



Program **Éta** T A  
Č R

Využití faktorů lokalizace obchodů na venkově při optimalizaci a udržení základního zásobování venkova  
projekt TAČR č. TL05000558

# BUDOUCNOST OBCHODŮ V MALÝCH VENKOVSKÝCH OBCÍCH



Ing. Jan Binek, Ph.D.  
GaREP, spol. s r.o.

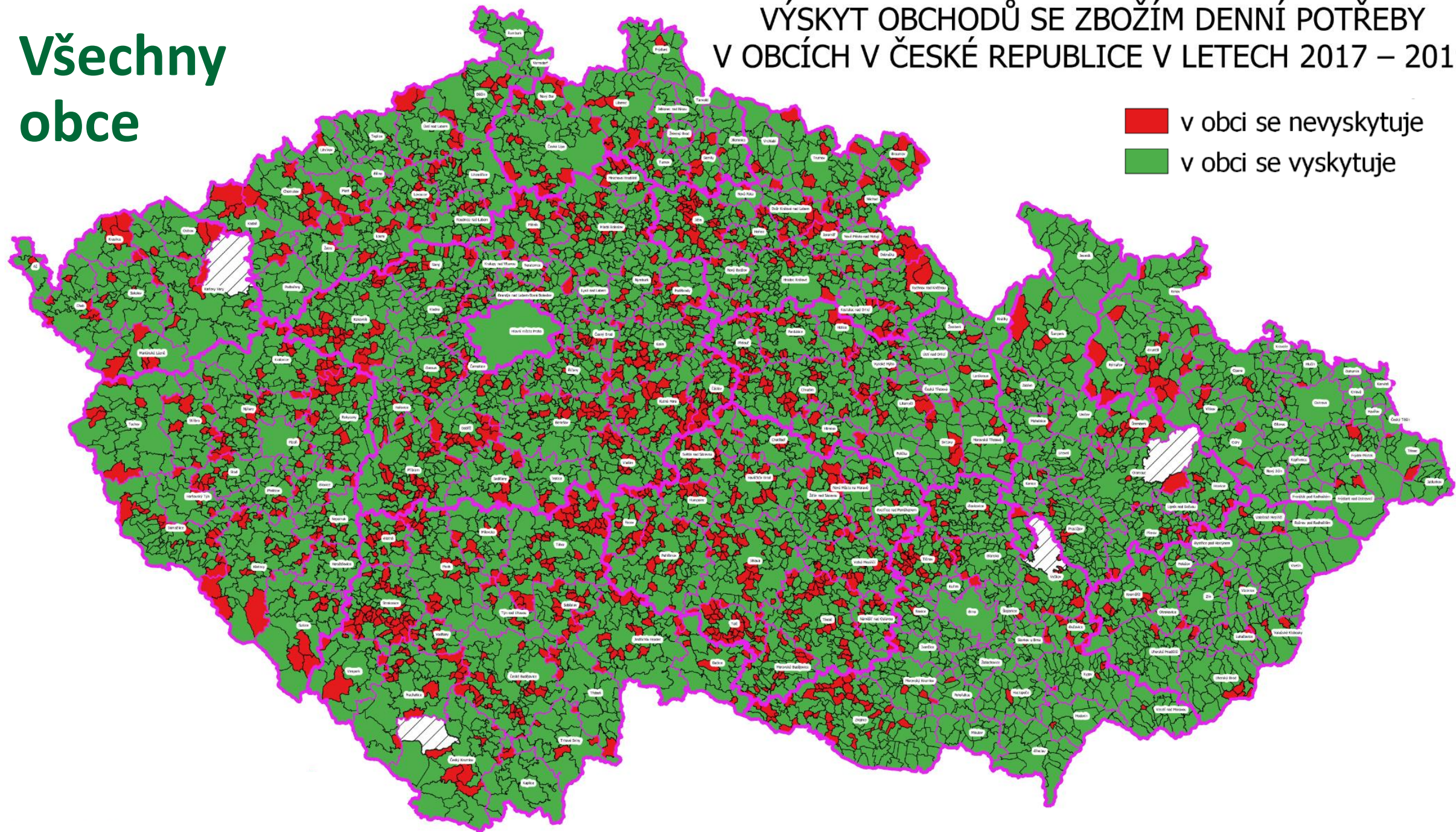
[www.garep.cz/venkoobchod](http://www.garep.cz/venkoobchod)

seminář Venkov 2024

1. 2. 2024

# Všechny obce

## VÝSKYT OBCHODŮ SE ZBOŽÍM DENNÍ POTŘEBY V OBCÍCH V ČESKÉ REPUBLICĚ V LETECH 2017 – 2019





# VÝSKYT OBCHODŮ V MALÝCH OBCÍCH

## Podíl obcí s obchodem:

- 7 % obcí do 100 obyvatel
- 30 % obcí se 100–199 obyvateli
- 50 % obcí se 200–299 obyvateli
- 70 % obcí se 300–399 obyvateli
- 75 % obcí se 400–499 obyvateli
  
- **Nad 500 obyvatel obec bez obchodu výjimkou.**

## + Vyšší výskyt:

Obce se špatnou dopravní obslužností, daleko od supermarketů, s vyšším počtem ubytovacích zařízení.

