

Koncentrácia podnikateľských subjektov v maloobchode v slovenských mestách

Kristína BILKOVÁ, František KRIŽAN

Abstract: *The paper is focused on the analysis of transformation trends in the retail in the context of analysis of selected characteristics of business entities in the Slovak towns during the 1994 – 2010. The main bases of the analysis are data from the Register of business entities registered by the Statistical Office of the Slovak Republic. Results of the analysis show the spatial and temporal differences in trends assessment in the retail transformation in Slovak towns.*

Keywords: *retail, Slovak towns, businesses entities, concentration index, transformation*

Úvod

Maloobchod v geografii dlhodobo zostával okrajovou témou aj napriek tomu, že za základné koncepcie používané v geografii maloobchodu možno považovať lokalizačné teórie používané od konca 19. storočia. Z počiatku bolo štúdium maloobchodu zanedbávané až považované za druhoradé v kontexte názorov, že maloobchod nič neprodukuje (Spilková 2012, s. 15-19). Geografické práce, ktoré možno zaradiť ku geografii maloobchodu riešili takmer výlučne lokalizáciu maloobchodu, čo prinášalo istý nezaujem riešiť problematiku, resp. rozvoj tejto subdisciplíny stagnoval. Tento stav pretrvával až do konca 80. rokov 20. storočia, kedy možno registrovať novú vlnu záujmu o riešenie problematiky maloobchodu. Výraznejším impulzom bolo publikovanie monografie *Retail Location and Retail Planning* (Guy 1980) a taktiež tematicky editovanej monografie *Retail Geography* (Dawson 1981). Postupne boli publikované nové príspevky s inovátnym prístupom k riešeniu problémov v maloobchode. V tejto súvislosti sa objavuje pojem „nová geografia maloobchodu“ (*new retail geography*) (Wrigley a Lowe 1996) s aktuálnymi výzvami pre geografov (Wrigley a Lowe 2002).

Na tento nový impulz slovenská geografická societa nereagovala v zmysle zvýšeného záujmu publikovať tematické štúdie¹. Výraznejší progres záujmu o problematiku možno pozorovať od začiatku 21. storočia (Dudek-Mankowska a Križan 2010, Fertaľová 2005a, 2005b, 2006a, 2006b, 2007, Fertaľová a Klamár 2006, Fertaľová a Szczyrba 2006, Fertaľová a Varga 2007, 2008, Križan 2005, 2007, 2009a, 2009b, Križan a Danielová 2008, Križan a Tolmáči 2011, 2012, Križan a kol. 2007, 2008, 2009, 2010, Lauko 2003, 2004, 2006, Lauko a kol. 2008, 2008, Mitříková 2008, Mitříková a kol. 2012, Pulpitlová 2002, 2003, 2005a, 2005b, Rosič 2004, Tolmáči a kol. 2005, Tolmáči a Križan 2011, Trembošová a Tremboš 2009a, 2009b, Trembošová 2009a, 2009b, 2009c, 2009d, 2009e, Trembošová 2010a, 2010b, Šveda a Križan 2012). V tomto období sa publikujú aj prvé tematicky zamerané monografie z prešovskej (Mitříková 2008) a nitrianskej geografickej školy (Trembošová 2012), hodnotiace maloobchod na príkladoch miest Prešov (resp. Košice) a Nitra v širších geografických súvislostiach.

Cieľom tohto príspevku je zhodnotenie koncentrácie podnikateľských subjektov v maloobchode² na území slovenských miest v časových a priestorových intenciách. Úlohou príspevku je komparatívna analýza vývoja podnikateľských subjektov v urbánnom prostredí v časovom kontexte a zhodnotenie vzťahu počtu podnikateľských subjektov k počtu obyvateľov v slovenských mestách. Parciálnym cieľom je sumácia indexu koncentrácie v slovenských mestách a následná bilancia počtu podnikateľských subjektov v priestore.

¹ V období pred „novou geografiou maloobchodu“ však možno registrovať tematicky zamerané práce Š. Očovského (1973a, 1973b, 1976, 1977, 1986, 1993) alebo ďalších autorov (Spišiak 1994, Mládek 1994).

² V príspevku je v ďalšom texte pod termínom podnikateľský subjekt chápaný podnikateľský subjekt v maloobchode.

Dáta a metódy

Analýza vychádza z dát o podnikateľských subjektoch vedenom v Registri ekonomických subjektov, evidovaného Štatistickým úradom SR. Ako podotýkajú M. Šveda a F. Križan (2012), databáza má isté obmedzenia, na ktoré je potrebné upozorniť. Databáza pracuje s podnikateľskými subjektmi, ktorých evidencia zohľadňuje sídlo subjektov a nie lokalizáciu prevádzok, čím môže dochádzať k istým priestorovým disporciám. Napriek tomu ide o oficiálne štatistické dáta, ktoré nemožno v tejto mierke relevantne overiť v teréne a zostáva jediným prístupným súborom dát na obdobné analýzy. Pre zachytenie časových aspektov transformačných procesov v maloobchode boli v príspevku použité dáta v dvojročných intervaloch v období rokov 1994-2010. Priestorové aspekty problematiky boli hodnotené na príklade slovenských miest ($n = 138$).

Príspevok je zameraný na všeobecnú deskripciu hodnotených dát v časovo-priestorovom kontexte. Prejavy istých transformačných trendov v maloobchode boli hodnotené na príklade zmeny v počte podnikateľských subjektov v roku 2010 aplikáciou indexu nárastu, resp. poklesu v porovnaní s rokom 1994. Analýzou vzťahu počtu obyvateľov a počtu podnikateľských subjektov v regióne i porovnaného s údajom za celé študované územie, možno analyzované mestá rozdeliť do dvoch skupín. Prvú z nich tvoria obce s nadpriemernou podnikateľskou aktivitou ako im prislúcha vzhľadom na počet obyvateľov a priemer v študovanom území. Tieto mestá možno nazvať ako mestá s „prebytkom“ podnikateľských subjektov v maloobchode. Analogicky potom možno diskutovať o mestách s „nedostatkom“ podnikateľských subjektov v maloobchode (cf. Očovský 1976). Cieľom analýzy je kvantifikácia daných „prebytkov“, preto bol zavedený pre každé mesto aj teoretický počet podnikateľských subjektov (S_{T_i}) v maloobchode viazaný na počet obyvateľov v meste:

$$S_{T_i} = P_i \cdot S$$

kde P_i je počet obyvateľov v meste i a S je priemerný počet podnikateľských subjektov vo všetkých mestách na Slovensku. Porovnaním skutočnej a teoretickej hodnoty počtu podnikateľských subjektov možno získať údaj o veľkosti „prebytku“, resp. „nedostatku“ podnikateľských subjektov v danom meste.

Následne bol použitý index koncentrácie „prebytku“ podnikateľských subjektov (I_k) vychádzajúci z indexu prebytku maloobchodného obratu aplikovaného Š. Očovským (1976):

