

Prejavy komerčnej suburbanizácie vo vybraných odvetviach hospodárstva v zázemí Bratislavy¹

Martin ŠVEDA* – František KRIŽAN**

The Manifestation of Commercial Suburbanization in the Selected Sectors of Economy in the Hinterland of Bratislava

Abstract

Due to a socio-economic transformation in Slovakian society we can observe changes in the spatial distribution of entrepreneurial activities. Along with the residential suburbanization we can identify processes leading to the redistribution of entrepreneurial activities in the hinterland of Bratislava. The aim of this paper is the analysis of commercial suburbanization in the Bratislava Functional Urban Region with special attention to retail and logistics. The results indicate that the Bratislava undergo initial phase of the decentralization of entrepreneurial activities.

Keywords: commercial suburbanization, entrepreneurial activities, retail, shopping centres, logistic areas, economic decentralization, hinterland of Bratislava

JEL Classification: O18, R11, R12, Y91

Úvod

V súvislosti s nárastom sociálno-ekonomickej diferenciácie spoločnosti možno v zázemí Bratislavy od druhej polovice 90. rokov dvadsiateho storočia pozorovať rozmanité prejavy procesov suburbanizácie, ktoré sa začali zintenzívňovať najmä po roku 2000 (Slavík a kol., 2011; Šveda, 2011; Zubriczký, 2004; 2010). Prebiehajúca redistribúcia obyvateľstva však neznamená len zvyšovanie počtu

* Martin ŠVEDA, Geografický ústav SAV, Štefánikova 49, 814 73 Bratislava; e-mail: geogsved@savba.s

** František KRIŽAN, Univerzita Komenského v Bratislave, Prírodovedecká fakulta, Katedra regionálnej geografie, ochrany a plánovania krajiny, Mlynská dolina, 842 15 Bratislava; e-mail: krizan@fns.uniba.sk

¹ Príspevok vznikol v rámci riešenia vedeckých projektov č. 2/0112/12 (50 %) a č. 1/1143/12 (50 %) financovaných grantovou agentúrou VEGA.

obyvateľov v prímestských obciach, ale zahŕňa celý komplex zmien v priestorovej organizácii spoločnosti. V uplynulom desaťročí možno pozorovať pozoruhodný nárast podnikateľských aktivít nielen v Bratislave, ale aj v jej širokom vidieckom zázemí. Do pôvodne poľnohospodárskej krajiny vstupujú nové funkčné prvky v podobe logistických areálov, maloobchodných a výrobných prevádzok. V tejto súvislosti si možno položiť otázku, či ide o prejavy komerčnej suburbanizácie, ktorá predstavuje dôležitý transformačný proces prebiehajúci v súčasnosti vo väčšine postsocialistických krajín (Guy, 1998; Sýkora a Ouředníček, 2007; Danielová, 2008; Spilková a Šefrna, 2010).

Zatiaľ čo *rezidenčná suburbanizácia* zahŕňa predovšetkým výstavbu nových lokalít (suburbii) na bývanie mimo jadrového mesta, termín *komerčná suburbanizácia* pokrýva rozmanitú zmes ľudských aktivít a javov v zázemí mesta. Ako podotýka L. Sýkora (2002), prejavy komerčnej suburbanizácie možno pozorovať prostredníctvom výstavby výrobných, skladovacích a nákupných areálov, ktoré sa lokalizujú v blízkosti veľkých dopravných križovatiek či iných dopravne výhodných lokalít, často však na okraji kompaktného mesta, kde nachádzajú dostatok priestoru na prevádzku a možnosti parkovania. Charakteristickým znakom komerčnej suburbanizácie je výstavba na dosiaľ poľnohospodársky využívanom území (tzv. *greenfields*), často bez nadväznosti na existujúcu sídelnú štruktúru. Aktérmi komerčnej suburbanizácie sa stávajú najmä flexibilné produkčné a distribučné systémy vyžadujúce rozsiahle voľné plochy územia s dobrým prístupom k regionálnej a lokálnej cestnej sieti (napr. logistické areály). Obmedzené priestorové kapacity mesta, ako aj vysoké ceny pozemkov vytláčajú priestorovo náročné prevádzky mimo mesta, kde nachádzajú nielen dostatok priestoru, ale aj výhodnejšie dopravné napojenie na cestnú infraštruktúru, než je to v dopravne prehustenom centre mesta. Tento presun aktivít však nemožno obmedziť len na veľké subjekty. Aktérmi komerčnej suburbanizácie sú aj malé obchodné jednotky a služby, pri ktorých nie je výhodná poloha v centre mesta rozhodujúcim kritériom. Sú to napríklad rôzne špecializované predajne a služby, ktoré využívajú nižšie náklady na prevádzku mimo mesta, a zároveň sú relatívne ľahko dostupné pre rozsiahly mestský trh. Treba však poznamenať, že k presunu podnikateľských aktivít dochádza len v určitom segmente, viaceré vysokošpecializované služby s potrebou *face-to-face* kontaktov zostávajú naďalej lokalizované v centre mesta (Dieleman a Wegener, 2004).

Podrobnejšie sa vznikom komerčnej suburbanizácie zaoberá Ptáček (2002), ktorý používa označenie „suburbanizácia nerezidenčných funkcií“. Jej prvé prejavy sa objavili v 60. rokoch dvadsiateho storočia v USA, kde s postupom rezidenčnej suburbanizácie narastala aj vzdialenosť medzi miestom bývania a miestom práce. Časová dostupnosť sa tak stáva neúnosnou, a preto dochádza

k suburbanizácii služieb pre obyvateľov v podobe lokácií supermarketov pri významných komunikáciách, pričom postupne ich nasleduje aj ľahký priemysel, a neskôr aj aktivity terciárneho a kvartérneho sektora.

Chápanie pojmu *komerčná suburbanizácia* je v literatúre značne nejednoznačné a aj k samotnému pomenovaniu by sme mohli mať viaceré výhrady týkajúce sa jeho sémantického obsahu, ale aj vhodnosti použitia (adjektívum „komerčný“ môže evokovať len obchodné aktivity). Vzhľadom na skutočnosť, že tento termín sa v ostatnom čase stal v geografickej literatúre pomerne frekventovaný (napr. Matlovič a Sedláková, 2007; Sýkora, 2002; Dieleman a Wegener, 2004; Spilková a Šefrna, 2010; Nuisl a Rink, 2003), používame ho aj v tomto príspevku na označenie všetkých ostatných suburbanizačných prejavov, ktoré nesúvisia priamo s bývaním (rezidenčnou suburbanizáciou). Aj keď presnejšie definovanie pojmu *komerčná suburbanizácia* v literatúre absentuje, pokúsme sa zhrnúť kľúčové atribúty tohto javu. Komerčnú suburbanizáciu je potrebné vnímať predovšetkým vzhľadom na:

- jej priestorovú lokalizáciu a oddelenosť od územia kompaktnej mestskej zástavby;
- motiváciu jej aktérov využiť vhodnejšie podmienky na obchodné, rekreačné, vzdelávacie a iné aktivity, ktoré sa nachádzajú za hranicami mesta.

Redistribúciu vybraných ekonomických funkcií v smere mesto – zázemie možno považovať za významný fenomén transformujúci regionálnu ekonomiku a presúvajúci ekonomické ťažisko z centra mesta bližšie k jeho tesnému zázemiu. Napriek relevantnosti komerčnej suburbanizácie v slovenskom prostredí, táto problematika dosiaľ nenašla širšie uplatnenie v ekonomických štúdiách.

V príspevku hodnotíme rozsah a intenzitu nárastu komerčných aktivít v zázemí mesta prostredníctvom analýzy zmien v počte a charaktere podnikateľských subjektov. Osobitný pohľad sme venovali zmenám v sieti obchodných prevádzok a rozvoju nákupných a logistických centier.

1. Podmienky vzniku komerčnej suburbanizácie v Bratislave

Bratislava získala po roku 1989 v rámci spájajúcej sa východnej a západnej Európy výhodnú geografickú polohu, vďaka ktorej sa stala veľmi atraktívnym miestom na podnikateľské zámery (Ondoš a Korec, 2004). Nielen funkcia hlavného mesta, ale aj výhodná geografická poloha prispeli k posilneniu pozície mesta ako brány pre zahraničných investorov a inovácie. Ekonomické reformy, privatizácia, priame zahraničné investície (PZI), stabilizácia politickej scény, vstup do EÚ a eliminovanie štátnej hranice ako bariéry (vďaka vstupu krajiny do schengenskej zóny) prispeli k zvýšeniu atraktivity regiónu Bratislava pre rozsiahle

(nadregionálne) investície. Z hľadiska zahraničných investícií majú najväčší podiel na transformácii zázemia Bratislavy najmä investície do automobilovej výroby. Investície spoločnosti *Volkswagen* a *PSA Peugeot Citroën* prispeli k lokalizácii viacerých výrobných a logistických prevádzok napojených na výrobný proces automobiliek. Príkladom je napríklad lokalizácia výroby v oblasti automobilov pri obci Lozorno (*Automobilový priemyselný park Lozorno*).

