

ŠTEFAN OČOVSKÝ

VYBRATĚ PROBLÉMY ŠTÚDIA NÁKUPNÝCH MIEST

Štefan Očovský: Selected Problems in the Study of Shopping Places. Geogr. Čas., 28, 1976, 1; 4 figures, 2 tables, 4 references.

The contribution is aimed at two important problems of geographical studying the shopping places (i. e. settlements where retail shops are localized). The first one is the examining of quantitative relations between retail indices and the size of settlements. The second problem is an example of typifying the shopping places by major qualitative marks of retail — by the commoditional composition of shopping network.

V súvislosti s prípravou niektorých máp do *Atlasu Slovenskej socialistickej republiky*, ako aj s plnením ďalších vedeckovýskumných úloh, zhromaždil sa v Geografickom ústave SAV pomerne podrobný materiál aj o istých elementoch sféry služieb. Patria sem aj údaje o maloobchode na Slovensku, usporiadané podľa jednotlivých obcí, ktoré pochádzajú z osobitného zisťovania v obchodných organizáciách, uskutočneného roku 1970. Okrem kartografického spracovania umožňuje tento materiál geografické štúdium viacerých problémov. Ich riešenie je prínosom nielen k objasneniu znakov a vlastností samého maloobchodu, ale výsledky sa môžu vhodne využiť aj na širšie zamerané výskumy, pri ktorých sa dajú ukazovatele maloobchodu pokladať za súčasť hlavných faktorov, ovplyvňujúcich skúmaný jav alebo proces. Takýchto možností vzhľadom na význam maloobchodu, napr. pri formovaní centrálnych funkcií sídel, nie je málo.

V predloženom príspevku sa zameriavame na úzky okruh otázok štúdia základných črt nákupných miest z geografického hľadiska. Jeho cieľom je poukázať na niekoľko možných postupov takéhoto štúdia. Za prvoradé z nich považujeme postupy založené na skúmaní kvantitatívnych vzťahov medzi ukazovateľmi maloobchodu a veľkosťou obcí, ako aj na rešpektovaní hlavných kvalitatívnych znakov maloobchodu, predovšetkým štruktúry siete maloobchodných zariadení. Príklady uvedených postupov ilustrujeme na území Slovenska.

Pod označením nákupné miesta rozumieme lokality, v ktorých sa nachádza aspoň jedno maloobchodné zariadenie, patriace do siete predajní alebo do závodov verejného stravovania. Vo vlastnom význame sú však podstatným prvkom nákupných miest iba maloobchodné predajne, keďže sa na ne zameriavajú všetky úvahy o obchodných funkciách sídel. Aby sme zjednotili prácu s podkladovými údajmi, stotožňujeme nákupné miesta s obcami. Pritom ne-

berieme do úvahy, či sa v obchodnom zariadení predáva iba základný tovar miestnemu obyvateľstvu, alebo sem dochádzajú za nákupmi aj obyvatelia iných obcí. Nákupné miesta majúce oproti svojmu okoliu znaky koncentrácie maloobchodu označujeme ako obchodné strediská, ktoré môžu patriť do rozdielnych hierarchických skupín. Ďalej neprihliadame na vnútornú diferenciáciu, ktorá sa prejavuje v rozložení zariadení vo väčších mestách (nákupnými miestami sa tu niekedy označujú obvodové alebo okrskové nahromadenia zariadení; pri mikrogeografickom štúdiu sídel sa dokonca pod nákupnými miestami môžu rozumieť jednotlivé predajne).

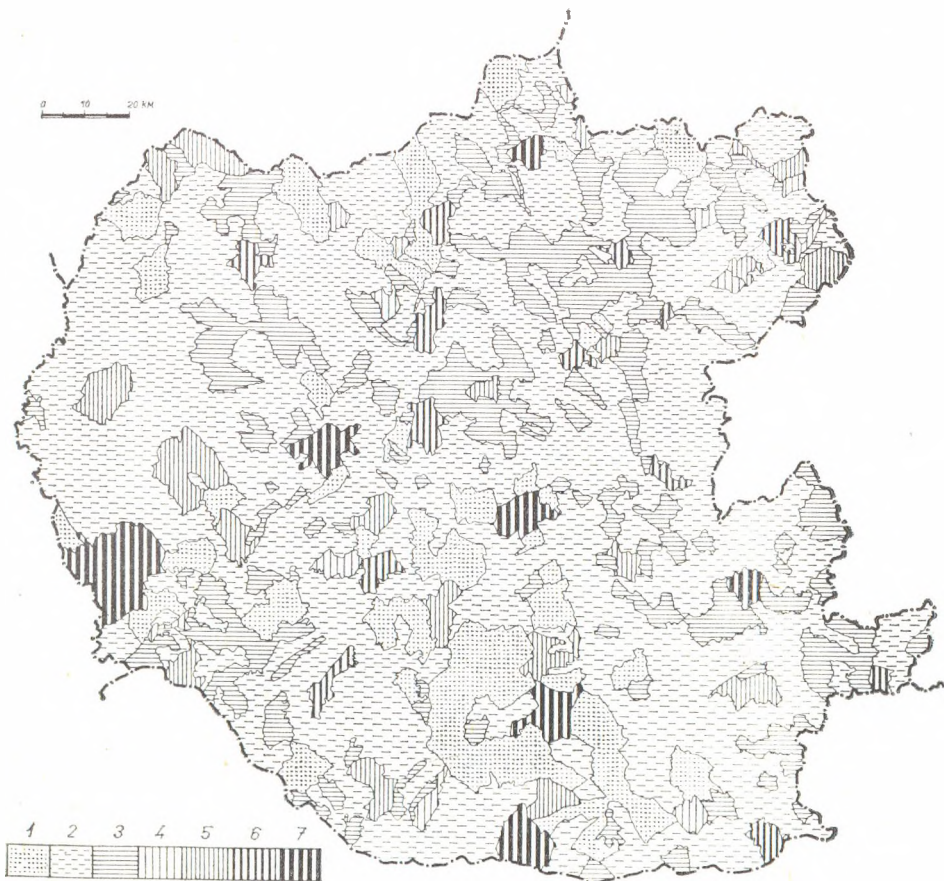
BILANCIA MALOOBCHODNÉHO OBRATU V NÁKUPNÝCH MIESTACH

