

Oponentský posudek na habilitační práci doc. RNDr. Josefa KUNCE, Ph.D.  
„Regionální specifika lokalizace, atraktivity a chování strany poptávky:  
příklad nákupních center brněnského regionu“  
Univerzita Pardubice, Fakulta ekonomicko-správní

---

Habilitační práce Josefa Kunce „Regionální specifika lokalizace, atraktivity a chování strany poptávky: příklad nákupních center brněnského regionu“ se věnuje transformačním změnám, které proběhly v českém maloobchodě po roce 1989 a jejich ekonomickým, společenským a prostorovým dopadům. Práce se skládá z teoreticko-metodického zarámování a poté ze souboru devíti publikovaných odborných článků. Cílem práce je diskutovat vybrané problémové okruhy týkající se výstavby a fungování nákupních center v brněnské aglomeraci, zejména pak lokalizaci a lokalizační strategie, dojížděku do těchto center, jejich atraktivitu a úspěšnost, marketing a management, nákupní chování jejich uživatelů a také budoucnost a s ní související výzvy v rámci maloobchodního sektoru a obchodně-společenských center.

V úvodní části práce autor nastoluje význam zkoumání maloobchodu a zejména multioborový charakter této disciplíny. V této kapitole mi trochu chybí jakési napojení, můstek k dalšímu textu a pracím autora. Částečně jej ale zastupuje první kapitola, kde autor představuje strukturu své práce a definuje její cíl. V druhé kapitole se autor věnuje historickému pohledu na transformační procesy v rámci českého maloobchodního prostředí po roce 1989. Lokalizační strategie a klasifikace nákupních center jsou představeny ve třetí kapitole, faktory atraktivity a úspěšnosti center pak v kapitole čtvrté. Zde bych vyzdvihla část věnovanou životnímu cyklu nákupního centra, kde se autor věnuje i možnostem přestavby center a tzv. „faceliftu“, které jsou momentálně pro mnohá česká nákupní centra vysoce relevantní. Samostatná kapitola je věnována spotřebitelskému chování a různým motivačním faktorům nakupování. Asi nejzajímavější kapitolou teoreticko-metodického úvodu je kapitola sedmá, kde autor zmiňuje současné společenské a ekonomické trendy v maloobchodu a zamýšlí se nad budoucností sektoru velkých nákupních center, nejen v Česku, přičemž připojuje i aktuální reflexi potenciálního vlivu opatření souvisejících s pandemií Covid-19.

Následně autor shrnuje výsledky výzkumů představujících druhou část habilitační práce. Jedná se o 9 článků publikovaných v odborných časopisech zařazených v databázi Web of Science (6 příspěvků) a Scopus (3 příspěvky). Vzhledem k tomu, že všechny příspěvky úspěšně prošly recenzním řízením v daných časopisech, a jejich vědecká kvalita byla tedy již hodnocena nezávislými recenzenty, nepřísluší mi kritika těchto prací, ale spíše jejich hodnocení z hlediska obsahu v kontextu zařazení do oponované habilitační práce.

Prvním příspěvkem ze souboru textů je článek „Changing European Retail Landscapes: New Trends and Challenges“, který sloužil jako úvod ke specializovanému číslu Moravian Geographical Reports a autor na něm vykazuje 95% podíl. Článek vhodně uvádí vývoj v sektoru maloobchodu a srovnání zemí střední a východní Evropy se zeměmi západní Evropy. Tento článek považuji za kvalitní vstup do sledované problematiky, přesto, že jeho charakter není čistě výzkumný, ale plní zároveň právě i funkci editorialu.

Druhý příspěvek „Development and Classification of Shopping Centers in Czech and Slovak Republics: A Comparative Analysis“, na němž autor deklaruje podíl 45 %, je cenným úvodem do studia fenoménu nákupních center a popisuje česká a slovenská nákupní centra, která vznikla v letech 1997-2015. Zde oceňuji především vlastní sběr dat a vhodný výběr

klasifikačních hledisek, který zastupuje hlavní aspekty sledované u nákupních center v rámci geografie maloobchodu.

Třetí článek s názvem „Are There Differences in The Attractiveness of Shopping Centres? Experiences from the Czech and Slovak Republics“ (autorský podíl 50 %) je opět komparativní studií českých a slovenských nákupních center, tentokrát však se silnějším důrazem na analytickou stránku. Představuje porovnání atraktivity nákupních center díky konstrukci agregátního ukazatele atraktivity, kombinujícího endogenní, exogenní a komplexní proměnné.

