

PROJEKT CENTRÁLNÍ TRHY

Zpráva o stavu trhů ve střední Evropě

Listopad 2013

Obsah

❖ <i>Úvod</i>	s. 3
---------------------	------

❖ *První část*

Společná srovnávací studie příslušné národní a evropské legislativy a politik	s. 9
--	------

Kapitola 1

Ústřední vláda a místní správy: legislativní regulace a činnosti venkovních trhů.....	s. 11
---	-------

Kapitola 2

Jak fungují trhy v projektových oblastech.....	s. 15
--	-------

Kapitola 3

Farmářské trhy: jejich přítomnost a legislativa v partnerských zemích.....	s. 26
--	-------

Kapitola 4

Provádění Směrnice 2006/123/EC v partnerských zemích projektu CENTRÁLNÍ TRHY a její dopad na trhy.....	s. 30
--	-------

❖ *Druhá část*

Zpráva o mapování trhů, analýze a řídicích systémech městských trhů a hlavní výsledky analýzy SWOT	s. 36
---	-------

Kapitola 5

Mapování trhů	s. 37
---------------------	-------

Kapitola 6

Analýza řídicích systémů městských trhů.....	s. 41
--	-------

Kapitola 7

Hlavní závěry analýzy SWOT	s. 47
----------------------------------	-------

❖ <i>Závěry</i>	s. 58
-----------------------	-------

Úvod

Projekt CENTRÁLNÍ TRHY

Projekt CENTRÁLNÍ TRHY je výsledkem partnerské víry, že trhy stále představují důležitou hospodářskou, sociální a kulturní skutečnost, kterou je třeba chránit a propagovat.

Nejstarší forma obchodu odolala transformacím, které během staletí nastaly, i těm radikálnějším, které během posledních desetiletí přetvořily systém obchodu v Evropě i ve vzdálenějších místech. V dnešní době zažívá většina tradičních trhů vážný úpadek, který tímto ohrožuje tradici, která sahá v některých případech až do středověku. Trhy byly vskutku páteří mnoha měst a městských center a jsou nejstarší formou obchodní výměny. Není to pouze klíčová část našeho dědictví, která je ohrožená, ale také systém, který přináší ekonomické výhody spotřebitelům a má velkou sociální hodnotu díky tomu, že jsou trhy důležitým faktorem v soudržnosti místních společenství, nejen v centrech, ale také na předměstích, kde se často konají. Trhy také pomáhají regenerovat centra měst a předměstské oblasti a propagují zdravé stravování, podporují „zelenější“ životní styl a trvalejší způsoby obchodu.

Jedním z důvodů tohoto úpadku je to, že se tradiční trhy musejí potýkat se stále zvyšující konkurencí velkých obchodníků. A ani nedostatek či nedostatečná regulace nepodporují revitalizaci městských trhů.

Projekt CENTRÁLNÍ TRHY se tedy zaměřuje na rozvoj strategií a opatření pro znovuoživení trhů jako „hnací síly“ rozvoje městských oblastí. Obecným cílem je zlepšit konkurenceschopnost a atraktivitu cílových měst/regionů rozvojem nových a inovativních strategií revitalizace trhů k posílení a vyrovnaní vztahu mezi městem/regiony a trhy.

Specifickými cíli je zhodnocení, posílení a integrace trhů do oblastí center a předměstí projektových partnerů zlepšením vědomostí, zkoušením inovativních akcí a stanovením efektivních strategií, které vyplývají z nadnárodní spolupráce.

Projekt se zaměřuje na:

- Integraci trhů do obchodního života města usnadněním ziskové koexistence různých

obchodních hráčů (stánkařů, maloobchodníků i velkých obchodníků) a místních aktivit (restaurací, barů, atd.);

- Zlepšení role předměstských trhů rozpoznáním důležitosti služeb, které nabízí občanům a zlepšení řízení trhů v partnerských městech/regionech k posílení jejich konkurenceschopnosti;
- Podporu spojení s místní výrobou vytvářením synergií mezi městskými a venkovskými oblastmi k aktivaci konkurenční výhody;
- Věnování pozornosti spotřebitelům vytvořením systému, který může zaručit kvalitu a různorodost produktů;
- Snížení dopadu trhů, co se týče vytváření odpadů a hustoty dopravy, aby byl městský rozvoj lépe udržitelný;
- Propagaci kulturního oživení v tržních oblastech zaměřením na znovuobjevování tradic spojených s životem trhu a použitím trhů k propagaci image města, který může přilákat trvale udržitelný cestovní ruch.

V dlouhodobé perspektivě budou trhy oživeny prostřednictvím inovace jejich systému řízení i příslušných služeb. Proto dojde k přehodnocení celého místa trhu, oblasti či města/regionu a ke zvýšení jejich atraktivity.

Projektové partnerství

Projekt **CENTRÁLNÍ TRHY** zahrnuje **9 organizací z 6 zemí (Itálie, Slovinsko, Maďarsko, Česká republika, Slovensko a Polsko)**, které tvoří dobře vyvážené partnerství se silnou územní příslušností ve vztahu k programové oblasti. Partnerství je spojením organizací, které jsou různé velikostí, umístěním i cíli. Je založeno na jejich společných potřebách a cílech, které zahrnují zlepšení atraktivity zapojených měst a regionů, podporu konkurenceschopnosti a růstu v celém regionu střední Evropy. Víceúrovňová a územní spolupráce zajišťuje, že dojde ke zhodnocení rozmanitosti v tradičním řízení trhů, přístupech k řízení, kapacitě mobilizace ekonomických a kulturních zdrojů i jejich umístění v polycentrických a územních lokalitách.

Místní úřady (**Město Benátky, Město Turín, Město Bratislava, Město Krakov**) a krajské úřady (**Ústecký kraj** složený z 58 městských obecních úřadů) hrají klíčovou roli v rozvoji tradičního tržního sektoru a zajišťují zapojení různých vládních úrovní. Také úzce spolupracují s odpovídajícími regionálními a národními orgány odpovědnými za regulaci trhů, asociacemi místních výrobců a spotřebitelů pro sektory maloobchodu a se sítěmi zahrnujícími hlavní ekonomické hráče.

Rozvojové agentury (**Rozvojová agentury Pécs a Mariborská rozvojová agentura**) zajišťují efektivní propojení s místními a regionálními aktéry a poskytují výborné možnosti pro šíření a přenositelnost.

Dále mohou tyto společnosti veřejného a soukromého sektoru významně přispět projektu díky své specifické povaze. Jsou ve skutečnosti veřejnými orgány vyzývanými k provádění činností ekonomické povahy a podpoře malých a středních podniků i místní ekonomiky.

Díky svým zkušenostem ve středním podunajském regionu (Trans-Danubian region), poskytne **Obchodní a průmyslová komora okresu Veszprém** všem partnerům zkušenosti ze spolupráce s potenciálními investory v nastavování a implementaci procesů hospodářského rozvoje a zlepšování strategického propojení mezi malými a středními podniky a tradičními trhy.

Naše sdružení (**Agentura pro středomořskou kuchyni**) z **Piedmontu** působí napříč projektem tím, že se podílí na místních a nadnárodních zkušenostech v kampaních na získání povědomí a vytváření technických studií na revitalizaci a rozvoj tradičních trhů po celé EU.

Prostřednictvím účasti malých měst, hustě osídlených městských aglomerací a zapojením politiků, výrobců, spotřebitelů a obyvatel je proto partnerství CENTRÁLNÍCH TRHŮ schopno optimalizovat územní soudržnost a nadnárodní spolupráci a podílet se na vyrovnanějším rozvoji v partnerských obcích a v celé oblasti střední Evropy.

Výzkumné činnosti projektu

V rámci projektu se prováděly specifické výzkumné činnosti s cílem zlepšit znalosti o trzích ve střední Evropě, aby bylo možné reagovat na potřebu efektivnějších tržních sítí, logistiky a služeb a bylo umožněno soužití různých regulačních rámců. Revitalizace tradičních a městských trhů potřebuje především, aby všichni provozovatelé a klíčoví hráči spolupracovali a rostli prostřednictvím inovativních, efektivních a udržitelných strategií, které zohledňují svůj přeshraniční rozměr. Prvním krokem výzkumu byla **Společná srovnávací studie příslušné národní a evropské legislativy a politik** (aktivita WP3.1), která analyzuje regionální a národní regulaci trhů v různých zemích zapojených do projektu a zahrnuje pohled na implementaci Bolkesteinovy směrnice v partnerských zemích a její dopad na tržní sektor.

Následujícími aktivitami bylo **kvantitativní mapování partnerských trhů a analýza systémů řízení trhů**, která zapojila příslušné místní zúčastněné strany (aktivita WP3.2).

Mapování bylo prováděno na partnerské úrovni (místní, městské nebo regionální), a poskytlo obraz “stavu trhů” na partnerských územích s odkazem na různé kvantitativní kategorie (počet stánků, produktové kategorie rozdělené na potravinové a nepotravinové atd.). Pro každý tržní systém se prováděly analýzy partnerských systémů řízení trhů se zúčastněnými stranami.

Aby bylo možné dokončit porovnání a zhodnocení dat, byla provedena **SWOT-analýza** se zapojením zúčastněných stran v jednotlivých tržních oblastech (aktivita WP3.3). To umožnilo partnerům identifikovat potenciál, který lze zmobilizovat k dosažení revitalizace trhů a vytvoření obchodního modelu. SWOT-analýzy se týkaly jak celého tržního systému, tak bližšího pohledu na jeden nebo více trhů u každého partnera, a pomohly odhalit silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby a těch, které mohou pomoci, bránit nebo zpozdit realizaci cílů.

Tato Zpráva o stavu trhů ve střední Evropě poskytuje obraz nadnárodní situace městských a regionálních trhů ve střední Evropě na základě studie legislativy a politik realizované v první fázi projektu a mapování, analýzy řízení a SWOT-analýz.

Zpráva se řídí přístupem postaveným na povědomí o hrozbách a slabých stránkách pocházejících z fragmentace řízení a politik a zároveň bere v úvahu potenciál a možnosti

nabízené partnerskými trhy ve vztahu k procesům ekonomické a sociální revitalizace zapojených obcí.

První část

Společná srovnávací studie příslušné evropské a národní legislativy a politik

Tato společná srovnávací studie je analýzou současných právních a politických rámců a srovnávací studií regionální a národní legislativy řídící trhy v různých zemích zapojených do projektu. Také zahrnuje studii implementace "Bolkesteinovy" směrnice v partnerských zemích a její dopad na tržní sektor.

Tato studie je odvozena z představy, že je nezbytné zjistit a porovnat různé zákony, které platí v partnerských zemích pro lepší pochopení funkce trhu a následně definovat politiky pro podporu a propagaci trhu.

Podle našeho názoru nám obsah těchto dokumentů umožňuje stanovit, zdali jsou předpisy a zákony různých zemí podobné či rozdílné a také pochopit, jak jsou trhy organizovány, kdo jsou hráči, kteří mají zkušenosti v různých oblastech tržních provozů, jak spolupracují veřejní a soukromí hráči, kolik prostoru je věnováno svobodě podnikatelských aktivit a do jaké míry definují vlády a místní správy pravidla a omezení. Tato srovnávací studie, která je rozdělena do krátkých kapitol věnovaných specifickým tématům proto vysvětlí, jak se různé země vypořádaly a upravily různé aspekty, které charakterizují funkční trhy. První kapitola je věnována různým vládním úrovním, které jsou kompetentní v této otázce a mají moc vydávat zákony, předpisy a vyhlášky. V druhé kapitole pak budeme prezentovat manažery trhů nebo spíše hráče, kteří rozhodují o otevření, uzavření nebo přemístění trhu; proces vydávání povolení a licencí; přítomnost/nedostatek stolů se zbožím a jak se reguluje přítomnost různých výrobků; otevírací a zavírací doby trhů. Třetí kapitola bude věnována zvýšenému významu fenoménu farmářských trhů.

Poslední kapitola bude věnována dopadu, který má provádění Směrnice 2006/123/EC, také známé jako "Služební" směrnice nebo "Bolkesteinovy" směrnice, na regulaci trhů v různých zemích.

Tento výzkum je důležitým krokem v první fázi projektu, užitečným nástrojem k definování kontextu trhů na zvažovaných územích a obecněji v oblasti střední Evropy.

Počínaje integrovaným pozadím co se týče předpisů, politik a strategií je cílem této zprávy podpořit partnery při představování inovativní řídicí platformy a pomoci čelit výzvám na místní a evropské úrovni.

Tento dokument není jen vědeckým výzkumem zákonů a předpisů pro průmysl zkoumaný v projektu CENTRÁLNÍ TRHY. Jediným účelem je shrnout nevyčerpávající legislativní rámec. Byly shromážděny detailní informace o každém jednotlivém vládním a místním předpisu poskytnutém projektovými partnery s odkazem na jejich vlastní zemi. Díky povaze tohoto dokumentu nepředpokládáme odpovědnost za nepřesnosti.

Kapitola 1

Ústřední vláda a místní správy: legislativní regulace krytých i venkovních tržních aktivit.

V této první kapitole analyzujeme úroveň vlády, které mají legislativní moc nad řízením a organizací krytých i venkovních trhů v evropských zemích zapojených do projektu.

Když jsme nastavovali základní pravidla pro náš výzkum mechanismů regulujících kryté i venkovní trhy v partnerských zemích, rozhodli jsme se začít identifikováním hráčů na různých institucionálních úrovních, kteří jsou v této problematice kompetentní. Také bylo nezbytné zrevidovat národní legislativu týkající se obchodu jako v případech, ve kterých ústřední vláda nemá moc přímo řídit takovou záležitost, ale může ovlivňovat trhy prostřednictvím „rámcových zákonů“, které jsou závazné pro místní orgány, jenž kontrolují různé organizační aspekty obchodních aktivit.

Obraz, který vzniká z informací shromážděných od projektových partnerů, nám ukazuje podobnou situaci. Národní úroveň (ústřední vláda) zasahuje prostřednictvím zákonů a prováděcích vyhlášek, které delegují všechny specifické vládní a organizační aspekty trhů na místní orgány (místní správy) jako jsou města a jiné místní úřady nebo veřejné orgány (obecní společnosti a jiné společnosti mající celkový nebo majoritní kapitál).

Je možné vidět některé podobnosti, obzvláště mezi zeměmi s nižší populací a menší plochou. Existují v podstatě dvě úrovně vlády: ústřední vláda a obce. Složitější situace je však v současné době v Polsku a Itálii se specifickými rysy, které budeme zkoumat na konci této kapitoly.

Mad'arsko je jedním ze států se dvěma úrovněmi vlády: ústřední a místní. Regulační pravomoci jsou v rukou ústřední vlády a specificky v rukou tří ministerstev: Ministerstvo hospodářství vydává obchodní zákony a předpisy o daňovém systému, Ministerstvo pro lidské zdroje¹ zodpovídá za veřejné zdraví v širším slova smyslu a definuje pravidla pro otevírání trhů a organizaci veletrhů, zatímco Ministerstvo pro rozvoj venkova definuje politiku pro

¹ Ministerstvo pro lidské zdroje má široký rozsah: od řízení systému zdravotní péče po sociální dávky, od vzdělání na všech úrovních po kulturu, od politiky pro děti a mládež po sport. V rámci ministerstva operuje osm různých specifických oddělení, vedených státními ministry (srovnatelné s náměstky ministrů v Itálii) a státní tajemníky.

bezpečnost potravin a dohlíží, aby byly na trzích dodržovány potravinové normy, a také se zabývá otázkou řízení odpadu. Každé ministerstvo dohlíží na implementaci předpisů v rámci své jurisdikce.