Za základného ukazovateľa, ktorý treba brať do úvahy pri štúdiu geografických problémov obchodu, možno pokladať maloobchodný obrat, jeho celkový objem a štruktúru. Už samy hodnoty maloobchodného obratu v obciach ukazujú pomerne presne ich pozíciu a význam v celej sieti nákupných miest. V niektorých prípadoch však môže byť význam obce, posudzovaný iba podľa objemu obratu, čiastočne skreslený. Napríklad malé mesto môže mať z aspektu jeho funkcie v utváraní nákupných možností pre obyvateľstvo dôležitejšiu úlohu ako mesto strednej veľkosti, v ktorom obchodné zariadenia slúžia predovšetkým vlastným obyvateľom, a pod. Preto sa pri geografickom štúdiu obchodu významnou mierou uplatňuje aj relácia medzi výškou obratu a počtom obyvateľov. Jej najjednoduchším vyjadrením sú hodnoty priemerného maloobchodného obratu na jedného obyvateľa.

Túto základnú podobu vzťahu medzi objemom maloobchodného obratu a veľkosťou obcí sme načrtli v príspevku [4] na príklade juhozápadného Slovenska, pričom celoslovenské, krajské a okresné relácie obsahuje práca [3]. Z uvedených analýz vyplynulo konštatovanie o značnej diferencovanosti hodnôt maloobchodného obratu na jedného obyvateľa pri údajoch podľa obcí. Vysoké hodnoty dosahuje iba v niekoľkých desiatkach obcí, zatiaľ čo vo veľkej skupine, ktorú tvoria predovšetkým vidiecke obce, sú jeho hodnoty nízke. Obce s vysokými hodnotami sú vo všeobecnosti aj miestami s relatívne vyššou koncentráciou maloobchodných zariadení, sú teda základnými bodmi siete nákupných miest.

Keď pri analýze vzťahu medzi počtom obyvateľov obcí a objemom ich maloobchodného obratu použijeme ako faktor na porovnávanie údaj o priemernom maloobchodnom obrate na jedného obyvateľa za celé študované územie, dajú sa obce rozdeliť na dve hlavné skupiny. Jednu tvoria obce s nadpriemernými hodnotami, v ktorých sa realizuje vyšší obrat, ako im prislúcha vzhľadom na ich počet obyvateľov a priemer v študovanom území. O takýchto obciach hovoríme, že majú „prebytok“ obratu. Naproti tomu obce, ktoré patria do druhej skupiny, majú relatívne nižší obrat, ako by im patril podľa uvedených relácií, čiže vykazujú „nedostatok“ obratu. V záujme utvorenia možnosti na kvantifikáciu tohto javu je vhodné doplniť analýzu hodnôt maloobchodného obratu na jedného obyvateľa bilanciou maloobchodného obratu v obciach.

Cieľom bilancie maloobchodného obratu je vyčíslenie veľkosti spomínaných prebytkov, resp. nedostatkov obratu. Preto sme vypočítali pre každú obec hodnotu tzv. teoretického obratu. Teoretický obrat obce sa rovná súčinu jej počtu obyvateľov a priemerného obratu na jedného obyvateľa v študovanom



Obr. 1. Bilancia maloobchodného obratu vzhľadom na počet obyvateľov na príklade juhozápadného Slovenska. Bilancia v mil. Kčs: Pasívum: 1 — pod 13, 2 — 6 až 13, 3 — 0 až 6. Atívum: 4 — 0 až 8, 5 — 8 až 50, 6 — 50 až 150, 7 — nad 150.

území. Porovnaním hodnoty skutočného obratu a hodnoty teoretického obratu sme dostali pre jednotlivé obce údaj o veľkosti prebytku alebo o nedostatku skutočného obratu oproti obratu teoretickému. Vzhľadom na to, že sme použili ako ukazovateľa obratu na jedného obyvateľa priemer za Slovensko, je celková bilancia vyrovnaná, čiže súčet prebytkov obratu sa rovná súčtu nedostatkov obratu.