Nedostatok moderných kancelárskych a obchodných kapacít a celkovo poddimenzovaná úroveň služieb mesta viedli k intenzívnej nebytovej výstavbe, ktorá sa stala rozhodujúcou zložkou stavebného rozvoja centrálnej časti mesta. Bariéry architektonickej tvorby z obdobia socializmu boli nahradené takmer neobmedzenými možnosťami, ktoré viedli k výraznému rozčleneniu funkčných, architektonických a priestorových aspektov zástavby. Najdôležitejším impulzom rozvoja komerčnej suburbanizácie v zázemí Bratislavy bol nepochybne príchod nadnárodných obchodných reťazcov (prvý hypermarket bol vybudovaný v roku 1999 na okraji Petržalky v *OC Danubia*). Tie spočiatku využili voľné plochy v rámci širšieho centra mesta (vnútorného mesta) a neskoršie zaujali pozície na okraji kompaktno zastavaného mesta v blízkosti veľkých dopravných križovatiek. Nové obchodné zóny, ako napríklad *Centrum Danubia* v Petržalke či *Avion shopping park* v Ružinove sú prvkom suplujúcim nedostatočné vybavenie centrálnych zón a obytných štvrtí kompaktného mesta, ale aj nových rezidenčných štvrtí v suburbannej zóne (Gremlica, 2002).

Ostatné desaťročie prinieslo nebývalý nárast maloobchodných prevádzok a služieb rozmanitého druhu. Predovšetkým vo vnútornom meste došlo k výraznému zvyšovaniu podielu plôch komerčných aktivít na úkor nekomerčných a ekonomicky menej výnosných (bývanie, kultúra, školstvo a pod.). Tento proces sa zvykne označovať ako *komercializácia* (Matlovič, 2001). S narastajúcou intenzitou komerčných aktivít v centre mesta sa pozornosť investorov upriamila aj na staré priemyselné areály (tzv. *brownfields*). Príkladom úspešnej revitalizácie pôvodne priemyselného areálu je nákupné centrum *Eurovea*.

Nie všetky nové prevádzky však dokázali nájsť vhodné miesto v rámci existujúcej intraurbánnej štruktúry. Predovšetkým prevádzky náročné na priestor (hypermarkety, predajne automobilov, sklady a pod.) zaujali nové pozície na okraji zastavaného územia mesta, resp. na území obcí v tesnom zázemí mesta. Presun komerčných prevádzok mimo kompaktno zastavaného územia mesta môžeme označiť za prejav komerčnej suburbanizácie. Za jeden z prvých prejavov komerčnej suburbanizácie možno považovať výstavbu hypermarketu *METRO* v Ivanke pri Dunaji (v roku 2000). Treba však upozorniť, že rovnako ako pri posudzovaní prejavov rezidenčnej suburbanizácie, nie je jednoduché od seba odlíšiť procesy prebiehajúce v rámci mesta (komercializácia) a mimo

jeho územia (komerčná suburbanizácia). Za rozhodujúce faktory možno považovať jednak priestorovú oddelenosť nových komerčných aktivít od kompaktné zastavaného územia mesta, ale aj motívy jednotlivých aktérov (Sýkora, 2003; Ouředníček, 2007).

2. Metódy a dáta

Zatiaľ čo rezidenčnú suburbanizáciu možno pomerne detailne sledovať prostredníctvom demografických ukazovateľov a výstavby bytových jednotiek, presun komerčných aktivít z mesta môže mať rozmanité podoby a formy. Transfer výrobných či logistických prevádzok z mesta sa nemusí realizovať výlučne formou výstavby prevádzky na okraji obce. Vo veľkej miere firmy, najmä menšie, využívajú rodinné domy či nevyužívané poľnohospodárske družstvá na realizáciu svojich podnikateľských aktivít. Odhaliť presun konkrétnych prevádzok je pomerne zložité a možné len v lokálnej mierke výskumu.

V hrubých črtách sa však o rozsahu a intenzite komerčnej suburbanizácie možno dozvedieť prostredníctvom sledovania zmien v počte a zameraní podnikateľských subjektov prostredníctvom *Registra ekonomických subjektov*,² evidovaného Štatistickým úradom SR. Napriek detailnosti tejto databázy a jej mesačnej aktualizácii je potrebné upozorniť aj na jej obmedzenia. Tým najdôležitejším je, že evidencia podnikateľského subjektu sa nemusí zhodovať s jeho priestorovou lokalizáciou, resp. nezohľadňuje lokalizáciu iných prevádzok, okrem právneho sídla subjektu. Prostredníctvom tejto databázy teda nie je možné zachytiť sieť dcérskych prevádzok a prevádzok v rámci jedného (maloobchodného) reťazca. Vzhľadom na ekonomický potenciál obchodných reťazcov je toto obmedzenie pomerne významné.

Suburbanizácia zasahuje rôznou mierou intenzity široké zázemie Bratislavy (Šveda, 2010), preto je potrebné sledovať procesy suburbanizácie v takom priestore, ktorého konštrukcia je odrazom zložitých priestorových a funkčných vzťahov medzi mestom a jeho zázemím. V slovenskom prostredí takúto podmienku spĺňajú funkčné mestské regióny vyčlenené Bezákom (2000) na základe koncepcie denných urbánných systémov. Prímestský región Bratislavy je na účely

² Tento register obsahuje fyzické, právnické osoby a neziskové organizácie. Do kategórie podnikateľských subjektov patria akciové spoločnosti, spol. s r. o, komanditné spoločnosti, verejné obchodné spoločnosti, družstvá, štátne podniky a zahraničné subjekty. Zdrojom údajov sú: Obchodný register SR, Živnostenský register SR, neziskové organizácie evidované na MV SR a subjekty evidované ŠÚ SR. Databáza je vytváraná pre vlastné potreby Štatistického úradu SR a nemusí obsahovať všetky subjekty zapísané v OR SR a ŽR SR. Register sa aktualizuje mesačne. K júnu 2009 obsahovala okolo 740 000 subjektov. Vzhľadom na zachovanie kompatibility dát sme použili triedenie podľa OKEČ platné do 31. 12. 2007.

analýzy stotožnený s funkčným mestským regiónom (ďalej FMR), ktorý tvoria okresy Pezinok, Malacky, Senec a niektoré obce okresov Dunajská Streda, Galanta a Senica (spolu 108 obcí).

3. Prejavy komerčnej suburbanizácie v zmene počtu podnikateľských subjektov

Dynamika a priestorová variabilita prejavov komerčnej suburbanizácie sú pre jednotlivé odvetvia hospodárstva odlišné. Tabuľka 1 a obrázok 1 dokumentujú výsledky analýzy databázy podnikateľských subjektov v rokoch 2001 – 2009. Vo všeobecnosti možno konštatovať, že od roku 2003 počet podnikateľských subjektov pre všetky odvetvia hospodárstva v analyzovanom regióne mal vzostupný trend a v porovnaní s rokom 2001 vzrástol o 56 %. Celkovo sa v sledovanom období zvýšil počet podnikateľských subjektov v regióne o vyše 26 tis. Takýto enormný nárast odráža nielen hospodársky rast regiónu, ale aj nárast súkromného podnikania ako fenoménu transformujúcej sa postsocialistickej spoločnosti (Němec, 2001; Juríčková, 2001). Najviac sa rozrástol počet subjektov v kategórii obchodné služby (10 898 subjektov; 284 %), najnižší relatívny prírastok zaznamenala kategória priemyselných činností (1 152 subjektov; 66 %). V odvetví maloobchodného a veľkoobchodného predaja to bolo 4 700 subjektov, čo predstavuje prírastok 52 %.

T a b u ľ k a 1

Prírastok podnikateľských subjektov vo vybraných kategóriách OKEČ vo FMR Bratislava v období 2001 – 2009

Kategória OKEČ	Prírastok medzi rokmi 2001 – 2009	
	abs.	%
Poľnohospodárstvo, poľovníctvo a lesné hospodárstvo	145	88.96
Priemyselná výroba	1 152	66.17
Stavebníctvo	1 155	99.14
Veľkoobchod a maloobchod, oprava motorových vozidiel, motocyklov a spotrebného tovaru	3 883	42.84
Hotely a reštaurácie	922	206.26
Nehnuteľnosti, prenájom a obchodné činnosti	15 930	287.60
Školstvo	365	384.21
Zdravotníctvo a sociálna starostlivosť	633	959.09
Ostatné spoločenské, sociálne a osobné služby	865	206.94
Ostatné kategórie spolu	1 292	129.32
SPOLU	26 342	x

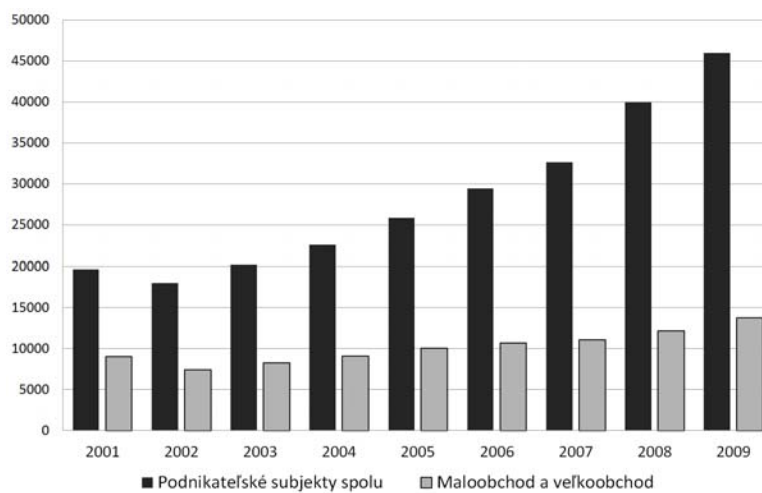
Prameň: Register ekonomických subjektov SR (2011); vlastné výpočty.

