátku roku 2014 (březen 2014). Výsledky budou vycházet z terénního šetření maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec. U maloobchodních jednotek budou zaznamenávány základní provozní indikátory, které poslouží k následnému hodnocení venkovského maloobchodu. Z pohledu provozovatele budou zjišťovány indikátory o vlastnictví objektu provozovny, forma provozu, časové působení, integrace a kooperace, podpora provozu a plány pro budoucnost. U objektu maloobchodní jednotky se zaměříme na formu prodeje, prodejní plochu, prodejní dobu, obchodní operace, sociální aspekt, strukturu zákazníků, služby zákazníkovi, pracovníky, sortiment, umístění, vnější a vnitřní prostředí maloobchodní jednotky.

Dále se práce bude cíleně věnovat postojům místních správ a obyvatel k maloobchodním jednotkám ve venkovském prostoru. Dotazováním obyvatel formou dotazníkového šetření zjistíme vnímání a postoj obyvatel k maloobchodní jednotce v místě bydliště dotazovaných obyvatel. Cílem bude zjistit, zda obyvatelé nakupují ve venkovské maloobchodní jednotce v místě svého bydliště nebo jestli nakupují mimo místo svého bydliště a pokud nakupují, tak jakých objemů jsou jejich nákupy. U zástupců místních správ budou formou řízených rozhovorů zjišťovány postoje k zabezpečení potřeb zboží základní a časté potřeby ve venkovských obcích. Zhodnotíme formu zabezpečení potřeb zboží základní a časté potřeby v jejich venkovských obcích a podporu venkovských maloobchodních jednotek v jejich venkovské obci.

3. METODIKA A ZDROJE DAT

3.1. Metodika

Při zpracování předložené diplomové práce bylo využito několik metodologických postupů a přístupů. Pro seznámení se stěžejními pojmy práce a správné řešení tématu byly nastudovány především vědecké publikace věnující se pojmům venkova maloobchod. Poznání

pojmu venkov a maloobchod a jejich širších souvislostí vývoje, vymezení, členění, forem, znaků, organizace apod. bylo v první řadě využito k vymezení zájmového venkovského území a také k vytvoření osnovy a pokynů pro terénní a dotazníkové šetření.

Zájmové venkovské území bylo vymezeno na základě počtu obyvatel, hustoty zalidnění a statusu obce. V publikacích na téma venkov se nabízela další možná kritéria a jejich kombinace. Při vymezování venkovského území bylo pracováno se zvolenými kritérii, které se aplikovala na administrativní jednotky obcí. Pro to, aby se obec zařadila do venkovského území, musela splnit všechna zvolená kritéria. Pro zájmové území venkovských obcí byla zpracována, pro bližší seznámení s charakterem tohoto prostoru, na základě dat z ČSÚ fyzicko-geografická a socio-geografická analýza území. Veškeré zpracované ukazatele a statistiky byly porovnávány s prostorem městských obcí a okresem Jindřichův Hradec. Rozpracován byl vývoj počtu obyvatel venkovských obcí v letech 1989–2012, který byl pro lepší názornost vyjádřen způsobem řetězového indexu v relativních hodnotách. Pro charakteristiku obyvatelstva v období let 1989–2012 byl vypracován ukazatel přirozeného přírůstku (podíl počet narozených k počtu zemřelých obyvatel), migračního salda (podíl počtu vystěhovalých obyvatel k počtu přistěhovalých obyvatel), celkového přírůstku (rozdíl přirozeného přírůstku obyvatelstva a migračního salda), index maskulinity (počet mužů na 100 žen), index stáří (počet obyvatel ve věku 65 a více let na 100 obyvatel ve věku 0–14 let), index ekonomické závislosti (počet obyvatel ve věku 65 a více a ve věku 0–14 let na 100 ekonomicky aktivních obyvatel). Zpracována byla i struktura ekonomicky aktivního obyvatelstva a vzdělanostní struktura obyvatelstva. Ukazatele jsou vyjadřovány v relativních hodnotách, především z důvodu snadnějšího srovnání s ostatními územími.

Stěžejní metodou práce bylo terénní a dotazníkové šetření a řízené rozhovory se zástupci a pracovníky obecních samospráv. Tyto zdroje dat byly zásadní pro práci z důvodů absence současné datové základny a informací o maloobchodních jednotkách na administrativní úrovni obcí. Podklady pro terénní a dotazníkové šetření vznikly na základě vědeckých publikací k pojmu venkov a maloobchod. Terénní šetření probíhalo v únoru až dubnu 2014. Pro terénní šetření byl připraven dotazník (příloha 2), který byl vyplňován na základě řízených rozhovorů s vlastníky, provozovateli, pracovníky maloobchodních jednotek ve venkovských obcích a v místních částech venkovských obcí. Řízené rozhovory řešily otázky působení maloobchodní jednotky, formy vlastnictví, integraci, podpory a příspěvků na provoz, formy prodeje, prodejní doby, sociálního aspektu, zákazníků, pracovní síly, sortimentu, umístění a vzhled maloobchodní jednotky. Autorka osobně navštěvovala venkovské obce a jejich místní části v okrese Jindřichův Hradec za účelem šetření maloobchodních jednotek. Prozkoumáno bylo na 96 obcí a 282 místních částí okresu Jindřichův Hradec. U každé maloobchodní jednotky byl vyplněn dotazník a pořízena fotografická dokumentace. Až na několik výjimek přistupovaly dotčené a dotazované

osoby k šetření velmi pozitivně a ochotně odpovídaly na připravené otázky. V rámci terénního šetření proběhlo i anonymní dotazníkové šetření, kdy se autorka dotazovala obyvatel venkovských obcí a venkovských místních částí. Dotazník (příloha 3) se vztahoval k problematice přístupu k maloobchodní jednotce v obci bydliště respondenta, k nákupnímu chování domácnosti respondenta a základním údajům o respondentovi. Dotázáno bylo 224 respondentů, v jejíž struktuře převládaly ženy (59 %), z věkového hlediska osoby starší 65 let (36 %) a osoby ve věku 31–45 let (28%), z ekonomického hlediska důchodci (41%) a pracující obyvatelstvo (37 %), ze vzdělanostních skupin převládaly osoby se středoškolským vzděláním bez maturity a s maturitou (79 %). Posledním šetřením byly řízené rozhovory se zástupci a pracovníky samospráv obcí, kteří byli dotazováni telefonicky nebo elektronicky přes email. Osloveny byly všechny obecní úřady venkovských obcí. Zástupci a pracovníci samospráv obcí odpovídali na otázky působnosti maloobchodní jednotky v obci a především na otázky podpory maloobchodních jednotek a zajištění základních denních a častých potřeb svých občanů. Data získaná terénním, dotazníkovým šetřením a řízenými rozhovory byly zpracovány především za celek území venkovských obcí a staly se hlavním výstupem diplomové práce. Výstupy získaných dat jsou zpracované programem Microsoft Excel do tabulek a grafů a map zpracovaných programem ArcMap 10. Podkladové vrstvy pro tvorbu mapových výstupů poskytla katedra geografie UP v Olomouci.

3.2. Zdroje dat

K zpracování práce bylo využito dat získaných z literárních publikací, elektronických zdrojů z internetového prostředí a především daty z terénního a dotazníkového šetření.

3.2.1. Knižní zdroje dat

K tématu diplomové práce byla nalezena literatura zaměřující se především na teoretickou základnu základních pojmů venkov, maloobchod, maloobchodní jednotka a síť. Kvantitativní a kvalitativní data za jednotlivé maloobchodní jednotky jsou k dispozici za roku 1999 (Retail Census 1998) ovšem pouze za okres jako celek. Z dostupné literatury byla pouze jediná publikace, která popisovala stav maloobchodních jednotek za rok 2005 v okrese Jindřichův Hradec. Touto publikací Evy Novotné, M. Musila a J. Nového (2006) byl Socioekonomický potenciál neprůmyslových deprimujících zón původních kulturních domů, škol a prodejen spotřebního družstva Jednota ve venkovském osídlení, který podal výčet maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec.

Pro zpracování kapitole popisující venkov bylo využito několik publikací, z nichž bylo nejvíce čerpáno z Jana Binka a kol. (2007) Venkovský prostor a jeho oživení, který zde popisuje

a vymezuje především venkov jako takový, vztah města a venkova a přístupy k vymezení venkovského prostoru. Vymezení pojmu venkov a se také věnuje ve své publikaci Zdeněk Pavlík (2005) Vymezení venkovského obyvatelstva a Martin Pělucha (2012) Venkov na prahu 21. století, kde popisuje vymezení venkova na základě počtu obyvatel, hustoty zalidnění a kombinací počtu obyvatel a hustoty zalidnění. Vymezení venkovské obce a osídlení a další přístupy k vymezení venkova popisují negeografičtí autoři Václav Lednický a Jiří Vaněk (2006) Strategie rozvoje malého a středního podnikání v marginálních příhraničních oblastech České republiky. Kritéria pro vymezení venkova uvádí také Jiří Linhart (1996) Velký sociologický slovník. Tématu venkov se v několika publikacích věnuje profesorka české Zemědělské univerzity v Praze Věra Majerová. Věra Majerová a Irena Hejdová (2007) Český venkov 2007: studie Jihočeského a Ústeckého kraje, kde obecně charakterizují prostor venkova, venkovské obyvatelstvo a vztahy městského a venkovského prostoru a Věra Majerová a Jaroslav Čmejrek (2005) Český venkov 2005: rozvoj venkovské společnosti. Charakteristické rysy venkova vymezuje Radim Perlín (2010) Venkov, typologie venkovského prostoru.

Informace o maloobchodu, jeho členění, druhy, organizaci, maloobchodních jednotkách a maloobchodní síti byly čerpány z pěti publikací. Publikace Petr Cimler a Dana Zadražilová (2007) Retail Management, Petr Cimler a kolektiv (1998) Obchod a služby a Zdeněk Szczyrba (2006) Geografie obchodu (se zaměřením na současné trendy) se v mnoha případech velmi prolínají a shodují. Zaměřují se obecně na pojem maloobchod, členění a druhy maloobchodu, organizace maloobchodu, maloobchodními jednotkami (znaky, umístění provozu, vnitřní a vnější design, nákupní prostředí, pracovníci apod.) a maloobchodní síti (lokalizace, členění, uspořádání, typy apod.). Vývoj maloobchodu v českých zemích od konce 80. let 20. století přes období 90. let, restrukturalizaci, atomizaci, industrializaci, příchod nadnárodních řetězců je popsán v publikacích Zdeňka Szczyrby (2005) Maloobchod v České republice po roce 1989 – vývoj a trendy se zaměřením na geografickou organizaci a Haliny Starzyczné (2011) Transformace maloobchodu v České a Slovenské republice v letech 1993–2003 v jejích historických souvislostech. Halina Starzyczná (2011) ve své publikaci nepopisuje pouze vývoj maloobchodu v českých zemích, ale věnuje se také maloobchodu obecně, maloobchodním jednotkám (znaky, umístění) a maloobchodní síti (trendy a uspořádání). Zmiňované publikace jsou doplněny ve velmi malé míře publikacemi Aleše Hese (2007) Velkoobchod a maloobchod popisující ambulanti prodej a sortimentní skupiny maloobchodu a Jiřího Ježka (2006) Problémy územního rozvoje maloobchodní sítě a možnosti jejich řešení věnující se maloobchodní síti, jejími problémy, současnému stavu, budoucími možnostmi.

K charakteristice území okresu Jindřichův Hradec přispěla publikace Evy Novotné, M. Musila a J. Nového (2006) Socioekonomický potenciál neprůmyslových deprimujících zón původních kulturních domů, škol a prodejen spotřebního družstva Jednota ve venkovském

osídlení, který podal výčet maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec, která charakterizuje mimo jiné okres Jindřichův Hradec základními ukazateli (rozloha, počet obyvatel, povrch, vodstvo, ekonomická struktura, sídelní struktura).

3.2.2. Elektronické zdroje dat

Pro zpracování diplomové práce byly využity elektronické zdroje dat dostupné z internetového prostředí. Kapitoly charakterizující pojem maloobchod byly doplněny analýzami INCOMA GfK a Svazem obchodu a cestovního ruchu, které posloužili k charakteristice současného prostředí maloobchodu a maloobchodní sítě a také doplnily informace z literárních zdrojů. Klasifikace ekonomických činností (NACE) byla převzata z portálu ČSÚ. K vymezení zájmového území venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec bylo využito publikace Maloobchod v letech 2000–2010 na portále ČSÚ, které bylo inspirací k vymezení námi sledovaného území.

Statistické výstupy charakterizující obyvatelstvo, ekonomickou strukturu obyvatelstva za zájmové území venkovského prostoru v okrese Jindřichův Hradec byly zpracovány z dat dostupných na portále ČSÚ. Zpracovány byly především data za Sčítání lidu, domů a bytů 2011. Statistiky zaměstnanosti byly zpracovány z portálu Ministerstva práce a sociálních věcí. Vzhledem neexistenci dat o jednotlivých maloobchodních jednotkách byl k lokalizaci maloobchodních jednotek ve sledovaném území použit živnostenský rejstřík Ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

4. VENKOV

4.1. Venkovský prostor

Venkovský prostor je zjednodušeně označován pojmem venkov. Je to území, které je tvořeno mozaikou sídel a krajiny mezi nimi. Svou prostorovou strukturou, rázem hospodářství a společnosti je specifickou částí socioekonomické sféry. Za venkov je pokládáno území venkovských obcí (Bínek, J., 2007). Prostor venkova v sobě obsahuje venkov jako geografický prostor a venkov jako sociální prostor počítaje v to zemědělství jako činnost spojenou s přírodou, která je pro prostor venkova charakteristická na rozdíl od prostoru města, kde je typický především činnost spojená s průmyslem (Majerová, V., 2008).

a) Venkovská obec

Venkovská obec je základní administrativní útvar ve venkovském prostoru. Jde tedy o obec, která nemá statut města nebo městyse. Ze statistického hlediska je zpravidla za venkovskou považována každá obec, která má do 2 000 obyvatel, charakteristická je pro ni vlastní správa, území, užitné plochy se zemědělskou a lesní půdou. Venkovská obec nese znaky venkovského prostoru a venkovského obyvatelstva, které je zároveň odlišují od města. Těmito znaky je umístění v otevřené krajině (většinou v příznivé poloze), malá hustota obyvatelstva, výrazné zastoupení prvovýroby, nepatrná centralizace, rada sociálních funkcí (společenská kontrola, společenství, kolektivní pomoc, základní kulturní aktivity), regionální mnohotvárnost (přírodně – prostorové podmínky, struktura osídlení, rozvojové, stagnační či úpadkové aktivity (Lednický, V., Vaněk, J., 2006 – upravena terminologie).

b) Venkovské sídlo

Venkovské sídlo je popisováno jako všechny prostorově oddělené sídelní útvary mimo města. Řadí se sem samoty, malé i velké vesnice. Venkovské sídlo je obvykle ztotožňováno se sídlením lokalitou. Sídelní lokalita je ucelený soubor obytných objektů, který je základní kolektivitou, kde žijí lidé (Majerová, V., 2005).

Venkovská sídla jsou mimořádně rozmanitá co do velikosti i vnější podoby. Zpravidla se skládají z obytných budov, hospodářských budov a zemědělsky obdělávaných ploch. Podstatnou část zemědělské půdy patřící k venkovskému sídlu tvoří tzv. plužina. Plužina zahrnuje veškerou ornou půdou patřící k sídlu a také louky, pastviny a lesy, které se nacházejí v souvisle rozparcelované ploše polí. V minulosti byly venkovskými sídly především ty, kde se převážná většina obyvatel sídla živila zemědělstvím (pro svoji vlastní potřebu nebo trh jako dodavatelé). V současnosti se tímto parametrem nelze jednoznačně řídit, díky úbytku

pracujících v zemědělství popřípadě v dalších oblastí primárního sektoru, který nastal po roce 1989. Venkovská sídla, která již nejsou plně zemědělského charakteru, si však stále udržují vzhled sídel se zemědělskou funkcí. Důsledkem je značná setrvačnost a do jisté míry neproměnění vzhledu sídel za posledních dvacet let. Geograficky jsou tato sídla označována jako sídla přechodného charakteru. Venkovská sídla a sídla přechodného charakteru se souhrnně označují, jako sídla neměstská. Obecně se dnes pojem venkovské sídlo, venkov, používá pro všechny sídla, která nejsou městy (Pavlík, Z., 2005).

c) Venkovské osídlení

Na území ČR postupem hospodářského vývoje a funkční diferenciací vyvinuly 3 druhy venkovského osídlení. Jsou jimi klasické venkovská sídla, venkovská sídla v zázemí významných center osídlení a venkovská sídla rozptýleného typu. Klasickými venkovskými sídly jsou kompaktní sídelní jednotky v oblastech se základní velikostní a funkční diferenciací sídel. Vesnice představuje těžiště činností vyplývající z obhospodařování zemědělské a lesní půdy. Venkovská sídla v zázemí významných center osídlení jsou charakteristická participací obyvatelstva a ekonomické základny na dělbě práce s ostatními sídly vyšších struktur. Vztahy s vyššími strukturami ovlivňují prostorové i funkční uspořádání a ekonomický profil těchto sídel. Venkovská sídla rozptýleného typu představují typ sídel rozšířených v podhorských a horských oblastech (Lednický, V., Vaněk, J., 2006).

d) Venkovské obyvatelstvo

Obyvatelstvo venkovských oblastí bylo charakteristické svou rozptýleností v území, vyšší zaměstnaností v zemědělství (popřípadě v dalších oblastech primárního sektoru), nižší prostorovou a sociální mobilitou, uzavřeností svých venkovských sídel, vazbou k přírodě a krajině, sociální závislostí, společenským dohledem nad jedinci, uchováním jazyka, tradic a zvyklostí (Pavlík, Z., 2005). Venkov je dále typický odlišným způsobem života (od života městského), v němž má povaha interakcí charakter méně husté sítě kontaktů, jejichž sféra je úzká – primární, osobní, dlouhodobá, ale méně formalizovaná (zatímco síť kontaktů ve městě je frekventovanější a jejich oblast je širší – sekundární, neosobní, krátkodobá, ale více formalizovaná (Majerová, V., 2008).

4.2. Vývoj vztahu venkovského a městského prostoru

4.2.1. Období středověku

Oblasti měst a venkova byly v minulosti jednoznačně vymezené a hranice mezi nimi byla ostrá. Jistou „hranicí“ venkovského a městského prostoru v období středověku

představovaly hradby. Venkovská krajina s poli, lesy a venkovskými sídly se rozprostírala za hradbami. Do období baroka (do poloviny 18. století) můžeme venkov popisovat jako zemědělsky využívanou krajinu se sídly lidí, kteří tuto krajinu obhospodařovali a utvářeli. Ve venkovských sídlech se zvyšoval počet obyvatelstva i nově vystavěných obydlí. Venkovský prostor zabíral téměř celé území tehdejších českých zemí (Bínek, J., 2007).

4.2.2. Období industrializace

Změny výsadně agrární společnosti nastaly s industrializací, v českých zemích od 2. poloviny 19. století. Industrializace přinesla změnu lidských životů, krajiny, změny v koncentraci obyvatelstva a především urbanizaci. Vlivem industrializace rostl význam měst, kde se koncentrovali nové výrobní podniky, školy, vzdělání, pracovní příležitosti, byrokratické a řídicí funkce. Obyvatelstvo se soustředilo do měst (urbanizace) a venkov svým přirozeným přírůstkem nedovedl vykompenzovat ztráty způsobené migrací venkovského obyvatelstva do měst. I přesto však na venkově žila většina obyvatel, kteří ve většině stále pracovali v zemědělství a řemeslné výrobě (oproti městu s průmyslovou a nezemědělskou činností). Na venkově zůstalo méně vzdělané obyvatelstvo, které se nadále věnovalo práci v zemědělství (Bínek, J., 2007). Venkov se svým obyvatelstvem si uchovává kontakt s přírodou, nízkou hustotu zalidnění, menší diferenciaci sociálních skupin, nízkou mobilitu (profesní i teritoriální) (Majerová, V., 2008). Venkov stal jistým „zbytkovým“ prostorem, byly však zachovány vztahy, dozajisté nerovné a polarizační, mezi venkovem a městem. Venkov zásobil město potravinami, vodou a obyvateli a město poskytovalo služby a obchod (Bínek, J., 2007).

4.2.3. Současné období

Jako byla mezníkem ve vývoji společnosti industrializace, je v posledních desetiletích původcem dalších proměn rozvoj informačních technologií a růst významu informací. Společnost industriální se změnila v postmoderní, informační. Jedním z hlavních znaků této změny je přesun pracovních míst ze sekundárního a primárního sektoru hospodářství do sektorů terciérních a kvartérních činností, růst významu a šíření informačních technologií, přechod ke specializované výrobě, vysoká mobilita a rozvoj výroby a výrobků, složitost práce (poptávka po vzdělání). Vlivem vysoké dojížděky, stálé územní koncentraci, územní koncentraci progresivních činností dochází k prohlubování funkční specializace jednotlivých částí sídelního systému. Změna sídelního systému a intenzivní fáze urbanizace ovlivňuje venkovský prostor. Mezi městem a venkovem probíhají obousměrné migrační proudy. Do venkovského prostředí plynou migrační proudy ze starých průmyslových oblastí do oblastí bez tradičního průmyslu, z měst mimo metropolitní areály (suburbanizace). Mění se i volba lokalizace místa bydliště,

lokalizace výrobních a obslužných činností. Hlavními faktory lokalizace jsou dnes náklady na pozemek, pracovní sílu, lokace mimo město, dobré dopravní napojení. Společnost se obrací k prostoru venkova jako k místu s neznečištěným prostředím, s dostatkem volného prostoru, bez dopravní zátěží, k místu pro rekreaci a prostoru, který má blízko k přírodě. Tento zájem je pro venkov velmi pozitivní. Projevy zájmu (nejen samotné bydlení, ale i chalupaření a rekreace) přispívají k zachování a udržení venkovské kulturní krajiny a přežití venkovských sídel. Na druhou stranu je stírání hranice města a venkova hrozbou pro identitu venkova (Bínek, J., 2007).

4.3. Vymezení venkovského prostoru

Vymezení venkovského prostoru je v současné situaci obtížné. Jednoduché by bylo říci, že venkov je území či prostor s venkovským charakterem, ale i vše, co není město (Pělucha, M., 2012). Do dob novověku představovaly hranici mezi venkovem a městem městské hradby, vše co bylo za hradbami, byl venkov. Dnes již objektivní hranice neexistuje. Někdejší dualita byla vystřídána mozaikou míst s rozdílným podílem venkovských a městských znaků. Člověk vytvořil uvnitř městských aglomerací plochy kulturní krajiny blízké přírodě nebo zindustrializoval část venkovského sídla (Bínek, J., 2007).

Někteří autoři proto nevidí smysl v rozlišování venkovského a městského prostoru především díky tzv. nepřímé urbanizaci. Velikost sídla již není určující. Stále však existují viditelné rozdíly, které městské sídlo od venkovského odlišují. Ve městech se soustředí a soustředil obchod, moc, rozvoj člověka a společnosti, poznání a informace, dochází a docházelo zde ke styku města a venkova. Rozdílná je nadále dostupnost obchodních sítí, kultury, výzkumných center, zaměstnání, zdravotní péče, vzdělání. Sociální procesy, inovace a rozvoj probíhají na venkově odlišně a s určitým zpožděním za městem především ve směru z města na venkov (Pavlík, Z., 2005). Stanovení mezních limitů pro vymezení městského a venkovského prostoru je díky prolínání těchto dvou prostorů obtížné. Statistické odlišení městského a venkovského prostoru má však stále smysl. Bínek (2007) považuje za důležité vytvoření kritické velikostní hranice sídel, která bude vymezena indikátory, jako je počet obyvatel, komplexní funkční velikost sídla, urbanistických znaků, landuse apod.

4.3.1. Přístupy k vymezení

Existuje řada přístupů pro vymezení venkovského prostoru, který je výrazně heterogenní. Vnímání venkova je rozdílné na úrovni jedinců, regionů i jednotlivých států. S možným pojetím, vysvětlením pojmu venkov přicházejí ekonomové, sociologové, architekti, geografové, urbanisté, statistici a další zástupci dalších vědních oborů (ČSÚ, 2007). Rozdíly

plynou z netotožných kritérií a hledisek, které mají venkov jednomyslně charakterizovat. Jednotlivé přístupy jsou omezeny několika hledisky (Lednický, V., Vaněk, J., 2006).

Obecně jsou venkovem označovány oblasti volné nezastavěné krajiny a venkovských osídlení, které je možné vymezit jako souhrn venkovských sídel, zemědělských a vodních ploch, lesů, ploch polních cest, místních komunikací a ostatních ploch nalézajících se v tomto prostoru. Takto chápaný venkovský prostor pokrývá 70–90 % území evropských států. Pro venkov, venkovské oblasti, je stále typická menší hustota osídlení, sídla menších velikostí s určitým typem zástavby a urbanistickým stylem, který je viditelně jiný než městský (ČSÚ, 2007). Venkov dnes nezahrnuje jen zemědělství jako odvětví výroby potravin, ale plní řadu nových, alternativních funkcí, spojených s nezemědělskými aktivitami v oblasti hospodářské, zajišťováním ekologické rovnováhy, poskytováním odpočinku a rekreace obyvatelům měst (Majerová, V., 2008).

Binek (2007) používá k přiblížení pojmu venkov složky trvale obydlené části Země, město, venkov a divočinu. Dle Binka (2007) od konce předmoderní doby žádná divočina neexistuje a za venkov lze v širším pojetí považovat vše, co není město. Cuhrová (2006) vymezuje venkov jako území bez pevných hranic, proměnlivé v čase i prostoru. Od města se venkov vyděluje zřetelným sociálním a jiným duchovním rozměrem. Diviš (2005) popisuje venkov jako souhrn ploch zemědělské půdy, lesů, vodních ploch, intravilánu venkovských sídel a místních komunikací s prvky sociálními a kulturními, jako je krajina, vesnice, obyvatelstvo charakteristické svou činností a životním stylem, vesnické tradice, atmosféra venkova a blízkost přírody. Dle Linharta (1996) je venkovem obydlený prostor, který se nachází mimo městské lokality. Je charakteristický menší hustotou obyvatelstva a orientací na zemědělství, ale také odlišnou sociální strukturou a jiným způsobem života, který je povětšinou propojený s přírodou. Hranice města a venkova stále nelze přesně určit (Pělucha, M., 2012).

4.3.2. Charakteristické rysy určující venkova

Venkov si dlouhodobě působením mnoha faktorů utváří své rysy a vytváří si své specifické ekonomické, sociální, environmentální, kulturní, historické prostředí (Binek, J., 2007). Perlín (2010) popsal charakteristické rysy venkova dle urbanistického, architektonického, ekonomického a historického hlediska. Urbanistickými rysy venkovského prostoru je nízkopodlažní zástavba s vysokým podílem rodinných domů (nízký podíl zastavěných ploch) a málo vyvinutou uliční sítí s dominantním prostorem návsi (společné kulturní centrum) a vysokým podílem zeleně v sídle. Z architektonického hlediska dominuje zástavba s rozsáhlým hospodářským zázemím, kde je vymezen dvůr a zahrada s výrazně oddělenými funkcemi. Téměř chybí individuální výstavba. Ekonomicky je pro venkovské sídlo

dominantní výroba potravin a výrazný podíl ekonomicky aktivních osob, které vyjíždí mimo sídlo za prací. Historicky jsou vesnickými sídly všechny sídla, která nezískala v minulosti statut města a práva města. Hudečková (1995) popisuje charakter venkovského prostředí jako převážně přírodní, jednoduchý a sociálně homogenní. Osídlení je zde decentralizované, rozptýlené s velikostí do 2 000–5 000 obyvatel a s formou sídla vesnice, osady jednotlivé dvory. Vybavenost sídel je nedostačující a infrastruktura nekompletní. Veřejná zařízení vzácná a jednoduchá. Bydlení převažuje osobní vlastnictví, forma: zemědělská usedlost, rodinný dům, vybavenost nižší. Práce pracoviště totožné s obydlim, práce rodiny, uzavřený pracovní okruh. Některé ze znaků mohou být v současnosti značně potlačeny.

4.4. Typologie venkovského prostoru

Venkovský prostor, jako každý jiný prostor, má své charakteristické rysy a vlastnosti, které lze poznat a následně popsat. Typologie je metodou na bázi rozčlenění diferenciovaného souboru prvků a následného seskupení dle zobecněného modelu nebo typu do jednotlivých relativně homogenních kategorií (Binek, J., 2007). K poznání souvislostí mezi charakteristikami, rysy a vlastnostmi venkovských prostorů je potřebné analyzovat, rozčleňovat na základě podobností, určitých modelů a typů. Ke klasifikaci znaků je možné přistupovat na základě kvantitativních, kvalitativních, subjektivních a objektivních přístupů. Za nejhodnější se jeví přístup objektivně kvantitativní. Objektivně kvantitativní a kvalitativní přístup není založen na prvním dojmu či citění jako přístup subjektivní. V rámci venkovského prostoru zkoumá měřitelné, kvantitativní znaky jako je počet obyvatel, hustota zalidnění, velikost katastru, dopravní polohu, urbanistickou strukturu a architektonické znaky, postavení obce ve správním systému, sociální znaky – styl života a další ze znaků (Majerová, V., 2005).

Venkovské oblasti jsou nejčastěji vymežovány na základě kvantitativních a kvalitativních ukazatelů. Jednotlivým z těchto ukazatelům se následně budeme věnovat podrobněji (ČSÚ, 2007):

- počtu obyvatel obce nebo hustoty osídlení, případně kombinace těchto dvou ukazatelů,
- statut dané obce, dle právních norem příslušného státu,
- charakter a hustota zástavby a architektonický ráz obce,
- podíl přírodních ploch nebo zastavěných ploch na celkové rozloze obce,
- zohlednění infrastruktury, občanské vybavenosti obce a dostupnosti služeb (z nekomerční sféry např. školství, zdravotnictví, sociální péče, kulturní a sportovní zařízení),
- institucionální vybavení obcí (např. matriční či stavební úřad, pošta),

- dopravní dostupnost nebo vzdálenosti od větších center (dobře dostupné a blízké obce nejsou někdy považovány za venkov, byť mají malý počet obyvatel nebo nízkou hustotu osídlení),
- věkové složení obyvatelstva,
- přirozený a migrační přírůstek obyvatelstva,
- vzdělanostní struktura obyvatelstva,
- míra nezaměstnanosti,
- vyjíždka a dojíždka do zaměstnání,
- zaměstnanost v sektorech a odvětvích (např. v zemědělství nebo v primárním sektoru obecně),
- intenzita bytové výstavby,
- další sociální, ekonomické, demografické a environmentální indikátory,
- různé kombinace více kritérií.

4.4.1. Počet obyvatel a hustota zalidnění

a) Počet obyvatel

Počet obyvatel obce/sídla je nejpoužívanější, nejjednodušší a nejčastěji využívané kritérium. Hodnota vyjadřující počet obyvatel je zpravidla dostupná i retrospektivně. Jediným problémem v dlouhodobém měřítku je změna metodiky v evidenci počtu obyvatel (Pělucha, M., 2005).

Typologie dle počtu obyvatel v ČR

V ČR se obvykle pro analytické a regionální účely za venkovské označují obce s počtem obyvatel menším než 2000. Obce s počtem obyvatel pod 2000 jsou považovány za venkovské a jejich soubor je venkov. Při vymezování jistě narazíme na typicky venkovské obce, které limit 2000 obyvatel převyšují i na historická města, která dle počtu obyvatel řadíme mezi venkovské obce. Tato hodnota byla v ČR poprvé použita J. Korčákem, po Evropě se rozšířila po roce 1935, po konání Mezinárodního statistického kongresu. Hranice to však není stálá (Pělucha, M., 2012). Tyto obce sice většinou splňují různá kritéria „venkovskosti“ ale vzniká tak regionálně nesouvislé území a také kategorie přechodných neměstských sídel s více než 2000 obyvateli, která jsou neoddelitelnou součástí venkovského prostoru a také klíčovou skupinou sídel významně přispívajících k oživení venkova. Dle počtu obyvatel členíme obce venkovského typu do skupin s 200, 500, 1000 a 2000 obyvateli. S počtem obyvatel 5000, 10000, 20000, 50000 a 100000 obyvateli skupiny obcí městského charakteru. Na pováženou připadá zohlednění obcí s 300 a 3000 obyvateli. Pro vznik obce je minimální velikost

obyvatelstva stanoven na 300, u města je tato minimální hranice 3 000 obyvatel (Pělucha, M., 2012).

Binek (2007) pro projekt „Oživení venkovského prostoru“ zvolil pro vymezení venkova hranici 3 000 obyvatel bez ohledu na status a obce nad 3 000 bez statusu město. Jako malou obec popisuje obec do 500 obyvatel (v širším kontextu sídelní struktury), za velkou obec označuje město. Pojem malá obec je srovnatelný s pojmem venkovská obec. Zvolená hranice 3 000 obyvatel je opodstatněná ustanovením ukotveným v zákoně. Legislativa ČR stanoví, že pro získání statutu město musí obec disponovat nejméně 3 000 obyvateli (Binek, J., 2007). Tato hranice však není nepřekročitelná. Městem zůstávají i menší obce, které získaly statut města podle dřívějších pravidel. Také mnohá města zahrnují i místa (sídlá, městské části), která sama o sobě mají typický venkovský charakter, ale nejsou samostatnou obcí, takže nemohou být považovány za obec venkovskou (Pělucha, M., 2012).

b) Hustota zalidnění

Jednou z charakteristik venkova je, že je to oblast řídko osídlená. Důležitým kritériem je tedy hustota zalidnění. Hustota zalidnění je ukazatel, který kombinuje počet obyvatel a velikosti (rozlohy) obce (Pělucha, M., 2012). V ČR se vymezení venkovského prostoru se vstupem do EU mělo řídit dle evropské definice venkovského prostoru, která je založena na hustotě zalidnění. Dle definice Eurostatu (nahradila definici OECD) je venkovem prostor, kde trvale na daném území obce žije maximálně 100 obyvatel na 1 km² (Lednický, V., Vaněk, J., 2006).

Definice OECD

Na základě hustoty zalidnění je postavena definice vytvořená OECD, která je jediná mezinárodně uznávaná metoda typologie venkovských oblastí a zároveň je nejpoužívanější metodou k vymezení venkovských regionů¹ v EU (Pělucha, M., 2012). Na místní úrovni definuje venkovské oblasti ty, kde je hustota zalidnění je nižší než 150 obyvatel/km². Na úrovni regionu rozlišuje tři základní kategorie podle podílu obyvatelstva regionu žijícího ve venkovských obcích (Binek, J., 2007). Původní označení předznamenávalo dva venkovské regiony (výrazně venkovský a venkovský), dnes je venkovský pouze první typ, druhý je přechodný (Pělucha, M., 2012; Binek, J., 2007):

¹ V ČR se v souladu s požadavky evropských institucí používá pro statistické účely systém NUTS. Člení se na kraje=NUTS3, regiony = NUTS2, okresy = LAU1, obce = LAU2. Venkovský region je používán pro statistické potřeby – regiony, které vyžadují určitou formu podpory. V EU nejpoužívanější metoda vymezení regionu dle OECD (Pělucha, M., 2012).

- **výrazně venkovská oblast (venkovský region)** – oblast, kde žije více než 50 % obyvatelstva ve venkovských obcích,
- **venkovská oblast (přechodný region)** – oblast s 15–50 % obyvateli žijícími ve venkovských obcích,
- **oblast městská** – oblast s méně než 15 % obyvateli žijícími ve venkovských obcích.

Tato typologie je však dle Pěluchy (2012) nevýhodná a zavádějící. Při aplikaci metody na úrovni regionů jsou malá a střední města zahrnuta do venkovského prostoru. Celkově tato úroveň, regiony, obsahují významné městské oblasti. Pomýšlet a zohlednit se musí také regionálních specifik uvnitř sledované jednotky. Státy EU se totožně nevyvíjely stejným tempem, tudíž bude jejich sídelní struktura na jiných úrovních a jiných formách. Regionální specifika mohou znemožnit mezinárodní srovnání a vyhodnocení statistických dat. U nás bylo popsané kritérium aplikováno v rámci Programu rozvoje venkova. V roce 2006 byl podle něj úroveň krajů identifikován jediný venkovský region – kraj Vysočina.

OECD hledá způsob zlepšení vymezení venkovského prostoru. Do stávající mezinárodně uznávané definice se snaží zakomponovat problematiku „dostupnosti venkovských oblastí k městským centrum s 50 000 obyvateli z hlediska trhu práce, služeb, možností vzdělávání a potenciálu aglomeračních oblastí (Pělucha, M., 2012).

Pro aplikaci této definice na území ČR byla hraniční hodnota hustoty zalidnění snížena na 100 obyvatel na km². Podrobněji se vymežováním venkova na úrovni okresů ČR zabývá Konzultační dokument „venkov“ (MMR, 1999). Střední kategorie (venkovské oblasti), která u nás výrazně převažuje, byla navíc rozdělena do tří podskupin (převážně venkovské s 37,5–50 % venkovského obyvatelstva; smíšené s 25–37,5 % venkovského obyvatelstva; převážně městské s 15 až 25 % venkovského obyvatelstva (Binek, J., 2007).

c) **Kombinace počtu obyvatel a hustoty zalidnění**

Definice Eurostatu

Indikátory absolutního počtu obyvatel a hustoty zalidnění jsou kritérii definice Eurostatu (statistický úřad EU) pro vymežování venkovských a městských oblastí. Uplatněním absolutního počtu obyvatel a hustoty zalidnění získává informaci o stupni urbanizace (Binek, J., 2007).

Na základě stupně urbanizace dělí regiony do tří kategorií, hustě zalidněné (osídlené) oblastí, prostřední (přechodné) oblastí a řídky zalidněné (obydlené) oblastí (Pělucha, M., 2012):

- **hustě zalidněné (osídlené) oblasti** – zóny hustě obydlené (skupiny sousedících obcí) s hustotou zalidnění s počtem obyvatel dosahující nejméně 50 000 obyvatel a hustotou zalidnění nad 500 obyvatel na km²,
- **prostřední (přechodné) oblasti** – oblast, kde hustota zalidnění každé obce je nižší než 100 obyvatel na km² a tyto obce nejsou součástí hustě zalidněných oblastí. Počet obyvatel celé oblasti musí být menší než 50 000 obyvatel nebo musí sousedit s hustě zalidněnou oblastí,
- **řídce zalidněné (obydlené) oblasti** – oblasti všech ostatních obcí a seskupení obcí, které nesplňují předešlé první a druhé kritérium a nepatří tak do hustě zalidněných oblastí a do prostředních (přechodných) oblastí.

Konzultační dokument u kategorie řídce zalidněné oblasti uvádí tři podskupiny. Oblasti s hustotou zalidnění do 8 obyvatel/km² označuje jako extrémní venkovské osídlení, oblasti s hustotou zalidnění 8–50 obyvatel/km² jako méně zalidněné venkovské oblasti a oblasti s hustotou zalidnění 50–100 obyvatel/km² jako venkovské oblasti (Binek, J., 2007).

Zohledňovány jsou také demograficko-ekonomickými indikátory, které rozčleňují venkovské oblasti na (Pělucha, M., 2012):

- **integrované venkovské oblasti** – v oblastech roste počet obyvatel, zaměstnanost v sekundárním a terciárním sektoru a podstatné je farmářské využití půdy. Střet některých oblastí urbanizací – venkovská oblast slouží již jen k přebývání, nikoli jako místo zaměstnání a zisku prostředků k obživě,
- **střední venkovské oblasti** – poměrně vzdálené městským centrům, typické prolínání primárního a sekundárního sektoru,
- **odlehle venkovské oblasti** – nízké procento osídlení, často nejnižší příjmy, starší populace závislá na práci v zemědělství. Typické nízkým stupněm infrastrukturní vybavenosti, nízkou kvalitou poskytovaných služeb (často služby základní), často oblasti izolovány díky topografickým faktorům – horské polohy, odlehlost infrastruktury.

Výhodou této definice je jednoduchost, dostupnost zpracovávaných údajů a následné možné porovnání mezi jednotlivými zeměmi. Nevýhodou jsou nesrovnatelné hustoty zalidnění v jednotlivých státech. Definice totiž nezahrnují funkční a strukturální charakteristiky venkovského prostoru. V prostoru ČR je velkou nevýhodou rozdrobeností sídel, kdy v prostoru ČR existuje mnoho malých vesnic, které jsou blízko u sebe. Sice splní velikostní kritérium, ale nezapadnou z hlediska hustoty obyvatelstva. Za venkovské oblasti je v ČR považováno celé území s výjimkou Prahy (Binek, J., 2007).

Venkovské oblasti dle ČSÚ

ČSÚ vymezil ve své publikace varianty vymezení venkova na základě statistických dat (přirozený a migrační přírůstek, průměrný věk, zaměstnanost v zemědělství, nezaměstnanost, struktura pozemků, bytová výstavba) popisující venkov. Pro vymezení venkovského prostoru v ČR bylo navrženo 6 různých variant (Pělucha, M., 2012; ČSÚ, 2007).

Navržené varianty vymezení venkova ČSÚ (2007):

- **venkovský prostor jsou všechny obce s velikostí do 2 000 obyvatel** – není brán zřetel hustoty, charakter zástavby, statut obce dle zákona o obcích ani jiné charakteristiky a ukazatele. Výhoda je jednoduchost a jednoznačnost tohoto výběru. Nevýhodou je umělá hranice, která nemusí vždy odpovídat realitě,
- **venkovským prostorem jsou všechny obce s velikostí do 1 000 obyvatel a dále obce s velikostí do 3 000 obyvatel, které mají hustotu zalidnění menší než 100 obyvatel/km²** - více specifikuje podmínky pro výběr obcí, které lze považovat za venkov. Díky podmínce hustoty jsou vybrány pouze řidce obydlené obce. Dolní hranice stavu obyvatel zaručuje, že do výběru jsou zahrnuty i malé obce s malou katastrální výměrou. Horní hranice zaručuje, že do výběru nejsou zahrnuty obce, které sice mají počet odpovídající městskému prostoru, avšak díky katastrální výměře by byly zahrnuty mezi venkovské oblasti,
- **venkovským prostorem jsou všechny obce s velikostí do 1 000 obyvatel a dále obce s velikostí do 3 000 obyvatel, které mají hustotu zalidnění menší než 150 obyvatel/km²** - vychází z podmínek druhé varianty. Rozdílem je, že byla pozměněna vstupní podmínka hustoty zalidnění u obcí ve velikostní skupině mezi 1 000–3 000 obyvatel z původních 100 na 150 obyvatel /km²,
- **venkovským prostorem jsou všechny obce, které nemají statut města** – striktní dodržení právní normy ČR a jako venkovský prostor vymezuje všechny obce s obecním úřadem. Zahrnuty i všechny obce s úřadem městyse a vojenské újezdy,
- **venkovským prostorem jsou všechny obce, které nejsou obcemi s pověřeným obecním úřadem a nemají statut hlavního města** – vychází z hierarchie správní struktury státu. Předpoklad pro toto vymezení je skutečnost, že obce s pověřeným obecním úřadem jsou vždy střediskové sídla určitého významu, která nelze považovat za venkov. Podmínky výběru je s ohledem na velikost, výjimečnost a význam Prahy doplněna o tento sídelní celek, který není obcí s pověřeným obecním úřadem,
- **venkovským prostorem jsou všechny obce s velikostí do 2 000 obyvatel mimo obcí v zázemí krajských měst** – tato regionalizace vychází z předpokladu, že venkovem nejsou jednak obce na 2 000 obyvatel a dále z předpokladu, že sídla v zázemí velkých

měst nelze taktéž považovat za venkovská. První podmínka platí pro celé území ČR, druhá podmínka je specifikovaná s ohledem na velikost měst, v jejichž zázemí obce leží. Expertní metodou byly stanoveny hraniční silniční vzdálenosti, v jejichž dosahu jsou obce ještě považovány za sídla ležící v příměstské zóně a nikoliv za venkov.

4.4.2. Velikostní a polohová diferenciacie

Typologie venkovského prostoru je postavena na velikostní a polohové (dopravní poloha obcí) diferenciaci obcí. Analýzou tvrdých statistických dat byly naznačeny základní souvislosti mezi polohou a velikostí obce. Tento přístup je k základní orientaci a je nutné zahrnout umístění v krajině, omezující podmínky, specifické místní zdroje, vnímání místních obyvatel. K zařazení obce slouží počet obyvatel ke konci roku. U obcí nad 2 000 obyvatel se zaznamenávají obce, které nemají statut města. (Bínek, J., 2007).

4.4.3. Sídelní typologie

Sídelní typologie vychází z polohy obcí vůči urbanizovaným územím a urbanizačním osám, tedy z polohy obcí v sídelní struktuře. Z hlediska poloze v sídelní struktuře vymezujeme pět kategorií (Bínek, J., 2007):

- **sídla v suburbánním území jádra** – předpoklad pro rozvoj rezidenčních funkcí. Přípustné vymezit rozvojové zastavitelné plochy v návaznosti na zastavěné území sídla, výrobní plochy – dle velikosti sídla, dopravní vybavenosti. Dostavba nezastavěných ploch bez ekologické zátěže, limitů, majetkových vztahů,
- **sídla na hlavních urbanizačních osách** – předpoklad pro významný celkový urbanistický rozvoj – vymezení rozvojových zastavitelných ploch v návaznosti na zastavěné území sídla pro funkci rezidenční i výrobní. Dostavba nezastavěných ploch bez ekologické zátěže, limitů, majetkových vztahů, přednostní zástavba,
- **sídla na vedlejších urbanizačních osách** – předpoklad pro celkový urbanistický rozvoj, vymezení rozvojových zastavitelných ploch v návaznosti na zastavěné území sídla pro funkci rezidenční. Dle velikosti sídla, dopravní vybavenosti, potenciál pracovních míst možné výrobní plochy. Dostavba nezastavěných ploch bez ekologické zátěže, limitů, majetkových vztahů, přednostní zástavba,
- **sídla mimo urbanizační osy** – nemá předpoklady na celkový urbanistický rozvoj, nad rámec současně zastavěného území. Přípustné je využívat pouze rezervy v zastavěném území sídla pro funkce rezidenční i výrobní. Je-li možnost předpokladu pro

ekonomickou aktivitu související s využitím krajiny – po posouzení možnost využití volného území pro odpovídající funkci v návaznosti na zastavěné území sídla,

- **sídla v marginálním území** – nemá předpoklady pro celkový urbanistický rozvoj. Žádoucí udržet funkčnost sídla pro obhospodařování krajiny v nezbytné míře. K stabilitě a využívání rezerv v zastavěném území sídla pro rezidenční a výrobní funkce. Je-li možnost předpokladu pro ekonomickou aktivitu související s využitím krajiny – po posouzení možnost využití volného území pro odpovídající funkci v návaznosti na zastavěné území sídla.

4.4.4. Historicko-sociální typologie

Dle historických, sociálních, ekonomických a fyzickogeografických kritérií identifikuje Perlín (2003) v českém venkovském prostoru několik základních typů venkovského osídlení. Suburbánní zóna, venkov v bohatých zemědělských oblastech, severní (bohaté) Sudety, jižní (chudé) Sudety, vnitřní periferie, moravsko-slovenské pomezí. Tato typologie může sloužit ke zkoumání stavu a vývoje sociálních a kulturních charakteristik zmiňovaných oblastí. Jde spíše o historizující členění a základní diferenciacní charakteristiky se již uplatňují poměrně slabě (Binek, J., 2007).

4.4.5. Typologie vybavenosti obcí

Vybavenost obcí se odráží v úrovni a kvalitě života v určitém sídle. Vybavenost obcí představuje přítomnost základních sociálních a ekonomických služeb v obci. Každá obec by svým občanů měla být schopná zařídit kvalitní podmínky pro život. Venkovské oblasti se vyznačují především malou vybaveností obcí. Z hlediska vybavenosti rozlišuje kategorie občanské vybavenosti (Binek, J., 2007):

- **bohatá občanská vybavenost** – obec má základní i mateřskou školu, lékaře, více obchodů, knihovnu a další vybavenost,
- **základní občanská vybavenost** – obec má základní školu, lékaře a alespoň jeden obchod,
- **malá občanská vybavenost** – obec má pouze obchod a školu s prvním stupněm nebo lékaře, který dojíždí pouze některé dny v týdnu,
- **žádná občanská vybavenost** – obec nemá žádný ze základních prvků vybavenosti (škola, lékař, obchod).

4.4.6. Pracovní typologie

Horstmann klasifikoval sídla dle podílu pracujících osob v řemeslnictví a zemědělství. Horstmannova klasifikace se stala inspirací pro doporučení vydané Mezinárodním statistickým ústavem v roce 1938. Doporučení popisovalo venkovské obyvatelstvo jako souhrn obyvatelstva všech obcí nebo nejmenších správních jednotek, které jsou označeny jako venkovské. Dle doporučení se obce nebo menší administrativní jednotky měly dělit do skupin podle podílu nezemědělského obyvatelstva na obce venkovské (více než 60 % zemědělského obyvatelstva), obce smíšené (40–60 % zemědělského obyvatelstva), obce městské (méně než 40 % zemědělského obyvatelstva). Nebylo-li možné provést toto či podobné dělení v dalších zemích, měly být obce klasifikovány podle velikosti hlavní aglomerace na obce dvojího typu, kde má hlavní aglomerace méně než 2 000 obyvatel a více než 2 000 obyvatel (Pavlík, Z., 2005).

5. OBCHOD

Obchod je významných oblastí (odvětvím) národního hospodářství. V časovém horizontu posledních dvaceti pěti let došlo k transformaci české ekonomiky a k dynamické přeměně struktury obchodu. S vývojem společnosti a dělby práce vystřídaló naturální výměnu výrobků zprostředkování zboží za určitou hodnotu (peníze), vznikl tzv. obchod. Obchod je specializovanou činností a obchodníci jsou hospodářské subjekty uskutečňující transakce (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Definice obchodu jsou jednotné, liší se pouze formulace těchto definic. Např. Cimler, P., Zadražilová, D. (2007) píší, že „*obchod jako činnost představuje v nejširším pojetí nákup a prodej zboží a služeb mezi ekonomickými subjekty – dodavateli a odběrateli. Obchod v institucionálním pojetí představují subjekty zabývající se převážně obchodní činností.*“ Obchodem tedy rozumíme nákup zboží a služeb obchodníky, kteří jej za určitou protihodnotu následně prodávají dál.

Specializace uvnitř obchodu jsou děleny dle dělby práce a různých specializací. Obchod můžeme dělit na (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007):

- **obchod spotřebním zbožím a obchod zbožím pro další podnikání** (dle fyzického zboží)
- **maloobchod a velkoobchod**
- **vnitřní obchod a zahraniční obchod (dle velikosti a okruhu působnosti)**

5.1. Obchod spotřebním zbožím a obchod zbožím pro další podnikání

Z hlediska zboží v obchodním prostředí můžeme obchod dělit na obchod spotřebním zbožím a obchod zbožím pro další podnikání (Starzyczná, H., 2011; (Cimler, P., 1998):

a) **obchod spotřebním zbožím (tzv. B2C, bussines-to-consumer)**

Obchod spotřebním zbožím je prodej zboží určeného pro konečného individuálního spotřebitele (potravin, odívání, potřeby pro domácnost a volný čas, automobily, pohonné hmoty apod.). Zákazníci jsou jednotliví občané, jednotlivé rodiny. Uskutečňuje se zde i nákup drobných výrobců a řemeslníků (př. veřejné stravování) a okrajové nákupy středních a velkých firem (př. kancelářské potřeby),

b) obchod zbožím pro další podnikání (tzv. B2B, business-to business)

Obchod zbožím pro další podnikání se zaměřuje na „nespotřební“ zboží, které slouží pro výrobní spotřebu a provoz firem. Obchod probíhající u obchodních firem, mezi firmami a organizacemi, zaměřeno na prodej i nákup.

5.2. Maloobchod a velkoobchod

Obchodní firmy se vydělují na 2 skupiny, prostředníků a zprostředkovatelů². V prostředí obchodních prostředků jsou neznámějšími kategorie maloobchodu a velkoobchodu (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

a) Maloobchod (retail trade)

Maloobchod je podnik (nebo činnosti) zahrnující nákup od velkoobchodu nebo od výrobce a jeho prodej bez dalšího zpracování konečnému spotřebiteli. Je vytvářen vhodným uskupením zboží (druhy, množství, kvalita, cenové polohy). Poskytuje informace o zboží, vytváří prodejní zásoby, zajišťuje vhodnou formu prodeje a předává marketingové informace dodavatelům (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

b) Velkoobchod (wholesale trade)

Velkoobchod je podnik (nebo činnost) nakupující zboží ve velkém a ve velkém toto zboží prodávající maloobchodníkům, pohostinským zařízením a drobným výrobcům, firmám a živnostníkům. Povětšinou zboží skladuje, rozváží odběratelům. Objevují se i dodávky traťové bez vlastního skladování a prodej menším odběratelům formou samoobsluhy (Cash and Carry) (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007). Převážně nezávislé na výrobě. Velké integrované firma mají vlastní nebo smluvně a kapitálově vázané výrobní kapacity (Migros). Druhy velkoobchodu – dodávkový velkoobchod (skladový), agenturní či traťový velkoobchod (neskladový), samoobslužný velkoobchod (skladový), regálový velkoobchod (skladový), prodejní sklady (Szczyrba, Z., 2006).

5.3. Vnitřní a zahraniční obchod

Dle velikosti a okruhu působení rozlišujeme vnitřní a zahraniční obchod (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

² Prostředníci jsou obchodní firmy (činnosti) v plném slova smyslu obchodní. Jsou prostředníkem změny mezi prodávajícím a kupujícím z hlediska nabídky zboží, jeho dodání, vyúčtování z hlediska plné odpovědnosti. Zprostředkovatelé vyhledávají trhy pro nákup nebo prodej a konkrétní partnery pro svého obchodního zákazníka, dojednávají podmínky, které by vyhovovaly oběma subjektům pro jednotlivé obchodní případy. Jde o služby pro obchodní činnosti (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

a) Vnitřní obchod

Vnitřní obchod je obchod v oblasti vnitřního trhu, na celostátním a regionálním trhu. V oblasti spotřebního zboží přerostl původně lokální či oblastní význam menšího rozsahu do významného a vysoce koncentrovaného odvětví národního hospodářství (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

b) Zahraniční obchod

Zahraniční obchod představuje vývoz (export) a dovoz (import) zboží před státní hranicí. Zahrnuje obchod spotřebním zbožím, tak i obchod zbožím pro další zpracování. Má charakter velkoobchodní činnosti co do objemu. Propojením vnitřního a zahraničního obchodu vzniká ekonomická kategorie mezinárodního obchodu (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

6. MALOOBCHOD

6.1. Transformace maloobchodu v českých zemích

6.1.1. Maloobchod do konce 80. let 20. století

Maloobchodní síť byla ke konci 80. let 20. století ve své maloobchodní vybavenosti značně diferencovaná a svým stavem nevyhovující (Szczyrba, Z., 2005). Maloobchodní jednotky vznikaly z podnětu státu a to v rámci spotřebních družstev. Mnohé z jednotek vznikly v období 70. let v tzv. akci „Z“. Starší provozní jednotky byly modernizovány, docházelo k propojení sousedních prodejen a zvětšování prodejní plochy. U malých prodejen docházelo k uzavírání provozu a u stávajících se vylepšoval vzhled a vybavení. Organizační struktura směřovala ke koncentraci k organizačním celkům. Koncentrace nebyla přirozeným jevem ve vývoji trhu, ale výsledkem administrativních opatření. Úroveň maloobchodní sítě v ČSR dosáhla nejvyšší úrovně v rámci RVHP, avšak ve srovnání s ostatními zeměmi ČSR stále zaostávala. Především rozsahem prodejních ploch k počtu obyvatel, kvalitou nabízených služeb a úrovní logistiky. Dokazuje to ukazatel plošného standardu vyjádřený prodejní plochou na 1000 obyvatel. Plošný standard ČSR byl s 300 m² na 1 000 obyvatel srovnatelně nižší než plošný standard SRN, kde byl plošný standard 773 m² na 1 000 obyvatel a ve Francii 644 m² na 1 000 obyvatel. Příčinami pomalého rozvoje byla neexistence tržního a konkurenčního prostředí, nízké investice do rozvoje obchodu, nedostatečný průzkum trhu, neuspokojivá poptávka a nevyváženým růstem příjmů (Starzyczná, H., 2011). Úroveň maloobchodní sítě byla komplexní pasportizací na území ČSR v roce 1987 popisována jako velmi různorodá síť maloobchodních jednotek, která neodpovídá žádoucím parametrům.

