OŽIVENÍ MĚSTSKÉHO CENTRA

PŘÍLOHY

KVĚTEN 2013

TÝM 2

Peter Aláč
Barbora Foltýnová
Michal Jerga
Veronika Langerová
Jiří Petr
Barbora Sobotková (vedoucí práce)

Obsah

PŘÍLOHA Č. 1 ANALÝZA DOTAZNÍKU PRO MALOOBCHODNÍKY 3
PŘÍLOHA Č. 2 ANALÝZA DOTAZNÍKU CYKLISTIKA V BRNĚ 7
PŘÍLOHA Č. 3 SWOT ANALÝZA MALOOBCHODU V CENTRU BRNA 11
PŘÍLOHA Č. 4 SWOT ANALÝZA MORAVSKÉHO NÁMĚSTÍ 16
PŘÍLOHA Č. 5 SWOT ANALÝZA DOPRAVNÝCH MOŽNOSTÍ CENTRA 19
PŘÍLOHA Č. 6 ANALÝZA OTEVÍRACÍ DOBY A BEZBARIÉROVOSTI V CENTRU BRNA 22
OBRAZOVÉ PŘÍLOHY 28
PŘÍLOHA Č. 7 FORMÁLNÍ A NEFORMÁLNÍ STRUKTURA PARTNERSTVÍ - SCHÉMA 28
PŘÍLOHA Č. 8 PRÁZDNÉ OBCHODNÍ PROSTORY V CENTRU BRNA 29
PŘÍLOHA Č. 9 NEVZHLEDNÉ VÝLOHY A NÁPISY 31
PŘÍLOHA Č. 10 KRUHOVÉ POSEZENÍ 32
PŘÍLOHA Č. 11 VENKOVNÍ FITNESS CENTRUM DENISOVY SADY 34
PŘÍLOHA Č. 12 HRY NA CHODNÍCÍCH 36
PŘÍLOHA Č. 13 STOLKY NA DESKOVÉ HRY 38
PŘÍLOHA Č. 14 POZEMNÍ ŠACHOVNICE 40
PŘÍLOHA Č. 15 PLÁNEK PĚŠÍ CHŮZE 41
PŘÍLOHA Č. 16 HRAVÝ ODPADKOVÝ KOŠ 42
PŘÍLOHA Č. 17 MAPA STOJANŮ NA KOLA V CENTRU BRNA 43
PŘÍLOHA Č. 18 MAPA IDEÁLNÍHO ROZMÍSTĚNÍ STOJANŮ NA KOLA 44
PŘÍLOHA Č. 19 PARKOVÁNÍ NA KOUNICOVĚ, V POZADÍ PARKOVACÍ DŮM ROZMARÝN 45
PŘÍLOHA Č. 20 STOJAN PŘED FSS MU 46
PŘÍLOHA Č. 21 CHYBĚJÍCÍ STOJAN PŘED LF (CPS) 46
PŘÍLOHA Č. 22 CHYBĚJÍCÍ STOJANY NA HLAVNÍM NÁDRAŽÍ 47
PŘÍLOHA Č. 23 OSVĚTOVÁ ÚLOHA ZASTÁVKY 47
PŘÍLOHA Č. 24 ZASTÁVKA SE ZRCADLEM 48

Příloha č. 1 Analýza dotazníku pro maloobchodníky

	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
1. Jste spokojeni s Vašimi tržbami?	1	12	23	17
2. Stáli byste o větší podporu ze strany města (dotace na opravy interiérů, exteriérů)?	32	12	3	6
3. Obrátili jste se již v minulosti s žádostí o pomoc nebo s nějakým návrhem na město?	14	--	--	37
4. Ocenili byste existenci Manažera Centra Brna (zástupce města), na kterého byste se mohli obrátit s žádostí o pomoc nebo konzultaci?	19	19	9	5
5. Byli byste ochotni přizpůsobit Vaši otevírací dobu akcím nebo festivalům, které se konají v centru?	23	17	5	8
6. Byli byste ochotni vstoupit do aliance sdružující místní obchodníky?	24	16	5	6

Tabulka č. 1

Dotazovaných subjektů - 54

Vyhodnocení

Ve dnech 16.4 2013 až 28.4 2013 jsme navštívili obchodníky v Centru Brna. Údaje, které jsme zjistili, jsme numericky vyjádřili ve výše uvedené tabulce. Údaje z tabulky jsou pakpodkladem pro následující grafy. Našim cílem bylo zjistit názor obchodníků na navrhovaná opatření. Výsledkem byly tyto údaje. Nesoulad celkového množství dotazovaných se součtem odpovědí u jednotlivých otázek je způsoben tím, že ne všechny otázky byly subjekty z nejrůznějších důvodů zodpovězeny.

Obr. 1 Jste spokojeni s Vašimi tržbami?

Otázka 1

První naší otázkou bylo, zda jsou obchodníci spokojeni se svými tržbami. Výsledkem byl negativní postoj dotazovaných. Pouze jeden z dotazových byl plně spokojený se svým obchodováním a naopak 32 % z dotazovaných jsou jasně nespokojeni a 43 % není spíše spokojeno. Otázkou je, zda je to přirozenou náturou lidí, či krizí maloobchodu.
Někteří dotazování se této otázce smáli. Výsledek však potvrdil, že ne všichni si stěžují. Ukazatel nespokojenosti bychom určitě neměli podceňovat

Otázky č. 2 a 3

Další otázky byly soustředěny na potřebnost spolupráce s Magistrátem města Brna a na zkušenosti obchodníků se spoluprací.

Obr. 2 Stáli byste o větší podporu ze strany města (dotace na opravy interiérů, exteriérů)?

Obr. 3 Obrátili jste se již v minulosti s žádostí o pomoc nebo s nějakým návrhem na město?

Zásadním poznatkem je, že kvalifikovaná většina obchodníků (83%) by pomoc města uvítala. Z následujícího grafu (obrázek 3) je pak zřejmé, že jedním z důvodů „nepodpory“ ze strany města je to, že obchodníci o podporu vůbec nepožádali (73%).

Otázka č. 4

Ostatní otázky byly zaměřeny na to, jak se obchodníci budou stavět k námi připravovaným opatřením. Prvním bylo ustanovení funkce Manažera Centra Brna

Obr. 4 Uvítali by obchodníci funkci Manažera Centra?