Prírastok podnikateľských subjektov v regióne však nemožno považovať z priestorového hľadiska za rovnomerný. Ich priestorové rozloženie vážené počtom obyvateľov znázorňuje obrázok 2. Okrem bratislavských mestských častí dosiahli

v analyzovanom regióne najväčší prírastok predovšetkým mestá v zázemí Bratislavy. Mestá Stupava, Senec, Pezinok a Šamorín zaznamenali v ostatnom desaťročí nielen značný prírastok počtu podnikateľských subjektov, ale aj rozšírenie ich diverzity o aktivity, ktoré sú typické skôr pre veľké mestá (napr. činnosti v oblasti nehnuteľností a prenájmu, počítačové činnosti a pod.) Tieto mestá tak profitujú z polohy v blízkosti Bratislavy, keď poskytujú priestor na podnikateľské aktivity závislé od trhu jadrového mesta.

O b r á z o k 1

Vývoj počtu podnikateľských subjektov v rokoch 2001 – 2009 vo FMS Bratislava

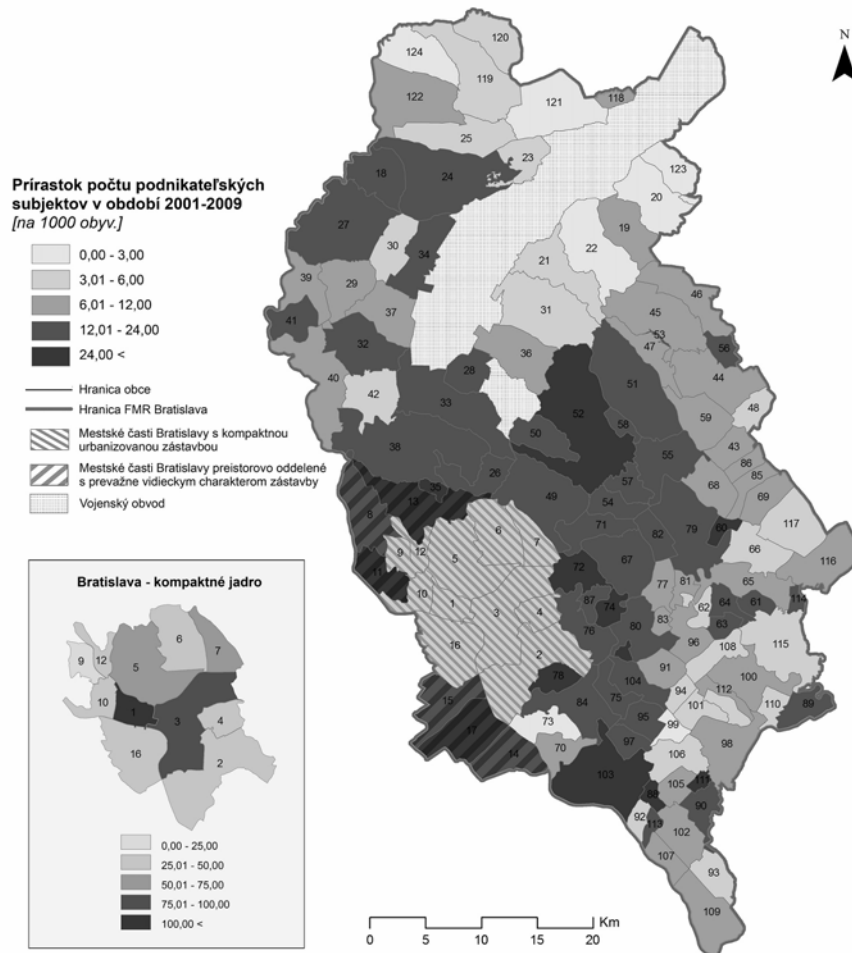


Prameň: Register ekonomických subjektov SR (2011).

Rozvoj podnikania možno sledovať aj vo fyzických premenách najmä centrálnych častí obcí, kde sa pôvodná rezidenčná funkcia nahradzuje menšími podnikateľskými prevádzkami. Príkladom môže byť lokalita *Mást* v meste Stupava, ktorá predstavuje pôvodne samostatnú obec, tvorenú zástavbou starých domov popri hlavnej ceste spájajúcej Stupavu s Bratislavou. V súčasnosti je približne tretina domov premenená na maloobchodné prevádzky, servis, realitné kancelárie a pod. Z hľadiska percepcie pôvodných obyvateľov možno nárast počtu obchodných prevádzok vnímať ako výrazný zásah do charakteru obce. Na rozdiel od rezidenčnej výstavby, ktorá sa často realizuje na okraji obce a jej obyvatelia využívajú obec len ako „spáľňu“, nové sídla firiem prinášajú ľudské aktivity a tlak na dopravnú infraštruktúru. Spomedzi vidieckych obcí najväčší relatívny prírastok podnikateľských subjektov vo všetkých odvetviach hospodárstva dosiahli obce Marianka, Rovinka a Ivanka pri Dunaji. Aj keď v týchto obciach nevznikla žiadna veľká výrobná či logistická prevádzka, miesto na podnikanie tu našiel v uplynulom desaťročí veľký počet menších podnikateľských prevádzok.