Podstatnou část maloobchodní sítě tvořily prodejní jednotky hlavních sortimentních skupin (obchodní domy a družstevní nákupní střediska, prodejny potravin, prodejny odívání a obuvi, prodejny průmyslového zboží). U sortimentních skupin převládal především potravinářský prodej, který představoval nabídku 57,8 % všech jednotek a 47,8 % podílu na celkové prodejní ploše. Další sortimentní skupinou zaostávaly za prodejny potravin, jak v nabídce, tak podílu na celkové ploše. Prodejny odívání a obuvi a prodejny průmyslového zboží vykazovaly velmi podobné hodnoty v nabídce a v podílu na celkové ploše. Prodejny oděvů a obuvi tvořili nabídku 12,1 % všech jednotek a 14,3 % celkové prodejní plochy. Prodejny s průmyslovým zbožím se na nabídce podílely 14,4 % ve všech jednotkách a 12,8 % na celkové prodejní ploše. Celkově čtyři zmíněné sortimentní skupiny prodejen měly podíl na cca 80 % maloobchodního obrátu, představovaly více jak 86 % stacionární maloobchodní sítě a 90 % celkové prodejní plochy. Jednotky s ostatním sortimentem byly pouze doplňující. Sortiment byl značně omezený, deficitním bylo především nepotravinářské zboží. Optimalizační studie z roku 1988 poukázala na vyšší efektivnost prodeje ve vybraných městech (podíl maloobchodního obrátu převyšuje podíl prodejních ploch), přetížení prodejních ploch nedostatkem maloobchodní kapacity, podvybavenost a vysokou úroveň vybavenosti u určitých sídel. V českém prostoru byl potřebný kapacitní a kvalitativní rozvoj maloobchodní sítě. V rámci měst, krajů, sídel, aglomerací nebyla situace příliš kritická v sídlech Jihočeského a Severočeského kraje. Na rozdíl od ostatních regionů byly patrné rezervy dané vysokou kapacitní úrovní a podprůměrným využitím prodejních ploch (Szczyrba, Z., 2005).

Jihočeský kraj byl charakteristický nízkou hustotou obyvatelstva a omezenou pracovní příležitostí. Obslužný standard kraje byl 25,5 a nacházel se uprostřed mezi všemi hodnotami za kraje. Rozvoj maloobchodu byl bržděn nižší koupěschopnou poptávkou, průměrnou mzdou (Jihočeský kraj v roce 1989 na předposlední pozici ve srovnání krajů). Prodejní plochy byly za období centrálně plánované ekonomiky zvětšeny na 272 823 m². Plošný standard kraje představoval 390,3 m² na 1000 obyvatel a maloobchodní obrát na 1 obyvatele byl 19 208 Kč (Starzyczná, H., 2011).

6.1.2. Maloobchod v 90. let 20. století

Po roce 1989 s ukončením zásadního vlivu socialismu započala v českých zemích ekonomická transformace. ČSR byla mezi postkomunistickými zeměmi nejlépe hodnocena k transformaci a to následkem malé zadluženosti, rozvinuté dopravě, energetice, návaznost na tradice průmyslu a zemědělství, dobré poloze a relativně vysoké životní a ekonomické úrovni. Ekonomický systém ČSR přešel od direktivně plánovaného socialismu k tržní ekonomice. Transformace neznamenala pouze změnu ekonomického modelu, ale také zvýšení efektivnosti,

růstu výkonnosti, přibližování životní úrovně vyspělým zemím, efektivní rozmístění a využívání zdrojů, uspokojování potřeb obyvatelstva, možnost svobodného rozhodování, konkurence prostředí (Starzyczna, H., 2011). Transformační období lze charakterizovat jako interferenci jednotlivých obchodních sítí. V určitém časovém období se rozvíjí určitý typ maloobchodní jednotky (obchodního řetězce) a dochází k postupné provozní a prostorové koncentraci maloobchodní sítě (Szczyrba, Z., 2005).

Restrukturalizace obchodu

Na počátku transformačního období se již formovaly představy restrukturalizace obchodu. V roce 1990 vize restrukturalizace spočívala v rozdělení velkých existujících podniků na menší s posílením jejich finančních možností. Tato vize však nezajišťovala dostatečnou konkurenci, jelikož začínající menší obchodníci byli ekonomicky znevýhodněni oproti existujícím obchodním strukturám a nově vznikajícím monopolům. Restrukturalizace obchodu měla být podpořena změnou vlastnických poměrů, tj. malá a velká privatizace, restituce a transformace spotřebních družstev, vznikem soukromého sektoru s novými podnikatelskými subjekty, příchodem zahraničních investorů, růstem prodejních ploch apod. (Szczyrba, Z., 2005). Transformace maloobchodu proběhla v ČR ve dvou etapách, které jsou si naprosto odlišné. První etapa transformace, tzv. atomizace maloobchodu, probíhala v 1. polovině 90. let 20. století a byla charakteristická rozšířením maloobchodu, decentralizací a dekoncentrací struktur maloobchodní sítě. Druhá etapa prostorové a organizační koncentrace, etapa internacionalizace a globalizace maloobchodu, probíhá od 2. poloviny 90. let 20. století (Szczyrba, 2006).

Atomizace maloobchodu

Obchod se řadil k nejdynamičtěji se rozvíjejícím odvětvím národního hospodářství i přes problémy legislativního a institucionálního rámce pro obchodní podnikání. S uvolněním ekonomického prostředí docházelo od 90. let 20. století ke kvantitativním a kvalitativním změnám, které vedly ke vzniku celé řady nových maloobchodních jednotek (Szczyrba, Z., 2005). Nejdynamičtěji se maloobchodní trh rozvíjel v letech 1990–1994, kdy rostl počet prodejen, zintenzivnila se modernizace, vznikaly nové formy prodeje a nové druhy velkokapacitních maloobchodních jednotek (Starzyczna, H., 2011). Ve venkovském prostoru rozvíjely jednotky menších forem s nabídkou zboží denní potřeby (potravinářské zboží). Opačný směr rozvoje ve venkovském prostoru pocíťovaly družstevní provozovny. Z ekonomických důvodů byly nuceny omezit svou nabídku služeb snižováním prodejních ploch, pronajmout či dokonce ukončit provoz. S postupem doby však efektivita provozu maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru klesá a to na úkor města. Do městského prostoru se soustředí maloobchodní jednotky, posilují svoje pozice. Podíl maloobchodních

prodejen ve městě s více jak 5 000 obyvateli dosáhl 71,1 % v celkovém počtu maloobchodních jednotek v ČR (tržbami 80 %). Jednotky se již nesoustředily pouze do center měst, ale nově na místa s nedostatečnou vybaveností (př. sídliště). V prostoru města se tak zvyšuje plošný i obslužný standard. (Szczyrba, Z., 2005).

Internacionalizace a globalizace

Český trh prošel od 2. poloviny 90. let 20. století rozsáhlou vlnou internacionalizace. V porovnání s bývalými socialistickými státy v evropském prostoru zasáhla internacionalizace Českou republiku v největší míře (Szczyrba, Z., 2005). V maloobchodním prostředí došlo k zesílení koncentračních tendencí a konkurence, k výraznému převýšení poptávky nabídkou, k vývoji velkoplošných jednotek a k boji o zákazníka (Starzyczná, H., 2011). Na tuzemské trhy začali aktivně pronikat zahraniční investoři (především z Německa) s obchodními řetězci rozvíjející moderní velkoplošné maloobchodní sítě (Szczyrba, 2005). Nástup zahraničních investorů s obchodními řetězci vedl k silnému konkurenčnímu boji mezi maloobchodními jednotkami a maloobchodními řetězci. Trh výroby se začal přetvářet na trh spotřebitele, tedy zákazníka. Počet maloobchodních jednotek na trhu se zvyšoval i přes klesající roční přírůstky od roku 1996. Mezi lety 1995–1997 dospěl trh k částečnému nasycení. K úplnému nasycení trhu dochází v roce 1998 (Starzyczná, H., 2011).

Expanze zahraničních řetězců

Nemožnost trvalého růstu maloobchodních podniků na národním trhu vede podniky k expanzi za hranice vlastního tuzemského trhu. Tuzemské trhy středoevropských států se staly místem expanze zahraničních maloobchodních řetězců a investorů. Na český trh se zahraniční podniky koncentrovaly ve vyšší míře než u ostatních zemí. Trh České republiky se stal jistým zkušebním maloobchodním trhem pro rozšiřování na trhy zemí v bývalém sovětském bloku. Zpočátku k úspěchu zahraničního podniku vedlo přizpůsobení se tuzemské maloobchodní síti, především jejím prodejním, technickým a lokalizačním parametrům (Szczyrba, Z., 2005). Postupem doby zahraniční investoři po vstupu na český trh nepřebírali stávající maloobchodní síť, ale vytvářeli síť novou, která obvykle vznikala na zelené louce (Strazyczná, H., 2011). V českém prostředí se první řetězce objevily už v první polovině 90. let 20. století, kdy prorazil nizozemský obchodní koncern Ahold a Delvita. Přicházely další obchodní řetězce a budovaly síť vlastních velkoobchodů s určitou časovou posloupností. Dle expanzního chování zahraničních obchodních řetězců můžeme dělit období od 2. poloviny 90. let 20. století na etapy s rozvojem určitého typu maloobchodní jednotky (obchodního řetězce) (Szczyrba, Z., 2005). Objem přímých zahraničních investic do národního hospodářství ČR narůstal mezi lety 1994–1998. K velkému přílivu investic docházelo v roce 1998 a 1999 (pokles přichází až s rokem

2003) (Starzyczná, H., 2011). Rozvoj supermarketů (Albert, Billa, COOP) nastal v roce 1995. Diskontní prodejny zastoupené Lidlem a Penny Marketem se dynamicky rozvíjí od roku 1997. Od roku 1998 plošně narůstá počet hypermarketů (Kaufland, Tesco), hobbymarketů a nákupních center. Nákupní centra jsou dynamicky se rozvíjejícím typem maloobchodní jednotky a u českého zákazníka se těší velké oblibě. Český zákazník zde nejen nakupuje, ale tráví zde i svůj volný čas návštěvou služeb poskytovaných nákupním centrem (kavárny, restaurace, multikina apod.) (Szczyrba, Z., 2005).

Kooperační struktury

Do roku 1989 byly na území ČR v maloobchodních sítích lokalizovány především malé podniky, které jednaly samy za sebe a nespolupracovaly s jinými podnikatelskými subjekty. Expanzí zahraničních podniků na český trh došlo ke změně organizace tuzemského maloobchodu. Zahraniční podniky s velkoobchody zvyšovaly svoji pozici na trhu a stávaly se velkým konkurentem pro tuzemský nezávislý maloobchod. Obranným mechanismem nezávislých maloobchodníků proti silným obchodním společnostem je vznik obchodní sítě. Nezávislý maloobchod přešel k restrukturalizaci své dosavadní organizace. Vznikly první obchodní sítě organizované jako kooperace malých a menších prodejců. S růstem koncentrace v obchodě roste i zastoupení malých obchodních subjektů v některé z forem kooperace (Szczyrba, Z., 2005).

Z hlediska kooperační struktury dělíme obchodní síť na celostátní obchodní síť a regionální obchodní síť. Celostátní obchodní síť spojuje velký počet kooperantů a plošně pokrývá celé území státu. Příkladem může být potravinářská maloobchodní síť Bala či Enapo, maloobchodní síť elektro prodejen Hele, maloobchodní síť drogerií Teta nebo síť družstevních prodejen Jednota a Konzum (6.3.1) Regionální obchodní síť se plošně rozkládají na různě velkém území, od velkých regionů až po menší územní celky. V síti spolupracuje několik desítek kooperantů. Regionální obchodní síť se dále dělí na obchodní síť malého měřítka, obchodní síť středního měřítka a obchodní síť velkého měřítka ³ (Szczyrba, Z., 2005).

Vzniká poměrně složitá prostorová struktura, která se v čase dynamicky mění. Maloobchodní sítě se mohou mezi sebou spojovat nebo i rozdělovat. Dochází k průběžné modifikaci uspořádání sítí v prostoru. Z regionálních obchodních sítí mohou vzniknout sítě s

³ *Obchodní síť malého měřítka* – územně omezená prostorová kooperační jednotka, kde spolupracuje pouze několik kooperantů. Koncentruje se v blízkosti jednoho střediska.

Obchodní síť středního měřítka – jednotky středně velkého měřítka se spoluprací několika desítek kooperantů.

Obchodní síť velkého měřítka – obchodní síť velkého územního dosahu s několika desítkami až stovkami kooperantů.

celostátním působením. Sítě působící na území státu se mohou atomizovat na několik sítí regionálního měřítka (Szczyrba, Z., 2005).

Vývoj maloobchodních jednotek v letech 1989–1998

Období 90. let 20. století bylo charakteristické atomizací sítě maloobchodních prodejen, vznikem nových malých provozoven a zejména vznikem supermarketů a hypermarketů a rozšiřováním sítě prodejních řetězců. K proměně došlo i u sortimentní struktury. Podnikatelé a živnostníci se zaměřili na dříve zanedbávané obory maloobchodu (např. textil a odívání), ty jim vynesly vysoké zisky. Některé z původních jednotek, zejména specializované prodejny s úzkým sortimentem (např. mléka a mléčné výrobky) neobstály v konkurenci širokosortimentních prodejen. Živnostníci a podnikatelé takové maloobchodní jednotky museli sortiment rozšířit nebo úplně změnit (ČSÚ, 2001).

Maloobchod se svými kvantitativními a kvalitativními změnami došel během 90. let 20. století od roku 1989 výraznějšího vývoje v počtu maloobchodních jednotek, než se předpokládalo (tabulka 1). Žádný z expertních odhadů nepředpokládal, že odhad počtu 70 000 maloobchodních jednotek byl téměř o třetinu nižší než skutečně zjištěný počet. Výrazný nárůst maloobchodních jednotek byl potvrzen censem maloobchodní sítě v ČR z roku 1999 realizovaného v Retail Census 99 (ČSÚ, 2001).

Tab. 1 Vývoj maloobchodní sítě v ČR v letech 1989–1998

Maloobchodní síť ČR	1989	1998	rozdíl
Maloobchodní jednotky	41 188	95 852	54 664
Maloobchodní jednotky potravinářské typu	26 174	34 844	8 670
Maloobchodní jednotky nepotravinářské typu	15 014	61 008	45 994
Prodejní plocha (m ²)	3 509 904	7 165 946	3 656 042
Průměrná velikost maloobchodní jednotky (m ²)	85,2	74,8	10,4
Plošný standard (m ² na 1 000 obyvatel)	331	700	369
Obslužný standard (počet obyvatel na jednoho pracovníka)	62	37	25

Zdroj: Szczyrba, Z., 2005

Maloobchodní síť byla i přes sílicí koncentraci v roce 1998 stále silně atomizovaná. Od roku 1989 došlo k zvýšení počtu maloobchodních jednotek, o 55 000 maloobchodních jednotek. Největší změny zaznamenaly prodejny nepotravinářského typu, jejich počet se zvýšil čtyřnásobně. Díky atomizaci poklesla průměrná velikost prodejny o 9,6 m², avšak celková

plocha maloobchodních jednotek se zvýšila. Rozhodující podíl (60,3 %) v maloobchodní síti měly malé prodejny s velikostí do 40 m². Nárůstem počtu maloobchodních jednotek se zvýšil plošný standard. Ten však stále zaostával za vyspělými zeměmi Evropy, kde byl plošný standard 1 000 m² na 1 000 obyvatel (Szczyrba, Z., 2005).

V roce 1998 bylo na území ČR evidováno 886 obcí, ve kterých nebyla v provozu maloobchodní jednotka (ČSÚ, 2001). Maloobchodní jednotky zanikaly především v malých obcích v důsledku své neefektivnosti. Těchto obcí bylo nejvíce zjištěno v Jihočeském kraji. Obce, které ztratily základní funkci občanské vybavenosti, byly obcemi menší velikosti a často v oblasti periferie (Szczyrba, Z., 2005).

V Jihočeském kraji se počet maloobchodních jednotek v období let 1989–1998 (tabulka 2) zvýšil o 6 738 maloobchodních jednotek. Nárůst počtu maloobchodních jednotek způsobil snížení počet obyvatel na jednu maloobchodní jednotku a ukazatele obslužného standardu. S růstem maloobchodních jednotek se zvýšila i maloobchodní plocha a plošný standard. Hodnota plošného standardu Jihočeského kraje byla v roce 1989 ve srovnání s ostatními kraji nadprůměrná, podobně jako ve Středočeském a Plzeňském kraji. Ve srovnání se sousedním krajem Vysočina vykazovaly oba kraje stejné tendence, růst maloobchodních jednotek, maloobchodní plochy, plošného standardu, snižování obslužného standardu a počet prodejen na jednoho obyvatele. V obou krajích narostl počet maloobchodních jednotek o 46 %. Nárůst maloobchodní plochy byl vyšší u Jihočeského kraje (o 49 %) než u kraje Vysočina (o 45 %) (Szczyrba, Z., 2005).

Tab. 2 Vývoj maloobchodní sítě v Jihočeském kraji a kraji Vysočina v letech 1989–1998

Maloobchodní síť	Jihočeský kraj		kraj Vysočina	
	1989	1998	1989	1998
Maloobchodní jednotky	3 111	6 738	2 384	5 160
Počet obyvatel na jednu maloobch. jednotku	201	93	219	101
Prodejní plocha (m ²)	244 606	499 156	180 999	398 111
Plošný standard (m ² na 1 000 obyvatel)	383	797	342	763
Obslužný standard	54	36	57	39

Zdroj: Szczyrba, Z., 2005

6.1.3. Maloobchod 21. století

Český trh se stále vyznačuje převládající nabídkou nad poptávkou a konkurenčním bojem o zákazníka. Maloobchod se díky působení nových technologií a změnám ve

spotřebitelské poptávce zásadně proměnil. Změny se uskutečňují v rychlém tempu s výrazným vlivem internetového a multikanálového prostředí. Narušuje se původní distribuční obchodní modely a zvyšuje se tlak na inovativní řešení. Hybnou silou je stále spotřebitel. Pro pozitivní působení na maloobchodním trhu, je stále potřebné dlouhodobé partnerství mezi výrobcem a obchodníkem s důrazem na společné vytváření hodnot a řešení. Na maloobchodním trhu panuje vysoká saturace a konkurence, kde maloobchodní jednotky tvoří velmi hustou síť dobře dostupných prodejen. Dochází k zastavení trendů velkoplošných formátů (stagnace), obnovují se maloobchodní jednotky menších formátů a roste specializovaný obchod (Šípek, L., 2013). V dlouhé časové řadě dochází k poklesu podílu položek spotřeby či spotřebních výdajů, které jsou realizovány prostřednictvím maloobchodního trhu a to ve prospěch výdajů mimo maloobchodní trh. Ve spotřebních výdajích klesá podíl potravin a nápojů, odívání a obuvi, vybavení pro domácnost. Výdaje jsou orientovány na krátkodobou a běžnou spotřebu, ale i na služby (náklady na bydlení) (SOCR ČR, 2004; Michovská, H., 2012a).

Ekonomická krize zasáhla oblast obchodu s jistým zpožděním naplno až v roce 2009. Poklesla celková výkonnost obchodu, kterou demonstruje meziroční snížení celkových tržeb v motorismu, velkoobchodu a maloobchodu. V maloobchodě se vlivem ekonomické krize snížili tržby v roce 2010 o 70 mld. (ve srovnání s rokem 2008) (Michovská, H., 2010a). Na snížení tržeb obchodníků měla vliv stagnace cen zboží a pokles spotřebitelské poptávky. K snížení tržeb největších českých maloobchodníků nedošlo pouze díky změnám chování zákazníků, ale především změnami ve struktuře obchodních řetězců (INCOMA GfK, 2008a). Následky krize dopadly především na obchod se zbožím dlouhodobé spotřeby, kde tento trh poklesl v roce 2010 o 9 %. Poptávka po zboží rychloobrátkového zboží byla odolnější a obraty byly ovlivněny spíše klesajícími cenami značkových výrobků a explozí promočních akcí. Krize měla za následek pokles celkové zaměstnanosti i zaměstnanosti v oblasti obchodu (cca o 4,3 % v roce 2010), růst daní, růst cen vstupů, ropných produktů a komodit. Zvyšování cen komodit se odrazil na růstu cen potravin, které negativně dopadly na poptávku domácností. Toto zvyšování cen bylo drastičtější v období let 2007–2008 než v samotném období ekonomické krize (Michovská, H., 2010b).

Tržby v maloobchodě

Situace maloobchodu a jeho tržeb souvisí s celkovým vývojem ekonomiky, a to s konečnou spotřebou, ekonomickými, rozpočtovými a fiskálními podmínkami vnitřního trhu, tržními i mezinárodně tržními podmínkami (Šípek, L., 2013). Tržby v maloobchodě se od roku 2000 každoročně zvyšovaly, s výjimkou roku 2002 (vliv povodní na sektor obchodu). K obratu došlo s rokem 2009, kdy na maloobchodní trh zapůsobila ekonomická krize. Vlivem ekonomické krize došlo k snížení tržeb, které bylo současně ovlivněno nižším počtem cizinců

navštěvující ČR, snížením volných financí obyvatelstva, změnou daňové sazby. Z hlediska nabízeného sortimentu se vlivem krize výrazně propadl prodej nepotravinářského zboží oproti mírněji klesajícímu potravinářskému zboží. Odrazilo se to především na malých a středních podnicích (ČSÚ, 2012a). Tržby za maloobchod se po krizových letech 2009 a 2010 dostávají v roce 2011 do mírného vzestupu (Michovská, H., 2011b). Rok 2012 přinesl mírný pokles tržeb v maloobchodě v důsledku nižší spotřeby domácností a institucí. Na poklesu tržeb se podílela většina sledovaných sortimentních skupin prodeje. Největší pokles tržeb vykázal prodej výrobků pro domácnost ve specializovaných prodejnách (pokles o 7,5 %), prodej potravin v nesespecializovaných prodejnách (pokles o 2,7 %), jakož i ve specializovaných potravinách (o 10,7 %). Nižší byly i prodeje farmaceutického, drogistického a kosmetického zboží (o 6 %), výrobků pro kulturu, sport a rekreaci (o 1,3 %). Naopak vyššího prodeje dosáhl textil, oděvy a obuv (o 5,3 %) a prodeje prostřednictvím internetu nebo zásilkové služby (o 6,9 %) (Hudi, O., 2013).

Rok 2013 se nese stále v poklesové tendenci tržeb v maloobchodě i motorovém segmentu. Tržby za rok 2013 poklesly ve srovnání s rokem 2012 nominálně i reálně. Potravinářský a nepotravinářský maloobchod se nadále nevyvíjí jednotně. Potravinářský maloobchod vykazuje stálý pokles tržeb, naopak prodej nepotravinářského zboží roste. Růst prodeje nepotravinářského zboží je možné připisovat zvýhodněným cenám a zvyšující se jeho spotřebě, růst tržeb z internetového prodeje a zásilek (Šípek, L., 2013).

Maloobchodní jednotky

Na českém trhu se proměňuje konkurence maloobchodních jednotek a stálá značná územní nerovnoměrnost. V dlouhodobém trendu klesá zastoupení *supermarketů*, prvního mezinárodního řetězce v ČR, které ztratili téměř polovinu svých věrných zákazníků (INCOMA GfK, 2006a). Supermarketový koncept umožňuje obsazování i menších měst s méně rozsáhlou spádovou oblastí. V těchto lokalitách však supermarketů stále více narážejí na konkurenci diskontních prodejen. V konečném důsledku se snižuje produktivita supermarketových ploch podobným způsobem, jako ji již dnes snižuje ve větších městech konkurence hypermarketů. Výjimkou jsou supermarketů spotřebních družstev, které jsou situovány často v menších městech (silné pozice mají hlavně v jižních Čechách) (INCOMA GfK, 2008b). Na českém trhu supermarketů se koncentrují do vlastnictví tří zahraničních řetězců (Ahold, REWE a Tesco Stores), od roku 2007 na trh supermarketů vstoupila společnost Spar a navíc zde významně působí domácí síť COOP. Celkově supermarketové řetězce provozují více jak 680 prodejen (INCOMA GfK, 2013a).

Hypermarkety stejně jako supermarketů zpomalují svojí činnost po prudkém růstu kolem roku 2000. Stále je však hypermarket hlavním cílem nákupu českých domácností. K

výraznému zvýšení došlo u již zmiňovaných jednotek diskontů (INCOMA GfK, 2006a). *Hypermarketové řetězce* provozují necelých 300 prodejen s celkovou prodejní plochou cca 1 326 000 m². Největší celkovou prodejní plochu mají prodejny řetězce Tesco hypermarket. Řetězec Kaufland trhu dominuje naopak počtem prodejen, následuje jej Tesco Hypermarkety a Albert Hypermarkety. Nejmenší zastoupení mají řetězce Interspar a Globus (INCOMA GfK, 2013a).

Diskontní prodejny představují nejrychleji se rozvíjející maloobchodní formát v České republice. Počet diskontních prodejen se od poloviny 90. let 20. století zvýšil více než čtrnáctkrát. S růstem počtu diskontních prodejen se na českém trhu posiluje pozice diskontních řetězců. V roce 2009 bylo na českém trhu registrováno na 590 klasických potravinářských diskontů, jejich obrat činil 54,2 mld. korun v roce 2009 (INCOMA GfK, 2009a). Český trh disponuje čtyřmi *diskontními řetězci*, které provozují více než 640 prodejen s celkovou prodejní plochou 483 000 m². Na území všech krajů operují pouze Penny Market a Lidl. Řetězec Norma operuje pouze v západní části republiky, na Moravě není zastoupen vůbec. Řetězec COOP Diskont má svoje provozovny pouze v 7 ze 14 krajů. Největší rozlohu mají prodejny řetězce Lidl, a to i přes výrazně menší počet prodejen než má řetězec Penny Market (INCOMA GfK, 2013a).

Žádný z velkých obchodních řetězců na českém trhu rychloobrátkového zboží nemá větší než desetiprocentní podíl. Český trh je tak svou nízkou mírou koncentrace v Evropě unikátní. Zatímco v drtivé většině zemí ovládá největší řetězec 20–30 % trhu, v ČR to není asi 10 % (Ahold 9,7 %). Podobně je to i v případě tří nejsilnějších řetězců. Ve většině zemí ovládají 40–60 % trhu. V Česku jen 28 %. Pětice největších řetězců kontroluje v ČR 40,6 % českého rychloobrátkového trhu, desítku největších řetězců pak necelých 56 % (Míchovská, H., 2012b).

Zpomalení poklesu nezávislého trhu a spotřebních družstev, která jsou místem nákupu každé páté české domácnosti (INCOMA GfK, 2006a). *Nezávislý maloobchodní trh* s rychloobrátkovým zbožím se v České republice po dlouhých letech razantního poklesu zmátořil, již nepokračuje razantní propad z 90. let 20. století. Nezávislý obchod byl od počátku 90. let 20. století silně potlačován koncentrací maloobchodních řetězců a silnou konkurencí. Zejména v první etapě transformace byla řada menších obchodníků nucena svoji činnost ukončit. Na druhé straně ti schopnější si dokázali najít své místo na trhu a dnes jsou v řadě případů lépe schopni reagovat na potřeby svých zákazníků, kteří si vybírají svůj typ prodejny. Nezávislé obchodníky jako hlavní nákupní místo uvádí v ČR 13 % nakupujících. V Maďarsku, Slovensku a Polsku je na nezávislý obchod soustředěno ještě větší podíl nakupujících (Maďarsku a Slovensku 28 % nakupujících, Polsko 49 % nakupujících). Zvýšit šance nezávislého obchodu v konkurenci maloobchodních řetězců pomáhá projekt Makro – Incoma – Index (INCOMA GfK, 2005a).

Schopnost přežít v silném konkurenčním prostředí dává malým a středním podnikatelům dává možnost sdružení se do nákupních aliancí, které pozvedne postavení nezávislého obchodu v podmínkách nákupu a existence na trhu. Obrat nákupních aliancí se srovnatelný s největšími retailingovými podniky v ČR. Současně vznikají i dobrovolné a franchisingové řetězce soukromých prodejen, které povětšinou navazují na vlastní nebo dohodnutou nákupní alianci. Příkladem obchodních aliancí jsou na českém trhu COOP Centrum, COOP Morava, Maloobchodní síť Hruška, COOP Morava, Flop jih, VONET ČR, SVOP, Expert ČR, ENAPO, Spar Šumava, Erronics, Družstvo Eso market (Szczyrba, Z., 2005).

Dochází ke snižování *stánkového prodeje a prodeje na trzích*. K tomuto snižování vede stěhování obchodníků z trhů a stánků do kamenných prodejen. V posledních letech se však rozvíjí tzv. farmářský trh, kde své produkty nabízejí přímo výrobci (ČSÚ, 2012a).

Internetový obchod je velkým fenoménem maloobchodního prodeje posledních deseti let. Díky možnosti elektronické objednávky zboží je jistou lepší náhradou zásilkového obchodu. Jako jediný typ prodeje byl ušetřen dopadům ekonomické krize. Meziroční přírůstky se vždy pohybovaly v řádu desítek procent. V období útlumu se sice raketový růst internetových obchodů zpomalil, avšak nadále si zachovaly svůj nadprůměrný růst (ČSÚ, 2012a). Internetové obchody se počátku svého rozvoje zaměřovaly na mobilní telefony, spotřební elektroniku a domácí spotřebiče. Dnes zasahují snad do všech kategorií zboží, jako je oblečení, obuv, hobby sortiment, hračky, drogistické zboží a dokonce už i potravinářské zboží. Internetové obchody už reálně ohrožují kamenné maloobchodní jednotky. Studie Incoma FutureBuy 2013 ukazují budoucnost nákupu drogerie a potravin přes internet. Zákazníci, kteří již nakupují například drogerii nebo potravina na internetu, mají k této formě nákupu silnější emoční vazbu než běžný zákazník k nákupu stejného sortimentu v hypermarketu nebo supermarketu. Zákazníci, kteří vyzkoušeli tento typ nákupu, jej hodnotí jako uspokojující, jednoduchý, rychlý, pohodový a bezpečný. Na českém trhu dnes můžeme potraviny a další sortiment nakoupit přes internetový obchod u podniku Tesco Store v lokalitách větších měst (INCOMA GfK, 2013b).

Zákazník a nákupní chování

Růst kupní síly ⁴ zastavila ekonomická krize. Díky velké medializaci nepronikla ekonomická krize pouze do peněženek, ale i do jejich myšlení a chování. K průvodním jevům

⁴ Kupní síla obyvatelstva ČR je diferenciována. Regionální rozdíly v koupěschopnosti obyvatelstva se stále více prohlubují. Bohatší území stále více zvyšují svůj náskok na úkor ekonomicky slabších oblastí. Diferenciaci na úrovni kupní síly lze popsat jako „bohatší západ a chudší východ“. Úroveň kupní síly v přepočtu na obyvatele je pochopitelně nejvyšší v Praze (český průměr převyšuje o cca 30%). Průměrný obyvatele města s více než 100 tisíci obyvateli si tak v průměru může dovolit vydat o 18 % více než obyvatelé žijící v obcích o velikosti do pěti set obyvatel (INCOMA GfK, 2011b). U některých obcí, především v periferních oblastech, se úroveň kupní síly pohybuje dokonce pod ¾ českého průměru. Celkově se ČR nachází stále výrazně pod evropským průměrem kupní síly. V porovnání s průměrnými

patří odklad části nákupů zbytného zboží na pozdější období, nákup levnějších alternativ výrobku než v minulosti, volba levnějších nákupních příležitostí a v neposlední řadě i dramatický nárůst nákupů zboží ve slevě (tzv. akčního zboží) (INCOMA GfK, 2010a). Pokles nákupů potravin a dalšího zboží nesouvisí přímo se snížením spotřeby, ale také s nahrazováním určitých kategorií výrobků alternativami. Například voda z kohoutku místo balených vod, dále s tendencí méně plýtvat, méně zkažených potravin končí v koši, i s příklonem ke zdravějším stravovacím návykům (Míchovská, H., 2012b). Změny však neovlivnili nároky zákazníků na požadovanou kvalitu. Kvalita v důsledku konkurenčního boje posilovala, nakupující si na ni zvykli a nechtějí činit ústupky (INCOMA GfK, 2005a). Roste také zájem o dražší prémiové zboží. Českému zákazníkovi tak nejde o snahu ušetřit za každou cenu nebo koupit co nejlevnější výrobek, ale důraz je na poměru hodnota/cena (Míchovská, H., 2012b). Zákazník se odklání od prodeje potravin od specializovaných prodejen potravin k nákupu ve smíšených specializovaných prodejnách ve velkých nákupních centrech a obchodních řetězcích (ČSÚ, 2012a).

Mění se ovšem jejich *vztah k nákupnímu místu*. Mezi nejdůležitější kritéria volby hlavního nákupního místa, na základě kterých se zákazníci rozhodují, dnes patří v první řadě blízkost prodejny k domovu nebo zaměstnání, následovaná příznivostí cen (hodnota, za kterou nakupující své peníze dostávají), širší sortimentu, ochotou personálu a rychlostí odbavení (INCOMA GfK, 2005a). Část zákazníci přestávají nakupovat přirozeně. Své nákupy odkládají a realizují je ne dle potřeby a preferencí, ale dle ceny zboží a aktuálně zlevněného zboží. Klesá věrnost nákupů a stálost zákazníků k určité prodejní jednotce a to především díky ceně zboží (INCOMA GfK, 2010a).

V roce 2008 preferoval český zákazník ve dvou pětinach (41 %) hypermarkety, jedna pětina zákazníků (21 %) preferuje diskontní prodejny, pětina menší prodejny (19 %), supermarkety preferuje 17 % zákazníků a 2 % zákazníků preferuje jiný typ prodejny (INCOMA GfK, 2008b).

V Jihočeském kraji byly v roce 2006 preferovány hypermarkety 36 % obyvateli, supermarkety 27 % obyvatel, diskonty 16 % obyvatel, menší prodejny (malé samoobsluhy a pultové prodejny) 26 % obyvatel (INCOMA GfK, 2006a).

Trendy a budoucnost maloobchodu

V největší míře ovlivnily maloobchodní trh trendy, které se prosazují v rámci světového globalizovaného trhu. V posledních letech jsou těmito trendy internacionalizace spojená s tržní

evropskými hodnotami má průměrný Čech svůj disponibilní příjem nižší o více než 42% (Míchovská, 2010a).

dominancí, sílí konkurence a diverzifikace obchodních činností směřující ke globalizaci trhu a obchodu. I samotná globalizace má vliv na maloobchod. V pozitivním smyslu přináší standardizaci sortimentu a služeb, racionalizaci činností a snižování nákladů a cen. Negativně působí na malé obchodníky, které vytlačuje z trhu. Přes zlepšení nákupních podmínek dochází k unifikaci. Mizí národní rozdíly dané kulturní zvláštnosti, společenskými tradicemi a zvyklostmi (Starzyczná, H., 2011).

Vývoj maloobchodu do budoucích let bude ovlivněn inovacemi, diverzifikací a samozřejmě myšlenkou udržitelnosti. Na maloobchodním trhu se začínají pomalu a jistě prosazovat tři silné trendy, boom alternativních distribučních kanálů, nová konkurence ze zahraničí a radikální změna nákupního procesu. Prudkého rozvoje dosahují distribuční kanály, jako convenience stores a farmářské trhy, které uspokojují zákazníky kvalitou a pohodlím svých služeb a zboží. Konkurencí ze zahraničí je myšlen únik české kupní síly do zahraničí. Se zvýšením sazby DPH a následným zvýšením cen zboží se očekává směřování českých zákazníků na zahraniční trhy za hranicemi ČR. Tyto trhy, především rakouské a německé, nabízejí českému zákazníkovi nižší ceny určitých druhů zboží, vyšší kvalitu zboží a zákaznického servisu, atraktivnější maloobchodní jednotky. Autorka může potvrdit z vlastní zkušenosti, že pro nákup na těchto trzích se rozhoduje stále větší podíl obyvatelstva. Po zhodnocení vzdálenosti a nákladů na nákup se obyvatelstvo v příhodných oblastech ČR (pohraničí) rozhodují pro nákup v zahraničí. Odliv českého zákazníka na zahraniční trhy se tak stává nebezpečnou konkurencí pro tuzemský trh. Změna nákupního procesu je nejsilnějším trendem. Dochází k úbytku původního charakterem nákupních procesů, které byly založeny na kombinaci marketingových tahů a prodejním tlaku maloobchodu. Vedle klasické reklamy se prosazují nové komunikační kanály, zejména internet a jím podporované sociální sítě, word – of – mouth („šeptanda“). Dochází k dalšímu vývoji prodejních ploch jako klíčového média a roste i škála možností nákupu. Tradiční kamenné prodejny konkurují rychle se rozvíjející internetový obchodu. Analýzy GfK ukazuje, že podíl českého nákupu nepotravin v e-shopech patří v evropském prostředí mezi nejvyšší. Prodej rychloobrátkového zboží po internetu byl podpořen vstupem firem Tesco a Makro do internetových obchodů. Dochází i k prorůstání kamenného a internetového obchodu, kdy kamenné obchody nabízejí své zboží v e-shopech (INCOMA GfK, 2011).

Inovace maloobchodníků se musí orientovat na zákazníka a přinášet mu prospěch v nejširším slova smyslu. Přinášet mu nové funkční benefity,žitky a zážitky méně racionální a více emoční (Michovská, H., 2011a).

Nasycenost velkými nákupními středisky se smíšeným zbožím vede k diverzifikaci. Diverzifikace se projevuje v modifikaci prodejen, segmentaci nabídky a i ve snaze nabídnout

zcela nové služby. Tlak na snižování cen zboží působí na marže maloobchodníků, na dodavatelské řetězce, výrobní faktory a také na lidské zdroje. Maloobchodní trh bude v budoucnu pravděpodobně formován problémy spojené s udržitelností. Roste a poroste počet ekologicky a sociálně uvědomělých spotřebitelů, jejichž požadavky budou klást velký důraz na udržitelné maloobchodní služby, na samotné maloobchodníky a jejich dodavatele. Požadavky na udržitelnost ovlivní spotřeby energie, využití druhů obalů, dopravy a logistiky, řízení dodavatelského řetězce, používání certifikačních a cenových strategií (Michovská, H., 2010c).

Maloobchodní trh a maloobchodníci musí pochopit měnící se spotřebitelskou poptávku a musí umět naplno využít možnosti nových technologií. Zákazník je středobodem a je nutné se na něj zaměřit. Maloobchodníci by se měli orientovat především na generaci zákazníků narozených po roce 1995. Tato generace je od narození obklopena technologiemi, sílí nápady a kritiku, je online. Úspěch je podat informace o nabídce, být přítomen na komunikačních platformách a v komunitách relevantní generace. Technologie musí zákazníka bavit, musí mu pomáhat a nesmí jej obtěžovat (Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, 2014).

Jihočeský kraj

Jihočeský kraj disponuje obchodní sítí, která je svou kvalitou a strukturou srovnatelná s většími regiony. V obchodní síti mají zastoupení hypermarketové a supermarketové řetězce, diskontní supermarkety, ustálená síť řetězců prodejen COOP, nezávislých obchodníků (zejména firmy Flosman, Spar) a jednotky asijských obchodníků⁵ (tzv. asijské večerky) (Michovská, H., 2011c). Maloobchodní síť Jihočeského kraje je specifická významnou rolí menších potravinářských a smíšených prodejen, mezi kterými dominují diskontní prodejny řetězce COOP Diskont ve skupinách spotřebních družstev Jednota České Budějovice, Jindřichův Hradec, Kaplice, Písek, Vimperk, Volyně, Tábor. Z menších prodejen jsou hojně zastoupeny i prodejny nezávislého trhu potravin jako například dobrovolný řetězec Flosman, Spar Šumava apod. (Diviš, F., 2011).

Silná pozice malých prodejen je důsledkem malého počtu větších měst (lokalizace velkoplošných formátů), množství menších sídel a také tradicí „sousedských“ prodejen, která je v oblasti velmi silná. V Jihočeském kraji bylo k roku 2011 na 220 řetězených prodejen potravin (bez dobrovolných řetězců). Z celkového počtu prodejen v řetězci bylo 132 (60 %) malých „convenience“ prodejen. Supermarkety byly v kraji zastoupeny 31 prodejny (Billa), hypermarkety 16 prodejny (Kaufland) a diskontní řetězce 41 prodejny (COOP TUTY,

⁵ Asijské obchodníky postupně mizí z tržnic a usilují se v pevných kamenných prodejnách. Rozšířili svoji činnost zpočátku v prodeji nepotravinářského sortimentu, občerstvením a v posledních letech expandují na trh s prodejem potravinářského zboží. Asijské obchodníky se uchylují do velkých měst, najdeme je však i v sídlech menších než 1000 obyvatel (Michovská, H., 2011c).

COOP TIP, Penny Market, Lidl). Největší plochu zabírají v Jihočeském kraji hypermarkety s prodejní plochou téměř 70 000 m², což představuje 41 % veškeré plochy potravinářských řetězců. Ve srovnání s průměrem ČR (56 % plochy hypermarketů) je ploch hypermarketů v Jihočeském kraji výrazně méně. Na rozdíl od českého průměru je v Jihočeském kraji dosud vysoký podíl prodejních ploch malých samoobsluh (19 % v Jihočeském kraji oproti 5 % za území ČR). Celostátnímu průměru odpovídá podíl diskontů a supermarketů. Obyvatelé Jihočeského kraje jako hlavní nákupní místo preferují hypermarkety, celých 45 % obyvatel. Preference těchto prodejen v kraji není vyšší než preference za ČR. Menší samoobsluhy a nezávislé prodejny jsou tak místem spíše doplňkového nákupu. Hlavní nákupy jsou uskutečňovány v maloobchodních jednotkách větších formátů (Diviš, F., 2011).

Nejvyšší rozsah prodejních ploch potravinářských řetězců mají okresy České Budějovice a Tábor. Tyto dva okresy disponují velkými městy s dostatečným počtem hypermarketů. Nejnižší rozsah prodejních ploch řetězců je v okrese Prachatice a Český Krumlov. Okresy mají malou hustotu zalidnění a malá okresní sídla. Hypermarkety mají největší podíl v prodejní ploše v okrese České Budějovice, Tábor a Písek. V okrese Jindřichův Hradec převažují v prodejní ploše diskontní prodejny a v okrese Český Krumlov malé samoobsluhy. V přepočtu na obyvatele je nejvyšší rozsah prodejních ploch řetězců v okrese Tábor (350 m² prodejní plochy na 1 000 obyvatel), následují České Budějovice a Jindřichův Hradec (Diviš, F., 2011).

V sídlech s omezenými dopravními možnostmi a špatným napojením na velká sídla (sídla menší než 1 000 obyvatel i menší než 500 obyvatel) zajišťovala a zajišťuje zásobování potravinami a nepotravinářským zbožím denní potřeby sítí prodejen řetězce COOP a nezávislý maloobchodníci. S rostoucími náklady na provoz a neustále se zvyšující konkurencí se tyto provozy stávají ztrátovými a provoz není rentabilní. Samosprávy obcí by proto měly přispívat na provoz maloobchodních jednotek, pokud chtějí obyvatelstvu zajistit možnost nákupu základních životních potřeb v místě. Řetězec COOP jedná se samosprávami obcí, aby mohlo tyto obce zásobovat. Po obcích požaduje finančních příspěvků na tuto službu. Ekonomická situace mnoha obcí se zhoršuje a ve svých rozpočtech nenachází prostředky, které by pokryly náklady na udržení provozu maloobchodní jednotky. Bohužel dochází k uzavírání prodejen a to především v menších sídlech. Pokud se situace nezmění, bude tento trend zrychlovat a zásobování obyvatel menších obcí bude ohroženo (Míchovská, 2011c).

6.2. Členění maloobchodu

Maloobchod je chápán jako drobné podnikání na regionální a lokální úrovni. Jednotlivá prodejna se rovná obchodnímu podniku, kde se uskutečňuje maloobchodní činnost (Cimler, P.,

1998). Maloobchod má různé druhy a formy, které se realizují v obchodech, obchodních a zásilkových domech, stáncích, pouličními a podomními prodavači, spotřebními družstvy, aukčními domy apod.

6.2.1. Druhy maloobchodní činnosti

Maloobchodní činnosti je možné členit mnoha způsoby, dle různých hledisek. Nejčastěji se maloobchodní činnost se rozděluje do dvou hlavních skupin z hlediska místa, kde se nákup a prodej uskutečňuje. Vyčleníme maloobchod realizovaný v síti prodejen (store retail) a maloobchod realizovaný mimo prodejní síť (non store retail) (Cimler, P., 1998).

a) Maloobchod realizovaný v síti prodejen

Maloobchod realizovaný v síti prodejen je většinou činností maloobchodu. Od poloviny 20. století utváří v ekonomicky vyspělých státech světa až 90 % všech tržeb v maloobchodě. Maloobchod realizovaný v síti prodejen se nejčastěji člení na potravinářský a nepotravinářský maloobchod (Cimler, P., 1998).

- **Potravinářský maloobchod**

Ve velké většině potravinářského maloobchodu obchoduje s potravinami. Do skupiny potravinářského maloobchodu se zařazují i prodejní jednotky, jejichž sortiment je značným rozsahem tvořen rychloobrátkovým nepotravinářským zbožím (Cimler, P., 1998), tj. zboží denní a občasné poptávky (Szczyrba, Z., 2006). Mezi potravinářské zboží je řazeno zboží jako cigarety, tabák, čisticí a prací prostředky a prostředky osobní hygieny. Díky velkému objemu zboží procházejícího přes jednotku, zájmu o hromadné nákupy a pravidelnost odbytu je potravinářský maloobchod nejvíce koncentrován, prodejny mají největší průměrnou velikost a nejmodernější informační a logistické systémy (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007; Szczyrba, Z., 2006).

- **Nepotravinářský maloobchod**

Nepotravinářský maloobchod je reprezentován rozsáhlou (obširnou) škálou sortimentů a typů prodejních jednotek. V prostředí nepotravinářského maloobchodu dochází k neustálému vývoji nových sortimentů a nových provozních jednotek (Cimler, P., 1998). Tento vývoj je dán moderními trendy ve výpočetní a audiovizuální technice, programování, elektronice apod. V sortimentu se tak uplatňuje maloobchod výrobních firem (Szczyrba, Z., 2006). Dle specializace rozeznáváme specializovaný a nespecializovaný (univerzální) maloobchod. Ve vyspělých státech jde však vývoj směrem k univerzálním formám

maloobchodu s odpovídajícími prodejními jednotkami. Užší rozsah sortimentu je typický pro menší prodejny, ale i pro obchodní firmy (Cimler, P., 1998).

Zvláštní formou maloobchodní činnosti je stánkový prodej, který je hlavní náplní prodejních aktivit v tržnicích a na trzích. Tržnice je budova, kde prodávají jednotliví obchodníci specializovaný sortiment. V centrech měst a v řadě velkých regionálních nákupních center se tržnice udržují jako atraktivní složka maloobchodní sítě. Tradičně se prodávají čerstvé potraviny, květiny a další sortiment dle ročního období a polohy daného centra. Tržiště (trhy) je prostor s prodejními stánky (pulty) pronajaty individuálními obchodníky, kteří zde nabízejí své zboží. Stejně jako u tržnic převažuje prodej čerstvých potravin a občerstvení, jistý podíl má i dárkové zboží (Cimler, P., 1998).

c) Maloobchod realizovaný mimo síť prodejen

Maloobchod realizovaný mimo síť prodejen je svým objemem prodeje, i přes malý podíl, stálou složkou maloobchodní činnosti. Hlavními složkami jsou prodejní automaty (vending machine), přímý prodej (direkt selling), zásilkový obchod, elektronický – internetový obchod (Cimler, P., 1998). V dnešní době výrazně roste význam těchto činností. Prodej realizovaný mimo síť prodejen má velký význam pro budoucnost a bude mít vliv i na strukturu maloobchodní sítě (Starzyczná, H., 2011).

• Prodej v automatech

Prodej v automatech je formou doplňkového stravování (studené a teplé nápoje, pochutiny, cukrovinky) a doplňkového prodeje jednoduchého sortimentu. Nevýhodami tohoto prodeje je technická a ekonomická náročnost a malá výkonnost (nutné doplňování, spotřeba času zákazníka apod.). Velkým plusem je funkčnost 24 hodin denně a 7 dní v týdnu bez obsluhy pracovní silou a pohotová nabídka jednoduchého sortimentu (Szczyrba, Z., 2006; Cimler, P., 1998).

• Přímý prodej

Přímý prodej vyvozuje svůj název od přímého kontaktu zákazníka a výrobce. Výstižnější je označení prodej v domácnostech. Prodejce navštěvuje zákazníka v jeho domácnosti, nabízí mu zboží širokého sortimentu zaměřené na domácnost a základní sortiment drogerie. Nejznámější firmou je americká Amway (Szczyrba, Z., 2006; Cimler, P., 1998).

• Zásilkový obchod

Prodej zásilkových obchodů je založen na objednávce. Nabídka přichází k zákazníkovi, který realizuje objednávku, až do domácnosti formou tištěných katalogů nebo přes nabídku

multimediální systémy, internetu – elektronický prodej (Cimler, P., 1998). U klasických zásilkových obchodů odpovídá sortiment rozsahu obchodního domu a většinou mají i prodejní jednotky, které nabízejí zboží formou zásilkového obchodu. Výhodou zásilkového obchodu je především racionalizace a automatizace provozu. Nevýhodou jsou velké počáteční investice, dlouhodobá závaznost nabídky (sezónnost), velké náklady na katalogy a reklamu, potíže s reklamací zboží. V současnosti je zásilkový obchod hojně využívaný díky velké nabídce zboží v síti elektronického prostředí internetu (Szczyrba, Z., 2006; Cimler, P., 1998).

6.3. Formy organizace v maloobchodě

Obchodní podniky se organizují za účelem zisku konkurenčních výhod, které se projevují nižšími cenami při velkých odběrech zboží od výrobců nebo obchodních prostředníků (Szczyrba, Z., 2006). Formami organizace v maloobchodě je integrace, kooperace a nezávislí maloobchodní podnikatelé

6.3.1. Integrace

Podniky integrují svoji činnost pro zřizování vlastní maloobchodní sítě, která je napojena na velkoobchody a nezřídka má také integrovaný podnik vlastní banku (Hes, A., 2007). Podnik má jednoho vlastníka a jedno řízení. Vznikly rozšiřováním vlastních činností, fúzemí, akvizicemi apod. (Szczyrba, Z., 2006). Integrované podniky jsou většinou nadnárodní a retailingové společnosti. Nadnárodní a retailingové společnosti, se svým velkým počtem provozních jednotek, si na českém trhu s potravinami získaly během posledních deseti let dominantní postavení (Hes, A., 2007).

6.3.2. Kooperace

Obchodní kooperace představuje menší společnosti soukromých vlastníků, které mají tendenci sdružovat se na smluvním základě ve větší celek, aby získaly obchodní výhody jako velké integrované podniky (Szczyrba, Z., 2006). Cílem spolupráce maloobchodních jednotek je především dosažení větší sortimentní přitažlivosti a úspor nákladů. Ke spolupráci dochází v místě působení maloobchodních jednotek, např. v obchodních ulicích a náměstích. Spolupráce se mimo jiné zaměřuje na propagaci a reklamu lokality, zajištění parkovacích možností, úklidu, úpravy okolí a zajištění bezpečnosti. Vyšší formou kooperace je společný obchodní dům. Obchodní firmy se spojí k provozování či přímo výstavbě společného obchodního domu. Nezakládají společný podnik, ale provozují každý jednotlivě svou část na svůj účet. Dnes

provozují jednotlivé obchodní firmy svou činnost ve společném objektu, kterou hradí nájmem (Cimler, P., a Zadražilová, D., 2007). Kooperace se uskutečňuje ve dvou hlavních směrech, jako vertikální a horizontální kooperace (Szczyrba, Z., 2006).

- **Vertikální kooperace**

Vertikální kooperace je sdružení následující logistický pohyb zboží. Spolupráce probíhá na principu dodavatel – odběratel. Kooperace je založena na cenových výhodách při nákupu zboží, při prodeji zboží a stejném sortimentním zaměření. Hlavními formami vertikální kooperace je nákupní družstvo a nákupní svaz, dobrovolný řetězec, franchisingový řetězec, nákupní centrála (Szczyrba, Z., 2006).

Nákupní družstva – je historicky první formou kooperace, která se výrazně rozvíjela v 1. polovině 20. století. Družstva se s časem přeměnila ve svazy, které rozšiřují sféru svého nákupu do oblastí správy a odbytu pro všechny své členy především v potravinářském obchodě. V rámci družstva se uplatňuje centrální velkoobchod (centrála), kde nelze uložit podmínky odběru. Centrála se musí snažit kvalitně zásobovat a nastavovat výhodné ceny, aby působila jako atraktivní místo pro odběr (Szczyrba, Z., 2006).

Dobrovolné řetězce – jsou podobné nákupním družstvům a svazům. Rozdíl mezi nimi je v iniciativě vzniku. Dobrovolné řetězce vznikaly z iniciativy velkoobchodu. Prodejní jednotky jsou majetkem soukromého vlastníka a svoji činnost vykonávají nezávisle na řetězci. Nevýhodou dobrovolných řetězců je značná proměnlivost členů oproti nákupnímu družstvu. Nejznámějším dobrovolným řetězcem je Spar, v Evropě působení nákupní centrály Inter SPAR (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Franchisingový řetězec – představuje typ kooperace dodavatele (franchisor) a kooperačních partnerů (franchisee), jejichž veškeré vztahy jsou smluvně formulovány, práva a povinnosti jednoznačně definovány a služby navzájem placeny. Dodavatel poskytuje za úhradu, na základě dlouhodobého smluvního spojení, svému partnerovi právo nabízet zboží a různé služby s použitím názvu firmy, značky zboží, charakteristického vybavení prodejní, ochranných práv, i technických a provozních zkušeností dodavatele. Tato forma se používá i u nákupních družstev a je preferována jako prostředek bytí malých a středních obchodních firem na trhu (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Nákupní centrály (euro-kooperace) – jsou nejvyšším stupněm vertikální kooperace⁶. Dynamický rozvoj zaznamenala tato forma na sklonku 80. a 90. letech 20. století, měla být přípravou na společný evropský trh. Tato forma spojuje velké firmy z různých zemí Evropy. Členy jsou především velké retailingové firmy, obchodní domy, obchodní korporace, spotřební družstva i samostatní velkoobchodníci (Szczyrba, Z., 2006). Hlavní činností je nákup od velkých výrobců v Evropě i zámoří s cílem co nejpříznivějších cen. Činnost zajišťují centrály formou agenturní činnosti (práce bez vlastních skladů). Zaměřují se na společný nákup ve velkém objemu zboží za výhodné ceny, rozšiřují sortiment nákupem ve více zemích, společně organizují marketingový výzkum a strategie, zavádějí vlastní značkového zboží, které je prodávané ve vlastní síti obchodních firem (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

- **Horizontální kooperace**

V horizontální kooperaci jde o spolupráci obchodních firem ve stejné úrovni logistického pohybu zboží v dané lokalitě. Cílem je zvýšení přitažlivosti obchodního místa, efektivnosti, výkonů a snížení nákladů. Často je činnost zaměřena na reklamu. Forma spolupráce obchodníků probíhá v určitém místě, kde se obchodníci soustřeďují (nákupní ulice, náměstí). Nejtypičtější formou jsou nákupní centra představující plánovaný koncept kooperací v obchodě. Nejvyšší formou je obchodní dům (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

6.3.3. Nezávislý maloobchodní podnikatelé

Nezávislý a samostatní maloobchodníci tvoří základ odvětví maloobchodu. Jedná se o samostatné maloobchodníky provozující restaurace, bary, koloniály, benzínové stanice. Provozují rovněž služby jako kadeřnictví, čistírny, prádelny, motely, hotely, servisy, bankovní služby, služby lékařů apod. Výhodou této organizace je jistě samostatnost a nezávislost a relativně vyšší pružnost. Nevýhodami jsou pak značná odpovědnost, nedostatek kapitálu, nízký rozpočet, nekvalifikovaní zaměstnanci, nedostatek času na řízení podivu z důvodu hromadění se činností (Hes, A., 2007).