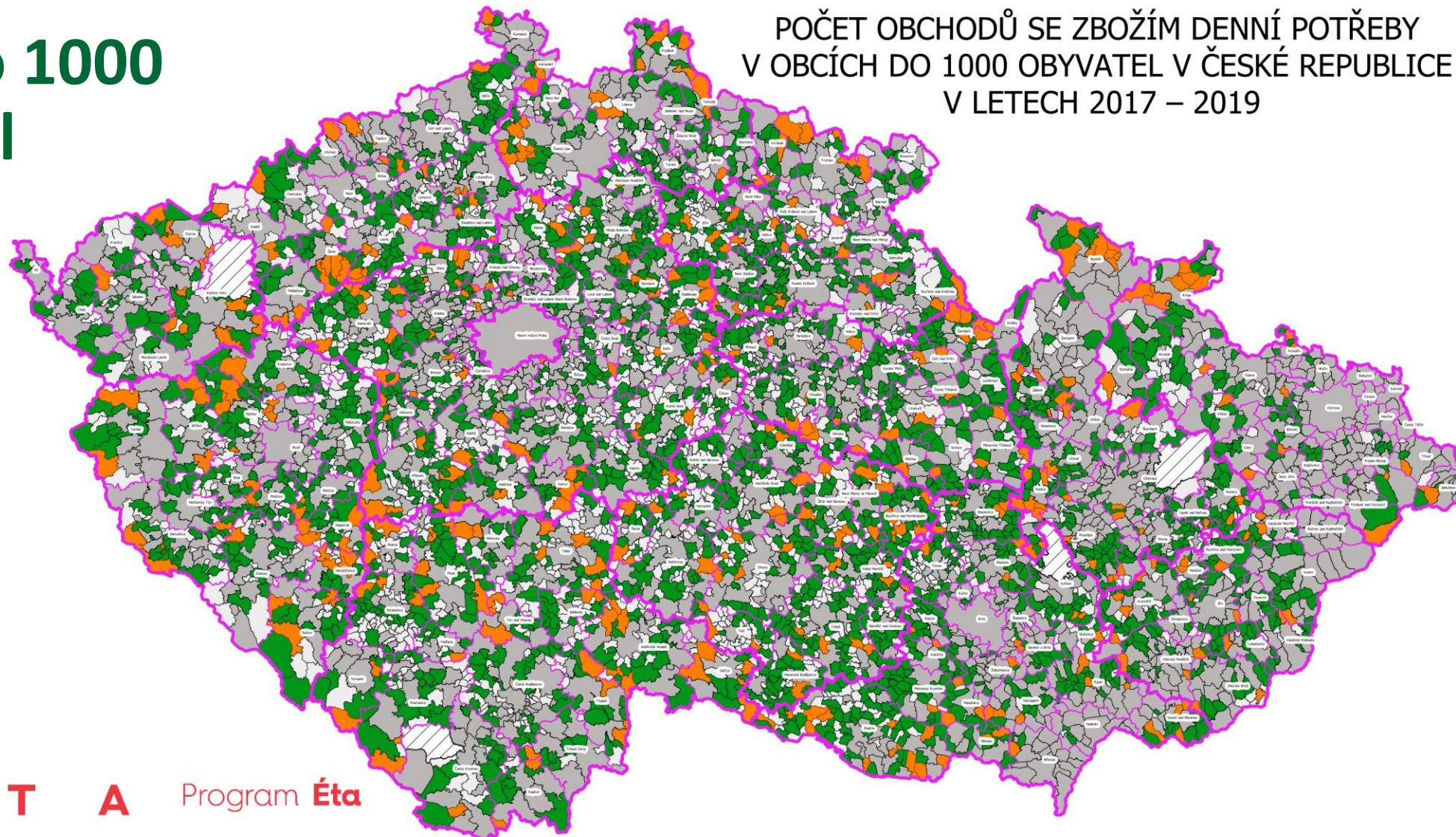
## – Nižší výskyt:

V blízkosti měst a supermarketů.



# Obce do 1000 obyvatel

## POČET OBCHODŮ SE ZBOŽÍM DENNÍ POTŘEBY V OBCÍCH DO 1000 OBYVATEL V ČESKÉ REPUBLICĚ V LETECH 2017 – 2019



**T A** Program **Éta**

**Č R**

Mapa je vytvořena v rámci projektu TL05000558  
Využití faktorů lokalizace obchodů na venkově při  
optimalizaci a udržení základního zásobování  
venkova podpořeného Technologickou agenturou  
České republiky.

GaREP, spol. s r.o.  
Brno 2021

Souřadnicový systém: WGS84 UTM Zone 33N

Zdroje dat: Data ArcČR © ČÚZK, ČSÚ, ARCDATA PRAHA 2021,

© Přispěvatelé OpenStreetMap, Mapy.cz,

Projekt mapování veřejné infrastruktury venkova, 2017–2020, SMSdata s.r.o.