Obrázok 2

Prírastok počtu podnikateľských subjektov vo FMR Bratislava v období 2001 – 2009

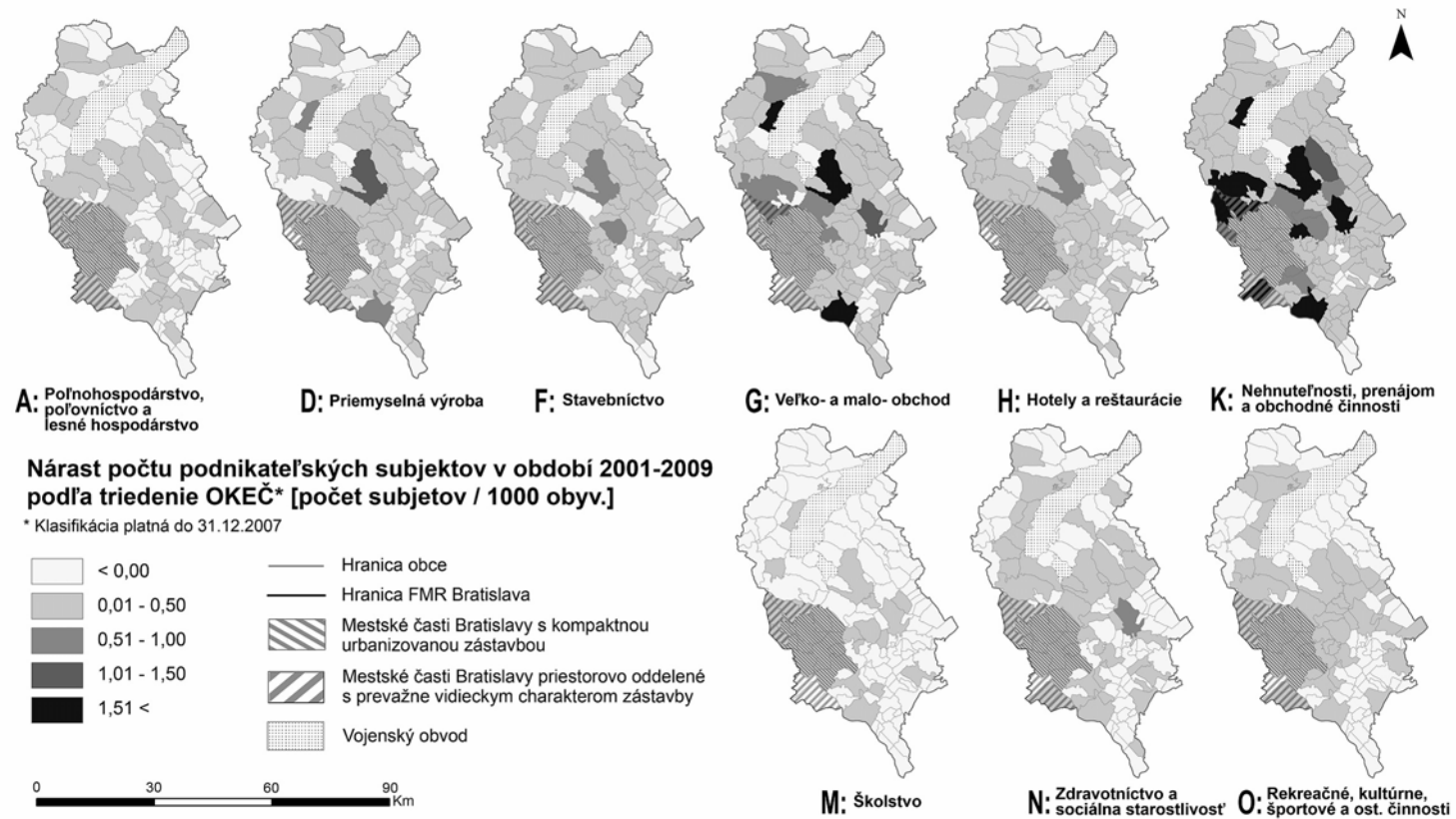


Vysvetlivky k mape: FMR Bratislava: 1 Staré Mesto, 2 Podunajské Biskupice, 3 Ružinov, 4 Vrakuňa, 5 Nové Mesto, 6 Rača, 7 Vajnory, 8 Devínska Nová Ves, 9 Dúbravka, 10 Karlova Ves, 11 Devín, 12 Lamač, 13 Záhorská Bystrica, 14 Čunovo, 15 Jarovce, 16 Petržalka, 17 Rusovce, 18 Malé Leváre, 19 Plavecké Podhradie, 20 Plavecký Mikuláš, 21 Rohožník, 22 Sološnica, 23 Studienka, 24 Veľké Leváre, 25 Závod, 26 Borinka, 27 Gajary, 28 Jablonové, 29 Jakubov, 30 Kostolište, 31 Kuchyňa, 32 Láb, 33 Lozorno, 34 Malacky, 35 Marianka, 36 Pernek, 37 Plavecký Štvrtok, 38 Stupava, 39 Suchohrad, 40 Vysoká pri Morave, 41 Záhorská Ves, 42 Zohor, 43 Báhoň, 44 Budmerice, 45 Častá, 46 Doľany, 47 Dubová, 48 Jablonec, 49 Svätý Jur, 50 Limbach, 51 Modra, 52 Pezínok, 53 Píla, 54 Slovenský Grob, 55 Šenkvice, 56 Štefanová, 57 Viničné, 58 Vinosady, 59 Višňuk, 60 Boldog, 61 Hrubá Borša, 62 Hrubý Šúr, 63 Hurbanova Ves, 64 Kostolná pri Dunaji, 65 Kráľová pri Senci, 66 Reca, 67 Bernolákovo, 68 Blatné, 69 Čataj, 70 Hamuliakovo, 71 Chorvátsky Grob, 72 Ivanka pri Dunaji, 73 Kalinkovo, 74 Malinovo, 75 Miloslavov, 76 Most pri Bratislave, 77 Nová Dedinka, 78 Rovinka, 79 Senec, 80 Tomášov, 81 Tureň, 82 Veľký Biel, 83 Vlky, 84 Dunajská Lužná, 85 Igram, 86 Kaplná, 87 Zálesie, 88 Báč, 89 Blahová, 90 Blatná na Ostrove, 91 Čakany, 92 Dobrohoš, 93 Horný Bar, 94 Hubice, 95 Hviezdoslavov, 96 Janíky, 97 Kvetoslavov, 98 Lehnice, 99 Mierovo, 100 Nový Život, 101 Oľdza, 102 Rohovce, 103 Šamorín, 104 Štvrtok na Ostrove, 105 Trnávka, 106 Veľká Paka, 107 Vojka nad Dunajom, 108 Zlaté Klasy, 109 Bodíky, 110 Bellova Ves, 111 Macov, 112 Čenkovce, 113 Kyselica, 114 Jánovce, 115 Jelka, 116 Pusté Úľany, 117 Veľký Grob, 118 Bilkove Humence, 119 Borský Svätý Jur, 120 Kuklov, 121 Lakšárska Nová Ves, 122 Moravský Svätý Ján, 123 Plavecký Peter, 124 Sekule.

Prameň: Register ekonomických subjektov SR (2011); vlastné výpočty.

Obrázok 3

Zmena počtu podnikateľských subjektov vo vybraných kategóriách OKEČ vo FMR Bratislava v období 2001 – 2009



Prameň: Register ekonomických subjektov SR (2011); vlastné výpočty.

Pri detailnejšom pohľade na štruktúru podnikateľských subjektov (obr. 3) možno pozorovať niekoľko zaujímavých tendencií v zmenách štruktúry a zameraní firiem v zázemí Bratislavy. Najmenej progresívnou oblasťou činností bola skupina poľnohospodárskych subjektov. Vyše polovica obcí (55 %) zaznamenala stagnáciu, resp. úbytok v počte poľnohospodársky zameraných podnikateľských subjektov.

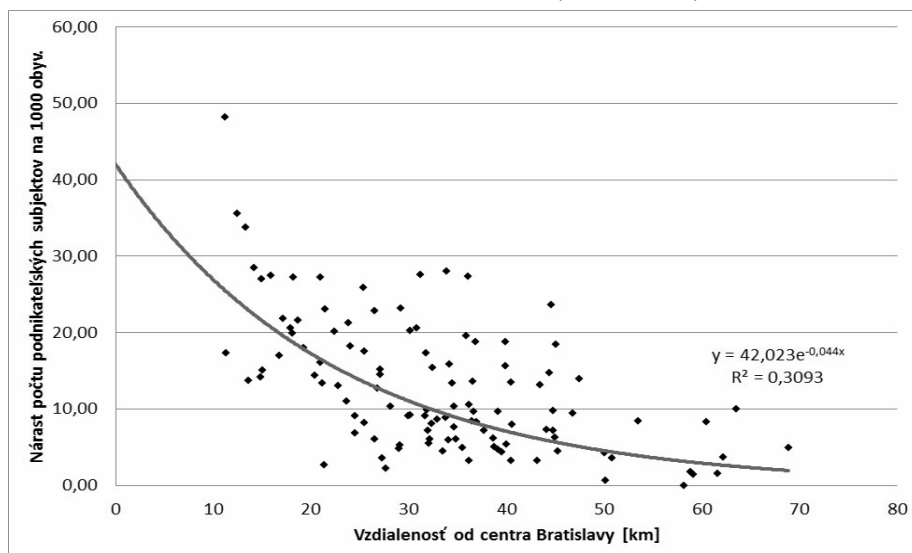
Na druhej strane najdynamickejšou oblasťou podnikania bola oblasť nehnuteľností, prenájmu a obchodných činností. Predovšetkým kategória „iné obchodné služby“ zaznamenala výrazný nárast v celom regióne, no hlavne v mestách Stupava, Malacky, Senec, Pezinok a Šamorín. Nemenej výrazný bol nárast maloobchodných a veľkoobchodných prevádzok, ktorý bol najintenzívnejší v obciach v tesnom susedstve s Bratislavou (Záhorská Bystrica, Ivanka pri Dunaji), ako aj vo všetkých mestách skúmaného regiónu. V odvetví maloobchod a obchod došlo v regióne k celkovému prírastku podnikateľských subjektov o 52 %. Tento prírastok bol priestorovo heterogénny, pričom 39,5 % všetkých obcí zaznamenalo nadpriemerný rast počtu subjektov.

Vo všeobecnosti možno konštatovať, že suburbanizačné procesy sa v niektorých obciach regiónu neprejavujú len prostredníctvom výstavby rezidenčných lokalít, ale aj rozširovaním a diverzifikáciou podnikateľských aktivít. Na druhej strane, najmenej intenzívny bol rast podnikateľských aktivít v okrajových obciach funkčného mestského regiónu, a to najmä v tých, ktoré sa nachádzajú mimo hlavných dopravných koridorov vychádzajúcich z mesta (diaľnica D1, D2 a cesta 1/63). Ide o vzdialenejšie podmalokarpatské obce a obce v juhovýchodnej časti regiónu. V prípade obchodných prevádzok bol nárast najintenzívnejší v obciach v tesnom kontakte s Bratislavou (Záhorská Bystrica, Ivanka pri Dunaji) a taktiež vo všetkých mestách v analyzovanom regióne.

Z priestorového usporiadania sledovaného ukazovateľa je možné sledovať závislosť medzi prírastkom počtu podnikateľských subjektov a vzdialenosťou od jadrového mesta. Na grafe (obr. 4) možno pozorovať znižovanie prírastku podnikateľských aktivít s narastajúcou cestnou vzdialenosťou od centra mesta. Vzdialenosť od centra mesta je tak kľúčovým diferenciačným faktorom podieľajúcim sa na etablovaní nových (resp. presunu existujúcich) podnikateľských aktivít. Zároveň znázorňuje aj rozsah a intenzitu komerčnej suburbanizácie v zázemí Bratislavy. Zatiaľ čo pri niektorých parciálnych kategóriách podnikateľských subjektov (priemyselná výroba, zdravotníctvo) bol prírastok pomerne nerovnomerný a bez hlbšej priestorovej závislosti, iné kategórie, ako napríklad hotely a reštaurácie, rekreačné činnosti, a obchodné činnosti, vykázali relatívne silnú závislosť od polohy k Bratislave s tendenciou najintenzívnejšieho rastu v tesnom zázemí mesta.

Obrázok 4

Relatívny prírastok počtu podnikateľských subjektov v obciach FMR Bratislava v závislosti od vzdialenosti od centra Bratislava (2001 – 2009)

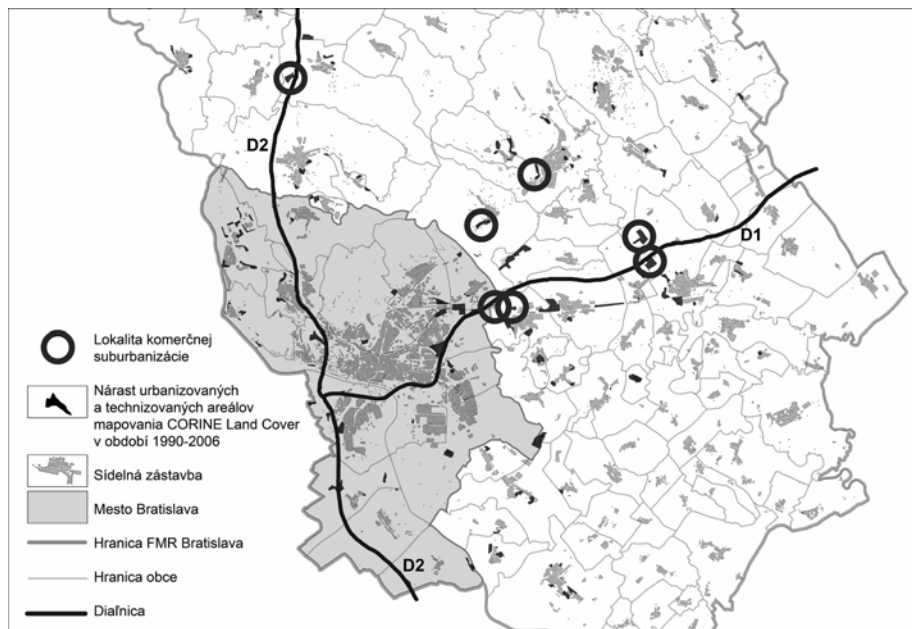


Poznámka: Zahnuté sú aj mestské časti Bratislavy s prevažne vidieckym charakterom zástavby a priestorovo oddelené od mesta (Devín, Devínska Nová Ves, Záhorská Bystrica, Jarovce, Rusovce, Čunovo).