⁶ *Euro-kooperace* je možné rozdělit do tří základních typů: Euro-kooperace a jejich seskupení podle firemní orientace matky je euro-kooperací, kde jsou výrazně ovlivňovány organizační struktury zakládající mateřskou centrálou. Dceřiné společnosti v jednotlivých zemích mají ovšem relativně vysokou decentralizaci pravomocí. Euro-kooperace a jejich seskupení podle již existujících několika velkých multinacionálních retailingových firem a přibírající další firma, většinou regionálního významu jsou kooperacemi vyššího globalizovaného stupně, kde je sdruženo několik multinacionálních retailingových firem a i firem regionálního významu. Euro-kooperace ve starém pojetí velkonákupem je kooperace zaměřená na centralizovaný nákup, jejichž geografická orientace má menší rozptyl než u první a druhé varianty (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

6.4. Struktura klasifikace maloobchodu v ČR

Ekonomické činnosti národního hospodářství byly v České republice od roku 1994 systematizovány dle evropského pojetí. **Odvětvová klasifikace ekonomických činností (OKEČ)** vznikla v rámci přetváření Jednotné soustavy sociálně ekonomických klasifikací a číselníků do podoby, která odpovídá tržnímu hospodářství, mezinárodním standardům a shoduje se s celosvětovou praxí zaměřující se na statistické potřeby. OKEČ byla organizována Českým statistickým úřadem (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007). Odvětví obchodu bylo v OKEČ částí G. Obchod jako činnost zprostředkující výměnu zboží se člení na obchod v motorismu, velkoobchodní činnost (nákup a prodej zboží pro další prodej nebo další zpracování) a na maloobchodní činnost (prodej spotřebního zboží přímo spotřebiteli). Obchod v motorismu byl oddílem 50 OKEČ, velkoobchod oddílem 51 a maloobchod oddílem 52. K maloobchodu je řazen i prodej např. papírenského zboží, barev nebo dřeva, obilovin, rud, nafty, průmyslových strojů, železa, oceli, průmyslových strojů a zařízení. Do oddílu maloobchodu jsou zahrnuty opravy osobního zboží a potřeb pro domácnost (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Vedle odvětvové klasifikace ekonomických činností se v roce 2008 začala aplikovat klasifikace ekonomických činností používaná Evropskou unií, která nahradila OKEČ. ČSÚ zavádí od 1. 1. 2008 **Klasifikaci ekonomických činností, tzv. CZ-NACE**. Klasifikace CZ-NACE (příloha 4) je statistickou klasifikací ekonomických činností odpovídající standardům a nařízením Evropské unie a její používání je Evropskou unií vynutitelné. Tato klasifikace je relevantnější k hospodářské realitě a umožňuje lepší srovnatelnost států Evropské unie a s dalšími mezinárodními klasifikacemi (ČSÚ, 2007a). Obchodu je v klasifikace CZ-NACE věnována sekce G Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel. Sekce G zahrnuje velkoobchod a maloobchod jakéhokoliv druhu zboží, jeho nákup a prodej bez dalšího zpracování a služby spojené s prodejem zboží. Na rozdíl od klasifikace OKEČ jsou zahrnuty opravy a údržba motorových vozidel a motocyklů. Tato sekce je tvořena oddíly velkoobchod, maloobchod a oprava motorových vozidel (oddíl 45), velkoobchod, kromě motorových vozidel (oddíl 46) a maloobchod, kromě motorových vozidel (oddíl 47). V oddílu 47 „Maloobchod, kromě motorových vozidel“ se zavádí doplňková úroveň maloobchod v obchodech a mimo ně, prodej ve specializovaných a nespécializovaných prodejnách (ČSÚ, 2007b).

6.5. Maloobchodní jednotky

Maloobchodní jednotky jsou charakteristické různými variantami sortimentu a provozními specializacemi, variantami provozního a stavebního řešení, prodejní a cenovou politikou. Kombinace určitých charakteristik vytvořili škálu forem nabídky, poptávky a vymežila provozní typy maloobchodních jednotek. Druhy maloobchodních jednotek a vymeží

zaměření maloobchodních jednotek je utříděno na základě hledisek, tzv. strukturálních a instrumentálních znaků (Cimler, P., 1998).

6.5.1. Strukturální znaky (statické)

Strukturální znaky vymezují provozní typy maloobchodních jednotek, sortiment, formu prodeje, velikost prodejny (plocha, počet pracovníků, maloobchodní obrat) a umístění jednotky, stavební řešení jednotky (Starzyczná, H., 2011).

a) Maloobchodní jednotky dle formy prodeje

Maloobchodní jednotky jsou místem zprostředkování zboží zákazníkovi. Zboží je do rukou zákazníka předáváno různými formami prodeje. U maloobchodních jednotek se setkáváme se samoobslužnou formou prodeje, pultovým prodejem, prodejem s volným výběrem a prodejem podle vzorků. Jednotlivé formy prodeje je možné navzájem kombinovat (typické pro velkokapacitní maloobchodní jednotky) (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007):

- **samoobslužný prodej** – samoobslužná forma prodeje vznikala na počátku 20. století a začala rozvíjet s poválečným nárůstem spotřebního zboží. Do té doby používaná individuální forma prodeje (pultový prodej) se ukázala jako brzdící další rozvoj nákupních podmínek a komplexního hromadného nákupu. Samoobslužný prodej je charakteristický převažující samostatnou aktivitou zákazníka, který má volný přístup ke zboží v prodejním prostoru, které si může libovolně dlouho prohlížet a seznamovat se s ním. Pro formu samoobslužného prodeje je stěžejní připravenost zboží k rychlému a jednoduchému prodeji (balení, označení cenou, vystavení, uložení apod.), zabezpečení alespoň jednodenních zásob v prodejním prostoru, zabezpečit přístup zákazníka ke zboží, přehlednost zboží, rozmístění dle skupin zboží nebo sortimentních skupin zboží (Cimler, 1998). Samoobslužný prodej se vyvinul do dvou forem, do uzavřené a otevřené samoobsluhy. Činnost uzavřené samoobsluhy probíhá v uzavřeném prostoru, kde zákazník nemůže opustit prodejní prostor bez projití inkasní zónou. Otevřenou samoobsluhou je jednotka v otevřeném prostoru. Zákazník se pohybuje volně po prodejní ploše, pokud si nevybere zboží, může prostor libovolně opustit,
- **pultový prodej** – nejstarší forma maloobchodního prodeje. Nabídka je uskutečňována formou prodejního rozhovoru mezi prodávacem a zákazníkem. Zákazník je oddělen od zásob zboží, především tzv. pultem. Tato forma prodeje je náročnější v práci prodáváče a to ve znalosti nabízeného sortimentu, upravenosti, osobním vystupování, komunikativnosti. Z hlediska velikosti a tvaru prodejní jednotky mohou obchodníci volit různé varianty pultového prodeje, kdy např. prodáváč nabízí veškerý sortiment,

prodejna je rozdělena na specializovaná oddělení, prodavač obsluhuje i inkasuje, inkaso je vyčleněno, inkaso je spojeno s výdejem, výdej je vyčleněn apod. Pultový prodej si vytváří řadu provozních požadavků. Důležitým prvkem jsou výkladní skříně a jejich řešení,

- **prodej s volným výběrem a prodej dle vzorků** - tyto formy jsou přechodným typem mezi samoobsluhou a pultovým prodejem. Prodej s volným výběrem je založeno na optické nabídce, samostatném výběru a rozhodnosti zákazníka. Prodavač komunikuje se zákazníkem, projeví-li zákazník zájem o konkrétní druh zboží, je-li nerozhodný apod. U této formy prodeje je důležité umístit v prodejní místnosti vzorky všech druhů zboží (možné i prodejních zásob), vymezit dostatečný prostor pro pohyb zákazníka, umožnit zákazníkovi nerušenou prohlídku, vymezit dostatečný prostor pro prodavače. Obvykle po výběru a koupi zboží je zboží dopraveno zákazníkovi nebo vydáno ze skladu nebo v samotné prodejní jednotce. Prodej s volným výběrem a dle vzorků je typický pro prodej nábytků, elektrotechniky, elektroniky, oděvů apod.).

b) Sortiment

Sortiment je utříděný seznam zboží, který je vytvořen na základě určitého klasifikačního hlediska. Sortiment je ovlivněn vývojovými (výrobní procesy) a sezónními (časové výkyvy) změnami. Seskupení zboží v obchodní sortiment je základem specializace obchodu. Sortiment má svoji šířku (počet zastoupených tříd nebo skupin spotřebního zboží), hloubku (četnost zastoupení jednotlivých druhů, položek a podpoložek spotřebního zboží), specializaci (omezování šířky ve prospěch hloubky sortimentu), desocializace a univerzalizace. Sortiment spotřebního zboží je možné členit z hlediska četnosti nákupu, sortimentní šíře a hloubky (příloha 5) (Hes, A., 2010).

c) Velikost prodejní jednotky

Prodejní plochou se rozumí plocha maloobchodní jednotky, která je využívána pro prodej zboží a maloobchodní činnost. Vzhledem k sortimentu, jeho hloubce a šířce, mají přirozeně největší prodejní plochu jednotky se širokosortimentním prodejem potravin a s prodejem smíšeného sortimentu. Širokosortimentní jednotkou je supermarket, jehož prodejní plocha se pohybuje od 401 m² do 2 500 m². U menších maloobchodních jednotek se prodejní plocha pohybuje do 40 m². Průměrná velikost maloobchodní jednotky poklesla z 85,2 m² v roce 1989 na 74,8 m² v roce 1998. Příčinami poklesu velikost průměrné jednotky byly tržní podmínky a vysoké tržní nájem. Velikost prodejní plochy jednotky je hlavním indikátorem pro zjištění plošného standardu území, který vypovídá o vybavenosti obyvatelstva prodejní plochou. Plošný standard je jeden z nejdůležitějších ukazatelů vypovídající o stavu maloobchodní sítě a o

kvalitě nákupních podmínek. Hodnotu plošného standardu získáme poměrem velikosti prodejní plochy maloobchodní jednotky k počtu obyvatel. Z velikosti prodejních ploch jednotek plyne, že nejvyšší počet jednotek se vyskytuje ve skupině s nejmenší prodejní plochou. S růstem rozlohy prodejních ploch rychle klesá počet jednotek (ČSÚ, 2000).

d) Pracovní síla

Nedílnou součástí maloobchodního provozu jsou jeho pracovníci. Pro úspěšný provoz je důležité optimalizovaný počet pracovníků a určení náplně práce pracovníka. Pracovník plní svoje pracovní povinnosti a bere v úvahu požadavky zákazníka. Zákazník požaduje kvalitní a rychlou obsluhu a ničím nerušený nákup. Optimalizace počtu personálu je důležitá i z hlediska celkových nákladů jednotky. Po nákladech na pořízení zboží tvoří náklady na personál značnou část nákladů na provoz (Cimlér, P., Zadražilová, D., 2007). Počet pracovníků v maloobchodní jednotce je důležitým ukazatelem maloobchodní vybavenosti. Obslužný standard, ukazatel maloobchodní vybavenosti, popisuje počet obyvatel v příslušném regionu připadající na pracovníka maloobchodní jednotky. Obslužný standard se liší u jednotlivých sortimentní typů. Nejvyšších hodnot obslužného standardu dosahují širokosortimentní prodejny potravin a prodejny smíšeného zboží (ČSÚ, 2010).

e) Umístění a technické řešení maloobchodní jednotky

Maloobchodní jednotky jsou umístěny v zástavbě sídelních útvarů v sídelním prostoru. U umístění maloobchodní jednotky je sledována návaznost na ostatní jednotky, na pohyb zákazníků, dopravní uzly, komunikace. Hodnoceno je i stavebně technické řešení. Z hlediska stupně návaznosti jednotek v zástavbě rozlišujeme samostatně individuálně stojící maloobchodní jednotky (malé obce, sídliště) a skupinové maloobchodní jednotky, kde v jednom místě vedle sebe působí více maloobchodních jednotek s jednotným nebo různým sortimentů. Řešení skupinově umístěných jednotek může být plánovitě, nahodilě, rozptýlené či soustředěné. Maloobchodní jednotky jsou podle stavebně technického řešení umístěny v samostatných provozních objektech a bytových objektech. Samostatně provozované objekty jsou jednotlivé typy maloobchodních jednotek. Bytové objekty tvoří obchodní ulice, obchodní třídy a náměstí, které se od sebe liší koncentrací, frekvencí a počtem maloobchodních jednotek (Cimlér, P., Zadražilová, D., 2007).

f) Nákupní prostředí a nákupní atmosféra maloobchodních jednotek

Nákupní prostředí je utvářeno všemi prvky v maloobchodní jednotce a provozem maloobchodní jednotky. Toto prostředí je utvářeno zbožím, pracovníky, zařízením, plochami, objektem provozu, provozními operacemi a samotnými zákazníky. Faktory nákupního prostředí

jsou nejčastěji design prodejny, dispoziční řešení prodejny, prezentace zboží, personál a zákazníci (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007). Nákupní atmosféra je vytvářena působením prostředím maloobchodní jednotky a jejich kvantitativních (počet, velikost, objem) i kvalitativních (uspořádání, organizace, řešení, vzhled) znaků, které jsou vnímány především smysly. Působení jednotlivých stimulů vzbuzuje u zákazníka emoce. Na základě vytvořených emocionálních postojů zákazník reaguje. Kladná reakce je odpovědí na požitky z nákupu, ochotě, komunikativnosti. Vede k poznání nabídky, nákupu zboží a případnému návratu do prodejny v budoucnu. Negativní reakce je opačného charakteru (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Design prodejny

Vnější design prodejny (exteriér design) je utvářen architekturou jednotky, vstupním prostorem, vkladními skříněmi a parkovacími plochami. Charakter má být takový, aby nalákal zákazníka ke vstupu do prodejní jednotky (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Architektura jednotky působí na zákazníky už z velké vzdálenosti a může zdůrazňovat sortiment či původ sortimentu jednotky, velikost prodejní plochy, kvalitu, cenovou úroveň apod. Lákadlem je možné zajímavé architektonické řešení. Architektonicky by prodejní jednotka měla respektovat charakter sídla a zástavbu ve svém okolí. Vstupní prostory představují průčelí a vchod do prodejní jednotky. Vstup by měl být co nejjednodušší, nejpříjemnější a usměrňující, urychlující vstup do prodejny. Měl by být dosti široký, bez jakýchkoli zábran, bezbariérový (bez schodů a výškových rozdílů) a plnit transportní funkci. Dle velikosti dělíme průčelí na otevřená a uzavřená. Otevřené průčelí je charakteristické širokým vstupním prostorem s rychlým vstupem a orientací. Nalezneme je u větších prodejních jednotek. Uzavřené průčelí využívá plně výkladních prostor, vstupní prostor je úzký. Uzavřená průčelí jsou typická pro malé prodejní jednotky a butiky (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Výkladní skříně jsou jedny z neúčinnějších stimulů, které působí po celých 24 hodin. Vnímatelnost výkladní skříně je ovlivněna faktory, jako jsou směry pohybu kolemjdoucích, hustota a frekvence obchodů, atraktivnost nabídky. Atraktivnost je dána nejen dispozičním řešením, ale především barevným řešením, námětem, správnou prezentací zboží a umístěním vybraného zboží. Cílem výkladních skříní je identifikace prodejní jednotky a její nabídky a přilákání zákazníků do prodejny (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Parkovací plochy u provozní jednotky přispívají k vytvoření přednákupní atmosféry prodejny. Zásadní je přístupnost, dostatečná kapacita a bezplatný přístup, ale i krátká vzdálenost od prodejní jednotky, dostupnost s nákupním vozíkem a vybavenost orientačních tabulí (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Technické řešení interiéru provozní jednotky je charakterizován použitým materiálem, obchodním zařízením, osvětlením, barevným řešením, zvukovou kulisou a i vůní. Použitými materiály se rozumí materiály na stropěch, podlahách a obvodovém zdivu. Především by měly být v souladu s prodávaným sortimentem s jeho hygienickými a bezpečnostními předpisy a s image jednotky pokračování (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

Dispoziční řešení

Dispozičním řešením maloobchodní prodejny se rozumí prostorové uspořádání hmotných prvků v prodejní místnosti. U maloobchodních jednotek je možné pozorovat pravidelné dispoziční řešení, dispoziční řešení s volným pohybem, s polozavřenými prodejními úseky a standardní obslužné dispoziční řešení (Cimler, P., Zadražilová, D., 2007).

6.5.2. Instrumentální znaky (dynamické)

Instrumentální znaky zahrnují cenovou politiku, služby a kvalitu nabízeného zboží a služeb. Na základě instrumentálních znaků rozeznáváme typy prodejen maloobchodních jednotek (Starzyczná, H., 2011; Cimler, P., 1998).

a) Provozní typy maloobchodních jednotek

Pro klasifikaci provozních jednotek se kombinuje několik hledisek (kritérií), které popisují např. sortimentní specializaci, formu prodeje, velikost prodejen, provozní charakter atd. Hlavními typy jednotek stálé stacionární maloobchodní sítě jsou (Cimler, P., 1998; Starzyczná, H., 2011):

- **specializované a úzce specializované prodejny** – specializované a úzce specializované prodejny jsou rozdílné šíří a hloubkou sortimentu. Nabízí zboží denní, občasně i dlouhodobé spotřeby, které bylo pro svou pomalejší poptávku odstraněno z profilu polnosortimentních jednotek. Sortiment specializovaných prodejen je úzký a hluboký. Cenové relace jsou vyšší z důvodu nákladů na prodej zboží s nižší frekvencí poptávky. To je kryto rychloobrátkovým zbožím. Se zvýšením rozsahu poskytovaných služeb rostou náklady prodeje. Vysoké jsou i nároky na odbornost personálu. Specializované prodejny jsou umístěny především v městském centru, v regionálních nákupních centrech. Úzce specializované prodejny jsou typické výrazně úzkým ale velmi hlubokým výsekem sortimentního spektra (především nepotravinářský) a se škálou potřebných služeb. Služby, umístění a nároky na udržení vysokých zásob se odrážejí ve vysokých cenách. Provoz si klade vysoké nároky na odbornost personálu i řešení interiéru. Lokalitou těchto jednotek je městské centrum a regionální nákupní střediska,

- **smíšené prodejny** – jsou lokalizovány především na venkově a v okrajových částech měst. Sortiment je široký, ale mělký. Skládá se ze zboží potravinového i nepotravinového charakteru a jde o zboží denní, časté a základní potřeby. Vysoké ceny a náklady jsou odrazem malé frekvence poptávky dané charakterem osídlení a požadavků na blízkost místa prodeje zákazníkovi,
- **potravinářské samoobsluhy** – jsou samoobsluhy se širokým sortimentem potravin, s prodejní plochou cca 200–400 m² a většinou i sortimentem nepotravinářského zboží denní potřeby. Jsou samostatnými prodejny nebo oddělení větších maloobchodních jednotek (malých obchodních domů). Na potravinářské samoobsluhy navazují plošně větší supermarkety,
- **supermarkety** – supermarket je velkoobchodní prodejna s rozsáhlým sortimentem potravinářského zboží a základními druhy nepotravinářského zboží. Počet druhů zboží dosahuje cca 5 000–10 000. Forma prodeje je samoobslužná, v několika úsecích doplněna obsluhou. Velikost prodejní plochy je větší než 400 m² a zároveň nedosahuje plochy 2 500 m². V ČR se prodejní plochy pohybují v rozmezí 1 200–1 500 m². Lokalizace supermarketů je široká (od základní až po centrální vybavenost), umístěny jsou např. v regionálních nákupních centrech, jako součást obchodních domů, u dopravních uzlů apod.,
- **hypermarkety** – jsou velkou prodejní jednotkou, která na ploše svého prostoru nabízí potravinářské i nepotravinářské (převažující co do počtu druhů a prodejní plochy) zboží denní, časté i občasně poptávky. Forma prodeje je samoobslužný prodej. Od supermarketů se tedy liší vyšším průměrným rozsahem prodejních ploch a rozsahem nepotravinářského zboží. Pro hypermarkety je typická agresivní cenová politika (nižší ceny), která je výsledkem nižších nákladů na mzdy a orientací na rychloobrátkové zboží. Plošná velikost hypermarketů je daná definicí ISSO. Spodní hranice plochy je 2 500 m², horní hranice se pohybuje v rozmezí 15 000–20 000 m². Hypermarkety jsou obvykle lokalizovány na okrajích i mimo města. U hypermarketů mohou z důvodu omezené nabídky určitého zboží vyrůstat specializované a úzce specializované prodejny,
- **plnosortimentní obchodní domy (universální)** – nabízí široký a poměrně hluboký sortiment zboží, který je umístěn „pod jednou střechou“. Sortiment nabízí až 200 000 druhů. Prodejní plocha je minimálně 5 000 m², obecně v rozmezí 10 000–20 000 m². Soustřeďují se do center měst a do regionální nákupních center. Po dlouho dobu byly považovány za nejprogresivnější maloobchodní jednotku, která přinášela zákazníkovi výhody jako je souborný nákup, obsáhlý výběr, moderní a kvalifikovaná nabídka a široký výběr služeb. Náročnost provozu a sortimentu se odráží ve středních a vyšších cenách,

- **specializované obchodní domy** – zaměřují na nepotravinářské zboží, nejčastěji na sortiment odívání (oděvy, textil, obuv) a s odíváním spojené služby. Sortiment promítá svoji šířku a hloubku do cen středního až vyššího charakteru. Prodej v těchto jednotkách je kombinovaný. Probíhá zde pultový prodej, volný výběr i samoobsluha. Velikost plochy specializovaného obchodního domu je cca 1 500 m². Díky svému sortimentu se tento typ prodejní jednotky dobře uplatňuje v centrech měst, čtvrtové i obvodové vybavenosti, i v regionálních nákupních centrech. V podmínkách konkurence se pro specializované obchodní domy jeví nezbytnou vertikální i horizontální kooperace,
- **odborné (specializované) velkoprodejny** – orientují se na rychloobrátkové zboží. Sortiment je velkým ucelným souborem nepotravinářského zboží. Dále je pro odborné velkoprodejny typická samoobslužná forma prodeje, převážně jednopodlažní řešení stavby, nižší cenová hladina díky sortimentnímu zaměření a nižším provozním nákladům. Plocha odborných velkoprodejen se pohybuje od cca 60 m² do několika tisíc m². Příkladem jsou prodejny nábytku, potřeb pro domácnost, oděvů, potřeb pro zahrádkáře a motoristy, velkoprodejny drogerie se samoobslužným prodejem, apod.,
- **diskontní prodejny** - diskontní prodejny (hard–discount) se poprvé objevily v USA, do Evropy se dostaly až po 2. sv. válce. Tento typ nese znaky velkokapacitních jednotek se širokosortimentním zaměřením. Hlavními atributy diskontní prodejny je nestabilní sortiment, který se řídí momentální poptávkou. Zboží je nabízeno přímo z palet, stohů, regálů (snížení spotřeby živé práce a nákladů) zákazníkovi v samoobslužné formě prodeje. Jednotky mají nízké provozní náklady a jsou typické nižšími cenami (způsobeno nákupem ve velkém často přímo od výrobců za výhodné ceny). Objekt i vybavení diskontní prodejny je jednoduché, strohé a zřizovány na levných pozemcích. Prodejny nemají výkladní skříně ani průhledy do místnosti,
- **nákupní centra** – poprvé se objevila v USA již v 50. letech 20. století. Západoevropské země (Francie, V. Británie, Francie) je převzaly v 60. letech 20. století. Nákupní centra představují nejvyšší stupeň v hierarchii typů maloobchodních jednotek a často je spojován s procesem urbanizace. Plocha nákupních center dosahuje sto i více tisíc m². Na jedné ploše se koncentrují desítky až stovky prodejen, služby a jednotka typu hypermarket nebo supermarket. Pro úspěšný provoz nákupního centra je důležitá skladba prodejních jednotek v nákupním centru (Cimler, P., 1998). Z počátku se nákupní centra zaměřila na prodej v hlavní jednotce typu supermarket nebo hypermarket. Specializovaných obchodních jednotek zde bylo minimum (tzv. nákupní centra první generace). S dalším vývojem se spektrum specializovaných prodejen rozšířilo a přibýlo k nim zařízení služeb pro klienty nákupního centra jako kadeřnictví, restaurace, čistírna, dětské koutky apod. jednotka velkoplošné prodejny typu

supermarket nebo hypermarket zůstává (tzv. nákupní centra druhé generace). Vrcholem vývoje je tzv. nákupní centrum třetí generace, kdy nákupní centrum funguje jako společenské a zábavní centrum a místo pro setkávání lidí. Nabízena je celá řada neobchodních aktivit, jako je fitness, multikina, herny, kluziště apod. (Szczyrba, Z., 2006),

- **ambulanti prodejny (pojízdné prodejny)** – působí prostoru s malým osídlením, především v horských, podhorských a periferních oblastech. Nabízí široký a málo hluboký sortiment smíšeného zboží nebo úzký a hluboký sortiment specializovaného zboží (maso, uzeniny apod.). Do ceny zboží se promítají náklady na přepravu a rozsah zboží, ceny jsou tedy vyšší. Po útlumu tohoto typu v 90. letech 20. století dochází v současnosti k obnově. Ambulantní prodejny jsou podporovány OÚ a MÚ. Druhem ambulanti prodejny je ambulanti prodejny pro příležitostný prodej na trzích, poutích, slavnostech, sportovních akcích apod.). Tento typ je rozšířen již v menší míře, vývoj stagnuje (Hes, A., 2007),
- **zásilkový obchod** – je provozní jednotkou či formou prodeje, který je založen na „prodeji na dálku“ přes spojovací média (katalog) a objednávku, která se uskuteční písemně, telefonicky, faxově, přes internet. Neexistuje jednotnost, zda jde o typ provozní jednotky. Zásilkový obchod je náročný na vysoké počáteční investice, vysoké náklady na katalogy a problémy při reklamaci. Nabídka zásilkového obchodu může pojmout území celého státu. Zásilkový obchod se stále rozvíjí a dnes je jedním ze silně využívaných formou opatření si zboží (Hes, A., 2007).

6.6. Maloobchodní síť

Maloobchodní síť je uspořádaný soubor (systém) provozních jednotek maloobchodu zaměřených na realizaci zboží konečnému spotřebiteli. Tento soubor má svoji kvalitu danou uspořádáním a vzájemnou provázaností provozních jednotek. Vzájemné vazby provozních jednotek jsou vytvářeny rozdílností i příbuzností sortimentu, organizací provozu, provozního zařízení, konkurencí a také určitou kooperací a koordinací (Cimler, P., 1998).

Struktur maloobchodní sítě je rozmanitá. Do maloobchodní sítě krom prodejních jednotek řadíme ještě pojízdné prodejny, čerpací stanice, boutique, ambulanti prodej a další druhy prodeje (Starzyczná, H., 2011). Na základě působení v místě či oblasti lze maloobchodní síť členit na stálou a doplňkovou. Stálá maloobchodní síť vykonává svoji činnost v dané lokalitě celoročně, pravidelně s konstantní zájmovou oblastí. Doplňková maloobchodní síť se skládá z jednotek používaných pro nabídku. Odpovídají na krátkodobou zvýšenou poptávku v určitém místě (rekreační oblasti, masové akce) (Cimler, P., 1998).

Z hlediska místa působení lze maloobchodní síť dělit na stacionární maloobchodní síť, která se vyznačuje pevnými stanovišti obchodně provozních jednotek. Síť s jednotkami, které mění své místo působení je ambulantní maloobchodní síť (Cimler, P., 1998). Ambulantní síť doplňuje maloobchodní síť tam, kde není účelné budovat stacionární jednotky (Szczyrba, Z., 2006).

Z pohledu typu osídlení, v oblasti působení maloobchodu, rozlišujeme maloobchodní síť urbánní (městskou) a síť rurální (venkovskou). Maloobchodní vybavenost roste s velikostí obce a s její funkcí v sídelním systému. S rostoucí velikostí sídla roste i počet druhů maloobchodních zařízení v sídle. Mezi maloobchodními jednotkami a sídly se utváří velmi úzký nerovnoměrný vztah, kdy maloobchod dosahuje vyššího stupně koncentrace než obyvatelstvo. Urbánní i rurální síť se odlišuje různými provozně-sortimentními, prostorovými a organizačními parametry, detaily své vnitřní struktury. Maloobchodní síť v městském prostoru je ovlivněna velmi koncentrovanou poptávkou. Nabízí sortiment širokého rozsahu díky koupěschopnosti městského obyvatelstva a spádové oblasti (Szczyrba, Z., 2006). Urbánní maloobchodní síť se dynamicky rozvíjí a strukturně proměňuje. V městském prostoru se maloobchod potýká s konkurencí velkokapacitních a velkoplošných forem, které se rozvíjí na velkých plochách především na okrajích měst. Sílicí konkurencí dochází k zániku menších forem maloobchodních jednotek (Ježek, J., 2006). Na rozdíl od urbánní sítě se rurální maloobchodní síť potýká s malou koncentrací poptávky a tudíž s vysokými náklady na oběh zboží. Ve své geografické struktuře je maloobchodní síť velmi silně podmíněna rozmístěním obyvatelstva v sídelní struktuře. Výskyt maloobchodní jednotky (maloobchodní vybavenost) v sídle přispívají k přitažlivosti, funkci a významu sídla (Szczyrba, Z., 2006).

Maloobchodní síť z pohledu světových tendencí dospěla k určitému ustálení dělby práce mezi velkokapacitními a specializovanými prodejny. K základním vývojovým trendům je řazena diskontní orientace velkokapacitních jednotek se širokým sortimentem, koncepce „obchod v obchodě“ (shop in shop) a rychlejší zastarávání maloobchodní sítě⁷. Maloobchodní síť by ve svém rozvoji měla zohledňovat potřeby zákazníka, který je nositelem potřeb společnosti, měst, obcí. Při řešení rozvoje by měly být zohledněny atributy akčního rádia⁸,

⁷ *Zastarávání maloobchodní sítě* je důsledek stavebně urbanistických opatření měst a obcí a změn v dopravní infrastruktuře. Tyto změny mění směry pohybu zákazníků a to způsobuje úbytek zákazníků a zastarávání maloobchodní jednotky z hlediska jejího životního cyklu (Starzyczná, H., 2011).

⁸ *Akčním rádiem* se rozumí nejbližší okolí maloobchodní jednotky a její zájmovou oblast. Zájmová oblast má svoji pomyslnou maximální a minimální hranici. Maximální hranice je daná kapacitou prodejny a docházkovou vzdáleností. Minimální hranice je vymezena minimální rentabilitou, tzn. počtem potencionálních zákazníků, které potřebuje prodejna pro svoji existenci. Je ovlivněn počtem obyvatel oblasti, hustotou osídlení, charakterem sortimentu, frekvencí poptávky a spádovými poměry (Starzyczná, H., 2011).

dostupnost MOJ, nákupní spád⁹, rovnoměrnost rozmístění maloobchodní sítě, koncentrace a hierarchické řešení maloobchodní sítě (Starzyczná, H., 2011). Při rozvoji maloobchodní sítě v sídelní struktuře je zapotřebí kooperativního a koordinovaných procesů. Aktéry rozvoje by měli být samotní obchodníci, občané a představitelé veřejné správy (Ježek, J., 2006)

6.6.1. Principy lokalizace maloobchodní sítě

Efektivní provoz maloobchodních jednotek vyžaduje určitý objem koupěschopné poptávky. Vhodným rozmístěním maloobchodní jednotek v přirozených centrech osídlení a spádovém území je možné dosáhnout uspokojivého objemu obrátu pro rentabilní provoz se ziskem. Při lokalizaci jednotky určitého sortimentu je nutné brát v úvahu vztah mezi frekvencí poptávky a místem lokalizace v hierarchických sídelních útvarech nebo také dostatečné zájmové území s přijatelnou dostupností. S růstem frekvence poptávky a při konstantní kapacitě se zmenšuje zájmová oblast. Vytváří se hierarchie poptávky, na kterou navazuje i hierarchie v lokalizaci jednotek maloobchodní sítě v osídlení a sídelních útvarech (Cimler, P., 1998).

Lokalizace maloobchodní jednotek se řídí principy rovnoměrnosti, koncentrace, hierarchie. Rovnoměrnost v rozmístění sítě představuje ve velkém měřítku rovnováhu mezi potenciálem koupěschopné poptávky a kapacitami maloobchodní sítě. Koncentrace maloobchodních jednotek hledá výhodná místa pro lokalizaci. Maloobchodní jednotky je výhodné koncentrovat do sítě sídelních útvarů, které tvoří přirozená spádová centra (historický vznik), rozložená spádová centra (vznik díky objektivním vlivům v osídlení). Horní hranice možné koncentrace nabídky zboží je u konkrétního sortimentu přijatelná dostupnost pro zákazníka. Princip hierarchie vychází z frekvence uspokojování potřeb denní, časté a občasné poptávky (Cimler, P., 1998).

S lokalizací jednotek maloobchodní sítě v systému osídlení souvisí konkrétní umístění maloobchodní jednotky v zástavbě sídelního útvaru. U konkrétních lokací maloobchodních jednotek je řešena návaznost na ostatní jednotky, na pohyb zákazníků, dopravní uzly, komunikace a stavebně technické řešení (Cimler, P., 1998).

⁹ *Nákupní spád* vyjadřuje vydání výdajů obyvatel v maloobchodě v jiném místě než v místě svého bydliště. Spádovými poměry se počet místních potenciálních zákazníků zvyšuje nebo snižuje. K přesunům koupěschopné poptávky dochází díky rozdílným nákupním možnostem v sídelních útvarech a rozvoji mobility obyvatel (zvyšující se dojížděka do zaměstnání, škol, zdravotních zařízení, správou apod.). Nákupní spád je měřitelný absolutním nebo relativním saldem nákupního spádu a ukazatelem míry realizace obyvatelstva. Měří se jak intenzita, tak směr nákupního spádu. Rozlišujeme vnitřní a vnější, záporný a kladný nákupní spád (Starzyczná, H., 2011).

6.6.2. Uspořádání maloobchodní sítě v prostoru

Prostorové uspořádání maloobchodní sítě v sídelním systému je popsáno ve třech základních principech jejího formování. Rovnoměrnost rozmístění maloobchodní sítě souvisí s umístěním maloobchodních jednotek v přirozených centrech osídlení takovým způsobem, aby mohly realizovat dostatečný obrat pro zajištění efektivnosti provozu. Cílem je rovnováha mezi potenciálem koupěschopné poptávky a kapacitami maloobchodní sítě v širokém územním měřítku. Při nerovnoměrném rozmístění dochází k situaci, kdy je kapacita sítě vyšší než potenciál místa. Posiluje se konkurenční prostředí a dochází k ztrátám nevyužitých kapacit prodeje. V opačném případě, kdy je kapacita sítě menší než obrátový potenciál místa, vede k nevyužití potenciálu obrátu. Zákazníci hledají možnosti nakupování ve vzdálenějších spádových oblastech (Starzychná, H., 2011).

a) Relativní rovnoměrnost utváření a koncentrace maloobchodní sítě

Rovnoměrné utváření a koncentrace maloobchodní sítě je výsledkem rovnováhy mezi potenciálem koupěschopné poptávky a kapacitou maloobchodní sítě v širokém územním měřítku. Maloobchodní síť je charakterizována vzájemně provázanými tendencemi, jako je prostorová koncentrace (zvyšování kapacity maloobchodní sítě), provozní koncentrace (zvyšování průměrné velikosti jednotky), sortimentní koncentrace a specializace (změna struktury nabídky) (Szczyrba, Z., 2006).

b) Stupňovitost (hierarchie) maloobchodní vybavenosti

Stupeň maloobchodní vybavenosti lze definovat jako hierarchii středisek maloobchodní vybavenosti a jako vnitřní hierarchickou strukturu jednotlivých sídel, především měst. V sídelním prostoru je možné identifikovat několik stupňů vybavenosti. Ve venkovském prostředí je maloobchodní vybavenost především jednostupňová, ve městech je možné vyčlenit čtyři až pět stupňů vybavenosti a to dle velikosti a vnitřního uspořádání ve městě. Stupni maloobchodní vybavenosti jsou okrsková (základní) vybavenost, obvodová (sekundární) vybavenost, čtvrtěová (sektorová) vybavenost, centrální vybavenost (Cimler, P., 1989; Szczyrba, Z., 2006).

- **okrsková (základní) vybavenost** – maloobchodní jednotky okrskové vybavenosti jsou schopny obsloužit nabídkou zboží denní potřeby a velmi časté poptávky obytný okrsek. Jednotky jsou omezeny vynaloženými výdaji obyvatelstva v jednotce, díky zápornému nákupnímu spádu (dojížděka obyvatelstva do vybavenějších center nákupu). Jednotky jsou lokalizovány v centru okrsku s návazností na zastávky MHD nebo hlavní pěší tahy,

- **obvodová (sekundární) vybavenost** – uplatňuje se ve větších městech, kde je počet obyvatel vyšší než 100 000 a větší část města je díky urbanistické kompozici dost vzdálená od centra. Dolní hranice počtu obyvatel obvodu dle rentability provozu je 20 000–30 000 obyvatel. Jednotky v obvodové vybavenosti by měly být lokalizovány ve středu obvodu s ohledem na docházkovou vzdálenost, na návaznost na městskou hromadnou dopravu a další zařízení občanské vybavenosti. Charakteristickou jednotkou v prodeji potravin je supermarket a specializované prodejny jako ovoce–zelenina, maso–uzeniny, lahůdky, cukrárna apod.,
- **čtvrťová (sektorová) vybavenost** – vniká přirozeným soustředěním jednotek ve velkoměstech (velká vzdálenost do centra) a v případech, kdy vlastní městské centrum nepostačuje ze svých prostorových či kapacitních hledisek. Uplatňují se zde velkokapacitní jednotky jako obchodní domy, specializované obchodní domy, případně hypermarkety, odborné prodejny a obchodní střediska. Do této oblasti se umísťují jednotky specializované a úzce specializované, pro které není z prostorových či provozních důvodů místo v centru. Jsou jimi prodejny nábytku, automobilů apod. Čtvrťová vybavenost je schopna obsloužit několik desítek tisíc obyvatel,
- **centrální vybavenost** – je nejvyšším stupněm obchodní vybavenosti měst. Centrum města bývá historicky, architektonicky, urbanisticky, podnikatelsky nejcennější část města. Maloobchodní síť v centrech je charakteristickým funkčním i vzhledovým prvkem center a historických jader měst. Tvoří ji potravinářské i nepotravinářské jednotky, specializované a úzce specializované jednotky a i velkoplošné jednotky (supermarkety). Obchodním centrem v městském prostoru se rozumí ta část městského centra, kde se nejčastěji vyskytují obchodní jednotky s nejvyšší frekvencí zákazníků. Bývají to soubory hlavních obchodních ulic a náměstí. Obchodní centrum uspokojuje základní, častou i občasnou poptávku trvale bydlících obyvatel centra, dalších obyvatel města ze spádových oblastí a návštěvníky,
- **venkovská vybavenost** – vybavenost venkovských sídel je především jednostupňová a závislá na velikosti sídelního útvaru. Je schopna zabezpečit uspokojení základní a časté poptávky. Hloubka sortimentu je omezená. Určité skupiny zboží zde nelze efektivně nabízet (nábytek, klenoty, apod.). U venkovských sídelních útvarů bez obslužné funkce pro okolí (nestřediskový charakter) převládá záporný nákupní spád. S ohledem na mobilitu a hustotu osídlení je možné efektivně pokrýt cca 60–80 % výdajů za potravinářské zboží a cca 20–40 % výdajů za nepotravinářské zboží. V sídlech nestřediskového charakteru je výhodné podnikat s prodejnou smíšeného zboží. Méně výhodnou formou je pojízdná prodejna s potravinářským či smíšeným sortimentem. Venkovské sídelní útvary střediskového místního významu obsluhují své nejbližší okolí, cca v poloměru 5 km. I zde se uplatňují širkosortimentní a některé specializované

jednotky potravin a menší prodejny nepotravinářského zboží. S růstem střediska osídlení roste i pestrost sortimentní nabídky maloobchodní sítě. Ve středisku místního významu se může vytvářet okrsková vybavenost a centrum s odpovídajícím podílem na vybavenosti sídelního útvaru (Cimler, P., 1989),

- c) **komplexnost maloobchodní vybavenosti** – úzce souvisí s jednotlivými stupni vybavenosti, kdy by každý stupeň měl být komplexní, vyšší úroveň vybavenosti by měla uspokojovat poptávku i v nižším stupni vybavenosti. Každý stupeň je však charakteristický jiným chápáním komplexnosti, jiným stupněm uspokojení poptávky. Jednotky nižších řádů uspokojují především poptávku po zboží denní potřeby. Nabídky zboží občasně potřeby roste v závislosti na stupních maloobchodní vybavenosti a procesu specializace (dochází k zužování šířky sortimentu prodejny ve prospěch rozšiřování hloubky nabízeného sortimentu) (Szczyrba, Z., 2006).

7. ZÁJMOVÉ ÚZEMÍ

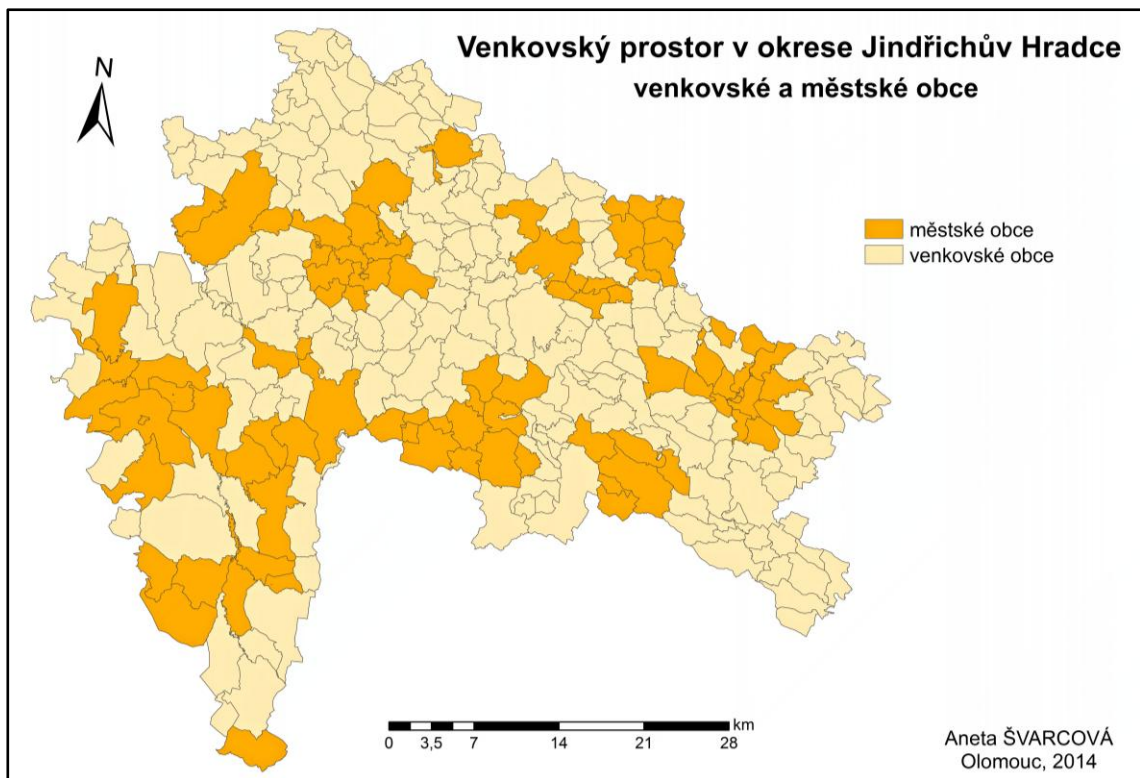
7.1. Vymezení venkovského prostoru v okrese Jindřichův Hradec

Zájmové území je venkovským prostorem okresu Jindřichův Hradec. Z kapitoly věnované venkovu a jeho vymezení jsme se seznámili s různými pojetími pro vymezení venkovského prostoru a s přístupy k vymezení venkovského prostoru. Venkov můžeme vymežovat na základě mnoha kvantitativních a kvalitativních indikátorů. Nejpoužívanějšími indikátory jsou počet obyvatel, hustota zalidnění a status dané obce, který do jisté míry předznamenává charakter prostoru. Z mnoha případů vymezení venkova se inspirujeme ČSÚ (2007) a jeho variantami vymezení venkovského prostoru. ČSÚ (2007) vytvořil šest variant k vymezení venkova. Do těchto variant jsou promítnuty tři zmiňované indikátory, které jsou vzájemně kombinovány.

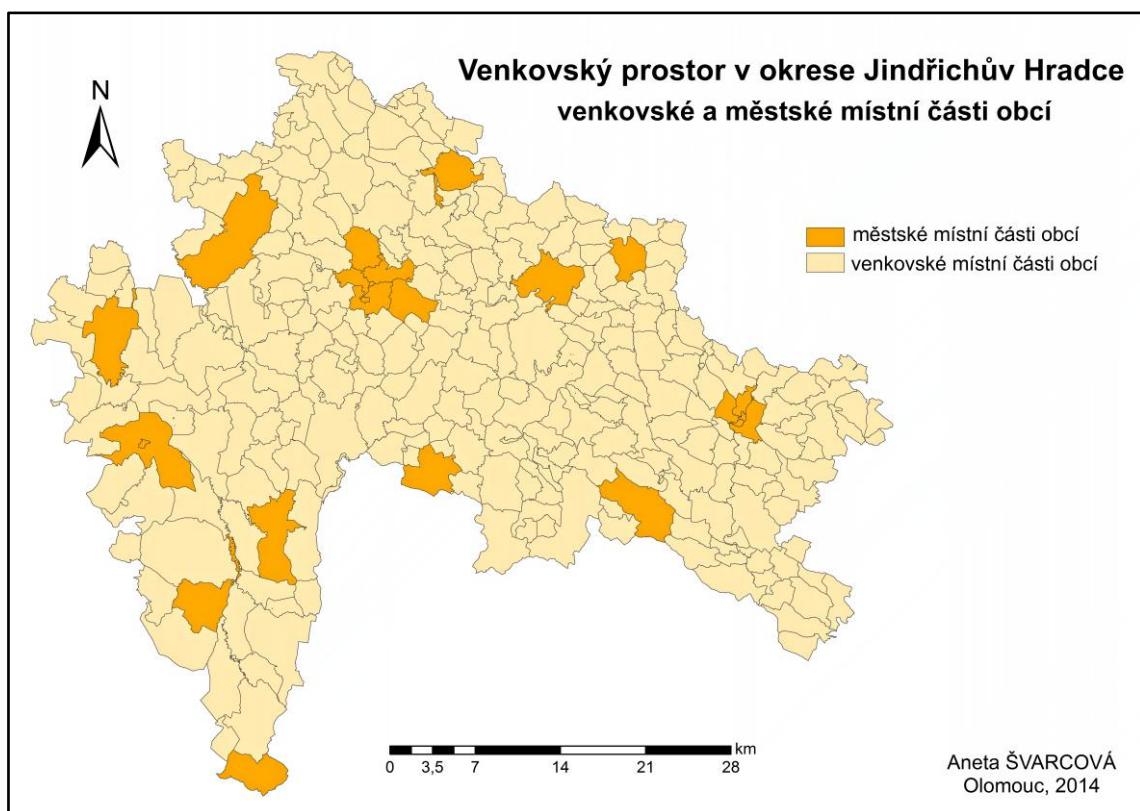
Pro určení zájmového území venkovského prostoru jsme zvolili hlavní kritéria pro vymezení, která aplikujeme v prostoru na administrativně nejmenší jednotky, obce, jež označujeme jako venkovské obce. Aby obec byla venkovskou, musí u všech zvolených kritérií vykazovat venkovský charakter:

- venkovskou obcí je obec, která má méně jak 2 000 obyvatel,
- venkovskou obcí je obec s velikostí do 1 000 obyvatel a obce s velikostí do 3 000 obyvatel mající hustotu zalidnění nižší než 100 obyvatel/ km²,
- venkovskou obcí je obec, které nemá statut města nebo městyse¹⁰.

¹⁰ Kritérium statusu obce bylo mezi kritéria vymežující zájmové území venkovského prostoru zařazeno z důvodu nezanedbatelného důležitého významu pro správnější vymezení venkova. Menší obce se statusem město a městyse by byly dle počtu obyvatel a hustoty zalidnění zahrnuty do prostoru venkova. Avšak jejich nabídka služeb a vybavenosti se lišila od ryze venkovských obcí. Z tohoto důvodu je mezi kritéria zařazeno kritérium statusu obce.



Obr. 1 Mapa venkovských obcí v okrese Jindřichův Hradec (zdroj: ČSÚ, 2011, vlastní zpracování v ArcMAP 10)



Obr. 2 Mapa venkovských místních částí obcí okresu Jindřichův Hradec (zdroj: ČSÚ, 2011, vlastní zpracování v ArcMap 10)

Na základě těchto kritérií jsme vymezili zájmovou oblast venkovského prostoru, venkovských obcí (obrázek 1), v okrese Jindřichův Hradec. Z celkového počtu 106 obcí v okrese splňuje 91 obcí kritéria venkovského prostoru a jsou venkovskými obcemi (příloha 1). Vymezených 91 venkovských obcí má celkem 195 místních částí. Kritéria venkovského prostoru nespĺňuje 14 obcí, tyto obce jsou městské. Těchto 14 obcí má celkem 86 místních částí, z nichž má ryze městský charakter 20 místních částí. Zbylých 66 místních částí městských obcí splňují kritéria pro zařazení do venkovského prostoru. Mezi obcemi městského charakteru jsou obce ryze městské (Jindřichův Hradec, Dačice, Třeboň, Nová Včelnice, České Velenice, Suchdol nad Lužnicí) obce s vyšším počtem obyvatel, avšak bez statusu města (Studená) a obce s menším počtem obyvatel než 2 000, které se mezi městské řadí pouze díky statusu město a městys (Strmilov, Stráž nad Nežárkou, Chlum u Třeboně, Kardašova Řečice, Lomnice nad Lužnicí, Deštná).

Přihlédneme-li na místní části městských obcí, které nesou znaky venkovského prostoru (obrázek 2), je ze všech 289 místních částí v okrese Jindřichův Hradec 270 místních částí venkovského charakteru.

7.2. Charakteristik a okresu Jindřichův Hradec

Okres Jindřichův Hradec je součástí Jihočeského kraje, který se rozkládá na jihovýchodě Čech. Převážná část okresu připadá do Čech, pouze malá oblast ve východním cípu okresu v okolí Dačic je částí Moravy. Na západě sousedí s okresem České Budějovice, na jižní straně hraničí s Rakouskem, na východě s okresy Třebíč a Znojmo, na severovýchodě s okresem Jihlava, na severu s okresem Pelhřimov a na severozápadě s okresem Tábor. Okres si svoji hranici udržuje od jeho vzniku v roce 1960. Se svou rozlohou 1 944 km² je druhým největším okresem v České republice. V rámci Jihočeského kraje je to největší z okresů (ČSÚ, 2012).

Území okresu (obrázek 3) je administrativně členěno na území obcí s rozšířenou působností Dačice, Jindřichův Hradec a Třeboň. Tato tři území obcí s rozšířenou působností mají celkem 106 obcí, které čítají dohromady 289 místních částí. V celém okrese je na 369 základních sídelních jednotek. Sídelní síť okresu je velmi starého původu, který sahá až do období 14. století. Pouze asi 8 % obcí vzniklo v 18. století a později. Do skupiny obcí s počtem do 199 obyvatel patří 44 obcí. Ve velikostní skupině obcí s 200–499 obyvateli je 27 obcí, ve skupině s 500–999 obyvateli je na 20 obcí. S počtem 1 000–4 999 obyvatel je v okrese 12 obcí. Největší obce s počtem obyvatel 5 000–19 999 jsou dvě, s počtem nad 20 000 obyvatel pouze jedna obec (ČSÚ, 2013). Největší obcí je město Jindřichův Hradec s 21 698 obyvateli k roku 2013. Druhou největší obcí okresu je město Třeboň s 8 481 obyvateli, následuje město Dačice

se 7 611 obyvateli. Dalšími menšími městy jsou České Velenice s 3 407 obyvateli, Nová Bystřice s 3 35 obyvateli a Suchdol nad Lužnicí s 3 621 obyvateli (ČSÚ, 2014).

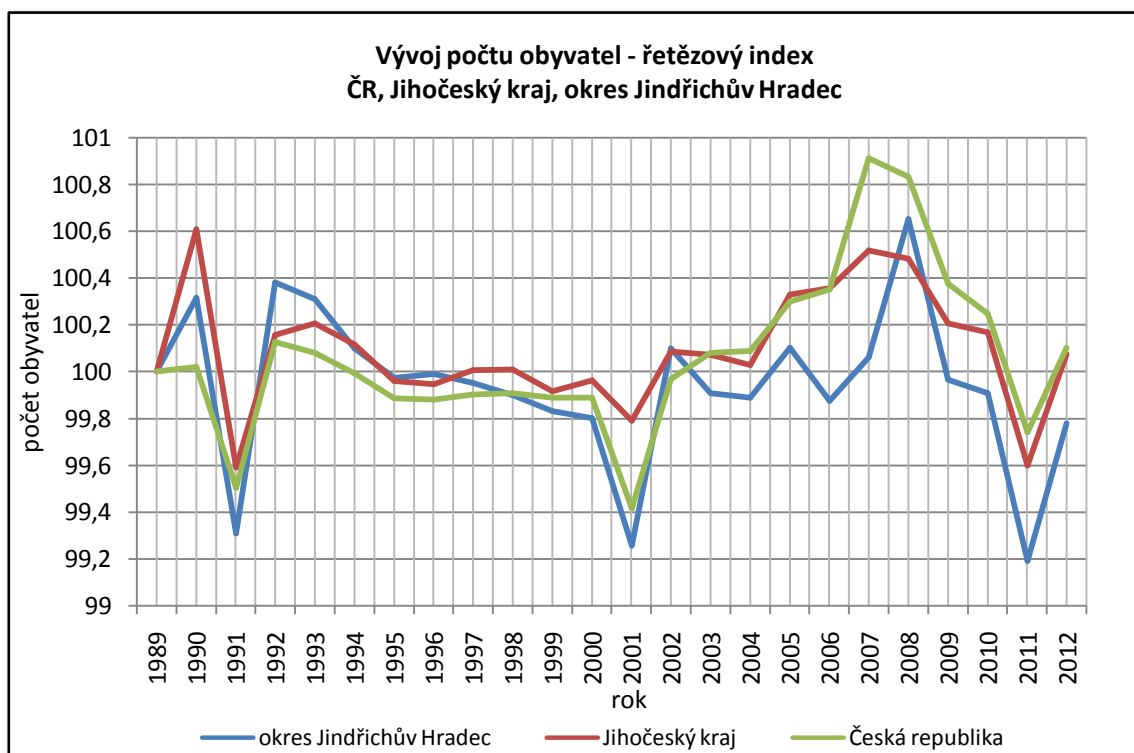


Obr. 3 Administrativní rozdělení okresu Jindřichův Hradec (zdroj: ČSÚ, 2014)

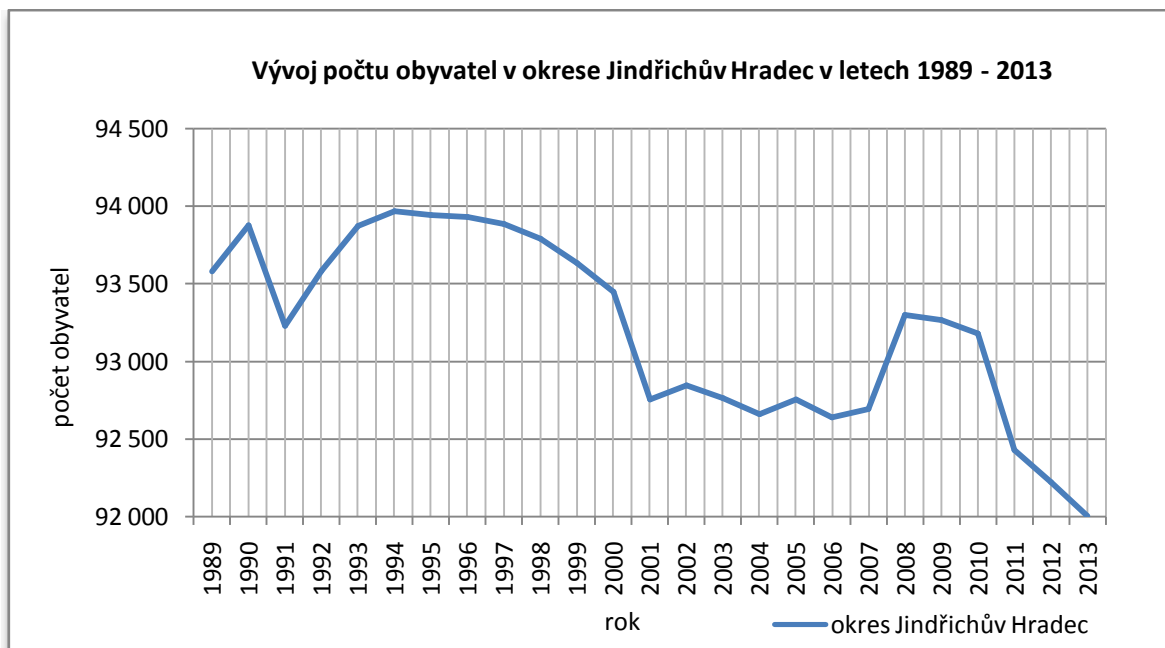
Z geomorfologického hlediska se okres Jindřichův Hradec rozkládá v oblasti Českomoravské vrchoviny a Jihočeských pánvích. Části podcelků Javoříčské vrchoviny Jihlavské vrchy a Novobystřická vrchovina vytvářejí předěl území okresu. Tento předěl přechází na východě ve značně rozčleněnou Dačickou pahorkatinu Křižanovské vrchoviny, kterou po celé délce protéká Moravská Dyje. Na západě přechází v Jindřichohradeckou pahorkatinu, kterou protéká řeka Nežárka. Z oblasti Jihočeských pánví do okresu zasahuje Třeboňská pánev s mírně zvlněným terénem při okrajích. Oblast je bohatá na rozsáhlá rašelinště a rybníční plochy. Plocha rybníků tvoří 6 % plochy okresu. Na území okresu se nachází přes 2 500 rybníků využívaných především k chovu ryb, které jsou především zásluhou výstavby v 16. století za Jakuba Krčina z Jelčan a Štěpánka Netolického. Osou Třeboňské pánve je nejvýznamnější řeka okresu Lužnice se svými přítoky Dračicí, Koštěnickým potokem, Nežárkou a Nadymačem. Součástí vodní sítě horního toku Lužnice jsou dvě umělé stavby, Zlatá stoka a Nová řeka. Zlatá stoka napájí soustavu velkých rybníků, zatímco Nová řeka odvádí přebytečnou vodu z Lužnice do Nežárky. Podél řeky Lužnice a Nežárky se rozkládá největší surovinová základna s ložisky šterkopísků. Surovinová základna okresu Jindřichův Hradec není

bohatá. Dále jsou zastoupeny ložiska živcových písků u Halámek, žáruvzdorných jíílů u Klikova, bělošedých jíílů v okolí Lomnice nad Lužnicí, rašeliny u Branné a Příbrazi. Důležitou surovinou je pro okres dřevo z místních lesů, které pokrývají 38 % plochy okresu (ČSÚ, 2012)

Počet obyvatel okresu Jindřichův Hradec od roku 1989 klesá. Vývoj počtu obyvatel měl totožnou vývojovou tendenci jako počet obyvatel v Jihočeském kraji a v ČR (obrázek 4). Počet obyvatel za období let 1991–2001 klesal. V Jihočeském kraji a ČR docházelo k nárůstu počtu obyvatel od roku 2004. Okres Jindřichův Hradec zaostával, k nárůstu došlo až v období let 2007–2008. Od roku 2008 počet obyvatel ve všech třech oblastech klesá, v okrese Jindřichův Hradec je pokles rapidnější. V roce 1989 měl okres 93 581 obyvatel, v roce 2013 to bylo 92 002 obyvatel. Z obrázku 5 je možné pozorovat nárůst počtu obyvatel v letech 1991–1994 a v období let 2007–2009. V posledních letech obyvatel ubývá. Z celkového počtu obyvatel v roce 2013 bylo na 46 812 obyvatel ženského pohlaví. Ekonomicky aktivní obyvatelstvo (ve věku 15–64 let) zastávalo 70,8 % obyvatelstva okresu, skupina obyvatel ve věku 0–14 let 14,9 % obyvatelstva okresu a starší obyvatelé ve věku nad 65 let pak 14,3 % obyvatelstva okresu. Obyvatelé dosahují průměrného věku 41,7 let (muži 40,3 let a ženy 43,0 let). V migračních tocích převýšil počet vystěhovalých obyvatel okresu nad přistěhovalými, migrační saldo je tedy záporné – 181 obyvatel (ČSÚ, 2012; ČSÚ, 2013UÁP; Novotná, E., Musil, M., Sedláková, J., 2006).