Počet obchodů se zbožím denní potřeby v obcích do 1000 obyvatel

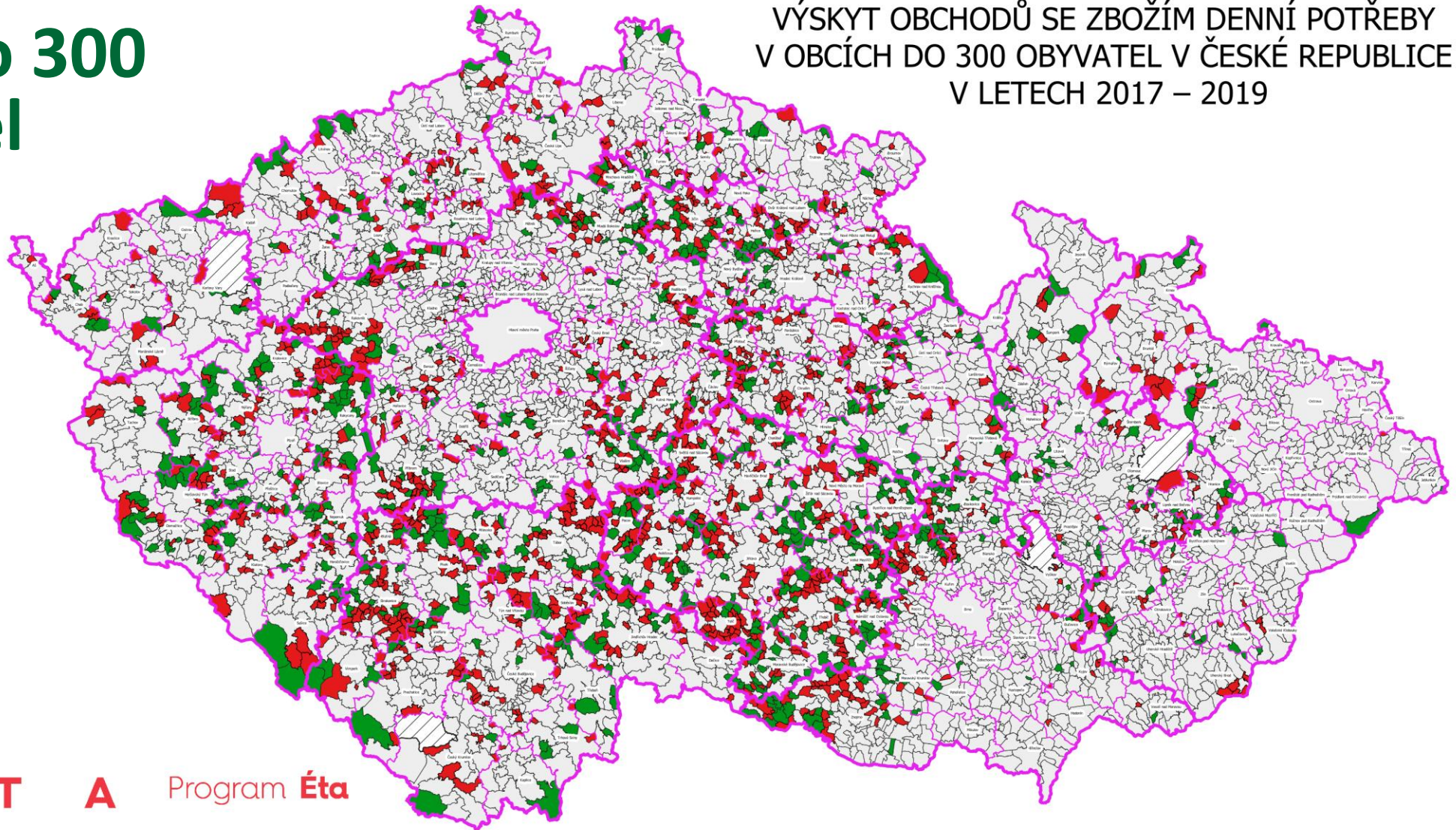
- Obce s jedním obchodem
- Obce s více obchody
- Obce bez obchodu
- Obce s vyšším počtem obyvatel

- Vojenské újezdy
- Kraje
- SO ORP

0 50 100 km

# Obce do 300 obyvatel

## VÝSKYT OBCHODŮ SE ZBOŽÍM DENNÍ POTŘEBY V OBCÍCH DO 300 OBYVATEL V ČESKÉ REPUBLICCE V LETECH 2017 – 2019



**T A** Program **Éta**

**Č R**

Mapa je vytvořena v rámci projektu TL05000558 Využití faktorů lokalizace obchodů na venkově při optimalizaci a udržení základního zásobování venkova podpořeného Technologickou agenturou České republiky.