Výsledok bilancie obratu v obciach, t. j. saldo obratu, dá sa vyjadriť buď v kladných, resp. záporných hodnotách v Kčs, buď v prepočte na obyvateľstvo. V druhom prípade sa zistí počet obyvateľov, ktorí teoreticky nenakupujú v obci svojho bydliska (obce s pasívom obratu), alebo počet obyvateľov, ktorí prichádzajú za nákupmi z iných sídel (obce s aktívnou bilanciou obratu). V súhrne za celé Slovensko by podľa tohto spôsobu prepočtov malo iba v mieste bydliska nakupovať okolo dvoch tretín obyvateľov, kým zostávajúca

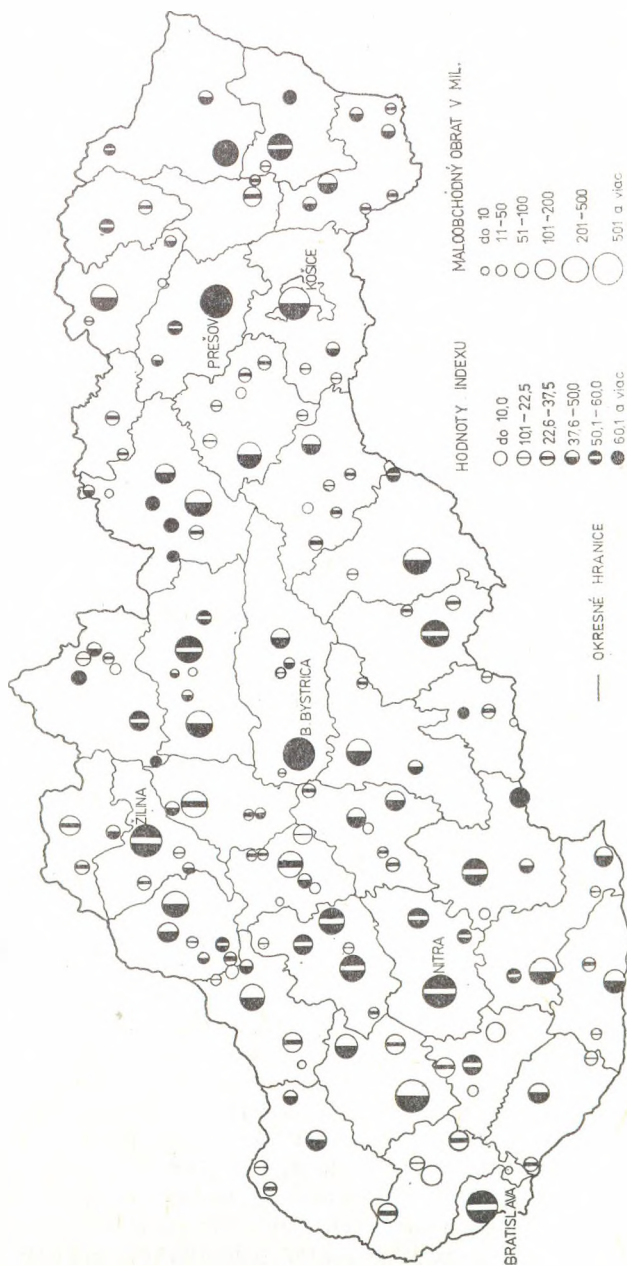
tretina by mala nakupovať iba v obciach s prebytkom obratu. Inými slovami, obce s prebytkom obratu zásobujú okrem svojho obyvateľstva aj tretinu celkového počtu obyvateľov Slovenska. Vyjadrenie bilancie počtom obyvateľov je účelné iba na zistenie kapacity obchodných stredísk. Vzhľadom na proces obchodu je reálnejšie vyjadrenie v peňažnej forme, ktoré sme použili na kartografické znázornenie teoretického prebytku a nedostatku obratu v obciach [z technických dôvodov publikujeme iba časť tejto mapy, týkajúcu sa juhozápadného Slovenska — obr. 1].