Obchodníci by tedy tuto funkci jednoznačně uvítali. Pro opatření se vyslovilo 73 % dotazovaných, což jasně ukazuje podporu tohoto opatření ze strany obchodníků.

Otázky č. 5 a 6

Poslední dvě otázky se týkaly námi navrhovaného opatření vytvoření Unie maloobchodníků. Předposlední otázka se dotazovala obchodníků, nakolik jsou ochotni pozměnit svou otevírací dobu. Je to opatření, které má omezovat obchodníky v této oblasti. Sjednocení otevírací doby by pak provedla aliance, na kterou se přímo ptáme v poslední otázce.

Obr. 5 Byli byste ochotni přizpůsobit Vaši otevírací dobu akcím nebo festivalům, které se konají v centru?

Uzpůsobit otevírací dobu by byla ochotna jasná většina obchodníků (85%). Celkově by bylo jednoznačně pro toto omezení 49% dotázaných obchodníků a jasné ne řekly pouze 4% obchodníků.

Obr. 6 Byli byste ochotni vstoupit do aliance sdružující místní obchodníky?

Náš zásadní projekt Aliance Maloobchodníků by podporu, dle námi získaných údajů, většinově měl. Pro opatření se vyslovilo 78% dotazovaných a 47% by se k myšlence aliance jednoznačně přidalo. V otázce vytvoření Aliance však musí dojít k podrobnějšímu informování obchodníků. Daný problém je komplikovaný a tento průzkum měl zkoumat přístupnost obchodníků novým řešení a jisté osvícenství v oblasti city center managementu, kterou u naprosté většiny náš malý výzkum potvrdil.

Príloha č. 2 Analýza dotazníku Cyklistika v Brně

Za účelom lepšieho preskúmania cyklodopravy v Brne sme sa rozhodli vykonať na túto tému online dotazník, ktorým sme zbierali odpovede na stanovené otázky v rozmedzí dní 3. 5. – 7. 5. 2013. Na dotazník odpovedalo celkovo 92 respondentov, nepomer medzi týmto číslom a počtom odpovedí pri niektorých otázkach je spôsobený tým, že respondenti z určitých dôvodov neodpovedali na každú zadanú otázku.

Výsledky pre prehľadnosť zobrazíme v tabuľkách.

Otázka č. 1

Jazdíte v Brne na kole?

	Počet odpovedí	Pomer v %
Nie	52	56, 52
Áno	40	43, 48

Otázka č. 2

Ak nejazdíte na kole, tak prečo ? (multiplechoice)

	Počet odpovedí	Pomer v %
mám obavy z motorových vozidiel	22	40,74
nemám kolo	20	37,04
iný dôvod	15	27,78
chýbajú mi cyklochodníky/stojany na kola	12	22,22
nerád jazdím na kole	5	9,26

iný dôvod: Respondenti často nie sú z Brna preto tu nemajú kolo, resp. si ho tu nemajú kde uschovať.

Otázka č. 3

Ako často jazdíte na kole?

	Počet odpovedí	Pomer v %

raz týždenne	35	50,00
2 - 3 krát do týždňa	21	30,00
4 - 5 krát do týždňa	10	14,29
denne	4	5,71

Otázka č. 4

Za akým účelom najčastejšie kolo používate?

	Počet odpovedí	Pomer v %
rekreácia	49	62,82
cesta do práce/školy	21	26,92
Jiná	6	7,69
cesta na nákupy	2	2,56

Otázka č. 5

Aká je dĺžka vašej priemernej cesty v minútach?

	Počet odpovedí	Pomer v %
10 - 30 minút	28	37,33
viac ako 60 minút	27	36,00
30 - 60 minút	16	21,33
do 10 minút	4	5,33

Otázka č. 6

Čo vám pri jazde na kole najviac prekáža? (multiplechoice)

	Počet odpovedí	Pomer v %

ohrozenie motorovými vozidlami	61	80,26
nedostatok cyklochodníkov	40	52,63
priveľa kopcov	13	17,11
iné	10	13,16

Iné: jednosmerky, cyklostezky prerušované štvorprúdovými cestami, preplnenost chodníkov korčuliarmi, úzke chodníky

Otázka č. 7

Považujete počet stojanov na kola v centre mesta za dostatočný?

	Počet odpovedí	Pomer v %
Nie	45	57,69
Áno	33	42,31

Otázka č. 8

Ak nie, na akom mieste vám chýba najviac?

Respondenti na túto otázku najčastejšie odpovedali, všeobecne: „V centre“. Konkrétnejšie to boli tieto miesta: Zelný trh, Česká, Hlavní Nádraží, pred Špalíčkom

a ďalej: pri obchodoch, pred univerzitami, školami, historickými pamiatkami, úradmi, divadlami

Otázka č. 9

Súhlasili by ste s vytvorením systému na požičiavanie kol v Brne? (automaty na požičiavanie kol)

	Počet odpovedí	Pomer v %
Áno	84	91,30
Nie	9	8,70

Záver

Na základe tohoto dotazníku sme získali lepší prehľad o cyklodoprave v Brne, o jej využívaní a takisto aj o negatívach, ktoré sú s ňou spojené. Tieto veci nám potom slúžia ako podklad pre naše návrhy, ktoré by mali smerovať k potlačeniu negatívnych javov. Taktiež sme zisťovali súhlas respondentov s vytvorením systému na požičiavanie kol, kde sa až 91, 30 % dotázaných vyslovilo pre tento návrh kladne.

Příloha č. 3 SWOT analýza maloobchodu v Centru Brna

Úvod

Abychom popsali stav maloobchodu v Centru Brna, vytvořili jsme analýzu SWOT. Tato analýza vychází z dokumentu Strategie pro Brno[1] a vybrali jsme z ní pro maloobchod důležité aspekty městského centra. Následující poznatky jsme zjistili pozorováním přímo v městském centru nebo vlastními rozhovory s mnoha maloobchodníky v Centru.

Faktory prostředí centra

1.1. Silné a slabé stránky mobility

Aby lidé nakupovali v Centru Brna, tak musí mít způsob, jak se do Centra dostat a musí mít důvod, proč v Centru nakupovat. Vlastností Centra, která má vliv na obě tyto stránky je povaha Centra jako důležitého imobilního uzlu. Centrum spojuje dvě nejdůležitější tramvajové zastávky v Brně a to zastávku Českou a Hlavní nádraží. Přes tyto zastávky cestují lidé do práce či do školy. Procházejí tak kolem obchodů a třeba si něco koupí. Tato skutečnost se týká pouze hlavních tříd.