$$I_k = \frac{S_i - P_i \frac{S}{P}}{S_i \cdot 100}$$

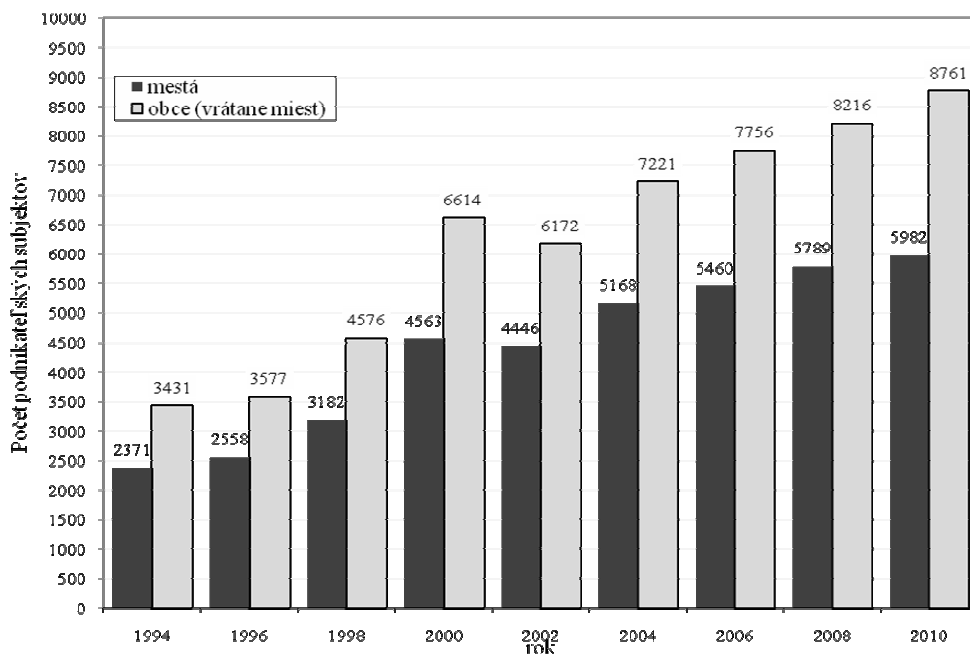
kde S_i je počet podnikateľských subjektov v meste i , S je počet podnikateľských subjektov vo všetkých mestách na Slovensku a analogicky P_i je počet obyvateľov v meste i a P je počet obyvateľov vo všetkých slovenských mestách. I_k bol numericky vyjadrený pre roky 1994 a 2010 a následne boli výsledky komparované aj pomocou kartografického znázornenia.

Bilancia počtu podnikateľských subjektov v slovenských mestách

Súčasný stav a priestorové rozmiestnenie služieb (maloobchodu) je výsledkom dlhodobého vývoja. V tejto súvislosti možno prihliadať na celospoločenské trendy a ich dopady, akými sú industrializácia a urbanizácia (cf. Mládek 1991), čo malo za následok koncentráciu tohto sektora do miest. Mestá predstavovali v predtransformačnom období koncentrické zóny obchodu (Očovský 1973a, 1973b, 1976, 1986), avšak tento stav sa postupne mení a v zázemí niektorých západoeurópskych alebo severoamerických miest možno pozorovať decentralizačné trendy v smere centrum → suburbánna zóna (Clapson 2003, s. 29-39). Preto hodnotenie transformačných trendov v maloobchode na príklade mestských regiónov možno považovať za relevantnú tematiku geografického bádania.

Na Slovensku možno za ostatné roky identifikovať dominanciu podnikateľských subjektov v oblasti maloobchodu v mestách, pričom podiel vidieckych obcí bol počas sledovaného obdobia vždy nižší ako tretinový (obr. 1). Maximum rozvoja podnikateľských subjektov je príznačný pre posledné analyzované obdobie (rok 2010), čo poukazuje na vzostupný trend tohto sektora hospodárstva a čo

korešponduje s celospoločenským trendom v transformujúcich sa odvetviach hospodárstva. Po roku 2008 nebol registrovaný zostup počtu podnikateľských subjektov v maloobchode ako možný prejav hospodárskej krízy, čo sa však mohlo prejavíť v jednotlivých odvetviach maloobchodu, resp. iných ukazovateľoch maloobchodu (obrat, zamestnanosť a i.). Na druhej strane možno identifikovať výraznejší nárast podnikateľských subjektov na vidieku (v porovnaní s mestami), čo môže poukazovať na priebeh decentralizačných procesov v okolí väčších regionálnych centier.



Obr. 1. Vývoj počtu podnikateľských subjektov v maloobchode v mestách a obciach na území Slovenska v období 1994 – 2010.

Zdroj: Register ekonomických subjektov (ŠÚ SR 2011).

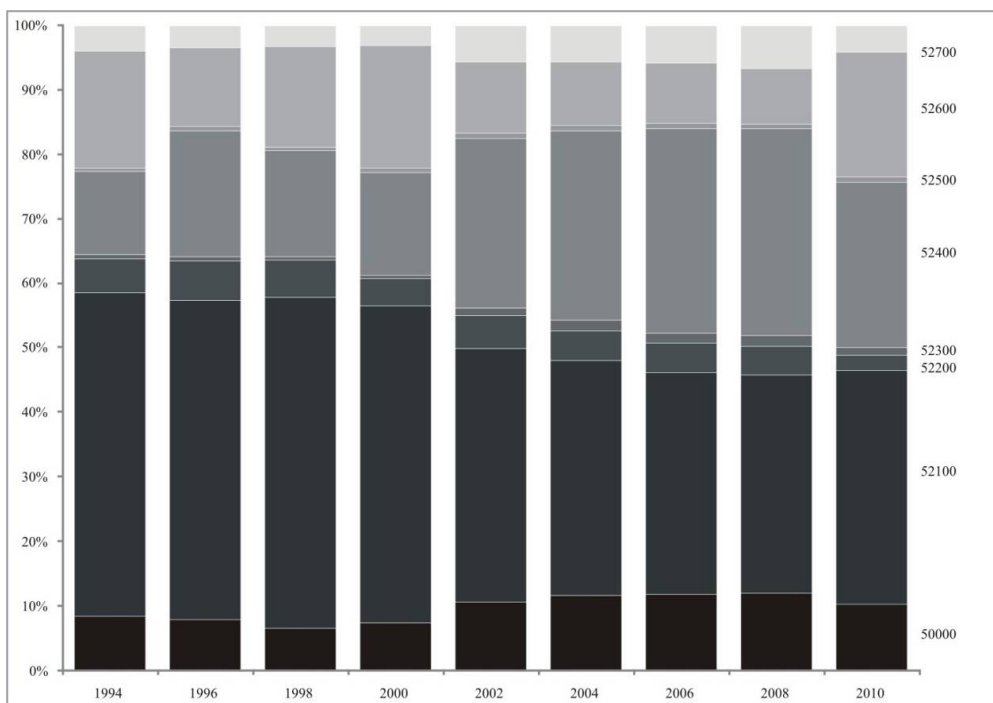
V odvetvovej štruktúre maloobchodu v slovenských mestách došlo za ostatné roky k výraznejším transformačným trendom (obr. 2). Index rastu medzi rokmi 1994 a 2010 nadobudol kladné hodnoty vo všetkých hodnotených kategóriách maloobchodu, čo znamená nárast podnikateľských aktivít vo všetkých odvetviach maloobchodu podľa Štatistickej odvetvovej klasifikácie ekonomických činností (OKEČ), avšak ich podielové hodnoty v čase varírovali³.

Od roku 1994 podiel kategórie predaj a údržba motorových vozidiel ako aj predaj pohonných hmôt vzhľadom na celkový počet subjektov v maloobchode klesá až do roku 2000, odkedy je registrovaný progresívny vývoj. Tento trend možno asociovať s neustále sa zvyšujúcou motorizáciou a rastúcimi požiadavkami obyvateľstva, resp. zvyšujúcou sa životnou úrovňou. K zostupu podnikateľských subjektov v danej kategórii dochádza až od roku 2008 (v absolútnych aj relatívnych hodnotách), čo môže byť dôsledkom prebiehajúcej hospodárskej krízy ako aj narastajúceho podielu iných odvetví maloobchodu na celkovom maloobchode. Príkladom je prudký nárast podielu podnikateľských subjektov v kategórii maloobchod mimo predajní (52600).

Maloobchod v nešpecializovaných predajniach, akými sú predajne so zmiešaným tovarom, potravinami, nápojmi a tabakom, sa v prvej polovici skúmaného obdobia vyznačuje menej výrazným nárastom podielu až od roku 2000, odkedy je príznačný regresívny vývoj, čo však neplatí pre absolútne

³ Ide o sumarizované hodnoty všetkých podtried OKEČ do vyšších kategórií, ako je uvedené v obr. 2.

hodnoty, ktoré dokazujú neustále sa zvyšujúci počet podnikateľských subjektov v tejto kategórii v kontexte vzostupného trendu vývoja počtu podnikateľských subjektov.