GaREP, spol. s r.o.  
Brno 2021

Souřadnicový systém: WGS84 UTM Zone 33N

Zdroje dat: Data ArcČR © ČÚZK, ČSÚ, ARCDATA PRAHA 2021,

© Přispěvatelé OpenStreetMap, Mapy.cz,

Projekt mapování veřejné infrastruktury venkova, 2017–2020, SMSdata s.r.o.

Obce

■ s obchodem se zbožím denní potřeby

■ bez obchodu se zbožím denní potřeby

■ s vyšším počtem obyvatel

▨ vojenské újezdy

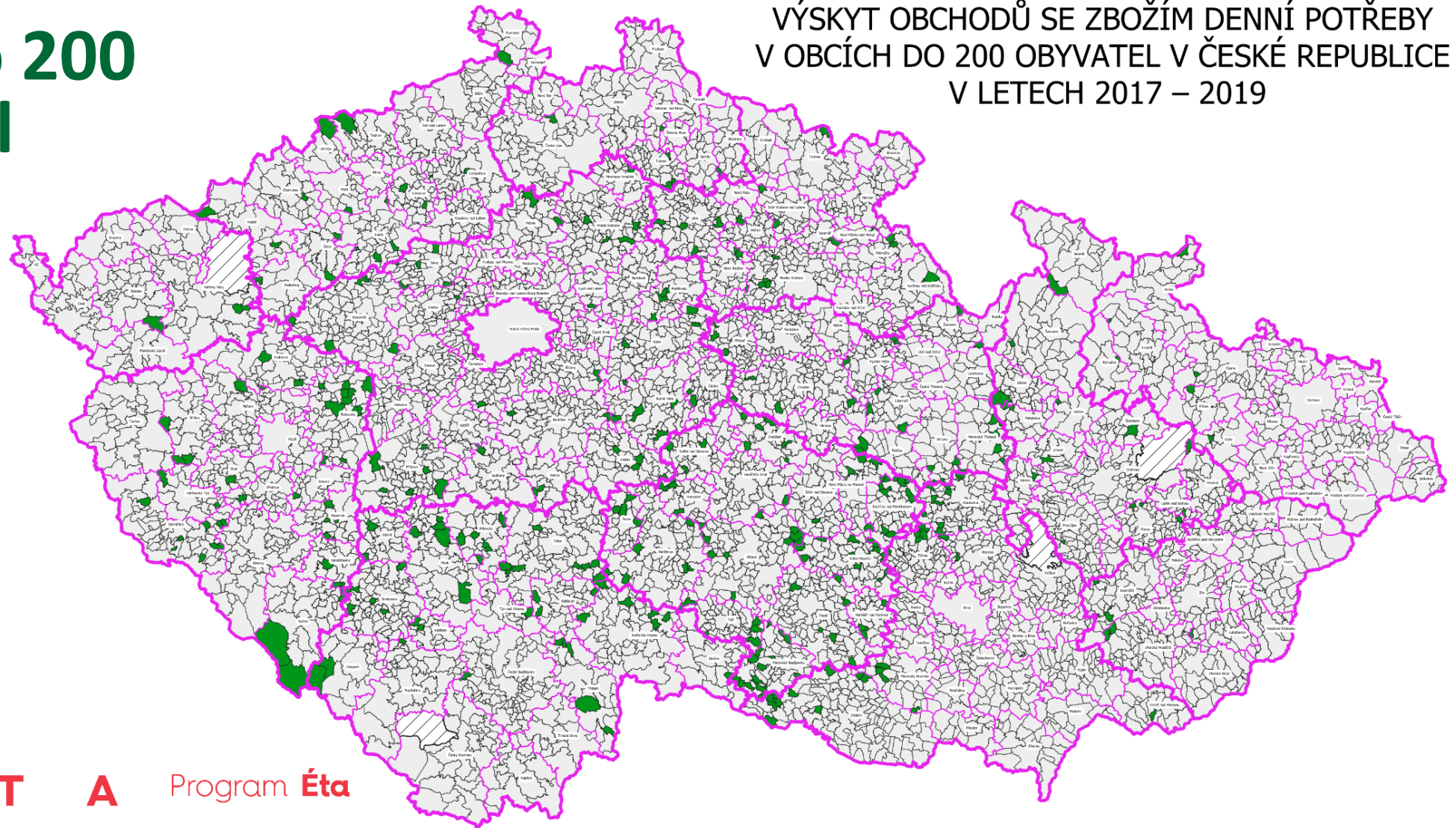
▭ kraje

▭ SO ORP



# Obce do 200 obyvatel

## VÝSKYT OBCHODŮ SE ZBOŽÍM DENNÍ POTŘEBY V OBCÍCH DO 200 OBYVATEL V ČESKÉ REPUBLICE V LETECH 2017 – 2019



**T A** Program **Éta**

**Č R**

Mapa je vytvořena v rámci projektu TL05000558  
Využití faktorů lokalizace obchodů na venkově při  
optimalizaci a udržení základního zásobování  
venkova podpořeného Technologickou agenturou  
České republiky.