Z hlediska možnosti v Centru nakupovat je důležitá přístupnost Centra od Hlavního vlakového nádraží. Do Centra se budoucí zákazník či turista dostane za relativně krátkou dobu. [2] Horší je to s kvantitou a kvalitou tohoto přístupu. Nedá se tedy říct, že by přesun z haly Hlavního vlakového nádraží do Centra byl pro chodce příjemný. Musí se buď proplétat mezi tramvajemi a reklamami na zábradlí Hlavního nádraží, nebo může jít nevzhlednými tunely plnými stánků.

1.2. Silné a slabé stránky exteriéru

Porovnáme-li Centrum města s nákupními centry z hlediska prostředí, pak můžeme říct, že pro většinu zákazníků je příjemnější se pohybovat po venkovním provzdušněném prostředí, pokud bereme v potaz, že obě prostředí jsou bezpečná a fyzicky stejně nenáročná. Kvalitní exteriérové prostředí tak nejen, že je uživatelsky příjemnější, ale také vybízí k procházce v Centru a k nákupu. Slabinou „exteriérnosti“ Centra je ovlivnitelnost výkyvy počasí, což může mít neblahý vliv na tržby maloobchodníků.

Silnou i slabou stránkou městského centra je přítomnost historických památek. Silnou stránkou tohoto aspektu je, že historické památky lákají turisty, kteří si při návštěvě památek jistě něco koupí. Nevýhodou je, že mnoho obchodníků v Centru má provozovnu přímo nějaké historické budově. Maloobchodník je pak omezen památkovým úřadem v umísťování reklam, opravování budov a podobně.

Silnou stránkou městského centra je pořádání různých kulturních a jiných událostí. Tyto události zvedají tržby maloobchodníků a zlepšují image Centra. Příkladem „jiných“ událostí mohou být Zemědělské Trhy na Zelném trhu.

1.3. Příležitosti a rizika

Možnost dotací Evropské unie je příležitostí pro financování různých druhů projektů a řešení pro zlepšení konkurenceschopnosti maloobchodů. Ke zlepšení prostředí v Centru mohou obchodníci či pronajímatelé budov přispět obnovou fasád a opravou výloh. V Centru mohou v budoucnu budovy chátrat a prostředí by se tak zásadně zhoršilo.

---

[1] KANCELÁŘ STRATEGIE MĚSTA. *Strategie pro Brno* [online], 2012 [cit. 9. 5. 2013]. Dostupné z: <http://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/Strategie_pro_Brno/dokumenty/Strategie_pro_Brno_-_aktualizace_2012.pdf>

[2] Podobně jako ve Stuttgartu.

Ekonomické faktory maloobchodu

2.1 Silné a slabé stánky

Na začátek bychom chtěli poznamenat, že ekonomické faktory jsou provázány a navzájem se podmiňují. V Brněnském Centru je ještě velké množství obchodů s širokým sortimentem. Je zde však velké množství obchodů s použitým zbožím a podobně.

Centrum je v dnešní době vnímáno jako nesourodá skupina na sobě nezávislých obchodů. Můžeme tedy vidět Centrum jako nesourodý roztříštěný prostor obchodů. Chybí zde určující spojovací článek vytvářecí jednotnost centra, který by centrum propagoval a vytvořil tak Centru města image. Dalším faktorem je blízkost obchodního domu Galerie Vaňkovka. Tento subjekt má zásadní vliv na odklon zákazníků z městského centra. Jednou z příčin i důsledků předcházejících faktorů mohou být krátké otevírací doby. Zjistili jsme, že většina obchodů v centru Brna má zavřeno v týdnu již od 18:00. V sobotu zavírají ještě dříve a v neděli mají zavřeno již téměř všechny obchody (**viz analýza otevíracích dob**).

Ze zkušeností obchodníků vyplynulo, že vázne komunikace mezi Magistrátem a maloobchodníky. To se děje pasivitou komunikace z obou stran. Obchodníci Magistrát o pomoc nepožádají i přesto, že by pomoc uvítali (**viz Analýza dotazníkpro maloobchodníky).** Zlepšení této komunikace je podmínkou pro zachování maloobchodu v Centru.

2.2 Příležitosti a hrozby

Příležitostí je rozvoj spolupráce mezi obchodníky. Touto spoluprací se rozumí institucionální kooperace neformálního charakteru. Tato příležitost může v maloobchodu ovlivnit mnohé. Případné rozšíření otevírací doby by značně přispělo k atraktivitě obchodů. Mnohým obchodům by pomohlo zlepšení kontaktu se zákazníkem, a tak rozšíření služeb pomocí zavedení různých slevových a benefitních akcí. Existence událostí (viz výše) znamená možnost jejich propojení s maloobchody, co se týče otevírací doby, nabízení různých produktů nebo služeb, či propojení reklamy.

Rizikem, které dlouhodobě hrozí Centru, je ztráta konkurenceschopnosti maloobchodů. To by znamenalo přesun zákazníků do obchodních domů a „vylidnění centra. Rizikem je odliv některých světových značek a nahrazení obchody s méně kvalitním zboží. Tento jev můžeme pozorovat již v současné době. Může také dojít ke vzniku brownfields, jenž způsobí menší zájem investorů. Méně obchodů a lidí způsobí nárůst kriminality v městském centru.

Tabulka analýzy SWOT

Silné stránky

1. **silná stránka** *Přístupnost od Hlavního vlakového nádraží*
2. **silná stránka:** *Důležitý imobilní uzel*
3. **silná stránka:** *Exteriérového prostředí*
4. **silná stránka:** *Široký sortiment*
5. **silná stránka:** *Množství historických památek lákající zákazníky*

Slabé stránky

1. **slabá stránka:** *Kvantita a kvalita přístupu od nádraží*
2. **slabá stránka:** *Ovlivnitelnost výkyvy počasí*
3. **slabá stránka:** *Blízkost Galerie Vaňkovka*
4. **slabá stránka:** *Neexistence spojovacího článku mezi maloobchody*
5. **slabá stránka:** *Mnoho historických budov*
6. **slabá stránka:** *Nepřesná lokalizovatelnost, roztříštěnost.*
7. **slabá stránka:** *Mnoho méně kvalitních obchodů*