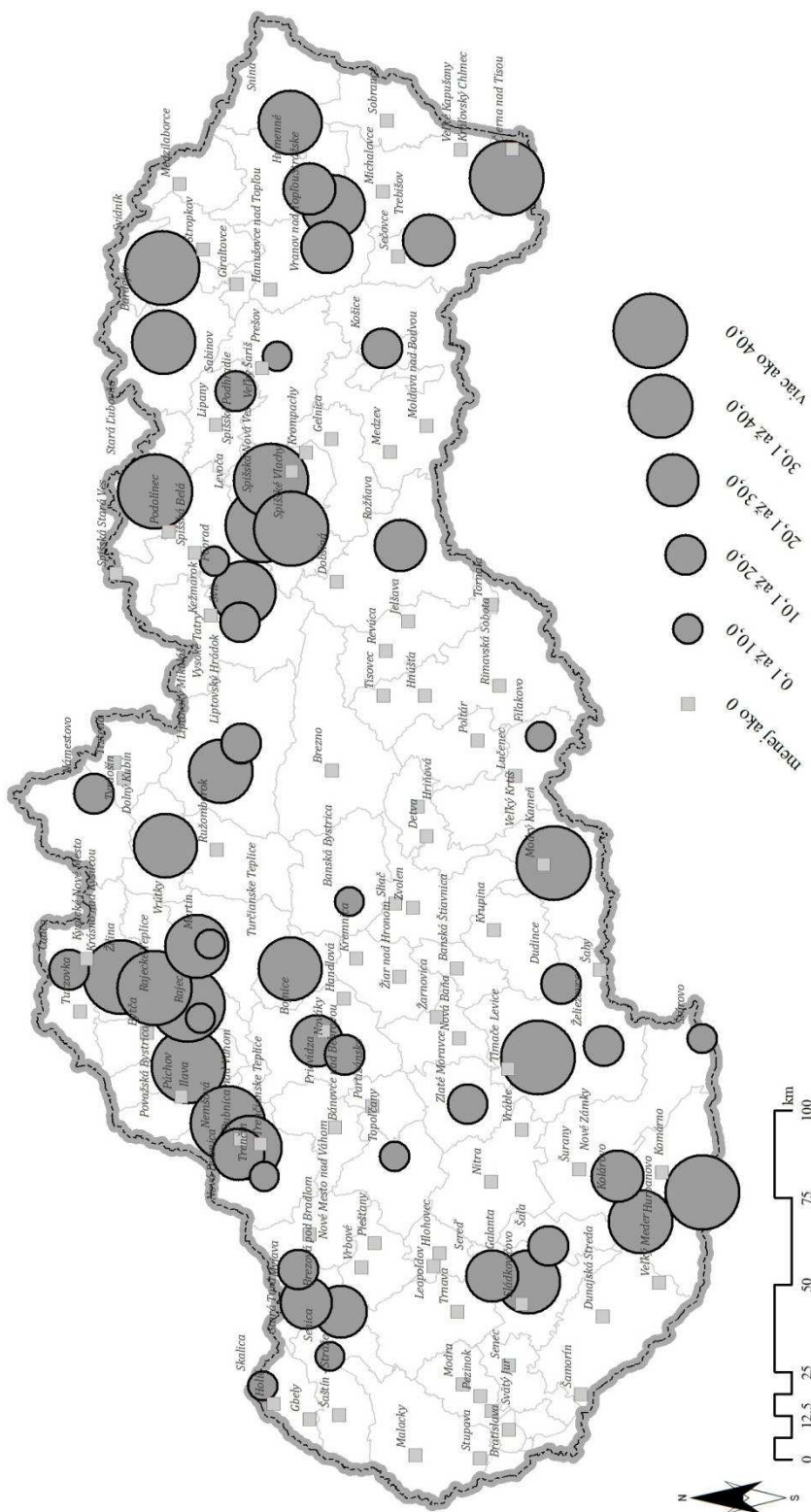


Obr. 2. Vývoj podielu podnikateľských subjektov v maloobchode podľa kategórií OKEČ v slovenských mestách v rokoch 1994 – 2010.

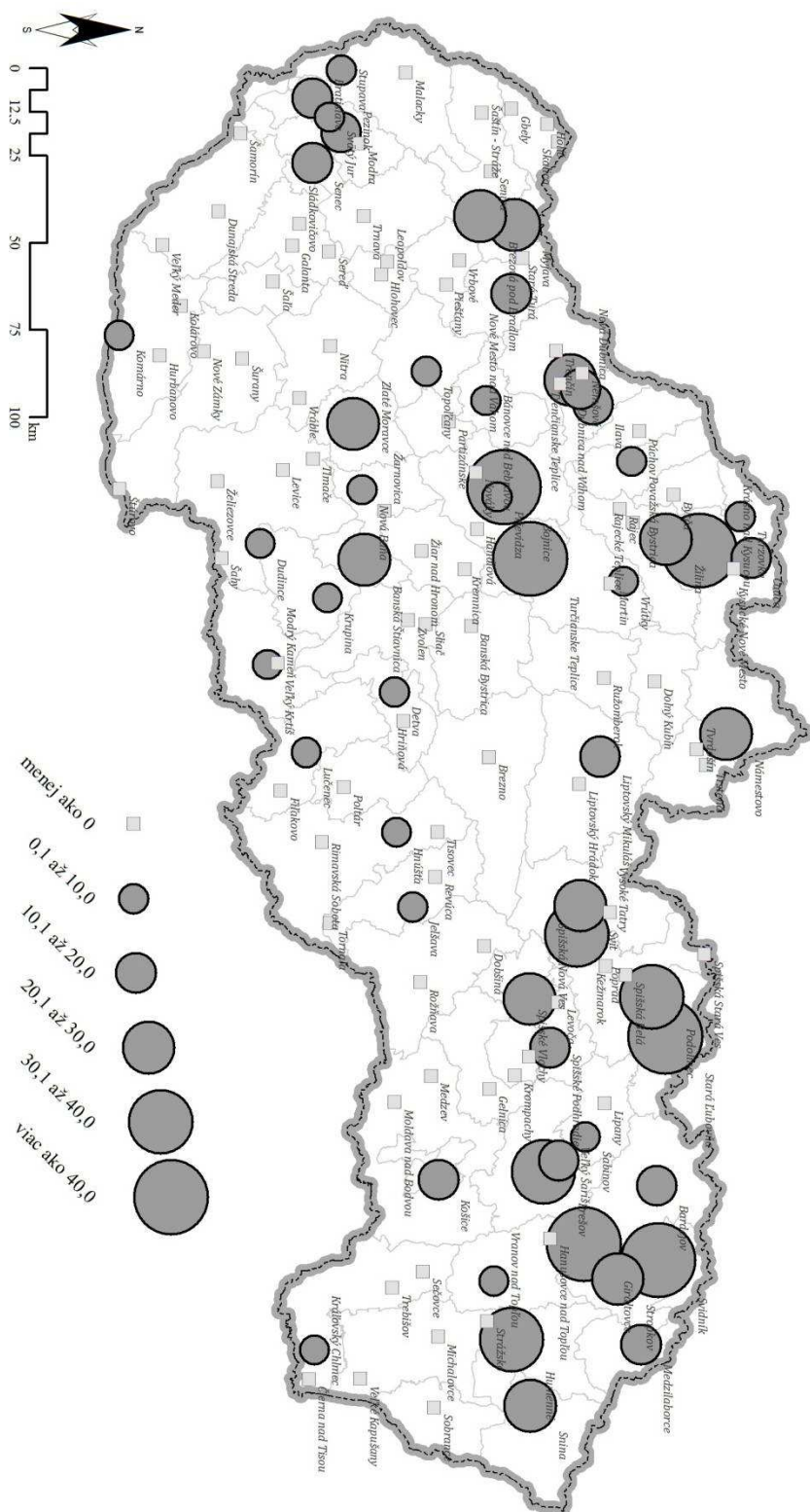
Vysvetlivky: 50000 – predaj, údržba a oprava motorových vozidiel a motocyklov; maloobchodný predaj pohonných látok; 52100 – maloobchod v nešpecializovaných predajniach; 52200 – maloobchod s potravinami, nápojmi a tabakom v špecializovaných predajniach; 52300 – maloobchod s farmaceutickým, zdravotníckym tovarom, kozmetikou a toaletnými potrebami; 52400 – ostatný maloobchod s novým tovarom v špecializovaných predajniach; 52500 – maloobchod s použitým tovarom v predajniach; 52600 – maloobchod mimo predajní; 52700 – oprava tovaru osobnej spotreby a potrieb pre domácnosť; Zdroj: Register ekonomických subjektov (ŠÚ SR 2011).