Obr. 4 Srovnání vývoje počtu obyvatel v letech 1989–2012 na území okresu Jindřichův Hradec, Jihočeského kraje a ČR (zdroj: ČSÚ, 2013, vlastní zpracování)



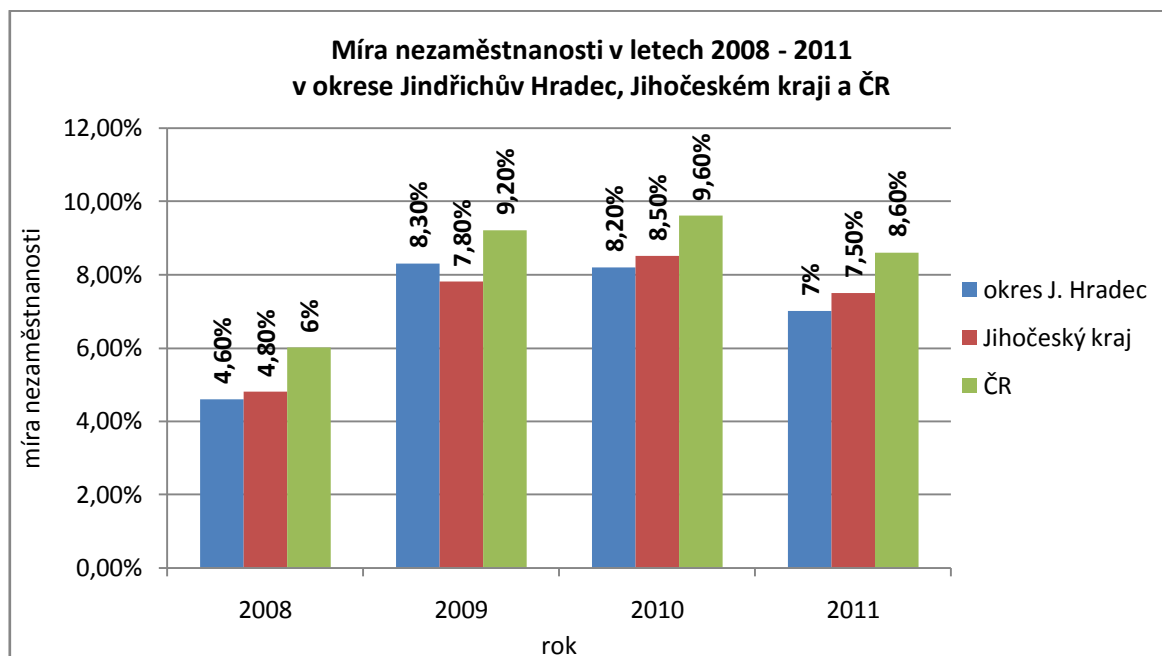
Obr. 5 Vývoj počtu obyvatel v okrese Jindřichův Hradec v letech 1989–2013 (zdroj: ČSÚ, 2013, vlastní zpracování)

Jindřichův Hradec je průmyslově zemědělským okresem. V roce 2012 zaujímala půda se zemědělským využitím 90 407 ha (47,17 % z celkové plochy okresu). Zemědělská produkce je zaměřena na pěstování obilovin, brambor a píce, na chov prasat a skotu. Z průmyslového odvětví má v okrese zastoupení především zpracovatelský průmysl, strojírenství, potravinářský průmysl a zpracování dřeva. Lesní plochy zaujímaly 75 780 ha (38,98 % z celkové plochy okresu (Novotná, E., Musil, M., Sedláková, J., 2006). V okrese Jindřichův Hradec bylo k roku 2013 na 43 310 ekonomicky aktivních obyvatel, ze kterých bylo zaměstnáno 39 380 obyvatel okresu. Na Jindřichohradecku je 20 826 ekonomických subjektů (tabulka 3), které poskytují práci svým provozovatelům i ostatním obyvatelům okresu. Z ekonomických subjektů v okrese Jindřichův Hradec jich nejvíce působí v oblasti obchodu, ubytování, stravování a pohostinství (29,3 %). Silně jsou ekonomické subjekty zastoupeny v oblasti průmyslu (25,9 %), dále v oblasti stavebnictví (14,1%) a zemědělství (9,4 %). Nejvíce obyvatel bylo zaměstnáno ve službách - 46 % obyvatel (18 109 obyvatel), v sektoru sekundéru 47 % obyvatelstva (18 450 obyvatel) a v odvětvích zemědělství, lesnictví a rybnářství pracovalo na 7 % obyvatel (2 821 obyvatel) okresu. Bližší nastínění struktury ekonomických subjektů za obce s rozšířenou působností jsou k dispozici v příloze 4 (ČSÚ, 2013ÚAP).

Tab. 3 Ekonomické subjekty v okrese Jindřichův Hradec

Okres Jindřichův Hradec			
Ekonomické subjekty	rok		
	2008	2010	2012
Ekonomické subjekty (podle Registru ek. subjektů)	19 667	20 215	20 826
fyzické osoby	15 849	16 064	16 564
z toho zemědělství podnikatelé ²⁾	1 274	603	643
právnícké osoby	3 818	4 151	4 262
z toho obchodní společnosti	1 408	1 524	1 573
Podíl ekonomických subjektů podle vybraných odvětví ek. činnosti (%)			
zemědělství, lesnictví a rybnářství	11,9	9,1	9,4
průmysl celkem	12,8	12,6	11,8
stavebnictví	13,4	14,2	14,1
obchod, ubytování, stravování a pohostinství	32	30,7	29,3
Počet subjektů podle počtu zaměstnanců			
bez zaměstnanců	6 832	7 296	7 067
1–9 zaměstnanci (mikropodniky)	1 644	1 607	1 511
10–49 zaměstnanci (malé podniky)	351	344	308
50–249 zaměstnanci (střední podniky)	83	85	72
250 a více zaměstnanci (velké podniky)	14	10	11

Zdroj: ČSÚ, 2013b, vlastní zpracování



Obr. 6 Vývoj míry nezaměstnanosti v letech 2008–2011 v okrese Jindřichův Hradec, v Jihočeském kraji a v ČR, zpracováno starou metodikou (zdroj: Portál MPSV, 2014, vlastní zpracování)

Situace na trhu práce se v okrese Jindřichův Hradec (obrázek 6), stejně jako v dalších územních celcích, výrazně zhoršila po roce 2008, kdy byla ekonomika ovlivněna ekonomickou krizí. Na trhu práce (tabulka 4) bylo za rok 2013 bez zaměstnání 4 724 obyvatel, dosažitelných uchazečů bylo 4 562 obyvatel. V roce 2013 dosáhla míra nezaměstnanosti 7,4 %. Po roce 2008 se vlivem ekonomické krize míra nezaměstnanosti pohybuje nad 7 %. V porovnání s ČR si okres Jindřichův Hradec udržuje nižší nezaměstnanost. Hodnoty míry nezaměstnanosti okresu Jindřichův Hradec a Jihočeského kraje jsou podobné, mimo roku 2009, kdy si okres Jindřichův Hradec zachovával nižší míru nezaměstnanosti (Portál MPSV, 2014).

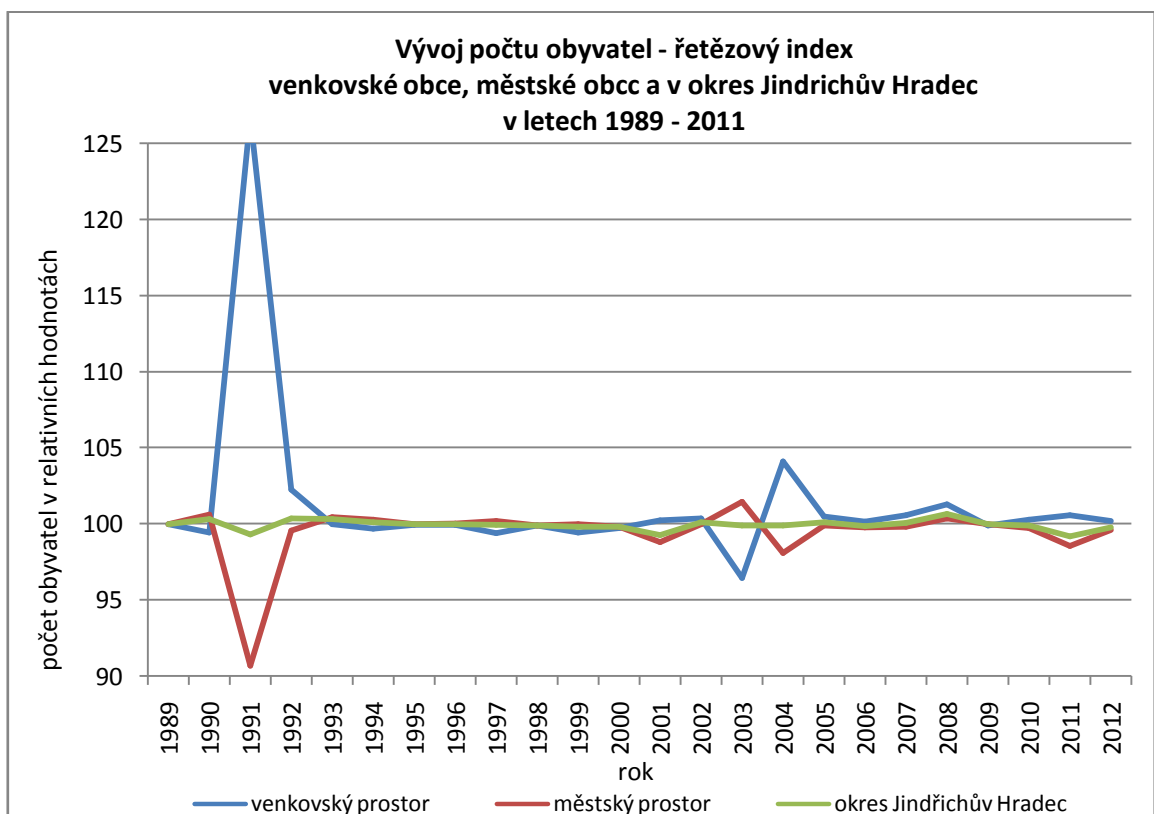
Dopravní síť okresu Jindřichův Hradec je dostatečná a zajišťuje dobrou dostupnost sídel. Územím okresu neprobíhá ani jeden kilometr dálničních nebo rychlostních komunikací. Okresem prochází evropské mezinárodní silnice E551 (silnice I. třídy I/34 České Budějovice–Třeboň–Jindřichův Hradec–Jarošov nad Nežárkou–Humpolec–D1, I/23 Jindřichův Hradec–Jarošov nad Nežárkou, I/24 Třeboň–Třeboň) propojující České Budějovice s významnými středisky okresu a s dálnicí D1 a mezinárodní silnice E49 ve směru Třeboň–České Velenice–Vídeň (silnice I/34 České Budějovice–Třeboň, I/24 Třeboň–Halámky–Rakousko (Ředitelství silnic a dálnic ČR, 2012). Silnice I. třídy jsou na 143, 95 km komunikací, silnice II. tříd jsou 349, 9 km a silnice III. tříd 691,99 km. V posledních letech se stav vozovek výrazně zlepšil a to nejen na významných tazích I. třídy, ale také na silnicích II. a III. tříd (Ředitelství silnic a dálnic, 2012). Ve srovnání se severněji položenými okresy ČR je hustota železniční sítě velmi malá. Okresem prochází důležitá železniční trať 225 Veselí nad Lužnicí–Jindřichův Hradec–Jihlava, se železničním uzlem v Jindřichově Hradci. Trať 220 a 226 procházející Třeboňskou pávní s uzlem v Českých Velenicích dále pokračující na Vídeň a trať 199 České Budějovice–České Velenice. Východní okraj okresu protíná trať 227 Kostelec u Jihlavy–Dačice–Slavonice. Technickou památkou je úzkokolejná trať 229 Jindřichův Hradec–Obrataň a trať 228 Jindřichův Hradec–Nová Bystřice (ČD, 2014).

7.3. Venkovský prostor okresu Jindřichův Hradec

Venkovské obce se rozkládají na 1 253,92 km² území okresu Jindřichův Hradec. Území venkovských obcí tvoří z 54,6 % (600,1 km²) zemědělská půda, z nichž je 68,7 % orné půdy. Trvale zatravněné plochy zabírají 29,4 % (175,48 km²) území, lesní pozemky 31,5 % (495,94 km²) území, vodní plochy 6,9 % (71,64 km²) území a zastavěné a ostatní plochy 6,9 % (90,1 km²) území.

V roce 2012 žilo ve venkovských obcích 29 764 obyvatel (rok 2011 představuje 29 711 obyvatel). Z vývoje počtu obyvatel ve venkovských obcích (obrázek 7) je pozorovatelný nárůst počtu obyvatel v roce 1991, který byl způsoben odtržením místních částí obcí a následný vznik

samostatných obcí z odtržených místních částí. Zároveň tak došlo k poklesu počtu obyvatel v obcích městského charakteru, od kterých se nejčastěji místní části a nově vzniklé obce odtrhly. V období 90 let je poměr venkovského obyvatelstva k městskému srovnatelný. Obrat nastává od roku 2001 (s výjimkou let 2008 a 2009), kdy je podíl počtu obyvatelstva žijícího ve venkovských obcích vyšší než podíl počtu obyvatelstva žijícího v městských obcích. Tento stav přičítáme procesu suburbanizace, kdy obyvatelstvo opouští městský prostor a hledá klidnější, příjemnější, cenově přijatelnější prostor, který nachází ve venkovských obcích. Výjimkou jsou již zmiňované roky 2008 a 2009, kdy vlivem ekonomické krize zanikaly mnohé ekonomické subjekty. Se snížením pracovních míst byla určitá část obyvatelstva nucena odejít za prací. Po roce 2009 se počet obyvatel venkovských obcí opět nepatrně zvýšil. Výsledky z obrázku 7 potvrzují také ukazatele migračního salda a celkového přírůstku obyvatel ve sledovaném území (tabulka 4). Venkovské obce mají za desetileté období let 2001–2011 kladné migrační saldo, které je protikladem k zápornému migračnímu saldu městských obcí. Potvrzuje se tak proces suburbanizace. Celkový přírůstek obyvatel venkovských obcí je také kladný a svou hodnotou značně převyšuje celkový přírůstek městských obcí. Zmiňované ukazatele venkovských obcí jsou rozpracovány v příloze 7 (ČSÚ, 2013).



Obr. 7 Vývoj počtu obyvatel ve venkovských obcích, městských obcích a v okrese Jindřichův Hradec za období 1989–2011

Tab. 4 Pohyb obyvatelstva ve venkovských obcích v letech 2000–2011

území	Pohyb obyvatelstva v letech 2001–2011						
	Narození	Zemřeli	Přistěhovaní	Vystěhovaní	Přirozený přírůstek	Migrační saldo	Celkový přírůstek
venkovské obce	3 149	3 582	10 299	8 606	-433	1693	1260
městské obce	7 713	7 916	16 333	17 569	-203	-1236	-1439
okres Jindřichův Hradec	10 862	11 498	26 632	26 175	-636	457	-179

Zdroj: ČSÚ, 2013, vlastní zpracování

Ve venkovských obcích žije necelá jedna třetina obyvatelstva okresu (tabulka 5). Z pohledu pohlaví žije ve venkovských obcích přes jednu třetinu žen okresu. Podíl mužů ve venkovských obcích (tabulka 6) převyšuje podíl žen o 1,4 procentních bodů. Podíl mužů na 100 žen vyjádřený indexem maskulinity vystihuje menší rozdíl v podílu žen a mužů ve venkovských obcích a převahu obyvatel mužského pohlaví. V městských obcích je tomu naopak, v městském obyvatelstvu převažují ženy. Struktura obyvatelstva (tabulka 5) je značně rovnocenná ve venkovských, městských obcích i v celém okrese Jindřichův Hradec. Podíl obyvatel ve věku do 14 let je ve všech třech oblastech do 15% z počtu obyvatel a obyvatel od 15 do 64 let je 69 % z počtu obyvatel. Nejstarší skupina obyvatel ve věku nad 65 let představuje ve všech třech oblastech 16 % obyvatel. Průměrný věk ve venkovských obcích je 41,6 let, podobně je tomu i u městských obcí a v rámci celého okresu. Index stáří určil ve venkovských oblastech počet 103,1 obyvatele staršího 65 let na 100 obyvatel ve věku do 14 let. Tato hodnota nastiňuje vyšší zastoupení staršího obyvatelstva ve venkovských obcích a stálé stárnutí populace vzhledem k nízké porodnosti. Dále si můžeme povšimnout venkovských obcí, které dosahovaly vysokých hodnot indexu stáří (hodnoty 300–1400 obyvatel starších 65 let na 100 obyvatel ve věku do 14 let). Těmito obcemi byla obec Druče, Kamenný Malíkov, Rosička, Záblatí, Březina, Halámky apod. Počet ekonomicky neaktivního obyvatelstva na 100 ekonomicky aktivních obyvatel vyjadřuje index ekonomické závislosti, který je ve všech oblastech stejný. Na 100 ekonomicky aktivních obyvatel připadá 44 ekonomicky neaktivního obyvatelstva. Vysokých hodnot indexu ekonomické závislosti dosahují především venkovské obce s velikostí do 150 obyvatel a v obcích s koncentrací staršího obyvatelstva díky pečovatelských domů (př. Budiškovice, Kunžak). Podrobněji rozpracované údaje za jednotlivé venkovské obce nalezneme v příloze 8 (ČSÚ, 2013).

Tab. 5 Ukazatelé za obyvatelstvo venkovských obcí s porovnáním s městskými obcemi a okresem Jindřichův Hradec

oblast	obyvatelstvo											
	celkem	ženy	z toho			z toho %			EAO	Průměrný věk	Index stáří	Index ekonomické závislosti
			ve věku 0 – 14 let	ve věku 15 – 64 let	ve věku 65 a více let	ve věku 0 – 14 let	ve věku 15 – 64 let	ve věku 65 a více let				
venkovské obce	26 583	13057	4 045	18 414	4 124	15,2	69,3	15,5	47,0	41,6	101,9	44,5
městské obce	64 021	33065	9 162	44 356	10 504	14,3	69,3	16,4	46,6	41,9	114,7	44,4
okres J. Hradec	90 604	46 122	13207	62 769	14 628	14,6	69,3	16,1	47,8	41,7	110,8	44,3

Zdroj: ČSÚ, 2013, vlastní zpracování

Tab. 6 Podíl mužů a žen ve venkovských oblastech okresu Jindřichův Hradec

oblast	obyvatelstvo					
	celkem	ženy	ženy (%)	muži	muži (%)	index maskulinity
venkovské obce	28740	14161	49,1	13 526	50,9	103,6
městské obce	61864	31961	51,6	30 956	48,4	106,8
okres J. Hradec	90 604	46 122	51	44 482	49	103,7

Zdroj: ČSÚ, 2013b, vlastní zpracování

Ekonomicky aktivní obyvatelstvo (tabulka 7 a tabulka 8) venkovských obcí je z 90 % zaměstnáno, nezaměstnaných je 10 % ekonomicky aktivních obyvatel. Ze zaměstnaných obyvatel mají více jak $\frac{3}{4}$ statut zaměstnance (78,2 % obyvatel), obyvatel pracujících na vlastní účet (živnost) bylo 14 % a zaměstnavateli jsou 2,5 % obyvatel venkovských obcí. Oproti městským obcím je ve venkovských obcích více obyvatel pracujících na vlastní účet, což můžeme přisuzovat možnosti využití vlastních prostor, větších možností volných ploch ve venkovských obcích. Variantou je i zakládání živností na základě nízkých možností pracovního uplatnění. V oblasti zemědělství, lesnictví a rybářství pracovalo vždy převážně venkovské obyvatelstvo. To se i po výrazném poklesu počtu pracujících v zemědělství potvrzuje. Z obyvatelstva venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec pracuje v zemědělství, lesnictví a rybářství 13,4 % obyvatel. Z městského obyvatelstva to je pouze 4,4%. V oblasti stavebnictví a průmyslu je zaměstnáno 49,2 % venkovského obyvatelstva. Nízká vybavenost venkovských obcí do jisté míry zapřičiňuje menší zastoupení venkovského obyvatelstva v sektoru služeb. Ve službách pracuje necelých 50 % městského obyvatelstva a pouze 37,4 % obyvatelstva venkovských obcí. Venkovské obyvatelstvo je díky velmi nízkému počtu pracovních příležitostí ve venkovských obcích nuceno dojíždět. Z obyvatel venkovských obcí okresu Jindřichův

Hradec dojíždí za prací 36,6 % obyvatel. Podrobný výčet všech ukazatelů za venkovské obce okresu Jindřichův Hradec najdete v příloze 9 (ČSÚ, 2013; Portál MPSV, 2014).

Tab. 7 Ekonomicky aktivní obyvatelstvo venkovských oblastí na trhu práce v roce 2011

území	EAO	zaměstnaní					
		celkem	struktura zaměstnaného obyvatelstva (%)				
			zaměstnaní	zaměstnavatelé	pracující na vlastní účet	pracující důchodci	ženy na mateřské dovolené
venkovské obce	12 504	11 256	78,3	2,5	13,9	3,3	2,1
městské obce	30 806	28 124	78,8	3,4	12,4	4,4	1,9
okres J. Hradec	43 310	39 380	78,6	3,1	12,8	4,1	1,9

Zdroj: ČSÚ, 2013, vlastní zpracování

Tab. 8 Ekonomicky aktivní obyvatelstvo venkovských oblastí na trhu práce v roce 2011

území	EAO	zaměstnaní					nezaměstnaní
		celkem	struktura zaměstnaných dle sektorů			vyjíždějící za prací	
			zemědělství, lesnictví a rybnářství	stavebnictví a průmyslu	služby		
venkovské obce	12 504	11 256	13,7	49,2	37,1	41,2	11
městské obce	30 806	28 124	4,6	45,8	49,5	21,9	9,4
okres Jindřichův Hradec	43 310	39 380	7,2	46,9	46,0	24,9	10

Zdroj: ČSÚ, 2013b, vlastní zpracování

Pro obyvatelstvo venkovských obcí je nejtypičtějším stupněm vzdělání střední s vyučením (tabulka 9). Stejně jako v prostoru městských obcí a okresu má střední učňovské vzdělání nad 30 % obyvatel venkova. Druhým silně zastoupeným stupněm je úplné střední vzdělání, kde venkovské obyvatelstvo zaostává za obyvatelstvem městských obcí a celého okresu. Podobných hodnot, jako počet obyvatel se středoškolským úplným vzděláním, dosahuje u venkovských obcí obyvatelstvo se základním vzděláním. Těchto obyvatel je ve venkovském prostoru o necelé 1 % více než v městském a o necelá 2 % než v území celého okresu je obyvatel se základním vzděláním. Vyššího vzdělání dosáhlo ve venkovských obcích 6,1 % obyvatel, mezi kterými převažuje vysokoškolské vzdělání. Podíl vysokoškolsky vzdělaných je v prostoru venkovských obcí méně než v městských obcích i okrese. Údaje o vzdělanostní struktuře všech venkovských obcí je v příloze 10 (ČSÚ, 2013).

Tab. 9 Vzdělanostní struktura obyvatelstvo venkovských obcí v roce 2011

území	vzdělanostní struktura obyvatelstva (%)							
	obyvatelstvo starší 15 let	bez vzdělání	základní	střední včetně vyučení	úplně střední	nástavbové studium	VOŠ	VŠ
venkovské obce	85,5	0,76	19,7	36,2	18,4	2,1	0,8	5,3
městské obce	85,5	0,63	18,8	34,2	19,9	2,1	0,9	6,3
okres Jindřichův Hradec	85,4	0,5	17,8	32,3	21,5	2,1	0,9	7,3

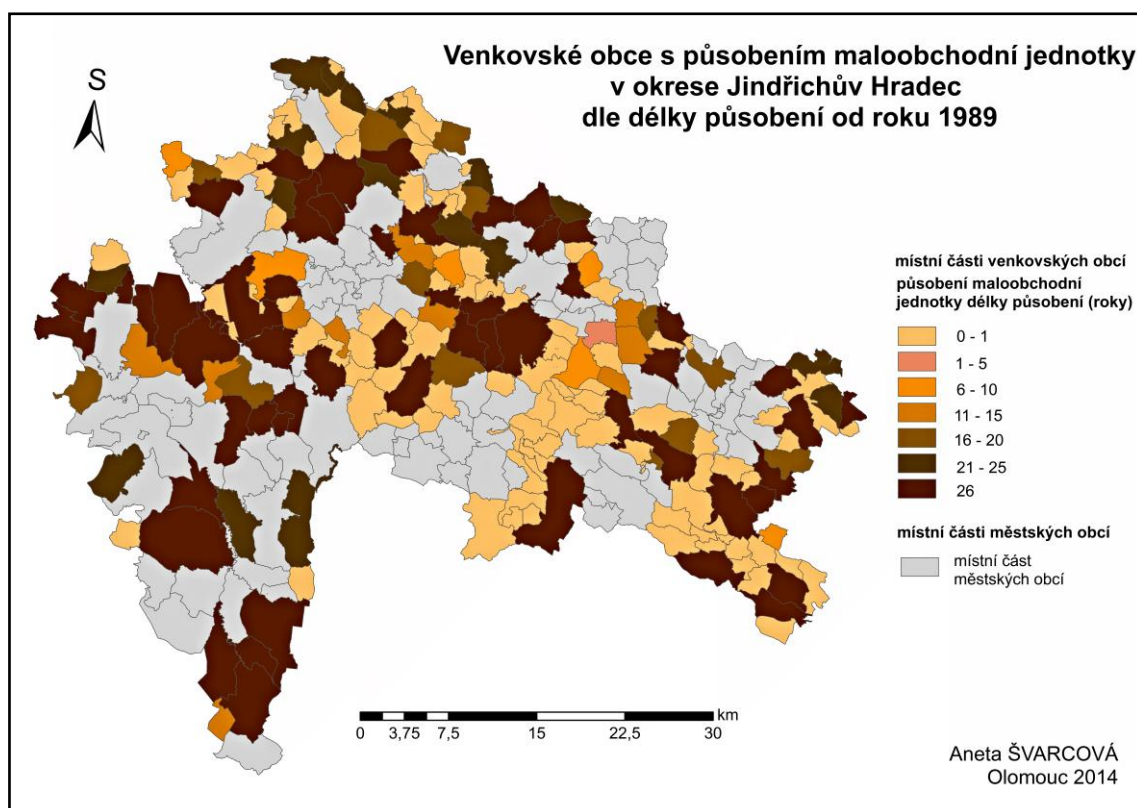
Zdroj: ČSÚ, 2014, vlastní zpracování

8. VÝVOJ VENKOVSKÉ MALOOBCHODNÍ SÍTĚ

Maloobchodní síť území venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec stejně jako maloobchodní síť v ČR prošla od roku 1989 obdobím růstu, poklesu, stagnace a změnami vlastnických poměrů a chování zákazníků. Její vývoj byl ovlivněn především transformací a vznikem tržního prostředí a rozvojem podnikání. Je nutné říci, že činnost a setrvání maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru je obtížnější než v městském prostoru, který se odlišuje širší základnou zákazníků, strukturou zákazníků a především kupní silou.

8.1. Venkovské obce a místní části venkovských obcí v okrese J. Hradec

Území venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec je tvořeno 91 obcemi a 195 místními částmi. Tento počet obcí a místních částí obcí je za sledované období let 1989–2014 stálý a neměnný. Ze všech obcí ve vymezeném venkovském prostoru neměly nikdy za sledované období let 1989–2014 všechny najednou maloobchodní jednotku. Ve výčtu obcí se objevují obce, kde ve sledovaném období nebyla nikdy maloobchodní jednotka, ale i ty, kde maloobchodní jednotka působí v celém sledovaném období (obrázek 8).



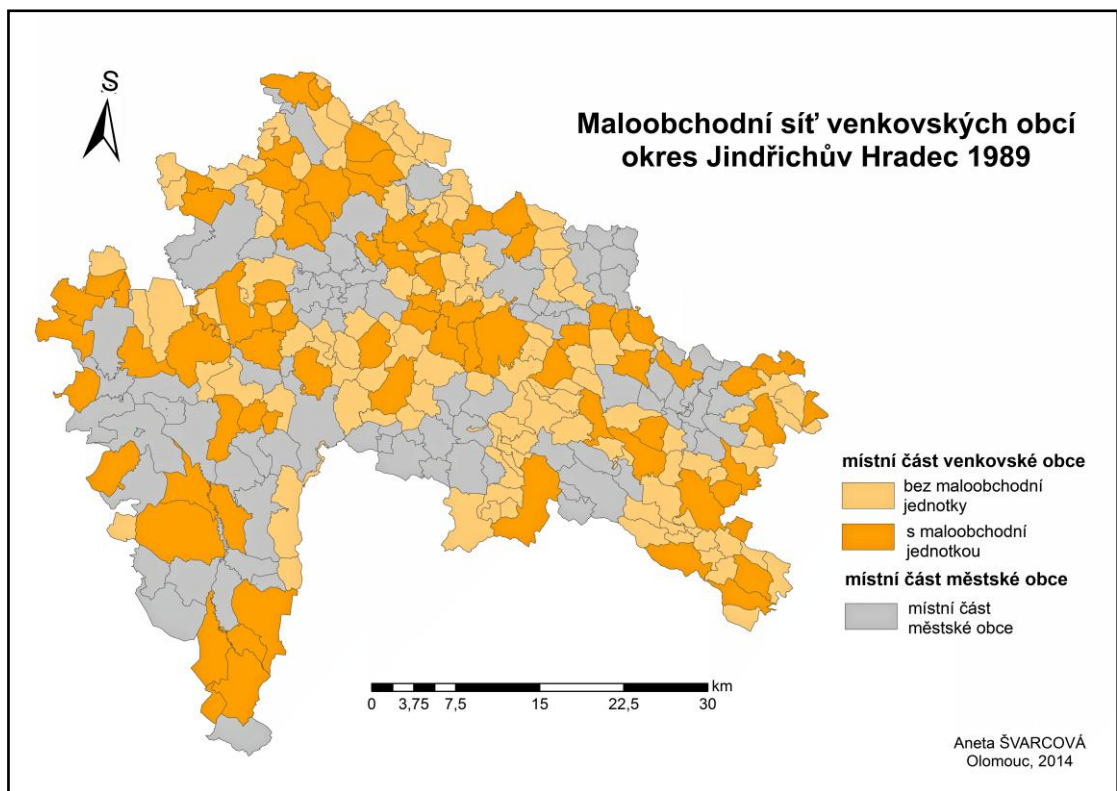
Obr. 8 Časové působení maloobchodních jednotek ve venkovských obcích (místních částech) v okrese Jindřichův Hradec za období 1989–2014 (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap 10)

8.1.1. Vývoj maloobchodních jednotek od roku 1989

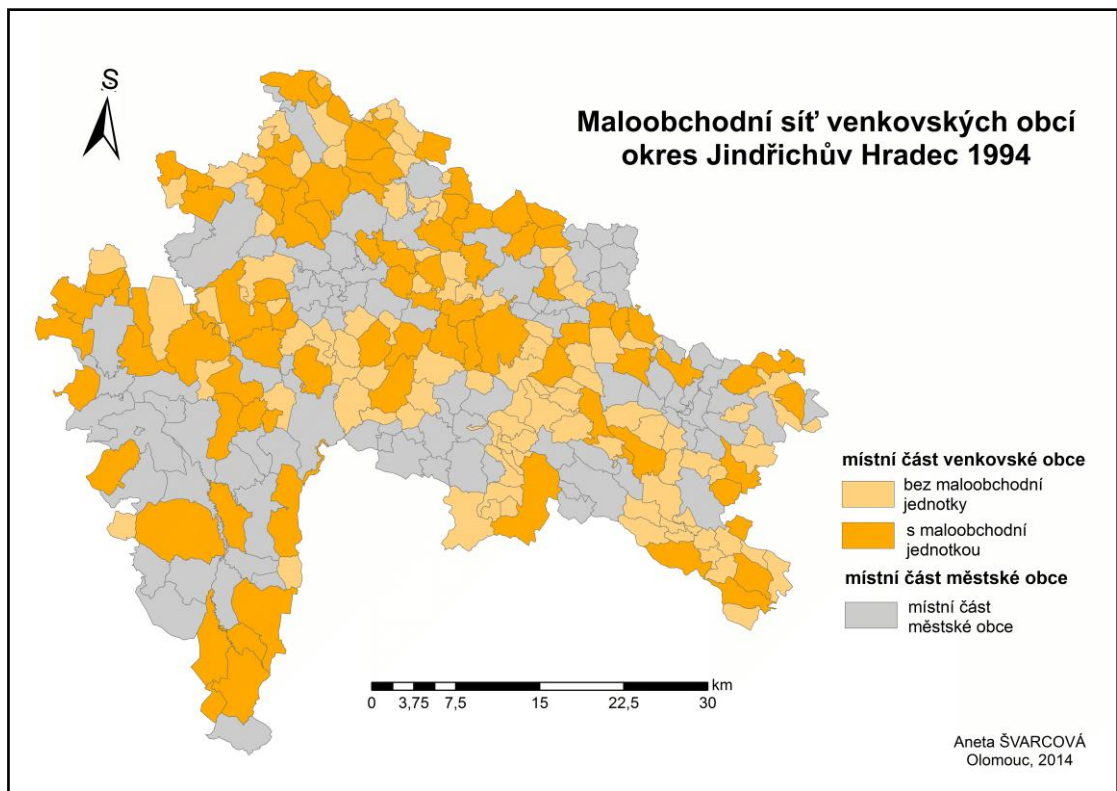
Za sledované období let 1989–2014 se počet obcí s maloobchodní jednotkou v území venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec snížil pouze o 2 obce. V roce 1989 mělo maloobchodní jednotku, především prodejnu potravin nebo smíšeného zboží 66 obcí, v roce 2014 je to 64 obcí (příloha 11). S uvolněním ekonomického prostředí po roce 1989 začal narůstat i počet nově podnikajících osob. Počet venkovských obcí s maloobchodní prodejnou se začal zvyšovat s rokem 1991 a nárůst pokračoval až do roku 1998 (tabulka 10). Nejvyššího počtu venkovských obcí s maloobchodní jednotkou dosáhlo území venkovských obcí v roce 1996, kdy maloobchodní jednotka působila v 72 z 91 venkovských obcích. Od roku 1999 se počet venkovských obcí s maloobchodní jednotkou každoročně až do 2009 snižuje, počet se snížil ze 70 na 62 venkovských obcí s maloobchodní jednotkou (výjimkou je rok 2008, kdy se počet zvýšil o 1 venkovskou obec). Ekonomická krize působící na českou ekonomiku a především na obyvatele a jejich kupní sílu ve venkovských obcích okresu Jindřichův Hradec nijak významně situaci vývoje maloobchodních jednotek neovlivnila. V období ekonomické krize se počet venkovských obcí s maloobchodní jednotkou snížil o 2 venkovské obce. Počet maloobchodních jednotek ve venkovských obcích každoročně ubývalo již od roku 1999 (meziročně nejvíce o 2 venkovské obce) a tudíž nepříčítáme vlivu ekonomické krize na maloobchodní jednotky ve venkovských obcích příliš velký význam. Rozmístění maloobchodních jednotek za vybrané průřezové roky 1989, 1994, 2004 a 2014 je znázorněno v obrázcích 9 – 12.

8.1.2. Vývoj maloobchodní jednotek dle velikosti venkovské obce

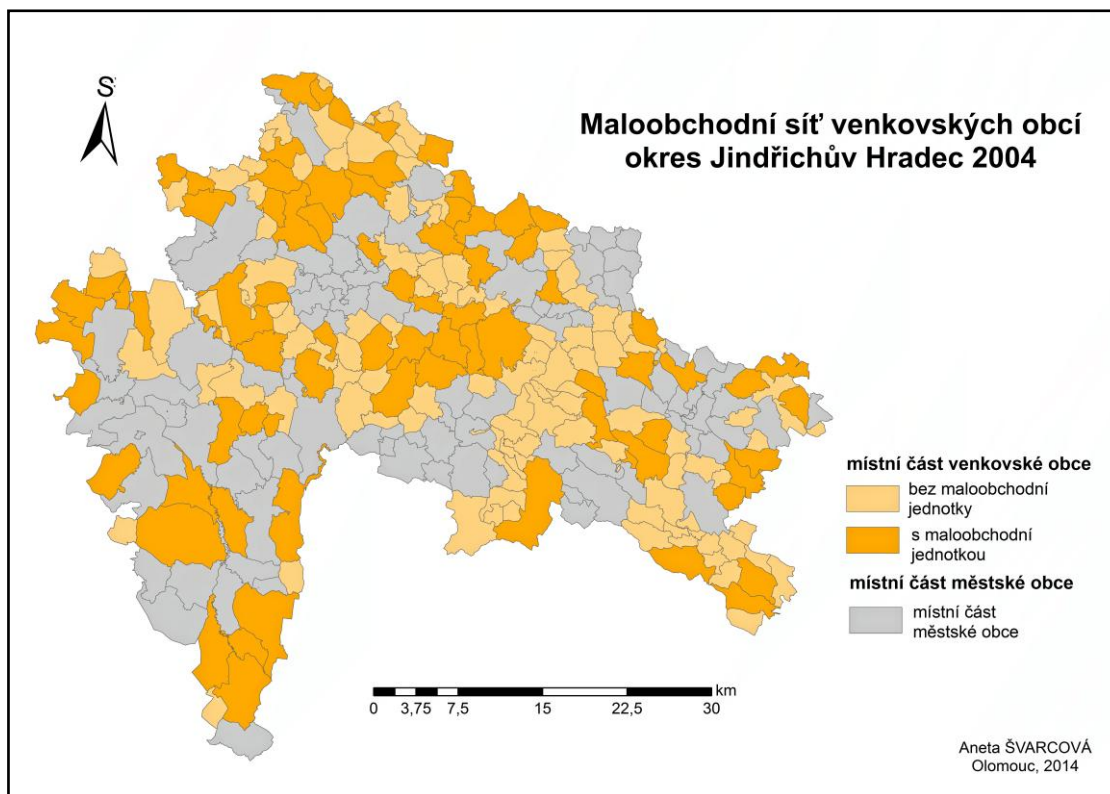
Z pohledu velikosti venkovských obcí v období 1989–2014 (obrázek 13 a příloha 11) rostl počet venkovských obcí s maloobchodní jednotkou v obcích do 299 obyvatel a nejrapidněji v obcích do 99 obyvatel. V těchto velikostně velmi malých obcích stoupal počet maloobchodních jednotek s výjimkou poklesu v letech 1995–1997 do roku 2005, kdy se počet těchto malých obcí s maloobchodní jednotkou začal výrazně snižovat. Ve venkovských obcích s maloobchodní jednotkou s velikostí do 199 obyvatel, do 399 obyvatel a 499 obyvatel se počet těchto obcí od let 1995–1997 snižuje a to až do období posledních let, kdy je zaznamenáván nárůst. Počet venkovských obcí s maloobchodní jednotkou a velikostí do 399 obyvatel se v roce 1998 snížil a až do roku 2012 počet stagnoval, počet zůstal nezměněn. Podobný charakter vykazoval i počet venkovských obcí do 499 obyvatel, kde k poklesu počtu obcí došlo v roce 1999 a až do roku 2010 zůstal počet venkovských obcí s maloobchodní jednotkou stálý. Nejstabilnější počet venkovských obcí s maloobchodní jednotkou vykazují obce s velikostí nad 500 obyvatel, u kterých se počet od roku 1989 nezměnil.



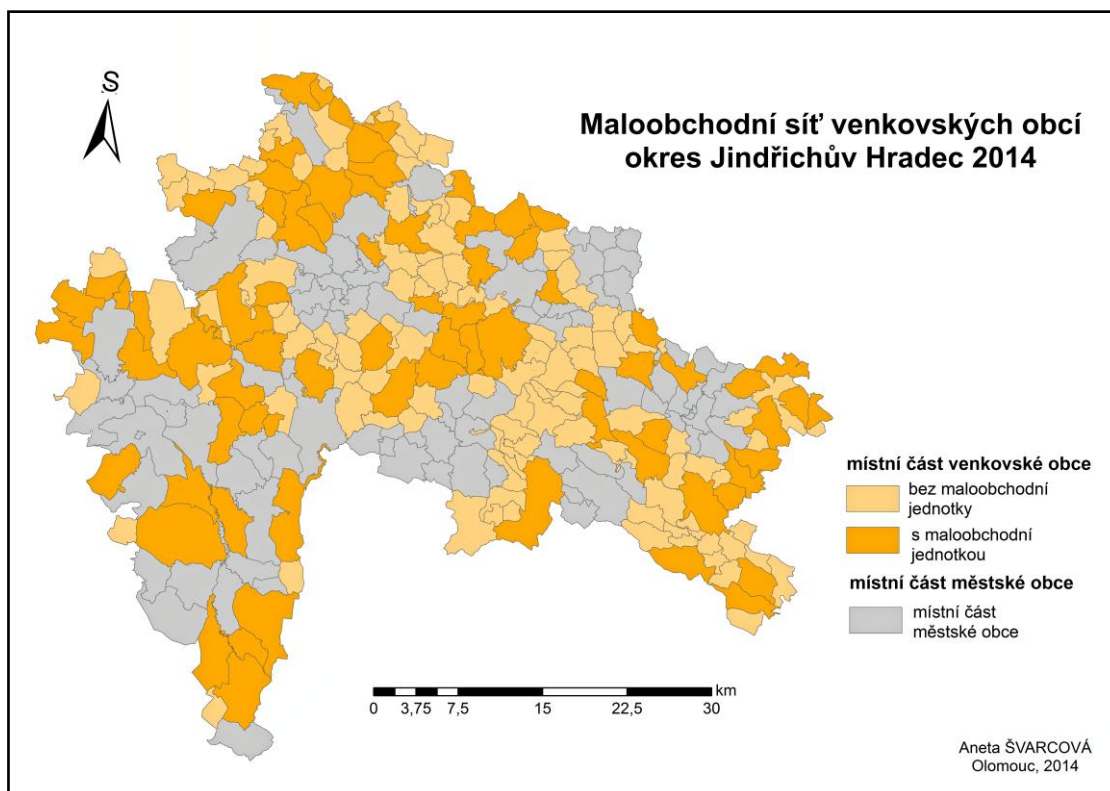
Obr. 9 Rozmístění maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 1989 (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap)



Obr. 10 Rozmístění maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 1994 (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap)



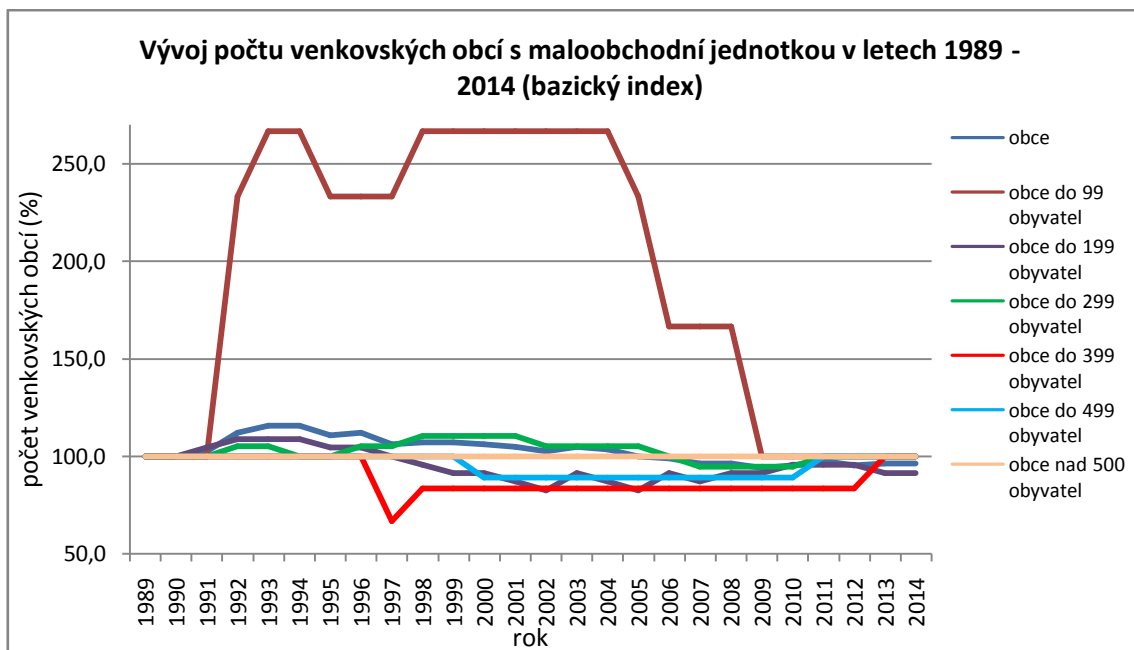
Obr. 11 Rozmístění maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 2004 (Zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap)



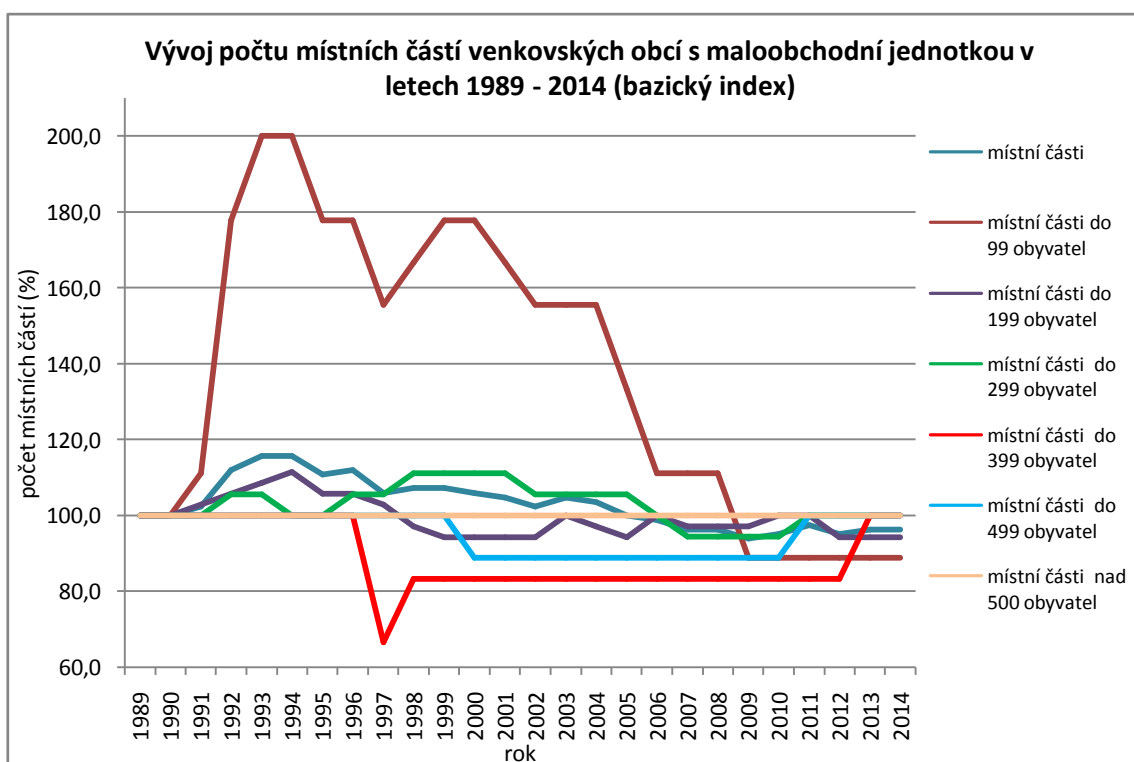
Obr.12 Rozmístění maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 2004 (Zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap)

8.1.3. Vývoj maloobchodních jednotek dle velikosti venkovské místní části

Vývoj počtu místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou (obrázek 14 a příloha 12) je stejného charakteru jako vývoj na úrovni venkovských obcí. V roce 1989 bylo 83 místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou. Tento počet se v souhrnném rozdílu snížil pouze o 3 místní části venkovských obcí na 80 místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou v roce 2014. Počet místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou narůstal v letech 1989–1998 (83 místních částí v roce 1989 a 89 místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou v roce 1998). Po stagnaci v letech 1998–2000 se počet místních částí začal snižovat. Nejnižšího počtu místních částí bylo dosaženo v roce 2009, kdy místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou bylo 78. Od roku 2009 osciluje počet místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou mezi hodnotami 79–80. Nejstálější skupinou místních částí venkovských obcí s maloobchodními jednotkami jsou místní části s počtem obyvatel nad 500, kde je stálých 6 místních částí obcí s maloobchodní jednotkou od roku 1989. Největších změn v počtu dostala skupina místních částí venkovských obcí s velikostí do 99 obyvatel. Relativně stálými jsou i skupiny místních částí s velikostí do 499 obyvatel a do 399 obyvatel. Stálý počet místních částí s velikostí do 499 obyvatel si tato skupina zachovala do roku 1996, kdy jejich počet pokles, vzápětí se zvýšil a od roku 1998 stagnuje s mírným nárůstem v roce 2012. Podobného charakteru je skupina místních částí do 399 obyvatel, kdy k poklesu došlo později, v roce 1999. Od tohoto roku počet místních částí obcí s maloobchodní jednotkou stagnuje a v roce 2010 mírně roste. Největších změny jsou pozorovatelné u místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou do 99 obyvatel, stejně jako u venkovských obcí do 99 obyvatel. V letech 1990–1993 vzrostl počet místních částí s maloobchodní jednotkou o 100%. Tento stav se neudržel dlouho a od roku 1994 počet místních částí s maloobchodní jednotkou pozvolna klesá. Pokles se zastavil v roce 2009, kdy se počet ustálil a odpovídá 80% z počtu v roce 1989.