8. **slabá stránka:** *Nedostatečná komunikace s Magistrátem*

Příležitosti

1. **Příležitost:** *Rozvoj spolupráce mezi maloobchody*
2. **Příležitost:** *Rozšíření otevírací doby obchodů*
3. **Příležitost:** *zlepšení kontaktu se zákazníkem a zlepšení služeb*
4. **Příležitost:** *Dotace z evropské unie*
5. **Příležitost:** *Zlepšení fasád budov a výloh obchodů*
6. **Příležitost:** *Vytvoření image centra*
7. **Příležitost:** *Propojení s událostmi (vánoční trhy, festivaly)*
8. **Příležitost:** *Zlepšení komunikace s magistrátem*

Rizika

1. **Riziko:** Ztráta konkurenceschopnosti maloobchodu
2. **Riziko:** Nahrazení některých značek obchody nekvalitním zbožím
3. **Riziko:** Vznik brownfields
4. **Riziko:** Nárůst kriminality
5. **Riziko:** Chátrání budov

	silná stránka 1	silná stránka 2	silná stránka 3	silná stránka 4	silná stránka 5	slabá stránka 1	slabá stránka 2	slabá stránka 3	slabá stránka 4	slabá stránka 5	slabá stránka 6	slabá stránka 7	slabá stránka 8	Hodnocení
Příležitost 1									-		-	-	-	**-4**
Příležitost 2		+											-	**0**
Příležitost 3				+							-	-		**-1**
Příležitost 4						-			-	-	-	-	-	**-6**
Příležitost 5			+		+							-	-	**0**
Příležitost 6			+		+	-					-	-	-	**-2**
Příležitost 7	+		+				-				-	-		**-1**
Příležitost 8											-	-	-	**-3**
-------- Riziko 1		+		+		-		-	-	-	-	-		**-3**
Riziko 2			+	+		-		-	-		-		-	**-2**
Riziko 3	+	+			+								-	**2**
Riziko 4	+	+				-								**1**
Riziko 5					+				-			-	-	**-2**
Hodnocení	**3**	**4**	**4**	**3**	**4**	**-5**	**-1**	**-2**	**-4**	**-2**	**-8**	**-9**	**- 9**	

<u>Výsledkem analýzy potenciálu centra města je:</u>

Nejsilnějšími stránkami jsou: *Množství historických památek lákající zákazníky, Důležitý imobilní uzel, Exteriérového prostředí*
Nejslabší stránky jsou *Nepřesná lokalizovatelnost, roztříštěnost, Mnoho méně kvalitních obchodů, Nedostatečná komunikace s Magistrátem*
Nejlépe využitelné příležitostmi jsou: *Rozšíření otevírací doby obchodů, Zlepšení fasád budov a výloh obchodů*
Nejsnáze zamezitelnými riziky: Vznik brownfields, Nárůst kriminality

Závěr

Tato analýza nám řekla dvě věci. Námi navrhovaná opatření v této práci jsou velmi důležitá, protože vedou k odstranění nejzávažnějších slabin maloobchodu v Centru, což jsou nepřesná *lokalizovatelnost, roztříštěnost, mnoho méně kvalitních obchodů a nedostatečná komunikace s Magistrátem*. Druhou věcí je, že námi navrhovaná opatření jsou také nejobtížněji realizovatelná, což neříká, že realizovatelná nejsou a my jejich realizovatelnost nemůžeme nenavrhovat.

Nejlépe využitelnými příležitostmi jsou rozšíření otevírací doby obchodů a zlepšení fasád budov a výloh obchodů. Tyto opatření neřeší nejzávažnější slabé stránky, avšak je nutné je doporučit taktéž.

Výše uvedené nejsilnější stránky jsou pevně dané a vyplývají z podstaty Centra. Nutné je zachovat je a prohlubovat jejich výhody. Z analýzy nám vyplynula rizika, která nám bezprostředně nehrozí díky silným stránkám Centra. Proto bychom se měli snažit odstranit či omezit rizika, jako je riziko 1, které hrozí poněkud silněji.

Příloha č. 4 SWOT analýza Moravského náměstí

V rámci druhého bodu, tedy kultury a především volného času, jsme se zaměřili na Moravského náměstí, které podle nás má velký potenciál. Pro potvrzení našich představ jsme se rozhodli provést SWOT analýzu.

Externí okolí

Při rozboru vnějšího okolí zjistíme, které faktory budou působit pro nebo proti našim návrhům a předpokladům o potencionalitě Moravského náměstí, tzn. jakých příležitostí je třeba využít a jakým hrozbám předejít.

Geografický segment

V první řadě bychom chtěli posoudit potenciál z hlediska geografického. MN se nachází ve velice dobré lokalitě, která jen nahrává našemu plánu udělat z něj takové menší relaxační a zábavné centrum. Nachází se totiž v centru Brna, je tedy snadno dostupný, není ovšem tolik vytíženo jako náměstí Svobody, kde by se podobné projekty realizovaly jen těžko. Snadná dostupnost ale sama nezaručuje to, že lidé budou lokalitu skutečně navštěvovat, *není* totiž *dostatečně připomínána*, nikde nic nevyzývá k tomu, aby se lidé rozhodli právě zde trávit svůj čas třeba před tím, než půjdou na vlak, nebo do práce.

I když v současné době není tato oblast příliš atraktivní, v pozdních hodinách při snížené viditelnosti lze možná mluvit i o *nebezpečnosti*, nebo dobrých příležitostí pro zloděje, přesto se jedná o jednu z velice mála zelených oblastí v centru Brna.

Sociální segment

Ač při jiných analýzách není zrovna sociální segment tím nejdůležitějším, v tomto případě bez pochyby je.

Už vzhledem k umístění v centru Brna se dá předpokládat, že se nejen jedná, ale určitě by se jednalo o dosti využívané místo, v jehož okolí se neustále pohybují lidé, je dosti frekventovaný. I v současné době, kdy nemůže nabídnout tolik, kolik by mohl při realizaci našich návrhů, panuje u minimálně lidí pohybujících se v centru Brna oblíbenost a možnosti alespoň na chvíli relaxovat v zeleni.

Ač je naším cílem, aby prostor sloužil především veřejnosti, lidem, nechceme, aby se místo stalo *cílem společenských skupin jako jsou sprejeři*, proto by bylo třeba i sem směrovat hlídky městské stráže.

V případě skutečné realizace však mohou nastat určité problémy právě sociologického rozměru. Přece jen v našich poměrech lidé nejsou zvyklí sednout si ve městě ke stolečku a dát si partii šachu, nebo vzít hole a jít se projít po městě, dalo by se mluvit o určitém *studu*. Velkou příležitost ale vidíme ve využití prostoru školami nebo školkami.