Místní úroveň reprezentují města, která hrají roli v regulaci trhu prostřednictvím obecních úřadů. Následující kapitoly ilustrují, jak k tomu dochází a otázky, které se řeší na této úrovni.

Podle informací, které jsme získali od našich partnerů v Ústí, existují v **České republice** dvě institucionální úrovně kompetence (ústřední a místní) s některými zvláštnostmi. Ústřední vláda se zřídka zabývá regulací na trzích, ale řídí mechanismy obsazování veřejné půdy a poplatky. V rámci obecnější obchodní legislativy existují fiskální a daňové politiky. Na místní úrovni města přímo zasahují do regulace tržních provozů prostřednictvím městských vyhlášek. Města musí identifikovat veřejné prostory, kde se mohou venkovní trhy konat a také definovat, které produkty se v těchto prostorách nesmí prodávat.

Na **Slovensku** má parlament plnou legislativní moc a je jediným veřejným orgánem, který může schválit a/nebo pozměnit zákony, ratifikovat mezinárodní dohody a provádět obecní směrnice. Na místní úrovni mohou města regulovat trhy prostřednictvím správních zákonů v rámci omezení stanovených národními zákony. Místní orgány mají právní subjektivitu a řídí svůj vlastní majetek a své vlastní finanční zdroje v rámci omezení daných národním zákonem.

Ve Slovinsku jsou národní Parlament a příslušná ministerstva hlavními aktéry, kteří do trhů a obchodních záležitostí zasahují zákony a jinými výkonnými vyhláškami. Prostřednictvím Ředitelství pro vnitřní obchod a divize zásobování, cenové kontroly a obchodu je Ministerstvo hospodářského rozvoje a technologie zodpovědné za stanovení obchodních předpisů prostřednictvím správních zákonů a funguje tak, aby zajistilo dodržování podmínek nezbytných pro posouzení obchodního a ekonomického rozvoje.

Zákony a obecné předpisy na národní úrovni se pak zavádějí prostřednictvím správních zákonů a specifických předpisů vydávaných na místní úrovni, ve většině případů obcemi, ale zasahovat mohou i další veřejné instituce a orgány. Veřejné obchodní společnosti, vytvořené a řízené městem, jsou odpovědné za přímé řízení určitých služeb, jako jsou veřejná doprava, odpad a zásobování vodou, služby čištění města a samozřejmě trhy. Na rozdíl od

jiných hráčů, kteří řídí trhy prostřednictvím svých obcí, je zajímavé vědět, že některé veřejné obchodní společnosti mají moc zasahovat prostřednictvím správních zákonů a předpisů.

Organizace institucí v **Polsku** je podstatně jiná než v předchozích případech. Ačkoli jsou tu dvě úrovně řízení (ústřední a místní), jsou místní orgány organizovány způsobem, který je odlišný od ostatních zemí.

Ústřední vláda zasahuje prostřednictvím zákonů o obecné regulaci a definici právního základu trhů, zatímco místní orgány vydávají specifické správní předpisy. V Polsku jsou tři různé úrovně místní správy: Wojewodztwo, Powiat a Gmina, což odpovídá regionům, provinciím a městům (pokud je srovnáváte s případem Itálie). Powiaty jsou mnohem četnější a až na některé výjimky mají rozlohu a počet obyvatel, který je menší než italská provincie. V případě velkých měst (přes 100 000 obyvatel) jsou Powiat a Gmina v jednom správním orgánu spojujícím své dovednosti. To je případ města Krakova, jednoho z projektových partnerů. V Krakově město vydává specifické předpisy pro současné trhy a v některých případech i rámcové předpisy platné pro celou síť trhů.

V **Itálii** jsou tři příslušní hráči v oblasti obchodu a tržních operací: národní úroveň, regionální úroveň a jednotlivá města. Nezapomeňme, že Italská ústava, po reformě Části II odstavce V, jasně definuje, co jsou výhradní a/nebo sdílené kompetence ústřední vlády a regionů (článek 117). V naší oblasti zájmu je ochrana volné soutěže ve výhradní odpovědnosti státu, zatímco územní řízení je otázkou státu a regionů. Proto musí být obchod, který není uveden ani pod položkami výhradní kompetence státu nebo sdílených kompetencí státu-regionů, považován za regionální odpovědnost. Je třeba poznamenat, že tato divize odpovědností mezi státem a regiony někdy působí kontroverze, protože ochrana volné soutěže a obchodní legislativa jsou někdy v konfliktu. Nakonec města (čl. 118) a provincie mají správní funkce, ale pouze města mohou trhy řídit.

Nakonec mějme na paměti, že na sladění různých situací v členských zemích mají významný dopad evropské instituce prostřednictvím předpisů a navíc prostřednictvím směrnic (kompetence Parlamentu a Rady). Směrnice 2006/123/EC, známá jako "Služební" směrnice nebo "Bolkesteinova" směrnice, pojmenovaná po Frederiku Bolkesteinovi, evropském komisaři pro vnitřní trh, daně a celní unii, který byl prezidentem Komise během funkčního období Romana Prodi v letech 1999 až 2004, je obzvláště významná pro náš projekt. Tato směrnice, která spustila významnou debatu a má dlouhodobou historii změn a

dodatků z diskuse v Parlamentu před svým konečným schválením, se zaměřuje na regulaci interního trhu, konkurenci, a tím také obchod.

Kapitola 2

Jak fungují trhy v projektových oblastech

Ve druhé kapitole budeme zkoumat, kteří hráči jsou odpovědní za řízení trhů, jak probíhá rozhodovací proces pro otevírání nebo zavírání trhu, který subjekt vydává licence, které jsou produktové kategorie a které subjekty definují otevírací a zavírací dobu trhů.

Trhy jsou komplexními systémy. Existuje velký počet hráčů, kteří každodenně spolupracují a v této oblasti jsou různé zájmy a potřeby. Ekonomické, sociální a kulturní faktory jsou vlastně protkány a vytvářejí z trhu nejen místo obchodu, ale také síť vztahů, jako některé další ve městě v dnešní době. Tato složitost je způsobena vysokým počtem proměnných, které je třeba vzít v úvahu, abychom pochopili, jak trhy fungují a jak se mohou řídit a organizovat.

V této kapitole se budeme snažit pochopit, jaké jsou hlavní podobnosti a rozdíly ve fungování trhů mezi partnerskými městy projektu CENTRÁLNÍ TRHY.

Orgány řídící trhy

Po prozkoumání institucionálních subjektů odpovědných za řízení trhů v předchozí kapitole je dalším logickým krokem získání vědomostí o místní dynamice identifikování tržních řídicích subjektů.

Obraz daný partnerskými městy ukazuje různé úrovně účasti veřejného a soukromého sektoru v řízení trhu.

V Itálii (obzvláště spoléháme na obecní předpisy Benátek a Turína) je řídicím orgánem město, které má extenzivní znalosti a identifikuje prostřednictvím rad, komisí a dalších ad hoc zúčastněných stran (tržní komise například) orgány, které při definování tržních operací jednají prostřednictvím různých prostředků.

Současná platná legislativa v **Turině** zasluhuje další analýzu. Nejdříve bychom měli zmínit Nařízení č. 334 pro poskytování maloobchodních služeb na krytých trzích. V článku 2 specifikuje, že "jakýkoli krytý trh by měl být řízen společně orgánem tržních provozovatelů prostřednictvím nájmu nebo koncese". Ve skutečnosti 4 z 6 krytých trhů města jsou řízeny družstvy obchodníků pod koncesí nebo v nájmu.

Dále článek 9 "Nařízení pro obchod na veřejných místech" předpokládá možnost svěřením řízení tržišť třetím stranám. De facto tento článek ještě nebyl implementován, ale poskytuje zajímavou možnost soukromým subjektům přímého zapojení do řízení trhů. Prostřednictvím veřejného postupu může být jednotlivec, možná dokonce družstvo obchodníků v případě krytých trhů nebo instituce jiné povahy vybrána a převzít řízení trhu (podle některých nařízení města mechanismy udělování tržní licence). Ve městech, kde existuje tato možnost, je jasné, že to představuje pečlivou definici hranic odpovědností mezi veřejným a soukromým sektorem, ale zdá se být dobrým startem, který by mohl vést k rozvoji důležitých modelů řízení.

V **Benátkách** regionální zákon Veneto č. 10/2001 neumožňuje řízení trhů externími subjekty. To je možné pouze u starožitností a sběratelských předmětů, bleších trhů a farmářských trhů, i když si město rezervuje právo na uvolňování licencí a řízení pravidelného chodu obchodu. Právě teď existuje jen jediný trh zřízený Městskou radou, který je řízený externím orgánem, a to trh se starožitnostmi San Maurizio, který řídí Asociace stejného jména.

Na **Slovensku** si vlastnictví a řízení trhů vyhrazují města. To neznamena, že by město nemohlo svěřit řízení trhů třetím stranám. Tato strana však musí mít „živnostenské oprávnění“ a může to být registrovaná firma, osoba s právní subjektivitou nebo dokonce jednotlivec, dospělý a obyvatel jednoho ze států Evropské unie nebo OECD, který splní požadavky uvedené v článku 145/1991 (věk, svéprávnost, bezúhonnost atd.). Zvláštností této situace je velký počet lidí, kteří si mohou o řízení trhu zažádat.

V **České republice** jsou tradiční trhy také řízeny městy, zatímco farmářské trhy jsou v odpovědnosti Agrárních komor, které jsou také veřejným orgánem. Je třeba poznamenat, že v případě farmářských trhů existuje řada orgánů, které mají kontrolní pravomoc: Státní veterinární správa, orgán České obchodní inspekce, regionální zdravotní organizace a Česká zemědělská a potravinová inspekce.

Město a veřejné společnosti (které vlastní město) jsou orgány, které ve většině případů, řídí trhy ve **Slovinsku**. I když je řízení svěřeno městským společnostem, mezi městskou společností a příslušným městem je úzký vztah, nejenom jako důsledek veřejné povahy obou orgánů a zřejmého spojení díky vlastnictví, ale také díky „Tržnímu řádu“. To je dokument schválený městem, který definuje rámec řízení trhu, prodejní podmínky, práva a povinnosti manažera trhu a prodejců, prodejní stoly, údržbu, proces čištění, sklad zboží a kontrolní

mechanismy. Řízení trhu je možné svěřit i jiným subjektům než těm zmíněným, ale zdá se být jen okrajovým řešením a objevuje se málokdy.

Situace je jiná v Maďarsku, kde, jak bylo uvedeno oběma partnerskými městy **Pécs** a **Veszprém**, je řízení trhu svěřeno veřejným obchodním firmám, které jsou víceúčelové a provozními společnostmi města. Je důležité uvést, že tyto orgány nejsou omezeny výrazně na řízení trhů, ale zabývají se velkým počtem důležitých služeb pro fungování města. Veszprém Public Utility Services Plc se zabývá řízením nemovitostí, vytápěcími systémy, parkovišti, veřejnými zahradami a řízením odpadu, zatímco Pécs Holding Plc řídí nemovitosti a některé průmyslové areály ve městě. Městská rada jmenuje Radu obcí, která je odpovědná za strategická rozhodnutí a správu služeb v rámci jejího řízení.

Polsko se zdá být zemí, kde se rezervuje více prostoru privátním hráčům. Jak bylo uvedeno partnerem z **Krakova**, ve skutečnosti město vlastní pozemek, na kterém trh funguje, ale je pronajímán subjektu, který trh řídí. Hráči, kteří si zažádají o řízení trhu, mohou být společnostmi nebo soukromí jednotlivci, pokud jsou vlastníky registrované nebo uznávané firmy. Nejčastějším příkladem jsou obchodní společnosti, někdy přímo tvořené prodejci, které jsou na trhu aktivní. Každý trh je svěřen jinému subjektu, který je odpovědný za jeho udržování a musí splňovat nařízení schválená a vydaná městem. Tato nařízení jsou specifická pro jednotlivé trhy. Mohou být podobná nebo mohou představovat rozdíly týkající se lokality a/nebo specifičnosti trhu. Je důležité poznamenat, že prodejci nemají žádný vztah s městem, ale přímo jednají s orgánem řídícím trh.

Otevírání, zavírání a stěhování trhů

Viděli jsme, že v různých zemích mají **různá řešení řízení trhů, ale pokud jde o rozhodování, zdali otevřít nebo uzavřít trh nebo pro něj stanovit nové místo, je situace vždycky stejná.** Totiž město hraje centrální úlohu a jen v některých případech je pověření delegováno na veřejnou obchodní společnost. To je například případ **Pécse**, kde veřejná obchodní společnost rozhoduje o počtu stánků na trzích.

Městské rady v Itálii, České republice, na Slovensku, Polsku a ve Slovinsku autorizují otevírání trhů prostřednictvím vyhlášek v souladu s národními a regionálními zákony.

V případě Polska, poté co otevření nového trhu schválí Městská rada, se postupuje k vydání pravidel pro toto tržiště s uvedením typů produktů, které se zde mohou prodávat,

nákladů na obsazení veřejné půdy a/nebo stánek, prostoru, který bude přidělen obchodním aktivitám atd. Pak může soukromý subjekt prostřednictvím otevřené výzvy přijmout řízení trhu v souladu s rozhodnutím obce. Ředitel (manažer, organizátor) trhu rozhoduje o počtu a velikosti stánků, ale musí respektovat omezení týkající se této specifické obchodní oblasti stanovená Radou.

Co se týče Itálie, v případě **Benátek** Městská rada zřizuje nové trhy a také schvaluje schéma otevírací a zavírací doby trhu, počet stánků a prodávané komodity. Město také může stanovit specializaci produktů pro jednotlivé stánky, ale musí mít na zřeteli produktový sektor, ke kterému patří.

V **Turině**, podle Zákona 114/98 o kritériích a/nebo omezeních otevírání a zavírání trhů a počtu stánků podle počtu obyvatel – stanoví otevírání, přemístění, rozšíření, změny v produktových oblastech a uzavření trhu Městská rada prostřednictvím usnesení po konzultaci s příslušnými městskými výbory, Technickým poradním výborem, Správními radami trhu a vždy bere v úvahu tržní plán.

Nakonec v případě **Mariboru** ve Slovinsku, jak již bylo uvedeno, Městská rada přijímá vyhlášku, jejímž prostřednictvím může být nový trh založen a rozhoduje, jestli bude řízen přímo obcí nebo bude řízení svěřeno jinému manažerovi. V druhém případě je manažer odpovědný za definování hlavních pravidel provozu trhu v souladu s obecními pravidly. Je třeba poznamenat, že typ stánku (kiosky, stánky, zásobovací zařízení, chladicí vitríny atd.) se stanoví první, ne počet stánků.

Licence a osvědčení

Poté co jsme se zaměřili na trh jako celek, se nyní soustředíme na prodejce se zaměřením na **přidělování oprávnění a/nebo licencí**.

Ve **Slovinsku** je proces vydávání licence v rukou obcí, zatímco sérii požadovaných povolení (stavební povolení, obsazení prostoru a povolení provádět specifické podnikání) vydávají správní jednotky a kanceláře na místní úrovni.²

² Je třeba mít na paměti, že regiony ve Slovinsku nemají administrativní povahu, ale místo toho spíše statistickou. Regiony jsou tvořeny 212 obcemi, z nichž má pouze 11 statut města.