Mapa poskytuje v podstate obraz ako kartogram maloobchodného obratu na jedného obyvateľa, má však väčšiu hodnotu. Ukazuje, že najväčšiu „voľnú kapacitu“ majú Bratislava, Košice, a ostatné veľké mestá. Celkovo väčší prebytok ako 150 mil. Kčs má 16 miest a počet všetkých obcí s prebytkom obratu dosahuje 158. Zostávajúcich takmer 2950 obcí má teda pasívnu bilanciu, ktorá vyjadruje ich relatívne malý význam v systéme nákupných miest. Najväčšie pasívum obratu majú Detva, Čierny Balog, Hriňová, Skalité, Horná Súča, Sládečkovce, Dvory nad Žitavou, Klokočov, Oščadnica, Krásno nad Kysucou, Nesvady (všetky pasívum nad 20 mil. Kčs). Sú to teda veľké obce a je medzi nimi i viacero miest. Výsledky bilancie ukazujú chýbajúcu sumu oproti priemernému stavu v SSR. Prítom v niektorých obciach, najmä v mestách, mal by byť vzhľadom na ich veľkosť dokonca nadbytok obratu, zatiaľ čo v iných je pasívum vyjadrením objektívnych podmienok. Preto pri hodnotení negatívnosti pasívnej bilancie obratu treba vychádzať z priemerných hodnôt obcí v jednotlivých veľkostných skupinách. Za istý prípad anomálie možno pokladať niektoré malé obce s aktívnou bilanciou alebo s veľmi malým pasívom obratu, ktoré však nemôžu plniť strediskové funkcie. Relatívne vysoký maloobchodný obrat sa v nich realizuje v dôsledku relatívnej izolovanosti, resp. vzdialenosti od väčších nákupných stredísk.

Určenie obcí s prebytkom obratu a vyčíslenie jeho veľkosti môže byť významným kritériom pri výbere stredísk obchodu a štúdiu rozsahu ich spádových území. Veľkosť prebytku obratu v danej obci ukazuje, do akej miery táto obec môže nahrádzať jeho nedostatok vo svojom okolí. Konkrétnu aplikáciu tohto kritéria však komplikuje jednak rozdielna výška realizovaných nákupov obyvateľstva z jednotlivých obcí, ktorá sa od slovenského priemeru na obyvateľa (necelých 8000,— Kčs) môže značne odlišovať, jednak zložitý obraz smerov dochádzok za nákupmi medzi jednotlivými obcami, ktoré nezávisia len od rozmiestnenia jednak miest predaja daných tovarov a jednak zákazníkov, ale aj od náhodných vplyvov.

Pri analýze obchodu z aspektu prejavov jeho koncentrácie sa teda ukazuje potreba zamerať sa predovšetkým na tie obce, v ktorých má saldo medzi skutočným a teoretickým obratom kladnú hodnotu. Ako sme už poznamenali, takýchto obcí je na Slovensku 158. Aby sa dal lepšie posúdiť ich význam v štruktúre centrálnych miest z hľadiska obchodu, určili sme pre ne hodnoty indexu, ktorý vyjadruje mieru prebytku ich aktívnej bilancie. Index sme počítali ako pomer salda [pre kladné hodnoty] k celkovej sume skutočného maloobchodného obratu podľa vzorca

$$M = \frac{O_i - P_i \frac{O}{P}}{O_i} \cdot 100,$$



Obr. 2. Podiel aktívneho salda zo skutočného maloobchodného obrátu.

kde P je počet obyvateľov na Slovensku, P_i počet obyvateľov v obci i , O maloobchodný obrát na Slovensku, O_i maloobchodný obrát v obci i .

Hodnoty indexu M sú kartograficky znázornené na obr. 2. Zo spôsobu kon-

štruktúre indexu vyplýva, že čím sú jeho hodnoty vyššie, tým je relácia teoretického a skutočného obratu priaznivejšia. Najvyššie hodnoty M (nad 60) dosahujú Šahy, Banská Bystrica, Námestovo, Humenné, Sobrance, Starý Smokovec, Tatranská Lomnica, Prešov, Kráľovany, Modrý Kameň, Štrbské Pleso. Okrem toho ďalších 20 obcí má hodnotu nad 50. Z väčších miest sú to napr. Bratislava, Nitra, Žilina, Lučenec atď. Naproti tomu veľmi nízky ukazovateľ danej relácie majú napr. Nová Dubnica, Pezinok, Šaľa, Skalica, z ostatných miest alebo väčších obcí Sládkovičovo, Bošany, Vrbové, Podbrezová, Nižná, Medzev, Spišské Podhradie atď.

Význam použitého vyjadrenia vidíme najmä v tom, že umožňuje porovnávať obce podľa kvantitatívnych vzťahov medzi ich veľkosťou a objemom maloobchodného obratu. Preto napr., keď z dvoch približne rovnako veľkých obcí má jedna podstatne vyššiu hodnotu M , dá sa s istotou predpokladať jej významnejšia pozícia v sieti nákupných miest.

Osobitný význam pri štúdiu vzťahov ukazovateľov obchodu a veľkostí obcí patrí otázkam priestorových relácií medzi dvoma pólami procesu obchodu, t. j. rozmiestnením predajní a obyvateľstva. Jednotlivé druhy predajní je racionálne lokalizovať vzhľadom na istý počet obyvateľov a rovnaké kritérium sa uplatňuje aj pri dimenzovaní veľkosti predajní. Z aspektu jestvujúcej siete predajní sa naproti tomu delimituje obyvateľstvo patriace do sfér ich vplyvu, alebo tzv. potenciálny počet zákazníkov. Tieto otázky vystupujú do popredia pri analýzach z aspektu istých druhov predajní alebo skupín tovarov.

