

Abstrakt

Stále stoupající podíl individuální automobilové dopravy (IAD) ve městech je trvale neudržitelný. K jeho nárůstu přispívá také výstavba velkoplošných maloobchodních zařízení, která svou obchodní politikou cílí na motorizované zákazníky. Nízké ceny vytvořené na základě rychlého obratu zboží a jeho široký sortiment nabízený pod jednou střechou dělají tato zařízení atraktivní pro zákazníky. To způsobuje postupné uzavírání drobného maloobchodu, který obsluhoval vnitřní části měst a tvořil širokou síť jednotek, dostupných chůzí. Zákazníci tak musí cestovat za nákupy delší vzdálenosti.

Cílem této práce je najít možnosti, jak v cestách na nákup nahradit běžně využívanou individuální automobilovou dopravu dopravou cyklistickou, která je šetrná k životnímu prostředí, energeticky a prostorově méně náročná, sociálně spravedlivá, zdraví prospěšná, pro obě strany ekonomicky výhodná, do vzdálenosti 5 km rychlejší a zachovávající poměrně rozsáhlou spádovou oblast.

Propojení maloobchodu s cyklistickou dopravou je zde formulováno do konceptu Bike&Shop inspirujícího se již známým konceptem Bike&Ride. V této práci poprvé uvedený koncept Bike&Shop vysvětluje, jaké jsou důvody pro jízdu na kole na nákup, a popisuje nástroje, kterými je toho možné dosáhnout. Tato teoretická část je podložena nejen výsledky ze zahraničních studií, ale i vlastním kvantitativním a empirickým výzkumem mezi cyklistickou veřejností a nákupními centry v ČR.

Reálnost a funkčnost tohoto konceptu je dokázána na jeho příkladové realizaci u nákupního centra Géčko Liberec. Tento již rok fungující projekt vznikl ve spolupráci s investorem a správou objektu.

Výsledkem práce je nově formulovaný koncept navrhuující jedno z dílčích řešení, jak snížit množství IAD ve městě. Současnou velkou překážkou pro jízdu na kole za nákupy je chybějící infrastruktura nebo její nízká kvalita. Velkou roli při formulování konceptu hrála specifická českého prostředí. Češi ke svým cestám na kole využívají často sportovní modely kol, které jsou cenově dražší a umocňují tak strach z jejich odcizení nebo poškození. Pokud chtějí maloobchodní řetězce a nákupní centra tyto zákazníky oslovit, musí jim nabídnout odpovídající zázemí. Na základě výpovědi obou dotázaných stran lze hovořit o tzv. začarovaném kruhu, kdy zákazníci nebudou kolo využívat, dokud se nezlepší infrastruktura a prodejci ji nezlepší, pokud zákazníci nezačnou jezdit. Obě skupiny spojuje nízké povědomí o dané problematice a možnostech.

Koncept Bike&Shop by měl sloužit zejména prodejcům, aby mohli plně využít potenciál zákazníků na kole. Zájem o jeho využití by měla mít také veřejná správa ve spojitosti s tvorbou trvale udržitelného systému dopravy a zmírnění dopadů VMZ.

Klíčová slova:

Trvale udržitelná doprava, Cyklistická doprava, Maloobchod, Nákupní centra, Bike&Shop