Na **Slovensku** vydávají povolení nezbytná pro otevření trhu a prodejní licenci, která je vydána na dobu neurčitou, obce, zatímco povolení pro otevření stánku (v tomto případě je to nestálá stavba, která se instaluje a odstraňuje denně) se vydává orgánem, který trh řídí.

V **České republice** povolují otevření obchodní činnosti a obsazení veřejného prostoru určeného pro trhy obce. Zákon o městských radách také definuje určitý počet prvků pro fungování trhu jako je otevírací doba, typy produktů, které lze prodávat atd. Jednotlivé obchodní licence vydávají živnostenské úřady: žádost obsahuje vyplnění formuláře, doplněné požadovanou dokumentací a platbou poplatků. Jakmile je tento postup proveden, a pokud nejsou překážky, může žadatel svůj obchod otevřít.

V případě **Maďarska** jsou do procesu oprávnění a vydávání povolení zapojeny jak obce, tak veřejné obchodní společnosti. Obce povolují nové trhy nebo veletrhy, které se konají na veřejné půdě, zatímco veřejné obchodní společnosti schvalují jednotlivé stánky na trhu v rámci jejich řízení. Jestliže analyzujeme specifické případy obou partnerských měst, vidíme, že veřejná obchodní společnost ve Veszprému otvírá výzvu na pronájem tržních stánků a prostorů na trzích a stanoví úspěšné kandidáty. Uzavírají se smlouvy o pronájmu na neurčitou dobu, ale s úvodním právem odstoupit po 30 až 60 dnech. Osoba, která získá právo na specifický stánek na trhu, by měla zaplatit poplatek za obsazení tohoto místa. To proto, že tyto prostory vlastní obec, která je dává k dispozici prostřednictvím veřejné výzvy. Co se týče farmářů, ti musejí mít zvláštní licenci (farmářskou licenci) a musejí žádat o osvědčení prodávat své produkty na trzích. Povolení vydané obcí může být denní, týdenní nebo měsíční a farmáři také musí zaplatit denní nebo sezónní poplatek za obsazení prostoru.

V Pécsi je mechanismus podobný. V případě veletrhů nebo trhů na veřejných místech neřízených obcí musejí prodejci získat povolení od Biokom Ltd, veřejné obchodní společnosti, která se zabývá řízením odpadu, čištěním ulic a dalším. Existují tři typy licencí, které se liší podle svého trvání: příležitostné, měsíční nebo roční. Roční se udělují prostřednictvím veřejné výzvy, zatímco ty ostatní se vydávají na požádání.

Jak už jsme zmínili dříve, v **Polsku** je značný prostor v řízení trhů rezervován soukromým aktérům, a tedy společnost, která převezme řízení, je zodpovědná za jakýkoli aspekt, který se toho týká včetně udělování povolení pro otevírání kiosků a pronajímání stánků. To je vázáno pravidly stanovenými Radou města a licenčním poplatkem, který musí být zaplacen jednotlivým prodejcem za obsazení veřejného pozemku a nebo stavbu, kterou

použije k prodeji svých produktů, což je také určeno usnesením Rady města. Sazby závisí na velikosti obsazeného pozemku.

V rámci trhu najdeme dvě skupiny prodejců rozdělené podle toho, zda obsazují nebo neobsazují pevný (trvalý) stánek a alespoň teoreticky také podle typu produktu, který prodávají. Tyto dvě skupiny se nazývají "cirkulující obchod" a "stacionární obchod". Ten první trvale neobsazuje přidělené stánky a musí měnit své místo na trhu, i když se to neděje tak často. Hlavní rozdíl je, že "cirkulující obchod" využívá stánky, zatímco "stacionární obchod" používá kiosky.

V případě cirkulujícího obchodu prodejci platí podle prostoru, který obsazují a mají právo rezervovat si stánky na období jednoho až tří měsíců, na určité dny v týdnu nebo celý týden – podle této dohody mají prioritu obsazení pro tento určitý stánek. Prázdné stánky mohou být dány jinému prodejci na den, ale rezervace bude stále platit na příští den. V praxi jsou stánky obvykle obsazené stejnými prodejci po mnoho let. Zboží prodávané ve stáncích cirkulujícího obchodu je obvykle ovoce a zelenina, houby a med.

Avšak v případě stacionárního obchodu firma, která řídí trh, pronajímá prostor prodejci, který si může vybudovat kiosek, jenž je pevnou stavbou obsazenou stejnou osobou každý den. Řezníci, delikatesy, květinářství a chléb jsou typy obchodu, které jsou obvykle spojovány se stacionárními prodejci.

V **Itálii** je proces přidělování licencí a povolení striktně omezen na veřejný sektor. Obce nastavují proces vydávání prodejního povolení v souladu s ustanovením daným regionální legislativou. V případě projektových partnerů Turína a Benátek existuje mnoho podobností a pro další informace viz přímo texty zákonů a platných předpisů.

V Turíně je prostor stánků udělován společně s příslušným obchodním osvědčením prostřednictvím specifických výzev (viz Článek 10 Obecních pravidel). Jak je uvedeno v zákoně, poté, co skončí období koncese, bude stejný stánek přidělen stejné osobě/společnosti za předpokladu, že nejsou žádné dluhy u Městské správy na straně toho, komu byla udělena. Je třeba poznamenat, že v případě prodeje firmy nový vlastník nahradí v koncesi předchozího. Hlavní změny nedávno zavedené se týkají trvání koncese a mechanismu její obnovy. Tyto změny budou později diskutovány v kapitole věnované dopadu, který má provádění "Bolkesteinovy" směrnice na trhy. Totiž období koncese bylo dříve deset let a obnovování bylo automatické. Tento postup bude nyní pozměněn, jak vyžaduje Dohoda mezi státem-regiony a přesné detaily této modifikace také budou záviset na tom, jak bude obsah této

dohody přijat regionální legislativou. Je jasné, že koncese již nebudou na 10 let a nebudou automaticky obnovované, ale na konci jejich období platnosti (což může být ne méně než devět a ne více než dvanáct let), bude nová výzva na jejich udělení. Avšak v Dohodě mezi státem-regiony je uvedeno ulehčení pro prodejce, kteří už jsou na trhu přítomni.

V Benátkách obchodní aktivity ve veřejném prostoru také vyžadují povolení. Za normálních podmínek je toto povolení udělováno pouze v případě, když jsou k dispozici stánky. Je třeba poznamenat, že v období 2005 až 2007 Městská rada prováděla průzkum všech tržišť, který stanovil počet stánků, jejich velikost a produktové kategorie. V případě nepřidělených stánků na základě údajů zaslaných obcemi region Veneto vydává oznámení, a pak se sepíše seznam žádostí na základě délky doby, po kterou je prodejce na trhu.

V Itálii se předpokládá, že stánkař zaplatí poplatek za obsazení veřejné půdy.

Kategorie produktů a typy zboží prodáváného na trzích

Pokračujeme-li v naší hloubkové studii různých řídicích metod a organizace trhů, vidíme, že **v různých zemích existuje určitá podobnost s ohledem na produktové kategorie a seznam typů produktů, které se na trzích mohou prodávat.**

Slovinsko, Itálie a Maďarsko explicitně rozlišují potravinové a nepotravinové výrobky, zatímco v Polsku jsou referenčními kategoriemi potraviny, nepotraviny (vyrobené zboží) a květiny.

Ve **Slovinsku** v rámci potravinové kategorie najdeme maso, mléčné výrobky, ovoce a zeleninu, obilniny, med, nápoje, bylinky atd., zatímco mezi nepotravinové výrobky patří květiny, semena a mateřské rostliny, výrobky domácího průmyslu, galanterie, oděvy, obuv atd. Výrobky těchto dvou kategorií se prodávají zvlášť na různých stáncích a různých místech trhu. Fyzické rozložení stánků podle produktových kategorií stanoví subjekt, který trh řídí. K tomu je vždy nezbytné splnit řadu hygienických požadavků, obzvláště pokud jde o potravinové výrobky jako je maso a mléčné výrobky.

V Itálii je hlavním odkazem Článek 5 legislativní Vyhlášky 114/98, který stanoví, že “obchodní aktivity mohou být prováděny s odkazem na následující sektory: potravinový a nepotravinový”. Obcím je pak dána možnost rezervovat určitá místa na trhu pro speciální a omezené kategorie než jsou tyto dvě, potravinová a nepotravinová. Tedy Článek 7 shora citované Vyhlášky ukazuje, že pro **Turín** jsou tržní prostory strukturované podle následujících oblastí: potravinová, nepotravinová, ryby, květiny, použité zboží a farmáři.

Zatímco v **Benátkách** jsou produktové kategorie považované za nepotravinový sektor následující: obuv, květiny, rostliny a různé nepotravinové položky, zatímco v potravinovém sektoru jsou: ovoce a zelenina, ryby, gastronomie (včetně masové a sýrové) a maso.

S rozdělením na potravinové a nepotravinové je v Maďarsku třeba splnit řadu požadavků, které se týkají vybavení potřebného v jednotlivých stáncích navíc k pravidlům vyhrazeným specificky pro jednotlivý typ produktu. Licence, které se přidělují, zavazují prodejce obchodovat jenom s určitými výrobky.

V Pécsi se uspořádání stánků uvnitř trhu dodržuje podle staré tradice, která říká, že stánky s ovocem a zeleninou se obvykle nachází ve střední části trhu, zatímco maso je nalevo atd.

Na **Slovensku** jsou dva typy regulace, obecnější na národní úrovni (Zákon 178/1998), která jasně naznačuje, co se na trzích nedá prodávat, a druhá daná obecním ustanovením, které specifikuje, které produkty lze prodávat a také uvádí další údaje, od otevíracích dní a doby po technické, provozní a estetické podmínky stánků atd. Seznam, co nelze prodávat na trzích na Slovensku, zahrnuje: zbraně a munici, výbušniny a ohňostroje, tištěné nebo jiné věci, které ohrožují morálku, tabák a tabákové výrobky, alkohol, lihoviny a balené alkoholické nápoje, jedy, psychotropní látky, léky, auta, motocykly, jejich komponenty a příslušenství, chráněné zvířecí druhy a ohrožené zvířecí druhy, živá zvířata kromě ryb (tento zákaz neplatí pro propagační prodeje a události organizované unií chovatelů zvířat).

Závěrem této kapitoly se podíváme na situaci v **Polsku**, kde jsou zákony jiné než v ostatních shora zmíněných zemích. V této zemi nejsou třeba specifické licence pro určité typy výrobků, v podstatě v této oblasti není mnoho předpisů. Nicméně zákony týkající se výroby a zásobování potravinami je třeba dodržovat a také platí v jiných oblastech obchodu. Dále musí být maso a mléčné výrobky prodávány v krytých stáncích. V podstatě téměř všechny stánky jsou kryté, ale obvykle všechny tyto typy potravin se neprodávají ve stáncích, ale v kioscích, které mají speciální vybavení, jako jsou např. mrazicí boxy. Maso, sýry a vejce prodávané ve stáncích obvykle pochází od farmářů, kteří nabízejí produkty z vlastních farem. Existují specifická pravidla v případě prodeje dobytka, což se však nestává moc často, s jedinou výjimkou některých typů ryb v době vánoc. V praxi existuje organizace vnitřních prostor trhů, kde se berou v úvahu homogenní kategorie: ovoce a zelenina obsazují danou oblast, květiny jinou oblast, nepotravinové produkty mají své místo atd. Stánky s ovocem, zeleninou a květinami jsou umístěny blízko tekoucí vody z hygienických důvodů a pro specifické potřeby, které tyto výrobky mají.

Otevírací a zavírací doba trhů

Nyní se zaměříme na hráče, kteří definují otevírací a zavírací dobu trhů v různých zemích. **Objevuje se obrázek, který odráží podobnosti a rozdílnosti již uvedené na předchozích stránkách při definování hráčů, kterým je svěřeno řízení trhů a kteří jsou kompetentními správními úrovněmi.**

Například v **Maďarsku** v rámci, který poskytuje Zákon o obchodu CLXIV/2005, rozhodují obce, kdy se trhy mají otevřít a zavřít spolu s poskytovateli služeb.

Ve **Slovinsku, Slovensku a České republice** spadá tento úkol pod subjekty, které trhy řídí. Ve Slovinsku i v České republice je tento časový úsek součástí Tržního řádu. Naopak na Slovensku je manažer žádán, aby předložil pravidla provozu (a tím i otevírací dobu) pro trh městu, které pak schvaluje zvláštní předpisy prostřednictvím Městské rady. Národní referenční zákon je Zákon 198/1998.

V **Polsku** je na městských radách stanovit limity, před kterými nemůžete otevřít a po nichž už nemůžete mít otevřeno. Tím je rozhodnutí o otevírací době pro trhy na určité společnosti v rámci její jurisdikce.

V **Itálii**, co se týče otevírací doby, mají rozhodovací moc obce. Ve městě Benátky je vše specifikováno v tržní chartě nebo prostřednictvím řádu primátora.

V Turíně řídí otevírací a zavírací dobu trhů článek 32 Nařízení města, které stanovuje prostřednictvím Vyhlášky unie povinnosti a limity týkající se otevírací doby. Před vydáním této Vyhlášky ji musí primátor konzultovat s Technickým poradním výborem, asociacemi pro jednotlivé kategorie, obchodními asociacemi a tržními výbory.

Pak je tu specifický případ krytých trhů: článek 9 městské Vyhlášky 334 říká, že "otevírací doba všech prodejních aktivit na trhu je stanovena vedením prodejců v rámci časového období 6 – 22, aniž by překročila limit 13 hodin denně. Výjimkou by mohly být akce, obchodní show nebo podnikání v catering a/nebo interní zábava". Navíc "otevírání o veřejných svátcích a nedělích je zahrnuto do podmínek týkajících se pevného obchodu". Prodejci, kteří obchodují s potravinami, každoročně k 1.červnu vykazují seznam stánků, které zaručují otevření v srpnu, aby byla zajištěna alespoň 30% přítomnost stánků na trhu pro služby spotřebitelům.

Kapitola 3

Farmářské trhy: jejich přítomnost a legislativa v partnerských zemích

Farmářské trhy jsou zajímavou novinkou, i když jsou v podstatě návratem k primitivním formám obchodní distribuce a vzdálenější povaze trhů předtím, než z nich všechny změny udělaly to, čím jsou dnes.

Farmářské trhy nejdříve vznikly (těžko se dá mluvit o ex novo vzniku), obzvláště ve velkých městských oblastech ve Spojených státech nebo jiných západních zemích, kde je vzdálenost mezi místem výroby a spotřeby pocíťována nejvíce, a rychle se rozšířily do většiny evropských zemí i dále. Představují určitý návrat na začátek k přímému prodeji vlastních výrobků farmáři na místě, kde se poptávka setkává s nabídkou. Avšak tento fenomén nelze brát pouze jako případ znovuoobjevení starých tradic.

Výstavba komplexního dodavatelského řetězce, logistika a technologická transformace moderního obchodu a koexistence různých způsobů dodávky spotřebitelského zboží vytváří komplexní scénář a snadný přístup k potravinám i jinému zboží způsoby a místy, které nemají co do činění s tím, co tu bylo před několika desetiletími.