Prameň: Register ekonomických subjektov SR (2011); vlastné výpočty.

Obrázok 5

Vybrané lokality komerčnej suburbanizácie v zázemí Bratislavy



Prameň: Mapové služby CORINE Slovakia; vlastný výskum.

Uvedená analýza nárastu počtu podnikateľských subjektov nerozlišuje medzi veľkosťou prevádzok a neumožňuje odhaliť práve tie prevádzky, ktoré sa významnou mierou podieľajú na premenách fyzického prostredia krajiny v zázemí Bratislavy. Využitím analýzy zmien v krajinej pokrývke prostredníctvom databázy CORINE Land Cover a poznatkov z terénneho prieskumu možno identifikovať najvýznamnejšie lokality komerčnej suburbanizácie. Ich spoločným znakom je výstavba na „zelenej lúke“ a lokalizácia v blízkosti diaľničného koridoru. Obrázok 5 znázorňuje lokalizáciu vybraných areálov, ktoré majú znaky komerčnej suburbanizácie. Na tomto mieste však treba poznamenať, že pri definovaní aktérov a objektov komerčnej suburbanizácie sa nevychádza z exaktne stanovených kritérií, ktoré by jednoznačne určovali, čo je a čo nie je prejavom komerčnej suburbanizácie. Lokalizácia výrobných či logistických areálov v blízkosti mesta nemusí byť len prejavom suburbanizačných procesov, ale aj odrazom vplyvu nadregionálnych faktorov, ako napríklad dostupnosť trhov, napojenie na nadnárodnú dopravnú sieť a pod. Sýkora (2003) uvádza, že výskum prejavov suburbanizácie by mal zahŕňať poznanie motívov aktérov na individuálnej úrovni a zistenie všetkých podmienok, ktoré viedli k jeho lokalizácii v prímestskej zóne. Na základe takéhoto prístupu potom možno výstavbu obchodného centra v blízkosti Bratislavy považovať za prejav (komerčnej) suburbanizácie, keďže jej umiestnenie je predovšetkým dôsledkom expanzívneho rastu mesta do okolitej vidieckej krajiny. Na druhej strane, realizácia logistického centra obchodného reťazca pri Bratislave nemusí byť jednoznačne prejavom suburbanizácie, ale aj dôsledkom výhodnej dopravnej polohy vzhľadom na sieť obchodných prevádzok.

4. Prejavy komerčnej suburbanizácie v širších súvislostiach nebytovej výstavby

V ostatných rokoch je pre suburbánne zóny charakteristická výstavba nákupných centier a logistických areálov. Aj z toho dôvodu sa v ďalšej analýze detailnejšie venujeme práve nákupným centrom a logistickým areálom.

4.1. Nákupné centrá

Politické zmeny po roku 1989 predstavujú dôležitý vývojový medzník v slovenskom obchode a sú zodpovedné za „revolúciu“ v tomto sektore hospodárstva. Tieto zmeny mali za následok liberalizáciu ekonomického trhu spojenú s privatizáciou a navracaním majetkov pôvodným vlastníkom. Ekonomická liberalizácia bola impulzom na vznik širokého spektra podnikateľských aktivít, pre ktoré bol obchod vzhľadom na deficit, zdedený z čias socialistického centrálného

plánovania, silno motivujúcim odvetvím. Často dochádzalo až k premotivovaniu, resp. presýteniu trhu predajňami. Priestorovo neorganizovaný prudký rozvoj maloobchodných predajných jednotiek rôznej organizačnej a veľkostnej štruktúry predstavoval začiatok etapy zvanej *atomizácia maloobchodnej siete*.

Za ostatné dve dekády došlo v maloobchode (obchode) na území Slovenska k výrazným štruktúrnym a priestorovým premenám (Fertaľová, 2005; Lauko, 2006; Pulpitlová, 2003; Trembošová, 2010). Taktiež sa zmenilo aj správanie spotrebiteľa (Fertaľová, 2006; Križan, Tolmáči a Lauko 2009; Lauko, Križan a Tolmáči, 2008; Mitříková, 2008; Viestová, 1996). Postupne slovenský obchod začali (zákonite) ovplyvňovať procesy ako globalizácia, internacionalizácia, koncentrácia a pod. (Čihovská, 2004; Kita, 2008; Križan, 2009; Lesáková, 2004). Všetky uvedené trendy sú dôsledkom alebo prejavom globalizačných procesov v európskom (svetovom) obchode, na ktoré, prirodzene, reaguje aj slovenský obchod. Tieto procesy priniesli na slovenský trh podstatné zmeny, akými sú budovanie sietí supermarketov, hypermarketov, diskontných predajní a pod., pričom neoddeliteľnou súčasťou slovenského maloobchodu sa stali veľkoplošné predajne.

Prvý hypermarket na Slovensku nebol otvorený v hlavnom meste Bratislava, ale v Nitre 12. 6. 1999 (*Tesco*). V Bratislave bol prvý hypermarket (*Tesco*) otvorený v tom istom roku a prvým obchodným centrom v Bratislave (na Slovensku) bolo *OC Danubia*, otvorené v júni roku 2000. V novembri roku 2000 bolo otvorené prvé nákupno-zábavné centrum na Slovensku, *Polus City Center*.

Vo všeobecnosti možno analyzované územie v súvislosti s lokalizáciou nákupných centier rozdeliť do dvoch makroregiónov. Prvý z nich je samotné mesto Bratislava (vnútorný makroregión) ako obchodné centrum nadregionálneho významu s 19 obchodnými centrami. V tomto prípade možno hovoriť o dvoch skupinách nákupných centier (NC). Kým NC prvej skupiny sú lokalizované v centrálnych (urbánnych) častiach mesta v kontexte komercializácie, NC druhej skupiny boli postavené na periférii mesta v kontexte komerčnej suburbanizácie. Tendenciou vývoja maloobchodu Bratislavy v porovnaní s inými európskymi alebo svetovými metropolami je protikladný trend lokalizácie NC (Dudek-Maňkowska a Križan, 2010). Kým pre iné metropoly sú rozľahlé NC charakteristické pre suburbánne zóny, v Bratislave boli vystavané a niektoré sa v budúcnosti plánujú stavať v lokalitách blízko centra mesta s vhodnou dostupnosťou pomocou mestskej hromadnej dopravy. Takými NC sú *Eurovea*, *River Park*, *Aupark*, *Polus City Center*, *Apollo BC*). V prípade týchto nákupných centier často dochádza k prepojeniu buď obchodnej a administratívnej funkcie centra (*Aupark*, *Eurovea*, *Apollo BC*), alebo obchodnej a obytnej funkcie centra (*Cubicon*, *River Park*, *Eurovea*). Druhú skupinu predstavujú NC lokalizované na periférii mesta v blízkosti významných dopravných ťahov a s prepojenosťou na suburbánu

zónu mesta (*OC Galéria, OC Danubia, Avion Shopping Park, Shopping Palace, Soravia Shopping Park, OC Rača* a i.). Z priestorového hľadiska možno centrum mesta (aj vzhľadom na plánované projekty) považovať za presýtené maloobchodnými jednotkami vo formáte NC. Zostávajúce periférne NC sú lokalizované prevažne vo východnej časti mesta. Výrazne poddimenzovaná bola v nedávnej minulosti západná časť mesta, kde postavili viaceré obchodné jednotky (*OC Galéria, Storeland, Metro*³) a plánujú sa ďalšie (*Bory Mall, OC Hodonínska ulica*).

Druhý (vonkajší) makroregión predstavuje ostatné územie FMR (mimo územia Bratislavy). Tento makroregión možno priestorovo členiť do niekoľkých menších regiónov (severný, východný, južný a západný). V severnom regióne má dominantné postavenie mesto Pezinok. Ako regionálne centrum obchodu disponuje dvoma nákupnými centrami (*NC Molo* a *OC Plus*). Kým *NC Molo* možno podľa zvolených kritérií (vzhľadom na formu, lokalizáciu, charakter prevádzok a nadregionálne pokrytie) považovať za prejav komerčnej suburbanizácie, *OC Plus* lokalizované v centre vzniklo prevažne na základe vnútromestských potrieb. V iných lokalitách severného regiónu neboli identifikované prejavy komerčnej suburbanizácie na príklade nákupných centier.

Vo východnej časti FMR patrí k najstarším predajným jednotkám vzniknutým v procese komerčnej suburbanizácie *Metro Cash & Carry* v Ivanke pri Dunaji. Rádus pôsobnosti predajne je zameraný na Bratislavu, ako aj východnú a južnú časť FMR. Obdobne je možné hodnotiť aj ďalšiu obchodnú jednotku tejto spoločnosti postavenú v mestskej časti Devínska Nová Ves. Aj keď je predajňa lokalizovaná na území mesta, obchodný potenciál siaha ďaleko na západ so snahou pokryť značnú časť Záhoria. Maloobchodné kapacity východného regiónu však ešte stále nie sú naplnené. Svedčia o tom zábery investorov, ktorí v najbližších rokoch plánujú postaviť ďalšie veľkometrážne predajné jednotky. K najväčším z nich (v prvej etape 8 500 m²) bude patriť *DI-Outlet* lokalizovaný pri Senci. Typický prejav komerčnej suburbanizácie vychádza z predpokladu priaznivej dostupnosti (diaľnica D1), akčného rádiusu predajne (do 90 min. je predajňa prístupná pre niekoľko miliónov spotrebiteľov) a kúpnej sily spotrebiteľov (bratislavský, trnavský, nitriansky región, rakúske a maďarské pohraničie).