Z grafu je tiež zrejmé, že k najväčšiemu nárastu podielu z celkového maloobchodu došlo v kategórii maloobchod s textilom, odevmi, obuvou, nábytkom, elektrickými zariadeniami, knihami a iným tovarom, v dôsledku čoho sa znižoval podiel na celkovom maloobchode v iných kategóriách maloobchodu podľa OKEČ. Práve tieto odvetvia patria k najprogresívnejším odvetviám maloobchodu v urbánnom prostredí (Križan a Tolmáči 2011). Pozitívny trend (v absolútnych aj relatívnych číslach) v rozvoji podnikateľských aktivít možno registrovať aj v oblasti farmaceutického maloobchodu (52300), príznačného práve pre urbánne prostredie a za ostatné roky aj pre rurálne.

Už vyššie analyzovaný prudký nárast maloobchodu mimo predajní (v stánkoch, na trhoch, zásielkový predaj) z počtu 507 podnikateľských subjektov v roku 2008 na 1167 v roku 2010 (nárast o 130 %), mal za následok podielový pokles takmer vo všetkých kategóriách maloobchodu (s výnimkou kategórie 50000 a 52500), čo možno dávať do súvislosti s masívnym rozvojom predaja cez internet za ostatné roky. Aj keď maloobchod s potravinami, nápojmi a tabakom v špecializovaných predajniach (52200) zaznamenal v absolútnych hodnotách nárast, čo možno asociovať so zvyšujúcou sa spotrebou obyvateľstva, v podiele na celkovom maloobchode došlo k poklesu, ktorý poukazuje na menšiu dynamiku vývoja tohto odvetvia aj v súvislosti s globalizačnými trendmi v potravinárskom maloobchode (Križan 2009).



Obr. 3. Index koncentrácie prebytku podnikateľských subjektov v maloobchode v slovenských mestách v roku 1994.
Zdroj: Register ekonomických subjektov (ŠÚ SR 2011).



Obř. 4. Index koncentracie prebytku podnikateľských subjektov v maloobchode v slovenských mestách v roku 2010.

Zdroj: Register ekonomických subjektov (ŠÚ SR 2011).

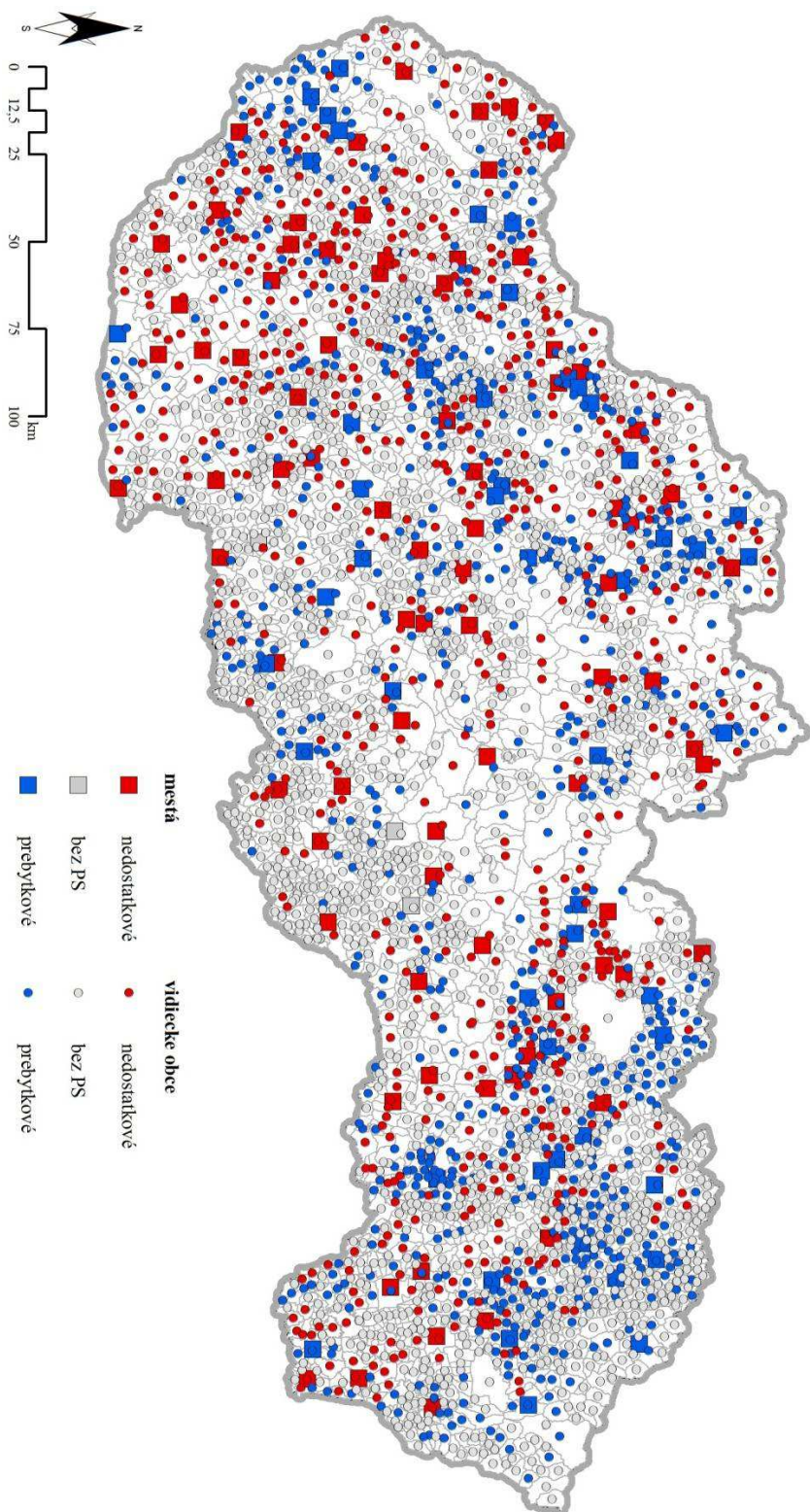
Pri analýze priestorových a časových aspektov indexu koncentrácie prebytku podnikateľských subjektov (obr. 3 a 4) výsledky poukazujú na zvyšovanie „prebytkových“ miest počas hodnotených rokov (nárast z 36 % na 37 %). Tento nárast je však v absolútnych hodnotách minimálny, čo možno dávať do súvisu aj s pravdepodobnými decentralizačnými procesmi v smere mesto – vidiek alebo ako dôsledok globalizačného procesu koncentrácie maloobchodu v urbánnom prostredí. Taktiež je potrebné poukázať na priestorovú distribúciu „prebytkových“ miest. Kým v roku 1994 bola táto skupina miest lokalizovaná najmä na západnom a strednom Slovensku (obr. 3), postupne došlo k relokácii a koncentrácii na východnom Slovensku s nižším zastúpením na západnom, resp. juhozápadnom Slovensku v roku 2010 (obr. 4), čím zjednodušene možno komentovať časový posun v priestore v smere západ → východ (cf. Szczyrba 2005), avšak na všeobecnejšie závery je nutná ďalšia detailná analýza. Taktiež sa prejavila výraznejšia poddimenzovanosť stredného, resp. juhu stredného Slovenska. Isté paralely možno hľadať v celkovej socioekonomickej situácii v regióne v súvislosti so zamestnanosťou alebo napr. aj v súvislosti s bytovou výstavbou (cf. Šveda a Križan 2011). Ide o výrazne stagnujúce až zaostávajúce regióny, čo sa prejavilo aj pri hodnotení „prebytku“ koncentrácie podnikateľských subjektov.