V tomto velmi složitém kontextu **jsou proto farmářské trhy novým hráčem, kterého musíme pozorně sledovat, také protože se rozšiřují předpisy, zákony a iniciativy k podpoře nebo jednoduše regulující tyto nové trhy.**

Scénář v uvažovaných zemích není jednotný, alespoň z pohledu legislativy, ale přítomnost farmářských trhů v rámci tradičních trhů je rysem, který se objevuje pravidelně.

Z našich zjištění plyne, že v **Maďarsku** a na **Slovensku** se regulační rámec týká obecného obchodu, tj. neexistují zákony ani předpisy, které specificky regulují farmářské trhy, přestože se vyskytují v různých městech obou zemí. Na Slovensku Ministerstvo zemědělství a rozvoje venkova prohlásilo záměr tyto nové trhy podporovat, rozvíjet jejich model obchodní distribuce a podporovat zemědělskou výrobu: k tomu by jedním z prvních kroků bylo vytvoření „kodexu“ farmářských trhů.

Další informace, které poskytují lepší pochopení interakce mezi farmáři a tradičními trhy, přichází z Veszprému. V rámci městských trhů si mohou farmáři přímo prodávat své zboží, samozřejmě podle obecných daňových pravidel, v souladu se zdravotními a hygienickými normami a s prodejním pověřením vydaným obcí. Farmáři prodávají ovoce,

zeleninu, mléčné výrobky, zpracované maso, vejce, bylinky a koření, med, květiny, houby atd. Umístění farmářů v rámci trhu závisí hlavně na jejich schopnosti pronajímat oblast trhu spíše než na něčem jiném: Obvykle své produkty prodávají přímo na svých stáncích, které se skládají z jednoduché police, zatímco větší haly jsou obsazené pravidelnými prodejci. V Polsku je také přítomnost farmářů na trzích regulována stejnými zákony a předpisy, které ovlivňují ostatní prodejce. V případě **Krakova** jsou farmáři na všech trzích. Jejich přítomnost je vázána platbou denního poplatku. Prodávají své vlastní produkty u svých stánků jako je mléko, sýr, vejce, žur (tradiční polévka), med a maso (většinou kuřata, také kachny a krůty a často klobásy a jiné hotové výrobky a domácí vepřové).

To jsou malí výrobci s omezenými prodejními kapacitami, a proto jejich úroveň řízení není stejná jako u velkých výrobců a potravinářských zpracovatelů. To vytváří smíšené reakce: na jednu stranu někteří spotřebitelé, kteří nesouhlasí s absencí osvědčení HACCP³, mají obavy, zatímco na druhou stranu je tu podpora a entusiasmus těch, kteří preferují spotřebu místních výrobků.

Ve **Slovinsku** jsou produkty, které můžou farmáři prodávat na trzích, rozděleny na plodiny, to znamená ovoce, zelenina a čerstvé produkty, a zpracované výrobky (sušené ovoce, ovocné šťávy, chléb a sýry). Farmáři mohou prodávat plodiny bez zvláštních omezení či limitů, zatímco pro ostatní potřebují prodejní povolení kvůli charakteru produktů.

Obecnější pravidla jsou, že produkty mohou být prodávány přímo výrobcem nebo členem rodiny za předpokladu, že je mu více než 15 let, že farmáři potřebují povolení vydané prodejním manažerem trhu a musí podepsat prohlášení, které garantuje kvalitu produktů. Další přísnější předpisy platí v případě prodeje organických nebo integrovaných výrobků. Aby mohli farmáři prodávat výrobky, musí se zaregistrovat na Zdravotním inspektorátu Slovinské republiky Veterinární správy Republiky Slovinska a Ministerstva zemědělství, lesů a potravin. To je obvykle proto, že farmář je primárně registrován pouze jako výrobce. Aby mohl jít na trh a prodávat své produkty, musí zaregistrovat tuto novou činnost jako doplňkovou, a tím se stává prodejcem.

V **České republice** je nejdůležitější legislativní odkaz Nařízení Rady č. 1234/2001 z 22. října 2007, které reguluje organizaci trhů zemědělských produktů a město pak vydává specifické vyhlášky pro definici prostorů, kde se mohou tyto trhy konat s uvedením typu

³ HACCP (Analýza nebezpečí a kritické kontrolní body) je systematický preventivní přístup pro bezpečnost potravin a alergické, chemické a biologické nebezpečí v procesu výroby, které mohou způsobit, že je konečný produkt nebezpečný, který navrhuje opatření ke snížení rizik na bezpečnou úroveň.

regionálních produktů, které se tam mohou prodávat, a další technická ustanovení nezbytná pro jejich organizaci. Samozřejmě existuje široká řada norem od kvality produktů, zemědělství a ochrany krajiny. Tyto dokumenty mají velký rozsah použití a jejich aplikace na farmáře přítomné na trzích závisí na typu produktů, který prodávají, povaze farmy atd.

Itálie patří mezi evropské země, které vykazují větší zájem o farmářské trhy, kde byla v nedávné době vytvořena řada farmářských trhů a kde roste přítomnost farmářů na tradičních trzích. To je způsobeno různými vlivy, které se spojují. Kulturní asociace spolupracují na propagaci nového a trvalejšího přístupu ke spotřebě potravin, asociace výrobců propagují farmářské trhy a legislativa na národní i regionální úrovni identifikovala způsoby podpory tohoto fenoménu.

Na národní úrovni je první opatření, které reguluje a podporuje farmářské trhy, Článek 1, odstavec 1065 Zákona č. 296 z 27. prosince 2006, který je zákonem finanční stability pro rok 2007. Tento zákon předpokládá vytvoření *ad hoc* výnosu Ministerstva zemědělství a lesnictví, který byl vydán 20. listopadu 2007. Tento neregulační výnos stanoví “minimální jednotné normy pro vytváření těchto trhů (farmářských trhů) s odkazem na účast farmářů, podmínky prodeje a cenovou transparentnost a podmínky, které je třeba splnit, aby byla splněna opatření daná zákonem”. Tento výnos tak zavádí pokyny pro vytváření nových trhů rezervovaných farmářům. Tato možnost již byla zahrnuta do Článku 4 legislativního Výnosu č. 228 z 18. května 2001, který stále platí a týká se “Návodu a modernizace zemědělského sektoru v souladu s Článkem 7 Zákona č. 57 z 5. března 2001”. Článek, jenž reguluje prodejní aktivity, které farmáři musí udělat, aby mohli začít s přímým prodejem svých produktů. Farmáři, jednotlivě nebo společně registrovaní v Obchodním rejstříku (jak je uvedeno Článkem 8 Zákona č. 580 z 29. prosince 1993), mohou prodávat své produkty přímo do maloobchodů na celém území republiky, pokud přijedou v převážné části ze svých příslušných farem, v souladu s platným usnesením týkajícím se hygieny a zdraví”.

Na základě těchto pravidel na národní úrovni pak regiony specifikovaly detaily. Referenční text pro **Piedmont** je regionální Zákon 12/2008. Článek 11 poskytuje pobídky pro posílení dodávky krátkého řetězce a vytváří fondy “pro rozvoj trhů nebo přímo maloobchodního prostoru ve veřejných nebo soukromých oblastech, na které mají farmáři, kteří fungují na tomto území, kde jsou trhy umístěny, přístup”.

Obce pak a Horské výbory identifikují tyto fondy prostřednictvím specifických vyhlášek, a tak jsou založeny nové farmářské trhy.

Ve městě Turín vydali nařízení schválené 21.března 2011 Městskou radou, které stanoví typy výrobků, které mohou farmáři prodávat, specifikuje požadavky, které musí být splněny použitým zařízením a stanoví, že stánky musí mít jasný odkaz na farmu, aby byl zásobovací řetězec transparentní a sledovatelný. V případě, že se nabízí k prodeji výrobky nevyrobené na farmě, musí být podle tohoto zákona jasně rozpoznatelné.

Region Veneto reguluje v této oblasti prostřednictvím regionálního Zákona č. 7 z 25.července 2008, (BUR č. 62/2008), který obsahuje “pravidla pro vedení a podporu spotřeby zemědělských produktů “km0”. To není zákon *ad hoc* pro farmářský trh (ani pro Piedmont), ale je to dokument, který propaguje kvalitní zemědělskou produkci „kilometr nula” nebo spíše místní produkci, podporuje její spotřebu a prodej a zajišťuje větší cenovou průhlednost a příslušné informace o původu a specifičnosti těchto výrobků.

Tento zákon také říká, že každá obec, i přes ustanovení obchodních zákonů, může založit trhy rezervované pro farmáře nebo “farmářské trhy”, a předpokládá, že na všech trzích bude alespoň 15% potravinových stánků rezervováno zemědělským výrobcům. Tento druhý prvek je obzvláště zajímavý, protože spolu s vytvořením nových specifických trhů pro farmáře je nástrojem, který podporuje spolužití mezi prodejci a farmáři prostřednictvím sdílení stejného místa distribuce a doufá, že to bude přínosné pro všechny strany a zvýší konkurenceschopnost trhů.

Kapitola 4

Provádění Směrnice 2006/123/EC v partnerských zemích projektu CENTRÁLNÍ TRHY a její dopad na trhy.

Směrnice 2006/123/EC, také známá jako “Služební” směrnice nebo “Bolkesteinova” směrnice (pojmenovaná po Frederiku “Frits” Bolkesteinovi, komisaři pro interní trh, daně a celní unii během období prezidenta Romana Prodi v letech 1999 až 2004) reguluje služby na interním trhu. Její schválení bylo náročné kvůli silné opozici, se kterou se setkal původní text jak od některých důležitých politických skupin v rámci Evropského parlamentu, tak některých zemí, které se bály, že přílišná liberalizace určitých služeb, eliminace určitých omezení pro pohyb služeb a deregulace pracovního trhu poškodí jejich domácí ekonomiku zvýšením nejistoty práce a snížením práv získaných pracovníky.

Tyto námitky vedly k podstatným změnám původního textu včetně více ochranných akcí a k jejímu schválení velkou většinou v Parlamentu 16.února 2006 po získání podstatné podpory Evropské konfederace odborů.

Dosah této Směrnice je velký vzhledem k široké definici “služeb, které najdeme v různých ekonomických aktivitách, ale **pro účely tohoto výzkumu je důležitý průzkum, zdali a jak provádění této Směrnice změnilo regulaci trhů v jednotlivých zemích partnerů projektu CENTRÁLNÍ TRHY.**

V letech 2011 a na začátku roku 2012 byly v řadě italských měst protesty vedené skupinami tržních obchodníků organizovaných na různých úrovních, kteří odsuzovali negativní dopad na jejich pracovní podmínky a na jejich vyhlídky pracovní stability způsobené zavedením této směrnice v Itálii kvůli eliminaci automatického obnovování jejich prodejních licencí.

Náměstí, která běžně hostila trhy – nyní zcela prázdná a zátarasy položené prodeji – jsou obrázky, které hluboce zapůsobily na ty, kteří jsou častými návštěvníky trhů.

Italský případ je obzvláště zajímavý v chápání, jak je svět trhů ovlivněn aplikací této směrnice a jak je proces definování různých způsobů integrace jejího obsahu do italské legislativy obtížný a ne vždy lineární.

Itálie zahrnula obsah Směrnice 2006/123/EC do svých zákonů prostřednictvím legislativního výnosu 59 z 26. března 2010 vydaného v Official Gazette 23.dubna 2010.

Ohledně témat, která nás zajímají, je užitečné poznamenat, že Článek 8, odstavec 1a) stanoví definici ekonomické služby jako “služby dokonce i intelektuální, prováděné podnikatelským nebo profesionálním způsobem, poskytované bez vztahu podřízenosti a obvykle následované odměnou”, zatímco odstavec 1f) definuje schéma povolování, a tím zavádění prvního prvku přímo spojeného s trhy. Titul II (článek 10-19) je věnován “Poskytování přístupu a provádění služebních aktivit”, včetně disciplíny výběru mezi několika kandidáty, jako v článku 16, a udílení povolení uvedené v článku 17.

Ale co charakterizuje italskou legislativu je Článek 70 věnovaný “obchodu na veřejných místech”, který mění několik bodů Článku 28 legislativního Výnosu č. 114 z 31.března 1998 (“Reforma obchodního zákona”, také známého jako “Obchodní výnos”). První odstavec tohoto článku rozšiřuje rozsah subjektů, které mohou získat pověření, od jednotlivců a právních partnerství po korporace a družstva.

Nakonec odstavec 5 pověřuje Dohodu společné konference stát-regiony stanovit “kritéria pro vydávání a obnovu stánkové koncese pro obchod na veřejných místech bez diskriminace jako právní formu a přechodná ustanovení s plánovanými počátečními daty včetně koncesí platných ke dni vydání tohoto výnosu a těch rozšířených během období do aplikace těchto přechodných ustanovení”.

Příštím krokem Dohody společné konference stát-regiony je schválení “kritérií pro vydávání prostorů stánkům pro obchod na veřejných místech č. 83 z 5.července 2012”. Počínaje ustanovením Článku 70 Zákona 59/2010, dohoda reguluje postupy pro udělování pověření a pro přidělování stánků na veřejných místech. Odpovědným orgánem je Společná konference na základě ustanovení Článku 120 Ústavy, kde se stanoví, že “stát může jednat za orgány regionů [...] v případě selhání ke splnění mezinárodních smluv a legislativy EU nebo když je to nezbytné k zachování právní nebo ekonomické jednoty a obzvláště pro ochranu základních úrovní služeb týkajících se občanských a sociálních práv, bez ohledu na územní hranice místních samospráv”.

Obzvláště odstavec 1 Dohody uvádí, že: “udělování prostorů pro stánky [...] má období ověřování, které neomezuje volnou soutěž mimo požadovanou dobu potřebnou ke kompenzaci investičních nákladů [...]. V každém případě trvání nebude kratší než devět let a [...] delší než dvanáct let”.

Odstavec 2 nastiňuje pravidla pro výběrové postupy přidělování stánků a definuje priority jako: větší profesionalitu (příslušnou délce služby) hodnocenou až 40% celkového skóre a závazek kandidáta, aby byla obchodní služba kompatibilní s jejím účelem a územní ochranou, tedy včetně typu produktů nabízených k prodeji. Další prioritou je pravidelné sociální a daňové příspěvky kandidátově společnosti.

Shrneme-li, tak nové prvky zavedené prováděním směrnice, které mají vliv na italské trhy, jsou: zavedení jiných obchodních subjektů (korporace a družstva) a limit trvání licencí odstraněním mechanismu automatické obnovy.

Shora uvedená Dohoda je však vzorec, který zabezpečuje profesionalitu a uznává dvojí potřebu udělovat novým podnikatelům přístup do světa trhů a zároveň zajišťuje, že kdokoli provádějící tuto činnost má dost času pro odpisy svých investic.

Je na jednotlivých italských regionech, aby zahrnuly do své regionální legislativy rozhodnutí uvedená v této Dohodě.