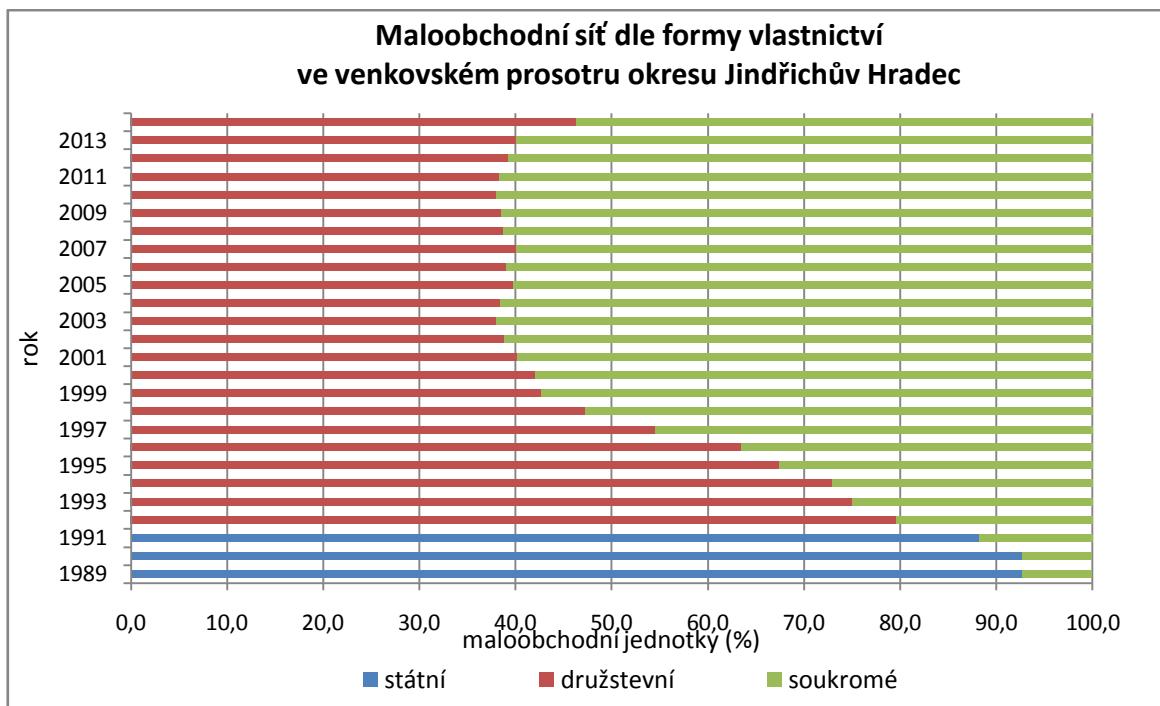
Obr. 13 Vývoj venkovských obcí s maloobchodní jednotkou v okrese Jindřichův Hradec v období let 1989–2014 (zobrazeno bazickým indexem) (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, počet obyvatel ČSÚ, 2014)



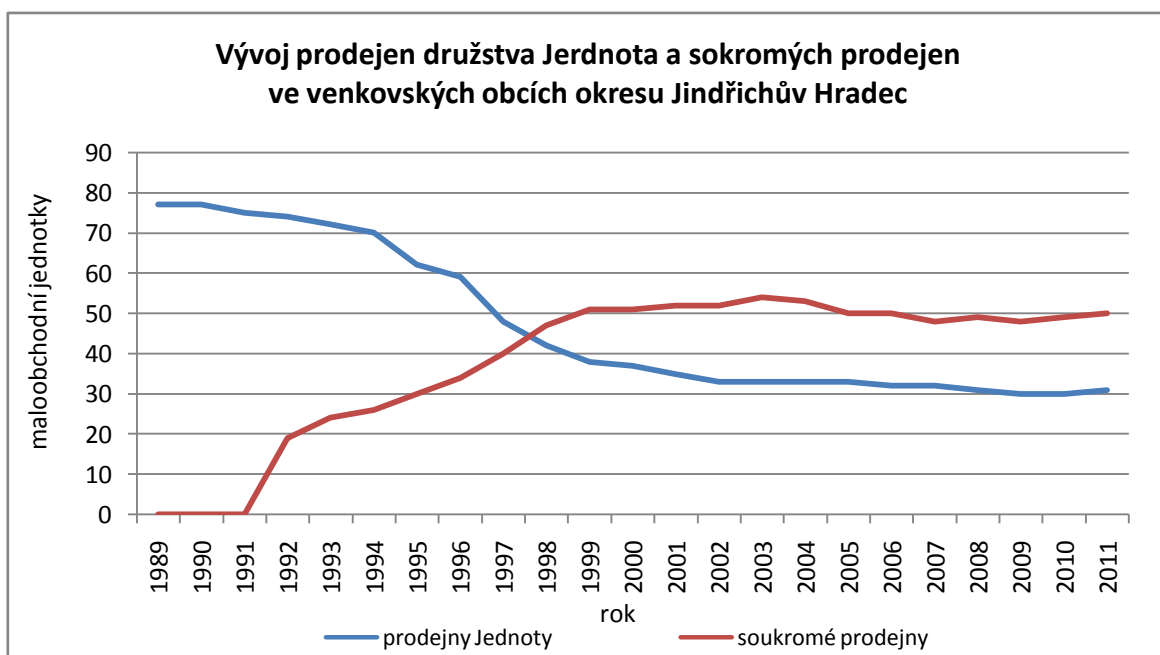
Obr. 14 Vývoj místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou v okrese Jindřichův Hradec v období let 1989–2014 (zobrazeno bazickým indexem) (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, počet obyvatel ČSÚ, 2014)

8.1.4. Vývoj maloobchodní sítě venkovských oblastí dle forem vlastnictví

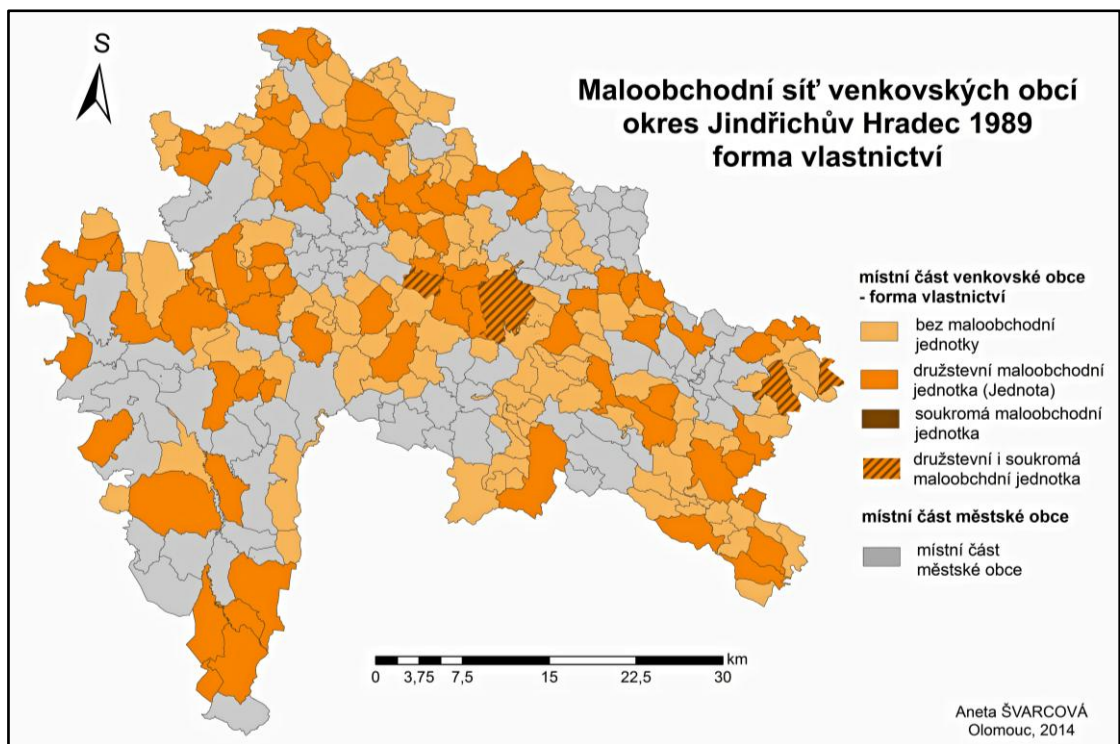
Před rokem 1989 zajišťovaly požadavky denní a časté potřeby maloobchodní jednotky družstva Jednota. Maloobchodním prodejnám družstva Jednota bylo za socialismu, především v 70. letech 20. Století, vystavěno velké množství provozoven, které jsou dnes stále ve velké míře využívány pro provoz maloobchodní jednotky. V transformačním období po roce 1989 se maloobchodní sítě provozoven družstva Jednota nejvíce dotkla privatizace, restituce a boom v podobě soukromého podnikání. Doba, kdy byly provozy dofinancovány státem, byla nenávratně pryč a bylo jasné, že není možné udržet veškeré maloobchodní jednotky družstva Jednota v prostředí, kde maloobchodním jednotkám družstva Jednota konkurují soukromé maloobchodní jednotky. Postupem let tak družstvo Jednota, od roku 1992 soukromé spotřební družstvo Jednota (pod řetězcem COOP), ztrácelo svoji dominanci na maloobchodním trhu, až se stav vyvinul do dominance obchodních jednotek soukromých provozovatelů (obrázek 15). V zájmovém území venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec si spotřební družstvo Jednota Jindřichův Hradec udrželo dominanci, se stále klesajícím počtem maloobchodních jednotek, do roku 1997 (obrázek 15 a obrázek 16). Pokles počtu maloobchodních jednotek družstva Jednota v letech 1989–1997 bylo způsobena navrácením majetku v restitucích a především prodejem objektů maloobchodních jednotek v nerentabilních oblastech. Objekty maloobchodních jednotek družstva Jednota bývaly odkupovány především obcemi, které se snažily v objektu zachovat provoz maloobchodní jednotky (vlastním provozem, nájemce). Setkáváme se i s případy, kdy se proměnily v úřadovny obecních úřadů, v zařízení s kulturním, sociálním a vzdělávacím účelem, pohostinství a rodinné domy. Počet maloobchodních jednotek družstva Jednota klesl ze 77 maloobchodních jednotek v roce 1989 na 42 maloobchodních jednotek v roce 1998 a dále na 33 maloobchodních jednotek v roce 2002. Od roku 2002 se počet ustálil a v posledních letech se mírně zvyšuje a to díky obnově provozu ve venkovských obcích (rok 2013 31 maloobchodních jednotek družstva Jednota Jindřichův Hradec, rok 2014 již 37 maloobchodních jednotek tohoto družstva). Vývoj forem vlastnictví maloobchodních jednotek maloobchodní sítě venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec za vybrané průřezové roky 1989, 1994, 2004 a 2014 je znázorněn v obrázcích 17–20.



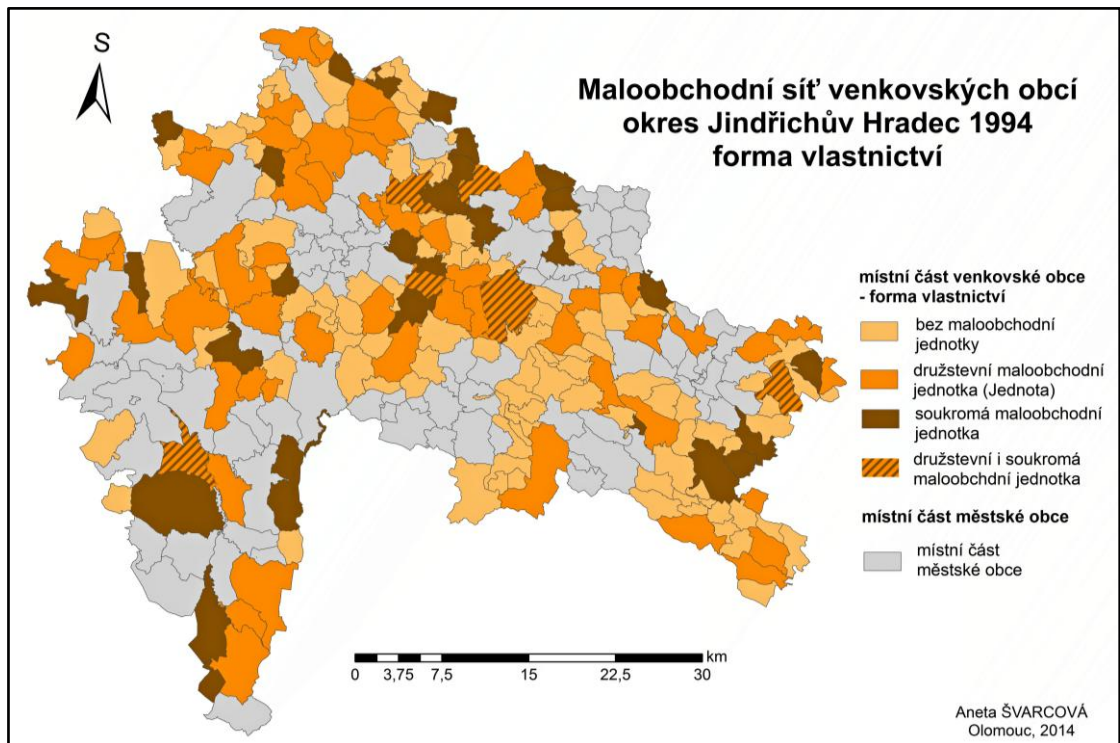
Obr. 15 Forma vlastnictví maloobchodních jednotek ve venkovských obcích okresu Jindřichův Hradec v letech 1989–2014 (Zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování)



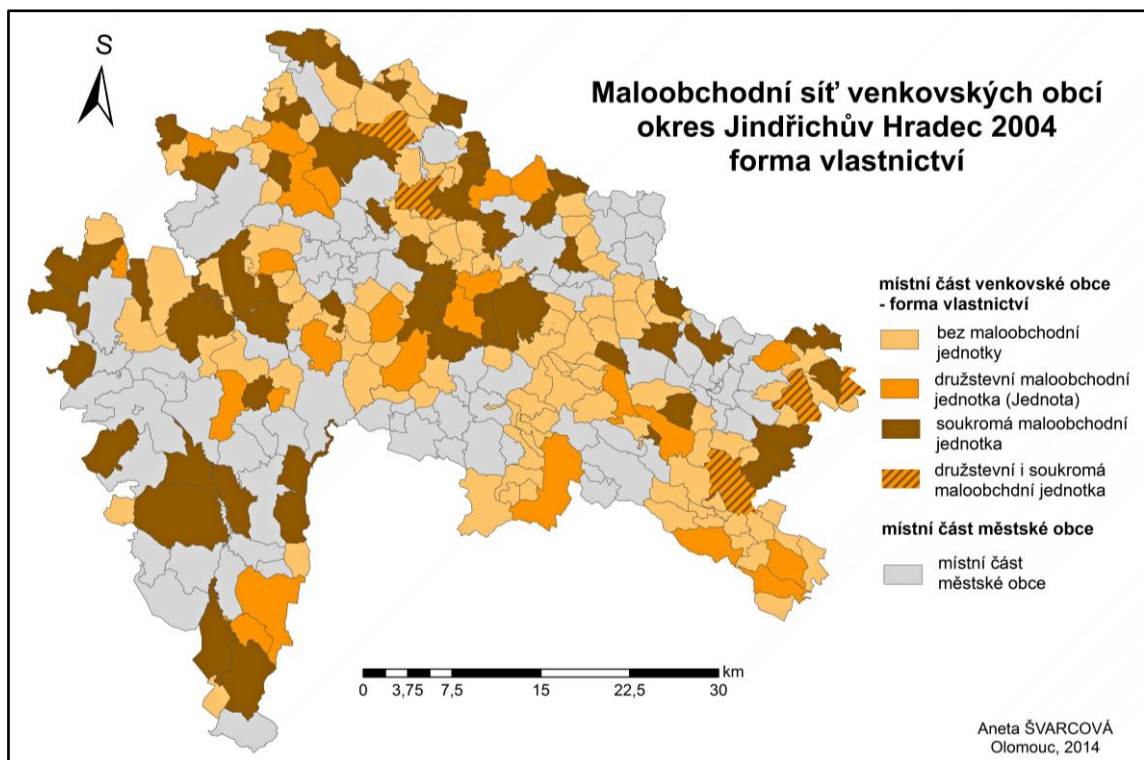
Obr. 16 Vývoj prodejen družstva jednota a soukromých prodejen v okrese Jindřichův Hradec (Zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování)



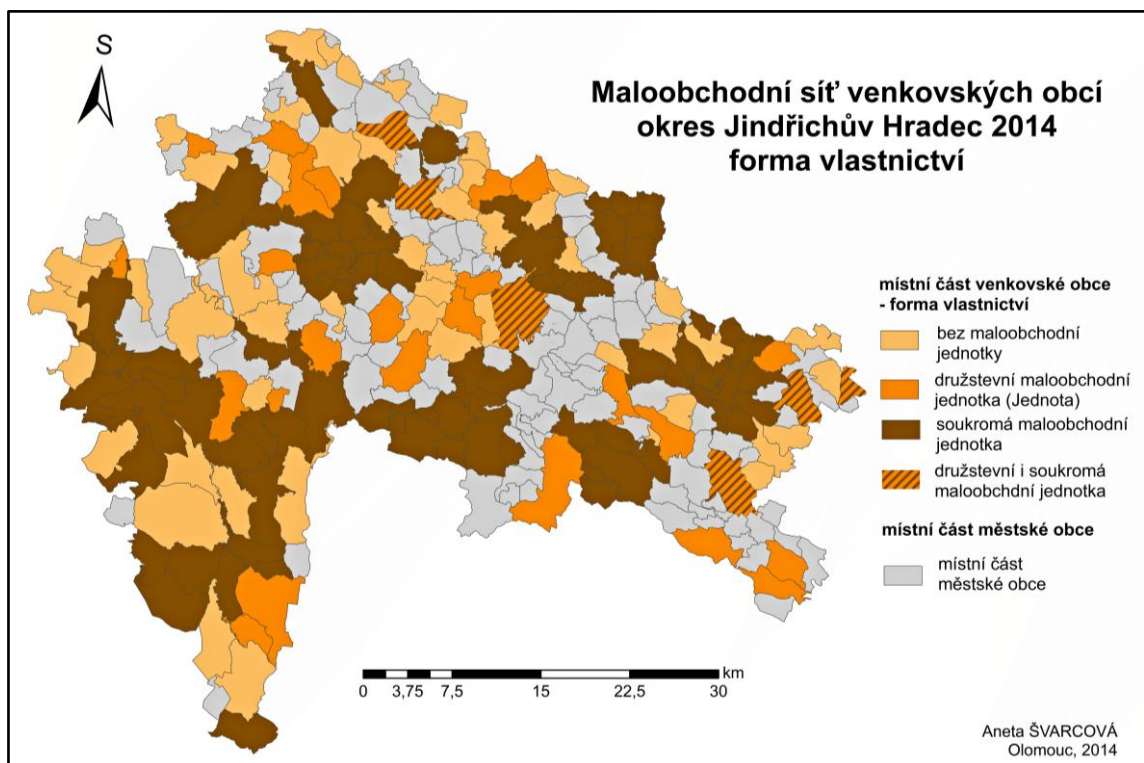
Obr. 17 Formy vlastnictví maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 1989 (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap)



Obr. 18 Formy vlastnictví maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 1994 (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap 10)



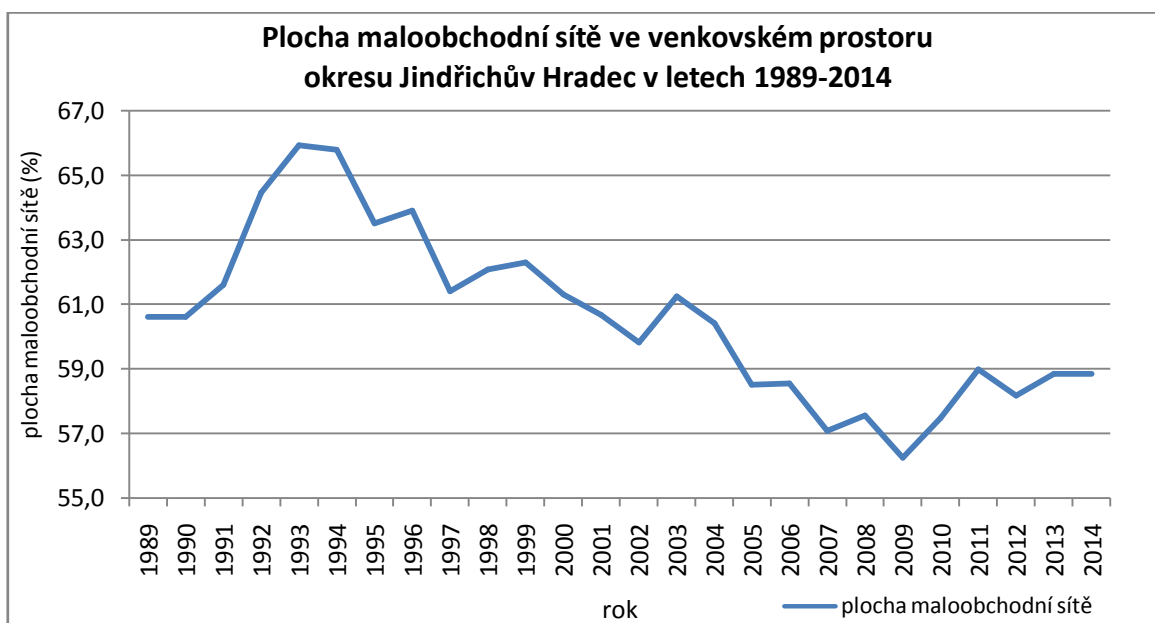
Obr. 19 Formy vlastnictví maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 2004 (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap 10)



Obr. 20 Formy vlastnictví maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 2014 (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap 10)

8.1.5. Plocha maloobchodní sítě

Vymezené venkovské území okresu Jindřichův Hradec zaujímá svoji rozlohou plochu 1 253,92 km². Maloobchodní jednotky tvoří maloobchodní síť, která působí na 58,8% území venkovského prostoru (cca 737 km²). Plocha, na které maloobchodní jednotky ve venkovském prostoru působí a pro kterou především zajišťují potřeby denní a časté poptávky, se od roku 1989 snižuje (obrázek 21). Snížení je především způsobeno zmiňovaným rapidním nárůstem maloobchodních jednotek v menších místních částech obcí v letech 1990–1994 a následným zánikem těchto jednotek. V roce 1989 byla plocha maloobchodní sítě ve venkovském prostoru 60,6 % podílu z celkové plochy okresu. Největší plochy dosahovala maloobchodní síť v roce 1993, kdy se rovnala 65,9 % podílu celkové plochy okresu. V procesu poklesu plochy maloobchodní sítě od roku 1993 se plocha maloobchodní sítě začala navyšovat od roku 2010 důsledkem obnovy několika provozů maloobchodních jednotek (2010 – Mláka, Pístina; 2011 – Peč, Lužnice; 2013 – Hamr, Markvarec).



Obr. 21 Plocha maloobchodní sítě ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v letech 1989–2014 (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, výpočet ploch místních částí obcí aplikace ArcMap 10, vlastní zpracování)

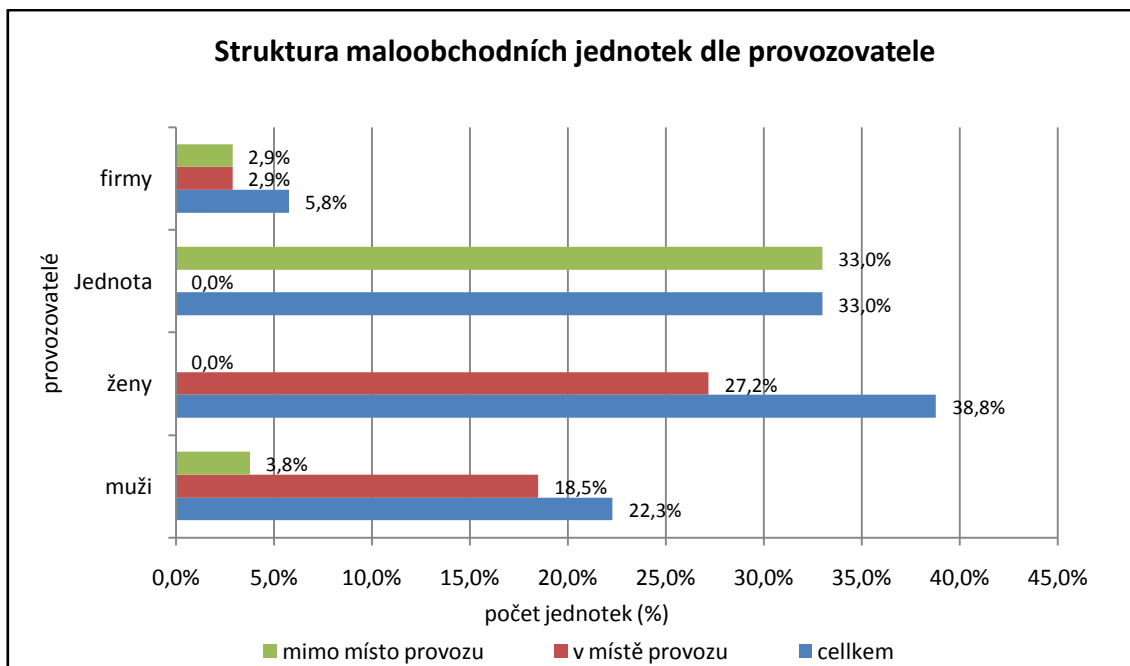
9. VENKOVSKÁ MALOOBCHODNÍ SÍŤ V ROCE 2014

9.1. Provozovatelé maloobchodních jednotek stacionární sítě

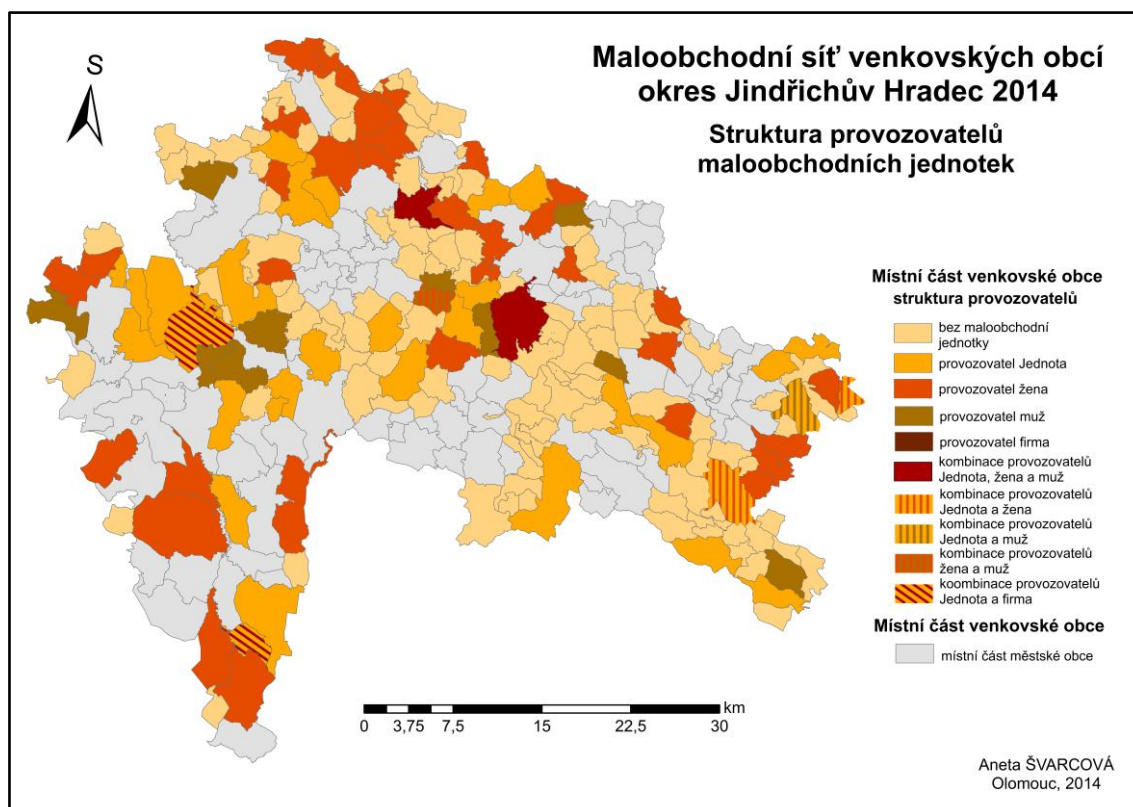
9.1.1. Struktura maloobchodních jednotek dle provozovatele

Z počtu 103 maloobchodních jednotek je ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec provozováno 22,3 % maloobchodních jednotek muži, 38,8 % maloobchodních jednotek ženami, 33 % maloobchodních jednotek Jednotou, spotřebním družstvem v Jindřichově Hradci a 5,8 % maloobchodních jednotek firmami (s více vlastníky) (obrázek 22 a obrázek 23). Maloobchodní síť venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec je tvořena ze 49,5 % maloobchodními jednotkami, kde jejich provozovatel sídlí ve stejném místě jako maloobchodní jednotka, kterou provozuje. Provozovatele sídlícího mimo místo provozu maloobchodní má 50,5 % maloobchodních jednotek (obrázek 24). Z počtu 48 maloobchodních jednotek v místě bydliště provozovatele je 57 % maloobchodních jednotek provozováno ženami, 38,8 % muži a 6,1 % firmami. Provozovatele sídlícího mimo místo provozu má 55 maloobchodních jednotek, kde převážnou část (34 maloobchodních jednotek) provozuje Jednota, spotřební družstvo v Jindřichově Hradci, které má ve všech maloobchodních jednotkách zaměstnané pracovníky. Maloobchodní jednotky se sídlem provozovatele mimo sídlo jednotky provozují z 60 % ženy, 20 % muži a 20 % firmy. Z 21 maloobchodních jednotek s provozovatelem bydlicím mimo sídlo provozu jsou jedinými pracovníky jednotky 12 provozovatelů, kteří zároveň do maloobchodních jednotek dojíždí. Najaté zaměstnance do vlastního provozu má 6 soukromých provozovatelů a 6 firem ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec.¹¹

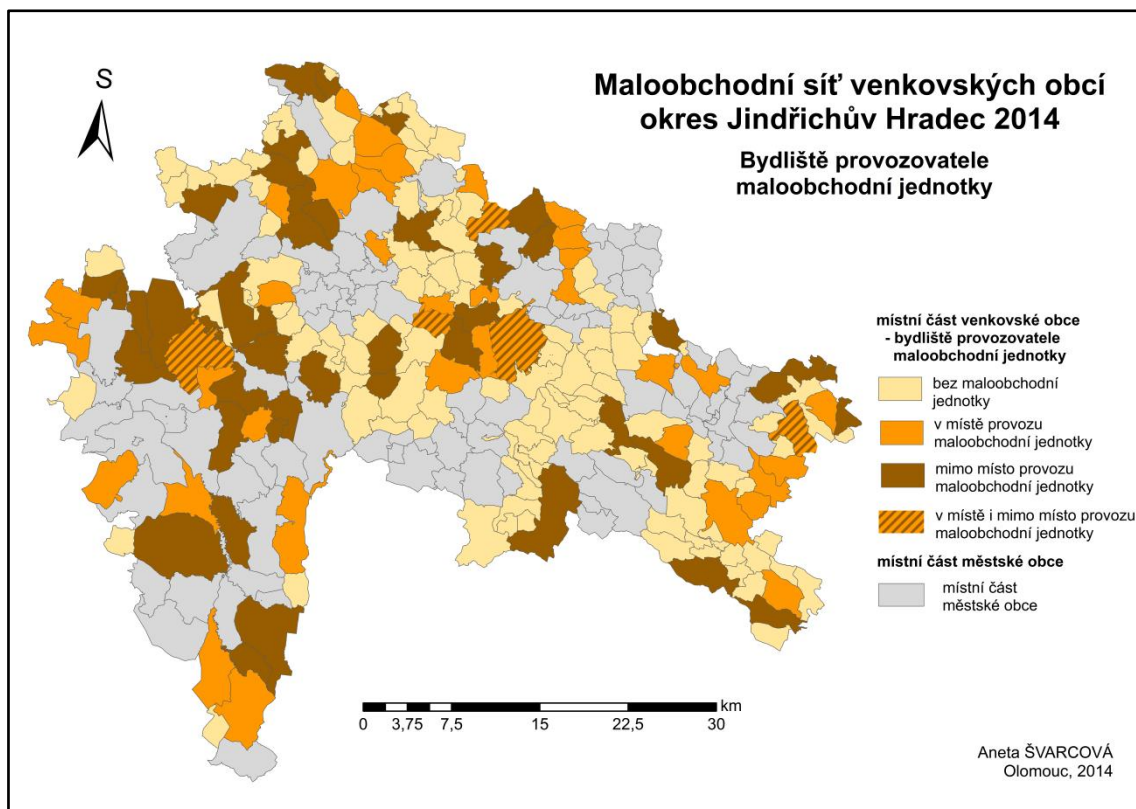
¹¹ Nezařazen provozovatel p. Hroděj provozující maloobchodní jednotku v Plavsku, kde zaměstnává jednu osobu. Byl zařazen do provozovatelů vzhledem k maloobchodní jednotce v obci Pístina, kde je provozovatelem a zároveň jediným pracovníkem.



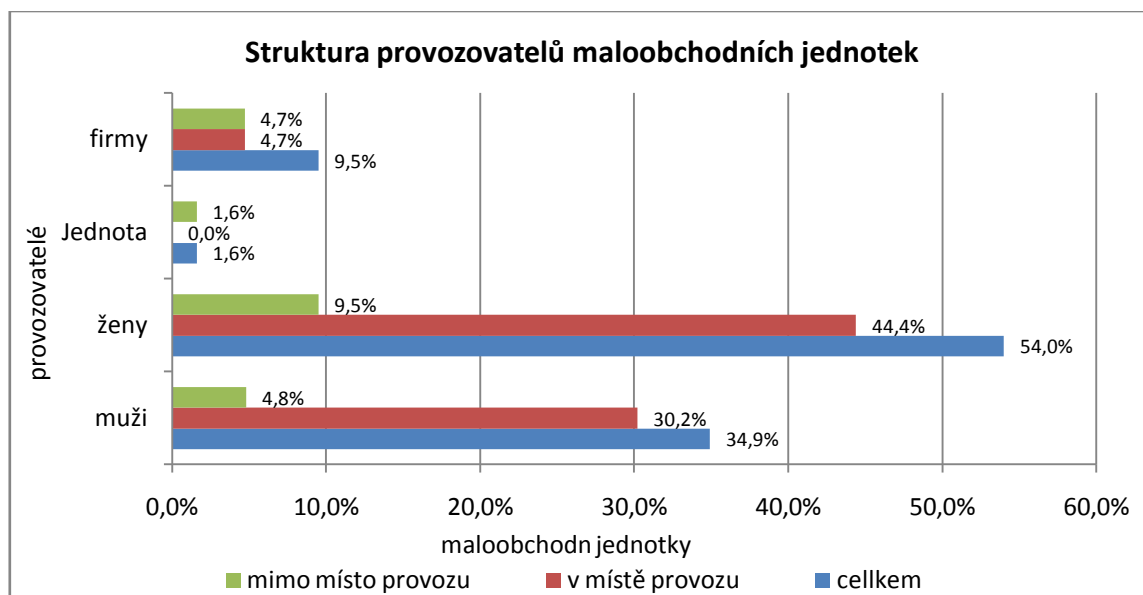
Obr. 22 Struktura maloobchodních jednotek dle provozovatele a místa jeho bydliště (zdroj: terénní šetření a živnostenský rejstřík)



Obr. 23 Struktura provozovatelů maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap)



Obr. 24 Struktura provozovatelů venkovských maloobchodních jednotek na základě jejich bydliště (terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování v ArcMap)

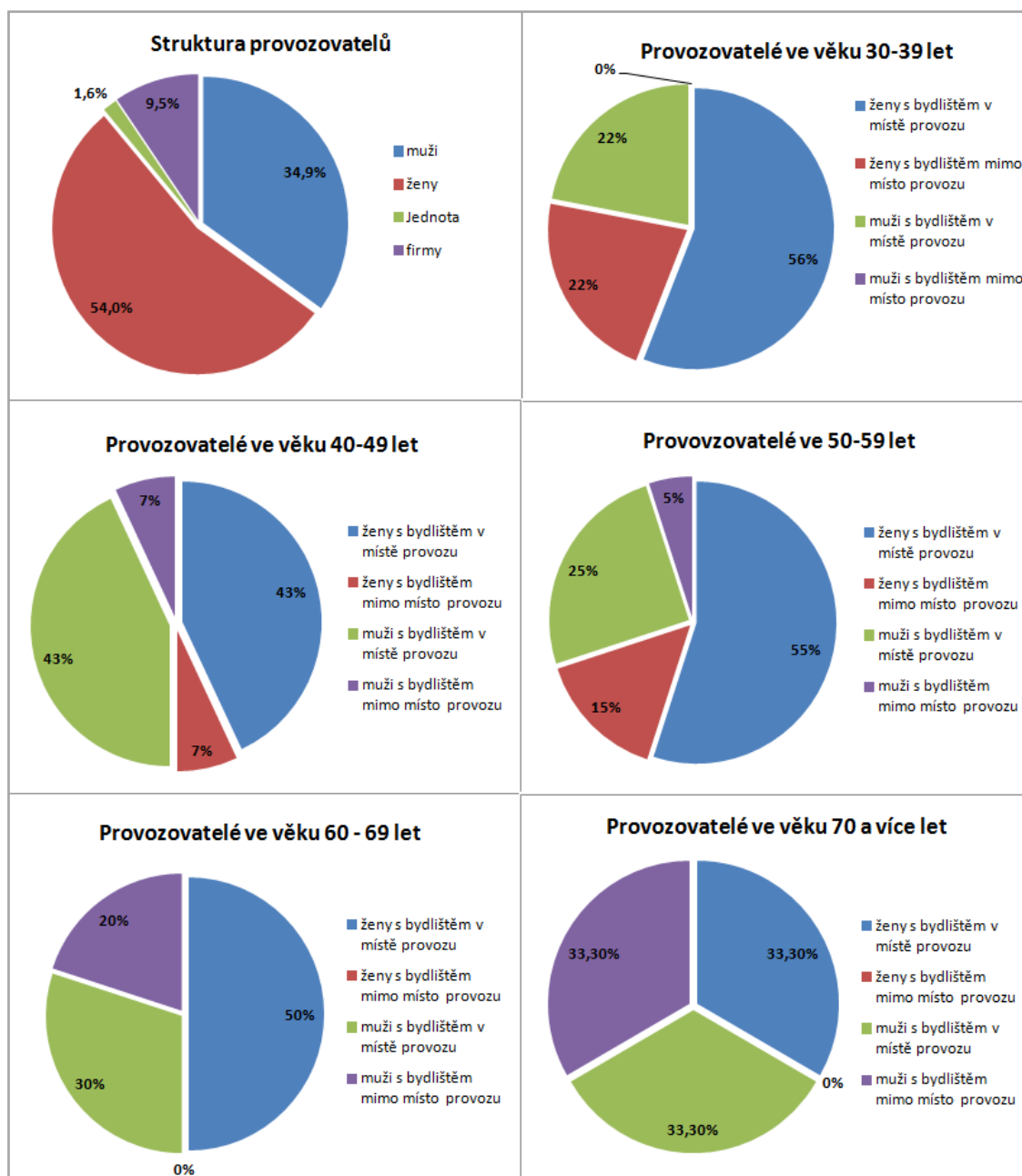


Obr. 25 Struktura provozovatelů maloobchodních jednotek dle místa bydliště (zdroj: terénní šetření a živnostenský rejstřík, vlastní zpracování)

9.1.2. Struktura provozovatelů venkovských maloobchodních jednotek

Ve venkovském prostoru bylo zaznamenáno 63 provozovatelů, kteří provozují 103 maloobchodních jednotek. Největší počet jednotek, 34 maloobchodních jednotek (33 % ze všech maloobchodních jednotek), provozuje Jednota, spotřební družstvo v Jindřichově Hradci. Struktura provozovatelů je tedy tvořena Jednotou, spotřebním družstvem v Jindřichově Hradci (33 % maloobchodních jednotek), 6 firmami (5,8 % maloobchodních jednotek), 34 ženami (38,8 % maloobchodních jednotek) a 22 muži (22,3 % maloobchodních jednotek) (obrázek 25). Ženy jako provozovatelky maloobchodních jednotek převládají a převyšují muže. Vyšší zastoupení žen je již z minulosti dáno bližším vtažením žen k obchodu, vlídnějším a komunikativnějším chováním a také malou náročností fyzické práce. Na základě pohlaví, věku a místa bydliště provozovatele (obrázek 25) je struktura provozovatelů tvořena z 54 % ženami, 34,9 % muži, 9,5 % firmami a 1,6 % Jednotou, spotřebním družstvem Jindřichův Hradec. Ve věkových skupinách převládá počet žen, mimo věkových skupin 60–69 let a 70 a více let. Stejněho počtu provozovatelů mužského a ženského pohlaví je ve věkové skupině 50–59 let. Ve věku 50–59 let je nejvíce provozovatelů venkovských maloobchodních jednotek (14 žen a 6 mužů). Další věkovou skupinou, která je silně zastoupena je skupina ve věku 40–49 let (7 žen a 7 mužů) (obrázek 26).

Především v rámci úspory a zajištění denní a časté poptávky ve venkovských obcích se mezi provozovateli objevují provozovatelé, kteří provozují více jak jednu maloobchodní jednotku ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec. Těchto provozovatelů je ve venkovském prostoru okresu 7 z 63 provozovatelů. Paní Kamišová z Chotěmic provozuje maloobchodní jednotku v místní části Jižná obce Pluhův Ždár a v obci Březina. Do obou těchto maloobchodních jednotek dojíždí z okresu Tábor. K maloobchodní jednotce ve vlastním domě v místní části Horní Olešná obce Popelín provozuje p. Šubová ještě maloobchodní jednotky v obci Bořetín a Stojecín, který je již v okrese Pelhřimov. Je jediným pracovníkem všech třech jednotek. Maloobchodní jednotky v místních částech Horní Radouň, Okrouhlá Radouň a Starý Bezděchov provozuje p. Burešová z Horní Radouň, která rovněž je jediným pracovníkem a do maloobchodních jednotek dojíždí. Paní Kročáková provozuje maloobchodní jednotku v obci Záblatí, kde i bydlí a maloobchodní jednotku v obci Ponědraž, kam dojíždí. Z mužských provozovatelů provozuje více jak jednu prodejnu pan Hroděj a pan Kotyza. Maloobchodní jednotka pana Hroděje působí v obci Pístina a Plavsko, on sám je ze Stráže nad Nežárkou. V maloobchodních jednotkách pracuje sám s výpomocí jednoho pracovníka v maloobchodní jednotce v obci Plavsko. Pan Kotyza provozuje pekařství se sídlem ve Veselí nad Lužnicí a sedm maloobchodních jednotek, z nichž jedna se nachází v obci Pleše, kde sám nepracuje.



Obr. 26 Struktura provozovatelů venkovských maloobchodních jednotek v dle pohlaví a věku (zdroj: terénní šetření a živnostenský rejstřík, vlastní zpracování)

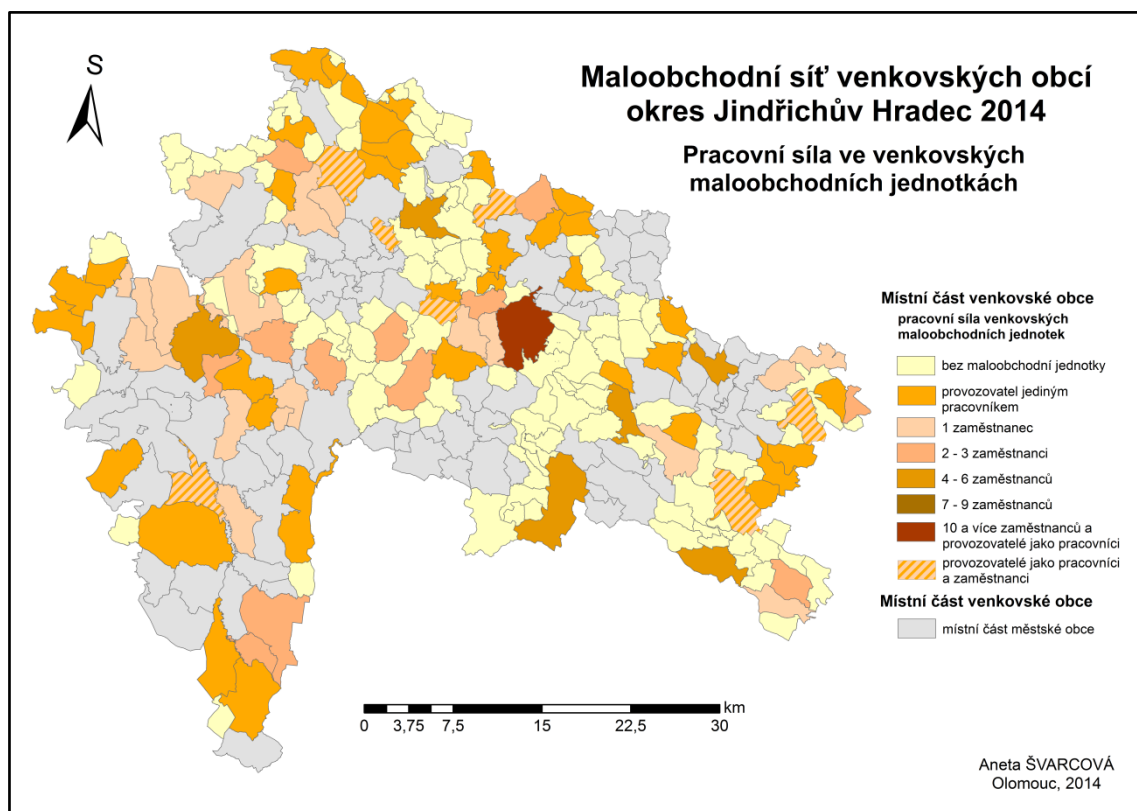
9.2. Pracovní síla

Venkovské maloobchodní jednotky zaměstnávají pravděpodobně 143 osob, které pracují jako prodavači¹². V převážné většině pracují v maloobchodních jednotkách ženy, které jsou především orientovány na maloobchodní jednotky s potravinářským zbožím a smíšeným zbožím s převahou potravin. Muži jako prodavači se objevují spíše ve specializovaných

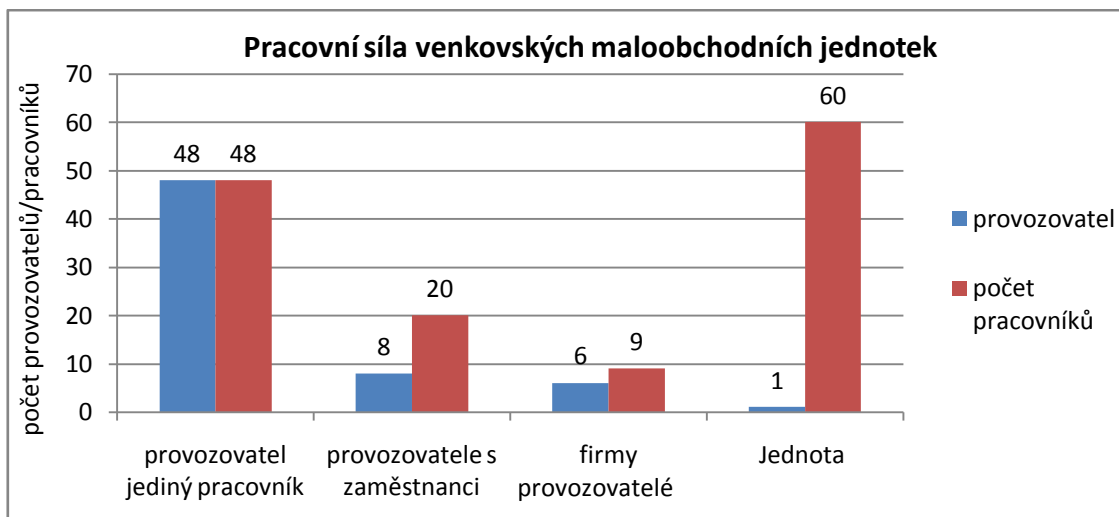
¹² Počet zaměstnaných osob je do jisté míry nepřesný důsledkem neochoty sdělit počet zaměstnanců během terénního šetření v několika málo případech (cca 4 případy). Počet zaměstnanců byl odvozen na základě velikosti a provozní doby maloobchodní jednotky.

prodejnách s nepotravinářským sortimentem. Struktura zaměstnanců je tvořena najatými pracovníky, kteří pracují na základě pracovní smlouvy s provozovatelem a samotnými provozovateli. Z celkového počtu 63 provozovatelů venkovských maloobchodních jednotek je provozovateli a zároveň jedinými pracovníky 48 provozovatelů (31 žen a 17 mužů). Mimo svoji osoby dává práci dalším pracovníkům 8 provozovatelů (3 ženy a 5 mužů), kteří celkově zaměstnávají 20 osob. Další osoby jsou zaměstnávány 6 firmami, které dávají práci 9 osobám. Největší počet pracovních míst poskytuje provozovatel Jednota, spotřební družstvo v Jindřichově Hradci, které zaměstnává 60 osob (obrázek 27 a 28).

Počet pracovníků venkovské maloobchodní sítě nám poskytne zjistit míru obslužného standardu venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec. Počet obyvatel venkovského prostoru k roku 2012 byl 29 764. Přepočteme-li počet osob na pracovníky maloobchodní sítě, dostaneme hodnotu obslužného standardu, který činí 208 obyvatel na jednoho pracovníka. Tato hodnota převyšuje hodnoty za okres jako celek. Důvodem je především neexistence maloobchodních jednotek a jejich pracovníků v každé místní části venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec.



Obr. 27 Struktura pracovníků venkovských maloobchodních jednotek vzhledem k provozovatelům maloobchodních jednotek (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování v ArcMap)

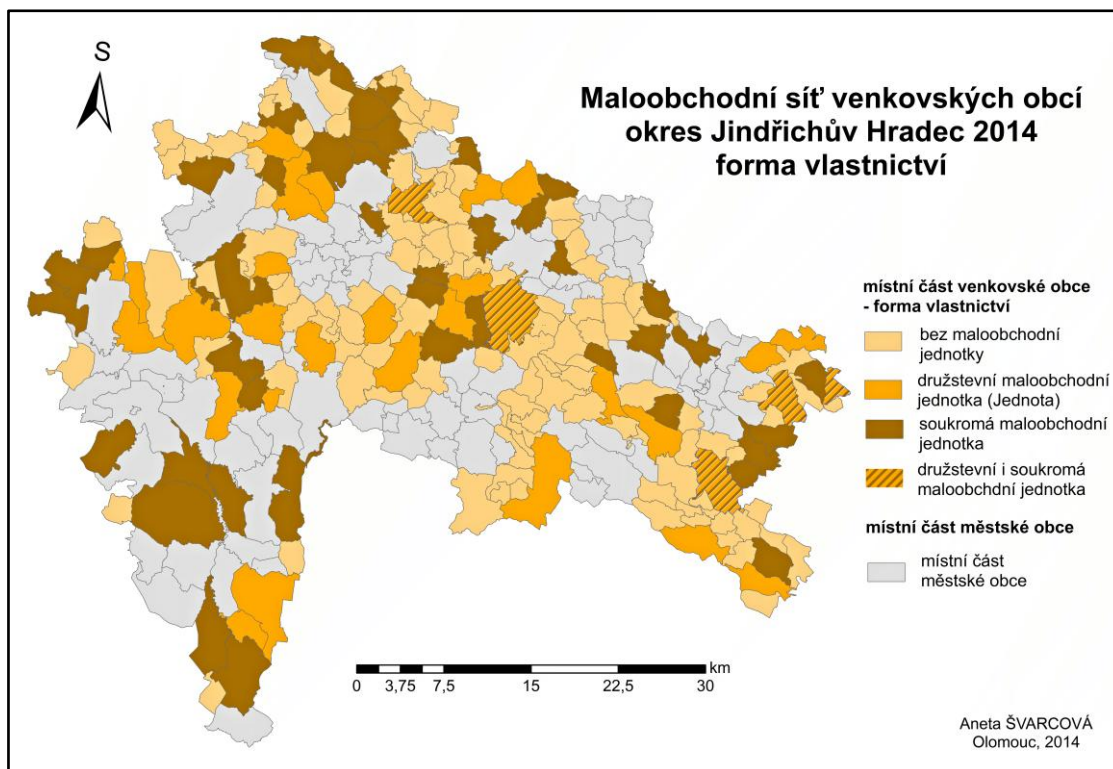


Obr. 28 Počet pracovníků venkovských maloobchodních jednotek k provozovatelům maloobchodních jednotek (zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík)

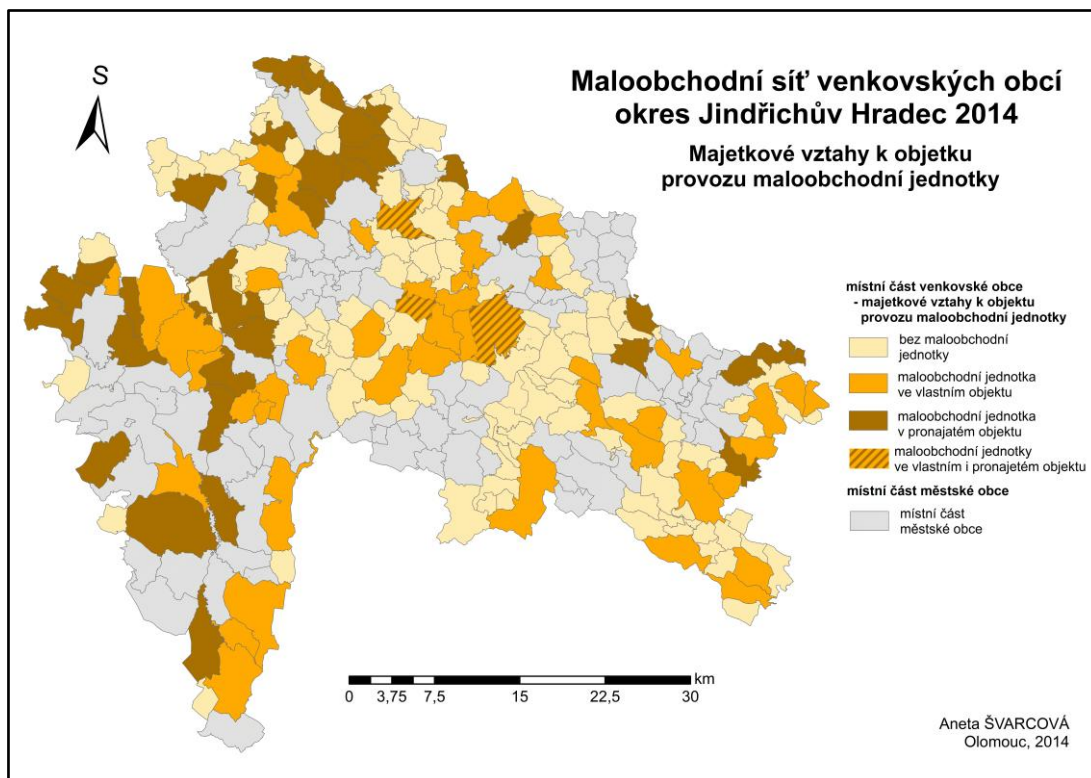
9.3. Majetkové vztahy k objektům provozu

Vlastnické poměry maloobchodní sítě ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec již do jisté míry nastínila kapitola popisující vývoj vlastnických vztahů k maloobchodním jednotkám v období let 1989–2014. V roce 2014 tvořilo maloobchodní síť 94 maloobchodních jednotek, ze kterých bylo 70 soukromých maloobchodních jednotek a 34 maloobchodních jednotek Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci (obrázek 29). Více jak jedna maloobchodní prodejna se nacházela ve venkovských místních částech Halámky, Hospříz, Budíškovice, Budeš, Bednářeček, Jarošov nad Nežárkou, Kunžak, Novosedly nad Lužnicí a Starém Hobzí.

Z pohledu majetkových vztahů k objektu provozu maloobchodních jednotek ve venkovských místních částech obcí převažuje počet objektů vlastněných přímo provozovateli nad počtem objektů, kde je provozovatel v nájmu. Z provozovatelů je 40 plátců nájmu a mezi těmito plátcí nejsou pouze soukromé osoby, ale i Jednota, spotřební družstvo v Jindřichově Hradci (dále pouze Jednota) (obrázek 30). Jednota je nájemcem v provozovnách v místní části Hamr, Červený Hrádek, Hatín, Klec, Studnice, Lužnice a Stříbřec.



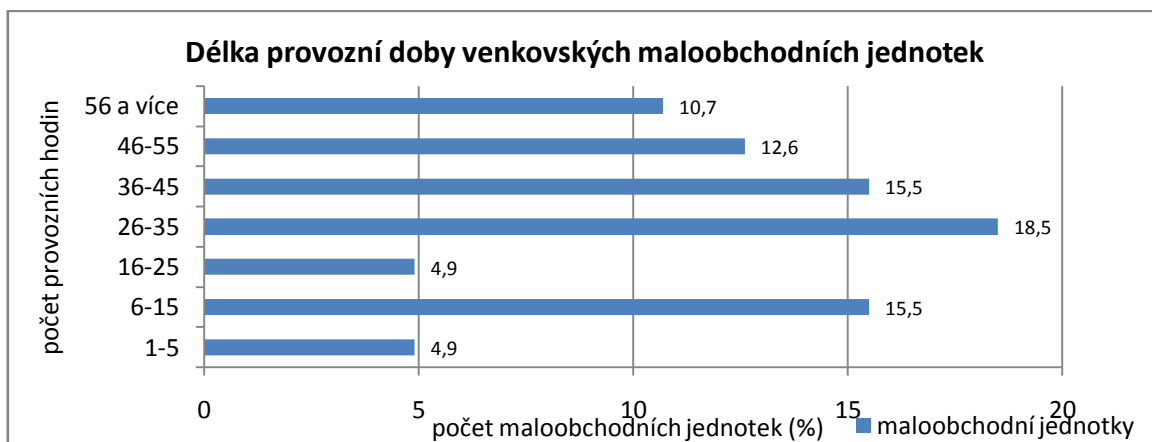
Obr. 29 Vlastnické poměry maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec v roce 2014 (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování v ArcMap)



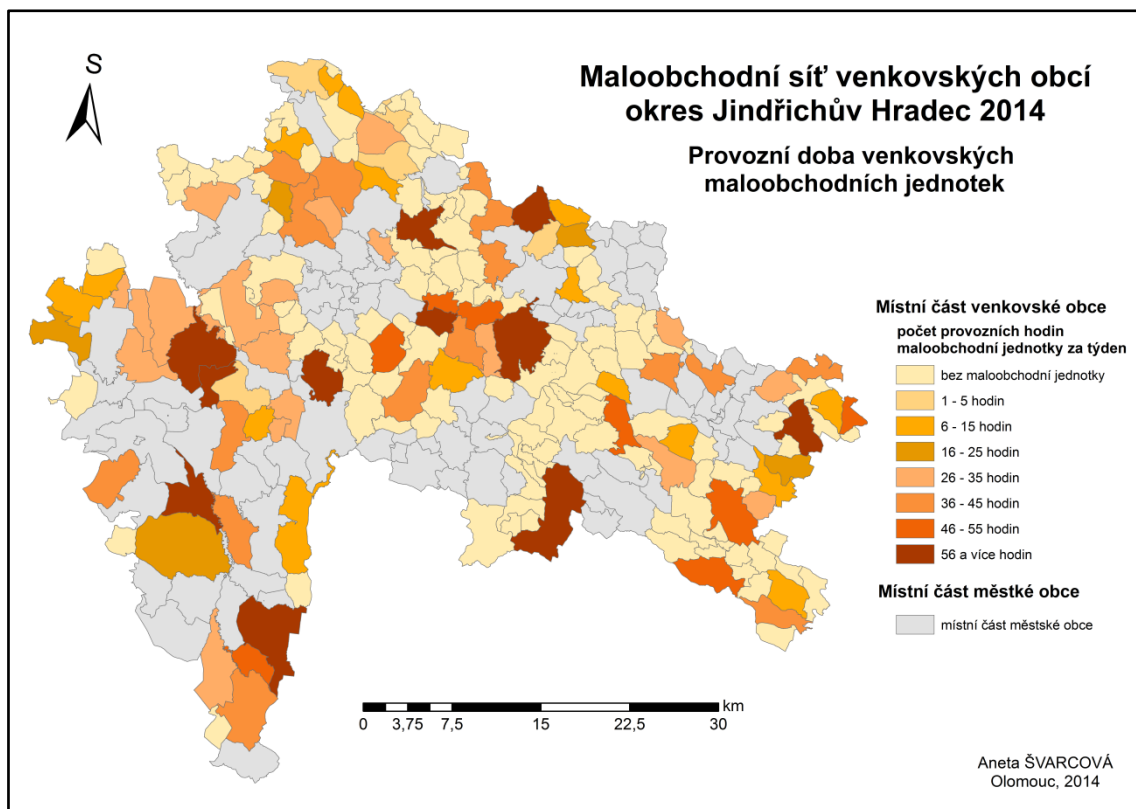
Obr. 30 Majetkové vztahy k objektu provozu venkovské maloobchodní jednotky v okrese Jindřichův Hradec v roce 2014 (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování v ArcMap)

9.4. Provozní doba

Provozní doba venkovských maloobchodních jednotek je možné odvozovat od velikosti obce nebo místní části. V místních částech s nízkým počtem obyvatel bude délka provozní doby výrazně kratší než u místních částí, kde je počet obyvatel vyšší. Za vyšší počet obyvatel považujeme počet nad 200 obyvatel. Tato domněnka se potvrzuje i ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec, kde jsou nejdéle otevřeny maloobchodní jednotky místních částí s velikostí nad 400–500 obyvatel. V místních částech se 400 obyvateli je délka pracovní doby maloobchodní jednotky za jeden týden průměrně 40 hodin, v místních částech se 300 obyvateli je to 30 hodin týdně a v místních částech s 200 obyvatel je to 20 hodin týdně. Délka provozní doby v místních částech s velikostí do 200 obyvatel se pohybuje mezi 10 a 20 hodinami v týdnu. Nejkratší délky provozní doby byly zaznamenány u všech maloobchodních jednotek, kam jejich provozovatel dojíždí. Zvláštním jevem je provozní doba maloobchodních jednotek Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci, kdy provozní doba maloobchodních jednotek ve velikostně malých místních částech byla oproti maloobchodním jednotkám v podobně velkých místních částech nadprůměrná. Názorným příkladem jsou maloobchodní jednotky Jednoty v obci Klec, která má 197 obyvatel a maloobchodní jednotka je zde v provozu 30 hodin týdně a místní část Kolence, kde žije 148 obyvatel a maloobchodní jednotka slouží obyvatelstvu 27,5 hodin týdně. Ve velikostně stejné obci Březina je maloobchodní prodejna v provozu 5 hodin týdně a v obci Cep 17,5 hodin týdně. Během dne je převážná část maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru otevřena v dopoledních hodinách od 8 do 11 hodin a v odpoledních hodinách mezi 14 a 17 hodinou. Procentuální zastoupení maloobchodních jednotek dle délky provozní doby v jednom týdnu je znázorněn v obrázku 31. Největší podíl maloobchodních jednotek je zastoupen ve skupině s provozní dobou 26–35 hodin v jednom týdnu (obrázek 32).