OTÁZKY TYPIZÁCIE NÁKUPNÝCH MIEST

Na základe hodnôt hlavných ukazovateľov maloobchodu na Slovensku možno konštatovať vcelku homogénne črty tohto fenoménu pri štúdiu podľa veľkých územných celkov, ako aj značnú diferencovanosť údajov podľa obcí. Túto diferencovanosť ukazujú aj čiastkové analýzy jednotlivých ukazovateľov. Treba ešte vyriešiť otázku, či sa na základe zovšeobecňovania charakteristických črt nákupných miest dajú určiť zákonitosti ich priestorového usporiadania. Napríklad, či znaky nákupných miest v istých územných celkoch sa navzájom podobajú.

Dôležitou úlohou pri riešení týchto otázok je výber kritérií na posudzovanie nákupných miest. Z podkladových údajov, ktoré máme k dispozícii podľa obcí, pripadajú do úvahy predovšetkým tieto: počet a druhy zariadení, počet zamestnancov, maloobchodný obrat a jeho štruktúra, ako aj vzťahy týchto hodnôt k počtu obyvateľov. Ak použijeme viaceré z týchto ukazovateľov ako kritériá typizácie, budú sa jej výsledky meniť v širokej škále variácií. Naznačujú to už analýzy jednotlivých znakov, ktoré vykazujú značnú diferencovanosť. Preto je nevyhnutné vybrať za kritériá iba malý počet ukazovateľov. V predloženej práci sme uskutočnili jednu z možných alternatív takejto typizácie, pri ktorej základným kritériom bol výskyt predajní jednotlivých druhov a pomocným kritériom hodnota maloobchodného obratu na jedného obyvateľa.

Pri výbere kritérií treba riešiť aj problém kvantitatívneho prístupu k určeným znakom. Často sa kvantitatívna stránka vybraného ukazovateľa v celom súbore obcí SSR mení postupne, číselné hodnoty sa vyskytujú v celom intervale od minima po maximum. Pri maloobchodnom obrate na jedného obyvateľa sa však

môže ako dôležité rozhranie použiť hodnota celoslovenského priemeru a ako ďalšie rozhranie polovica tejto hodnoty. Tieto dôvody tiež prispeli k výberu uvedeného ukazovateľa za kritérium typizácie. Ďalším znakom je jeden zo základných elementov geografického štúdia maloobchodu — sieť predajní. Sám počet predajní nevyjadruje vždy adekvátne úlohu jednotlivých obcí v sieti nákupných miest, najmä ak ide o malé obce s rôznym stupňom koncentrácie predaja do nových, väčších prevádzok. Okrem toho je zrejmé, že jednotlivé druhy predajní sa líšia svojím významom. Preto sme pri typizácii použili bodovaciu metódu. Každému druhu predajne sme určili hodnotu adekvátnu ich významu v obchodnej sieti, vyjadrenú počtom jednotiek.

Hodnoty, t. j. počty jednotiek, závisia od častosti výskytu jednotlivých druhov predajní. Najvyššie hodnoty sme preto priradili predajniam, ktorých lokalizácia sa viaže na veľký počet zásobovaných obyvateľov. Najjednoduchší druh, zmiešané predajne, dostali jednu jednotku, špecializované predajne 1,5—2 jednotky, vysokošpecializované predajne tri, obchodné domy maximum, šesť jednotiek. Tento princíp sa uplatňuje bez ohľadu na veľkostné parametre predajní.

Hodnoty v dohovorených jednotkách sme vyčíslili pre všetky obce na Slovensku. Pre jednotlivé obce vznikli ako súčty jednotiek za vyskytujúce sa druhy predajní. Pritom rozhodujúcim bol výskyt istého druhu, zatiaľ čo počet predajní daného druhu neovplyvňoval na zvýšenie počtu jednotiek. Obce s najširšie rozvinutou obchodnou sieťou mohli teoreticky dosiahnuť hodnotu až 70 jednotiek. Počty dosiahnutých jednotiek sme rozdelili na 6 intervalov. Pri určovaní ich hraníc sme sa nemohli riadiť analogickým princípom ako pri maloobchodnom obrate na jedného obyvateľa. Preto sa rozhrania intervalov do istej miery prekrývajú.

Klasifikačnú schému vychádzajúcu z uvedených kritérií vidieť na tab. 1. Za príklad schémy sme položili bodovú hodnotu obcí vyplývajúcu z výskytu jednotlivých druhov predajní. Toto kritérium umožňuje rozčleniť obce Slovenska

Tabuľka 1
Schéma typizácie nákupných miest

Typ	Bodová hodnota predajní	Subtyp	Maloobchodný obrat na 1 obyv. v tis. Kčs
1	1—3	<i>a</i>	do 4
		<i>b</i>	naď 4
2	4—9	<i>a</i>	do 4
		<i>b</i>	4—8
		<i>c</i>	naď 8
3	9—20	<i>a</i>	do 4
		<i>b</i>	4—8
		<i>c</i>	naď 8
4	18—35	<i>a</i>	do 4
		<i>b</i>	4—8
		<i>c</i>	naď 8
5	30—55	<i>b</i>	do 8
		<i>c</i>	naď 8
6	50—70	—	—

na typy nákupných miest. Podľa kvantitatívnych črt druhého kritéria sme v rámci typov vyčlenili podtypy nákupných miest. V prípadoch, keď sa v istej obci dosiahla bodová hodnota ležiaca v prekrývajúcom sa rozhraní dvoch typov, brali sme do úvahy podiel maloobchodného obratu v nepotravinárskych predajniach. Keď bol vyšší ako podiel obratu potravinárskych predajní, značil zaradenie danej obce do vyššieho z dvoch možných typov. Výsledky uskutočnenej typizácie sú znázornené na mape, z ktorej bolo možné na publikovanie vybrať iba rozmiestnenie typov 2 až 6 bez vyznačenia subtypov (obr. 3).