Provádění “Bolkesteinovy” směrnice zavedlo některé **důležité změny také v maďarském právu**. Nejdříve je důležité si zapamatovat, že podle maďarského nařízení pro harmonizaci zákonů EU se směrnice, pokud je to možné, automaticky stávají součástí maďarského práva beze změn. Maďarské nařízení týkající se trhů, veletrhů a nákupních center (Nařízení č. 55/2009) bylo modifikováno Nařízením 212/2009, aby bylo možné aplikovat Směrnici 2006/123/EC.⁴

Mezi změnami stojí za to zmínit, že rámcové právo, shora uvedené Nařízení č. 55/2009, reguluje nejenom “trhy a veletrhy”, ale “trhy, veletrhy a nákupní centra”, tedy rozšiřuje svou působnost a spojuje tři různé typy obchodní distribuce pod jeden zastřešující zákon.

Zákon ve znění pozdějších předpisů definuje, jak se mohou trhy výjimečně konat na místech označených územním (nebo místním) rozvojovým plánem. Tato místa “v závislosti na charakteristice trhu, zboží a aktivitách, musí být v souladu s ohledem na právní ochranu staveb, veřejné zdraví, zajištění potravinového řetězce, potravinovou hygienu, hygienu zvířat, hygienu rostlin, ochranu životního prostředí, kulturního dědictví, pracovní a protipožární

⁴ Podle databáze sledování zákonů Ministerstva pro správu.

bezpečnostní předpisy, nakládání s odpadem a zařízení pro skladování odpadu vytvořeného během této činnosti” (Článek 2).

Zákon také přesně reguluje obsah a postupy pro udělování povolení a osvědčení, identifikuje místní samosprávu, jmenovitě obec jako orgán, který je kompetentní pro udělování povolení a dohlíží na aktivity nezbytné ke správnému fungování trhů. Článek 4 přísně definuje obsah jednotlivých povolení, která musí obsahovat kromě jiných informací osobní údaje držitele i označení trhu/veletrhu, stánku uvnitř tržiště pod jeho příslušností, otevírací dny a otevírací dobu trhu a/nebo veletrhu, šířku stánku a právní dokumentaci potvrzující právo na využívání veřejné půdy. Postup pro vydávání povolení nemůže trvat déle než 10 dní, tedy stanoví obcím krátkou lhůtu, kterou musí splnit. Omezení stanovené Článkem 5 je také zajímavé. Ti, kteří nejsou uznáni jako farmáři nebo podnikatelé, tedy soukromí občané, kteří si přejí prodávat zboží, mohou být pouze přítomni na bleších trzích nebo trzích s použitými předměty. Kosmetické zboží, potraviny, krmivo a luxusní zboží nesmí prodávat soukromé osoby, protože tyto produkty nemohou být považovány za produkty z druhé ruky.

Navíc současná regulace vyžaduje, aby manažeři trhů/veletrhů ihned informovali obchodníky/prodejce o mechanismech přidělování stánků.

Jedno poslední zjištění: na trzích se nesmí prodávat houby; v případě veletrhů je nezbytné mít specializované zaměstnance, kteří mohou rozpoznat a identifikovat různé typy hub nabízených k prodeji.

“Bolkesteinova” směrnice byla provedena do právního řádu **Slovenské republiky** prostřednictvím Zákona 136/2010 o “Službách na vnitřním trhu”, změnou určitých zákonů. Zároveň bylo upraveno dalších 36 zákonů.

Na Slovensku je referenční text pro fungování trhů Zákon 178/1998. Provedení “Bolkesteinovy” směrnice mělo pouze nepřímý vliv na tento zákon: v podstatě nové rysy zahrnují uznání práv, kdy osoba pověřená prodávat produkty v jiném členském státu EU může provádět stejnou činnost na Slovensku bez požádání příslušného slovenského úřadu o oprávnění k podnikání. Avšak musí požádat obec o povolení prodávat nebo poskytovat služby ve specifických lokalitách v rámci obce, tedy na tržištích, jako slovenský podnikatel.

Orgány oprávněné k udělování osvědčení jsou obce, které řídí trhy, jak je uvedeno v kapitole 2. Nezapomeňte však, že Zákon 178/1998 reguluje podmínky pro prodej zboží a poskytování služeb na daném místě, na tržišti, zatímco obce definují přesná pravidla provozu prostřednictvím svých specifických vyhlášek.

V **Polsku** se velká část pravomocí a odpovědností za řízení ve vztahu ke zřizování a provozu trhů převádí na obce. V souladu s ustanovením Zákona ze dne 8.března 1990 o místní samosprávě (konsolidovaný text z 2001, Sbírka zákonů č. 142, položka 1591, ve znění pozdějších předpisů), je plnění kolektivních potřeb komunity povinností obce. “Otázky tržišť a tržních hal” patří k úkolům uvedeným *expressis verbis* v řečeném Zákoně. Ten poskytuje základ pro obecní samosprávu k přijímání místních vyhlášek řídících organizaci tržišť a obchodu, který tam probíhá. Místní vyhlášky jsou často přijímány rozhodnutím Městské rady (v případě městských obcí) nebo Obecní radou (v případě venkovských obcí).

Po uvedení “Bolkesteinovy” směrnice v platnost vydal polský parlament příslušný zákon, který kolektivně přizpůsobuje polské právo změnám v evropském právu. Zákon ze 4. dubna 2010 o “Poskytování služeb” v Polské republice transponuje dispozice Směrnice do 27 polských právních úkonů. Neexistují předpisy týkající se trhů a vyplývající z provádění této směrnice do polského práva. Existují zákony týkající se některých aspektů, které mohou mít vliv na fungování trhů, ale spíše nepřímo.

Abychom byli důkladní, zmiňujeme:

- Zákon z 13. září 1996 o údržbě čistoty a pořádku v obcích (Sbírka zákonů 2005, č. 236, položka 2008, ve znění pozdějších předpisů);
- Zákon z 21. srpna 1997 o řízení nemovitostí (Sbírka zákonů 2004, č. 261, položka 2603, ve znění pozdějších předpisů);
- Zákon z 11. dubna 2004 o ochraně zdraví zvířat a eradikaci infekčních zvířecích chorob (Sbírka zákonů 2008, č. 213, položka 1342);
- Zákon z 16. prosince 2005 o výrobcích živočišného původu (Sbírka zákonů 2006, č. 17, položka 127, ve znění pozdějších předpisů).

Jak už bylo řečeno, podstata legislativy a předpisů řídících trhy nebyla v Polsku prováděním “Služební” směrnice modifikována.

Podobnou situaci lze vidět ve **Slovinsku**: tam nedošlo ke změnám kvůli implementaci směrnice do národního práva. Směrnice 2006/123/EC o “službách na vnitřním trhu” byla provedena do slovinského právního systému následující legislativou:

- Zákon o službách na vnitřním trhu (Official Gazette Slovinské republiky, č. 21/2010)
- Pravidla pro poskytování informací pro příjemce služeb (Official Gazette Slovinské republiky, č. 10/2011)

- Vyhláška o oznámení služebních požadavků (Official Gazette Slovinské republiky, č. 80/2010)

Zákon o “službách na vnitřním trhu” nastavuje obecná pravidla pro implementaci práva vytvářením poskytovatelů služeb a volném přeshraničním poskytování služeb, a zároveň zajišťuje vysokou úroveň kvality služeb.

“Služební “zákon je obecný zákon, který obsahuje informace ohledně poskytovatelů služeb a směřuje je do specifických vyhlášek sektorů, které řídí a regulují výkonnost jednotlivých služeb (turističtí průvodci, organizátoři zájezdů a cestovní kanceláře, agenti realitních kanceláří, detektivové, sběr odpadu, poštovní služby atd.).

Zákon nereguluje obchodní veřejné služby, a proto nepřímo řídí otázky týkající se fungování trhů.

Proto je situace v jednotlivých zemích velmi odlišná. V některých případech, jako je italský nebo do menší míry maďarský, má provádění této směrnice přímé vlivy na trhy, v jiných nejde o významné dopady nebo žádné nejsou.

Druhá část

Zpráva o mapování trhů, analýze řídicích systémů městských trhů a hlavní výsledky SWOT-analýzy

Výsledky uvedené ve druhé části odkazují na druhý a třetí krok aktivit CENTRÁLNÍCH TRHŮ WP3 (aktivity 3.2 a 3.3), které zahrnují aktivity prováděné na místní úrovni jednotlivými projektovými partnery podle metodologického rámce navrženého Agenturou pro středomořskou kuchyni z Piedmontu.

K analýze situace týkající se trhů partnerských měst byly vytvořeny tři nástroje: dotazník užitečný k mapování trhů podle různých kategorií (počet stánků, kategorie produktů rozdělené na potravinové a nepotravinové atd.); dotazník pro analýzu partnerských řídicích systémů, a byla zavedena další analýza pro identifikaci zúčastněných stran v systému trhů, která prezentuje “mapu” všech příslušných hráčů zapojených do systému politiky městských trhů v každé oblasti; šablona pro SWOT-analýzu, která byla použita partnery k vytvoření analýzy s jimi stanovenými zúčastněnými stranami.

Úkol Agentury byl také shromáždit údaje dané partnerem, analyzovat je a prezentovat výsledky v této zprávě ke stanovení přehledu stavu trhů ve střední Evropě.

Kapitola 5

Mapování trhů

*Cílem této činnosti bylo vytvořit mapu, která bude ukazovat síť trhů partnerů projektu CENTRÁLNÍ TRHY. Celkem bylo zmapováno **86 trhů**: 39 trhů v Turíně, 19 v Benátkách, 7 v Mariboru, 6 v Krakově, 5 v Bratislavě, 4 ve městě Pécs, 4 v Ústeckém kraji a 2 ve městě Veszprém. Trhy byly analyzovány podle různých kategorií, mezi kterými byl: počet stánků, kategorie výrobků rozdělená na potravinové a nepotravinové, umístění trhů (centrum nebo okraj města) a průměrné ceny ve srovnání s velkými obchodníky atd.*

Při popisování výsledků, které vyplynuly z mapování, jsme začali tím, že jsme vzali v úvahu **počet trhů**, které se analyzovaly. Velikost tržních sítí se liší v jednotlivých projektových městech/regionech. Jasně vystupuje rozdíl mezi rozsáhlou sítí trhů dvou italských měst a sítěmi jiných měst/regionů⁵. Další pozoruhodnou charakteristikou italských měst je převaha trhů, které se konají venku: 33 venkovní trhy v Turíně ve srovnání s 6 krytými; 16 venkovních trhů v Benátkách ve srovnání se 3 krytými. V dalších městech se trhy většinou konají venku kromě případů města Pécs a Krakova, kde převažují kryté trhy nebo částečně kryté trhy (v případě Krakova).

Co se týče kategorií výrobků prodávaných na stáncích, byli partneři požádáni, aby označili **počet potravinových a nepotravinových stánků**. V rámci analyzovaných italských městských trhů převažují stánky, které prodávají nepotravinové výrobky: oblečení, obuv, šperky atd., i když rozdíl mezi počtem těchto stánků a potravinových stánků není tak velký. V Turíně je o 100 stánků více než v Benátkách. Totéž platí o Krakově, který má o 100 stánků více v potravinovém sektoru. Ve městě Pécs je tato převaha ještě výraznější; je zde 482 potravinových a 1132 nepotravinových stánků. Určitou rovnováhu mezi těmito dvěma kategoriemi lze nalézt na trzích Bratislavy, zatímco ve městě Veszprém a Mariboru najdeme větší převahu potravinových stánků. Například co se týče Mariboru, tam je 240 potravinových a pouze 27 nepotravinových stánků.

Trhy se většinou nacházejí v centrech měst. Turín a Benátky jsou výjimkou, protože mají tržní síť, které jsou velmi rozšířené v městské části a 50% trhů ve středu a zbývajících

⁵ Všimněte si, že někteří partneři nezmapovali všechny trhy na svém území.

50% na předměstích. Podobnou situaci nalezneme ve městě Pécs, kde jsou 2 trhy umístěny ve středu města a další 2 na předměstích. Trhy jsou výhradně v centru města v případě Mariboru a Veszprému, zatímco Bratislava má pouze jeden trh na předměstí. Krakov zmapoval pouze 6 trhů, které se nacházejí v centru města a to jsou ty, které jsou zapojeny do projektu CENTRÁLNÍ TRHY.

Otevírací doby trhů vykazují **značné rozdíly** jak mezi analyzovanými městy, tak mezi jednotlivými městy, kde má řada trhů různou otevírací dobu. V případě Turína však převažují trhy, které otevírají pouze dopoledne, zavírají brzy odpoledne ve 14.00 hod. Pouze v sobotu jsou trhy také otevřeny odpoledne. Denně se trhy konají v Turíně kromě neděle. Avšak situace se liší v Benátkách. Zde jsou některé trhy otevřené každý den, některé mají stejnou otevírací dobu jako Turín (7:00 až 14:00), jiné otevírají jako obchody (tedy také pokrývají celé odpoledne). Otevírací doba se hodně liší v Ústeckém kraji, zatímco v Krakově většina trhů pokrývá velké široké rozpětí, od 6:00 do 22:00. Totéž platí pro ostatní partnerská města, kde trhy pokrývají kompletní servis, od rána do pozdního odpoledne se změnou podle sezóny.

Z informací poskytnutých projektovými partnery plyne, že v italském **kontextu trhů hrají nejdůležitější roli v řízení cen**. V analyzovaných městech jsou ceny v Turíně a Benátkách v průměru nižší než u velkých prodejců a v obchodech obecně. Situace je různorodější v ostatní střední Evropě, kde srovnání mezi cenami na trzích a u velkých prodejců nevykazuje významné rozdíly. Konkrétněji určité vyrovnání v cenách mezi těmito dvěma formami obchodu existuje v Krakově a Veszprému, zatímco v Bratislavě jsou vnitřní rozdíly mezi různými trhy: ceny několika položek na trzích jsou konkurenčnější ve srovnání s velkými prodejci, zatímco u jiných položek jsou ceny vyšší. Srovnání mezi těmito dvěma typy obchodu ohledně cen nevykazuje významné rozdíly v Pécsi, i když na několika trzích mají ceny tendenci být vyšší. Obecně jsou ceny vyšší na trzích v Ústeckém kraji a ve městě Maribor.

Při poskytování kompletního obrázku trhů pokrytých v analýze jsou užitečné dva aspekty. První se týká **typů prodejců na trzích**, které nám pomáhají pochopit, jak může tržní průmysl poskytovat lákavé příležitosti zaměstnání mladší generaci a novým obyvatelům přicházejícím z imigračních komunit. Druhý aspekt se týká **typu zákazníků, které je trh schopen přilákat**. Znalost typu zákazníků je důležitá pro chápání schopnosti trhu splnit potřeby jeho klientů, a tak být lákavější a konkurenceschopnější modernějším formám obchodu.

V Turíně se klientela hlavně skládá ze starších lidí a obyvatel různých čtvrtí, kde se trh koná. Tato situace plyne ze struktury městské populace, která progresívně stárne, ale také závisí na otevírací době trhů: trh otevřený pouze do brzkého odpoledne mohou navštívit hlavně pouze rezidenti a starší obyvatelé (v důchodu). Situace v Benátkách je rozmanitější, což je také díky velkému počtu turistů a dlouhé otevírací době. Tedy na trhy chodí různá klientela, od nejmladších po nejstarší, od místních obyvatel po zákazníky z jiných měst. Města Krakov, Bratislava a Maribor a v Ústeckém kraji také ukazují, že trhy lákají velmi rozdílnou klientelu, i když Maribor prohlašuje, že vzhledem k umístění jeho trhů v rezidenčních oblastech města jsou většinou navštěvované obyvateli z těchto čtvrtí. Jako v případě Turína, má Pécs klientelu hlavně složenou ze starších lidí a obyvatel žijících ve čtvrtích blízko trhu. Protože některé trhy ve městě Pécs jsou umístěné blízko autobusových zastávek, jeho zákazníci jsou také lidé, kteří přijíždějí do města za prací a cestují místními dopravními prostředky.