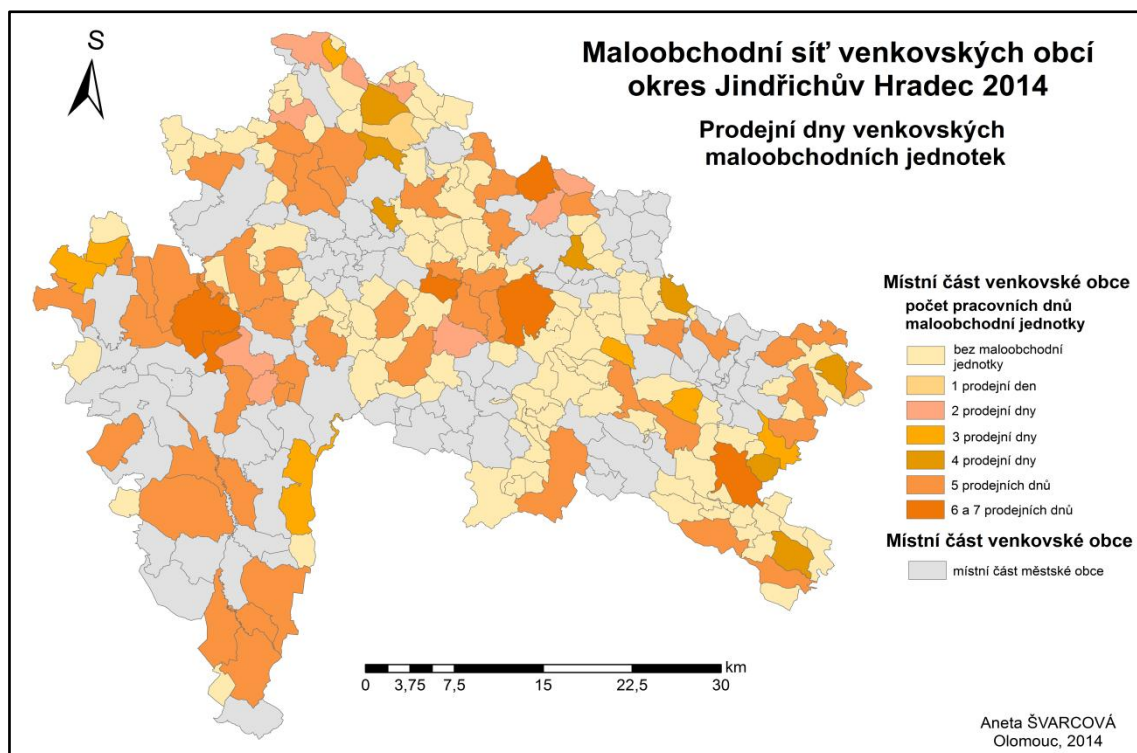
Obr. 31 Provozní doba venkovských maloobchodních jednotek v okrese Jindřichův Hradec (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování)



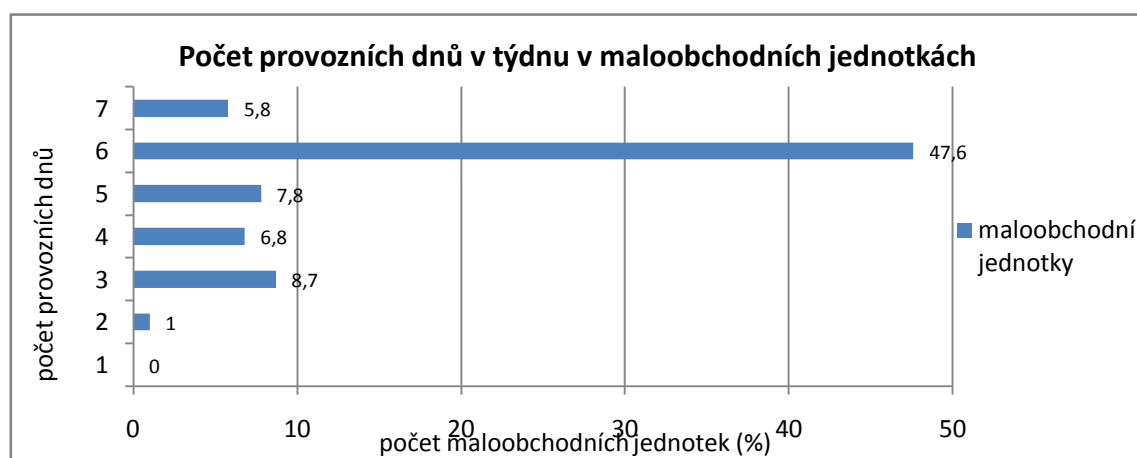
Obr. 32 Provozní doba venkovských maloobchodních jednotek v okrese Jindřichův Hradec (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování v ArcMap).

Necelá polovina venkovských maloobchodních jednotek je otevřena 6 dní v týdnu (obrázek 33 a obrázek 34). Mezi tyto jednotky se řadí především provozovny Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci, maloobchodní jednotky ve velikostně větších místních částech jako je Kunžak, Novosedly nad Nežárkou a Hospřiz, ale i maloobchodní jednotky velikostně menších místních částí jako je místní část Lomy a obec Cep. Po celý týden jsou obyvatelstvu k dispozici maloobchodní jednotky Jednoty v Novosedlech nad Nežárkou, Kunžaku, Popelíně a Starém Hobzí a maloobchodní jednotka v Mláce a Hospřizi. Maloobchodní jednotka v Hospřizi je řízena provozovatelem s původem ve Vietnamské republice. Otevřeno je 7 dní v týdnu a 12 hodin každý den. Z pracovních dnů v týdnu je nejčastěji otevřeno ve středu a pátek. Dny, kdy bývají prodejny nejčastěji uzavřeny, jsou pondělí a úterý. Pracovníci a provozovatelé maloobchodních jednotek vidí příčinu ve slabším počtu zákazníků v těchto dnech v návštěvě nákupních center a nákupu při cestách o víkendu. S nakoupeným zbožím o víkendu si zákazník obvykle postačí 3 dny. Nejslabšími časy během provozního dne je čas poledne, mezi 10–11 hodinou a 12–14 hodinou, kdy je ekonomicky aktivní obyvatelstvo v zaměstnání. Po zavírací době je možné v 60,2 % venkovských maloobchodních jednotek otevřít a poskytnout žádané zboží. Toto otevření venkovské maloobchodní jednotky záleží na ochotě, vstřícnosti a bydlišti provozovatele nebo

prodávajícího. Možnosti otevření maloobchodní jednotky se v minulých dobách využívalo ve větší míře. Dnes, kdy většina obyvatel dojíždí do zaměstnání, není tato služba hojně využívána. Mezi venkovskými maloobchodními jednotkami jsou však i ty, kde se jednotka po pracovní době otvírá často. Provozovatelé maloobchodních jednotek v místní části Volfířov, Ostojkovice, Báňovice, Hatín a Hatín otvírají své prodejny, aby poskytly zboží jako potraviny, ale především tabákové výrobky, alkoholické i nealkoholické nápoje. Ve venkovských místních částech, kde provozovatel nebo prodávající nebydlí, není možné maloobchodní jednotku otevřít.



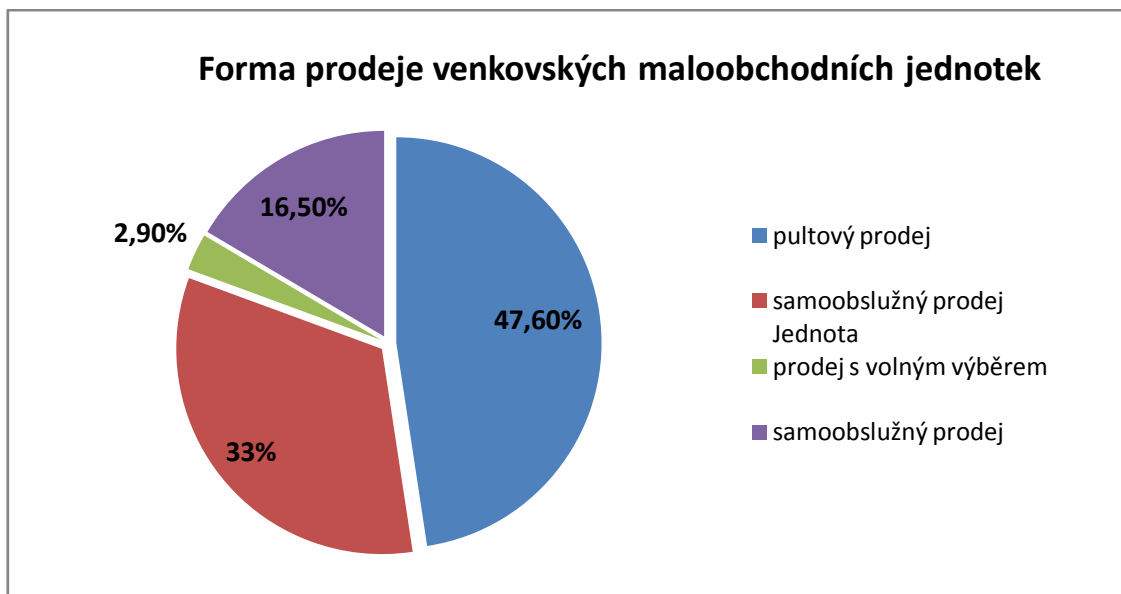
Obr. 33 Pracovní dny venkovských maloobchodních jednotek v okrese Jindřichův Hradec (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování v ArcMap)



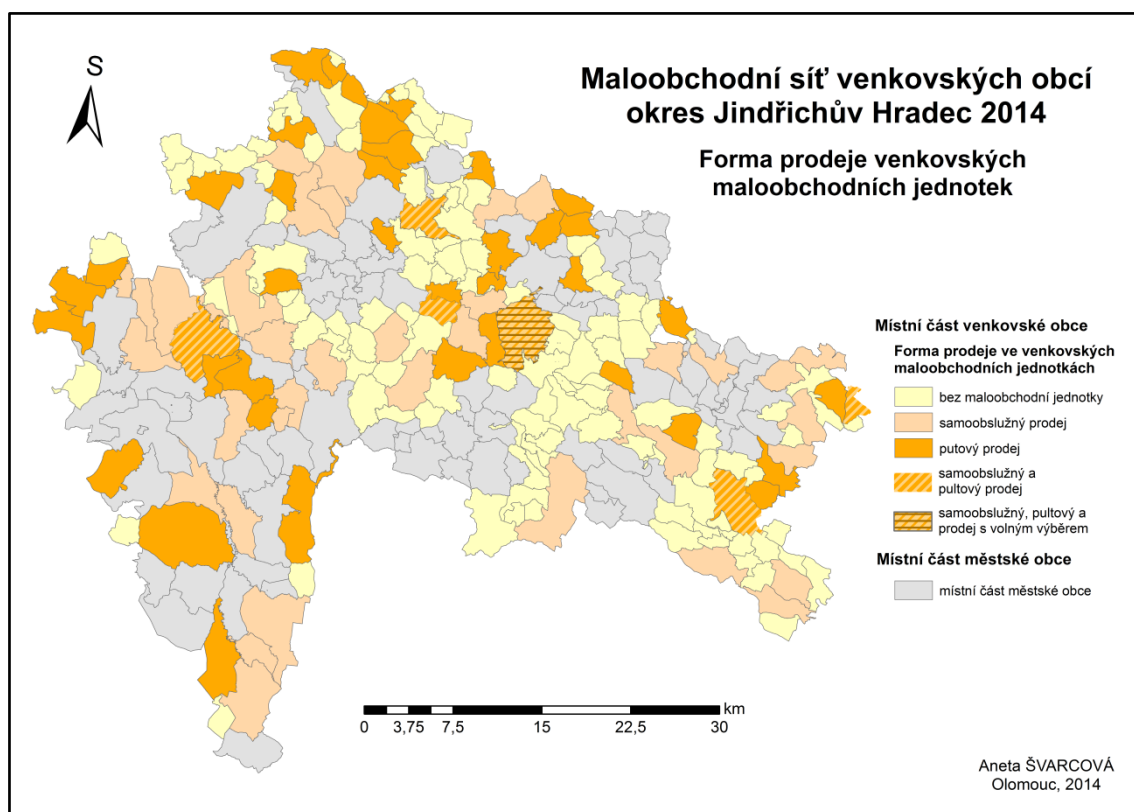
Obr. 34 Počet provozních dnů venkovských maloobchodních jednotek v okrese Jindřichův Hradec (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování)

9.5. Formy prodeje stacionární maloobchodní sítě

Pro prostorově menší maloobchodní jednotky ve venkovském prostoru je typickou formou prodeje pultový prodej. Pultová forma prodeje je zachována u 49 maloobchodních jednotek (47,6 % maloobchodních jednotek). V maloobchodních jednotkách s pultovým prodejem, je prostor pro pohyb zákazníka a prostor prodávajícího oddělen pultem. Prodávající obsluhuje zákazníka dle jeho vyslovených přání a zboží mu podává na pult, kde je zároveň inkasováno. Pulty oddělující prostor maloobchodních jednotek jsou ve většině jednotek pozůstatkem předešlého provozu před rokem 1989. Jsou tedy zastaralejší a jednotky si tak zachovávají ráz maloobchodních jednotek z období socialismu. Výměna zastaralých pultů za novější je otázkou finančních prostředků, kterých provozovatelé maloobchodních jednotek nemají. Samotné udržení provozu je již náročné a finančních prostředků tak nezbývá. Novější a modernější vzhled pultů se vyskytuje u maloobchodních jednotek větších velikostí a ve velikostně větších sídlech, jako je například místní část Kunžak. Pultová forma prodeje nebyla zaznamenána pouze u maloobchodních jednotek potravinářským nebo smíšeným sortimentem, ale i u maloobchodních jednotek nepotravinářského sortimentu. Jsou jimi například maloobchodní jednotky v Budči (prodej textilu), Jarošově nad Nežárkou (prodej techniky), Kunžaku (prodej techniky, květin, dětského textilu a textilu a galanterie). Samoobslužná forma prodeje je typická pro větší maloobchodní jednotky a pro maloobchodní jednotky Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci. Všech 34 (33 %) maloobchodních jednotek Jednoty ve venkovském prostoru mají volný prostor s volným výběrem zboží, pultově je obsluhován především výdej zboží s nutným zpracováním před prodejem (uzeniny). Zboží obsažené v nákupu zákazníka je také účtováno u pultu. Ostatních maloobchodních jednotek se samoobslužnou formou prodeje je 17 (16,5 %) a jsou v místních částech Majdalena (prodejna potravin Flop), Kostelní Vydří (knihkupectví), Jarošov nad Nežárkou (drogerie), Hospříz (prodejna potravin), Halámky (Free shop), Nová Ves nad Lužnicí (prodejna potravin), Horní Skryčoh (dům barev), Plavsko (prodejna potravin), Třebětice (prodejna potravin), Volfířov (prodejna potravin), Kunžaku (prodejna potravin Flop, večerka, drogerie, secondhand Triatex). Oproti předešlým dvěma formám byla ve třech případech zaznamenána forma prodeje s volným výběrem. Těmito maloobchodními jednotkami jsou prodejny nábytku, koupelnového sortimentu a lyžařského a outdoorového sortimentu v Kunžaku. Strukturu forem prodeje ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec zobrazuje obrázek 35 a v celém venkovském prostoru obrázek 36.



Obr. 35 Struktura venkovských maloobchodních jednotek dle formy prodeje (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování)



Obr. 36 Forma prodeje venkovských maloobchodních jednotek v okrese Jindřichův Hradec (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování v cArcMap)

9.6. Prodej v pojízdných prodejnách

Pojízdna prodejna je prodejnou na kolečkách nabízející potravinářský a smíšený sortiment základních a denních potřeb. Pravidelně obsluhuje a zajíždí do míst, kde není kamenná maloobchodní jednotka a obyvatelstvo nemá kde nakupovat zboží denní a časté potřeby. Na pojízdné prodejny se kladou stejné hygienické požadavky a nároky jako na maloobchodní jednotky ve stacionární síti.

Pro pojízdnou prodejnu je typické motorové vozidlo na bázi autobusů, skříňových nákladních automobilů nebo dodávkových automobilů. Vnitřní prostory vozidla jsou předělány a uzpůsobeny k prodeji pultové nebo samoobslužné formy, kdy zákazníci přímo vstupují do vnitřního prostoru pojízdné prodejny. Vzhledem k velikosti vozidla se prodej může uskutečňovat i z okénka nebo prodejce obsluhuje zákazníky zevně vozidla. Uvnitř prostoru vozidla nalezneme policový systém s nabízeným zbožím, pult s pokladnou, kráječem či váhou, malé mrazicí nebo chladicí zařízení. Provozovatelé těchto pojízdných prodejen jsou velmi všestranné osoby, které řídí a opravují vozidlo, jsou prodavači, kteří ochotně reagují na přání zákazníka a zároveň s ním dokážou komunikovat o běžných životních a tématech, nákupčími nabízeného zboží, účetními a administrátory celého provozu. Výhodou tohoto provozu na kolečkách je možná okamžitá reakce na pokles zájmu v určitém místě a tím ukončení zajíždění do toho místa a využití mimořádných prodejních příležitostí jako jsou slavnosti a velikonoční a vánoční svátky (Jednota, spotřební družstvo v Třešti, 2013).

Zákazníky pojízdných prodejen jsou především starší generace obyvatelstva, pro kterou je obtížné až nemožné dojíždět za nákupem sídel s kamennou maloobchodní jednotkou. Ve stanovený den a hodinu čekají na příjezd pojízdné prodejny. Není to pro ně chvíle pouhého nákupu, ale i setkání se spoluobčany, kdy si popovídají a sdělí si své radosti a starosti. V místech, kde je počet obyvatel velmi malý se starší obyvatelé těší na příjezd prodejny i z důvodů, že si s někým popovídají.

Provoz pojízdných prodejen není možný bez podpory na provoz ze strany obcí, regionů či státu. Dnes podporují pojízdné prodejny především obce. Podporu je možné získat i z krajů a státních a evropských fondů, což je velmi obtížné až nemožné. Pojízdné prodejny byly státem podporovány z již zrušeného projektu Pojízdné prodejny Ministerstva průmyslu a obchodu. Od ukončení tohoto projektu není možné získat státní dotaci a to ani z Ministerstva pro místní rozvoj nebo Hospodářské komory. Jedinou možností je Program rozvoje venkova ze Státního zemědělského investičního fondu.

V okrese Jindřichův Hradec podporuje pojízdnou prodejnu 8 venkovských obcí z x venkovských obcí kam pojízdna prodejna zajíždí. Těmito obcemi jsou Budíškovice, Český

Rudolec, Číměř, Hříšice, Kunžak, Peč, Písečné, Staré Hobzí, Staré město pod Landštejnem a Volfířov. Ve všech těchto obcích je maloobchodní jednotka stacionární sítě v místních částech se sídlem obecního úřadu. Zbylé místní části jsou obsluhovány pojízdnou prodejnou. Zmíněné obce přispívají celkově kolem 80 000 Kč na provoz pojízdné prodejny ročně.

9.6.1. Pojízdná prodejna pana Pidrmana

Venkovské obce okresu Jindřichův Hradec jsou obsluhovány především pojízdnou prodejnou p. Pidermana z Chvalkovic (místní část obce Deštná) a paní z Českého Krumlova, která zajíždí pouze do obce Dunajovice¹³. Pan Pidrman nejprve provozoval od roku 1997 smíšené zboží v Chvalkovicích, které následně v roce 2001 vystřídal provoz pojízdné prodejny. Pojízdnou prodejnu provozuje v motorovém vozidle značky Avia (obrázek 37), o kterém říká, že je to jednoduchý stroj, který si sám bez větších obtíží opraví. Pro případ poruchy vozu pojízdné prodejny má pan Pidrman k dispozici ještě druhé stejné vozidlo pojízdné prodejny. S pojízdnou prodejnou objíždí východní polovinu území okresu Jindřichův Hradec od pondělí do pátku a od 6 do 18 hodin. V rámci svých dvou tras zajede do stanovených míst (obrázek 38), které obsluhuje, dvakrát do pracovního týdne. Zboží do své pojízdné prodejny si obstarává sám s pomocí manželky. Rychloobrátkové zboží jako pečivo a uzeniny si bere od místních výrobců, jinak zboží obstarává ve velkokapacitních obchodech především v Makru v Českých Budějovicích a Kauflandu v Jindřichově Hradci. Při výběru zboží se řídí především kvalitou. Je mu jasné, že za kvalitnější zboží zákazník zaplatí více, ale také bude více spokojený. Příkladem mohou být uzeniny, které jsou od místních výrobců a je zde záruka, že budou obsahovat opravdové maso.

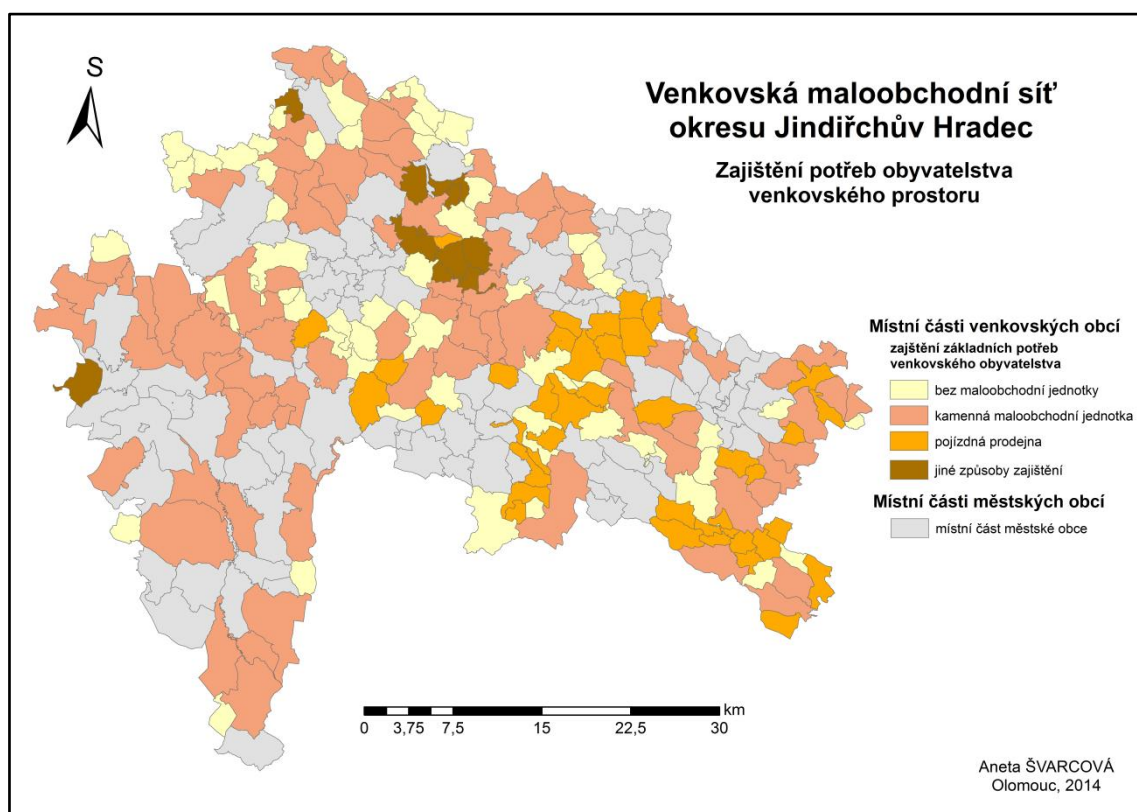
V každém místě, kam pojízdná prodejna pana Pidrmana zajíždí, má své zákazníky (obrázek 37). Zákazníky není pouze stálé obyvatelstvo, ale v letní sezóně i chalupáři a chataři. Zákazníci na pojízdnou prodejnu čekají ve stanovený čas a jsou rádi, že mají tu možnost nakoupit si v místě svého bydliště, bez dojíždění. Nakoupit přijde přibližně kolem tří lidí, někde chodí jen jedna paní, někde i více zákazníků. Nakoupí si základní potraviny ve velké kapacitě, ale i v malém nákupu a spoléhají na to, že prodejna přijede ve stejný čas a den opět. Provozovatel vychází zákazníkům vstříc a je schopen splnit jejich přání. Přijímá objednávky a to nejen v pojízdné prodejně, ale i po telefonu. Zákazník může zavolat a provozovatel zařídí a přiveze určité zboží až k zákazníkovi.

¹³ Paní nabídla obci Dunajovice její služby, jelikož zajíždí do Lišova pro uzeniny. Na pojízdnou prodejnu paní od Českého Krumlova obec nepřispívá.

Provoz pojízdné prodejny pana Pidrmána je ročně dotován částkou kolem 250 000 Kč, přičemž její pouze pohonné hmoty ročně stojí 300 000 Kč. O dotace si v 80 % případů žádal sám, pouze ve 20 % byl osloven přímo obcí. Ne u všech obcí se setkal s pozitivní reakcí, některé obce argumentovaly nepřispívání na pojízdnou prodejnu v jejich místních částech dostatkem financí provozovatel, které pan Pidrmán obdržel v rámci podpory Jihočeského kraje.



Obr. 37 Pojízdná prodejna pana Pidrmána (zdroj: Česká televize, 2014)



Obr. 38 Zajištění základních potřeb obyvatelstva ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec (terénní šetření, řízené rozhovory se zástupci obcí, vlastní zpracování v ArcMap)

9.6.2. Nákup do tašek – způsob zajištění potřeb venkovského obyvatelstva

Každá obec řeší zajištění základních potřeb svých občanů různými způsoby. Jedním ze způsobu je tzv. nákup do tašek. Obec zajišťuje základní potřeby obyvatelstva v místních částech bez maloobchodní jednotky způsobem, kdy obcí určená osoba zajíždí s objednanými nákupy k obyvatelům do místních částí. Další možností jsou objednávky zboží dohodnuté s provozovatelem pohostinství v místě bydliště. Obyvatelé si předem objednají zboží, které mu následně určená osoba doveze až domů. Objednávky se uskutečňují přímo u obyvatel nebo telefonicky. Obvykle je tato služba poskytována dvakrát do týdne. Tento způsob zajištění základních potřeb občanů obce je zaveden v obci Blažejov a Jarošov nad Nežárkou. Provozovatel maloobchodní jednotky v Blažejově pan Mašek zajíždí každé úterý a čtvrtek do místních částí Dvorcek, Malý Ratmírov, Mutyněves a Oldřiš s připravenými nákupy a zároveň přijímá objednávky. Panu Maškovi na tuto službu obec dává 9 000 Kč ročně. Stejným způsobem probíhá nákup do tašek v obci Jarošov nad Nežárkou, kde je pro tuto službu přímo určena osoba. Nákupy jsou pořizovány v maloobchodní jednotce Coop Jednoty v Jarošově nad Nežárkou. Občané místní části Rodvínov (obec Rodvínov) a v obci Vícemil mají možnost objednat si pečivo a základní potraviny v místních pohostinstvích, které jim provozní pohostinství obstará.

Tento způsob zajištění základních potřeb občanů obcí by mohl být inspirací pro další obce. Minimálně jedna osoba z obce nebo z místní části dojíždí denně za prací do vzdálenějších sídel, kde je možné nakoupit zboží základní potřeby. Kdyby v obci byla taková ochotná osoba, které by se zároveň přispívalo na pohonné hmoty (pokryly by se vlastní náklady na dopravu), mohlo by být obyvatelstvo zásobeno základními potřebami bez větších obtíží.

9.7. Sortiment a dodávky zboží

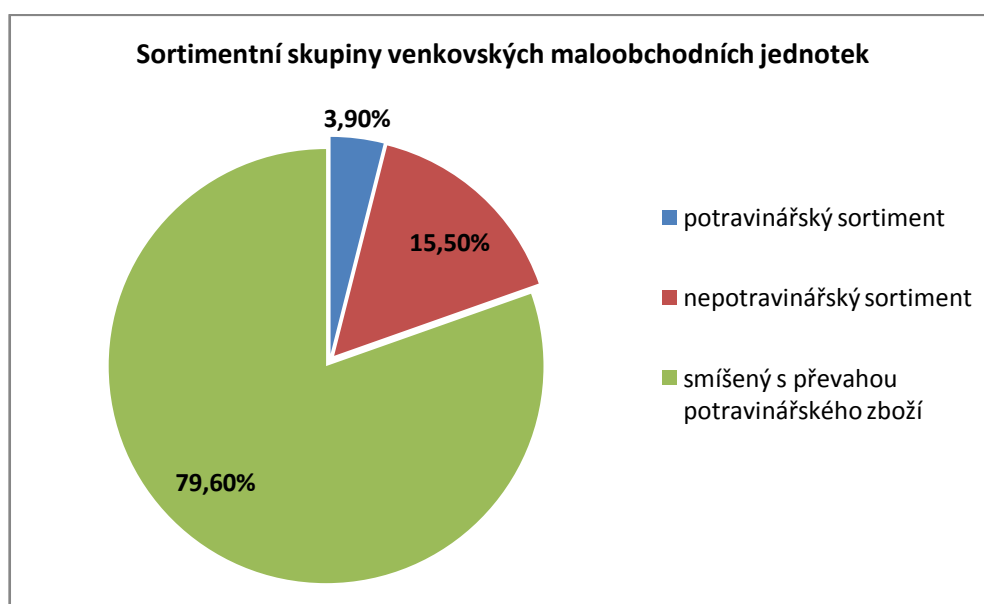
Ve venkovských místních částech okresu Jindřichův Hradec má obyvatelstvo ve většině případů jedinou možnost nákupu zboží v jediné maloobchodní jednotce v místě svého bydliště. Tato jednotka má zajistit poptávku po zboží denní a časté potřeby tudíž je její sortiment smíšený. Nabízí především zboží potravinářského charakteru, které je doplněno zbožím nepotravinářským (drogerie, barvy, laky, papír, krmiva). Maloobchodních jednotek se smíšeným zbožím, kde převažuje zboží potravinářské, je ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec 79,6 % (82 maloobchodních jednotek). Ryze potravinářský sortiment se objevuje v 5 maloobchodních jednotkách (4,8 % maloobchodních jednotek), které nabízí potravinářské zboží s převahou potravin vlastní výroby. Vlastní výrobky zákazníkům nabízí maloobchodní jednotka v Mláce z Mini mlékárny Mláka (mléko, mléčné výrobky), maloobchodní jednotky v Novosedlech nad Nežárkou z Pekárny Novosedly s. r. o (pečivo,

zákusky), maloobchodní jednotky v Horpřízi ze ZD Hospříz (masné a mléčné výrobky) a uzenářství p. Kocara (uzeniny), v maloobchodní jednotce v Zahrádkách z Pekařství Zahrádka (pečivo, zákusky). Nepotravinářský sortiment nabízí 16 specializovaných maloobchodních jednotek (15,5 %) z nichž 9 maloobchodních jednotek sídlí v Kunžaku (tabulka 10). Struktura maloobchodních jednotek dle sortimentu je zobrazena v obrázku 39 a v obrázku 40 jsou zobrazeny sortimentní skupiny za maloobchodní jednotky v okrese Jindřichův Hradec.

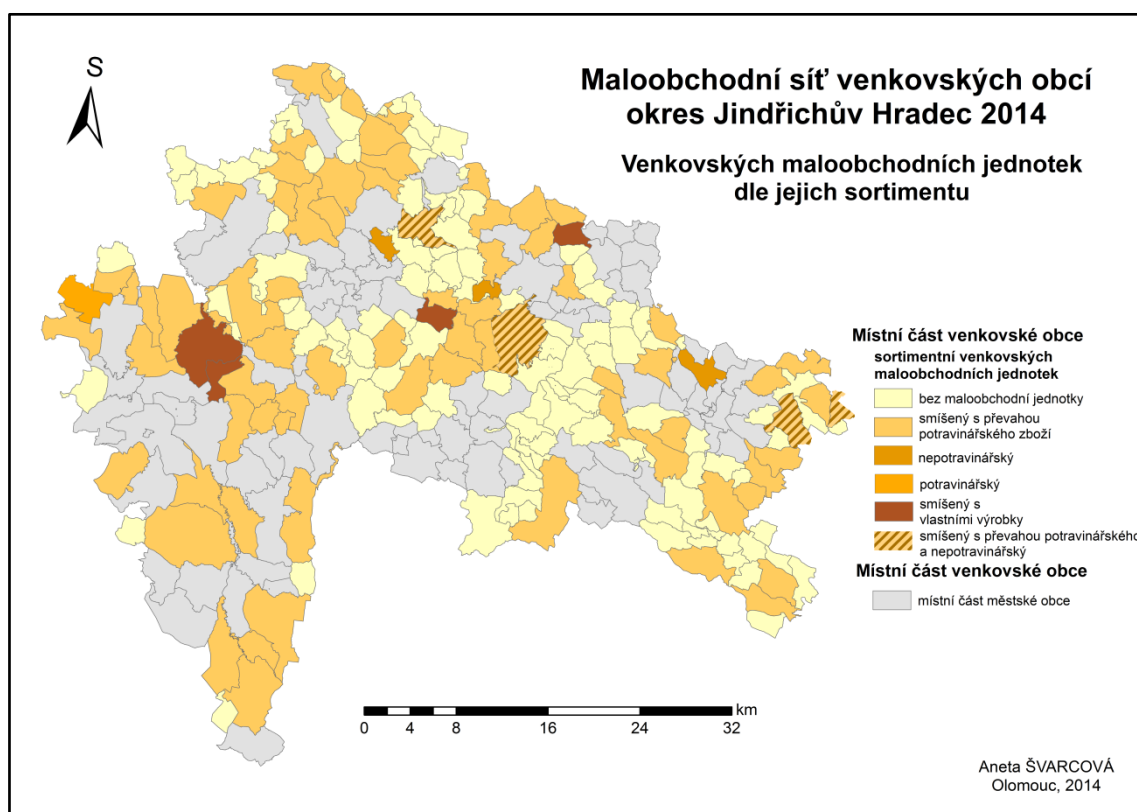
Tab. 10 Maloobchodní jednotky s nepotravinářským sortimentem ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec

místní část	sortiment nepotravinářských maloobchodních jednotek
Budeč	textil obuv (Textil a obuv)
Budíškovice	zahradní a lesní technika (ELSUN Budíškovice)
Horní Skrýchov	barvy a laky (Dům Barev)
Jarošov nad Nežárkou	drogerie, barvy, laky (Drogerie TOP) svářecí technika (GOLA nářadí)
Kostelní Vydří	knihy, roušky, svíce apod. Karmelitánské nakladatelství
Kunžak	použitý textil a obuv (Triatex)
	vázací prostředky (NOWAS)
	koupelnové zboží (AZ Koupelny)
	drogerie, barvy, laky (TETA Drogerie)
	lyžařské a outdoorové zboží (Ski Servis Kunžak)
	nábytek (Nábytek Hladeček)
	květiny, zahradní potřeby (Květinářství)
	galanterie, textil (Textil)
Vlčice	použitý textil a obuv (Second Hand)

Zdroj: terénní šetření a živnostenský rejstřík, vlastní zpracování



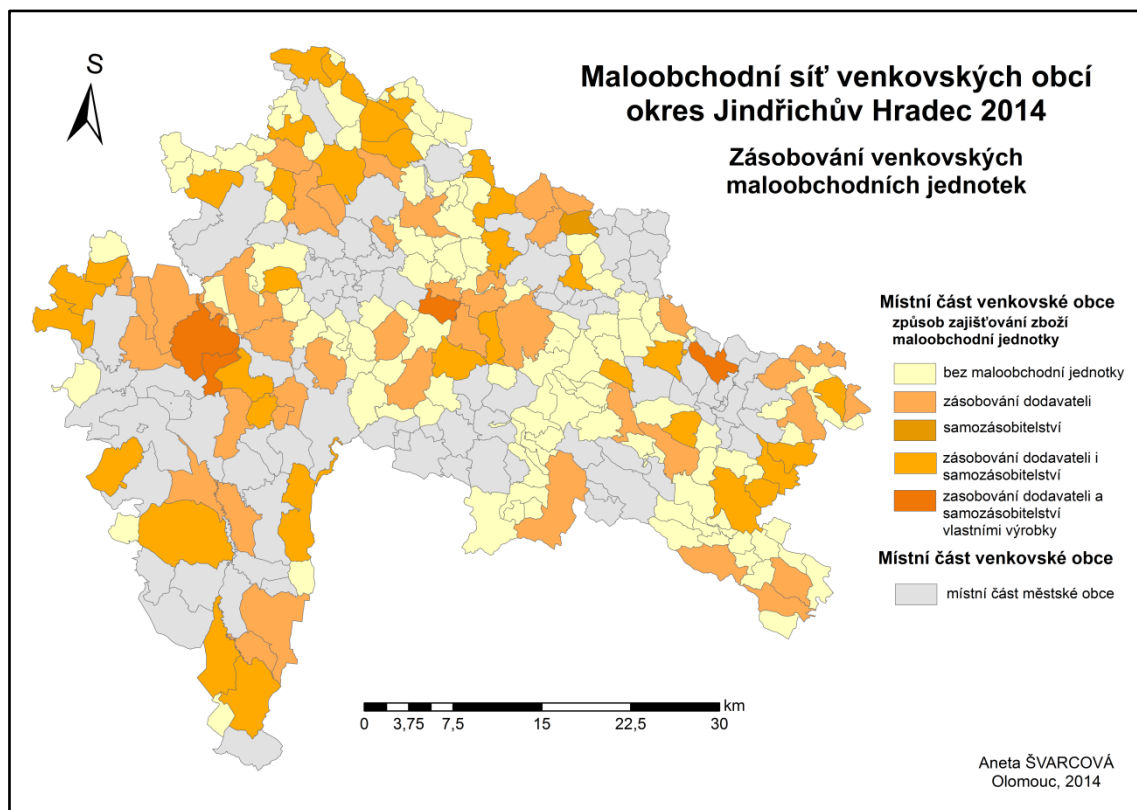
Obr. 39 Sortimentní struktura maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování)



Obr. 40 Sortimentní struktura maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru v okrese Jindřichův Hradec (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování v ArcMap)

Dodávky zboží maloobchodních jednotek je možné zajistit dvěma způsoby, zavážením maloobchodní jednotky dodavateli zboží a nákupem zboží v maloobchodních jednotkách uskutečněným samotnými provozovateli (obrázek 41). Zbožím pouze od dodavatelů je zásobováno 60 % venkovských maloobchodních jednotek. Struktura dodavatelů je široká, nejčastěji do maloobchodních jednotek jezdí dodavatelé s pečivem, uzeninami a nápoji. Skupina maloobchodních jednotek provozovaných Jednotou, spotřebním družstvem v Jindřichově Hradci je z velké části zásobována velkoskladem Jednoty, který se nachází v Dačicích a Soběslavi. Samostatní dodavatelé pak Jednoty zavázejí především pečivem. Ze společných velkoskladů jsou zaváženy i maloobchodní jednotky ve spolupráci s firmou Flosman a.s., která má své sklady v Pelhřimově, Českých Budějovicích a Mladé Vožici. Okres Jindřichův Hradec je zásobován z Českých Budějovic. Provozovatelé 35,9 % venkovských maloobchodních jednotek zásobují svůj provoz zbožím od dodavatelů, ale zároveň sami uskutečňují cesty k nákupu zboží, které dále prodávají ve svém provozu. Zboží je nejčastěji nakupováno ve velkoobchodním centru Makro Cash & Carry v Českých Budějovicích, kam provozovatelé míří 1–2 krát do měsíce. Jsou i tací provozovatelé, kteří vedle velkokapacitního nákupu v Makru

nakupují zboží v hypermarketech, supermarketech a větších diskontních prodejnách. V okrese Jindřichův Hradec provozovatelé míří do Kauflandu, Albertu, Penny a Lidlu v Jindřichově Hradci nebo v Jihlavě, do Penny marketu a Lidlu v Dačicích, do Penny Marketu v Kamenici nad Lipou a Veselí nad Lužnicí.



Obr. 41 Struktura dodávek venkovských maloobchodních jednotek v okrese Jindřichův Hradec (zdroj: terénní šetření, vlastní zpracování v ArcMap)

Charakter sortimentu a typy zboží se především přizpůsobují zákazníkovi. Jak se říká: „náš zákazník, náš pán“. Provozovatelé se snaží plnit každá přání a prosby svých zákazníků. V maloobchodní jednotce v Ostojkovicích bere provozní pečivo ze třech pekáren, jelikož si to zákazník přeje. Ve všech venkovských maloobchodních jednotkách přijímá provozovatel nebo pracovník jednotky objednávky na potravinářské i nepotravinářské zboží. Tyto objednávky jsou různých charakterů a časových určení. Na každý týden je nejčastěji objednáváno pečivo, kdy si zákazník zamluví určitý počet kusů a druhů pečiva, které je pro něj, na jím určený den nebo dny připraveno. V ročních časech jako jsou vánoční a velikonoční svátky a venkovské slavnosti jako poutě a posvícení se objednává pečivo, uzeniny, lahůdky a zákusky. V maloobchodních jednotkách Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci je možné objednat i nepotravinářské zboží, které je nabízeno letákem v každé jednotce. Mezi zbožím je průmyslové zboží, krmiva, zahradnické potřeby, dárkové předměty, papír apod.

9.8. Nákupní prostředí venkovských maloobchodních jednotek

9.8.1. Rozmístění a umístění venkovských maloobchodních jednotek

Rozmístění maloobchodních jednotek v prostoru venkovského sídla neodpovídá žádným předem stanoveným pravidlům a do jisté míry je nahodilé. Maloobchodní jednotky nalezneme podél hlavní komunikace probíhající venkovským sídlem, u významných budov sídla jako je kulturní dům, knihovna, obecní úřad, hospoda, ale také v objektech mezi zástavbou v prostoru sídla, kde osoba neznalá maloobchodní jednotku ani nenalezne. Ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec byly bez větších obtíží nalezeny všechny maloobchodní jednotky. Malé obtíže se ukázaly s lokalizací maloobchodní jednotky v obci Cep, Drunče, Horní Radouni, Záblatí a v místní části Kunějov.

Venkovské maloobchodní jednotky jsou z 64,1 % (66 maloobchodních jednotek) umístěny v objektech samostatně stojících. Těmito objekty jsou především provozy maloobchodních jednotek Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci a již zaniklého spotřebního družstva Jednota (do roku 1992), které jsou dnes využívány soukromými provozovateli. Objektů maloobchodních jednotek situovaných v zástavbě venkovského prostoru nebo s návazností na zástavbu sídla je 35,9 % (37 maloobchodních jednotek). V objektu, kde je umístěna maloobchodní jednotka, nemusí být prodej zboží jedinou funkcí a jediným provozem. Vedle provozu maloobchodní jednotky se ve stejném objektu vyskytují místnosti obecního úřadu (13,6 % objektů s provozem maloobchodní jednotky), hospoda (9,7 % objektů s provozem maloobchodní jednotky), prostor pro bydlení (32 % objektů s provozem maloobchodní jednotky). Maloobchodní prodej je jediným provozem v 43,7 % objektů s provozem maloobchodní jednotky (45 objektů maloobchodních jednotek). Zvláštním případem jsou maloobchodní jednotky u výrobních provozů jako je maloobchodní jednotka v Hospřizi při ZD Hospřiz, knihkupectví v Kostelním Vydří při Karmelitánském nakladatelství, prodejna potravin v Novosedlech nad Nežárkou při Pekařství Novosedly a prodejna v Mláce při Mini mlékárně Mláka.

9.8.2. Exteriér venkovských maloobchodních jednotek

Exteriér venkovských maloobchodních jednotek, tedy venkovní vzhled maloobchodní jednotky, hodnotíme na základě působení na naše smysly. Žádná z maloobchodních jednotek venkovského prostoru není v pobuřujícím stavu, nad kterými bychom se museli pozastavovat. Barvy fasád maloobchodních jednotek jsou převážně v tónech bílé, hnědé a žluté barvy. Vzhled maloobchodních jednotek Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci je

charakteristický doplňky v oranžové a zelené barvě. U více jak poloviny venkovských maloobchodních jednotek jsou objekty jejich provozu v zachovalém stavu a jejich vzhled je zastaralejší (odpovídá vzhledu před rokem 1989). Stejně jako probíhají rekonstrukce obecních úřadů a důležitých budov v sídlech, tak i ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec jsou rekonstruované objekty maloobchodních provozů. Maloobchodních jednotek s rekonstruovanými objekty provozu je 46,6 % (48 maloobchodních jednotek). Oko zákazníka neupoutá pouze dobrý vzhled objektu, kde je umístěn maloobchodní jednotka, ale také výlohy maloobchodní jednotky. Maloobchodní jednotky ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec z 90 % nemají výkladní skříně. Výkladně skříně byly registrovány pouze u maloobchodních jednotek s nepotravinářským sortimentem v místních částech Kunžak a Jarošov nad Nežárkou. Vstupní prostory maloobchodních jednotek jsou z 82 % široké, z 97 % viditelné a 70,9 % bezbariérové. Do bezbariérových vstupních prostorů jsme zařazovali vstupy s malými překážkami, jako bylo malé vyvýšení, které je možné s malou pomocí lehce překonat. Pro cyklisty jsou u 43,7 % maloobchodních jednotek umístěny cyklostojany a pro zákazníky s automobilem je bez problémů možné zaparkovat u 76,7 % maloobchodních jednotek.

9.8.3. Interiér venkovských maloobchodních jednotek

Interiéry venkovských maloobchodních jednotek jsou světlých barev s dostatkem světla a prostoru pro pohyb zákazníka. Zboží je vystaveno v dřevěných nebo kovových policích a regálech, které jsou v mnoha případech pozůstatky předchozího provozu před rokem 1989. Stupeň využívaných spotřebičů a zařízení je závislé na velikosti a významnosti maloobchodní jednotky. Z techniky a spotřebičů se skoro v každé maloobchodní jednotce nachází chladicí pult, mrazák, ledničky, elektronická pokladna a váha. V posledních letech se rozšiřují služby maloobchodních jednotek, mezi které patří platba kartou, výběr hotovosti, platba složenek. Platba platební kartou je možná ve 23 maloobchodních prodejnách Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci, a již teď se počet zaváděním této služby rozšiřuje. V maloobchodních jednotkách Jednoty s platebním terminálem je možné při nákupu nad 300 Kč vybrat hotovost do hodnoty 1 500 Kč a v 10 maloobchodních jednotkách je možné i zaplatit složenky. Kartou je možné platit i v některých maloobchodních specializovaných jednotkách v Kunžaku (Nábytek, Ski Servis, TETA drogerie, Flop – prodejna potravin, AZ koupelny a Nowas), v Horním Skrýchově (Dům barev), Halámkách (Travel free shop) a Kostelním Vydří (knihkupectví).

9.8.4. Maloobchodní jednotka jako místo setkání

Ve venkovských maloobchodních jednotkách nedochází pouze k nákupu zboží, ale i k setkání místního obyvatelstva, které směřuje do venkovské maloobchodní jednotky. Maloobchodní jednotka je místem kde se setkávají různé generace obyvatelstva a mnohdy je i takovým jediným místem v místní části. Není-li v místní části, kde působí maloobchodní jednotka, obecní úřad slouží maloobchodní jednotka jako místo vyvěšení informací pro občany a dochází zde i ke kumulaci informací, pro které směřují všechny věkové kategorie občanů. Maloobchodní jednotka se může proměnit i v malé pohostinství, díky nepřítomnosti hospody v místní části. Místních částmi s maloobchodní jednotkou, kde dochází k pravidelnému setkávání místního obyvatelstva v podvečerních hodinách v místě maloobchodní jednotky je již pár. Takovou maloobchodní jednotku mají v obci Plavsko, kde se občané scházejí k posezení v místní prodejně i přes přítomnost pohostinství a v místní části Ostojkovice. Zachování setkávání a posezení záleží pouze a jenom na ochotě a vstřícnosti provozovatele a prodávajíc. Nejednou totiž provozovatel či provozní zůstane v maloobchodní jednotce i pár hodin po zavírací době.

9.9. Zákazníci ve venkovském prostoru a jejich nákupní chování

Se vznikem tržního prostředí se během posledních dvaceti let proměnil i trh s nabídkou zboží, který dnes nabízí širokou škálu zboží různých druhů a kvalit. S růstem množství zboží vzrostly i možnosti, kde zákazník může uskutečňovat své nákupy. Zákazník si vybírá v nespočetném množství supermarketů, hypermarketů, diskontních prodejen i menších maloobchodních jednotek. Pro jejich volbu místa nákupu jsou pro zákazníky rozhodujícími aspekty kvalita, vzdálenost od místa bydliště a především cena. Ceny zboží a ekonomická situace nutí mnoho domácností přemýšlet, kde uskuteční své nákupy velkých a malých kapacit. V dnešní době je působen na zákazníka velký tlak ze strany obchodních jednotek formou nabídkových letáků, reklam v médiích i internetovém prostředí, kterým nespočet zákazníků podléhá. Obchodní jednotky z jedné strany nalákají zákazníky na nízké ceny určitých výrobků, ale tuto nízkou cenu si vykompenzují vyšší cenou u ostatních výrobků, které zákazník kupuje.

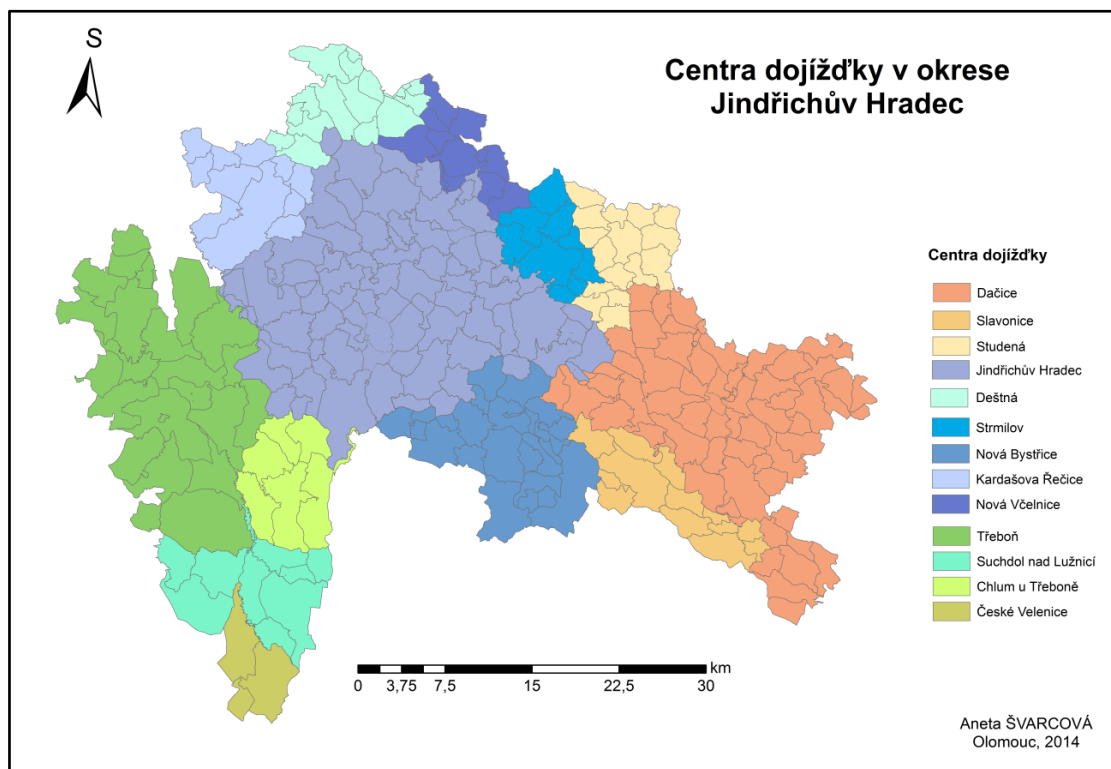
Menší maloobchodní jednotky ve venkovském prostoru se cenami zboží nemohou rovnat velkým obchodním jednotkám. Zboží ve venkovských maloobchodních jednotkách je zpravidla dražší z důvodu vyšší pořizovacích nákladů a nákladů na provoz. Pořizovací náklady zboží je možné snížit spoluprací maloobchodní jednotky v řetězci maloobchodních jednotek, které jsou zásobeny z jednotlivých velkokapacitních skladů. Díky velkému množství zboží je cena zboží z velkokapacitních skladů nižší, než cena zboží pořízeného samostatným provozovatelem maloobchodní jednotky. Ve venkovském prostoru se setkáváme s formou

integrace v provozech Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci a u maloobchodních jednotek spolupracujících v řetězci Flosman a. s. pod značkou Flop. Malé provozovny si udržují nižší cenu zboží díky jednotnému zásobení z velkoskladů. Jejich sortiment je širší a je tvořen větším množstvím zboží. Díky jednotné centrále velkoskladu si mohou dovolit nabízet velké množství zboží, které pokud nemá v dané provozovně odbyt, je přemístěno do provozoven, kde odbyt má. Ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec jsou ve spolupráci s řetězcem Flosman a.s. maloobchodní jednotka potravin při Pekařství Novosedly v Novosedlech nad Nežárkou, Flop – prodejna potravin v Kunžaku, maloobchodní jednotky smíšeného zboží p. Hroděje v Pístině a Plavsku a prodejna potravin v Majdaleně. Dalšími řetězci jsou řetězec Drogerie Top s maloobchodní jednotkou v Jarošově nad Nežárkou a řetězec Teta drogerie s maloobchodní jednotkou v Kunžaku.

Obyvatelstvo venkova je charakteristické nižší kupní silou a vyšší ceny zboží ve venkovské maloobchodní jednotce je mohou odradit a odrazují. Tito zákazníci cíleně kupují zboží levněji v jiných a větších maloobchodních jednotkách a přemísťují svoji kupní sílu mimo maloobchodní jednotku v místě bydliště. Za nákupy levnějšího zboží uskutečňují cílené cesty, ale především je nakupují při cestě do zaměstnání, škol a za službami (zdravotní služby, úřady). Se snížením a malým počtem zákazníků nakupujících ve venkovské maloobchodní jednotce se snižuje hloubka a šířka sortimentu a celková nabídka zboží v maloobchodní jednotce. Provozovatel nemůže plně zásobit svůj provoz bez odbytu, stal by se ztrátovým a posléze by byl nucen provoz úplně ukončit. Nejinak je tomu i ve venkovském prostředí okresu Jindřichův Hradec. Do venkovských maloobchodních jednotek v místních částech s velikostí do 500 obyvatel soustředí svoje veškeré nákupy (velkých a především velkých kapacit) 34,2 % obyvatel. Těmito obyvateli jsou z 80 % důchodci, kteří přes svůj zdravotní stav a životní situaci nemají možnost dojíždět za nákupem do větších sídel. Větší sídla navštěvují zřídka, především při návštěvě lékaře. Ne vždy je možné spojit návštěvu lékaře s nákupem, jelikož jsou k lékaři starší osoby dopravovány zdravotnickou službou. Ve venkovských maloobchodních jednotkách dělá nákupy větších kapacit 9,7 % žen na mateřské dovolené a 10,3 % ekonomicky aktivních obyvatel. Více jak polovina venkovského obyvatelstva míří do venkovských maloobchodních jednotek pouze pro nákupy malých kapacit, jako je nákup pečiva, uzenin a zboží, které v domácnostech venkovského obyvatelstva v daný moment chybí. Těchto 65,8 % venkovského obyvatelstva nakupuje nákupy větších kapacit ve větších sídlech, kam míří do zaměstnání, škol a za službami. Struktura obyvatel pořizující nákupy větších kapacit mimo maloobchodní jednotku ve svém bydlišti je tvořeno z 54,9 % ekonomicky aktivními obyvateli (40 % ekonomicky aktivních obyvatel zajišťují zboží a nákupy pro své starší rodinné příslušníky), 39,1 % důchodci, 4,4 % domácností se studenty a 4,6 domácnostmi s ženami na mateřské dovolené. V okrese Jindřichův Hradec je možné vyznačit spádových oblastí k sídlu vyššího významu.