Ekonomický segment

Při realizaci našich návrhů by se toto místo stalo určitě oblíbenou destinací, lidé by zde chtěli trávit i několik hodin, a proto se by se hodilo zde vybudovat stánky s občerstvením, které tu nyní chybí, nebo veřejné toalety. Byla by to příležitost rovněž pro maloobchodníky, aby v dané lokalitě soustředili více obchodů s potravinami.

Tady však musíme vyzvednout ekonomický potenciál z hlediska trhů nebo poutí, které se v parku konají.

S větším zatížením prostoru ale přichází i větší hrozba *znečištění*, tak bude potřeba zajistit každodenní úklidové služby, a to každý den. V případě realizace je potřeba počítat s *nutnou údržbou*, která také bude stát nějaké finance.

Interní analýza

V rámci zkoumání vnitřního potenciálu a tzv. mikrookolí, se musíme zaměřit na silné stránky (přednosti), jež by bylo třeba využít, a slabé stránky, které by měly být odstraněny nebo alespoň eliminovány.

Přednosti a slabiny

Jednou z nejsilnějších stránek především parku je to, že představuje mezi holými a šedými ulicemi příjemné prostředí pro relaxaci, krátkou procházku. Nejedná se sice o kulturní památku, ale o veřejný prostor, který je považován za součást kulturního bohatství, protože umožňuje lidem trávení volného času ve společnosti, za které nemusí platit, ale přesto se na něm mohou cítit dobře a společně se zabavit.

Jak park, tak samotné náměstí skýtají dostatek prostoru pro všechny možné realizace. Vzhledem k tomu, že nejsou plochy nějak zastavěné, ale jedná se o relativně holá a zbytečně zahálející místa, nebude realizace příliš složitá, neboť není třeba bourat nebo složitě odstraňovat různé aplikace.

V současné době se jedná o prostory *nijak neudržované* a především u Moravského náměstí, kde je opravdu dostatek prostoru a potenciálu pro různé projekty, programy a hry, není prozatím nic, co by lidi upoutalo, je to tam jen *šedé*.

Co je velkou slabinou *je absence různých stánků s občerstvením, nebo veřejných toalet*. Zde ovšem dáváme důraz, že tyto stánky by musely co nejvíce

Shrnutí:

Příležitosti

1) dobrá lokalita
2) dostupnost
3) využití pro školáky
4) příležitost pro malobchodníky
5) frekventovanost
6) oblíbenost
7) společenské akce

Hrozby

1) kriminalita
2) znečištění
3) nutná údržba
4) „nevítané“ společenské skupiny
5) nevelké povědomí
6) „stud“ veřejnosti

Přednosti

1) příjemné prostředí - zeleň
2) veřejný prostor
3) dostatek prostoru
4) snadná realizace

Slabiny

1) neudržované
2) „šedé“, holé, strohé
3) absence kiosků, veřejných toalet

	Před-nost 1	Před-nost 2	Před-nost 3	Před-nost 4	Sla-bina 1	Sla-bina 2	Sla-bina 3	**Hod-nocení**
Příležitost 1	+				-	-		**-1**
Příležitost 2		+					-	**0**
Příležitost 3			+	+			-	**+ 1**
Příležitost 4	+	+	+	+	-		-	**+2**
Příležitost 5	+			+		-		**+1**
Příležitost 6	+				-	-		**-1**
Příležitost 7	+	+						**+2**
Hrozba 1	+				-			**0**
Hrozba 2	+				-		-	**-1**
Hrozba 3					-			**-1**
Hrozba 4					-			**-1**
Hrozba 5	+	+				-		**+1**
Hrozba 6		+	+					**+2**
Hodnocení	**7+**	**4+**	**3+**	**2+**	**5–**	**4–**	**4–**	

Doporučení

Výsledkem analýzy potenciálu Moravského náměstí je:

- *stěžejními příležitostmi jsou příležitosti 4 a7,*
- *nejsnáze odstranitelné hrozby pro fiktivní OJ jsou hrozby 5 a 6,*
- *nejdůležitějšími přednostmi fiktivní OJ jsou přednosti 1, potom 2,*
- *nejzávažnějšími slabinami jsou 1, potom 2, resp. 3.*

Na základě těchto výsledků bychom chtěli doporučit, aby se město zaměřilo na využití především toho, že park Moravského náměstí je jedním z velmi mála zelených míst v centru Brna, skýtá tak příjemné prostředí, a také na to, že se jedná o klíčový veřejný prostor pro společnost.

Co se týče hrozeb, nejsnáze lze odstranit právě nedostatečné povědomí o této lokalitě (především po realizaci námi navrhovaných opatření), a také ostychy veřejnosti hlavně tím, že prostor bude využíván zpočátku školáky, kdy počítáme, že ostatní lidé se přidají.

V případě realizace pak prostor naskytne velké příležitosti pro maloobchodníky z okolí a rovněž je třeba využít společenských akcí, které se i dnes v parku konají, ale i těch, které by se konat mohly.

A nejpalčivějším problémem je v současné době podle nás to, že prostor není dostatečně udržován.

Příloha č. 4

Příloha č. 5 SWOT analýza dopravných možností centra

Na popis dopravnej situácie, ktorá panuje v mestskom centre Brna, sme sa rozhodli vypracovať analýzu SWOT. Analýza vychádza predovšetkým z dokumentu Strategie pro Brno a z Indikátorovej soustavy vypracovanej pre potreby tohoto dokumentu, ďalšie údaje sme získali vlastným pozorovaním priamo na rozoberaných miestach, vlastným zberom dát a uskutočnením dotazníkoveho výskumu.

1. Verejná doprava

Silné a slabé stránky

Centrum Brna je dôležitým cieľom pre ľudí z okrajových častí z viacerých dôvodov, či už ide o dojazd do práce, školy, za účelom nakupovania alebo cesty na železničnú stanicu a prestupu na vlakové spoje. Taktiež sa v centre nachádzajú významné prestupné uzly v rámci siete mestskej hromadnej dopravy, predovšetkým to sú zastávky Česká a Hlavní nádraží. Tieto faktory, v spojení s dobre funkčným systémom mestskej hromadnej dopravy v Brne a jeho napojením na Integrovaný dopravný systém Jihomoravského kraje implikujú veľmi dobrú dostupnosť centra mesta verejnou dopravou, či už z pohľadu obyvateľou mestských častí Brna alebo priľahlých obcí.