Jednou z možností ako získať reálnejší obraz k problematike priestorových súvislostí je komparácia urbánneho a rurálneho prostredia a následná klasifikácia vidieckych obcí a miest na „nedostatkové“ a „prebytkové“ podľa zvolených kritérií (obr. 5). Analýzou bilancie možno identifikovať „prebytkové“ a „nedostatkové“ obce a obce bez podnikateľských subjektov v danom roku. V roku 2010 nebol lokalizovaný žiadny podnikateľský subjekt v maloobchode až v 52 % obcí (vrátane 3 miest). Zvýšenú koncentráciu takýchto obcí možno identifikovať najmä v dvoch lokalitách. Prvou z nich je juh stredného Slovenska, ktorý celkovo možno nazvať „nedostatkový“ región, keďže k výraznejšiemu poddimenzovaniu v zmysle kalkulácie počtu podnikateľských subjektov k teoretickému počtu subjektov vzhľadom na počet obyvateľov dochádza aj v okolí miest, resp. v mestách. Taktiež sa tu nachádzajú aj mestá bez podnikateľských subjektov v maloobchode v danom roku (Jelšava, Hnúšťa, Dudince). Druhú lokalitu predstavuje východné Slovensko, najmä Horný a Dolný Zemplín. V tomto regióne je však v zázemí miest dobre identifikovateľný „prebytok“ podnikateľských subjektov.

Zvýšený výskyt „prebytkových“ vidieckych obcí je charakteristický v zázemí väčších miest. Typickým príkladom je Bratislava, čo možno dávať do súvislosti so suburbanizačnými procesmi, resp. komerčnou suburbanizáciou (Šveda a Križan 2012). Ďalšia lokalita výskytu je príznačná pre Považie a región Hornej Nitry, opäť v zázemí väčších (okresných a krajských) miest. Pre východné Slovensko ako tretiu lokalitu sú príznačné tri výraznejšie koncentračné zoskupenia „prebytkových“ obcí. Ide o širší priestor v regióne východne od Tatier, ďalej Košická kotlina a Horný Zemplín a Šariš. Súvislosti možno hľadať v rozvoji cestovného ruchu, suburbanizačných procesoch, resp. vidiek na východnom Slovensku možno spájať s výraznejším progresom podnikateľských subjektov na vidieku (obr. 1) alebo absenciou výraznejšieho regionálneho centra koncentrácie podnikateľských subjektov.

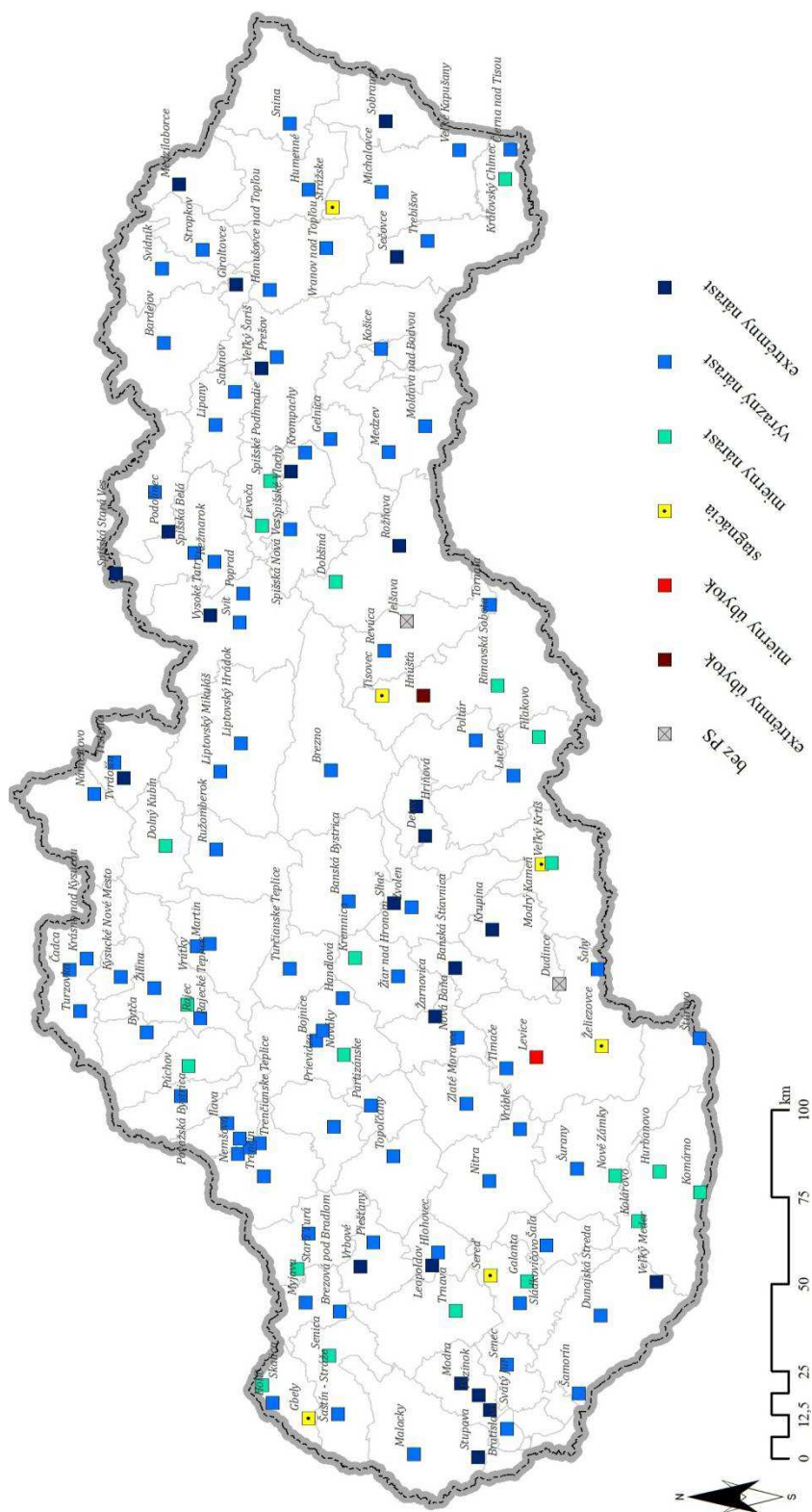
Obce s „nedostatkom“ podnikateľských subjektov sú príznačné pre západné Slovensko vrátane Záhoria, ako aj pre väčšinu miest na celom území Slovenska. Nedostatok podnikateľských subjektov možno vysvetľovať z viacerých hľadísk, pričom jedným z nich je prejav hospodárskej krízy v rozvinutejších regiónoch a centrách obchodu, čo viedlo k redukcii maloobchodných aktivít v regióne. Úbytok v zázemí miest ako regionálnych centier je protikladom zvýšených suburbanizačných procesov v zázemí ľudnatejších miest.

Ako ďalší ukazovateľ bol hodnotený index rastu, resp. poklesu počtu podnikateľských subjektov v slovenských mestách za roky 1994 a 2010 (obr. 6). Iba v prípade dvoch miest bol evidovaný úbytok počtu podnikateľských subjektov v hodnotenom období. V meste Hnúšťa bol zaznamenaný absolútny úbytok podnikateľských subjektov v maloobchode, preto ho možno klasifikovať do skupiny extrémny úbytok. V Leviciach sa znížil počet podnikateľských subjektov o 12,5 % a mesto bolo zaradené do kategórie výrazný úbytok. Samostatnú kategóriu predstavujú mestá, v ktorých sa na začiatku (rok 1994) a na konci (rok 2010) analyzovaného obdobia nenachádzal žiadny podnikateľský subjekt patriaci do niektorého odvetvia maloobchodu. Ide o mestá Dudince a Jelšava lokalizované v „nedostatkových“ regiónoch (obr. 5).



Obr. 5. Bilancia podnikateľských subjektov v maloobchode v slovenských mesiacoch v roku 2010.

Zdroj: Register ekonomických subjektov (ŠÚ SR 2011).



Obr. 6. Index rastu podnikateľských subjektov v maloobchode v slovenských mestách v období 1994-2010.

Zdroj: Register ekonomických subjektov (ŠÚ SR 2011).

V prípade 6 miest (Tisovec, Modrý Kameň, Strážske, Gbely, Želiezovce a Sered') je pre index koncentrácie príznačná stagnácia, a preto boli zaradené do skupiny stagnujúcich miest. Sumárne stagnujúce a „nedostatkové“ mestá predstavujú 7 % všetkých miest a žijú v nich takmer 3 % obyvateľov miest. Prevažná väčšina daných miest je lokalizovaná na juhu stredného Slovenska v ojedinelých prípadoch v iných regiónoch.