Obyvatelstvo směřuje do těchto významných sídel za práci, vzděláním, zdravotnickými a dalšími službami. Směry dojížděky venkovského obyvatelstva jsou zobrazeny v obrázku 42. Největší spádové území připadá k okresnímu městu Jindřichův Hradec a k městu Třeboň a Dačice. V menším množství směřuje obyvatelstvo do Deštné, Studené, Strmilova, Lomnice nad Lužnicí, Kardašovy Řečice, Suchdolu nad Lužnicí, Chlumu u Třeboně a Českých Velenic (obrázek nákupní spád). Nákupy venkovského obyvatelstva směřují do hypermarketů, supermarketů, diskontních prodejen a prodejen v řetězcích Flosman a Plus Jip.

Venkovské obyvatelstvo si do jisté míry neuvědomuje důležitost a neváží si venkovské maloobchodní jednotky v sídle, kde žijí. Namísto toho, aby každý z obyvatel sídla, kde maloobchodní jednotka působí, podpořil maloobchodní jednotku větším nákupem zboží a vyjádřil tak vděk za provozování jednotky v sídle, míří obyvatelstvo za nákupem jinam. Venkovské maloobchodní jednotky slouží především starším obyvatelům sídla v důchodovém věku, pro které je mnohdy maloobchodní jednotka v místě jejich bydliště jedinou možností pro zajištění zboží denní a časté potřeby. K zachování maloobchodní jednotky ve venkovském prostoru pro starší spoluobčany by mělo přispět i mladší obyvatelstvo (ekonomicky aktivní obyvatelstvo) a to způsobem pomoci v podobě uskutečnění nákupu zboží větších kapacit ve venkovské maloobchodní jednotce. Přece jenom dnes 50 let starý muž bude za 10 let v důchodovém věku, kdy sám bude rád za maloobchodní jednotku v prostoru, kde žije.



Obr. 42 Centra dojížděky okresu Jindřichův Hradec se spádovými oblastmi (zdroj: ČSÚ, 2013; vlastní zpracování v ArcMap)

9.10. Přístup obecních samospráv

Každá z venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec přistupuje k zajištění základních potřeb svých občanů rozdílně. Část venkovských obecních samospráv přistupuje k maloobchodní jednotce nebo pojízdné prodejně ve své obci jako k jakékoliv jiné živnosti, jejíž existence je pouze a jenom na provozovateli. Druhá část vidí v těchto provozovatelích důležitý aspekt pro rozvoj obce, zajištění potřeb pro starší osoby a udržení atraktivity obce. Obce tak můžeme rozdělit na základě jednoduchého kritéria, zda podporují a snaží se určitými způsoby zajistit základní potřeby svým občanů nebo nevynakládají žádné úsilí pro zajištění občanských potřeb. Ve venkovském prostoru se z 91 obcí snaží zajistit základní potřeby občanů a podporovat maloobchodní jednotky 34 obcí. U zbylých 57 obcí nejsou podporovány maloobchodní jednotky stacionární sítě a není ani jiným způsobem zajištěno zásobování občanů zbožím denní a časté potřeb. Snahu zajistit dodávku zboží denní a časté potřeby měly obce Hrachoviště a Bednárec, avšak tyto služby nebyly občany žádány. Z 34 obcí podporuje finančně nebo jiným způsobem maloobchodní jednotky stacionární sítě 23 obcí. Podpora je ve formě sníženého nájmu, úplného odpuštění nájmu, placení energií a odpadu, příspěvků na pohonné hmoty, darů v podobě palivového dřeva. Zajíždějící pojízdnou prodejnu podporuje 10 obcí a 2 obce zajišťují zprostředkování zboží základní a denní potřeby přes třetí osobu. Obcemi, které podporují jak maloobchodní jednotku stacionární sítě ve své obci, tak i pojízdnou prodejnu zajíždějící do místních částí obce, jsou 4 obce ve venkovském prostoru. Sami provozovatelé venkovských jednotek a pojízdné prodejny nám potvrzují, že bez finančních podpor by existence jejich maloobchodní jednotky na venkově nebyla ani možná. Již slabší výtěžky by byly zatíženy náklady z provozu (energie, nájem, odpady apod.) a budoucnost maloobchodních jednotek by byla ohrožena. Maloobchodní jednotku nevedou ve venkovském prostoru z důvodu výtěžku, tato činnost je v tomto prostoru značně nevýdělečná. Je to spíše dobrá vůle každého provozovatele.

9.10.1. Obce podporující venkovskou maloobchodní síť

Obecní samosprávy podporují venkovskou maloobchodní síť především finančními příspěvky a snížením nájemného u maloobchodních jednotek provozovaných v objektech obce. Finanční příspěvky maloobchodním jednotkám poskytuje obec Bořetín, Domamín a Kostelní Radouň. Nájem provozovatelům maloobchodních jednotek ve svých místních částech snižují a z velké části odpuštějí obce Budíškovice (maloobchodní jednotce v Ostojkovicích), obec Červený Hrádek (maloobchodní jednotce Jednoty), obec Drunče (maloobchodní jednotce v Drunči), obec Dvory nad Lužnicí (maloobchodní jednotce v Dvorech nad Lužnicí), obec Horní Radouň (maloobchodní jednotce v Horní Radouni a Starém Bozděchově), obec Hříšice

(maloobchodní jednotce Jednoty), obec Jarošov nad Nežárkou (maloobchodní jednotce ve Zdešově), obec Lodhěřov (maloobchodní jednotce ve Studnici), obec Lužnice (maloobchodní jednotce Jednoty), obec Okrouhlá Radouň (maloobchodní jednotce v Okrouhlé Radouni), obec Pístina (maloobchodní jednotce v Pístině), obec Plavsko (maloobchodní jednotce v Plavsku), obec Ponědraž (maloobchodní jednotce v Ponědraži), obec Rosička (maloobchodní jednotce v Rosičce), obec Volfířov (maloobchodní jednotce ve Volfířově a Řečici). Velmi vstřícní jsou v obcích Cep, Březina, Klec, Kostelní Radouni a Okrouhlé Radouni, kde je maloobchodním jednotkám ve stejně jmenovaných místních částech nejen odpuštěn či velmi snížen nájem, ale jsou za ně hrazeny i energie (vody, elektřina, plyn). Se zvláštní podporou jsme se setkali v obcích Domamín, kde je výše podpory regulována spokojeností s provozovatelem. Obec Pluhův Ždár maloobchodním jednotkám v Jižné a Klenově přispívá darem ve formě palivového dřeva a odpuštěním poplatků za odpady. Jako podporu maloobchodní jednotky v Popelíně vidí obec Popelín směrováním veškerých obecních nákupů do této jednotky. Pojízdna prodejna je podporována 8 obcemi, jak již bylo zmíněno v kapitole o pojízdne prodejně. Podrobnější výčet obecních podpor je k dispozici v příloze 13.

10. ZÁVĚR

Území venkovských obcí zabírá svou plochou 70% území okresu Jindřichův Hradec, který tak můžeme zařadit mezi venkovské okresy. Ve venkovském prostoru žije necelých 30 000 obyvatel, jehož počet se každoročně zvyšuje v důsledku suburbanizace a kladných hodnot migračního salda a přirozeného přírůstku. Struktura obyvatelstva je tvořena z 15 % obyvateli ve věku 0–14 let, z 69 % obyvateli ve věku 15–64 let a z 16 % obyvateli staršími než 65 let. Právě na starší generaci obyvatelstva venkovských obcí jsou ve velké míře závislé maloobchodní jednotky ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec.

Venkovský prostor okresu Jindřichův Hradec je tvořen 91 obcemi, 195 místními částmi. Z tohoto počtu obcí se maloobchodní jednotka nachází v 64 obcích. Počet maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru se v dlouhodobém horizontu od roku 1989 snížil pouze o dvě obce s maloobchodní jednotkou. Vývoj počtu maloobchodních jednotek lze popsat křivkou prudkého zvýšení, snižování a následné zvyšování v posledních letech. Počet maloobchodních jednotek rostl od roku 1991 do roku 1998, kdy nejvyššího počtu maloobchodních jednotek dosáhla venkovská maloobchodní síť v roce 1996 (72 obcí s maloobchodní jednotkou z 91 obcí ve venkovském prostoru). Od roku 1999 počet maloobchodních jednotek klesá, a to až do roku 2009, kdy se opět zvyšuje. Nejrapidněji se v tomto období vyvíjel počet maloobchodních jednotek v obcích s velikostí 99–299 obyvatel. Nejstabilnější skupinou jsou obce s velikostí nad 500 obyvatel, u kterých jsme zaznamenali neměnný počet obcí s maloobchodní jednotkou od roku 1989 do současné doby. Struktura maloobchodních jednotek byla na počátku sledovaného období uniformní, území bylo obsluhováno pouze provozovny spotřebního družstva Jednota. V transformované podobě vlastnických poměrů se s Jednotou setkáváme dodnes a to s jednotlivými spotřebními družstvy Jednoty pod řetězcem COOP. V roce 1989 provozovala Jednota 77 maloobchodních jednotek, dnes provozuje pouze 34 maloobchodních jednotek ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec. Zbylé objekty Jednot byly zprivatizovány, navráceny nebo prodány. V mnoha původních objektech provozoven Jednoty se dnes stále nachází maloobchodní jednotka, ovšem už ve vlastnictví soukromé osoby

K počátku roku 2014 je venkovská maloobchodní síť tvořena 103 maloobchodními jednotkami. Soukromými vlastníky je provozováno 69 maloobchodních jednotek. Jednota provozuje 34 maloobchodních jednotek. V několika místních částech se nachází více jak jedna maloobchodní jednotka. Jsou jimi místní části Halámky, Hospříz, Budíškovice, Budeč, Bednářeček, Jarošov nad Nežárkou, Novosedly nad Lužnicí, Staré Hobzí a především Kunžak, kde je 13 maloobchodních prodejen. Venkovské maloobchodní jednotky provozují především ženy (38,8 % provozovatelů) a Jednota, spotřební družstvo v Jindřichově Hradci (33 % maloobchodních

jednotek). Z celkového počtu maloobchodních jednotek má 49,5 % maloobchodních jednotek shodné místo provozu s bydlištěm provozovatele. V maloobchodní síti jsou maloobchodní jednotky provozovány 63 provozovateli. Největší podíl jednotek provozuje Jednota, spotřební družstvo v Jindřichově Hradci (34 maloobchodních jednotek), provozovatelů žen je 34, mužů 22 a firem 6. Ženy jako provozovatelky převládají. Stáří provozovatelů se pohybuje mezi 50–59 lety a 40–49 lety. Více jak jednu jednotku provozuje 7 provozovatelů. Provozovatelé nejsou sami jedinými pracovníky maloobchodních jednotek. V maloobchodní síti je zaměstnáno 143 osob, z nichž je 40 % samotných provozovatelů. V maloobchodním prostředí pracují především ženy, muži se orientují spíše na specializované prodejny technických směrů. Provozovatel s největším počtem zaměstnanců je ve venkovském prostředí Jednota, spotřební družstvo v Jindřichově Hradci. Z počtu pracovníků jsme odvodili obslužný standard, který se svou hodnotou 208 obyvatel na jednoho pracovníka maloobchodní jednotky, potvrzuje venkovský charakter maloobchodní sítě. Objekty, v kterých sídlí maloobchodní jednotky, jsou převážně ve vlastnictví provozovatele. Pouze 40 provozovatelů je v nájmu. Mezi nájemci nejsou pouze soukromí provozovatelé, ale i některé provozy Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci.

Z analýz pracovní doby venkovských maloobchodních jednotek je možné odvozovat pracovní dobu na základě velikosti obce či místní části. V místních částech malých velikostí se počet hodin pohybuje do 10–20 hodin, s velikostí do 400 obyvatel je pracovní doba 40 hodin týdně. Nejdéle otevřené maloobchodní jednotky najdeme v místních částech s velikostí nad 400 obyvatel. Nadprůměrnou pracovní dobu i v místních částech malých velikostí mají provozovny Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci. Největší podíl maloobchodních jednotek má otevřeno 26–35 hodin týdně. Více jak polovina maloobchodních jednotek má otevřeno 6 dní v týdnu. Jsou jimi především maloobchodní jednotky Jednoty, maloobchodní jednotky v Kunžaku, Novosedlech nad Nežárkou, Hospřízi, ale i menší maloobchodní jednotky v Lomech a Cepu. Po celý týden jsou maloobchodní jednotky otevřeny jen ve větších obcích jako je Kunžak, Popelín, Staré Hobzí a maloobchodní jednotky v Mláce a Hospřízi, kterou provozuje občanka Vietnamské republiky. Tato prodejna potravin má otevřeno 7 dní v týdnu a 12 hodin denně. S jinou prodejnou provozovatele z Vietnamské republiky jsme se ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec nesetkali. Z pracovních dnů je nejčastěji otevřeno v pátek a ve středu. Po uzavření je v 60 % venkovských obcí možné otevřít a umožnit nákup i mimo pracovní dobu.

Venkovské maloobchodní jednotky mají zajišťovat denní a časté potřeby občanů, tudíž i ve venkovském prostoru okresu Jindřichův Hradec je více jak 70 % maloobchodních jednotek zaměřeno na sortiment smíšeného zboží s převahou potravinářského zboží. Ryze potravinářský sortiment nabízí 5 % maloobchodních jednotek. Maloobchodní jednotky s potravinářským

sortimentem se nacházejí při výrobnách, přičemž se jejich sortiment zaměřuje na jejich vlastní výroby. Jsou jimi maloobchodní jednotka v Mláce při Mini mlékárně Mláka, maloobchodní jednotka v Novosedlech při Pekárně Novosedly, maloobchodní jednotka v Hospřizi při ZD Hospřiz a při uzenářství pan Kocar. Specializované nepotravinářské maloobchodní jednotky jsou především v Kunžaku. Prodej v maloobchodních jednotkách je uskutečňován formou pultového prodeje a samoobslužného prodeje. Samoobslužná forma prodeje je typická pro větší maloobchodní jednotky, jakými jsou maloobchodní jednotky Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci. Ve všech maloobchodních jednotkách se samoobslužnou formou prodeje se v určitých úsecích vždy objevuje pultový výdej a to především u zboží, které potřebuje další zpracování (př. uzeniny).

Pro venkovské obyvatelstvo a jejich nákupy je stále určující cena, která rozhoduje, co a kde občan nakoupí. Z venkovského obyvatelstva nakupuje ve venkovských maloobchodních jednotkách jen 34,2 %. Struktura obyvatel nakupujícího ve venkovských maloobchodních jednotkách je tvořena z 80 % starším obyvatelstvem a ženami na mateřské dovolené. Starší obyvatelé nakoupí v maloobchodní jednotce i nákupy větších kapacit, zatímco ekonomicky aktivní obyvatelstvo směřuje svoje nákupy větších kapacit do sídel, kam dojíždí za prací. Více jak 50 % dochází do venkovské maloobchodní jednotky pouze pro zboží a nákupy malých kapacit, jako je pečivo a uzeniny, pochutiny. Maloobchodním jednotkám by mohla pomoci integrace s obchodními řetězci nebo spolupráce s ostatními maloobchodními jednotkami. Integrace venkovským maloobchodním jednotkám přinese výhodnější ceny zboží a možnost rozšířit sortiment zboží. Ve venkovském prostředí okresu Jindřichův Hradec je integrováno 40 % maloobchodních jednotek, z nichž je 80 % v integraci řetězce COOP Jednoty, spotřebního družstva v Jindřichově Hradci. Dalšími řetězci jsou Flosman a.s se značkou Flop, Teta drogerie a Top drogerie.

Doplňkovým prodejem maloobchodních jednotek stacionární sítě jsou pojízdné prodejny. V okrese Jindřichův Hradec zajíždí pojízdná prodejna do 49 místních částí, z nichž se mimo jednu rozkládají ve východní části okresu Jindřichův Hradec v prostoru od Dačic po Jindřichův Hradec a Studenou. Tento prostor je od roku 2001 obsluhová pojízdnou prodejnou pana Pidrmana, který do každé místní části přijíždí dvakrát do týdne se zbožím denní a časté potřeby. Pojízdná prodejna neslouží pouze pro nákup potravin, ale lidé se zde sdružují a v málo obydlených místech jsou občané rádi, že si popovídají a dozvědí se něco nového. Provoz pojízdné prodejny je možný pouze s pomocí obcí. Pan Pidrman ročně získá dotaci 250 000 Kč, z nichž 80 000 Kč pochází z rozpočtů 8 venkovských obcí, do jejichž místních částí pojízdná prodejna zajíždí. Za doplňkový prodej považujeme i tzv. nákup do tašek, kdy je dodávka zboží denní a časté potřeby zajištěna osobou, která nákup uskuteční a dopraví občanovi, který si jej

objednal. Tento způsob nákupu do tašek je uskutečňován v místních částech obce Blažejov a Jarošov nad Nežárkou.

Z 91 obecních samospráv podporuje maloobchodní síť venkovského prostoru pouze 34 obcí. Maloobchodní jednotky jsou podporovány slevou na nájmu nebo úplným odpuštěním nájemného, podporou placení energií obcí, příspěvků na pohonné hmoty. Myslíme si, že by se počet obcí podporující a zajišťující provoz maloobchodních jednotek a provozů měl zvýšit. Není nutné stavět nové objekty pro provoz maloobchodní jednotky, ale postačil by zájem o možné řešení. Řešení se nabídnou sama, může jim být pojízdná prodejna nebo tzv. nákup do tašek. Nákup do tašek hodnotíme velmi pozitivně a vidíme v něm velký potenciál do budoucích let.

Celkově hodnotíme zajištění denní a časté potřeby obyvatelstva venkovského prostoru jako dostatečně. Nejlépe je obsluženo území obcí v prostoru obce s rozšířenou působností Třeboň. Zde jsou pouze 3 místní části, které nemají zajištěné potřeby maloobchodní jednotkou nebo jiným způsobem. V obci s rozšířenou působností Jindřichův Hradec je více jak 30 místních částí bez zajištění denních a častých potřeb. Převážná většina místních částí je však v zázemí větších sídel, především Jindřichova Hradce (12 místních částí). Jindřichův Hradec nabízí širokou škálu nákupních možností a obyvatelstvo z 90 % do Jindřichova Hradce dojíždí za prací. Provoz maloobchodních jednotek v přilehlých místních částech k Jindřichovu Hradci, by vzhledem ke konkurenci supermarketů a hypermarketů v Jindřichově Hradci neměl smysl. K Deštné přiléhá 5 venkovských místních částí, a ke Kardašově Řečici 7 místních částí. V území obce s rozšířenou působností Dačice je největším prostorem bez maloobchodních jednotek území České Kanady, (místní části Českého Rudolce a Starého Města pod Landštejnem). Tato oblast je však obslužena pojízdnou prodejnou, v důsledku které můžeme území považovat za velmi dobře obslužené. Výrazně a velmi dobře je zajištěna obslužnost obcí a místních částí při východní hranici kraje v okolí města Dačice. Denní a časté potřeby jsou zajištěny i v nejjihnějším cípu při východní hranice kraje.

SUMMARY

The diploma thesis follows up the retail network in a rural area belonging to the district of Jindřichův Hradec. This thesis analyzes the structure of detail units in 2014, the behavior of the customer and access to the detail and municipal governments to ensure needs of the citizens. All results of the analysis were developed based on questionnaire investigation and field investigation.

The rural area occupies about 64% of the district Jindřichův Hradec and here live 29 700 inhabitants. There are situated 91 rural communities and 195 local sections in the rural area. It was found that the retail unit is located in 64 communities and 80 local sections. The mobile shops provide the daily and frequent needs in 49 local areas. In 10 local areas is provided this service by the office of the community. The retail network is evaluated as satisfactory. Commodity of daily and frequently needs is available in 71% local part. The best territory of this district is Třeboň.

In the rural part of Jindřichův Hradec district is 103 retail shops. Private persons carry on 69 retail shops. Cooperative Unity carry on 34 retail shops. Form of selling is counter sales and self-service. Retail network has 143 employees in retail shops. The Unity employs the most people, it has 60 employees. The operator and owner is the only employee in 48 cases. Retail units have opened an average 26 to 35 hours. Assortment is mixed with a predominance of foodstuffs. Non-food range have 16 retail shops. Contractors supply goods to the 36% from detail shops. The look of the shops is preserved and reminds the time of socialism. About 1/3 inhabitants go shopping to the rural retail units. They are senior citizens and women on the maternity leave. The others go shopping to the town, because they are working there. The retail units lose customers. The Office of the municipalities have to give a subsidy grant, they give them a money, reduce a lease and pay an energy.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Literatura:

- BINEK, Jan a kol. Venkovský prostor a jeho oživení. Brno: Georgetown, 2007. 137 s. ISBN 978-80-86251-22-6
- CIMLER, Petr., a kol. Obchod a služby. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 1998, ISBN 80-7082-454-9
- CIMLER, Petr., ZADRAŽILOVÁ, Dana., a kol. Retail management. Praha: Management Press, 2007, ISBN 978-80-7261-167-6
- CUHROVÁ, Terezie a kol. Management krajiny a rozvoje venkovských obcí: sborník sylabů z přednášek. Vyd. 1. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2003. 65 s., [5] l. obr. příl. ISBN 80-213-1103-7.
- DIVIŠ, I. Stavby ve venkovském prostoru. In ŠTENCLOVÁ, Š., et. al. Obnova venkovského prostoru. 1. Vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2005.
- HES, Aleš. Velkoobchod a maloobchod. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2004. 132 s. ISBN 80-213-1163-0.
- JEŽEK, Jiří. Problémy územního rozvoje maloobchodní sítě a možnosti jejich řešení. Plzeň: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2006.
- LEDNICKÝ, Václav a Jiří VANĚK. Strategie rozvoje malého a středního podnikání v marginálních příhraničních oblastech České republiky: Václav Lednický, Jiří Vaněk. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2006, 153 s. ISBN 8072483978.
- LINHART, Jiří, ed. *Velký sociologický slovník. Sv. 2, P-Ž*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996. s. 749-1627. ISBN 80-7184-310-5
- MAJEROVÁ, Věra a ČMEJREK, Jaroslav. Český venkov 2005: rozvoj venkovské společnosti. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, ©2005. 163 s. ISBN 80-213-1274-2.
- MAJEROVÁ, Věra a Irena HEROVÁ. Český venkov 2007: studie Jihočeského a Ústeckého kraje. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, c2008, 246 s. ISBN 9788021317680.
- MAJEROVÁ, Věra. Český venkov 2003: situace před vstupem do EU. 1. vyd. Praha: Credit, 2003, 209 s. ISBN 8021311215.
- PAVLÍK, Zdeněk. Vymezení venkovského obyvatelstva [Delimitation of Country population]. In: MAJEROVÁ, Věra. Český venkov 2005. Praha : ČZU, 2005, p. 21–36. Text in Czech. ISBN 80-213-1274-2.
- PĚLUCHA, Martin. Venkov na prahu 21. století: venkov a jeho rozvoj na přelomu milénia, územní dopady znalostní ekonomiky na venkov, souvislosti vztahů měst a venkova v globalizované ekonomice. 1. vyd. Praha: Alfa Nakladatelství, 2012, 319 s. ISBN 9788087197493.
- Rozvoj venkova v Jihočeském kraji v letech 2000 až 2006. České Budějovice: Český statistický úřad, 2007, 88 s. ISBN 9788025016299.

STARZYCZNA, Halina. Transformace maloobchodu v České a Slovenské republice v letech 1993-2003 v jejích historických souvislostech. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2011. 222 s. Studia economica: vědecké monografie Slezské univerzity v Opavě, Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné. ISBN 978-80-7248-666-3.

Internetové zdroje:

BUSINESSINFO.CZ. BusinessInfo.cz: Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) [online]. 2009, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/klasifikace-ekonomicky-ch-cinnost-cz-nace-3101.html>

ČESKÁ TELEVIZE. Česká televize: Události v regionech [online]. Praha, 2014, 2014 [cit. 2014-04-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10118379000-udalosti-v-regionech-praha/214411000140114-udalosti-v-regionech/titulky/>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: ČSÚ a územně analytické podklady [online]. 2013b, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodicka_prirucka_k_nace_rev_2_\(cz_nace\)/\\$File/metodicka_prirucka_cz_nace_rev_2.pdf](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodicka_prirucka_k_nace_rev_2_(cz_nace)/$File/metodicka_prirucka_cz_nace_rev_2.pdf)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: Charakteristika okresu Jindřichův Hradec [online]. 2012 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_jh

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: Databáze demografických údajů za obce ČR [online]. 2013, [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: http://www.czso.cz/cz/obce_d/index.htm

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Maloobchod v letech 2000–2010. Český statistický úřad: Statistika a my. 2012a, roč. 2012, č. 2. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/9C00466639/\\$File/1804120207_09.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/9C00466639/$File/1804120207_09.pdf)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: Metodická příručka k NACE Rev. 2 (CZ-NACE) [online]. 2007b, 2011 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodicka_prirucka_k_nace_rev_2_\(cz_nace\)/\\$File/metodicka_prirucka_cz_nace_rev_2.pdf](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodicka_prirucka_k_nace_rev_2_(cz_nace)/$File/metodicka_prirucka_cz_nace_rev_2.pdf)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: Bilance obyvatel ve městech Jihočeského kraje v roce 2013 [online]. 2013, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/bilance_obyvatelstva_ve_mestech

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: Sčítání lidu, domů a bytů, vše o území [online]. 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/sldbvo>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: Sdělení Českého statistického úřadu ze dne 18. září 2007 o zavedení Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) [online]. 2007a, 2011 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/sdeleni_\(cz_nace\)/\\$File/sdelen%C3%AD_CZ-NACE.pdf](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/sdeleni_(cz_nace)/$File/sdelen%C3%AD_CZ-NACE.pdf)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: Statistický metainformační systém [online]. 2008, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodicka_prirucka_k_nace_rev_2_\(cz_nace\)/\\$File/metodicka_prirucka_cz_nace_rev_2.pdf](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodicka_prirucka_k_nace_rev_2_(cz_nace)/$File/metodicka_prirucka_cz_nace_rev_2.pdf)

DIVIŠ, František. Jihočeský kraj: méně hypermarketů, více samoobsluh. *Retail Info Plus* [online]. 2011, I., 7-8 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.retailinfo.cz/plus/2011/7-8/>

HES, Aleš et al. Obchodní nauka. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2013. 311 s. ISBN 978-80-213-2408-4. Dostupné z: http://etext.czu.cz/php/skripta/kapitola.php?titul_key=83&idkapitola=70

HUDI, Ondřej. Maloobchod v prosinci a v roce 2012 - tržby reálně poklesly. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-6609/>

Hudečková, Helena
http://sreview.soc.cas.cz/uploads/b2810b2cae854060b3be14a51a4bb4a69288e7ea_318_449HUEDC.pdf

INCOMA GfK. Incoma GfK: Diskontní prodejny představují nejrychleji se rozvíjející maloobchodní formát v České republice [online]. Praha, 2008b, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=988&lng=CZ&ctr=203> G

INCOMA GfK. Incoma GfK: Diskontní prodejny stále představují nejrychleji se rozvíjející maloobchodní formát v České republice [online]. Praha, 2009a, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=988&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GfK. Incoma GfK: Krize ovlivňuje nákupní chování populace a letákovou komunikaci obchodních řetězců – kde se zastaví slevová spirála? [online]. Praha, 2010a, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1083&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GfK. Incoma GfK: Kupní síla stagnuje, regionální rozdíly se letos nezvýšily [online]. Praha, 2012, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1238&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GfK. Incoma GfK: Nuda na českém maloobchodním trhu končí [online]. Praha, 2011, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1167&lng=CZ&ctr=203> P

INCOMA GfK. Incoma GfK: Počet prodejen potravinářských řetězců stále roste [online]. Praha, 2013a, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1263&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GfK. Incoma GfK: Pozice nezávislého obchodu se stabilizuje [online]. Praha, 2005a, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=558&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GfK. Incoma GfK: Regionální rozdíly v úrovni kupní síly se se dále prohlubují [online]. Praha, 2011b, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1197&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GfK. Incoma GfK: Supermarkety dlouhodobě klesají, diskonty zaujímají [online]. Praha, 2006a, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=672&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GfK. Incoma GfK: TOP10 českého obchodu: pokles tržeb a změny pořadí [online]. Praha, 2008a, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1082&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GfK. Incoma GfK: Tradiční sortiment kamenných prodejen v ohrožení internetu [online]. Praha, 2013b, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1260&lng=CZ&ctr=203>

JEDNOTA, spotřební družstvo v Třešti. Jednota, spotřební družstvo v Třešti: Pojízdna prodejna [online]. 2013 [cit. 2014-04-28]. Dostupné z: <http://www.jednotatrest.wz.cz/pprod.htm>

MICHOVSKÁ, Hana. České řetězce jsou unikátní, žádný z nich nemá ani desetinu trhu. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2012b, 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-6503/>

MICHOVSKÁ, Hana. Obchod a pohostinství v roce 2010. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2010a, 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-5080/> M

MICHOVSKÁ, Hana. Perspektivy v evropském maloobchodu. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2010c, 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-5335/>

MICHOVSKÁ, Hana. Problémy obchodu v Jihočeském kraji z pohledu SOCR ČR. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2011c, 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-5742/>

MICHOVSKÁ, Hana. Retail Summit 2010: obchod a výroba hledaly společně cesty, jak se odrazit ode dna. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2010b, 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-4844/>

MICHOVSKÁ, Hana. Retail Summit 2011: Jak přežít na trhu? Inovovat!. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2011b, 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-5444/>

MICHOVSKÁ, Hana. Vývoj maloobchodního trhu a spotřeby domácností za rok 2011. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2012a, 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-6100/>

SVAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR. Maloobchodní trh a spotřeba domácností v roce 2004. Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2004 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/clanek-416/>

SVAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR. Retail Summit 2014: účastníci našli inspiraci do nejisté doby. In: Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství [online]. 2014, 2014 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/retail-summit-2014-tisicovka-ucastniku-nasla-inspiraci-do-nejiste-doby/>

ŠÍPEK, Ladislav. Český maloobchod stále stagnuje. In: *Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: Zpravodajství* [online]. 2013, 2013 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.socr.cz/clanek/cesky-maloobchod-stale-stagnuje/>

Vesnici dělá hospoda, kostel, obchod a škola. *Retail Info Plus* [online]. 2011, I., č. 4 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.retailinfo.cz/plus/2011/4/?pn=20>

Ústní sdělení

Obecní zástupci 91 obcí venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec

Obyvatelé venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec

Provozovatelé maloobchodních jednotek venkovského prostoru okresu Jindřichův Hradec

Provozovatel pojízdné prodejny p. Pidrman

PŘÍLOHY

Seznam příloh:

- Příloha 1 Vymezení venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec na základě zvolených kritérií
- Příloha 2 Dotazník k terénnímu šetření venkovských maloobchodních jednotek
- Příloha 3 Dotazník k dotazníkovému šetření nákupního chování venkovského obyvatelstva
- Příloha 4 Struktura klasifikace ekonomické činnosti CZ-NACE
- Příloha 5 Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle častosti nákupu
- Příloha 6 Ekonomické subjekty za obce s rozšířenou působností Dačice, Jindřichův Hradec a Třeboň za rok 2012
- Příloha 7 Pohyb obyvatelstva ve venkovských obcích v letech 2000–2011
- Příloha 8 Ukazatelé obyvatelstva venkovských obcí s porovnáním s městskými obcemi a okresem Jindřichův Hradec za rok 2012
- Příloha 9 Ekonomicky aktivní obyvatelstvo venkovských oblastí na trhu práce v roce 2011
- Příloha 10 Vzdělanostní struktura obyvatelstva venkovských obcí za rok 2011 v relativních hodnotách
- Příloha 11 Vývoj počtu venkovských obcí s maloobchodní jednotkou v území venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec v letech 1989–2014 dle velikosti venkovské obce
- Příloha 12 Vývoj počtu venkovských místních částí obcí s maloobchodní jednotkou v území venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec v letech 1989–2014 dle velikost místních částí obcí
- Příloha 13 Venkovské obce podporující maloobchod a jejich forma podpory

Příloha 1 Vymezení venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec na základě zvolených kritérií

název obce	výměra (ha)	počet obyvatel	počet ob/km ²	1. kritérium	2. kritérium	3. kritérium
Báňovice	479	103	21,5	V	V	V
Bednárec	779	99	12,7	V	V	V
Bednářeček	694	211	30,4	V	V	V
Blažejov	1987	312	15,7	V	V	V
Bořetín	587	94	16	V	V	V
Březina	952	140	14,7	V	V	V
Budeč	512	237	46,3	V	V	V
Budíškovice	2304	782	33,9	V	V	V
Cep	3547	189	5,3	V	V	V
Cizkrajov	2583	553	21,4	V	V	V
Červený Hrádek	679	212	31,2	V	V	V
České Velenice	1209	3424	283,3	M	M	M
Český Rudolec	4928	979	19,9	V	V	V
Číměř	4571	699	15,3	V	V	V
Člunek	2496	473	18,9	V	V	V
Dačice	6709	7882	117,5	M	M	M
Dešná	3769	663	17,6	V	V	V
Deštná	1270	700	55,1	V	V	V
Dívčí Kopy	273	60	22	V	V	V
Dobrohošť	338	46	13,6	V	V	V
Dolní Pěna	529	151	28,6	V	V	V
Dolní Žďár	684	146	21,4	V	V	V
Domanín	1241	329	26,5	V	V	V
Doňov	513	92	17,9	V	V	V
Drunče	411	52	12,7	V	V	V
Dunajovice	818	208	25,4	V	V	V
Dvory nad Lužnicí	1564	325	20,8	V	V	V
Frahelž	299	147	49,1	V	V	V
Hadravova Rosička	270	55	20,4	V	V	V
Halámky	690	151	21,9	V	V	V
Hamr	1194	352	29,5	V	V	V
Hatín	2989	197	6,6	V	V	V
Heřmaněč	509	90	17,7	V	V	V
Horní Meziříčko	439	104	23,7	V	V	V
Horní Němčice	417	90	21,6	V	V	V
Horní Pěna	1482	491	33,1	V	V	V

Horní Radouň	1535	257	16,7	V	V	V
Horní Skrýchov	363	105	29	V	V	V
Horní Slatina	582	151	25,9	V	V	V
Hospřiz	860	386	44,9	V	V	V
Hrachoviště	2135	475	22,3	V	V	V
Hříšice	1168	320	27,4	V	V	V
Chlum u Třeboně	4737	2159	45,6	M	V	MĚSTYS
Jarošov nad Nežárkou	2778	1076	38,7	V	V	V
Jilem	454	107	23,5	V	V	V
Jindřichův Hradec	7431	22431	22464	M	M	M
Kačelehy	874	67	7,7	V	V	V
Kamenný Malíkov	473	62	13,1	V	V	V
Kardašova Řečice	4583	2246	49	M	V	M
Klec	632	189	29,9	V	V	V
Kostelní Radouň	589	271	46	V	V	V
Kostelní Vydří	651	158	24,3	V	V	V
Kunžak	4953	1536	31	V	V	V
Lásenice	1040	549	52,8	V	V	V
Lodhěřov	2372	612	25,8	V	V	V
Lomnice nad Lužnicí	1890	1694	89,6	V	V	M
Lužnice	1214	406	33,4	V	V	V
Majdalena	1296	494	38,1	V	V	V
Nová Bystřice	8176	3298	40,3	M	M	M
Nová Olešná	723	102	14,1	V	V	V
Nová Včelnice	1010	2407	238,2	M	M	M
Nová Ves nad Lužnicí	2382	352	14,8	V	V	V
Novosedly nad Nežárkou	4466	627	14	V	V	V
Okrouhlá Radouň	908	184	20,3	V	V	V
Peč	1815	395	21,8	V	V	V
Písečné	3354	551	16,4	V	V	V
Pístina	1018	203	19,9	V	V	V
Plavsko	1086	435	40	V	V	V
Pleše	983	184	18,7	V	V	V
Pluhův Žďár	3337	599	17,9	V	V	V
Polště	413	104	25,2	V	V	V
Ponědraž	580	115	19,8	V	V	V
Ponědrážka	637	83	13	V	V	V
Popelín	1346	478	35,5	V	V	V
Příbraz	711	232	32,6	V	V	V
Rapšach	2838	567	20	V	V	V
Ratibor	1168	165	14,1	V	V	V
Rodvínov	1271	435	34,2	V	V	V
Roseč	546	215	39,4	V	V	V
Rosička	395	57	14,4	V	V	V
Slavonice	4579	2674	58,4	M	V	M

Smržov	1090	91	8,3	V	V	V
Staňkov	1888	235	12,4	V	V	V
Staré Hobzí	2470	586	23,7	V	V	V
Staré Město pod Landštejnem	6917	540	7,8	V	V	V
Stráž nad Nežárkou	3630	843	23,2	V	V	M
Strmilov	3058	1402	45,8	V	V	M
Stříbřec	1896	458	24,2	V	V	V
Střížovice	1235	582	47,1	V	V	V
Studená	4495	2424	53,9	M	V	V
Suchdol nad Lužnicí	6387	3614	56,6	M	M	M
Světce	758	151	19,9	V	V	V
Třebětice	691	310	44,9	V	V	V
Třeboň	9833	8866	90,2	M	M	M
Újezdec	422	68	16,1	V	V	V
Velký Ratmírov	1360	206	15,1	V	V	V
Vícemil	382	85	22,3	V	V	V
Višňová	579	65	11,2	V	V	V
Vlčetínek	622	60	9,6	V	V	V
Volfířov	3279	677	20,6	V	V	V
Vydří	585	123	21	V	V	V
Záblatí	1028	81	7,9	V	V	V
Záhoří	361	117	32,4	V	V	V
Zahrádky	820	237	28,9	V	V	V
Žďár	713	73	10,2	V	V	V
Županovice	446	52	11,6	V	V	V

Zdroj: ČSÚ, 2013, vlastní zpracování

DOTAZNÍK VENKOVSKÝ MALOOBCHOD

Dobrý den,

Jsem studentkou Univerzity Palackého v Olomouci, obor Regionální geografie. V tomto roce 2014 budu obhajovat svoje studium závěrečnou diplomovou prací, která řeší otázky venkovského maloobchodu v okrese Jindřichův Hradec. Proto bych Vás chtěla požádat o vyplnění tohoto dotazníku. Vaše odpovědi jsou pro mě velmi cenné a pro diplomovou práci nepostradatelné.

Děkuji

Aneta Švarcová, e-mail: aninka.svarc@seznam.cz, tel.: +420724894749

MALOOBCHODNÍ ČINNOST

Vlastník

.....

Provozovatel

.....

Věk

.....

Bydliště provozovatele

a) v místě provozu

b) mimo místo provozu jednotky

Od kdy provoz

.....

Přerušení provozu od 1989 ano x ne

kdy:.....

Střídání vlastníků/provozovatelů ano x ne

Nezávislý obchodník ano x ne

Integrace ano x ne

jaká:.....

Kooperace ano x ne

jaká:.....

Pokud ne, nepřemýšleli jste o spolupráci ano x ne

o jaké:.....

Příspěvky obce na provoz ano x ne

částka:.....

Jiný příspěvek od obce:

.....

Další finanční pomoc

.....

.....
Obrat jednotky a) ztrátový b) ziskový

Provoz do dalších let
.....

Přemýšlíte u ukončení ano x ne
proč?.....

Víte o dotacích z fondů Evropské unie ano x ne
jaká:.....

Využil jste někdy možnosti žádat o dotace ano x ne
jaká:.....

MALOOBCHODNÍ JEDNOTKA

Realizace a) v síti prodejen b) mimo síť prodejen

Prodejní plocha
.....

Forma prodeje a) samoobslužný b) pultový c) volný výběr d) výběr dle vzorků

Operace a) skladování b) příjem c) příprava d) prodej

Otevírací doma

PO		
ÚT		
ST		
ČT		
PÁ		
SO		

Hluchá místa v provozu jednotky ano x ne
kdy:.....

Má prodejna sociální aspekt sdružování obyvatel (kultura, sociální aspekt)
ano x ne
.....
.....

Umožňujete otevření prodejny pro př. jednoho zákazníka (chybí mu určité zboží atd.) v čase kdy je jednotka zavřena ano x ne

jaké zboží:.....

ZÁKAZNÍCI

Struktura zákazníků a) do 15 let b) 16 až 30 c) 31 – 45 d) 46 – 60 e) 60 a více

Nakupující a) z místa působení b) z místa působení a z jiných lokalit

a) důchodci b) na rodičovské dovolené c) EAO d) sociálně slabší

Velikost nákupu a) veškerý sortiment b) určité druhy zboží

a) do 100 Kč b) do 200 Kč c) do 300 Kč d) do 400 Kč e) více jak 400 Kč

a) velké kapacity b) malé kapacity rychloobrátkové zboží (pečivo, uzeniny)

PRACOVNÍCI

Vlastník/provozovatel je pracovníkem ano x ne jediným ano x ne

Počet

Vzdělání ZŠ SŠ bez maturity SŠ VŠ

.....

Forma a) pracovní smlouva b) dohoda o pracovní činnosti c) brigádníci

SORTIMENT

a) potravinářský b) nepotravinářský c) smíšený s převahou potravn. zboží

specializace ano x ne

.....

objednávky ano x ne

čeho:.....

Sortiment a) dodavatelé b) dodavatelé a samozásobitelství c) samozásobitelství

Dodavatelé:.....

.....

Samozásobitelství

Kde?.....

Jaké zboží?.....

Přizpůsobujete sortiment zákaznickovy ano x ne

jaký:.....

Je ve vašem sortimentu zboží místních výrobců a pěstitelů ano x ne

jaké:.....

UMÍSTĚNÍ

Stupeň návaznosti individuálně stojící skupina MA jednotek

Návaznost.....
.....

Umístění samostatný provoz bytový objekt provoz v ulici

Dopravní uzly, komunikace ano x ne
význam.....

Pohyb zákazníka ano x ne žádný zřídka častý

PROSTŘEDÍ – EXTERIÉR

Architektura novostavba rekonstruovaný zastaralý zchátralý

Vstupní prostor viditelný x neviditelný široký x úzký bariérový x bezbariérový

Výkladní skříně ano x ne
atraktivita.....

Parkování ano x ne počet: cyklo stojany dostupnost vozíkem

PROSTŘEDÍ – INTERIÉR

Materiály
.....

Zařízení chladicí pulty pokladna váha ledničky mrazáky
.....
.....

Osvětlení dostatečné x nedostatečné
.....

Barvy příjemné x nepříjemné světlé x tmavé jednobarevné x vícebarevné

Dispozice.....
.....

Příloha 3 Dotazník k dotazníkovému šetření nákupního chování venkovského obyvatelstva

DOTAZNÍK NÁKUPNÍ SPÁD – VENKOVSKÝ MALOOBCHOD

Dobrý den,
Jsem studentkou Univerzity Palackého v Olomouci, obor Regionální geografie. V tomto roce 2014 budu obhajovat svoje studium závěrečnou diplomovou prací, která řeší otázky venkovského maloobchodu v okrese Jindřichův Hradec. Proto bych Vás chtěla požádat o vyplnění tohoto dotazníku. Vaše odpovědi jsou pro mě velmi cenné a pro diplomovou práci nepostradatelné.
Děkuji Aneta Švarcová, e-mail: aninka.svarc@seznam.cz, tel.: +420724894749

Dojíždíte za nákupy? ano x ne kam:.....

Kde nejčastěji uskutečňujete své nákupy?

a) hypermarkety b) supermarkety c) diskontní prodejny d) menší prodejny

a) v místě bydliště b) v místě zaměstnání c) jinde

Nakupujete v prodejně v místě vašeho bydliště? ano x ne

Proč ano.....

Proč ne.....

Jak často nakupujete v prodejně v místě vašeho bydliště?

a) 1 krát týdně b) 1 – 2 krát týdně c) 2 – 3 krát týdně d) 3 – 4 krát týdně e) více jak 4 krát

Jak velkou částku průměrně necháte v prodejně ve vaší obci?

a) do 100 Kč b) do 200 Kč c) do 300 Kč d) do 400 Kč e) do 500 Kč f) nad 500 Kč

Pohlaví muž x žena

Věk a) do 15 let b) 16 až 30 c) 31 – 45 d) 46 – 60 e) 60 a více

Vzdělání a) ZŠ b) SŠ bez ZZ c) SŠ s maturitou d) VŠ

Stav a) student b) pracující c) mateřská dovolená d) důchodce

Počet osob v domácnosti

Příloha 4 Struktura klasifikace ekonomické činnosti CZ-NACE

Sekce, oddíl skupina		
SEKCE G – velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel		
45	Velkoobchod, maloobchod a opravy motorových vozidel	
	45.0	nezařazeno
	45.1	Obchod s motorovými vozidly, kromě motocyklů
	45.2	Opravy a údržba mot. vozidel, kromě motocyklů
	45.3	Obchod s díly a přísl. pro mot. vozidla, kromě motocyklů
	45.4	Obchod, opravy a údržba motocyklů, jejich dílů a příslušenství
46	Velkoobchod, kromě motor. vozidel	
	46.0	nezařazeno
	46.1	Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení
	46.2	Velkoobchod se základními zemědělskými produkty a ž. zv.
	46.3	Velkoobchod s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky
	46.4	Velkoobchod s výrobky převážně pro domácnost
	46.5	Velkoobchod s počítačovým a komunikačním zařízením
	46.6	Velkoobchod s ostatními stroji, stroj. zařízením a příslušenstvím
	46.7	Ostatní specializovaný velkoobchod
	46.9	Nespecializovaný velkoobchod
47	Maloobchod, kromě motor. vozidel	
	47.0	nezařazeno
	47.1	Maloobchod v nespecializovaných prodejnách
	47.2	Maloobchod s potravinami, nápoji, tabák.výr. ve spec. .prod.
	47.3	Maloobchod s pohonnými hmotami ve speciál. prodejnách
	47.4	Maloobchod s počítač.a komunik. zařízením ve speciál.prodejnách
	47.5	Maloobchod s ost.výrobky př. pro domácnost ve speciál.prodejnách
	47.6	Maloobchod s výr. pro kulturní rozhled a rekreaci ve spec.prod.
	47.7	Maloobchod s ostatním zbožím specializovaných prodejnách
	47.8	Maloobchod ve stáncích a na trzích
	47.9	Maloobchod mimo prodejny, stánky a trhy

Zdroj: ČSÚ, 2007 (Klasifikace ekonomických odvětví CZ-NACE), vlastní zpracování

Struktura klasifikace CZ-NACE oddílu Maloobchod kromě motorových vozidel

SEKCE G – velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel			
oddíl, skupina, podskupina			
47	Maloobchod kromě motorových vozidel		
	47.1	Maloobchod v nesespecializovaných	
		47.11	Maloobchod s převahou potravin, npojů a tabákových výrobků v nesespecializovaných prodejnách
		47.19	Ostatní maloobchod v nesespecializovaných prodejnách
	47.2		Maloobchod s potravinami, nápoji, tabák. Výr. ve spec.
		47.21	Maloobchod s ovocem a zeleninou
		47.22	Maloobchod s masem a masnými výrobky
		47.23	Maloobchod s rybami, koryši a měkkýši
		47.24	Maloobchod s chlebem, pečivem, cukrářskými výrobky a cukrovinkami
		47.25	Maloobchod s nápoji
		47.26	Maloobchod s tabákovými výrobky
	47.3	47.29	Ostatní maloobchod s potravinami ve specializovaných prodejnách
			Maloobchod s pohonnými hmotami ve specil. Prodejnách
	47.4	47.30	Maloobchod s pohonnými hmotami ve specializovaných prodejnách
			Maloobchod s počíta. A komunik. Zařízením ve
		47.41	Maloobchod s počítači, počítačovým periferním zařízením a softwarem
		47.42	Maloobchod s telekomunikačním zařízením
	47.5	47.43	Maloobchod s audio- a videozařízením
			Maloobchod s ost. Výrobky př. pro domácnost ve
		47.51	Maloobchod s textilem
		47.52	Maloobchod s železářským zbožím, barvami, sklem a potřebami pro kutily
		47.53	Maloobchod s koberci, podlahovými krytinami a nástěnným obklady
		47.54	Maloobchod s elektrspotřebiči a elektronikou
	47.6	47.55	Maloobchod s nábytkem, svítidly a ostatními výrobky převážně pro domácnost ve specializovaných prodejnách
			Maloobchod s výr. pr kulturní rozhled a rekreaci ve spec. Prod.
		47.61	Maloobchod s knihami
		47.62	Maloobchod s novinami, časopisy a papírnickým zbožím
		47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy
		47.64	Maloobchod se sportovním vybavením
		47.65	Maloobchod s hrami a hračkami
	47.7		Maloobchod s ostatním zbožím specializovaných prodejnách
		47.71	Maloobchod s oděvy
		47.72	Maloobchod s obuví a koženými výrobky
47.73		Maloobchod s farmaceutickými přípravky	
47.74		Maloobchod se zdravotnickými a ortopedickými výrobky	
47.75		Maloobchod s kosmetickými a toaletními výrobky	
47.76		Maloobchod s květinami, rostlinami, osivy, hnoji, zvířaty pro zájmový chov a krmiva pro ně	
47.77	Maloobchod s hodinami, hodinkami a klenoty		

	47.78	Ostatní maloobchod s novým zbožím ve specialiovaných prodejnách
		47.78.1
		47.78.2
		47.78.3
		47.78.4
		47.78.9
	47.79	Maloobchod spoužitým zbožím v prodejnách
		Maloobchod ve stáncích a na trzích
47.8	47.81	Maloobchod s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky ve stáncích a na trzích
	47.82	Maloobchod s textilem, oděvy a obuví ve stáncích a na trzích
	47.89	Maloobchod s ostatním zbožím ve stáncích a na trzích
		Maloobchod mimo prodejny, stánky a trhy
47.9	47.91	Maloobchod prostřednictvím internetu nebo zásilkové služby
		47.91.1
		47.91.2
	47.99	Ostatní maloobchod mimo prodejny, stánky a trhy

Zdroj: ČSÚ, 2007, vlastní zpracování

Příloha 5 Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle častosti nákupu

Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle častosti nákupu	
sortiment spotřebního zboží a služeb základní (denní) potřeby a spotřeby	<ul style="list-style-type: none"> - většina potravinářského zboží - mouka, chléb, pečivo, rýže, maso <p>masné výrobky, mléko, mléčné výrobky, sýry, vejce, tuky, cukr, brambory, zelenina, ovoce, nealkoholické nápoje, pivo, káva, čaj;</p> <ul style="list-style-type: none"> - základní drobný sortiment textilu a obuvi - spodní prádlo, kapesníky a jiné doplňky, ponožky, punčochy; - základní drobný sortiment skla, porcelánu a keramiky; - noviny a časopisy; - část hygienického, zdravotnického a drogistického zboží prací <p>prostředky, mýdla, pasty na zuby, párátko, čistící prostředky, toaletní papír, psací potřeby, léčiva;</p> <ul style="list-style-type: none"> - tabákové výrobky a kuřácké potřeby - zápalky, cigarety; - paliva a energie - uhlí, elektřina, plyn, nafta, teplo - poštovní známky, jízdenky MHD
sortiment zboží časté potřeby a spotřeby	<p>obtížně vymežitelný, zejména vyčerpávajícím způsobem;</p> <p>příklad - drahé alkoholické nápoje, vybrané dárkové potraviny, oděvní zboží, látky, obuv, hračky, některé sportovní potřeby, kosmetické výrobky, kovové nádoby, nářadí a nástroje, audio video nosiče, hodinky a apod.</p>
zboží občasné a dlouhodobé potřeby a spotřeby	<ul style="list-style-type: none"> - nábytek, koberce, podlahové krytiny, bytový textil; - chladničky a mrazničky, pracky, kamna a sporáky, šicí a pletací stroje, čerpadla; - rozhlasové a televizní přijímače, gramofony, magnetofony, CD a <p>videopřehrávače, hi-fi soupravy, fotoaparáty, kamery a videokamery, hudební nástroje;</p> <ul style="list-style-type: none"> - osobní automobily, jednostopá motorová vozidla, jízdní kola, lovecké a sportovní zbraně; - klenoty, starožitnosti.

Zdroj: Hes, A., 2010

Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle sortimentní šíře a hloubky

Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle sortimentní šíře a hloubky	
smíšený (univerzální) sortiment	potravinářské a nepotravinářské spotřební třídy eventuelně doplněné nabídkou stravovacími a ostatními službami pro obyvatelstvo (obchodní domy, hypermarkety, venkovská nákupní střediska, prodejny smíšeného zboží, pojízdné prodejny smíšeného zboží);
plný sortiment	potravinářské nebo (některé) nepotravinářské spotřební třídy (velkoprodejny potravin, supermarkety, plnosortimentní prodejny potravin; plnosortimentní prodejny odívání, plnosortimentní prodejny domácích potřeb, plnosortimentní prodejny nábytku);
široký sortiment	potravinářské nebo nepotravinářské spotřební třídy při záměrném vyloučení sortimentu některých sortimentních skupin nebo uspořádacích znaků (např. prodejny potravinářského zboží s vyloučením nabídky sortimentu masa; širokosortimentní obchodní dům nepotravinářského zboží s vyloučením nabídky nábytku);
specializovaný sortiment	zastoupení jedné sortimentní skupiny nebo několika uspořádacích znaků potravinářského zboží (např. ovoce - zelenina; maso - uzeniny; chléb - pečivo; cukrárna; lahůdky);
specializovaný sortiment	zastoupení jedné sortimentní skupiny nebo sortimentní podskupiny nepotravinářského zboží (např. látky- bílé zboží; dámské oděvy - módní doplňky; obuv; sklo - porcelán; barvy - laky; klenoty - hodiny);
úzce specializovaný sortiment	sortimentní podskupiny nebo několik uspořádacích znaků (např. uzeniny; sýry; dárková služba; módní doplňky; kojenecké zboží; bižuterie, klenoty; rybářské potřeby);
účelově kombinovaný sortiment	zpravidla dvě sortimentní skupiny (např. kuchyňské potřeby - sklo a porcelán; kosmetika - bižuterie; hračky - sportovní potřeby);
spotřebitelsky kombinovaný sortiment	vybrané skupiny, podskupiny, uspořádacích znaků, položek apod. (např. dietní potraviny; pánská móda; dům sportu; dětský dům; les a lov; ráj zahrádkářů, domácí dílna).