Jak je vidět z předchozích údajů, ***atraktivita trhu závisí nejen na výrobcích nabízených k prodeji, ale také na řadě logistických prvků a jejich organizační povaze.*** Např. v několika městech jako je Turín je otevírací doba překážkou pracujícím obyvatelům, kteří nacházejí trhy zavřené odpoledne, což je jediná doba, kdy by si mohli na trhu zboží koupit. Naopak přítomnost autobusových zastávek činí trhy přístupnější nerezidentům ve čtvrti, kde se trh koná.

Hlavní rozdíly vyplývají z profilu prodejců těchto dvou italských měst (kde roste zahraniční populace) a ostatních analyzovaných partnerských měst. V Turíně stejně jako v Benátkách jsou obchodníci jak italští tak cizí, a počet zahraničních značně roste. Tento obchodní sektor je v Itálii vlastně jedním z těch, kde roste zastoupení přistěhovaleckých pracovníků.

V jiných partnerských městech jsou prodejci téměř všichni místní a údaje mnoha partnerů dokazují stárnutí obchodníků. Většina obchodníků patří ke starší generaci, ačkoli Bratislava zdůrazňuje značný počet mladých lidí, kteří v této profesi pokračují. V Ústeckém kraji a městě Maribor mají jak místní obchodníky, tak některé z jiných regionů stejného státu.

Situace se značně liší mezi městy a různými trhy ve stejném městě s ohledem na **komunikační aktivity**. Ve městech, kde jsou trhy řízeny veřejnými orgány, propaguje řídicí subjekt trhy na svých vlastních webových stránkách, ale nejsou zde specifické propagační aktivity. V těch případech, kdy na daném trhu fungují asociace prodejců, jsou oni zodpovědní

za propagační činnosti (to je případ některých trhů v Turíně). V Mariboru, Veszprému a v Ústeckém kraji se manažer nebo manažeři trhů zabývají propagačními aktivitami prostřednictvím specifických marketingových a komunikačních strategií. Tyto aktivity spočívají v organizaci festivalů po události *ad hoc*, vytváření brožur věnovaných trhům až po integraci trhů do materiálů propagujících ve městě cestovní ruch.

Přestože mapa trhů partnerů projektu CENTRÁLNÍ TRHY předkládá velmi různorodé obrázky jednotlivých úrovní partnerů, zdá se, že trhy ve střední Evropě čelí stejným výzvám a jak uvidíme v následujících kapitolách, mají určité stanovené společné cíle, kterých chtějí dosáhnout.

Kapitola 6

Analýza řídicího systému městských trhů

Cílem této kapitoly je ilustrovat systémy řízení trhů, definovat všechny zapojené aktéry a spolupráci mezi nimi v jednotlivých partnerských městech/regionech. Všechny informace byly shromážděny přímo od místních projektových partnerů prostřednictvím předložených průzkumů a shromážděné prostřednictvím e-mailu.

Partneři byli nejdříve požádáni, aby stanovili **nejvýznamnější kritické body v tržní politice** v národním/místním kontextu a změny, které je spustily. Tím nám partneři poskytli obraz důsledků významných evropských a národních/místních politik popsaných ve “srovnávací studii” nebo jiných politik. To je první krok při definování rámce systému řízení trhů.

Polský partner identifikuje jako kritický bod implementaci Zákona z 8.března 1990 týkající se místní samosprávy. Na základě tohoto zákona Městská rada Krakova zavedla místní předpisy s cílem organizovat a spustit tržnice, které umožnily pronájem prostoru ve vlastnictví města Krakova. Tento zákon dal polským městským radám silný a kompletní nástroj k zavedení dlouhodobé politiky trhů včetně široké škály aktivit (místní daně a další platby, ekonomickou propagaci, řízení odpadu⁶, místní tradice, trh s potravinami atd.) prováděných na úrovni města k poskytnutí řešení, která jsou podobná u všech tržišť.

V případě města **Pécs** jedna z jejích zúčastněných stran, městská společnost Biokom Ltd., prohlašuje, že jedním z hlavních kritických bodů bylo uzavření trhu na náměstí Buza, což způsobilo negativní reakci a místním lidem začal chybět.

V **Ústeckém kraji** nastal kritický moment, když ústřední správa v roce 2011 rozhodla o formě dotací k podpoře farmářských trhů a prodeji místních nebo regionálních produktů. Dotace (veřejné financování) byly poskytnuty z revolvingového fondu Ministerstva životního prostředí České republiky k podpoře rozvoje a organizaci farmářských trhů. Jiná zúčastněná strana ve městě Pécs také identifikuje organizaci farmářských trhů jako kritický bod.

Město **Bratislava** potvrzuje, že tržní politika se po léta výrazně nezměnila. Hlavní

⁶ Čištění odpadu je proces odstraňování kontaminantů z odpadní vody a odpadu z domácností, obojí odtékající z domácností, obchodních a průmyslových lokalit.

otázkou je rostoucí moc supermarketů a následná ztráta atraktivity trhů. Kdysi silná tradice trhů nyní musí v „ěře“ supermarketů přežívat. Dalším faktorem poklesu trhů bylo zavedení Zákona č. 178/1998 vydaného Národní radou Slovenské republiky, který zakazoval na tržištích prodej některých produktů.

Nejdůležitější kritický bod ve městě **Veszprém** právě probíhá: celé město je v rekonstrukci. V rámci projektu EU se zlepšil dopravní systém a pěší zóna (s terasami a kavárnami, hřišti, podchody, novými povrchy, pouličním vybavením, rostlinami atd.) a budou postavena parkoviště a kruhové objezdy. Tento proces silně ovlivní život v centru města, obzvláště události, jako je trh, který bude projektový partner organizovat.

Partner z **Mariboru** ukazuje, že výzva k podání nabídek, vydaná obcí v roce 2010 k pronájmu trhů a parkovišť stále s účastí v hlavních rozhodovacích procesech, je jeho kritickým bodem. Dalšími kritickými body v tržní politice je také otevření trhů s organickými a integrovanými potravinami, jež revitalizovaly historické centrum Mariboru a také přispěly k nabídce trhů.

Město **Benátky** potvrzuje, že v poslední dekádě představuje progresivní nedostatek místních obchodů v sousedství kritický bod rozvoje trhů. Trhy se staly místem, kde obyvatelé najdou zboží, potraviny a čerstvou produkci za konkurenceschopnou cenu. Činnost Benátské městské správy v nedávné době podpořila, tam kde to je možné, otevření trhů v oblastech s podobnými chybějícími službami prostřednictvím asistence a systematické propagace. V současnosti probíhá revize obchodní regulace města pro veřejné prostory jako výsledek otázek liberalizace předepsaných evropskou legislativou.

Turín také označuje otázky liberalizace předepsané evropskou legislativou s implementací Bolkesteinovy směrnice (Směrnice č. 59/2010) jako kritický bod. To se obzvláště týká zákazu mechanismu “automatického obnovování” licencí nebo výhod pro odcházející poskytovatele v rámci procesů výběru pro uvolnění licencí. Tato směrnice, která ještě není na regionální úrovni zcela platná, bude brzy zahrnovat postup veřejného zadávání zakázek otevřeného firmám, které v současnosti nemají licence, se stanovením místa na daném trhu. Tato směrnice je obzvláště v Itálii inovativní, protože až do současnosti se licence obnovovaly automaticky.

Politika liberalizace schválená národním parlamentem na základě vládní iniciativy se snadno vykonává u obchodů (obzvláště středních a velkých prodejců), ale těžko se plní u stánkařů, kteří podléhají různým omezením (životaschopnost, městská hygiena, oživení města

atd.), proto se objevuje rozdíl v podmínkách mezi dvěma makrokategoriemi obchodních prodejců (například trh potřebuje získat speciální povolení od obce, aby se mohl konat o nedělích. Obec musí zvážit možnost zvláštního otevření vyrovnáním podílu zájmů a rozhodnutím nejen z obchodního hlediska).

Jak je vidět z informací získaných od partnerů a z toho, co vyplývá z první části, pouze u italských měst Turín a Benátky je Směrnice 2006/123/EC považována za základní kritický bod v řízení městských trhů, protože jakmile bude tento zákon na regionální úrovni zaveden, vytvoří pro trhy zcela odlišný scénář.

U ostatních partnerů jsou kritické body národní nebo místní zákony, které dávají větší moc obci ohledně trhů a často jim umožňují převádět část přímého řízení na jiný subjekt (jako v případě Krakova a Mariboru). Přítomnost místních výrobců na trzích nebo ad hoc trzích hraje důležitou roli jako konkurence s velkými prodejci, která je často usnadněna zavedením politik na místní úrovni, které upřednostňují tuto formu obchodu. Nasbírané údaje také ukazují význam role trhů jako animátorů městského rozvoje, který doplňuje, spolu s ostatními činnostmi, širší politiku obnovy městských center.

Zaměřením na roli, kterou hraje veřejná správa v řídicím systému trhů, studie ilustruje **přítomnost různých stupňů veřejného zásahu**. Obzvláště se zdá, že úloha veřejné správy je silná a téměř výhradní, zvláště z hlediska regulace, v italských městech Turín a Benátky, v maďarském městě Veszprém a Pécs a v českém regionu Ústeckého kraje. Redukovaný veřejný zásah lze vidět ve slovenském hlavním městě Bratislava a slovinském Mariboru, kde hrají soukromé firmy s veřejným kapitálem řídicí role. Konečně veřejný zásah v polském městě Krakov se zdá být omezený, neboť je řízení celkově delegováno na soukromý sektor.

Nejdůležitějším výsledkem analýzy řídicích systémů městských trhů je **klasifikace místních partnerů projektu CENTRÁLNÍ TRHY podle přítomnosti nebo nepřítomnosti zprostředkujících subjektů mezi veřejnými správami na všech úrovních a jednotlivými prodejci a zákazníky**.

Italská města **Turín** a **Benátky**, která jsou obě charakterizována systematickou přítomností organizací prodejců (Confcommercio-FIVA, Confesercenti-ANVA, atd.), farmářskými organizacemi (Coldiretti, Confagricultura, Copagri, atd.) a zákaznickými

organizacemi (Adiconsum, Federconsumatori, Adoc, Codacons, Lega Consumatori Acli, Unione Nazionale dei Consumatori, atd.) lze seskupit na jedné straně. Podle shromážděných informací mají tyto zprostředkovatelské subjekty politické a ekonomické zdroje a know-how a jsou užitečné pro lobování u veřejné správy v pravidelném a spolupracujícím vztahu.

Slovenské město **Maribor** deklaruje existenci organizací pro prodejce, farmáře a zákazníky, kteří však mají méně rozvinutou síť než v Itálii. Zemědělská a lesnická komora Slovinska (a její jednotky v Mariboru) ochraňují a představují zájmy farmářů; zatímco Unie slovinské asociace organických farmářů propaguje organické zemědělství. Slovinská asociace zákazníků, nevládní organizace, má za cíl organizovat bezpečné a zdravé trhy pro kupující a ochranu práv zákazníků. Tyto orgány jsou dotované zdroji na základě znalostí užitečných pro vedení jejich aktivit.

Informace získané z maďarských měst **Pécs** a **Veszprém** zdůrazňují přítomnost organizací pro místní výrobce, zatímco organizace starající se o práva zákazníků chybí. Obchodní komora představuje místní výrobce a vyjednává s veřejnou správou pomocí právních zdrojů a know-how ve městě Pécs. Společnost Pécs Patronus s ručením omezeným, kterou vlastní Městský úřad Pécs, koordinuje tradiční malé výrobce.

Slovenské město **Bratislava** představuje obrázek, který je zcela odlišný od maďarského: asociace prodejců a farmářů zřejmě chybí, zatímco místní partner uvádí asociace spotřebitelů jako je Aliance starého trhu, Pomalé jídlo (Slow Food) a PUNKT, protože všechny jsou zapojené do revitalizace starých trhů a propagace tradičního kulinářského dědictví.

Jako v maďarském případě český **Ústecký kraj** naznačuje přítomnost soukromých subjektů a neziskových organizací, které se zabývají kategorií dodávky.

Polské město **Krakov** nedeklarovalo přítomnost žádného zprostředkujícího subjektu mezi jednotlivými prodejci, farmáři, zákazníky a veřejnou správou. Avšak protože je řízení městských trhů delegováno veřejnou správou na šest soukromých subjektů, mohou být považovány za zprostředkující subjekty mezi jednotlivými prodejci a městem.

Přítomnost zprostředkujících subjektů mezi jednotlivými prodejci, farmáři, zákazníky a veřejnými správami se zdá být důležitou s ohledem na provádění různých funkcí během celého „životního cyklu“ veřejné politiky (formulace, přijetí, implementace, posuzování).

Zaprvé ve fázi formulace jsou zprostředkující subjekty důležité, protože mohou shromažďovat informace týkající se silných a slabých stránek řídicích systémů městských trhů, které jsou poté užitečné pro veřejnou správu při navrhování dobře fungující politiky městských trhů.

Zadruhé ve fázi přijetí jsou zastupitelské orgány užitečné při zvyšování znalostí svých členů týkající se nových obsahů právě přijaté veřejné politiky.

Zatřetí zapojením aktérů pověřených vykonáváním politiky v předchozí fázi formulace politiky se více vytváří spolupráce, která tak může usnadnit dosažení politických cílů a snížit potenciální konflikty ve fázi implementace.

Konečně třetí strany (naše zprostředkující subjekty) jsou důležité při posuzování dopadu zavedené politiky, a tím umožňují veřejné správě modifikovat a přehodnotit politiku v případě nutnosti.

Lze vidět, že přítomnost kategorie představující zprostředkující orgány (prodejce, farmáře, spotřebitele) a jednoho zprostředkujícího orgánu pro městský trh (např. výbory tvořené zástupci prodejců jednotlivých trhů) může vytvářet a zvyšovat skupinovou a sociální identitu.

Není to pouhá přítomnost zprostředkujících orgánů, která činí rozdíl v efektivnosti tržního systému, ale také způsob, kterým jsou tyto orgány organizovány, zapojeny a vedeny veřejnou správou tak, aby vytvořily proces účastnického rozhodování a implementace, který je důležitý.

Kapitola 7

Hlavní výsledky SWOT-analýzy

Jak bylo řečeno v úvodu, každý partner se zapojením některých zúčastněných stran prováděl SWOT-analýzu týkající se projektu CENTRÁLNÍ TRHY. Výsledky popsané v této kapitole byly s velkým množstvím nasbíraných dat z dotazníků vyplněných partnery a ve vztahu k předchozí studii o řízení trhů do projektu začleněny. Spolu s výsledky získanými v předchozích kapitolách výsledky SWOT-analýzy doplňují popis stavu trhů v rámci partnerských měst. Výsledky uvedené dále stanoví základ pro definici návodu pro revitalizaci systému trhů každého partnerského města, který bude převeden do strategie pro trhy střední Evropy.