Kategórie určujúce nárast počtu podnikateľských subjektov v maloobchode boli ďalej členené do troch skupín: mierny nárast, výrazný nárast a extrémny nárast. Viac ako 15 % všetkých miest bolo zaradených do kategórie mierny nárast s prevažujúcou lokalizáciou na západnom a strednom Slovensku a nevýrazným zastúpením na východnom Slovensku. Najpočetnejšie zoskupenie miest (viac ako 60 %) patrí do kategórie výrazný nárast lokalizovaných na celom území Slovenska s dominantnejšou koncentráciou na Považí a východnom Slovensku. Sumárne v týchto mestách žije 78 % obyvateľov miest Slovenska. Označenie extrémny nárast bol priradený mestám s hodnotami indexu rastu viac ako 500. Ide o 24 miest, v ktorých žije 6,4 % obyvateľov miest, čiže zväčša ide o mestá s menším počtom obyvateľov (najľudnatejší z nich je Pezinok). Z priestorového hľadiska možno v tejto súvislosti identifikovať aj mestá lokalizované v zázemí veľkých miest (Pezinok, Stupava, Svätý Jur a Malacky s maximálnym nárastom $Ir = 2100$), čo možno spájať aj s procesmi dekoncentrácie podnikateľských aktivít v regióne. Ďalšiu skupinu predstavujú mestá v turisticky atraktívnych lokalitách (Banská Štiavnica, Vysoké Tatry, Podolíne, Sliač, Veľký Meder), čo poukazuje na spojitosti rozvoja cestovného ruchu a podnikateľských aktivít (cf. Mitříková a kol. 2012).

Diskusia a záver

Maloobchod je vo všeobecnosti považovaný za jeden z najrýchlejšie sa transformujúcich sektorov hospodárstva, avšak aj napriek danému tvrdeniu nie je tejto tematike v slovenskej geografii venovaná dostatočná pozornosť. Tempo a charakter transformácie (maloobchodu) možno dávať do súvislosti s politickou a ekonomickou situáciou štátu. Vo všeobecnosti je možné konštatovať, že najvýznamnejšie zmeny v maloobchode prebehli po roku 1989 po prechode na trhové hospodárstvo, pričom výrazný vplyv mali (a v súčasnosti stále majú) aj globalizačné trendy (Kunc a kol. 2012). V tomto kontexte dochádza aj k zmenám v priestorovej distribúcii podnikateľských aktivít medzi vidiekom a mestom, resp. mení sa počet a charakter podnikateľských subjektov v danom priestore. Sektor služieb patrí k najdynamickejším odvetviam hospodárstva a reakcie na trendy v spoločnosti (vrátane negatívnych) možno relatívne rýchlo identifikovať na konkrétnych príkladoch, čo potvrdzujú aj výsledky analýzy podnikateľských subjektov v oblasti maloobchodu.

Ako tvrdí Š. Očovský (1976, s. 24), za základný ukazovateľ, ktorý treba brať do úvahy pri štúdiu geografických problémov obchodu, možno pokladať maloobchodný obrat, jeho celkový objem a štruktúru. Dané konštatovania síce zostávajú v platnosti aj po niekoľkých dekádoch, avšak súčasná analýza priestorových aspektov maloobchodu je nútená vychádzať z iných, prístupných ukazovateľov. Objem a štruktúra maloobchodu zostáva obchodným tajomstvom a predajcovia nie sú povinní tieto údaje zverejňovať, čím obdobné a pre geografov podstatné priestorové analýzy možno pokladať za nerealizovateľné. Isté dáta je možné získať z príslušných daňových úradov, avšak poskytovanie informácií za jednotlivé podnikateľské subjekty je nereálne. Preto pri riešení problematiky maloobchodu je nevyhnutné pristúpiť k iným (alternatívnym) dátam a ukazovateľom. Jeden z možných prístupov je načrtnutý v tomto príspevku. Ide o dáta o počte a štruktúre podnikateľských subjektov na Slovensku. Na danú databázu je možné aplikovať rôzne filtre (napr. podnikateľské subjekty podľa klasifikácie OKEČ, resp. NACESK). Údaje sú prístupné v pravidelných intervaloch a gestorom dát je Štatistický úrad SR. Táto databáza hodnotí aj objem produkcie, počet zamestnancov a tržby, avšak dominujú prípady, kedy tieto informácie za dané subjekty nie sú komplexné, čiže pre podrobnejšiu analýzu de facto nevyužiteľné.

V príspevku sú na spomínanú databázu aplikované viaceré bázické indikátory s cieľom hodnotiť bilanciu podnikateľských subjektov, obdobne ako v príspevku Š. Očovský (1976) hodnotí bilanciu maloobchodného obratu. Analýzou boli vyčlenené tzv. „prebytkové“ a „nedostatkové“ mestá v kontexte počtu podnikateľských subjektov v maloobchode vzhľadom na priemerné hodnoty za celé študované územie v časovo-priestorových súvislostiach. Z časových súvislostí možno diskutovať o pozitívnych trendoch zvyšovania podielu „prebytkových“ miest (34 % → 36 % v období rokov

1994 a 2010). Ide však o minimálny absolútny nárast (4 mestá), čím možno potvrdiť pretrvávajúcu, avšak neprehlbujúcu sa koncentráciu maloobchodných subjektov v mestách. Možno sa domnievať, že dochádza k dekoncentračným procesom v smere mesto → vidiek, ako bolo identifikované v prípade ostatných podnikateľských subjektov, resp. v ostatnej odbornej literatúre (cf. Šveda a Križan 2012). Pri hodnotení bilancie podnikateľských subjektov v maloobchode vo všetkých obciach na Slovensku (obr. 5) možno analogicky súhlasiť s interpretáciou Š. Očovského (1973), že obchod na Slovensku (v globálnom meradle) má pomerne homogénne črty bez výrazných špecifických vlastností a prejavov vo sfére obchodu v konkrétnych regiónoch. No na druhej strane možno badať výrazné územné diferencie pri pohľade na menšie územné celky. Usporiadanosť maloobchodnej siete je však ovplyvňovaná centrami maloobchodu vyššieho rádu (ľudnatejšie mestá). Tento jav je najzreteľnejší v okolí Bratislavy ako obchodného centra s celorepublikovým významom. Z výsledkov analýzy vyplýva, že výraznejšie zoskupenie „nedostatkových“ obcí sa koncentruje na juhu stredného Slovenska a na juhozápadnom Slovensku, čo možno asociovať s absenciou väčších nadregionálnych obchodných centier. Otázne je aj zistenie, že pri tak dynamickom odvetví, akým bezpochybné maloobchod je, došlo medzi rokmi 1994 a 2010 k poklesu počtu podnikateľských subjektov v maloobchode v prípade dvoch miest (Hnúšťa a Levice), resp. existencia miest bez prítomnosti podnikateľských subjektov v maloobchode. Jedným z vysvetlení je reálna situácia v týchto mestách, resp. regiónoch (adresa prevádzky a sídla subjektu nemusia byť totožné) alebo výsledky možno pripisovať aj nedostatkom aplikovanej databázy. Pre väčšinu miest bol zaznamenaný výrazný nárast podnikateľských subjektov v maloobchode, čo možno považovať za jeden z trendov transformácie maloobchodu.

Na záver je nevyhnutné podotknúť, že z danej databázy možno hodnotiť podnikateľské subjekty (v maloobchode), nie maloobchod ako taký. Analyzované skutočnosti s reálnou situáciou maloobchodu chápaného ako súbor obchodných aktivít, ktoré vedú k realizovaniu výmeny tovarov a služieb so zámerom uspokojiť potreby jednotlivca, rodiny alebo domácností, či už v obchode alebo prostredníctvom niektorej z foriem mimoobchodného predaja (Bennett 1995, s. 245) v regióne vôbec nemusia súvisieť, čo je zrejme aj z výsledkov analýz. Preto pri interpretácii výsledkov je potrebné prihliadať na možnosti využitia databázy v súvislosti s ďalšími determinantami a taktiež aj v súvislosti s aplikovanou mierkou výskumu.