Obce

s obchodem se zbožím denní potřeby

s vyšším počtem obyvatel

vojenské újezdy

kraje

SO ORP

GaREP, spol. s r.o.  
Brno 2021

Souřadnicový systém: WGS84 UTM Zone 33N

Zdroje dat: Data ArcČR © ČÚZK, ČSÚ, ARCDATA PRAHA 2021,

© Příspěvatelé OpenStreetMap, Mapy.cz,

Projekt mapování veřejné infrastruktury venkova, 2017–2020, SMSdata s.r.o.





# DŮVODY RUŠENÍ / UDRŽENÍ OBCHODŮ

V posledních 10 letech uzavřen poslední obchod v cca 20 % obcí do 200 obyvatel a v cca 10 % obcí s 200–500 obyvateli.

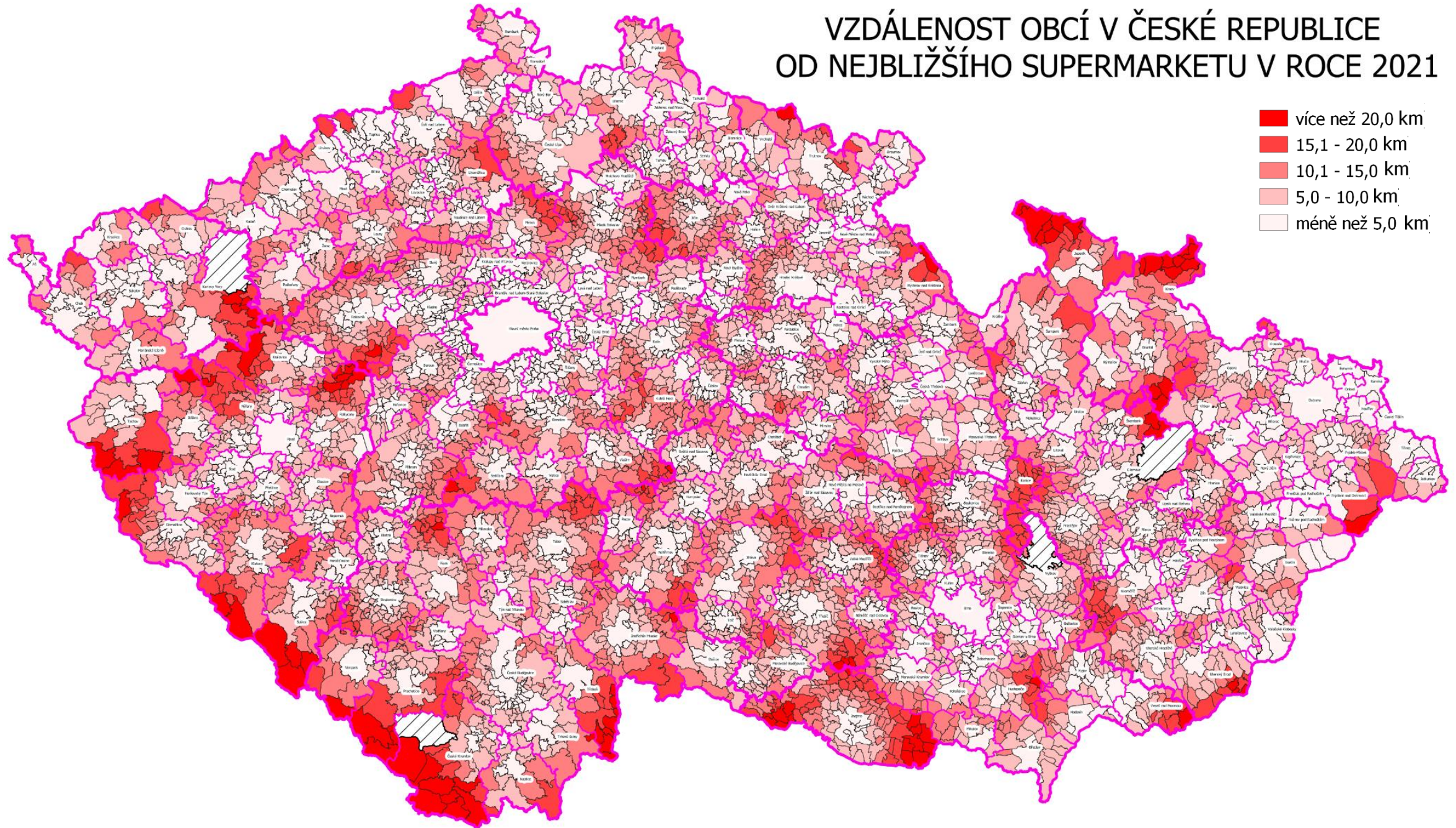
**Důvody:** 1) konkurence (supermarkety) / málo zákazníků (vyjíždka).  
2) generační obměna + chybí prodavači.

**Příčiny udržení obchodů v obcích do 200 obyvatel:**

- **Obec obchod podporuje.**
- Nakupuje zde významný podíl obyvatel.
- Obec je odlehlá a vzdálená od dalšího obchodu.
- „Zákazníci navíc“ – chataři, chalupáři, turisté (silná letní sezóna).