Na rozdiel od kvantitatívneho pohľadu z kvalitatívnej stránky veci je slabinou zlý stav Hlavního nádraží a jeho priľahlého okolia, ktoré pre väčšinu ľudí ním prechádzajúcich znamená nutné zlo a rozhodne nie pôžitok. Rovnako aj príťažlivosť MHD je nízka, čo je do veľkej miery spôsobené horšou kvalitou niektorých vozidiel, malou kapacitou a ošumelosťou väčšiny zastávok ale aj nedostatočnou motiváciou ľudí, aby uprednostili tento spôsob dopravy na úkor využitia napríklad osobného automobilu.

Príležitosti a riziká

Prostredníctvom zlepšovania stavu vozidiel a zastávok urobiť MHD príjemnejšou, aby ňou ľudia cestovali radšej a častejšie, Poskytovaním rôznych zliav, napríklad pre šoférov, ktorý nechajú svoje auto odparkované mimo centra, motivovať ľudí, aby uprednostnili verejnú dopravu pred individuálnou. V prípade, že MHD sa stane neatraktívnou a nedôjde k zvýšeniu parkovacích možností v centre, hrozí odliv potenciálnych zákazníkov a návštevníkov z centra.

2. Individuálna doprava

Silné a slabé stránky

Centrum mesta z dôvodu prevysu dopytu po parkovacích miestach a vo svojej geografickej obmedzenosti, kde nie je veľa možností na ďalšie rozširovanie a výstavbu trpí výrazným nedostatkom parkovacích miest. Navyše, časť parkovacích miest spôsobuje svojím umiestnením nepríjemnú kolíziu medzi parkovaním a pešou či cyklistickou dopravou.

Pozitívne možno vnímať budovanie Veľkého mestského okruhu, čo má za cieľ znížiť počet automobilov v centre, no zároveň chýbajú veľké parkoviská mimo centra s napojením

na systém MHD, kde by bolo možné osobné auto odstaviť a do centra pokračovať verejnou dopravou.

Jedným z faktorov spôsobujúcich vysoký počet aút v centre je aj nízke využívanie iných individuálnych spôsobov dopravy, napríklad cyklistiky. Faktormi, ktoré (ne)využívanie bicyklov podmieňujú sú (viď dotazník) nedostatok cyklochodníkov, ktoré by spájali centrum s ďalšími časťami mesta, ako aj nedostatok a nevhodné umiestnenie stojanov, kde by sa dal bicykel počas návštevy centra nechať. Tie sú väčšinou umiestnené na miestach, kde o ich využívanie nie je veľký záujem a naopak na vyťažených miestach chýbajú.

Príležitosti a riziká

Vytvorenie vhodnejších podmienok pre cyklodopravu v meste ako takom a s ohľadom na centrum, to prostredníctvom inštalácie stojanov na bicykle a dobudovanie siete cyklochodníkov. Taktiež s využitím dotácie Európskej únie alebo za podpory súkromného investora by rozvoju cyklistiky pomohlo zriadenie systému požičovne bicyklov.

Rizikom je možné zahltenie mesta autami, čo má negatívne dopady ako na dopravu, tak aj na ďalšie veci, napríklad na zhoršenú kvalitu životného prostredia. Sťaženie prístupu do centra môže viesť ku odlivu potenciálnych návštevníkov a zákaznkov z centra.

3. Tabuľka analýzy SWOT

Silné stránky

1. silná stránka	výborná dostupnosť centra MHD
2. silná stránka	prítomnosť významných prestupných uzlov
3. silná stránka	budovanie Veľkého mestského okruhu

Slabé stránky

1. slabá stránka	zlý stav Hlavního nádraží
2. slabá stránka	zlý stav a malá kapacita zastávok MHD
3. slabá stránka	nízka príťažlivosť MHD
4. slabá stránka	nedostatok parkovacích miest
5. slabá stránka	kolízia parkovanie a pešia/cyklistická doprava
6. slabá stránka	nedostatok veľkých záchytných parkovísk
7. slabá stránka	nízke využívanie cyklodopravy
8. slabá stránka	nedostatok cyklochodníkov
9. slabá stránka	nedostatok stojanov na bicykle

Príležitosti

1. príležitosť	zlepšovanie stavu zastávok
2. príležitosť	poskytovanie zliav na MHD
3. príležitosť	vytvorenie lepších podmienok pre cyklistiku
4. príležitosť	zriadenie požičovne bicyklov
5. príležitosť	zriadenie systému park and ride (záchytné parkoviská)

Riziká

1. riziko	odliv potenciálnych zákazníkov a návštevníkov centra
2. riziko	zahltenie mesta autami
3. riziko	negatívne ekologické dopady (smog, hluk)

	Silná str1	Silná str2	Silná str3	Slabá str1	Slabá str2	Slabá str3	Slabá str4	Slabá str5	Slabá str6	Slabá str7	Slabá str8	Slabá str9	**hodnotenie**
Príležitosť1	+	+			-	-							0
Príležitosť2	+				-	-							-1
Príležitosť3								-		-	-	-	-4
Príležitosť4								-		-	-	-	-4
Príležitosť5	+	+	+		-	-			-				0
Riziko1	+	+			-	-	-			-			-2
Riziko2	+		+				-	-	-				-1
Riziko3			+			-			-	-			-1
hodnotenie	+4	+3	+3	0	-4	-5	-2	-3	-3	-4	-2	-2	

Najsilnejšími stránkou je:	výborná dostupnosť centra MHD
Najslabšie stránky sú:	nízka príťažlivosť MHD, zlý stav a malá kapacita zastávok MHD a nízke využívanie cyklodopravy
Najlepšie využiteľnými príležitosťami sú:	zlepšovanie stavu zastávok, zriadenie systému park and ride
Riziká, ktorým sa dá najľahšie zabrániť, sú:	zahltenie mesta autami, negatívne ekologické dopady (smog, hluk)

4. Záver

Analýza nám ukázala, že opatrenia nami navrhované majú potenciál zlepšiť najlslabšie stránky centra, ktorými sú *nízka príťažlivosť MHD, zlý stav a malá kapacita zastávok MHD a nízke využívanie cyklodopravy*.