Literatúra

- BENNETT, P. D. 1995: *Dictionary of marketing terms*. Chicago: American Marketing Association, 336 s.
- CLAPSON, M. 2003: *Suburban Century. Social Change and Urban Growth in England and the United States*. New York: Berg, 235 s.
- DAWSON, J.A. (ed.) 1981: *Retail Geography*. London: Croom Helm, 248 s.
- FERTAĽOVÁ, J. 2005a: Regionálnogeografické aspekty hodnotenia vývoja maloobchodu na Slovensku po roku 1989. *Folia Geographica*, 8, 5-12.
- FERTAĽOVÁ, J. 2005b: Some methodological issues in classification of retail stores (with examples from European countires). *Folia geographica*, 8, 13-19.
- FERTAĽOVÁ, J. 2006a: Vplyv internacionalizácie maloobchodu na Slovensku na nákupné správanie sa zákazníkov vybraných veľkoplošných predajní. *Forum Statisticum Slovaca*, 2, 43-48.
- FERTAĽOVÁ, J. 2006b: Evaluation of attendance in selected hypermarkets and shopping stores in the towns of Prešov and Košice. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis Facultas Rerum Naturalium, Geographica*, 39, 19-29.
- FERTAĽOVÁ, J. 2007: Nákupné správanie sa spotrebiteľov veľkoplošných predajní (empirický príklad z Prešova a Košíc). In Kraft, S., Mičková, K., Rypl, J., Švec, P., Vančura, M., eds. . *Česká geografie v evropském prostoru: XXI. sjezd České geografické společnosti: sborník abstraktů, referátů*, České Budějovice 30.8.-2.9.2006. České Budějovice: Jihočeská universita v Českých Budějovicích, s. 29-35.
- FERTAĽOVÁ, J., KLAMÁR, R. 2006: Hodnotenie návštevnosti vybraných veľkoplošných predajní. *Folia Geographica*, 10, 140-155.
- FERTAĽOVÁ, J., SZCZYRBA, Z. 2006: Globalisation in Czech and Slovak retail: common and specific features. In Baar, V., ed. *Globalisation and its impact to society, regions and states*. Ostrava: University of Ostrava, s. 164-172.

- FERTAČOVÁ, J., VARGA, P. 2007: Application of the Huff's probability model on selected large-area retail units in Košice in the context of transformational changes in retail after 1989 in Slovakia. *Revija za geografijo: journal for geography*, 2, 2, 63-72.
- FERTAČOVÁ, J., VARGA, P. 2008: The Huff's probability model and its application on selected large-area units in Košice. *Folia Geographica*, 12, 77-88.
- GUY, C. 1980: *Retail Location and Retail Planning*. Farnborough: Gower, 193 s.
- KRIŽAN, F. 2005: Analýza dostupnosti vybraných maloobchodných sietí Slovenska (príkladová štúdia siete BILLA). In Zelenický, L., ed al., eds. *Zborník zo 6. vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov*. Nitra: FPV UKF, s. 237-240.
- KRIŽAN, F. 2007: Regionálna typológia územia Bratislava na základe dostupnosti supermarketov a hypermarketov. *Geografický časopis*, 59, 4, 373-385.
- KRIŽAN, F. 2009a: Dostupnosť vybraných zariadení služieb na území mesta Bratislava aplikáciou miery založenej na príležitostiach. *Acta geographica Universitatis Comenianae*, No. 53, 149-167.
- KRIŽAN, F. 2009b: Globalizácia maloobchodu: definícia základných procesov a ich analýza slovenskej geografii maloobchodu. *Geografický časopis*, 61, 1, 49-68.
- KRIŽAN, F., ALFÖLDIOVÁ, M., LAUKO, V. 2008: Vybrané prejavy transformácie terciárneho sektora mesta Galanta po roku 2000. In Klímová, V., ed. *XI. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*. Brno: Masarykova univerzita, s. 294-301.
- KRIŽAN, F., DANIELOVÁ, K. 2008: "Potravinové púšte" definované na základe merania dostupnosti - prípadová štúdia mesta Bratislava. *Urbanismus a územní rozvoj*, 11, 3, 26-30.
- KRIŽAN, F., TOLMÁČI, L. 2011: Geografická analýza transformačných trendov v maloobchode: prípadová štúdia Staré Mesto (Bratislava). In Kita, P. ed. *Geografický informačný systém ako zdroj strategickej inovácie podniku z hľadiska posilnenia jeho konkurencieschopnosti*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 53-59.
- KRIŽAN, F., TOLMÁČI, L. 2012: Geografické informačné systémy ako nástroje vizualizácie v problematike maloobchodu: úvod do problematiky. In Kita, P. ed. *Možnosti využitia geografického informačného systému ako zdroja strategickej inovácie podniku z hľadiska posilnenia jeho konkurencieschopnosti podnikov*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 57-65.
- KRIŽAN, F., TOLMÁČI, L., LAUKO, V. 2007: Intraurbánna dostupnosť super- a hypermarketov v Bratislave. In Klímová, V., ed. *10. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*. Brno: Masarykova univerzita, s. 228-238.
- KRIŽAN, F., TOLMÁČI, L., LAUKO, V. 2008: Identifikácia „potravinových púští“ na území mesta Bratislava aplikáciou mier dostupnosti. *Ekonomický časopis*, 53, 959-972.
- KRIŽAN, F., TOLMÁČI, L., LAUKO, V. 2009: Potravinársky maloobchod v rurálnom prostredí: kvalita nakupovania. *Acta geographica Universitatis Comenianae*, No. 53, 35-45.
- KRIŽAN, F., LAUKO, V., GALLOVÁ, L. 2010: Vybrané problémy potravinárskeho maloobchodu v rurálnom prostredí okresu Trenčín. In Fňukal, M. a kol. eds. *50 let geografie na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci*. Olomouc: Přírodovědecká fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, s. 391-401.
- KUNC, J. a kol. 2012: Nákupní spád, nákupní chování a nákupní centra: příklad brněnské aglomerace (příspěvek ke studiu denních urbánních systémů). *Sociologický časopis*, 48, 5, 879-910.
- LAUKO, V. 2003: Transformation of service network in the Bratislava's hinterland region. *Acta Universitatis Carolinae, Geographica*, 1, 219-229.
- LAUKO, V. 2004: Transformácia siete maloobchodných zariadení vo vidieckom zázemí Bratislavy po roku 1990. *Acta Facultatis Rerum Naturalium Universitatis Matthiae Belli. Geografické štúdie*, 12, 110-116.
- LAUKO, V. 2006: Transformácia služobných zariadení vo vidieckom zázemí Bratislavy. *Acta Geographica Universitatis Comenianae*, 47, 109-122.
- LAUKO, V., KRIŽAN, F., TOLMÁČI, L. 2008: Potravinársky maloobchod na Slovensku: rurálne prostredie, čas a miesto nákupu. *Acta Facultatis Rerum Naturalium Universitatis Comenianae, Geographica*, 51, 41-55.
- MITRÍKOVÁ, J. 2008: *Geografické aspekty transformácie maloobchodu a nákupného správania sa na Slovensku (prípadové štúdie z miest Prešov a Košice)*. Prešov: Prešovska univerzita v Prešove, 213 s.
- MITRÍKOVÁ, J., TOMČÍKOVÁ, I., LUKÁČOVÁ, A. 2012: Trávenie voľného času obyvateľmi Košíc v nákupných centrách ako nový druh víkendového cestovného ruchu. Význam ľudského potenciálu v regionálnom rozvoji. In Vitovská, J. ed. *Význam ľudského potenciálu v regionálnom rozvoji*. Zborník z konferencie. Podhájska: EEDA, 69-90.