# VZDÁLENOST OBCÍ V ČESKÉ REPUBLICE OD NEJBLIŽŠÍHO SUPERMARKETU V ROCE 2021







# NÁKUPNÍ ZVYKLOSTI OBYVATEL dle šetření (N=1384)

- Více než 1/2 obyvatel nakupuje v místním obchodě alespoň 2x týdně.
- Minimálně 5–10 % obyvatel vůbec nevyužívá místní obchod. Nejčastějším důvodem nákupy při cestě do práce.
- Více než 3/4 obyvatel nakupují potraviny v dalších obchodech – nejčastěji v supermarketech.

**„Raději nákup ve vzdálenějším supermarketu, než v blízké obci s „větším“ obchodem.“**

- Pouze v obci nakupuje cca 10 % obyvatel (nejčastěji senioři).
- I senioři často cestují za nákupy mimo obec.

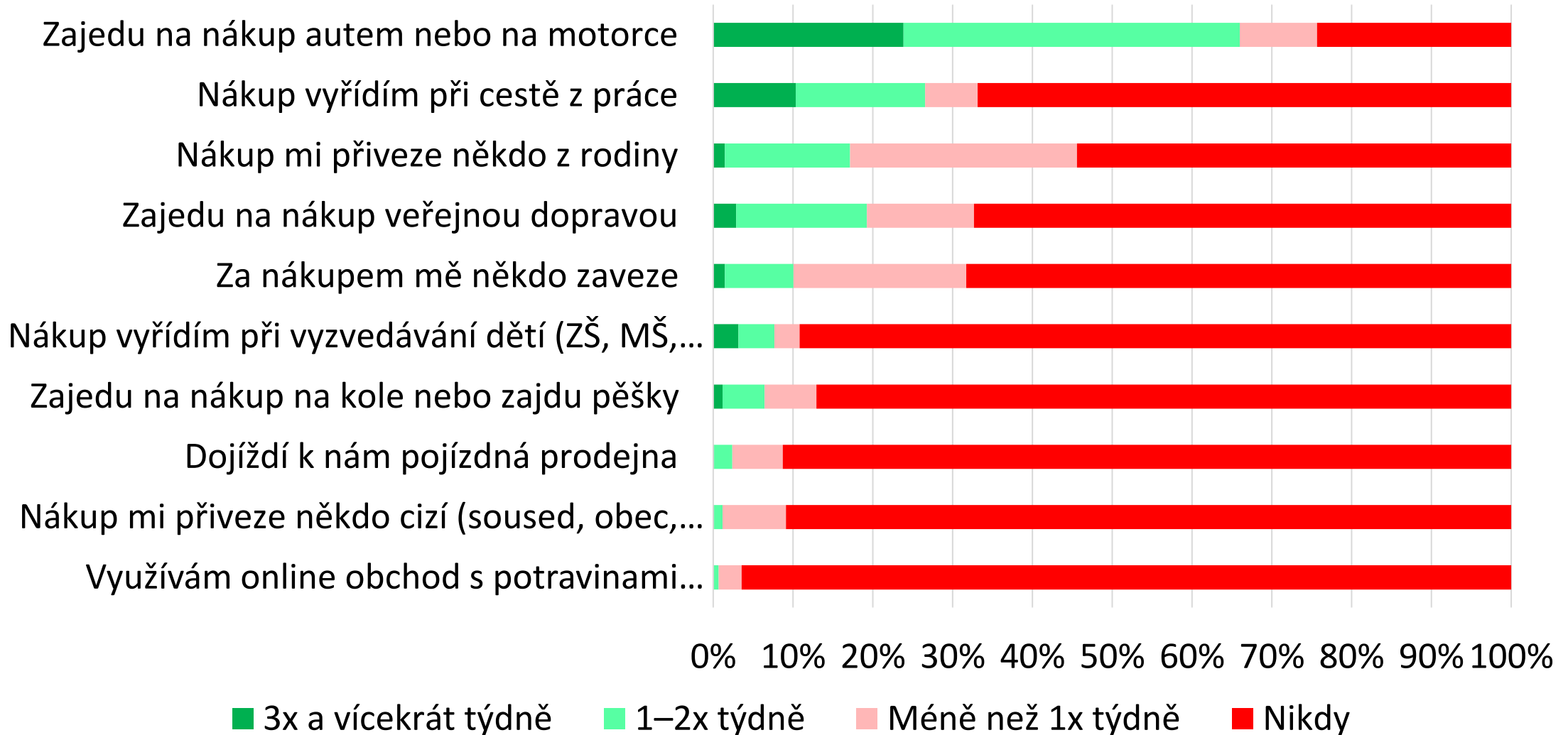


# Případové studie – CHOVÁNÍ OBYVATEL

	Vranovsko	Radnicko a Zbirožsko	Brněnsko	Hlinecko (bez Hlinska)
Počet obcí	22	34	48	21
Průměrná velikost obce	226	355	1645	542
Počet obyvatel	4979	12066	78941	11375
Respondenti (počet a níže podíl)	98	165	982	139
kteří nakupují v obci několikrát týdně	<b>76 %</b>	<b>69 %</b>	<b>44 %</b>	<b>57 %</b>
<b>kteří nakupují pouze v obci</b>	<b>32 %</b>	<b>14 %</b>	<b>20 %</b>	<b>6 %</b>
<b>kteří v obci nikdy nenakupují</b>	<b>6 %</b>	<b>5 %</b>	<b>11 %</b>	<b>14 %</b>
pro něž plní obchod i sociální funkci	46 %	40 %	30 %	44 %
kteří nakupují potraviny i online	<b>4 %</b>	<b>8 %</b>	<b>22 %</b>	<b>11 %</b>
<i>Podíl respondentů na počtu obyvatel</i>	<i>2,0 %</i>	<i>1,4 %</i>	<i>1,2 %</i>	<i>1,2 %</i>



# JAK ŘEŠÍ OBYVATELÉ NÁKUPY POTRAVIN, KDYŽ OBCHOD V OBCI NENÍ?





# HLAVNÍ TRENDY V OBSLUŽNOSTI VENKOVA

- Ubývá obchodů v malých obcích
- Otevírají se nové supermarkety
- Uzavření obchodů v malých obcích příliš nevede k přesunu nákupů obyvatel do okolních venkovských obcí
- Noví obyvatelé si udržují původní vzorce nákupního chování
- Přibývá obchodů provozovaných obcí (již cca 9 % obchodů v obcích do 200 obyvatel)
- Zřizování automatizovaných prodejen
- Rozšiřování vietnamských obchodů do menších obcí
- Stagnace pojízdných prodejen





# AUTOMATIZOVANÉ PRODEJNY

= prodejny s automatizovaným provozem bez přítomnosti personálu

Plně bezobslužný provoz x hybridní provoz

Cíle:

- Zvýšení počtu zákazníků
- Snížení personálních nákladů



V případě obcí vhodnou cestou provoz formou franšízy (např. COOP).



# ZÁKLADNÍ VYBAVENÍ AUTOMATIZOVANÉ PRODEJNY

1. Zařízení pro identifikaci zákazníka
2. Elektronický zámek do vstupních dveří
3. Samoobslužná pokladna (platební kiosek)
4. Systém identifikace veškerého zboží
5. Bezpečnostní kamery.
6. Vzdálená správa





# PRODEJNY ZŘIZOVANÉ OBCEMI

**Není k dispozici soukromý provozovatel, hrozí uzavření**

## **Základní synergie**

- Provoz v obecní budově
- Lze využít/kombinovat úvazky obecních pracovníků
- Kombinace s dalšími službami obce

## **Organizační řešení:**

- Organizační složka obce
- Samostatná právnická osoba





# POJÍZDNÉ PRODEJNY

+ **Levnější způsob zajištění obslužnosti než provoz obchodu**

**Využívá je minimum zákazníků** (tj. zdaleka ne všichni senioři či obyvatelé trávící pracovní den v obci). Pokud prodejna dojíždí do obce pouze 1x týdně, tak to není komfortní řešení. Pro většinu potenciálních zákazníků již může být zajímavější alternativou podniknout cestu do supermarketu.

- **Nutnost přijít nakupovat v předem určený čas.**
- **Pouze omezený počet položek zboží.**
- **Kombinuje profesi řidiče a prodavače.**







# OBCHOD JAKO CENTRUM SLUŽEB?

- Výdejní místa doručovacích služeb x *osobní výdej zásilek nahrazují boxy*
- Propojení obchodu s dalšími veřejnými službami (např. Pošta partner, prodej vstupenek na obecní společenské akce..)
- Propojení s provozem kavárny či hospody



**Toto pojetí prodejny je v určitém rozporu s trendem automatizace.**



# DÍLČÍ KROKY KE ZVÝŠENÍ UDRŽITELNOSTI OBCHODŮ V MALÝCH OBCÍCH

- **Energetické úspory** – využití obnovitelných zdrojů energie či komunitní energetika zatím v počátcích.
- **Provoz obchodů v obecních budovách se symbolickým nájmem** (někdy i s hrazenými energiemi) = částečné odlehčení obchodníkovi + snadnější hledání náhradního provozovatele (obci často patří i vybavení).
- **Zapojení do maloobchodních sítí.**
- **Zaměstnání místních obyvatel znevýhodněných na trhu práce** – jsou ochotni pracovat na částečný úvazek.