Južný región FMR Bratislava predstavuje významnú oblasť rezidenčnej suburbanizácie Bratislavy (Šveda, 2011). Na rozvoj nákupných centier v tomto regióne vplývajú dva faktory. Obyvatelia regiónu sú výrazne naviazaní na Bratislavu (práca, nákupy, kultúra a pod.), pričom suburbanná zóna slúžia takmer výlučne na prenocovanie. Druhým faktorom je menej priaznivá dostupnosť

³ Aj keď *Metro Cash & Carry SR*, s. r. o., podľa klasifikácie International Council of Shopping Centres (ICSC 2005) nepatrí do kategórie nákupných centier, možno ho považovať za najvýznamnejšiu veľkoobchodnú jednotkou v regióne v zmysle prejavu komerčnej suburbanizácie.

a poddimenzovaná dopravná infraštruktúra. Aj preto rozvoj NC v tejto oblasti stagnuje. Lokálny až regionálny význam má *NC Arena* v Šamoríne na spojnici miest Bratislava a Komárno. V tomto prípade však nejde o prejav komerčnej suburbanizácie, ale rozvoj maloobchodnej siete mesta.

V *západnom* regióne neboli identifikované znaky komerčnej suburbanizácie na príklade nákupných centier. Obyvatelia regiónu využívajú makroregión mesta Bratislava (priaznivá dostupnosť vzhľadom na diaľnicu D2), aj keď súčasné kapacity NC nepostačujú požiadavkám spotrebiteľov v dostatočnej miere. Aj preto sú v tejto časti FMR, resp. na periférii mesta plánované rozsiahle projekty so snahou pokryť spádovú oblasť Záhorie. V priestore medzi Lamačskou bránou a automobilkou Volkswagen (lokality *Bory*) je naplánovaná rozsiahla výstavba, ktorej súčasťou má byť aj veľkoplošné nákupné centrum (*Bory Mall*). Doteraz boli v lokalite vybudované len jednoduchšie predajne typu *big-box* (*Baumax*, *Metro*) a menšie nákupné centrum *Storeland*.

V budúcnosti po dokončení začatých a plánovaných projektov (*Bory Mall*, *OC Hodonínska*, *Petržalka-juh*, *Twin City*) možno predpokladať zaplnenie trhu predajňami formátu nákupné centrum. V regióne bude prekročený európsky priemer predajnej plochy a trh bude na istý čas nasýtený. Na druhej strane je potrebné podotknúť, že sa začína prejavovať aj fenomén menších obchodných centier v suburbánnych zónach. Ako príklad možno uviesť *OC Monar* (3 800 m²) v rezidenčnej štvrti v lokalite *Čierna Voda* (obec Chorvátsky Grob). Keďže na trhu rezidenčných suburbií v ostatných rokoch konkurencia prudko narastá, cieľom niektorých developerov je okrem ponuky bytov zabezpečiť obyvateľom aj služby, ktoré v mnohých lokalitách absentujú.

4.2. Logistické areály

Počas prvej polovice transformačného obdobia sa sektor logistiky podieľal na stavebnom rozvoji regiónu len vo veľmi malej miere a do roku 2003 nezaznamenal výraznejšiu stavebnú aktivitu. Obdobie do roku 2003 možno charakterizovať predovšetkým množstvom rekonštrukcií starších skladových a výrobných objektov, ktoré zostali nevyužité po zrušení prevádzok výrobných podnikov z obdobia socializmu. Avšak bývalé výrobné areály len obmedzene spĺňali nároky na moderné distribučné prevádzky. Z priestorového hľadiska sa výstavba logistických prevádzok v tomto období viazala na existujúce priemyselné areály v Bratislave. V samotnom meste sa v úvodnej etape dobudovali viaceré objekty predovšetkým v Petržalke (*Kopčianska ulica*) a menšie skladové priestory pribudli na východnom okraji mesta v okolí *Tuhovskej ulice*. Rýchly rast slovenského hospodárstva v ostatnom desaťročí však priniesol potrebu vybudovania moderných logistických centier. Z hľadiska polohových a ekonomických faktorov bol región

Bratislavy najvhodnejším priestorom. Blízkosť zahraničných trhov, vybudovaná diaľničná infraštruktúra a silné ekonomické zázemie prispeli k dynamickému rastu tohto odvetvia. Dynamika výstavby logistických centier v tomto regióne mala od roku 2003 stúpajúcu tendenciu s vrcholom objemu výstavby v rokoch 2008 – 2010.

Približne do roku 2003 sa skladovacie kapacity nachádzali predovšetkým na území Bratislavy. Ich priestorové rozloženie môžeme charakterizovať tromi hlavnými regiónmi koncentrácie (východný, južný, západný).

Východný región (MČ Ružinov, Nové Mesto, Vajnory) je priamo naviazaný na diaľničný ťah D1. V tejto časti sa nachádza najväčšie množstvo skladových objektov, pričom prístup sa značne zlepšil dobudovaním diaľničného obchvatu v zóne Vajnory – Prístavný most v roku 2002. Sklady pochádzajúce z obdobia 50. až 80. rokov dvadsiateho storočia sú lokalizované najmä v okolí Seneckej cesty.

Južný región (MČ Petržalka). Ide najmä o lokalitu v okolí Kopčianskej ulice, kde sú situované aj colné sklady, ktorá je dopravne naviazaná na diaľničný ťah D2 v smere na Győr a D4 (A6) v smere na Viedeň.

Západný región (MČ Devínska Nová Ves, Lamač) mal začiatkom uplynulej dekády najmenší skladový potenciál. Jeho význam však začal stúpať hlavne vďaka prítomnosti závodu Volkswagen Slovakia. Región je naviazaný na diaľničný ťah D2 Brno – Praha. Táto oblasť disponovala do roku 2002 zatiaľ najmodernejšími skladmi a výrobnými priestormi na území Bratislavy.

V ďalšej etape sa rozvoj logistických areálov presunul mimo územia Bratislavy. Potreba rozsiahlych voľných plôch a efektívneho napojenia na cestnú infraštruktúru sústredila vznik moderných logistických centier do dvoch lokalít: Senec a Lozorno – Malacky.

Z hľadiska veľkosti je v súčasnosti na Slovensku najväčším logistickým regiónom zóna v okolí mesta Senec. V blízkosti diaľničného zjazdu a len 20 km od Bratislavy vznikol v priebehu rokov 2004 – 2010 rozsiahly logistický komplex, ktorý tvorí niekoľko samostatných projektov. Medzi najväčšie patrí *Senec Cargo Center* so 45 000 m² logistickej a skladovacej plochy, *Parkridge Distribution Park Bratislava* (83 000 m²) a *Bratislava Logistics Park* (65 000 m²). Každý areál pritom tvorí len časť niekoľko stohektárovej plochy zóny, takže rezervy na ďalšie rozširovanie sú značné. Okrem týchto prevádzok distribučný sklad v Senci majú aj niektoré nadnárodné maloobchodné reťazce, ako napríklad *Billa* a *Tesco*. V širšom priestore diaľnice D1 vznikli ešte tri väčšie projekty. V roku 2005 bola dokončená výstavba logistického centra *Bratislava Rača I, II* s celkovou prenajímateľnou plochou 69 000 m², na okraji mesta Svätý Jur bol vybudovaný logistický park (31 500 m²) a medzi Vajnormi a Ivankou pri Dunaji vznikol menší logistický areál (18 000 m²).

Územie v okolí diaľnice D2 je druhou oblasťou, kde sa rýchlo rozvíja výstavba logistických parkov a centier. Kľúčovú úlohu zohrali najmä investície automobilky Volkswagen v mestskej časti Devínska Nová Ves, ktoré podnietili vznik viacerých prevádzok v oblasti automobilky. Začiatkom minulého desaťročia bol v priestore bývalej tehelne vybudovaný logisticko-montážny areál pre dodávateľov závodu s výmerou 80 000 m². V tomto areáli našli priestor prevažne nemeckí investori, ktorí systémom *just-in-time* priebežne zásobujú prilahlý automobilový závod. Neskôr pri obci Lozorno vznikli priemyselné a skladovacie areály so zameraním na výrobu automobilových komponentov pod názvom *Auto Logistic Park Slovakia* (90 000 m²). Ďalším logistickým areálom Záhoria sa stal *WestPoint Park*, ktorý je lokalizovaný pri diaľničnom zjazde Lozorno. Projekt zahŕňa štyri haly, ktoré vytvárajú skladovacia plochu o veľkosti 85 000 m². Neďaleko obce Plavecký Štvrtok pri diaľnici D2 sa už desaťročie buduje priemyselný park *Eurovalley*. Na bývalých pozemkoch vojenského obvodu s celkovou plochou cca 1 200 hektárov majú podľa plánov investora okrem technologických a výskumných firiem nájsť priestor aj väčší priemyselní výrobcovia. Tento priemyselný park tvorí niekoľko samostatných zón, ktoré sa ťahajú v priestore od Lozorna až po Malacky. V súčasnosti sa využíva len malá časť tohto priestoru. Svoje distribučné centrum pre strednú Európu si v ňom napríklad zriadili *Whirlpool* a *Möbelix*. Vo výstavbe (rok 2011) je distribučné centrum *VGP Park* pri meste Malacky s projektovanou kapacitou 88 000 m².