Čtvrtý publikační výstup zařazený do habilitační práce „Modelling Frequency of Visits to the Shopping Centres as a Part of Consumer's Preferences: Case Study from The Czech Republic“ (autorský podíl 60 %) je zdárným pokusem o modelování nákupního chování zákazníků brněnského centra Vaňkovka. Článek má i nezanedbatelný aplikační charakter ve formě návrhů managementu a marketingu centra.

Pátý příspěvek „Two Decades of Changes in Spatial Distribution of Retail and Commercial Services: Czech experience“ (autorský podíl 50 %) je obecnější analýzou dostupnosti vybraných služeb v Jihomoravském regionu. Poukazuje na problém nedostatečné nabídky v některých menších venkovských obcích a diskutuje nutnost podpory těchto provozoven v nejmenších obcích jako prevenci vzniku potravinových pouští.

Šestý článek „Shopping and Services Related Travel in the Hinterland of Brno: Changes From The Socialist Period to Present“ (autorský podíl 35 %) se opět zabývá atraktivitou a dostupností různých služeb v zázemí Brna. Tentokrát se jedná o komparaci historickou, tj. porovnání současného stavu se stavem z roku 1979, a opět konstatuje, že venkovská sídla ztrácejí svou pozici v oblasti služeb, což může ohrozit stabilitu a sociální status venkova.

Sedmá práce „Nákupní spád, nákupní chování a nákupní centra: příklad brněnské aglomerace (příspěvek ke studiu denních urbánních systémů)“ (autorský podíl 70 %) analyzuje charakter intenzity vazeb mezi městem a venkovem, opět na příkladu brněnské aglomerace, na základě denní a nedenní dojížděky za maloobchodem. Věnuje se měnícím se nákupním zvyklostem v důsledku rozpadu nákupních center a představuje zajímavý pohled na danou problematiku z hraniční perspektivy geografie a sociologie.

Osmý článek „Shopping Centres and Selected Aspects of Shopping Behaviour (Brno, the Czech Republic)“ (autorský podíl 70 %) vychází ze stejného šetření jako předchozí příspěvek, ale je obohacen o zamyšlení se nad dalším vývojem následujícím po celosvětové ekonomické krizi z pohledu ekonomie a trhu s maloobchodními plochami.

Poslední příspěvek do habilitační práce autora „Spatial Patterns of Daily and Non-Daily Commuting for Retail Shopping: The Case of The Brno City, Czech Republic“ (autorský podíl 60 %) je třetím výstupem dříve zmíněného šetření a soustředí se tentokrát na stránku modelování maloobchodní atraktivity a rozdílů mezi vnitřním městem a okrajem města.

Habilitační práce Josefa Kunce se zabývá velmi zajímavou oblastí z pomezí ekonomického, geografického a sociologického výzkumu a dokazuje dlouholetý systematický zájem autora o tuto problematiku. Přesto, že metody používané ve většině analytických článků patří spíše k tradičnímu standardu, důležitý je zejména jejich význam v získávání cenných primárních dat, která jsou pro oblast maloobchodu dlouhodobě nedostatečná a velmi obtížně dostupná. Na

předložené práci (a jednotlivých příspěvcích, ze kterých se skládá) bych z hlediska přínosu pro další společenskou praxi ocenila zejména její aplikační přesah, směřující jak k aktivitám regulace maloobchodu a územního plánování (na úrovni větších měst), veřejné správě (v kontextu především venkovských obcí a jejich vybavenosti), ale i doporučením v oblasti managementu a marketingu jednotlivých nákupních center. Tento široký rozsah dokazuje schopnosti autora pracovat na inter-disciplinární úrovni a komunikovat výsledky své práce různému okruhu posluchačů, což považuji za jednu z klíčových charakteristik akademického pracovníka na úrovni docenta.

Závěrem mohu prohlásit, že habilitační práce Josefa Kunce splnila své cíle. Práce splňuje požadavky standardně kladené na habilitační práce v oboru Regionální a veřejná ekonomie a **doporučuji ji k obhajobě.**

#### Otázka do diskuze:

Ve Vaší práci se mi líbilo i krátké zamyšlení nad aktuální krizí spojenou s opatřeními souvisejícími s bojem proti pandemii Covid-19. Lze již dnes pozorovat nějaké dopady těchto opatření z jara 2020 v oblasti maloobchodu a konkrétně fungování obchodně-společenských nákupních center (v Brně, či ČR)? Vyplývají z této situace nějaká další možná zajímavá témata výzkumu v oblasti maloobchodu?

V Bruselu dne 10. listopadu 2020

A dark blue rectangular redaction box covering the signature of the reviewer.

Doc. RNDr. Bc. Jana Šiftová, Ph.D.