Metodologická poznámka k SWOT-analýze

SWOT-analýza (silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby) je velmi užitečný nástroj pro pochopení rozhodování ve všech typech situací v obchodu i organizacích. Jednotlivé součásti SWOT-analýzy poskytují dobrý rámec pro strategii přezkoumávání. Je to postup, který poskytuje systematicky sesbírané a přístupné informace, které mohou být zdravým základem pro "rozhodování" (definice politik a pokynů pro nějakou akci). Analýza SWOT byla založena jako podpora společnostem v kontextu charakterizovaném nejistotou a silnou konkurencí a od roku 1980 se využívá jako **podpora veřejného sektoru pro implementaci politik. V dnešní době bylo využití této techniky rozšířeno na územní diagnózu a hodnocení plánů, programů a projektů.**

Prostřednictvím SWOT-analýzy můžeme odhalit silné a slabé stránky systému, zjistit prvky, které mohou pomoci, zabránit nebo zpozdí dosažení cílů. Konkrétněji lze v SWOT-analýze rozlišovat **endogenní a exogenní faktory**.

Endogenní faktory se rozdělují na silné a slabé stránky; exogenní faktory na příležitosti a rizika. Za silné a slabé stránky považujeme všechny proměnné, které jsou součástí systému, na základě kterého může být provedena akce k dosažení cílů. Do příležitostí a rizik zahrnujeme externí proměnné, které mohou ovlivnit jak pozitivně, tak negativně.

Dále uvádíme stručnou, ale přesnou definici složek SWOT-analýzy:

- **Silné stránky.** Endogenní komponenty nebo charakteristika místního systému, který tvoří ekonomický základ, jenž nabízí vyhlídky, (dokonce potenciální) rozvoj a tvoří sociálně kulturní identitu.
- **Slabé stránky.** Endogenní komponenty nebo charakteristika územního systému představující nedostatky jeho ekonomické, sociální a územní struktury nebo překážky v procesu rozvoje.
- **Příležitosti.** Endogenní nebo častěji exogenní okolnosti, které mohou být zachyceny a zlepšeny příslušnými politikami k rozvoji silných stránek, a tím snížit negativní vlivy slabých stránek, a které umožní nebo zlepší proces rozvoje.
- **Hrozby.** Endogenní nebo častěji exogenní okolnosti, jako jsou trendy místního sociálně kulturního systému, který by mohl tento systém oslabit, zhoršit slabé stránky a ohrozit proces rozvoje.

SWOT-analýza zdůrazňuje hlavní faktory interního a externího obsahu analýzy, které mohou ovlivnit úspěch programu, umožňují analýzy alternativních scénářů rozvoje a podporují nastavení souvislé strategie s ohledem na její kontext. SWOT-analýza může proto identifikovat hlavní strategické pokyny ve vztahu k celkovému cíli ekonomického rozvoje.

Použití SWOT-analýzy se doporučuje:

- **Ex-ante** ke zlepšení integrace programu do svého kontextu;
- **Jako střední krok** ke stanovení, zdali jsou ve vztahu ke změnám v prostředí identifikované stále relevantní propojení a poskytují nástroj ke stanovení změny programu;
- **Ex-post** k zasazení závěrečných plánů a programů do souvislostí.

SWOT se sbírá jako matice. Informace jsou zorganizovány do čtyř sekcí, které shromažďují charakteristiku stanovenou jako body silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Tento nástroj je užitečný k provádění následných výzkumných operací, ale není ještě rozhodovacím nástrojem.

Jakým způsobem může SWOT-analýza poskytnout podporu

- Poskytování znalostí oblasti, ve které se program implementuje (vytvoření socio – demografických a ekonomických ukazatelů) a určení hlavních trendů a otázek;
- Identifikace možných akcí ve vztahu k hlavním zdůrazněným otázkám;
- Analýza externího prostředí a určení příležitostí a hrozeb (O a T);
- Analýza obsahu programu a určení faktorů, i částečně pod kontrolou;
- Poskytnutí podpory řízení programu,
- Klasifikace/výběr možných akcí založených na příslušnosti, jmenovitě: určení akcí (strategických pokynů), které ovlivní silné stránky, pokusí se zredukovat slabé stránky, maximalizovat příležitosti a minimalizovat hrozby.

SWOT-analýza	POZITIVNÍ/ POMÁHÁ k dosažení cíle	NEGATIVNÍ/ ŠKODLIVÉ/ RIZIKA dosažení cíle
Endogenní fakta/ faktory organizace	Silné stránky Faktory, které jsou teď dobré, udržíme je, budeme na nich stavět a použijeme je jako vlivy(páky)	Slabé stránky Faktory, které jsou nyní špatné, opravíme je, změníme nebo zastavíme
Exogenní faktory prostředí, ve kterém organizace operuje	Příležitosti Faktory, které jsou dobré do budoucna, dáme jim prioritu, zachytíme je, budeme na nich stavět a optimalizovat je	Hrozby Faktory, které jsou špatné do budoucna, dáme do plánu jejich řízení nebo se jich vyvarujeme

Silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby projektových partnerů

Silné stránky

Hlavní prvek, o kterém se zmiňuje téměř každý partner mezi silnými stránkami trhů, je **rozmanitost a různorodost** výrobků nabízených na tržištích. Obzvláště Pécs zdůraznil jako silnou stránku smíšený profil svých trhů se současnou přítomností potravinových (výrobci, distributoři, prodejci), a nepotravinových (zařízení pro domácnost, trh s auty, ...) stánků. Nejenom že mají trhy široký sortiment produktů, ale kvalita těchto produktů je také považována za důležitou, obzvláště u potravin, ačkoli Turín rovněž zdůrazňuje dobrou kvalitu některých textilních výrobků na svých trzích.

Dalším prvkem vybraným do silných stránek trhů je **přítomnost místních produktů**. Jejich význam je zdůrazněn proto, že pocházejí ze sousedních oblastí, a tím podporují místní ekonomiku, a protože jsou základem typické, regionální nebo národní kuchyně. Obzvláště Krakov zdůrazňuje sezónnost produktů a do silných stránek trhů zahrnuje přirozenost a čerstvost produktů jako výsledek jejich výroby v souladu s přírodou a tradicí (v případě potravinových výrobků), i dostupnost specifických výrobků pouze v sezóně (znovu v souladu s kalendářem úrody), a ne v širším období.

Obchodní komora Veszprém s odkazem na řemeslné trhy, které organizuje, zdůrazňuje, jak se silné stránky trhů týkají **jedinečných produktů**, které nejsou k dostání v běžném komerčním systému.

Někteří partneři, jako Turín a Pécs, ukazují, že konkurenceschopné **ceny zboží** prodávaného na trzích jsou silnou stránkou, protože často, v případě města Pécs, nepřesahují ceny zboží v supermarketech, zatímco v Turíně jsou ceny v průměru nízké.

Bratislava zdůrazňuje, jak se tržní sektor zvedá i přes ekonomickou krizi, protože role, kterou hraje trh, je poskytovat veřejnosti **základní nezbytnosti**. Města, kde **je tržní síť rozdělena po celém městě** (Turín a Benátky), zdůrazňují, že trh je schopen tímto způsobem poskytnout "sousedskou" službu, a tím umožňuje obyvatelům najít zboží, potraviny a čerstvé zboží za konkurenceschopné ceny.

Bratislava také nastiňuje, jakou dynamickou činností jsou trhy s **nízkým rizikem podnikání**. Tržní stánky jsou schopné se snadno přizpůsobit současné tržní poptávce, tedy umožňují provádět změny nezbytné na straně zásobování bez velkých nákladů, pokud jde o fyzickou strukturu nebo dodatečné náklady. Trhy jsou také schopné, jak zdůraznil Turín, poskytnout možnost zaměstnání, a tudíž zaměstnaneckou **integraci cizích komunit** ve městě.

Pro některé partnery jsou **byrokratické aspekty** silnou stránkou, buď protože jsou dobrou úrovní regulace (Benátky), nebo protože je to činnost, pro kterou není těžké získat nezbytná povolení (Maribor).

Někteří zdůrazňují **řízení trhu** jako aktivum, obzvláště Pécs, kde řízení trhu provádí stejná obecní organizace (Pécs Holding Co.) a v souladu s mezinárodními normami, kde je jeden provozovatel odpovědný za všechny trhy. Ústecký kraj identifikuje tuto otázku jako prioritu s tím, že trhy s dobrou výkonností jsou ty, kde je řízení efektivní.

Mezi silnými stránkami uvedenými partnery jsme našli další aspekty týkající se **organizace** trhu, jako je dobrý dohled nad kvalitou výrobků na trhu (Maribor), vysoká úroveň organizace služeb jako je elektřina a voda (Benátky), dobře fungující systémy sběru odpadu (Pécs a Turín), dlouhá otevírací doba (Pécs), přítomnost zastřešení k ochraně stánků (Pécs a Maribor), nebo naopak přednost venkovním trhům (Ústecký kraj) a přístupnost díky přítomnosti parkovišť blízko trhů (Maribor).

Turín a Ústecký kraj podtrhují význam **integrace s hlavní sousední nákupní oblastí**, která umožňuje oběma formám obchodu profitovat z přítoku zákazníků do této oblasti.

Další silné stránky zdůrazněné většinou partnerů se týkají **sociálních aspektů** trhu: někteří partneři zdůrazňují, že trhy jsou místem, kde se lidé setkávají a kde je opravdový vztah mezi prodejcem a kupujícím. Nejen pouze výměna peněz, ale lidský vztah založený na důvěře. Podle partnerů je to jedním z prvků, který jim dává výhodu před velkými obchodníky.

Krakov, Bratislava a Pécs identifikují **tradiční roli** této staré formy obchodu jako jednu z hlavních stránek jejich trhů, Pécs zdůrazňuje, že jeho trhy byly otevřeny v padesátých a osmdesátých letech minulého století, takže většina z nich je dobře známá v celém městě, některé jsou známy i v regionu. Krakov zdůrazňuje, jak může být obchodní tradice základem

pro rozvoj zajímavého kulturního turistického produktu. Trhy mohou být destinací pro turisty, kteří se chtějí dozvědět o tradici místa, protože jak uvádí Krakov, jeho trhy jsou autentickým místem-autentickým **“kouskem života”** Krakova a ne hotovým produktem pro turisty.

Konečně důležitým prvkem silných stránek trhu v Mariboru je přítomnost **restaurací** na trhu: na jednu stranu umožňují spotřebu stejných produktů, které byly právě zakoupeny, a na druhou stranu posilují sociální úlohu trhů a dávají spotřebitelům možnost dát si po nakupování jídlo a strávit den na trhu.

Slabé stránky

Řada silných stránek identifikovaných partnery k popisu jejich trhů je jinými partnery uvedena jako stránky slabé. Dále pro stejného partnera je prvek jak silnou, tak slabou stránkou, protože ve stejném městě mají trhy, které mají úplně opačný charakter.

Například v případě Turína je perfektnost textilií charakteristická pro určité trhy uvedená v silných stránkách (např. Crocetta a Benefica Markets), zatímco na jiných trzích je **kvalita** nepotravinových výrobků **nižší** (např. trh Porta Palazzo), a proto se stávají prvkem slabých stránek. Totéž platí o některých trzích uvedených jinými partnery, kde zboží z asijských zemí snižuje kvalitu výrobků prodávaných na trhu.

V případě města Turína, které identifikovalo srovnávací tržní ceny mezi silnými stránkami, je neodůvodněné zvýšení v cenách výrobků "km 0" také zdůrazněno jako stránka slabá. Maribor také identifikuje **vysoké ceny** výrobků jako slabou stránku.

Jiní partneři považují prvky vlastní dodávky zboží za negativní faktory. Někteří z nich si stěžují na nedostatek organických a etnických výrobků (Pécs) nebo například Bratislava, která zdůrazňuje **nedostatek místních výrobků** prodávaných na trhu.

Bratislava vlastně poukazuje na to, že silná pozice velkých řetězců supermarketů a jejich poptávka po dodávkách nízké ceny dále tlačí na místní farmáře, pěstitele a prodavače: supermarketové řetězce mají dostatek financí na nákup celé úrody od výrobců i farmářů. V tomto ohledu Ústeckém kraji zdůrazňuje jako slabou stránku ve svých trzích nedostatek

potravinových výrobků k dispozici na stáncích. Ovoce a zelenina jsou omezené, a to, co je k dispozici, se prodá brzy ráno. Také na trzích v Ústeckém kraji není široký sortiment vhodných produktů na rozdíl od jiných partnerských měst.

Pokud byly v několika městech prvky týkající se **logistických a organizačních aspektů** (čistota, bezpečnost, přístupnost) silnou stránkou, v jiných, jako je Krakov, jsou negativními prvky. Benátky identifikují jako negativní prvky prostory a řízení prostorů pro provozovatele lodí, řízení odpadu a potřebu provádět kontroly zboží k ochraně zákazníků. Turín také identifikuje sběr odpadu jako negativní prvek, kde k efektivnosti chybí spolupráce provozovatelů. Turín, Pécs, Bratislava a Maribor zdůrazňují problém dostupnosti týkající se některých z jejich trhů s odkazem na nedostatek parkovacích míst. Maribor obzvláště zdůrazňuje vysoké ceny parkovného.

Dalším důležitým organizačním prvkem, který je u některých měst slabým článkem, je **harmonogram** trhů, které zůstávají otevřené pouze dopoledne, což je případ města Turín, Mariboru a Ústeckého kraje.

V případě Ústeckého kraje a Bratislavy některé slabé stránky odkazující na management trhů a **řízení**, legislativa je zmatená a procesy byrokratické. Bratislava také poznamenává jako slabou stránku přítomnost legislativy týkající se trhů, která, jak jsme viděli v předchozí kapitole, během času neprodělala žádné změny potřebné pro revitalizaci trhů. Také zdůrazňuje, že neexistují **příslušné organizace prodejců** (stánkařů), pěstitelů a spotřebitelů a že spolupráce mezi zúčastněnými stranami jak na místní tak na národní úrovni je špatná.

Turín zdůrazňuje sérii slabých prvků týkající se specifického systému řízení a managementu, a přestože existují vztahy spolupráce se všemi asociacemi představujícími stánkaře, stále ukazuje **nedostatek soudržnosti**, který činí řízení každodenního trhu obtížné. Chybí skupinové strategie a obchodníci často nemají správné profesionální dovednosti. Organizační systém v Turínu je stále považován za slabý s nedostatkem příslušné technologie. Poplatky, které jsou obchodníci nuceni platit, jsou také příliš vysoké.

Dalším partnerem, který identifikuje slabou stránku v prodejcích, je Pécs, který zdůrazňuje **stárnutí prodejců** a nedostatek mladých lidí, kteří mají zájem o pokračování v této profesi.

S ohledem na řízení v Ústeckém kraji zdůrazňuje nedostatek kontinuity ve spolupráci mezi obcí a organizátory trhů. Organizátoři jsou podporováni v raných stádiích, ale pak musí platit veškeré náklady. Také některé obce v regionu mají jen malý zájem o farmářské trhy.

Přestože Turín zdůraznil velkou rozšířenou síť trhů jako silnou stránku, také poukazuje na potřebu trhy zredukovat s uvedením vůle ty nejmenší spojit. Naopak Bratislava si stěžuje na **neadekvátní počet trhů** ve srovnání s velikostí města.

Většina partnerů zmiňuje mezi slabými stránkami nedostupnost informací o trzích na internetu a v turistických informačních centrech, nedostatek propagačních materiálů a obecně si stěžují na **neodpovídající marketing a komunikační aktivity**. Také zdůraznili nedostatek povědomí o “značce”.