Zdroj, Hes, A., 2010

Příloha 6 Ekonomické subjekty za obce s rozšířenou působností Dačice, Jindřichův Hradec a Třeboň za rok 2012

	ORP DAČICE			ORP TŘEBOŇ			ORP J. HRADEC		
	2008	2010	2012	2008	2010	2012	2008	2010	2012
Ekonomické subjekty (podle Registru ek. subjektů)	3 768	3 756	3 868	5 596	5 864	6 000	10 303	10 595	10 958
fyzické osoby	3 052	2 999	3 082	4 510	4 660	4 758	8 287	8 405	8 724
z toho zemědělství podnikatelé ²⁾	312	146	156	321	159	174	641	298	313
právnícké osoby	716	757	786	1 086	1 204	1 242	2 016	2 190	2 234
z toho obchodní společnosti	273	289	295	343	380	407	792	855	871
Podíl ekonomických subjektů podle vybraných odvětví ek. činnosti (%)³⁾									
zemědělství, lesnictví a rybářství	14,2	10,6	11,2	10,8	8,5	8,8	10,8	8,3	8,3
průmysl celkem	14,3	14,3	13,3	12,1	11,8	11,1	12,0	11,8	11,1
stavebnictví	14,9	15,9	15,4	10,1	10,6	10,5	15,4	16,1	16,3
obchod, ubytování, stravování a pohostinství	29,8	28,0	26,4	37,1	36,1	34,7	29,1	27,9	26,7
Počet subjektů podle počtu zaměstnanců									
bez zaměstnanců	1 375	1 438	1 362	1 937	2 117	2 111	3 520	3 741	3 594
1–9 zaměstnanci (mikropodniky)	305	307	283	437	431	420	902	869	808
10–49 zaměstnanci (malé podniky)	80	74	67	91	88	74	180	182	167
50–249 zaměstnanci (střední podniky)	18	16	16	21	20	18	44	49	38
250 a více zaměstnanci (velké podniky)	3	2	2	4	3	3	7	5	6
nezjištěno	1 987	1 919	2 138	3 106	3 205	3 374	5 650	5 749	6 345

Zdroj: ČSÚ, 2013UAP, vlastní zpracování

Příloha 7 Pohyb obyvatelstva ve venkovských obcích v letech 2000–2011

obec	Obyvatelstvo ve venkovských obcích 200 -2011						
	narození	zemřeli	přistěhovaní	vystěhovaní	přirozený přírůstek	migrační saldo	celkový přírůstek
Baňovice	14	14	18	20	0	-2	-2
Bednárec	17	24	35	19	-7	16	9
Bednářeček	26	25	90	69	1	21	22
Blažejov	45	44	239	135	1	104	105
Bořetín	17	13	41	32	4	9	13
Březina	9	31	37	45	-22	-8	-30
Budeč	26	35	43	49	-9	-6	-15
Budiškovice	77	265	265	131	-188	134	-54
Cep	21	20	69	45	1	24	25
cizkrajov	61	62	164	198	-1	-34	-35
Červený Hrádek	21	26	52	57	-5	-5	-10
Český Rudolec	112	90	183	281	22	-98	-76
Číměň	91	83	302	261	8	41	49
Člunek	62	42	172	147	20	25	45
Dešná	77	85	200	284	-8	-84	-92
Dívčí Kopy	5	12	32	15	-7	17	10
Dobrohošť	4	5	11	6	-1	5	4
Dolní Pěna	28	17	240	57	11	183	194
Dolní Ždár	19	16	99	56	3	43	46
Drunče	2	16	11	6	-14	5	-9
Doňov	9	12	44	41	-3	3	0
Dunajovice	23	30	91	57	-7	34	27
Domanín	48	32	179	120	16	59	75
Dvory nad Lužnicí	33	35	143	126	-2	17	15
Frahelž	19	22	65	42	-3	23	20
Hadravova Rosička	5	10	10	14	-5	-4	-9
Halámky	12	38	62	51	-26	11	-15
Heřmaneč	13	11	40	28	2	12	14
Horní Meziříčko	12	18	42	34	-6	8	2
Hatín	20	32	75	56	-12	19	7
Hamr	39	55	126	137	-16	-11	-27
Horní Němčice	15	10	20	24	5	-4	1
Horní Pěna	74	45	301	217	29	84	113
Horní Radouň	19	56	91	78	-37	13	-24
Horní Skrýchov	15	10	71	24	5	47	52
Hrachoviště	8	10	22	18	-2	4	2
Horní Slatina	22	26	41	33	-4	8	4
Hříšice	42	40	53	60	2	-7	-5
Hospříz	46	39	168	110	7	58	65
Jarošov nad Nežárkou	134	111	339	316	23	23	46
Jilem	8	13	33	45	-5	-12	-17
Kačlehy	7	8	38	24	-1	14	13
Kamenný Malíkov	6	12	19	18	-6	1	-5

Klec	17	22	48	66	-5	-18	-23
Kostelní Radouň	29	41	143	68	-12	75	63
Kostelní Vydří	18	26	52	43	-8	9	1
Kunžak	173	187	464	407	-14	57	43
Lužnice	45	59	182	101	-14	81	67
Majdalena	43	66	192	163	-23	29	6
Lásenice	68	55	326	252	13	74	87
Lodhěřov	69	79	272	218	-10	54	44
Nová Olešná	14	19	62	49	-5	13	8
Okrouhlá Radouň	24	26	83	49	-2	34	32
Nová Ves nad Lužnicí	51	33	146	118	18	28	46
Novosedly nad Nežárkou	62	112	259	219	-50	40	-10
Peč	57	42	184	139	15	45	60
Písečné	60	72	189	190	-12	-1	-13
Pístina	21	33	173	126	-12	47	35
Plavsko	41	44	174	118	-3	56	53
Pleše	26	33	99	83	-7	16	9
Pluhův Žďár	69	83	247	255	-14	-8	-22
Polště	18	17	39	22	1	17	18
Ponědraž	10	16	44	44	-6	0	-6
Ponědrážka	4	22	22	22	-18	0	-18
Příbraz	21	38	101	67	-17	34	17
Popelín	69	67	198	137	2	61	63
Rapšach	74	53	191	199	21	-8	13
Rosička	4	9	25	28	-5	-3	-8
Ratiboř	16	17	83	67	-1	16	15
Roseč	37	29	66	64	8	2	10
Rodvínov	60	34	229	119	26	110	136
Smržov	7	20	64	30	-13	34	21
Staňkov	24	44	59	60	-20	-1	-21
Staré Hobzí	69	67	237	251	2	-14	-12
Staré Město p. L.	64	54	145	222	10	-77	-67
Světce	13	20	59	36	-7	23	16
Stříbrec	36	70	174	116	-34	58	24
Střížovice	69	52	154	257	17	-103	-86
Újezdec	11	9	33	20	2	13	15
Vícemil	13	13	20	33	0	-13	-13
Velký Ratmírov	30	32	73	62	-2	11	9
Třebětice	52	43	62	66	9	-4	5
Vlčetínek	1	11	16	14	-10	2	-8
Višňová	11	14	21	22	-3	-1	-4
Vydří	12	15	81	41	-3	40	37
Volfřov	89	98	214	168	-9	46	37
Záblatí	10	16	28	29	-6	-1	-7
Záhoří	18	18	34	49	0	-15	-15
Zahrádky	33	27	68	77	6	-9	-3
Žďár	11	16	48	20	-5	28	23
Županovice	13	9	40	14	4	26	30
venkovské obce	3 149	3 582	10 299	8 606	-433	1693	1260
městské obce	7 713	7 916	16 333	17 569	-203	-1236	-1439
Okres J. Hradec	10 862	11498	26 632	26 175	-636	457	-179

Zdroj ČSÚ, CZ0313

Příloha 8 Ukazatelé obyvatelstva venkovských obcí s porovnáním s městskými obcemi a okresem Jindřichův Hradec za rok 2012

obec	obyvatelstvo											
	Celkem	ženy	z toho			z toho %			Ekonomicky aktivní (%)	Průměrný věk	Index stáří	Index ekonomické z
			Ve věku 0 – 14 let	Ve věku 15 – 64 let	Ve věku 65 a více let	Ve věku 0 – 14 let	Ve věku 15 – 64 let	Ve věku 65 a více let				
Báňovice	110	52	16	73	21	14,5	66,4	19,1	53,0	41,6	131,3	50,7
Bednárec	103	53	20	60	23	19,4	58,3	22,3	47,0	39,7	115,0	71,7
Bednářeček	192	99	32	130	30	16,7	67,7	15,6	76,0	43,0	93,8	47,7
Blažejov	434	187	80	310	44	18,4	71,4	10,1	210,0	38,3	55,0	40,0
Bořetín	99	47	24	63	12	24,2	63,6	12,1	38,0	34,8	50,0	57,1
Březina	135	65	10	88	37	7,4	65,2	27,4	65,0	48,6	370,0	53,4
Budeč	226	109	37	157	32	16,4	69,5	14,2	112,0	40,2	86,5	43,9
Budíškovice	813	401	107	507	199	13,2	62,4	24,5	333,0	42,8	186,0	60,4
Cep	170	76	24	119	27	14,1	70,0	15,9	84,0	41,2	112,5	42,9
Cizkrajov	505	248	84	346	75	16,6	68,5	14,9	231,0	41,9	89,3	46,0
Červený Hrádek	235	110	34	173	28	14,5	73,6	11,9	116,0	38,1	82,4	35,8
Český Rudolec	916	458	125	647	144	13,6	70,6	15,7	422,0	42,5	115,2	41,6
Číměř	693	325	113	500	80	16,3	72,2	11,5	313,0	41,0	70,8	38,6
Člunek	471	230	76	331	64	16,1	70,3	13,6	222,0	40,9	84,2	42,3
Dešná	613	297	91	427	95	14,8	69,7	15,5	279,0	41,8	104,4	43,6
Dívčí Kopy	64	27	10	49	5	15,6	76,6	7,8	29,0	40,9	50,0	30,6
Dobrohošť	47	22	4	37	6	8,5	78,7	12,8	23,0	39,5	150,0	27,0
Dolní Pěna	262	126	58	184	20	22,1	70,2	7,6	133,0	34,3	34,5	42,4
Dolní Žďár	155	78	24	114	17	15,5	73,5	11,0	83,0	39,3	70,8	36,0
Domanín	372	189	74	262	36	19,9	70,4	9,7	182,0	36,6	48,6	42,0
Doňov	79	36	13	51	15	16,5	64,6	19,0	32,0	41,3	115,4	54,9
Drunče	39	20	1	24	14	2,6	61,5	35,9	16,0	47,6	1400	62,5
Dunajovice	203	104	29	145	29	14,3	71,4	14,3	108,0	42,1	100,0	40,0
Dvory nad Lužnicí	332	172	47	245	40	14,2	73,8	12,0	187,0	42,4	85,1	35,5
Frahelž	149	78	19	96	34	12,8	64,4	22,8	69,0	43,1	178,9	55,2
Hadravova Rosička	51	27	8	28	15	15,7	54,9	29,4	23,0	44,2	187,5	82,1
Halámky	170	88	21	107	42	12,4	62,9	24,7	73,0	46,4	200,0	58,9
Hamr	348	167	39	251	58	11,2	72,1	16,7	176,0	40,8	148,7	38,6
Hatín	220	111	29	149	42	13,2	67,7	19,1	105,0	43,8	144,8	47,7
Heřmaneč	94	46	21	58	15	22,3	61,7	16,0	40,0	39,0	71,4	62,1

Horní Meziříčko	101	49	12	73	16	11,9	72,3	15,8	47,0	41,5	133,3	38,4
Horní Němčice	90	44	15	59	16	16,7	65,6	17,8	41,0	41,0	106,7	52,5
Horní Pěna	568	291	93	408	67	16,4	71,8	11,8	274,0	39,5	72,0	39,2
Horní Radouň	244	120	30	170	44	12,3	69,7	18,0	106,0	44,3	146,7	43,5
Horní Skrýchov	129	56	30	91	8	23,3	70,5	6,2	71,0	33,8	26,7	41,8
Horní Slatina	152	76	22	115	15	14,5	75,7	9,9	73,0	40,6	68,2	32,2
Hospřiz	400	188	72	295	33	18,0	73,8	8,3	191,0	36,9	45,8	35,6
Hrachoviště	87	42	10	58	19	11,5	66,7	21,8	39,0	42,7	190,0	50,0
Hříšice	320	167	65	210	45	20,3	65,6	14,1	151,0	37,6	69,2	52,4
Jarošov nad Nežárkou	1087	532	163	784	140	15,0	72,1	12,9	542,0	40,2	85,9	38,6
Jilem	103	48	9	74	20	8,7	71,8	19,4	51,0	45,8	222,2	39,2
Kačlehy	65	26	8	45	12	12,3	69,2	18,5	31,0	45,1	150,0	44,4
Kamenný Malíkov	54	26	4	37	13	7,4	68,5	24,1	28,0	46,3	325,0	45,9
Klec	164	83	16	113	35	9,8	68,9	21,3	79,0	44,7	218,8	45,1
Kostelní Radouň	291	153	43	202	46	14,8	69,4	15,8	135,0	41,9	107,0	44,1
Kostelní Vydří	171	74	17	128	26	9,9	74,9	15,2	88,0	41,8	152,9	33,6
Kunžak	1442	712	231	962	249	16,0	66,7	17,3	647,0	41,7	107,8	49,9
Lásenice	550	264	94	381	75	17,1	69,3	13,6	255,0	38,8	79,8	44,4
Lodhétov	623	299	97	448	78	15,6	71,9	12,5	292,0	39,8	80,4	39,1
Lužnice	418	224	69	279	70	16,5	66,7	16,7	197,0	40,1	101,4	49,8
Majdalena	473	234	53	350	70	11,2	74,0	14,8	242,0	41,9	132,1	35,1
Nová Olešná	109	61	19	74	16	17,4	67,9	14,7	41,0	40,4	84,2	47,3
Nová Ves nad Lužnicí	326	153	52	229	45	16,0	70,2	13,8	171,0	39,7	86,5	42,4
Novosedly nad Nežárkou	624	316	82	439	103	13,1	70,4	16,5	293,0	41,9	125,6	42,1
Okrouhlá Radouň	190	99	29	136	25	15,3	71,6	13,2	88,0	42,0	86,2	39,7
Peč	406	180	73	282	51	18,0	69,5	12,6	196,0	36,9	69,9	44,0
Písečné	533	276	101	361	71	18,9	67,7	13,3	232,0	39,5	70,3	47,6
Pístina	189	125	14	154	21	7,4	81,5	11,1	61,0	44,9	150,0	22,7
Plavsko	441	223	65	309	67	14,7	70,1	15,2	225,0	40,7	103,1	42,7
Pleše	181	87	22	120	39	12,2	66,3	21,5	87,0	44,0	177,3	50,8
Pluhův Žďár	611	294	84	429	98	13,7	70,2	16,0	277,0	42,8	116,7	42,4
Polště	104	54	19	69	16	18,3	66,3	15,4	48,0	37,3	84,2	50,7
Ponědraž	108	48	7	79	22	6,5	73,1	20,4	63,0	46,2	314,3	36,7

Ponědrážka	78	42	13	50	15	16,7	64,1	19,2	38,0	45,4	115,4	56,0
Popelín	474	228	77	315	82	16,2	66,5	17,3	205,0	41,9	106,5	50,5
Příbraz	246	115	33	152	61	13,4	61,8	24,8	101,0	43,2	184,8	61,8
Rapšach	568	274	102	386	80	18,0	68,0	14,1	265,0	39,0	78,4	47,2
Ratiboř	185	91	21	124	40	11,4	67,0	21,6	77,0	45,9	190,5	49,2
Rodvínov	472	227	84	329	59	17,8	69,7	12,5	242,0	38,7	70,2	43,5
Roseč	208	106	39	149	20	18,8	71,6	9,6	118,0	37,6	51,3	39,6
Rosička	51	25	4	29	18	7,8	56,9	35,3	19,0	54,6	450,0	75,9
Smržov	108	57	13	73	22	12,0	67,6	20,4	54,0	40,3	169,2	47,9
Staňkov	213	112	23	146	44	10,8	68,5	20,7	102,0	46,3	191,3	45,9
Staré Hobzí	520	259	82	364	74	15,8	70,0	14,2	236,0	40,3	90,2	42,9
Staré Město p. Landštejnem	505	243	81	350	74	16,0	69,3	14,7	227,0	41,7	91,4	44,3
Stříbřec	441	210	43	294	104	9,8	66,7	23,6	211,0	47,0	241,9	50,0
Střížovice	559	280	76	406	77	13,6	72,6	13,8	289,0	40,6	101,3	37,7
Světce	142	72	14	104	24	9,9	73,2	16,9	63,0	44,1	171,4	36,5
Třebětice	291	142	54	195	42	18,6	67,0	14,4	140,0	38,2	77,8	49,2
Újezdec	62	28	5	47	10	8,1	75,8	16,1	38,0	46,2	200,0	31,9
Velký Ratmírov	222	107	30	164	28	13,5	73,9	12,6	110,0	39,6	93,3	35,4
Vícemil	84	41	15	52	17	17,9	61,9	20,2	28,0	42,0	113,3	61,5
Višňová	70	31	9	44	17	12,9	62,9	24,3	33,0	44,0	188,9	59,1
Vlčetínek	55	25	8	34	13	14,5	61,8	23,6	25,0	44,4	162,5	61,8
Volfířov	674	319	126	442	106	18,7	65,6	15,7	316,0	39,0	84,1	52,5
Vydří	127	62	14	86	27	11,0	67,7	21,3	56,0	47,1	192,9	47,7
Záblatí	72	36	5	52	15	6,9	72,2	20,8	36,0	42,2	300,0	38,5
Záhoří	124	56	24	83	17	19,4	66,9	13,7	62,0	40,6	70,8	49,4
Zahrádky	222	115	29	152	41	13,1	68,5	18,5	105,0	43,5	141,4	46,1
Žďár	95	48	16	58	21	16,8	61,1	22,1	38,0	43,6	131,3	63,8
Županovice	61	34	15	40	6	24,6	65,6	9,8	28,0	31,8	40,0	52,5
venkovské obce celkem	26 583	13057	4 045	18 414	4124	15,2	69,3	15,5	47,0	41,6	101,9	44,5
městský prostor	64 021	33065	9 162	44 356	10504	14,3	69,3	16,4	46,6	41,9	114,7	44,4
okres Jindřichův Hradec	90604	46122	13207	62769	14628	14,6	69,3	16,1	47,8	41,7	110,8	44,3

Zdroj: ČSÚ, 2013 ÚAP, vlastní zpracování

Příloha 9 Ekonomicky aktivní obyvatelstvo venkovských oblastí na trhu práce v roce 2011

obec	EAO obyvatelstvo	zaměstnaní											
		celkem		z toho									
				zaměstnanci		zaměstnavatelé		pracující na vlastní účet		pracující důchodci		ženy na mateřské	
ab.	%	ab.	%	ab.	%	ab.	%	ab.	%	ab.	%		
Báňovice	53	49	92,5	42	85,7	2	4,1	4	8,2	1	2,0	2	4,1
Bednárec	47	45	95,7	37	82,2	0	0,0	5	11,1	1	2,2	3	6,7
Bednářeček	76	70	92,1	61	87,1	0	0,0	8	11,4	1	1,4	1	1,4
Blažejov	210	191	91,0	145	75,9	3	1,6	33	17,3	2	1,0	6	3,1
Bořetín	38	35	92,1	30	85,7	1	2,9	1	2,9	0	0,0	2	5,7
Březina	65	61	93,8	55	90,2	2	3,3	1	1,6	2	3,3	2	3,3
Budeč	112	102	91,1	83	81,4	0	0,0	11	10,8	2	2,0	1	1,0
Budiškovice	333	305	91,6	244	80,0	6	2,0	34	11,1	6	2,0	5	1,6
Cep	84	74	88,1	55	74,3	2	2,7	14	18,9	1	1,4	3	4,1
Cizkrajov	231	208	90,0	168	80,8	5	2,4	23	11,1	4	1,9	1	0,5
Červený Hrádek	116	103	88,8	88	85,4	3	2,9	10	9,7	1	1,0	0	0,0
Český Rudolec	422	367	87,0	292	79,6	5	1,4	49	13,4	7	1,9	5	1,4
Číměř	313	281	89,8	210	74,7	6	2,1	48	17,1	6	2,1	6	2,1
Člunek	222	202	91,0	154	76,2	2	1,0	32	15,8	5	2,5	6	3,0
Dešná	279	219	78,5	172	78,5	6	2,7	29	13,2	6	2,7	5	2,3
Dívčí Kopy	29	26	89,7	20	76,9	0	0,0	4	15,4	0	0,0	0	0,0
Dobrohošť	23	18	78,3	14	77,8	0	0,0	4	22,2	0	0,0	0	0,0
Dolní Pěna	133	131	98,5	91	69,5	9	6,9	25	19,1	4	3,1	2	1,5
Dolní Žďár	83	70	84,3	57	81,4	3	4,3	10	14,3	4	5,7	2	2,9
Domanín	182	169	92,9	141	83,4	8	4,7	16	9,5	8	4,7	5	3,0
Doňov	32	31	96,9	22	71,0	0	0,0	7	22,6	0	0,0	1	3,2
Drunče	16	14	87,5	11	78,6	1	7,1	2	14,3	0	0,0	0	0,0
Dunajovice	108	95	88,0	65	68,4	5	5,3	18	18,9	1	1,1	0	0,0
Dvory nad Lužnicí	187	170	90,9	142	83,5	1	0,6	20	11,8	1	0,6	4	2,4
Frahelž	69	63	91,3	59	93,7	0	0,0	3	4,8	2	3,2	0	0,0
Hadravova Rosička	23	20	87,0	14	70,0	2	10,0	4	20,0	1	5,0	0	0,0
Halámky	73	66	90,4	57	86,4	2	3,0	5	7,6	2	3,0	1	1,5
Hamr	176	158	89,8	125	79,1	2	1,3	23	14,6	4	2,5	8	5,1
Hatín	105	97	92,4	77	79,4	4	4,1	10	10,3	4	4,1	2	2,1
Heřmaněč	40	34	85,0	27	79,4	0	0,0	7	20,6	2	5,9	0	0,0
Horní Mezříčko	47	41	87,2	32	78,0	1	2,4	5	12,2	2	4,9	0	0,0
Horní Němčice	41	38	92,7	28	73,7	0	0,0	4	10,5	2	5,3	1	2,6
Horní Pěna	274	249	90,9	191	76,7	8	3,2	33	13,3	9	3,6	7	2,8
Horní Radouň	106	97	91,5	74	76,3	4	4,1	13	13,4	8	8,2	1	1,0
Horní Skrýchov	71	66	93,0	47	71,2	2	3,0	15	22,7	2	3,0	2	3,0
Horní Slatina	73	66	90,4	53	80,3	2	3,0	7	10,6	2	3,0	0	0,0
Hospříz	191	172	90,1	127	73,8	8	4,7	25	14,5	4	2,3	3	1,7

Hrachoviště	39	33	84,6	25	75,8	2	6,1	4	12,1	0	0,0	0	0,0
Hříšice	151	141	93,4	111	78,7	4	2,8	20	14,2	1	0,7	3	2,1
Jarošov nad Nežárkou	542	500	92,3	390	78,0	15	3,0	76	15,2	21	4,2	11	2,2
Jilem	51	46	90,2	38	82,6	0	0,0	4	8,7	6	13,0	2	4,3
Kačlehy	31	30	96,8	23	76,7	1	3,3	4	13,3	1	3,3	1	3,3
Kamenný Malíkov	28	27	96,4	17	63,0	4	14,8	6	22,2	1	3,7	0	0,0
Klec	79	72	91,1	58	80,6	0	0,0	8	11,1	4	5,6	1	1,4
Kostelní Radouň	135	123	91,1	100	81,3	4	3,3	15	12,2	4	3,3	3	2,4
Kostelní Vydří	88	70	79,5	63	90,0	0	0,0	5	7,1	1	1,4	2	2,9
Kunžak	647	598	92,4	457	76,4	23	3,8	89	14,9	22	3,7	5	0,8
Lásenice	255	232	91,0	188	81,0	8	3,4	28	12,1	3	1,3	4	1,7
Lodhěřov	292	269	92,1	212	78,8	3	1,1	35	13,0	8	3,0	6	2,2
Lužnice	197	180	91,4	143	79,4	7	3,9	21	11,7	10	5,6	4	2,2
Majdalena	242	220	90,9	183	83,2	4	1,8	25	11,4	11	5,0	3	1,4
Nová Olešná	41	40	97,6	30	75,0	1	2,5	5	12,5	0	0,0	3	7,5
Nová Ves nad Lužnicí	171	158	92,4	131	82,9	0	0,0	22	13,9	5	3,2	6	3,8
Novosedly nad Nežárkou	293	267	91,1	192	71,9	10	3,7	50	18,7	12	4,5	5	1,9
Okrouhlá Radouň	88	83	94,3	67	80,7	1	1,2	11	13,3	1	1,2	2	2,4
Peč	196	175	89,3	140	80,0	2	1,1	22	12,6	4	2,3	4	2,3
Písečné	232	177	76,3	136	76,8	2	1,1	23	13,0	2	1,1	8	4,5
Pístina	61	56	91,8	44	78,6	0	0,0	9	16,1	18	32,1	1	1,8
Plavsko	225	193	85,8	147	76,2	5	2,6	36	18,7	7	3,6	2	1,0
Pleše	87	79	90,8	55	69,6	4	5,1	14	17,7	3	3,8	1	1,3
Pluhův Žďár	277	265	95,7	216	81,5	3	1,1	29	10,9	6	2,3	4	1,5
Polště	48	45	93,8	38	84,4	1	2,2	5	11,1	2	4,4	1	2,2
Ponědraž	63	55	87,3	48	87,3	2	3,6	1	1,8	4	7,3	1	1,8
Ponědrážka	38	35	92,1	29	82,9	0	0,0	5	14,3	4	11,4	1	2,9
Popelín	205	192	93,7	138	71,9	6	3,1	31	16,1	4	2,1	9	4,7
Příbraz	101	94	93,1	70	74,5	6	6,4	14	14,9	4	4,3	1	1,1
Rapšach	265	227	85,7	188	82,8	8	3,5	20	8,8	9	4,0	3	1,3
Ratiboř	77	69	89,6	46	66,7	2	2,9	16	23,2	2	2,9	3	4,3
Rodvínov	242	221	91,3	163	73,8	9	4,1	35	15,8	7	3,2	6	2,7
Roseč	118	104	88,1	72	69,2	0	0,0	27	26,0	4	3,8	4	3,8
Rosička	19	17	89,5	14	82,4	0	0,0	3	17,6	0	0,0	0	0,0
Smržov	54	46	85,2	34	73,9	0	0,0	9	19,6	1	2,2	0	0,0
Staňkov	102	93	91,2	68	73,1	2	2,2	18	19,4	4	4,3	3	3,2
Staré Hobzí	236	208	88,1	153	73,6	1	0,5	41	19,7	9	4,3	3	1,4
Staré Město pod Landštejnem	227	183	80,6	140	76,5	2	1,1	29	15,8	7	3,8	5	2,7
Stříbřec	211	187	88,6	142	75,9	6	3,2	33	17,6	10	5,3	3	1,6
Střížovice	289	258	89,3	225	87,2	2	0,8	19	7,4	3	1,2	4	1,6
Světce	63	57	90,5	45	78,9	1	1,8	9	15,8	1	1,8	0	0,0
Třebětice	140	130	92,9	105	80,8	4	3,1	14	10,8	2	1,5	4	3,1
Újezdec	38	33	86,8	28	84,8	1	3,0	2	6,1	4	12,1	1	3,0
Velký Ratmírov	110	103	93,6	77	74,8	3	2,9	12	11,7	2	1,9	1	1,0
Vícemil	28	25	89,3	16	64,0	0	0,0	9	36,0	1	4,0	1	4,0
Višňová	33	31	93,9	22	71,0	0	0,0	7	22,6	1	3,2	1	3,2
Vlčetínek	25	24	96,0	18	75,0	1	4,2	5	20,8	2	8,3	0	0,0
Volříšov	316	283	89,6	235	83,0	4	1,4	36	12,7	7	2,5	7	2,5

Vydří	56	50	89,3	41	82,0	0	0,0	7	14,0	1	2,0	0	0,0
Záblatí	36	32	88,9	19	59,4	1	3,1	9	28,1	2	6,3	1	3,1
Záhoří	62	62	100,0	47	75,8	3	4,8	11	17,7	1	1,6	0	0,0
Zahrádky	105	100	95,2	76	76,0	3	3,0	9	9,0	13	13,0	1	1,0
Žďár	38	36	94,7	26	72,2	0	0,0	6	16,7	2	5,6	1	2,8
Županovice	28	19	67,9	13	68,4	0	0,0	5	26,3	0	0,0	0	0,0
venkovské obce	13504	12163	90,1	9508	78,2	298	2,5	1698	14,0	403	3,3	248	2,0
městské obce	29806	27217	91,3	21453	72,0	928	3,4	3361	12,3	1216	4,5	507	1,9
okres J. Hradec	43310	39380	90,9	30961	78,6	1226	3,1	5059	12,8	1619	4,1	755	1,9

Zdroj: ČSÚ, 2013 ÚAP, vlastní zpracování

Ekonomicky aktivní obyvatelstvo venkovských oblastí na trhu práce v roce 2011

obec	EAO	Zaměstnaní										nezaměstnaní	
		celkem		z toho									
				zemědělství, lesnictví a rybářství		průmysl a stavebnictví		služby		vyjíždějící za prací mimo obec			
					%		%		%		%		
Báňovice	53	49	92,5	7	14,3	28	57,1	14	28,6	38	77,6	4	8,2
Bednárec	47	45	95,7	14	31,1	16	35,6	15	33,3	16	35,6	2	4,4
Bednáreček	76	70	92,1	7	10,0	28	40,0	35	50,0	42	60,0	6	8,6
Blažejov	210	191	91,0	9	4,7	86	45,0	96	50,3	73	38,2	19	9,9
Bořetín	38	35	92,1	7	20,0	17	48,6	11	31,4	20	57,1	3	8,6
Březina	65	61	93,8	17	27,9	31	50,8	13	21,3	43	70,5	4	6,6
Budeč	112	102	91,1	16	15,7	49	48,0	37	36,3	54	52,9	10	9,8
Budiškovice	333	305	91,6	47	15,4	153	50,2	105	34,4	123	40,3	28	9,2
Cep	84	74	88,1	8	10,8	47	63,5	19	25,7	29	39,2	10	13,5
Cizkrajov	231	208	90,0	34	16,3	106	51,0	68	32,7	68	32,7	23	11,1
Červený Hrádek	116	103	88,8	17	16,5	62	60,2	24	23,3	56	54,4	13	12,6
Český Rudolec	422	367	87,0	62	16,9	186	50,7	119	32,4	106	28,9	55	15,0
Číměř	313	281	89,8	17	6,0	151	53,7	113	40,2	93	33,1	32	11,4
Člunek	222	202	91,0	25	12,4	120	59,4	57	28,2	66	32,7	20	9,9
Dešná	279	219	78,5	42	19,2	120	54,8	57	26,0	82	37,4	60	27,4
Deštná	358	330	92,2	21	6,4	160	48,5	149	45,2	119	36,1	28	8,5
Dívčí Kopy	29	26	89,7	5	19,2	12	46,2	9	34,6	12	46,2	3	11,5
Dobrohošť	23	18	78,3	5	27,8	8	44,4	5	27,8	8	44,4	5	27,8
Dolní Pěna	133	131	98,5	9	6,9	57	43,5	65	49,6	69	52,7	2	1,5
Dolní Žďár	83	70	84,3	2	2,9	28	40,0	40	57,1	30	42,9	13	18,6
Domanín	182	169	92,9	17	10,1	53	31,4	99	58,6	78	46,2	13	7,7
Doňov	32	31	96,9	8	25,8	12	38,7	11	35,5	20	64,5	1	3,2
Drunče	16	14	87,5	3	21,4	9	64,3	2	14,3	10	71,4	2	14,3
Dunajovice	108	95	88,0	7	7,4	53	55,8	35	36,8	43	45,3	13	13,7
Dvory nad Lužnicí	187	170	90,9	13	7,6	94	55,3	63	37,1	75	44,1	17	10,0
Frahelž	69	63	91,3	15	23,8	30	47,6	18	28,6	35	55,6	6	9,5

Hdravova Rosička	23	20	87,0	1	5,0	14	70,0	5	25,0	8	40,0	3	15,0
Halámky	73	66	90,4	5	7,6	40	60,6	21	31,8	38	57,6	7	10,6
Hamr	176	158	89,8	7	4,4	94	59,5	57	36,1	62	39,2	18	11,4
Hatín	105	97	92,4	19	19,6	40	41,2	38	39,2	43	44,3	8	8,2
Heřmaneč	40	34	85,0	5	14,7	20	58,8	9	26,5	24	70,6	6	17,6
Horní Meziríčko	47	41	87,2	5	12,2	21	51,2	15	36,6	20	48,8	6	14,6
Horní Nēmčice	41	38	92,7	6	15,8	27	71,1	5	13,2	14	36,8	3	7,9
Horní Pěna	274	249	90,9	17	6,8	128	51,4	104	41,8	93	37,3	25	10,0
Horní Radouň	106	97	91,5	24	24,7	50	51,5	23	23,7	30	30,9	9	9,3
Horní Skrýchov	71	66	93,0	3	4,5	32	48,5	31	47,0	33	50,0	5	7,6
Horní Slatina	73	66	90,4	9	13,6	30	45,5	27	40,9	26	39,4	7	10,6
Hospřiz	191	172	90,1	20	11,6	97	56,4	55	32,0	53	30,8	19	11,0
Hrachoviště	39	33	84,6	2	6,1	20	60,6	11	33,3	17	51,5	6	18,2
Hříšice	151	141	93,4	17	12,1	81	57,4	43	30,5	62	44,0	10	7,1
Jarošov nad Nežárkou	542	500	92,3	66	13,2	234	46,8	200	40,0	218	43,6	42	8,4
Jilem	51	46	90,2	13	28,3	10	21,7	23	50,0	30	65,2	5	10,9
Kačlehy	31	30	96,8	6	20,0	12	40,0	12	40,0	8	26,7	1	3,3
Kamenný Malíkov	28	27	96,4	2	7,4	17	63,0	8	29,6	9	33,3	1	3,7
Klec	79	72	91,1	15	20,8	23	31,9	34	47,2	23	31,9	7	9,7
Kostelní Radouň	135	123	91,1	20	16,3	41	33,3	62	50,4	73	59,3	12	9,8
Kostelní Vydří	88	70	79,5	9	12,9	25	35,7	36	51,4	43	61,4	18	25,7
Kunžak	647	598	92,4	76	12,7	291	48,7	231	38,6	197	32,9	49	8,2
Lásenice	255	232	91,0	19	8,2	112	48,3	101	43,5	111	47,8	23	9,9
Lodhěřov	292	269	92,1	33	12,3	144	53,5	92	34,2	80	29,7	23	8,6
Lužnice	197	180	91,4	17	9,4	66	36,7	97	53,9	86	47,8	17	9,4
Majdalena	242	220	90,9	13	5,9	148	67,3	59	26,8	77	35,0	22	10,0
Nová Olešná	41	40	97,6	5	12,5	21	52,5	14	35,0	18	45,0	1	2,5
Nová Ves nad Lužnicí	171	158	92,4	9	5,7	99	62,7	50	31,6	80	50,6	13	8,2
Novosedly nad Nežárkou	293	267	91,1	40	15,0	115	43,1	112	41,9	89	33,3	26	9,7
Okrouhlá Radouň	88	83	94,3	17	20,5	29	34,9	37	44,6	37	44,6	5	6,0
Peč	196	175	89,3	19	10,9	105	60,0	51	29,1	79	45,1	21	12,0
Písečné	232	177	76,3	25	14,1	98	55,4	54	30,5	87	49,2	55	31,1
Pístina	61	56	91,8	11	19,6	29	51,8	16	28,6	30	53,6	5	8,9
Plavsko	225	193	85,8	31	16,1	84	43,5	78	40,4	83	43,0	32	16,6
Pleše	87	79	90,8	12	15,2	32	40,5	35	44,3	39	49,4	8	10,1
Pluhův Žďár	277	265	95,7	89	33,6	94	35,5	82	30,9	94	35,5	12	4,5
Polště	48	45	93,8	9	20,0	20	44,4	16	35,6	20	44,4	3	6,7
Ponědraž	63	55	87,3	16	29,1	22	40,0	17	30,9	14	25,5	8	14,5
Ponědražka	38	35	92,1	13	37,1	12	34,3	10	28,6	11	31,4	3	8,6
Popelín	205	192	93,7	29	15,1	83	43,2	80	41,7	61	31,8	13	6,8

Příbraz	101	94	93,1	3	3,2	43	45,7	48	51,1	48	51,1	7	7,4
Rapšach	265	227	85,7	15	6,6	146	64,3	66	29,1	86	37,9	38	16,7
Ratiboř	77	69	89,6	12	17,4	30	43,5	27	39,1	25	36,2	8	11,6
Rodvínov	242	221	91,3	31	14,0	90	40,7	100	45,2	83	37,6	21	9,5
Roseč	118	104	88,1	18	17,3	40	38,5	46	44,2	38	36,5	14	13,5
Rosička	19	17	89,5	2	11,8	7	41,2	8	47,1	10	58,8	2	11,8
Smržov	54	46	85,2	4	8,7	16	34,8	26	56,5	20	43,5	8	17,4
Staňkov	102	93	91,2	4	4,3	49	52,7	40	43,0	42	45,2	9	9,7
Staré Hobzí	236	208	88,1	22	10,6	120	57,7	66	31,7	75	36,1	28	13,5
S. M. p. L.	227	183	80,6	39	21,3	89	48,6	55	30,1	43	23,5	44	24,0
Stříbřec	211	187	88,6	20	10,7	85	45,5	82	43,9	91	48,7	24	12,8
Střížovice	289	258	89,3	12	4,7	162	62,8	84	32,6	73	28,3	31	12,0
Světce	63	57	90,5	11	19,3	26	45,6	20	35,1	34	59,6	6	10,5
Třebětice	140	130	92,9	30	23,1	57	43,8	43	33,1	79	60,8	10	7,7
Újezdec	38	33	86,8	11	33,3	13	39,4	9	27,3	28	84,8	5	15,2
Velký Ratmírov	110	103	93,6	22	21,4	52	50,5	29	28,2	31	30,1	7	6,8
Vícemil	28	25	89,3	6	24,0	10	40,0	9	36,0	13	52,0	3	12,0
Višňová	33	31	93,9	6	19,4	13	41,9	12	38,7	16	51,6	2	6,5
Vlčetinec	25	24	96,0	7	29,2	8	33,3	9	37,5	9	37,5	1	4,2
Volfířov	316	283	89,6	46	16,3	139	49,1	98	34,6	138	48,8	33	11,7
Vydří	56	50	89,3	1	2,0	25	50,0	24	48,0	26	52,0	6	12,0
Záblatí	36	32	88,9	6	18,8	13	40,6	13	40,6	14	43,8	4	12,5
Záhoří	62	62	100,0	6	9,7	30	48,4	26	41,9	43	69,4	0	0,0
Zahrádky	105	100	95,2	28	28,0	42	42,0	30	30,0	28	28,0	5	5,0
Žďár	38	36	94,7	7	19,4	10	27,8	19	52,8	23	63,9	2	5,6
Županovice	28	19	67,9	3	15,8	12	63,2	4	21,1	7	36,8	9	47,4
venkovské obce	13504	12163	90,1	1633	13,4	5987	49,2	4543	37,4	4937	36,6	1341	11,0
městské obce	29806	27217	91,3	1188	4,4	12463	45,8	13566	49,8	5843	19,6	2589	9,5
okres J. H	43310	39380	90,9	2821	7,2	18450	46,9	18109	46,0	10780	24,9	3930	10,0

Zdroj: ČSÚ, 2013 ÚAP, vlastní zpracování

Příloha 10 Vzdelanostní struktura obyvatelstva venkovských obcí za rok 2011 v relativních Hodnotách

obec	obyvatelstvo (%)							
	15 a více let	bez vzdělání	základní vč. neukončeného	střední vč. Vyučení	úplně střední	nástavbové studium	VOŠ	VŠ
Báňovice	85,5	0,9	24,5	28,2	22,7	0,9	0	8,2
Bednárec	80,6	0	17,5	35	13,6	1,9	2,9	6,8
Bednářeček	83,3	0	16,7	32,3	15,6	2,6	0,5	8,3
Blažejov	81,6	0,5	17,1	30,4	19,1	1,8	0,7	6
Bořetín	75,8	0	16,2	39,4	10,1	3	1	3
Březina	86,2	0,3	15,6	37,3	23,9	1,5	0,6	6,1
Budeč	83,6	0	19,5	32,7	21,2	0,9	0,4	7,5
Budíškovice	86,8	0,6	21,8	34,8	15,1	1,5	0,7	3,6
Cep	85,9	0,6	18,2	42,9	17,1	2,4	0	2,9
Cizkrajov	83,4	0,2	23,6	37,2	13,5	2,2	1,4	3
Červený Hrádek	85,5	0,4	18,7	35,7	19,6	0,9	1,3	6,4
Český Rudolec	86,4	1	21,4	34,1	17,6	1,9	0,8	6,6
Číměř	87,7	0,7	24,2	36,5	13,1	1,9	0,3	3,2
Člunek	83,9	0,8	22,5	38,4	14,6	1,1	0,4	2,5
Dešná	85,2	2,1	30	35,7	9,5	0,8	0,3	3,3
Dívčí Kopy	84,4	0	14,1	34,4	20,3	47	1,6	3,1
Dobrohošť	91,5	0	23,4	44,7	14,9	0	2,1	4,3
Dolní Pěna	77,9	0,4	11,1	19,8	26,3	3,4	0,4	13
Dolní Žďár	84,5	1,3	19,4	30,3	18,7	1,9	0,6	11
Domanín	80,1	0,3	15,9	33,1	18,3	1,1	1,3	7,8
Doňov	83,5	0	21,5	34,2	20,3	1,3	0	1,3
Drunče	97,4	0	30,8	53,8	2,6	2,6	0	5,1
Dunajovice	85,7	1,5	16,3	42,4	15,8	1,5	1	3,4
Dvory nad Lužnicí	85,8	0,3	16,9	34,3	22,6	1,2	1,5	5,7
Frahelž	87,2	0,7	20,8	40,9	18,8	0,7	1,3	4
Hadravova Rosička	84,3	0	15,7	47,1	15,7	0	0	5,9
Halámky	87,6	1,2	22,9	42,4	14,1	2,4	0,6	2,9
Hamr	88,8	1,1	18,7	40,8	20,4	0,9	0,3	4,9
Hatín	86,8	0,5	17,3	33,2	22,7	1,4	0,5	10
Heřmaneč	77,7	2,1	9,6	39,4	16	1,1	0	7,4
Horní Meziříčko	88,1	1	16,8	46,5	16,8	1	2	3
Horní Němčice	83,3	1,1	23,3	44,4	10	1,1	0	0
Horní Pěna	83,6	1,4	17,4	35,6	19,4	1,2	0,9	4,4
Horní Radouň	87,7	0,8	22,1	38,1	18,4	1,2	0,4	3,7
Horní Skrýchov	76,7	1,6	14	31	18,6	1,6	1,6	7,8
Horní Slatina	85,5	0	22,4	29,6	19,1	0,7	0	7,9
Hospřiz	82	1	18,8	37,8	16	0,8	0,8	3
Hrachoviště	88,5	1,1	29,9	39,1	14,9	1,1	0	2,3
Hříšice	79,7	0	20,9	31,9	17,8	1,2	0,9	5,9
Jarošov nad N	85	0,5	17	30,6	23,9	1,9	0,5	6,7
Jilem	91,3	0	16,5	42,7	22,3	1	0	6,8
Kačlehy	87,7	0	20	32,3	27,7	0	0	1,5
Kamenný Malíkov	92,6	0	9,3	37	31,5	3,7	0	9,3

Klec	90,2	0,6	25	35,4	14	3	0,6	10,4
Kostelní Radouň	85,2	0	17,2	34,4	22,7	1,7	1	5,5
Kostelní Vydří	90,1	0	23,4	40,9	17	1,2	0	6,4
Kunžak	84	0,2	20,5	33,1	19,2	1,6	0,4	6,5
Lásenice	82,9	0,4	15,1	36,9	22,4	1,8	0	4,7
Lodhěřov	84,4	0,6	22,5	37,7	14,6	1,4	0,6	2,9
Lužnice	83,5	0,2	17,7	28,7	22,5	1,7	1,9	7,2
Majdalena	88,8	0	23,7	35,7	19,9	1,5	1,3	4
Nová Olešná	82,6	0	20,2	40,4	12,8	1,8	0,9	3,7
Nová Ves n Lužnicí	84	0,9	23,6	37,1	15,3	1,8	0,9	2,5
Novosedly nad N.	86,9	0,2	19,1	35,4	21,2	2,1	1	5,4
Okrouhlá Radouň	84,7	0,5	14,7	40,5	17,4	1,6	2,6	4,2
Peč	82	0,5	19	40,4	14,3	1,2	0,5	3
Písečné	81,1	0,6	25,5	32,5	12,9	0,9	0	3,2
Pístina	92,6	25,9	17,5	15,3	15,9	1,6	0,5	2,6
Plavsko	85,3	0,5	18,1	34	24,3	0,7	1,4	4,8
Pleše	87,8	0,6	16	39,8	17,7	2,2	1,1	8,8
Pluhův Žďár	86,3	0,3	20,1	36,7	20,3	1	1	3,8
Polště	81,7	0	17,3	31,7	24	1	1	5,8
Ponědraž	93,5	0	30,6	35,2	21,3	0,9	0	2,8
Ponědražka	83,3	0	14,1	39,7	16,7	0	0	10,3
Popelín	83,8	0	17,9	36,9	17,7	2,7	0,6	3,4
Příbraz	86,6	0	18,7	34,6	22,4	1,2	1,6	6,9
Rapšach	82	0,4	26,2	32,6	14,1	0,7	0,7	4,4
Ratibor	88,6	1,6	23,2	32,4	18,4	0	1,1	8,1
Rodvínov	82,2	0	13,3	29	23,3	1,9	2,5	9,7
Roseč	81,2	0	18,3	34,6	19,2	1	0,5	6,2
Rosička	92,2	0	25,5	41,2	21,6	2	0	0
Smržov	88	0,9	21,3	38	15,7	3,7	0	7,4
Staňkov	89,2	0,5	22,1	39	22,1	1,9	0,9	2,8
Staré Hobzí	84,2	0,6	22,1	36	14,4	1	0,6	4,4
S. M. p. Landštejnem	84	1,2	23,4	38,4	12,3	1,2	0	4,2
Stříbřec	90,2	0,5	17,9	40,8	19,3	3,2	0,7	6,1
Střížovice	83,6	0	16,9	33,9	21,4	2,4	0,5	5
Světce	90,1	0	22,5	33,8	20,4	1,4	0	8,5
Třebětice	81,4	0,3	19,2	32	19,9	1,7	0	7,6
Újezdec	91,9	0	14,5	29	37,1	1,6	1,6	6,5
Velký Ratmírov	86,5	0,9	22,5	33,3	21,2	1,8	0,9	1,8
Vícemil	82,1	2,4	16,7	35,7	20,2	0	1,2	4,8
Višňová	87,1	0	15,7	45,7	15,7	1,4	2,9	2,9
Vlčetínek	85,5	0	25,5	36,4	14,5	5,5	0	3,6
Volfřov	81,3	0,1	19,6	30,3	19,3	3	0,7	6,2
Vydří	89	1,6	18,9	43,3	14,2	1,6	0,8	3,9
Záblatí	93,1	0	23,6	33,3	20,8	1,4	4,2	8,3
Záhoří	80,6	0	12,9	36,3	22,6	1,6	1,6	4
Zahrádky	86,9	0,5	25,2	32,4	14,9	3,2	0,9	7,2
Žďár	83,2	0	17,9	35,8	16,8	4,2	1,1	5,3
Županovice	89	0	22	45,1	14,6	1,2	1,2	2,4
venkovské obce	85,5	0,8	19,7	36,1	18,4	2,1	0,8	5,3
městské obce	85,5	0,6	18,8	34,2	19,9	2,1	0,9	6,3
okres J. Hradec	85,4	0,5	17,8	32,3	21,5	2,1	0,9	7,3

Zdroj: ČSÚ, 2013 SLDB 2011, vlastní zpracování

Příloha 11 Vývoj počtu venkovských obcí s maloobchodní jednotkou v území venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec v letech 1989–2014 dle velikosti venkovské obce

rok	venkovské obce	venkovské obce (%)	venkovské obce do 99 obyvatel	venkovské obce do 99 obyvatel (%)*	venkovské obce do 199 obyvatel	venkovské obce do 199 obyvatel (%)*	venkovské obce do 299 obyvatel	venkovské obce do 299 obyvatel (%)*	venkovské obce do 399 obyvatel	venkovské obce do 399 obyvatel (%)*	venkovské obce do 499 obyvatel	venkovské obce do 499 obyvatel (%)*	venkovské obce nad 500 obyvatel	venkovské obce nad 500 obyvatel (%)*
1989	66	72,5	3	14,3	23	88,5	19	82,6	6	100,0	9	100,0	6	100
1990	66	72,5	3	14,3	23	88,5	19	82,6	6	100,0	9	100,0	6	100
1991	67	73,6	3	14,3	24	92,3	19	82,6	6	100,0	9	100,0	6	100
1992	73	80,2	7	33,3	25	96,2	20	87,0	6	100,0	9	100,0	6	100
1993	74	81,3	8	38,1	25	96,2	20	87,0	6	100,0	9	100,0	6	100
1994	73	80,2	8	38,1	25	96,2	19	82,6	6	100,0	9	100,0	6	100
1995	71	78,0	7	33,3	24	92,3	19	82,6	6	100,0	9	100,0	6	100
1996	72	79,1	7	33,3	24	92,3	20	87,0	6	100,0	9	100,0	6	100
1997	69	75,8	7	33,3	23	88,5	20	87,0	4	66,7	9	100,0	6	100
1998	71	78,0	8	38,1	22	84,6	21	91,3	5	83,3	9	100,0	6	100
1999	70	76,9	8	38,1	21	80,8	21	91,3	5	83,3	9	100,0	6	100
2000	69	75,8	8	38,1	21	80,8	21	91,3	5	83,3	8	88,9	6	100
2001	68	74,7	8	38,1	20	76,9	21	91,3	5	83,3	8	88,9	6	100
2002	66	72,5	8	38,1	19	73,1	20	87,0	5	83,3	8	88,9	6	100
2003	68	74,7	8	38,1	21	80,8	20	87,0	5	83,3	8	88,9	6	100
2004	67	73,6	8	38,1	20	76,9	20	87,0	5	83,3	8	88,9	6	100
2005	65	71,4	7	33,3	19	73,1	20	87,0	5	83,3	8	88,9	6	100
2006	64	70,3	5	23,8	21	80,8	19	82,6	5	83,3	8	88,9	6	100
2007	62	68,1	5	23,8	20	76,9	18	78,3	5	83,3	8	88,9	6	100
2008	63	69,2	5	23,8	21	80,8	18	78,3	5	83,3	8	88,9	6	100
2009	61	67,0	3	14,3	21	80,8	18	78,3	5	83,3	8	88,9	6	100
2010	62	68,1	3	14,3	22	84,6	18	78,3	5	83,3	8	88,9	6	100
2011	64	70,3	3	14,3	22	84,6	19	82,6	5	83,3	9	100,0	6	100
2012	64	70,3	3	14,3	22	84,6	19	82,6	5	83,3	9	100,0	6	100
2013	64	70,3	3	14,3	21	80,8	19	82,6	6	100,0	9	100,0	6	100
2014	64	70,3	3	14,3	21	80,8	19	82,6	6	100,0	9	100,0	6	100

*údaj o množství venkovských obcí s maloobchodní jednotkou určité velikosti k venkovským obcím bez maloobchodní jednotky určité velikosti

Zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování

Příloha 12 Vývoj počtu venkovských místních částí obcí s maloobchodní jednotkou v území venkovských obcí okresu Jindřichův Hradec v letech 1989–2014 dle velikosti místních částí obcí

rok	místní části celkem	místní části s MA jednotkou	místní části s MA jednotkou (%)*	místní části do 99 obyvatel	místní části do 99 obyvatel (%) *	místní části do 199 obyvatel	místní části do 199 obyvatel (%)*	místní části do 299 obyvatel	místní části do 299 obyvatel (%)*	místní části do 399 obyvatel	místní části do 399 obyvatel (%)*	místní části do 499 obyvatel	místní části do 499 obyvatel (%)*	místní části nad 500 obyvatel	místní části nad 500 obyvatel (%)*
1989	195	83	42,6	9	8,3	35	21,4	18	81,8	6	100,0	9	90	6	100
1990	195	83	42,6	9	8,3	35	21,4	18	81,8	6	100,0	9	90	6	100
1991	195	85	43,6	10	9,2	36	23,8	18	81,8	6	100,0	9	90	6	100
1992	195	93	47,7	16	14,7	37	38,1	19	86,4	6	100,0	9	90	6	100
1993	195	96	49,2	18	16,5	38	42,9	19	86,4	6	100,0	9	90	6	100
1994	195	96	49,2	18	16,5	39	42,9	18	81,8	6	100,0	9	90	6	100
1995	195	92	47,2	16	14,7	37	38,1	18	81,8	6	100,0	9	90	6	100
1996	195	93	47,7	16	14,7	37	38,1	19	86,4	6	100,0	9	90	6	100
1997	195	88	45,1	14	12,8	36	33,3	19	86,4	4	66,7	9	90	6	100
1998	195	89	45,6	15	13,8	34	35,7	20	90,9	5	83,3	9	90	6	100
1999	195	89	45,6	16	14,7	33	38,1	20	90,9	5	83,3	9	90	6	100
2000	195	88	45,1	16	14,7	33	38,1	20	90,9	5	83,3	8	80	6	100
2001	195	87	44,6	15	13,8	33	35,7	20	90,9	5	83,3	8	80	6	100
2002	195	85	43,6	14	12,8	33	33,3	19	86,4	5	83,3	8	80	6	100
2003	195	87	44,6	14	12,8	35	33,3	19	86,4	5	83,3	8	80	6	100
2004	195	86	44,1	14	12,8	34	33,3	19	86,4	5	83,3	8	80	6	100
2005	195	83	42,6	12	11,0	33	28,6	19	86,4	5	83,3	8	80	6	100
2006	195	82	42,1	10	9,2	35	23,8	18	81,8	5	83,3	8	80	6	100
2007	195	80	41,0	10	9,2	34	23,8	17	77,3	5	83,3	8	80	6	100
2008	195	80	41,0	10	9,2	34	23,8	17	77,3	5	83,3	8	80	6	100
2009	195	78	40,0	8	7,3	34	19,0	17	77,3	5	83,3	8	80	6	100
2010	195	79	40,5	8	7,3	35	19,0	17	77,3	5	83,3	8	80	6	100
2011	195	81	41,5	8	7,3	35	19,0	18	81,8	5	83,3	9	90	6	100
2012	195	79	40,5	8	7,3	33	19,0	18	81,8	5	83,3	9	90	6	100
2013	195	80	41,0	8	7,3	33	19,0	18	81,8	6	100,0	9	90	6	100
2014	195	80	41,0	8	7,3	33	19,0	18	81,8	6	100,0	9	90	6	100

* údaj o množství místních částí venkovských obcí s maloobchodní jednotkou určité velikosti k místním částem venkovským obcím bez maloobchodní jednotky určité velikosti
Zdroj: terénní šetření, živnostenský rejstřík, vlastní zpracování

Příloha 13 Venkovské obce podporující maloobchod a jejich forma podpory

obec	místní část	forma podpory
Blažejov	Dvoreček, Mutyněves, Oldřiš, Malý Ratmírov	rozvoz potravin provozovatelem prodejny v Blažejově do místních částí. Obec přispívá 9 000 Kč ročně na pohonné hmoty
Bořetín	Bořetín	podpora 10 000 Kč ročně a obec platí energie
Březina	Březina	promíjen nájem, obec platí energie
Budiškovice	Ostojkovice	promíjen nájem
	Vesce, Manešovice	příspěvek na pojízdnou prodejnu 9 000 Kč ročně
Cep	Cep	promíjen nájem, obec platí veškeré výdaje
Červený Hrádek	Červený Hrádek	promíjen nájem
Český Rudolec	Horní Radíkov, Lipnice, Matějovec, Nová Ves, Radíkov, Rožnov, Stojecín,	příspěvek na pojízdnou prodejnu 7 000 Kč ročně
Číměř	Dobrá Voda	příspěvek na pojízdnou prodejnu 1 500 Kč ročně
Domanín	Domanín	příspěvek až 10 000 Kč ročně, regulován spokojeností obce s provozovatelem,
Drunče	Drunče	snížené nájemné a příspěvek na dopravu
Dvory n. Lužnicí	Dvory n. Lužnicí	snížené nájemné
Horní Radouň	Horní Radouň, Starý Bozděchov	snížené nájemné
Hříšice	Jersice	příspěvek na pojízdnou prodejnu 10 000 Kč ročně
	Hříšice	promíjené nájemné
Jarošov n. Nežárkou	Zdešov	snížené nájemné
	Hostějeves, Kruplov, Lovětín, Matějovec, Nekrasín, Pejdlova Rosička	nákup do tašek, obstaráváno osobou z Jarošova
Klec	Klec	promíjen nájem, obec platí energie
Kostelní Radouň	Kostelní Radouň	platba provozních nákladů obcí (energie, plyn, voda)
Lodhěřov	Studnice	promíjení nájemného a vodného
Lužnice	Lužnice	promíjení nájemného
Novosedly n. Nežárkou	Novosedly n. Nežárkou	financování oprav objektu
Okrouhlá Radouň	Okrouhlá Radouň	promíjení nájemného, obec platí energie a plyny
Peč	Lidéřovice	příspěvek na pojízdnou prodejnu do 10 000 Kč dle prokázání počtu jízd.
Pístina	Pístina	snížené nájemné a další pomoc
Plavsko	Plavsko	příspěvek 2 000 Kč, provozovatel platí pouze energie
Pluhův Žďár	Jižná	palivové dřevo a odpuštění poplatků za odpad
	Klenov	palivové dřevo a odpuštění poplatků za odpad
Ponědraž	Ponědraž	snížené nájemné
Popelín	Popelín	obecní nákupy uskutečňovány v místní prodejně
Rosička	Rosička	promíjení nájemného
Staré Hobzí	Vnorovice, Janov, Nové Hobzí	příspěvek na pojízdnou prodejnu 8 000 Kč ročně
Staré M. p. L	Dobrotín, Návary, Veclov, Vitiněves,	příspěvek na pojízdnou prodejnu

	Rajchěřov	
Volfířov	Řečice a Volfířov	snížené nájemné
	Radlice, Brandlín, Šach, Velká Lhota	příspěvek na pojízdnou prodejnu do 10 000 Kč ročně
Záblatí	Záblatí	promíjení nájemného, obec platí energie a plyn