V ďalšom období možno očakávať pokračujúci rast nadregionálnych logistických centier, ktorých stimulom rozvoja je najmä nižšia cena za prenájom plôch. Podľa údajov spoločnosti CBRE sú ceny prenájmov v objektoch na priemyselné využitie v Bratislave výrazne nižšie ako v ostatných krajinách V4 alebo vo Viedni. Najvyššiu cenovú úroveň dosahujú spomedzi porovnávaných miest Budapešť a Varšava, a to 6,60; resp. 6,40 eur/m²/mesiac. Na Slovensku to je v priemere len 3,00 – 4,50 eur/m²/mesiac. Developeri pravdepodobne obmedzia výstavbu špekulatívnych budov a zamerajú sa na budovania skladov na mieru nájomcov (*built-to-suite*). V prípade, ak dôjde k realizácii projektov, očakávame, že výstavba nových centier sa bude koncentrovať naďalej do oblasti lokalít Lozorno – Malacky a Senec.

5. Diskusia a záver

Komerčná suburbanizácia zahŕňa procesy, ktorých spoločným menovateľom je presun nerezidenčných aktivít do zázemia mesta. Vzhľadom na veľmi rozmanitý charakter týchto aktivít (maloobchod, výroba, logistika, výskum a vývoj) je analýza rozsahu a intenzity komerčnej suburbanizácie v Bratislave nesmierne

zložitá. Je však zrejme, že v súčasnosti rozsahom a intenzitou zaostáva za rezidenčnou suburbanizáciou (Šveda, 2011). Komerčnú suburbanizáciu reprezentuje predovšetkým výstavba logistických centier, ktorým dominujú lokality v Senci a Lozorne. Medzi tie najrozsiahlejšie patrí logistický park *Westpoint* pri obci Lozorno a logistický park *Senec Cargo Center*. Oba projekty zaberajú desiatky hektárov a sú situované v tesnej blízkosti diaľnice D2, resp. D1. Lokalizácia týchto centier však nie je výhradne produktom expanzie mesta do vidieckej krajiny (komerčnej suburbanizácie), ale aj dôsledkom nadregionálnych faktorov (blízkosť hraníc, poloha v rámci diaľničnej siete, nižšie prevádzkové náklady oproti okolitým krajinám a iné). Niektoré projekty (napr. *Storeland Lamač*, *Metro – Ivanka pri Dunaji*) majú znaky komerčnej suburbanizácie (priestorová oddelenosť od mesta, výstavba na „zelenej lúke“ a pod.), sú to však menšie projekty z veľkej časti integrované do mestskej maloobchodnej siete. Naopak, veľké projekty nákupných komplexov boli lokalizované v priestore širšieho centra mesta, kde využili staré priemyselné areály (*Eurovea*) či väčšie nezastavané plochy (*Aupark*, *Polus City Center*). Nákupné centrá s komplexmi hypermarketov, nákupných galérií, zábavných a stravovacích zariadení na voľných plochách zastavaných častí miest alebo v bezprostrednom susedstve zastavaného územia môžeme považovať za prejav komercializácie (Matlovič, 2001).

Prejavom komerčnej suburbanizácie v zázemí Bratislavy sú najmä menšie prevádzky využívajúce nižšie prevádzkové náklady mimo mesta. Ich nárast čiastočne zachytáva databáza *Registra ekonomických subjektov SR*. Z analýzy tejto databázy vyplýva enormný nárast počtu podnikateľských subjektov v širokom zázemí Bratislavy, najmä však v oblasti obchodných činností a maloobchodného predaja. Komerčná suburbanizácia sa tak v zázemí Bratislavy prejavuje najmä prostredníctvom presunu menších podnikateľských aktivít. Vo všeobecnosti dochádza k nárastu počtu podnikateľských subjektov, najmä v tesnom zázemí mesta. Vzdialenosť od centra mesta tak možno považovať za kľúčový diferenciačný faktor. Dominancia jadrovej časti Bratislavy z hľadiska počtu ekonomických subjektov je však stále veľmi výrazná, aj keď jej podiel na celkovom počte subjektov v regióne počas sledovaného obdobia 2001 – 2009 mierne klesol (–1,85 %). Vyššia dynamika nárastu podnikateľských subjektov v zázemí mesta (nárast o 266 %) však môže naznačovať potenciálny presun ťažiska nerezidenčných aktivít v budúcnosti.

Pri porovnaní s okolitými metropolami stredoeurópskeho regiónu (Praha, Varšava, Viedeň, Budapešť, prípadne Tallinn), v zázemí Bratislavy dosiaľ nevznikli rozsiahle nákupno-zábavné centrá lokalizované mimo územia mesta. Pri porovnaní rozsahu a intenzity komerčnej suburbanizácie v prostredí veľkých post-socialistických miest (Leetmaa a Tammaru, 2007; Sýkora a Ouředníček, 2007;

Timár a Váradi, 2001) možno hodnotiť prejavy tohto procesu ako relatívne nevýrazné a charakteristické menším plošným rozsahom. Medzi príčiny podieľajúce sa na tlmení prejavov komerčnej suburbanizácie možno zaradiť nasledovné:

- neuzavretá sídelná štruktúra ponúkajúca voľné plochy v rámci širšieho centra mesta,
- zaostávanie komplexného rozvoja mesta v dôsledku stagnácie počas nestabilnej politickej a ekonomickej situácie v 90. rokoch dvadsiateho storočia,
- neskoré dobudovanie nadregionálnej infraštruktúry (diaľničný obchvat mesta, tunel Sitina, napojenie na medzinárodnú diaľničnú sieť),
- hraničná poloha mesta v blízkosti konkurujúcich metropol (Viedeň, Brno, Győr),
- menšia populačná veľkosť mestského regiónu a z toho vyplývajúca aj menšia veľkosť regionálneho trhu.

Na dynamizáciu (resp. utlmovanie) prejavov komerčnej suburbanizácie však bude pôsobiť viacero faktorov (makroekonomický rozvoj krajiny, vývoj cien prenájmov kancelárskych a obchodných priestorov v Bratislave, realizácie veľkých projektov dopravnej infraštruktúry, zvýšená legislatívna ochrana poľnohospodárskej pôdy a pod.), ktorých vplyv sa dá len ťažko predikovať.

Najväčší nárast podnikateľských subjektov je charakteristický pre suburbánne zóny v rámci rezidenčnej suburbanizácie, resp. pre regióny s vhodnou dopravnou dostupnosťou v rámci komerčnej suburbanizácie. Možno vychádzať z poznatkov štúdií v USA, kde výraznejší rozmach suburbií začal po druhej svetovej vojne a následne bol identifikovaný progresívnejší nárast maloobchodu (meraný viacerými premennými) v suburbánnych zónach ako v centre mesta (Tarver, 1957; Dawson, 1974). V tomto kontexte možno hovoriť o decentralizačných trendoch v smere centrum → suburbánna zóna. Intenzívne sa komerčná suburbanizácia prejavuje v maloobchode, nazývanej aj ako suburbanizácia maloobchodu v zmysle dôležitého procesu ekonomickej decentralizácie (Clapson, 2003, s. 29 – 39). Naopak, suburbánne zóny možno teda stotožňovať s ekonomicou centralizáciou (Phelps, 2010). Výsledky analýz potvrdzujú prejavy týchto trendov aj v zázemí Bratislavy. Možno hovoriť o iniciálnej fáze tohto decentralizačného procesu (Pauhofová, 2004), pričom v budúcnosti je možné predpokladať progres. Treba však prihliadať na zreteľné procesy komercionalizácie v centre mesta, ktoré môžu výrazne ovplyvniť komerčnú suburbanizáciu maloobchodu. Celkovo však možno očakávať decentralizáciu a diferenciáciu hospodárskych aktivít v zázemí mesta v kontexte komerčnej suburbanizácie v širšom zmysle slova, resp. suburbanizáciu maloobchodu, suburbanizáciu priemyslu, suburbanizáciu logistiky a pod. v užšom zmysle slova.

Možno súhlasiť so sentenciou Sýkoru (2003, s. 228), že suburbanizácia mení štruktúru osídlenia v dlhodobej perspektíve. Dôsledky takýchto premien sa budú

prejavovať postupne a ich spätný vplyv na spoločnosť bude naberať na význame s narastajúcou kumuláciou čiastkových procesov. A práve nárast podnikateľských subjektov v rôznych odvetviach hospodárstva možno považovať za čiastkový proces (komerčnej) suburbanizácie. Taktiež treba podotknúť, že komerčná suburbanizácia je silne ovplyvnená regionálnymi špecifikami s vplyvom na sociálno-ekonomické podmienky v regióne a aj preto možno analýzu jej priestorových aspektov považovať za relevantnú tému v širších akademických kruhoch.

