

Projekt uchwały (tekst ustaleń zmiany
Studium uwarunkowań
i kierunków zagospodarowania przestrzennego
Miasta Krakowa)
wyłożony do publicznego wglądu w dniach: 27 marca – 12 maja 2006 r.

UCHWAŁA NR.....

Rady Miasta Krakowa

z dnia.....

**w sprawie uchwalenia zmiany Studium uwarunkowań i kierunków
zagospodarowania przestrzennego Miasta Krakowa**

Na podstawie art. 12 ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym /Dz. U. Nr 80 poz. 717, zm.: z 2004 r. Nr 6 poz. 41, Nr 141 poz. 1492, z 2005 r. Nr 113 poz. 954, Nr 130 poz. 1089/ Rada Miasta Krakowa uchwala, co następuje:

§ 1.

1. Uchwala się zmianę Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Krakowa, przyjętego uchwałą Nr XII/87/03 Rady Miasta Krakowa z dnia 16 kwietnia 2003 r., zwaną dalej „zmianą Studium”.

2. Przedmiotem zmiany Studium, o której mowa w ust. 1, zgodnie z Uchwałą Nr LXXVIII/791/05 Rady Miasta Krakowa z dnia 25 maja 2005 r., jest określenie obszarów rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m².

3. Integralnymi częściami uchwały są:

- 1) tekst zmiany Studium, stanowiący załącznik Nr 1 do uchwały;
- 2) część graficzna zmiany Studium – rysunek Struktura przestrzenna kierunki i zasady rozwoju K1, stanowiąca załącznik Nr 2 do uchwały;
- 3) rozstrzygnięcia o sposobie rozpatrzenia uwag do projektu zmiany Studium, nie będące ustaleniami zmiany Studium, stanowiące załącznik Nr 3.

§ 2.

Przyjmuje się ujednolicony tekst Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Krakowa, stanowiący załącznik Nr 4 do uchwały.

§ 3.

Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Krakowa.

§ 4.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

W załączniku do uchwały Nr XII/87/03 Rady Miasta Krakowa z dnia 16 kwietnia 2003 r. wprowadza się następujące zmiany:

1. W rozdziale „3. Uwarunkowania Rozwoju”, w podrozdziale „3.2.5 Działalność gospodarcza” część zatytułowaną „Wielkopowierzchniowe obiekty handlowe” zastępuje się w całości nowym tekstem:

„Wielkopowierzchniowe obiekty handlowe

Lata 1999-2004 przyniosły znaczący rozwój sklepów wielkopowierzchniowych, jako istotnego elementu lokalnego handlu.

Ustawa z dnia 13 lipca 2000 r. o zmianie ustawy o zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. Nr 14, poz. 124 z 2001r.) wprowadziła regulacje umożliwiające wpływanie władz gmin na lokalizację wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. W przypadku Krakowa możliwość ta dotyczy obiektów o powierzchni sprzedażowej powyżej 2 tys. m². Jest to swoista forma nadzoru rady gminy nad lokalizacją dużych obiektów handlowych.

Według stanu na koniec rok 2005, działało w Krakowie 27 sklepów¹ o łącznej powierzchni 269 315 tys.m², w 2004 r. uruchomiono 2 nowe obiekty, zaś w 2005 r. kolejne 2 obiekty.

Sklepom wielkopowierzchniowym towarzyszą z reguły mniejsze obiekty handlowe, usługowe i gastronomiczne (m.in. apteki, kwaciarnie, poczty, banki, biura podróży, pralnie, piekarnie), a niektóre zgrupowane są w tzw. centra handlowe (np. Zakopianka, Krokus /Geant/, M1, Alma). Wszystkie hipermarkety (za wyjątkiem DH Wanda i DH Jubilat) posiadają parkingi na 45-1360 miejsc postojowych. Liczba pracowników zatrudnionych w tych sklepach wynosi od 40 do 436 osób.

Tabela: Sklepy wielkopowierzchniowe w Krakowie ²

	powierzchnia sprzedażowa (w m ²)
Alma – ul. Pilotów 6	3 429
Abra – ul. Zakopiańska 62	2 600
DH Wanda *– ul. Broniewskiego 1	2 419
Elea – ul. Mackiewicza 17	1 937
Carrefour – ul. Zakopiańska 62	11 074
Carrefour – ul. Medveckiego 2	7 800
Carrefour– ul. Witosa 7	5 500
Castorama – ul. Zakopiańska 62	9 000
Castorama – Sławka 1	5 995
Castorama – Pilotów 6	7 189
Galeria Kazimierz – Podgórska 34	36 000**
Geant – ul. Bora-Komorowskiego 37	10 155

¹ zgodnie z nową definicją – za obiekty wielkopowierzchniowe uważa się obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2 tys. m².

² źródło: Raport o działalności hipermarketów na terenie Gminy Miejskiej Kraków wydany w 2004r., wydawca Urząd Miasta Krakowa, (wyd. IV-VI 2004r.), uaktualniony o informacje Biura Planowania Przestrzennego z 2005 r.