# KROKY K UDRŽENÍ/ZÍSKÁNÍ ZÁKAZNÍKŮ

- **Rozšiřování nabídky služeb** – zatím se v praxi nejmenších obcí příliš neprojevuje.
- **In-store marketing** – zkvalitňování prostředí obchodů.
- **Přizpůsobení otevírací doby pracujícím obyvatelům** (ráno, vpoledne/večer) – obchodníci jsou skeptičtí, obyvatelé si většinou nakoupí po cestě do práce či v místě pracoviště.
- **Maximální osobní přístup** – příjemné prostředí, rozšiřující sortiment zboží na objednávku, speciální zboží na přání (dle možností velkoskladu).
- **Cenová politika** – malý obchod nemusí vždy znamenat drahý obchod, využití sítí (2021 zjištěno, že v nejmenších obcích méně časté), propagace tohoto faktu.
- **Osvěta obyvatel** – až budou potřebovat v budoucnu obchod, tak už nemusí existovat, obyvatelé by měli obchod vnímat jako hodnotu obce a cíleně se ho snažit využívat.



# OBEC JAKO HLAVNÍ POSUZOVATEL ŘEŠENÍ V PŘÍPADĚ PROBLÉMŮ S OBSLUŽNOSTÍ

## Postupové kroky při podpoře obslužnosti na úrovni obcí:

- Zhodnotit význam obchodu
- Projednat s obchodníkem podmínky ekonomické udržitelnosti obchodu
- Ohodnotit finanční náročnost a srovnat ji s významem obchodu pro obyvatele obce
- Zvážit proveditelnost jiných variant

Zjišťování počtu osob, které by měly problém s obslužností, je spíše výjimečné.





# FORMY PODPORY OBCHODU ZE STRANY OBCÍ

- Stabilní příspěvek na provoz.
- Poskytnutí prostor v obecní budově (nulový/symbolický nájem).
- Poskytnutí vybavené provozovny v obecní budově.
- Poskytnutí vybavené provozovny v obecní budově a úhrada energií.
- Stabilní příspěvek na provoz pojízdné prodejny.
- Využívání místní prodejny obcí a místními organizacemi (např. potraviny na akce, dárkové poukazy, vouchery apod...) Podpora motivace obyvatel k nákupům v místní prodejně.
- **Převzetí obchodu obcí.**



# ZAJIŠTĚNÍ NÁKUPŮ V OBCÍCH BEZ OBCHODU

- Odvoz obyvatel za nákupy (dle domluvy či v předem daném čase)
- Zřízení nákupního seniortaxi s pravidelným jízdním řádem
- Podpora seniortaxi – možnost volby odvozu za službami či za nákupy dle potřeby
- Vyjednání úpravy jízdních řádů veřejné hromadné dopravy, aby spoje umožňovaly přijatelnou časovou návaznost pro cestu zpět
- Pomoc s online nákupy – Košík.cz rozváží již po celém území ČR
- Dohoda obce s regionální obchodní sítí na hromadném dovozu objednaných nákupů
- Dobrovolnická dovážková služba





# JAKÝ JE VÝZNAM OBCHODU V OBCI?

Obchod nutností **NENÍ**, ale přispívá ke kvalitě života.

Pro část obyvatel obce má obchod i společenský význam.

- Cílem (veřejné správy) je (zajistit/podpořit) obslužnost obyvatel venkova zbožím denní potřeby.
- **Obchod v obci není jediným řešením** – možností přibývá.
- Je třeba hledat efektivní řešení z hlediska nákladů/přínosů.
- Klíčová role obce jako mediátora a iniciátora pro volbu řešení.



# HLAVNÍ VLIVY NA BUDOUCNOST OBCHODŮ V MALÝCH OBCÍCH

- **Veřejná podpora** – podpora provozu k zajištění času na řešení udržitelnosti + podpora přeměny obchodů
- **Provoz obchodů ze strany obcí**
- **Zefektivnění provozu a inovativní řešení**
- **Informační technologie a automatizace**
  
- **Maloobchod zůstane proměnlivým sektorem**
- **Lze očekávat určitou stabilizaci obchodů.**





# HLAVNÍ VÝSTUPY PROJEKTU VENKOOBCHOD

Dostupné na [www.garep.cz/venkoobchod](http://www.garep.cz/venkoobchod)

Metodika

## Souhrnná zpráva

Program **Éta** T A  
Č R

Projekt TL05000558  
Využití faktorů lokalizace obchodů na venkově  
při optimalizaci a udržení základního zásobování venkova



**FUNGOVÁNÍ OBCHODŮ NA VENKOVĚ**  
Souhrnná výzkumná zpráva

GaREP, spol. s r. o., 2023

## Publikace



Program **Éta** T A  
Č R

**OBCHODY  
NA VENKOVĚ**


Zdeněk Šilhan, Jan Binek, Alan Faltynek  
Hana Svobodová, Ondřej Šery  
Josef Kunc

GaREP, spol. s r. o.  
2023

Program **Éta** T A  
Č R

**PŘÍSTUPY K ZAJIŠTĚNÍ  
OBSLUŽNOSTI VENKOVSKÝCH  
OBCÍ A JEJICH OBYVATEL  
A K VEŘEJNÉ PODPOŘE  
OBCHODŮ**

Metodika a doporučení



GaREP, spol. s r. o.  
2023



**Děkuji za pozornost.**

Ing. Jan Binek, Ph.D.

*GaREP, spol. s r.o.*

[www.garep.cz/venkoobchod](http://www.garep.cz/venkoobchod)