Prvý typ tvoria nákupné miesta s výskytom elementárnych druhov predajní, čo je zväčša jedna zmiešaná predajňa alebo kombinácia dvoch najjednoduchších druhov predajní. Patria sem malé obce s nízkym obratom absolútne i na jedného obyvateľa, zväčša so značným podielom verejného stravovania. Je to najrozšírenejší typ nákupných miest, ktorých zariadenia slúžia iba na čiastočné zásobovanie vlastných obyvateľov tovarmi každodennej potreby. Takmer všetky patria k subtypu 1a, iba niekoľko z nich k subtypu 1b, so zvýšeným obratom vo vzťahu k počtu obyvateľov.

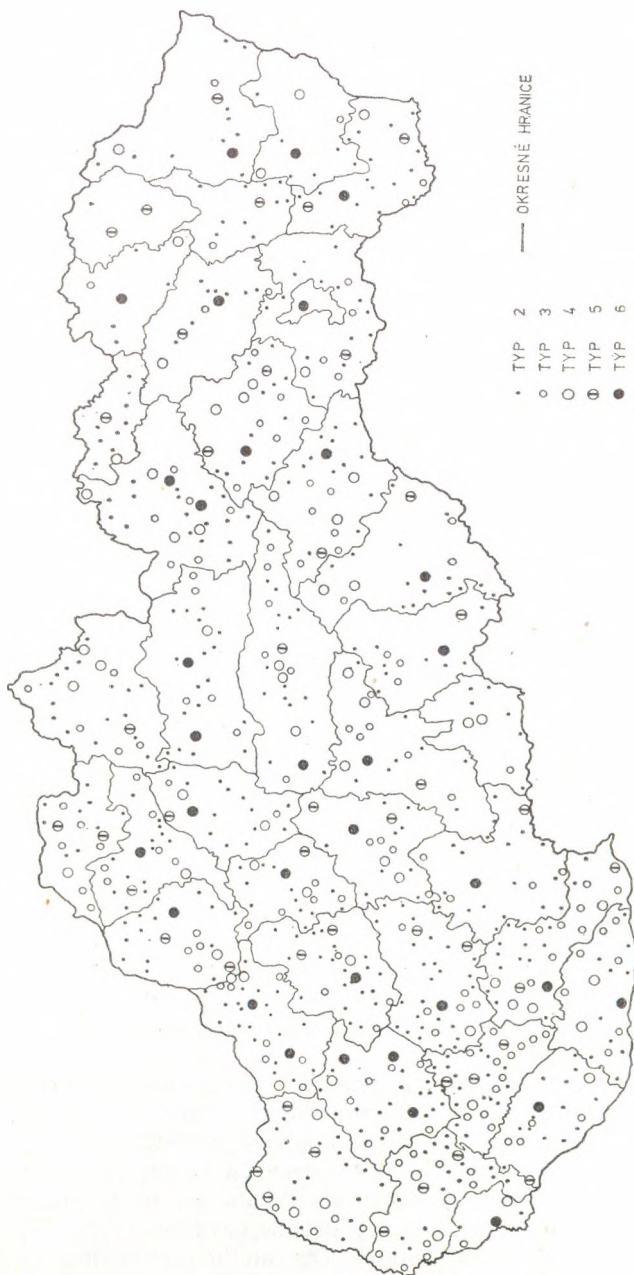
K *druhému typu* sme zaradili nákupné miesta s malým počtom základných druhov predajní, ktorými môžu byť potraviny, priemyselný tovar, zmiešaná predajňa, jednoduché nákupné stredisko a zastúpené môžu byť aj špecializované predajne priemyselného a potravinárskeho tovaru. Obce tohto typu majú minimálne tri druhy z uvedených predajní. Vo všeobecnosti majú nízky obrat absolútne i na jedného obyvateľa, ale oproti predchádzajúcemu typu je subtyp b častejší, pričom veľmi zriedkavý je subtyp 2c. Druhý typ nákupných miest je charakteristický pre vidiecke obce, ktoré plnia základné strediskové funkcie alebo majú vyšší počet obyvateľov (dediny strednej veľkosti).