Najlepšie využiteľné príležitosti sú *zlepšovanie stavu zastávok a zriadenie systému park and ride* v spojení s výbornou dostupnosťou centra ako jedným z jeho hlavných určujúcich faktorov majú jednak pozitívny vplyv na najslabšie stránky, tak majú aj potenciál zabraňovať daným rizikám.

Příloha č. 6 Analýza otevírací doby a bezbariérovosti v Centru Brna

Cílem tohoto průzkumu bylo zjistit, jak na tom obchody s otevírací dobou ve skutečnosti jsou. Krátký výzkum byl proveden ve středu 20.3 2013 a týkal se i bezbariérových přístupů a byl proveden v ulicích Jánská, Kobližná a Poštovská. Prvně jsou zde uvedeny hodnoty jednotlivých obchodů a po té jsou zde tabulky počtu výskytu jevu.

1. Kobližná

Parfumerie Fann .....Po–Pá 9:00 –18:00, So 9:00–12:00, Ne zavřeno
BezBar ..... zajištěn

Pekařství Makovec .....Po–Pá 6:00 –19:00, So 7:00–13:00,Ne zavřeno
Bez Bar ..... chybí

Obchodní dům Vichr (Kobližná 13) .....Po–Pá 8:00 –19:00, So 8:30–14:00, Ne zavřeno

Fokus Optik .....Po–Pá 9:00–18:00, So 9:00–12:00, Ne zavřeno
Bez Bar.....Chybí

Stainex uzeniny .....Po– 7:00 –18:00,Út–Pá 8:00–18:00, So –7:00 –11:00 , Nezavřeno
Bez Bar.....Chybí

Zlatnictví .....Po–Pá 9:00–18:00, So 9:00– 12:00, Ne zavřeno

Tabák a kavárna (dohromady).....Po–Pá 5:30–23:00, So 7:00–23:00, Ne 8:00–21:00
Bez Bar .....Chybí

Galex Kara –kabelky.....Po–Pá 9:00 –18:00 So 9:00–13:00, Ne zavřeno
Bez Bar.....Chybí

Čínské bystro.....Po–Pá 9:00–22:00, So 9:00–22:00, Ne 10:00 –22:00

Bazar –M.P.B .....Po–Pá 9:00–18:30, So 9:30– 12:00, Ne zavřeno

Ovoce a zelenina .....Po–Pá 5:30–18:30, So 7:30–12:00. Ne zavřeno

Drogérie Jasmín.....Po–Pá 8:00–18:00,

So 8:00– 12:30 Ne –zavřeno

Český bufet..... Po–Ne 8:00 –17:00

Papírnictví .....Po–Pá 8:00– 18:00,
So 8:00–12:00, Ne zavřeno
Bez Bar .....Chybí

Restaurace u mlsné Kozy .....Po–Pá 11:00–23:00,
So 12:00–24:00, Ne zavřeno

Řeznictví.....Po–Pá 8:30–18:00,
So 12:00–24:00, Ne Zavřeno

Chytrá lékárna .....Po–Pá 7:30–18:00,
So 9:00–13:00, Ne zavřeno
Bez Bar.....**CHYBÍ**

Sky Ice Bar .....Po–Čt 8:00 –02:00,
Pá–So 8:00–04:00, Ne 9:00–02:00
Bezbarierový .....zajištěn

2. Obchodní centrum –Centrum –průchod z kobližné na Jánskou

Atlantic –spodní prádlo .....Po–Pá 6:00-19:00,
So 7:00– 13:00, Ne–zavřeno
BeZ Bar .....Chybí

OD centrum ..... Po–Pá 9:00 –18:30,
So 9:00–12:00, Ne zavřeno
Bez Bar..... Chybí
OD centrum je ve 2 patře a je směsicí všech možných obchodů s jednotnou otvírací dobou

3. Poštovská

Jakur móda ..... Po–Pá 9:00–18:00,
So 10:00–17:00, Ne –zavřeno

Zlatnictví ..... Po–Pá 9:00 –18:00,
So 10:00 –12:00, Ne zavřeno

Cafe Alfa .....Po–So 14:00– 24:00,
Ne 14:00 – 24:00
Bez Bar.....Zajištěn

4. Alafa passage – hlavní vstup Jánská

Litex – sportovní oblečení..... Po–Pá 9:00 –19:00,
So 9:00–12:00 Ne Zavřeno
Bez Bar .....chybí

Prodejna Ráj Sýrů.....11:00–19:00,
So Ne obě zavřeno

Mahdal Móda .....Po–Pá 10:00–19:00,
So 10:00–13:00, Ne zavřeno

Květiny .....Po–Pá 10:00–19:30,
So 9:00–14:00, Ne zavřeno

Korálkový krámek .....Po–Pá 10:00 –18:00,
So 9:00 –13:00, Ne zavřeno

Značkové nápoje .....Po–Pá 10:00 – 17:30,
So 9:00 –12:00, Ne zavřeno

Salon (kadeřnictví) .....Po–Pá 7:00– 20:00,
So 8:00 –13:00, Ne zavřeno,

5. Jánská

Galanterie .....Po–Pá 9:00–18:00,
So 9:00–12:00, Ne – zavřeno

Dárkařství .....Po–Pá 10:00– 17:45,
So, Ne –oboje zavřeno

Elektro Euronix .....Po–Pá 9:00–18:00,
So 9:00–12:00, Ne –zavřeno

Bytový textil .....Po–Pá 8:00–18:00,
So 9:00 –12:00, Ne –zavřeno

Triola ženské spodní prádlo .....Po–Pá 8:00–18:00,
So 9:00 –12:00, Ne –zavřeno

Mustang Jeans .....Po–Pá 8:00–18:00,
So 9:00 –12:00, Ne –zavřeno

Bisaku Klenoty .....Po–Pá 9:00–19:00,
So 9:00 –14:00, Ne –zavřeno

Pivnice na východě..... Po–Ne 8:00–22:00

Oční optik .....Po–Pá 8:30–18:00,
So, Ne –zavřeno oboje

Počet Analyzovaných subjektů: 39
V následující tabulce bude popsán výskyt jednotlivých otvíracích dob