Literatúra

- BEZÁK, A. (2000): Funkčné mestské regióny na Slovensku. *Geographia Slovaca*, č. 15, s. 1 – 90.
- CLAPSON, M. (2003): *Suburban Century. Social Change and Urban Growth in England and the United States*. New York: Berg, 235 s. ISBN 1-85973-643-2.
- ČIHOVSKÁ, V. (2004): Integrácia a koncentrácia súčasného európskeho obchodu. *Ekonomický časopis/Journal of Economics*, 52, č. 9, s. 1123 – 1135.
- DANIELOVÁ, K. (2008): Komerčná suburbanizácia mesta Trenčín v transformačnom období po roku 1989. *Geografická revue*, 4, č. 2, s. 103 – 113.
- DAWSON, J. A. (1974): The Suburbanization of Retail Activity. In: JOHNSON, J. H. (ed.): *Suburban Growth: Geographical Processes at the Edge of the Western City*. New York: John Wiley, 257 s. ISBN 0471443905.
- DIELEMAN, F. – WEGENER, M. (2004): Compact City and Urban Sprawl. *Built Environment*, 30, č. 4, s. 308 – 323.
- DUDEK-MAŇKOWSKA, S. – KRIŽAN, F. (2010): Shopping Centres in Warsaw and Bratislava: A Comparative Analysis. *Miscellanea Geographica*, č. 14, s. 215 – 226.
- FERTALOVÁ, J. (2005): Regionálno-geografické aspekty hodnotenia vývoja maloobchodu na Slovensku po roku 1989. *Folia Geographica*, č. 8, s. 5 – 12.
- FERTALOVÁ, J. (2006): Evaluation of Attendance in Selected Hypermarkets and Shopping Stores in the Towns of Prešov and Košice. *Acta Universitatis Palackianae Olomouensis, Geographica*, č. 39, s. 19 – 29.
- GREMLICA, T. (2002): Neusporiadaný, neregulovaný a z dlhodobého hľadiska neudržateľný rúst mestských aglomerácií. In: SÝKORA, L. (ed.): *Suburbanizace a její sociální, ekonomické a ekologické důsledky*. Praha: Ústav pro ekopolitiku, s. 21 – 38.
- GUY, M. C. (1998): Controlling New Retail Spaces: The Impress of Planning Policies in Western Europe. *Urban Studies*, 35, č. 5 – 6, s. 953 – 979.
- JURÍČKOVÁ, V. (2001): Transformácia ekonomiky a adaptácia podnikovej sféry na trhové podmienky – teória a prax. *Ekonomický časopis/Journal of Economics*, 49, č. 3, s. 412 – 433.
- KITA, P. K. (2008): K niektorým aspektom koncentrácie a konkurencie v oblasti distribúcie v kontexte globalizácie. *Ekonomický časopis/Journal of Economics*, 56, č. 9, s. 912 – 924.
- KRIŽAN, F. (2009): Globalizácia maloobchodu: definícia základných procesov a ich analýza v slovenskej geografii maloobchodu. *Geografický časopis*, 61, č. 1, s. 49 – 68.
- KRIŽAN, F. – TOLMÁČI, L. – LAUKO, V. (2009): Potravinársky maloobchod v rurálnom prostredí: kvalita nakupovania. *Acta geographica Universitatis Comenianae*, č. 53, s. 35 – 45.
- LAUKO, V. (2006): Transformácia zariadení obchodu a služieb vo vidieckom zázemí Bratislavy. *Acta geographica Universitatis Comenianae*, č. 47, s. 109 – 121.
- LAUKO, V. – KRIŽAN, F. – TOLMÁČI, L. (2008): Potravinársky maloobchod na Slovensku: rurálne prostredie, čas a miesto nákupu. *Acta Facultatis Rerum Naturalium Universitatis Comenianae, Geographica*, č. 51, s. 41 – 55.

- LESÁKOVÁ, I. (2004): Malé a stredné podniky v procese globalizácie. *Ekonomický časopis/ Journal of Economics*, 52, č. 9, s. 1148 – 1162.
- LEETMAA, K. – TAMMARU, T. (2007): Suburbanization in Countries in Transition: Destinations of Suburbanizers in the Tallinn Metropolitan Area. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 89, č. 2, s. 127 – 146.
- MATLOVIČ, R. (2001): Transformačné procesy a ich efekty v intraurbánných štruktúrach postkomunistických miest. *Acta Facultatis Rerum Naturalium Universitatis Matthiae Belii, Geografické štúdie*, č. 8, s. 73 – 81.
- MATLOVIČ, R. – SEDLÁKOVÁ, A. (2007): The Impact of Suburbanisation in the Hinterland of Prešov (Slovakia). *Moravian Geographical Reports*, 15, č. 2, s. 22 – 32.
- MITRÍKOVÁ, J. (2008): Geografické aspekty transformácie maloobchodu a nákupného správania sa na Slovensku (prípadové štúdie miest Prešov a Košice). Prešov: PU Prešov, 213 s. ISBN 978-80-8068-922-3.
- NĚMEC, J. (2001): Po desiatich rokoch transformácie. *Ekonomický časopis/Journal of Economics*, 49, č. 4, s. 587 – 629.
- NUISSEL, H. – RINK, D. (2003): Urban Sprawl and Post-socialist Transformation: The Case of Leipzig (Germany). *UFZ Report*, č. 4, s. 1 – 70.
- ONDOŠ, S. – KOREC, P. (2004): Prehľad a interpretácia stavebného vývoja centra Bratislavy v postsocialistickom období. *Geografický časopis*, 56, č. 2, s. 153 – 168.
- OUŘEDNÍČEK, M. (2007): Differential Suburban Development in the Prague Urban Region. *Geografiska Annaler. Human Geography*, 89, s. 111 – 125.
- PAUHOFOVÁ, I. (2004): Špecifiká rozvoja zónovaného vidieckeho regiónu. *Ekonomický časopis/Journal of Economics*, 52, č. 7, s. 835 – 850.
- PHELPS, N. A. (2010): Suburbs for Nations? Some Interdisciplinary Connections on the Suburban Economy. *Cities*, 27, č. 2, s. 68 – 76.
- PTÁČEK, P. (2002): Suburbanizace v USA a Německu: zdroj inspirace i poučení. In: SÝKORA, L. (ed.): *Suburbanizace a její sociální, ekonomické a ekologické důsledky*. Praha: Ústav pro ekopolitiku, s. 55 – 79.
- PULPITLOVÁ, M. (2003): Transformácia maloobchodnej siete v SR. In: NOVÁK, S. (ed.): *Geografie XIV: Geografické aspekty stredoevropského priestoru*. Brno: Masarykova univerzita, s. 133 – 137. ISBN 80-210-3208-1.
- SLAVÍK, V. – GRÁC, R. – KLOBUČNÍK, M. – KOHÚTOVÁ, K. (2011): Development of Suburbanization of Slovakia on the Example of the Bratislava Region. In: MARSZAL, T. (ed.): *Urban Regions as Engines of Development*. Warsaw: Polish Academy of Science, Committee for Spatial Economy and regional Planning, s. 35 – 58.
- SPILKOVÁ, J. – ŠEFRNA, L. (2010): Uncoordinated New Retail Development and its Impact on Land Use and Soils: A Pilot Study on the Urban Fringe of Prague, Czech Republic. *Landscape and Urban Planning*, 94, č. 2, s. 141 – 148.
- SÝKORA, L. (2002): Suburbanizace a její důsledky: výzva pro výzkum, usměrňování rozvoje území společenskou angažovanost. In: SÝKORA, L. (ed.): *Suburbanizace a její sociální, ekonomické a ekologické důsledky*. Praha: Ústav pro ekopolitiku, s. 9 – 19.
- SÝKORA, L. (2003): Suburbanizace a její společenské důsledky. *Sociologický časopis*, 39, č. 2, s. 217 – 233.
- SÝKORA, L. – OUŘEDNÍČEK, M. (2007): Sprawling Post-communist Metropolis: Commercial and Residential Suburbanization in Prague and Brno, the Czech Republic. In: DJIST, M., RAZIN, E. and VAZQUEZ, C. (eds): *Employment Deconcentration in European Metropolitan Areas: Market Forces versus Planning Regulations*. Dordrecht: Springer, 297 s. ISBN 140205761X.
- ŠVEDA, M. (2010): Zmeny vo využití zeme vo funkčnom mestskom regióne Bratislava. *Acta Geographica Universitatis Comenianae*, 54, č. 1, s. 137 – 155.
- ŠVEDA, M. (2011): Bytová výstavba v zázemí Bratislavy v kontexte suburbanizácie. *Urbanizmus a územní rozvoj*, 14, č. 3, s. 13 – 22.

-
- TARVER, J. D. (1957): Suburbanization of Retail Trade in the Standard Metropolitan Areas of the United States, 1948 – 1954. *American Sociological Review*, 22, č. 4, s. 427 – 433.
- TIMÁR, J. – VÁRADI, M. (2001): The Uneven Development of Sub-urbanisation During Transition in Hungary. *European Urban and Regional Studies*, 8, č. 4, s. 349 – 360.
- TREMBOŠOVÁ, M. (2010): Vybrané aspekty transformácie maloobchodu v meste Nitra v rokoch 1992 – 2008. *Geografický časopis*, 62, č. 1, 49 – 73.
- VIESTOVÁ, K. (1996): Maloobchodná sieť a spotrebiteľ. *Ekonomický časopis/Journal of Economics*, 44, č. 7 – 8, s. 609 – 616.
- ZUBRICZKÝ, G. (2004): Rezidenčné a populačné tendencie suburbanizácie Bratislavy. *Geo Information*, č. 8, s. 274 – 285.
- ZUBRICZKÝ, G. (2010): Suburbanizácia Bratislavy. In: HARDI, T. a kol. (eds): Slovensko-maďarská aglomerácia v okolí Bratislava. Győr – Šamorín: Stredisko regionálnych výskumov Maďarskej akadémie vied, Fórum inštitút pre výskum menšín, s. 50 – 75. ISBN 978-80-89249-43-5.