Do *tretieho typu* patria nákupné miesta so skupinou základných a špecializovaných predajní, pričom špecializované predajne môže nahrádzať nákupné stredisko. Takéto obce majú zvýšený maloobchodný obrat absolútne a vo všeobecnosti i na jedného obyvateľa. Podiel obratu v závodoch verejného stravovania dosahuje zvyčajne málo nadpriemerné hodnoty. Okrem veľkých vidieckych obcí patria do tohto typu aj niektoré obce strednej veľkosti s funkciou strediskových obcí alebo s výhodnou dopravnou polohou. Patrí sem časť prechodných sídiel. Najviac ich je zaradených v subtype b.

Štvrtý typ reprezentujú obce s veľkou skupinou základných a špecializovaných predajní, s výskytom niekoľkých druhov vysokošpecializovaných predajní potravinárskeho, ale najmä priemyselného tovaru. Majú priemerné hodnoty maloobchodného obratu, pričom jeho výška na jedného obyvateľa sa zväčša blíži k priemeru, alebo je nadpriemerná. Tento typ je charakteristický pre malé mestá alebo významnejšie prechodné sídla. Zvyčajne sú zaradené v subtypoch c a b, iba tri z nich patria k subtypu a.

Obce s veľkou skupinou predajní vrátane vysokošpecializovaných predajní potravinárskeho a priemyselného tovaru, niekde s výskytom obchodných domov, patria do *piateho typu*. V nich sa dosahuje vysoký absolútny obrat a nadpriemerné hodnoty obratu na jedného obyvateľa, takže charakteristický je subtyp c. Prítom nielen subtyp a, čo sme vopred predpokladali, ale ani subtyp b sa vôbec nevyskytujú. Patria sem mestá strednej veľkosti, alebo malé mestá, ktoré majú významné postavenie v sieti obchodných stredísk. Obchodné zariadenia slúžia v značnej miere obyvateľstvu z mestského zázemia.

Posledný, najvyšší typ nákupných miest, reprezentujú obce s nahromadením



Obr. 3. Rozmiestnenie typov nákupných miest (typy 2 až 6).

predajní všetkých, resp. takmer všetkých druhov, vrátane veľkopredajní a obchodných domov. Majú výrazne vysoký absolútny obrat a všetky dosahujú nadpriemerné hodnoty obratu na jedného obyvateľa, teda subtyp c, preto ne-

bolo potrebné tento typ ďalej rozčleniť. V nákupných miestach šiesteho typu sa výrazne prejavuje formovanie jadra s aglomeráciou zariadení, ako aj formovanie v rôznom stupni rozvinutých obvodových centier. Zariadenia mestského jadra sú cieľom ciest za nákupmi obyvateľov rozsiahleho zázemia.

Vyčlenené typy nákupných miest možno v značnej miere interpretovať ako výsledok určenia úlohy jednotlivých obcí v celom súbore nákupných miest. Obce bez maloobchodných zariadení sme kvôli zjednodušeniu na mape pričlenili k prvému typu. Ostatné obce sú zaradené do typov 1 až 6, od nákupných miest s elementárnou vybavenosťou až k najvýraznejším strediskám. Tým nám uskutočnená typizácia a jej kartografické vyjadrenie poskytuje vhodné východisko na hodnotenie podstatných geografických črt priestorového obrazu maloobchodu na Slovensku.

Najdôležitejšie sú nákupné miesta posledných dvoch typov (5 a 6), keďže môžu poskytnúť vlastnému obyvateľstvu i kupujúcim z iných obcí širokú sieť obchodných zariadení. K progresívnym nákupným miestam patria aj tie, ktoré boli priradené pri ostatných typoch (1 až 4) k subtypom *c* a pri prvých dvoch (1 a 2) tiež k subtypu *b*, ktorý pri týchto malých obciach vyjadruje ich relatívne zvýšený význam vo vzťahu k okoliu. Naproti tomu nákupné miesta vyšších typov, ktoré pripadli k sybtypu *a*, javia sa ako neadekvátne rozvinuté, pričom bližšie neskúmame príčiny ich relatívneho zaostávania. Subtypy *a* pri typoch 1 a 2 možno považovať za normálny jav. K nim patrí prevažná väčšina obcí na Slovensku.

Použitý postup typizácie návštevných miest utvára vhodnú bázu na ich vzájomné porovnávanie, ako aj na podrobnejšie štúdium jednotlivých typov. Jeho ďalší významný prínos sa prejavuje v možnosti skúmať mieru uspokojenia potrieb nákupov obyvateľstva v ich bydlisku. Napr. podľa výsledkov typizácie sa dá vybilancovať, koľko obyvateľov na Slovensku môže použiť iba zariadenia s predajom elementárnych druhov tovarov, a pod. V tab. 2 vidieť podiely pripadajúce na nákupné miesta jednotlivých typov z celkového počtu všetkých nákupných miest na Slovensku, ako aj z ich obratu a počtu obyvateľov.