Otvírací doba v pondělí až pátek

Otvírací doba	Počet obchodů s takou to otvírací dobou
(1) 5:30–18:30	1
(2) 5:30–23:00	1
(3) 6:00–19:00	2
(4) 7:00– 20:00	1
(5) 7:30–18:00	1
(6) 8:00 –17:00	1
(7) 8:00–18:00	**6**
(8) 8:00-19:00	1
(9) 8:00–22:00	1
(10) ..... 8:00 –02:00	1
(11) 8:30–18:00	2
(12) ..... 9:00 –18:00	**8**
(13) 9:00– 18:30	1
(14) ..... :00 –19:00	2
(15) ..... 9:00 – 19:30	2
(16) ..... 9:00 – 22:00	1
(17) ..... 10:00 – 17:30	2
(18) 10:00–18:00	1
(19) …… 10:00–19:00	1
(20) 10:00–19:30	1
(21) 11:00–19:00	1
(22) 11:00–23:00	1
(23) 14:00– 24:00	1

Otvírací doba v sobotu

Otvírací doba	Počet obchodů s takou to otvírací dobou
(1) 7:00 –11:00	1
(2) 7:00 -13:00	2
(3) 7:00– 23:00	1
(4) 7:30–12:00	1
(5) 8:00 –12:00	1
(6) 8:00– 12:30	1
(7) 8:00– 13:00	1
(8) 8:00–17:00	1
(9) 8:00–22:00	1
(10) 00:00– 04:00	1
(11) 8:30–14:00	1
(12) ..... 9:00 – 12:00	**11**
(13) 9:00– 13:00	2
(14) ..... 9:00 –14:00	1
(15) 9:00–19:00	1
(16) ..... 9:00 –22:00	1
(17) 9:00– 18:30	1
(18) 9:30–12:00	1
(19) 10:00–12:00	1
(20) ..... 10:00 – 13:00	1
(21) 10:00– 17:00	1
(22) 12:00– 24:00	2
(23) 14:00– 24:00	1
(24) ..... Zavřeno	3

Co se týče neděle, tak ve téměř ve všech (s výjimkou dvou) je v neděli zavřeno.

6. Závěr

Výsledkem je, jak můžete vidět výše roztříštěnost otevíracích dob. Nemyslíme si, že tato roztříštěnost je něco špatného, co bychom měli vymýtit, ale je to velmi přirozený jev. Obchody nabízejí různý sortiment a jejich otevírací do se proto také bude lišit. Například

jinou otevírací dobu budou mít restaurace, jinou pekárny, ovoce a zelenina a obchody s módou. Sjednocení těchto otevíracích dob by bylo nepřirozené.

Jediné na čem se skoro všechny obchody shodnou je to, že v sobotu odpoledne a především v neděli bude zavřeno. Tento jev nežádoucí a měli bychom se na něj zaměřit, podobně jako na konec otvírací doby v pracovních dnech.

Obrazové přílohy

Příloha č. 7 Formální a neformální struktura Partnerství - schéma

Obr. 8 Struktura Partnerství [3]

[3] INSTITUTE OF PLACE MANAGEMENT. *Town centre and place management in Europe – history and future challenges* [online], Komunitní plánování [cit. 9. 5. 2013]. Dostupné z: < http://www.komunitniplanovani.com/dokumenty/konferenceaj7_65.pdf>

Příloha č. 8 Prázdné obchodní prostory v Centru Brna[4]

[4] Zdroj: Vlastní fotodokumentace.

ZAVÍRÁME
K PRONÁJMU

ITALIA GAME
NON - STOP

Příloha č. 9 Nevzhledné výlohy a nápisy[5]

[5] Zdroj: Vlastní fotodokumentace.

Příloha č. 10 Kruhové posezení

[6]

[6] Zdroj: Interior Design news from Scandinavia. Dostupné z: < http://www.designscout.dk/2007/12/the-round-bench/>

[7]

[7] Zdroj: Vlastní fotodokumentace, Mnichov.

Příloha č. 11 Venkovní fitness centrum Denisovy sady[8]

[8] Zdroj: Vlastní fotodokumentace.

Příloha č. 12 Hry na chodnících[9]

[9] Zdroj: Spielplatz, Strasbourg. Dostupné z: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150104750170978.274031.41066255977>.

Příloha č. 13 Stolky na deskové hry

Příloha č. 14 Pozemní šachovnice[10]

[10] Zdroj: Vlastní fotodokumentace, Stuttgart.

Příloha č. 15 Plánek pěší chůze[11]

[11] *Metrominuto Pontevedra*. Dostupné z: <http://www.pontevedra.eu/movete/docs/Metrominuto%20traz.pdf>.

Příloha č. 16 Hravý odpadkový koš[12]

[12] Zdroj: Spielplatz, Strasbourg. Dostupné z: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150104750170978.274031.41066255977>.

Příloha č. 17 Mapa stojanů na kola v Centru Brna[13]

[13] *Generel pěší dopravy* [online]. Brno.cz [cit. 12. 5. 2013]. Doplněno o vlastní úpravy. Dostupné z: <http://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/OUPR/UPP/Generel_pesi_dopravy/Generel_pesi_dopravy_prezentace.ppt>.

Příloha č. 18 Mapa ideálního rozmístění stojanů na kola[14]

[14] *Generel pěší dopravy* [online]. Brno.cz [cit. 12. 5. 2013]. Doplněno o vlastní úpravy. Dostupné z: <http://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/OUPR/UPP/Generel_pesi_dopravy/Generel_pesi_dopravy_prezentace.ppt>.

Příloha č. 19 Parkování na Kounicově, v pozadí Parkovací dům Rozmarýn[15]

[15]REDAKCE. *Trampoty chodce v centru* [online]. 6. 11. 2012 [cit. 12. 5. 2013]. Brno na kole. Dostupné z: <http://www.brnonakole.cz/trampoty-chodce-v-centru/>.

Příloha č. 20 Stojan před FSS MU[16]

Příloha č. 21 Chybějící stojan před LF (CPS)[17]

[16] Zdroj: Vlastní fotodokumentace.
[17] Zdroj: Vlastní fotodokumentace.

Příloha č. 22 Chybějící stojany na Hlavním nádraží [18]

Příloha č. 23 Osvětová úloha zastávky[19]

[18] Zdroj: Vlastní fotodokumentace.
[19] *Cool and creative bus stops* [online]. 21. 11. 2012 [cit. 12. 5. 2013]., Dostupné z: <http://smokingdesigners.com/cool-creative-bus-stop-ads/>.

Příloha č. 24 Zastávka se zrcadlem [20]

[20] Zdroj: <https://lh6.googleusercontent.com/-qj68j7WQd_I/TW26YiwCukI/AAAAAAAABbs/4um7kY81Y78/s1600/mirror.jpg>