Jak řada měst zjišťuje, komunikace o původu výrobků spotřebitelům je neadekvátní. To je případ Ústeckého kraje a Bratislavy, které identifikují nedostatek označení potravin jako slabou stránku.

Bratislava dodává, že některé trhy mají **špatnou mediální pověst** díky některým novinovým článkům, ve kterých jsou trhy zobrazeny negativním způsobem.

Mnoho partnerů si stěžuje na **nedostatek turistů** na trzích, ale Maribor, Pécs a Turín také uvádějí nízkou účast **mladých lidí** mezi zákazníky trhu jako problém.

Příležitosti

Hlavní příležitosti identifikované partnery se týkají použití marketingových strategií ke zlepšení efektivity trhu. Představa je zajistit **externí zdroje názorů** (novináři, průvodci) pro společnou propagaci tržišť.

K tomu byly vyneseny na světlo i příležitosti zapojit internet a nová sociální média jako nástroj, jak se o trzích dozvědět. Dokonce se zdůrazňuje spolupráce s **cestovními kancelářemi** s cílem integrace trhů v rámci prohlídek měst.

Podtrženo je využití **nových technologií** jako příležitost poskytovat zákazníkům nové

služby jako nové platební metody: splátky nebo oblast dobíjecích karet, nákup on-line, dodávka do domu atd.

Několik partnerů zmínilo příležitost **propojení trhů s restauracemi**. Záměrem je vytvořit spolupráci s těmi, které jsou umístěny v okolních místech, takže mohou používat produkty z trhu a být pro zákazníky propagátory trhu. Ke spojení s restauracemi může také dojít prostřednictvím přímého prodeje potravin na trhu, otevřením restaurací na místě nebo ve stylu „street-food“.

Od partnerů jasně přichází potřeba najít **nové finanční zdroje** k provádění práce, kterou všichni pro obnovení svých trhů definovali. Ty určitě zahrnují evropské a národní fondy, ale také soukromé zdroje ke spolufinancování iniciativ pro revitalizaci trhů.

Jak Bratislava, tak Turín identifikují jako příležitost, která ještě nebyla zcela přezkoumána, použití **studií a výzkumu** s cílem hledat tržní prodejce a potřeby zákazníků.

Hrozby

Podle názorů partnerů je to **zhoršení ekonomické situace**, které vedlo ke ztrátě kupní síly obyvatel, jež má negativní dopad na trhy (a nejenom). Nejenom že trhy musí zápasit se ztrátou kupní síly svých klientů, ale také musí čelit rostoucí konkurenci **velkých obchodníků**. Ve skutečnosti velcí obchodníci mají také k dispozici obrovský rozpočet na marketingovou a komunikační aktivitu, který jim, jak zjistil Krakov, dovoluje velký vliv na spotřebitele. Jak jsme již zdůraznili, na rozdíl od velkých obchodníků se trhy nedostatečně zaměřují na marketingové strategie a těžko získávají peníze na realizaci tohoto typu činnosti. Také proto, jak podtrhuje Krakov, že je nejdůležitějším kritériem prodeje na trzích cena.

Další hrozbu představuje **stárnoucí populace**; v mnoha městech jsme viděli, že staří lidé představují velkou část klientů. Jak říká Pécs, to znamená, že provozovatelé trhů se zaměřují více na výrobky zacílené na tento typ zákazníků než na mladé lidi, kteří nakonec navštěvují velké obchodníky.

Mnoho partnerů se obává dopadů, které mohou nastat z **legislativních změn na evropské/národní úrovni nebo z místních politik**, ať se zabývají trhy přímo nebo nepřímo. Některé politiky, které se ani trhy nezabývají, by mohly mít na ně negativní vlivy: příkladem je, že jakékoli změny v síti veřejné dopravy by mohly způsobit horší přístupnost trhu.

Tuto hrozbu je primárně cítit na místní úrovni. Ve skutečnosti si někteří partneři stěžují na nedostatek spolupráce mezi obcemi a manažery trhů nebo mezi okresními městskými radami, které mohou vést k vytváření nesourodých politik a omezovat příležitost organizovat společné iniciativy. Navíc nedostatek spolupráce mezi trhy a institucemi způsobuje další problémy týkající se veřejného pořádku (veřejné bezpečnosti) a ilegálního obchodu. Některá města si stěžují na růst "divokého obchodu", který se kolem trhů rozvíjí.

Další riziko identifikované partnery se týká **nedostupnosti místních zemědělských produktů**, buď díky progresivnímu opouštění zemědělství mladou generací, nebo protože výrobci mohou ztrácet zájem o trhy a např. přímý farmářský prodej shledávají lepším řešením. V Bratislavě roste prodej rakouských a maďarských výrobků a majitelé stánků ze Slovenska je kupují, protože je jejich zboží kvalitní za dostupné ceny. Avšak výrobky nejsou

místní a příslušné kontroly nejsou efektivní. Jiní partneři si také stěžují na nedostatek kontroly a **pochybný původ určitého zboží** prodávaného na trhu.

V neposlední řadě je i **nejistota počasí** zvláštní hrozbou identifikovanou partnery. Ať je zima, sněží, prší nebo je příliš horko, jsou otevřené trhy neustále vystavované špatnému počasí.

Závěry

Výsledky získané prostřednictvím studie prováděné v WP3 ukazují obraz trhů ve městech projektových partnerů, který zdůrazňuje rozdíly místního a národního kontextu, ale také ukazuje, jak partneři prostřednictvím různých nástrojů analýzy identifikují velmi podobné priority v oblasti cílů, jenž mají být dosaženy, a přijatých opatření k oživení a revitalizaci tradičních trhů v městském i regionálním kontextu.

Společná srovnávací studie příslušné evropské a národní legislativy a politik byla prvním krokem k definování společné strategie revitalizace trhů, která byla ověřena během následujících plánovaných projektových aktivit. Studie přinesla zajímavé výsledky a umožnila zdůraznit prvky podobnosti a rozdílu mezi zákony týkající se trhů a fungování trhů v různých zainteresovaných zemích. Prvním krokem byla identifikace různých úrovní zapojených vlád, od vlád a parlamentů, které vytvářejí zákony a předpisy obecnější povahy, po města, která hrají klíčovou roli v přesnějším definování různých aspektů života trhu.

Bez uvedení podrobností o shora uvedených prvcích **je zřejmé, že otázky týkající se řízení trhů a aspektů jako je otevírací doba, sortiment výrobků a licence, jsou ty, které mají největší dopad na fungování trhu.** V různých zemích jsou různí hráči, kteří jsou zodpovědní za řízení trhů: v některých případech má veřejná správa téměř výhradní úlohu, jinde přebírají řídicí role soukromé firmy s veřejným kapitálem, zatímco v Krakově je řízení delegováno na soukromý sektor, který však operuje v rámci limitů obecní regulace.

Města proto hrají důležitou roli ve fungování trhu, stávají se hlavními aktéry rozvoje tohoto sektoru. Avšak jak jsme viděli, existují i jiné veřejné obchodní orgány, které mají v oblasti trhů víceméně přímou legislativní pravomoc.

Prvním výsledkem tohoto výzkumu je zdůrazněná existence jedné nebo více nad-lokálních úrovní specifických pro analyzované oblasti, ale se stejnou funkcí: což je definování rámce omezení politik nařízených obcí. Tento prvek je důležitý pro místní orgány, které chtějí přijmout strategie rozvoje trhů.

Jednou z analyzovaných nadnárodních úrovní je úroveň evropská. Jak jsme viděli, provádění Směrnice o službách, obzvláště v Itálii, má za následek významnou změnu v legislativě co se týče postupu vydávání licencí. Byly tu zuřivé protesty prodejců a je to stále

složitý proces týkající se hlavně regiony. V jiných zemích byl dopad této směrnice menší nebo v některých případech v podstatě žádný. Společná srovnávací studie také prozkoumala důvody, proč se stále tyto významné rozdíly objevují.

S ohledem na revitalizaci trhů je dalším důležitým výsledkem demonstrace rizika odvozeného z **překrývajících se politik** vydávaných na různých administrativních úrovních schopných zablokovat nebo negativně ovlivnit dosažení předem definovaných cílů.

Je důležité identifikovat další sektory/veřejné orgány, které mohou vytvářet politiky nesouvisející s cíli stanovenými organizací odpovědnou za revitalizaci trhů, i když nejsou přímo spojené s trhy. Tato nesourodost může pocházet ze sektorů v rámci stejného orgánu, a proto je nezbytné zavést efektivní komunikaci zaměřenou na spolupráci a sladění záměrů.

Další důležité prvky vyplývající z výzkumných aktivit v jejich celistvosti lze seskupit podle obecných témat, která slouží jako základ společné nadnárodní strategie a pro definici pilotních akcí prováděných v jednotlivých partnerských městech.

Dalším důležitým výsledkem je proto identifikace těchto obecných témat nebo spíše oblastí zásahu, na které by se měly politiky rozvoje trhů soustředit. Obzvláště během analýzy se objevila tři obecná témata: strukturální a logistické prvky, systém řízení trhů a komunikační a marketingové aktivity.

Celá výzkumná činnost a hlavně SWOT-analýza ukazuje, jak nám silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby identifikované partnery umožňují tyto otázky seskupit do 3 témat uvedených shora.

Tyto tři otázky jsou také užitečným způsobem, jak definovat hlavní oblasti, ve kterých budou partneři provádět pilotní akce na svých trzích: partneři, kteří předpokládali vytvoření nového trhu nebo restrukturalizaci současného, se budou muset zabývat první otázkou, což je **možnostmi ohledně umístění trhu, aspekty týkající se logistiky a přístupnosti oblasti a musí rozhodnout o typu zboží, které budou nabízet, aby splnili poptávku klientů, potřebě, která ještě nebyla uspokojena.** Další aktivity zohledňují modely řízení (druhá otázka), které chtějí města svým trhům a tržním sítím dát. **Model efektivního řízení vyžaduje,**

především, přesnou definici role, kterou musí veřejná správa mít v rozhodovacím procesu, při zprostředkování různých zájmů, které vstupují do hry, a proto kapacitu zapojit se a komunikovat s hlavními identifikovanými zúčastněnými stranami. K tomu se musí model zabývat aspekty přímo spojenými s řízením, jak v případě, ve kterém obec přímo trhy řídí, tak i v případě, že jsou za řízení zodpovědné veřejnoprávní společnosti.

Poslední otázka se týká marketingu a komunikace, které jsou v některých případech jádrem pilotních akcí, ale obecně jsou aktivitami, na kterých, jak se předpokládá, budou všichni partneři pracovat a které považují za základní pro revitalizaci trhů.

Komunikace má být nástroj propagace trhů směrem k existujícím i potenciálním zákazníkům. Za tímto účelem je tedy nezbytná otázka, jaké je poselství, jakou charakteristiku se značka rozhodla propagovat (např. spolehlivost, bezpečnost potravin atd.), kdo jsou cíloví posluchači a jaké komunikační nástroje a kanály budou použity.

Tato tři témata nejsou oddělená, ale jsou mezi nimi spojení, jako vytváření nového trhu včetně efektivního řídicího modelu, komunikace a marketingových aktivit. Navíc marketingové aktivity nelze provádět bez efektivního systému řízení, který předpokládá širokou účast všech zainteresovaných klíčových aktérů.

Následující tabulka ukazuje některé priority, které se objevily v jednotlivých oblastech zásahu. Také ukazuje důležitost, kterou jim města přidělují

Obecná témata	Bratislava	Krakov	Maribor	Pécs	Turin	Ústí	Benátky	Veszprém
1. Vytváření nových trhů (nebo obnova stávajících)								
Infrastrukturní a logistické prvky								
Rozšířená síť trhů na území města	X		X		X		X	
Přístupnost (autobusové zastávky a parkoviště aut)	X	X	X	X	X		X	
Samostatný sběr odpadu a čistota města	X				X		X	
Boj s padělkami a mikrokriminalitou	X	X					X	
Strana dodávky								
Různorodost zboží	X		X	X	X	X	X	
Kvalita zboží	X		X	X	X	X	X	X

Místní a etnické zboží	X	X	X	X	X	X	X	X
Flexibilní otevírací doba	X			X	X	X		
Služby dodávky do domu					X			
2. Řídicí systém trhů								
Přístup k rozhodovacím procesům zespoda nahoru		X			X		X	X
Překonat byrokratické překážky	X		X	X		X		X
Překonat konzervativní přístup prodejců	X	X	X	X	X			
Vytvoření nebo posílení zprostředkujících subjektů prodávaců, kupujících a farmářů	X			X	X			
Vytvoření nebo posílení řídicího orgánu pro každý trh					X			
3. Komunikace a marketingové strategie								
Trhy jako místa interakce obyvatel	X	X	X		X	X	X	X
Trhy jako turistické atrakce (kousek tradičního života)	X	X	X		X		X	X
Kulturní události, zábava, kurzy vaření, ochutnávky a vzdělávací aktivity	X		X		X		X	X
Vytvoření značek propagujících trhy	X					X		
Sledovatelnost	X		X		X		X	

Závěrem zdůrazníme důležitý konečný výsledek: kromě menších rozdílů v oblastech priorit, které každý partner identifikoval, vytvořily prováděné výzkumné aktivity obraz ideálního trhu, který má stejnou charakteristiku ve všech a nade všemi jednotlivými místními kontexty.

Ať jsou projekty partnerů o výstavbě nových trhů či obnově trhů, zdůrazňují, že na prvním místě musíte vědět, jak se vypořádat se ztrátou části kupní síly obyvatel plynoucí z ekonomické situace. To by mohla být skvělá příležitost pro trhy postavit se jako silní konkurenti velkým obchodníkům s cílem nabízet produkty za mírnější ceny bez ohrožení kvality.

Trhy potřebují příslušné marketingové strategie a komunikační aktivity podobně jako velcí obchodníci. Ty musí být zaměřeny na získání neobvyklých zákazníků, především mladých lidí a také turistů.

Ideální trhy by měly být bezpečnými a čistými místy, prostor pro setkávání obyvatel. Měla by to být místa, kde mohou turisti získat pocit života v tomto městě, kde lze najít místní produkty a informace o původu a tradicích spojených s danými produkty. Trhy by měly poskytovat možnost ochutnat a jíst typická jídla připravovaná s těmito místními produkty.

Protože naše společnost zahrnuje i komunity jiných zemí s produkty, kulturou či s jiným jídlem, měly by být trhy zaměřené i na “etnické” potraviny.

Trh by měl být také inovativním systémem s ohledem na služby i na logistiku: trhy by si měly zachovat prvky, které je odlišují jako tradiční místa, ale zároveň musí být schopné přizpůsobit se nové poptávce zákazníků prostřednictvím inovativních služeb a technologií.

Výsledky odhalují varování hlavně institucím, a to především městským radám, které jsou nejvíce do regulace trhů zapojeny. U obou případů veřejného řízení trhů nebo řízení soukromou společností musí být městská rada pozornější k cílům, které musí trh dosáhnout, aby mohl i nadále existovat a reprezentovat pohled na život města. Spolupráce mezi zúčastněnými stranami na různých úrovních a komunikace mezi různými úrovněmi institucí, která určitým způsobem ovlivňuje nebo by mohla ovlivnit trhy, je opravdu nezbytná.