- MLÁDEK, J. 1994: Trade utilities and its perception by Petržalka inhabitants. *Acta Facultatis Rerum Naturalium Universitatis Comenianae, Geographica*, 34, 95-110.
- MLÁDEK, J. a kol. 1995: Transformácia socioekonomickej a priestorovej štruktúry mestskej časti Petržalka. *Geographia Slovaca*, 10, 173-180.
- OČOVSKÝ, Š. 1973a: Geografická problematika obchodu na juhozápadnom Slovensku. *Geografický časopis*, 25(2), 122-135.
- OČOVSKÝ, Š. 1973b: Príspevok k štúdiu spádových území obchodných stredísk na Slovensku. *Geografický časopis*, 25(4), 289-298.
- OČOVSKÝ, Š. 1976: Vybrané problémy štúdia nákupných miest. *Geografický časopis*, 28(1), 23-36.
- OČOVSKÝ, Š. 1977: Odras výskumov vnútorného obchodu v geografickej literatúre. *Geografický časopis*, 29(1), 52-64.
- OČOVSKÝ, Š. 1986: Vzťah maloobchodu a sídelného systému na Východoslovenskej nížine. *Geografický časopis*, 38(1), 43-59.
- OČOVSKÝ, Š. 1993: Ťažisková problematika regionálnych výskumov maloobchodu (na príklade okresu Rimavská Sobota a Rožňava). *AFRNUC Geographica*, 32, 255-269.
- OČOVSKÝ, Š. 1994: Zmeny sídelnej štruktúry v zázemí Bratislavy. *Geographia Slovaca*, 7, 119-125.
- PULPITLOVÁ, M. 2002: Vybrané problémy veľkoplošnej maloobchodnej siete mesta Nitra. In Dubcová, A., Kramáreková, H., eds. *Geografické informácie 7 (diel I.): Zborník z XIII. kongresu SGS: Slovensko a integrujúca sa Európa*. Nitra: UKF, s. 227-234.
- PULPITLOVÁ, M. 2003: Transformácia maloobchodnej siete v SR. In Novák, S., ed. *Geografie IV: Geografické aspekty stredoevropského priestoru*. Brno: Masarykova univerzita, s. 133-137.
- PULPITLOVÁ, M. 2005a: Komparácia maloobchodnej siete mesta Nitra v rokoch 1992 a 2002. In Zelenický, L., et al., eds. *VI. vedecká konferencia doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov: zborník z medzinárodnej konferencie*. Nitra: FPV UKF, s. 277-280.
- PULPITLOVÁ, M. 2005b: Maloobchodná sieť mesta Nitra v rokoch 1992, 2002 a 2005. In Svatoňová, H., ed. *Geografie XVI: Geografické aspekty stredoevropského priestoru*. Brno: Masarykova univerzita, s. 337-342.
- ROSIČ, M. 2004: Zhodnotenie návštevnosti vybraných hypermarketov mesta Košice. In Wahla, A., ed. *Sborník z příspěvků z Mezinárodní geografické konference „Geografie a proměny poznání geografické reality“*. Ostrava: PF OU, s. 327-336.
- SPILKOVÁ, J. 2012: *Geografie maloobchodu a spotřeby: věda o nakupování*. Praha: Karolinum, 246 s.
- SPIŠIAK, P. 1994: Alimentary facilities of Petržalka. *Acta Facultatis Rerum Naturalium Universitatis Comenianae, Geographica*, 34, 23-32.
- SZCZYRBA, Z. 2005: *Maloobchod v ČR po roce 1989. Vývoj a trendy se zaměřením na geografickou organizaci*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 126 s.
- ŠVEDA, M., KRIŽAN, F. 2011: Vývoj bytovej výstavby v slovenských mestách v ostatných rokoch v časových a priestorových súvislostiach, *Regionální studia*, 5(2), 14-24.
- ŠVEDA, M., KRIŽAN, F. 2012: Prejavy komerčnej suburbanizácie vo vybraných odvetviach hospodárstva v zázemí Bratislavy. *Ekonomický časopis*, 60(5) 460-481.
- TOLMÁČI, L., LAUKO, V., KRIŽAN, F. 2005: Development of the network of super and hypermarkets in Slovakia after 1990 and its accessibility. In Zsilincsar, W., ed. *Neue Einzelhandelsstrukturen am Rande von Kleinstädten*. Graz: Karl-Franzens-Universität, s. 29-44.
- TOLMÁČI, L., KRIŽAN, F. 2011: Intraurbánna dostupnosť potravinárskeho maloobchodu: prípadová štúdia supermarketov v Bratislave. In *Geografický informačný systém ako zdroj strategickej inovácie podniku z hľadiska posilnenia jeho konkurencieschopnosti*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 69-75.
- TREMBOŠOVÁ, M. 2009a: Vývojové etapy maloobchodnej siete mesta Nitra v rokoch 1992-2008. In Hübelová, D. e. *Geografické aspekt stredoevropského priestoru*. Brno: Masarykova Univerzita, s. 161-165.
- TREMBOŠOVÁ, M. 2009b: Nitra – mesto obchodných centier. *Geografické štúdie*, 13, 1, 69-79.
- TREMBOŠOVÁ, M. 2009c: Intraurbánne spádové oblasti maloobchodnej vybavenosti mesta Nitra v roku 2008. *Geografické štúdie*, 13, 2, 93-109.
- TREMBOŠOVÁ, M. 2009d: Nákupné správanie nitrianskej populácie. *GEO Information*, 5, 130-133.
- TREMBOŠOVÁ, M. 2009e: Huffov model pravdepodobnosti výberu aplikovaný v obchodných centrách mesta Nitra. *Geografická revue*, 4(2), 448-459.
- TREMBOŠOVÁ, M. 2010a: Vybrané aspekty transformácie maloobchodu v meste Nitra v rokoch 1992-2008. *Geografický časopis*, 62(1), 49-73.

- TREMBOŠOVÁ, M. 2010b: Hierarchizácia teritoriálne obslužnosti predajní mesta Nitra v roku 2008. *Geografické štúdie*, 14(1) 75-82.
- TREMBOŠOVÁ, M., TREMBOŠ, P. 2009a: Etapy vývoja maloobchodnej siete mesta Nitra v rokoch 1992-2008. *Acta Geographica Universitatis Comenianae*, 53, 123-138.
- TREMBOŠOVÁ, M., TREMBOŠ, P. 2009b: Quo vadis nitriansky maloobchod? In Pucherová, Z., Canková, V. eds. *Problémy ochrany a využívania krajiny – teórie, metódy a aplikácie: zborník vedeckých prác*. Nitra: Združenie Biosféra, 349-353.
- VITURKA, M. a kol. 1998: *Investiční atraktivita vybraných měst České republiky*. Brno: Masarykova univerzita, 119 s.
- WRIGLEY, N., LOWE, M. (eds.) 1996: *Retailing, Consumption and Capital*. London: Longman, 280 s.
- WRIGLEY, N., LOWE, M. 2002: *Reading Retail: A Geographical Perspective on Retailing and Consumption Spaces*. London: Arnold, 280 s.

Príspevok bol finančne podporený projektom KEGA 036UK-4/2012 Geografia maloobchodu (50 %) a projektom VEGA 1/1143/12 Regióny: vývoj, transformácia a regionálna diferenciácia (50 %).

The Concentration of Businesses Entities in the Retail Sector in the Slovak Towns

Kristína BILKOVÁ, František KRIŽAN

Summary: Retail is one of the fastest transforming sectors of the economy, nevertheless, no sufficient attention is given to it in the Slovak geography. In the introductory part of the paper, the attention is paid to the most important articles in the Slovak retail geography.

The paper focuses on selected aspects of the retailing in Slovakia. The main aim of the paper was to analyze the spatial and temporal aspects of the retailing, which was evaluated by transforming trends in the retail sector in the context of selected characteristics of businesses entities (Register of businesses entities registered by Statistical Office of the Slovak Republic). As a basic reference unit, Slovak towns were selected and a period during 1994 – 2010. Framework description database were evaluated changes in the number and scope of businesses entities. During the whole period, the number of businesses entities was increasing in urban and also in rural environments. In the case of analyzing the temporal and spatial relations comparative analysis were applied. As a basic indicator index of concentration was selected.

The analysis result refers to so-called “surplus” and “deficiency” towns. On the territory of the Slovak Republic the “surplus” towns with a significant increase of business entities were identified.

Adresy autorov:

Mgr. Kristína Bilková
Katedra regionálnej geografie, ochrany a plánovania krajiny
Prírodovedecká fakulta, Univerzita Komenského
Mlynská dolina, 842 15 Bratislava,
kristina.bilkova04@gmail.com

doc. RNDr. František Križan, PhD.
Katedra regionálnej geografie, ochrany a plánovania krajiny
Prírodovedecká fakulta, Univerzita Komenského
Mlynská dolina, 842 15 Bratislava,
krizan@fns.uniba.sk