Ikea – ul. J. Conrada 66	9 986
Kaufland – Bratysławska 4	4 200
Jubilat Handlowa Spółdzielnia * – al. Krasieńskiego 1/3	4 615
Makro Cash & Carry – ul. Jasnogórska 2	10 316
Mix – Meble – Wadowicka 8a	4 850
Max Komfort * – ul. Wadowicka 9	2 000
M1 Centrum Handlowe – al. Pokoju 67	42 466
OBI – ul. Bora-Komorowskiego 31	8 300
OBI – ul. Wielicka 259	8 100
PLAZA – al. Pokoju 44	30 500
Selgros Cash & Carry – Nowohucka 52	10 225
Tandeta – Centrum Handlowe Tandeta	4 200
Tesco – ul. Kapelanka 54	12 250
Tesco – ul. Wielicka 259	9 955
Wnętrze Plus (Galeria) – ul. Pilotów 6	4 254
Ogółem	269 315

* istniejące wcześniej wliczone do sklepów wielkopowierzchniowych od 2000r.

** powierzchnia najmu

Najważniejsze wskaźniki dla sklepów wielkopowierzchniowych w odniesieniu do liczby mieszkańców oraz powierzchni Miasta³:

- liczba mieszkańców przypadających na jeden obiekt handlowy – 28,5 tys. mieszkańców
- liczba m² obiektów handlowych przypadających na 1 km² powierzchni miasta – 713,5 m²
- powierzchnia obiektów handlowych przypadająca na 1000 mieszkańców – 314,7 m².

2. W rozdziale „4. Kierunki zagospodarowania przestrzennego Krakowa” w podrozdziale „4.2. Kształtowanie struktury przestrzennej” po punkcie: „2. Głównych elementów kształtujących strukturę przestrzenną:” dodaje się punkt 3 o następującym brzmieniu:

„3. Obszarów rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m².”

Dotychczasowy punkt 3 pozostaje w niezmienionym brzmieniu i uzyskuje kolejny numer „4”.

3. W rozdziale „4. Kierunki zagospodarowania przestrzennego Krakowa” w podrozdziale „4.2. Kształtowanie struktury przestrzennej” w części zatytułowanej „Miejskie centra wielofunkcyjne” pierwsze zdanie: „Wyodrębnione centra miejskie to obszary istniejącej i projektowanej koncentracji usług, powstające w oparciu o zlokalizowane tu wielkoprzestrzenne obiekty handlowe:” otrzymuje nowe, następujące brzmienie: „Wyodrębnione centra miejskie to obszary istniejącej i projektowanej koncentracji usług, powstające w oparciu o lokalizowane tu wielkoprzestrzenne obiekty handlowe:”.

³ źródło: Liczba i charakterystyka sklepów wielkopowierzchniowych – stan na koniec roku 2004 r. autor Wydział Spraw Administracyjnych UMK

4. W rozdziale „4 Kierunki zagospodarowania przestrzennego Krakowa” w podrozdziale „4.2. Kształtowanie struktury przestrzennej” po treści części zatytułowanej „Kluczowe obszary rozwoju naukowo-technologicznego”, a przed częścią zatytułowaną „Tereny otwarte o charakterze publicznym” dodaje się nową część w brzmieniu:

„Obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży pow. 2000 m²

Wyodrębnia się obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży pow. 2000 m²:

miejskie centra wielofunkcyjne:

- Obszar Bronowice Wielkie Wschód,
- Obszar Solway,
- Obszar Czyżyny,
- Obszar Olsza,
- Obszar Dąbie–M1–Selgros,
- Obszar Prokocim.

a ponadto:

- obszar Bonarki,
- obszar Branice,
- otoczenie Portu Lotniczego Kraków–Balice.

Główne kierunki zagospodarowania wyodrębnionych obszarów to:

- obszar Bonarki – rewitalizacja obszaru przemysłowego dawnych zakładów sodowych Bonarka
- obszar Branice - rewitalizacja obszaru przemysłowego w sąsiedztwie zakładów Mittal Steel Poland SA,
- otoczenie Portu Lotniczego Kraków–Balice – aktywizacja zachodniego rejonu miasta w ramach wielofunkcyjnego zespołu zabudowy związanej z funkcjonowaniem lotniska,

Dla pozostałych obszarów główne kierunki zostały opisane w rozdziale **Miejskie centra wielofunkcyjne**.

Dla istniejących obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m², bądź dla terenów objętych prawomocnymi i ostatecznymi na dzień (zostanie wpisana data podjęcia przez Radę Miasta Krakowa Uchwały o zmianie Studium) decyzjami o pozwoleniu na budowę dla takich obiektów, zlokalizowanych poza obszarami: Bronowice Wielkie Wschód, Solway, Czyżyny, Olsza, Dąbie–M1–Selgros, Prokocim, Bonarka, Branice, otoczenie Portu Lotniczego Kraków–Balice, dopuszcza się możliwość przebudowy takich obiektów bądź wymianę substancji pod warunkiem nie powiększania powierzchni sprzedaży.

W pozostałych obszarach miasta nie przewiduje się możliwości lokalizacji obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m².”.