Vidno, že na skupiny nákupných miest vyšších typov pripadajú najväčšie podiely zo SSR pri hodnotách maloobchodného obratu. Napr. v mestách s kompletnou, alebo takmer kompletnou obchodnou vybavenosťou (typy 5 a 6) sa realizovalo až 65,9 % maloobchodného obratu. V týchto mestách však žije iba 34,4 % obyvateľov. Naproti tomu len elementárne druhy predajní (typ 1) a tomu zodpovedajúci sortiment tovarov má 73,8 % obcí, v ktorých žije 29,5 % obyvateľov. Pritom však nie všetky tieto obce majú krajne nepriaznivé možnosti zásobovania obyvateľstva, pretože časť z nich leží v blízkosti obchodných stredísk. Okrem toho niektoré obce pomáhajú zásobovať aj pojazdné predajne, ktoré v nich v istých dňoch čiastočne dopĺňajú obchodnú sieť.

Keď pokladáme za dostatočne širokú druhovú štruktúru obchodnej siete už v nákupných miestach typu 3, môžeme konštatovať, že na Slovensku pripadá na obce s neúplnou sieťou základných druhov predajní (typy 1 a 2) až 90,2 % obcí, v ktorých žije 48,5 % obyvateľov. Obyvatelia týchto obcí sú preto, vzhľadom na objektívne podmienky, nútení odchádzať za nákupmi tovarov, ktoré nepatria do náplne predajní každodenných potrieb, do iných nákupných miest. Obce, ktoré patria k typom 3—6, majú rôznu stupeň kompletnosti zariadení, ale všetky disponujú obchodnou sieťou, ktorá umožňuje dosiahnuť vysokú mieru zásobovania v obci bydliska, pričom slúži aj kupujúcim z iných obcí. Odchádzka

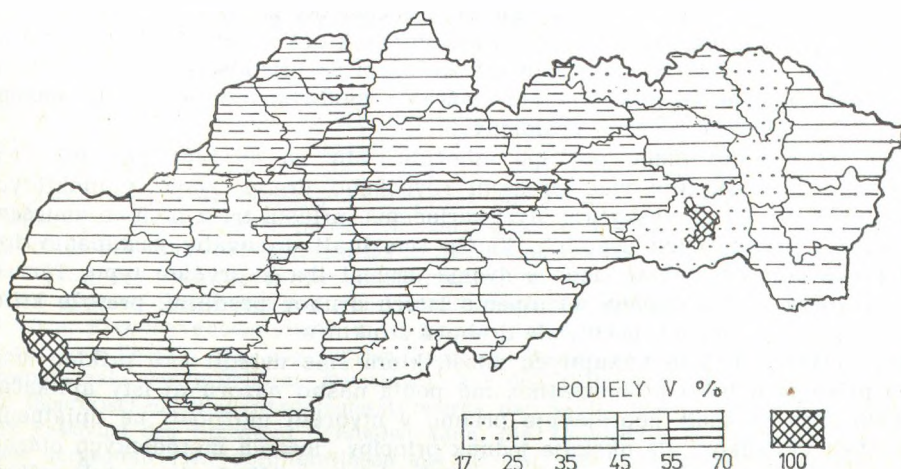
Tabuľka 2

Podiely nákupných miest jednotlivých typov z celoslovenských hodnôt (v %)

Typy nákupných miest	Počet nákupných miest	Počet obyvateľov	Maloobchodný obrat
1	73,8	29,5	9,3
2	16,4	19,0	9,6
3	5,2	10,1	7,0
4	2,1	7,0	8,2
5	1,4	8,3	13,7
6	1,1	26,1	52,2
Spolu	100,0	100,0	100,0

za nákupmi z týchto nákupných miest do väčších obchodných stredísk je preto motivovaná skôr subjektívnymi faktormi (väčšia možnosť výberu atď.).

Aby sme získali prehľad o zastúpení obyvateľstva obidvoch uvedených skupín obcí v jednotlivých častiach Slovenska, z celkového počtu obyvateľov okresov sme znázornili na kartograme (obr. 4) podiely obyvateľov bývajúcich v nákupných miestach typov 3–6. Administratívne celky Bratislavy a Košíc sú v tomto aspekte atypické. Z ostatných okresov najväčšie podiely dosahujú napr. Bratislava-vidiek, Galanta, Komárno, Banská Bystrica, Zvolen, Prievidza a Martin. Sú to teda územia, kde sa vyskytuje viac veľkých obcí, čiže majú vysoký stupeň urbanizácie. Malé podiely obyvateľov bývajúcich v nákupných miestach typov 3–6 majú územia na východnom Slovensku, kde prevláda sieť malých sídel. Z okresov sú to najmä Stará Ľubovňa, Vranov, Svidník, Košice-vidiek a Veľký Krtíš. Celkove na Slovensku má premeraný podiel hodnotu 51,4 %. Vyššie hodnoty dosahuje, okrem Bratislavy a Košíc, 11 okresov.



Obr. 4. Podiely počtu obyvateľov nákupných miest typov 3 až 6 z obyvateľov okresov.

Zaujímavé je porovnanie území, ktoré bezprostredne obklopujú veľké mestá — Bratislavu a Košice. Kým v okrese Bratislava-vidiek je podiel skúmaných nákupných miest najvyšší, v okrese Košice-vidiek je druhý najnižší zo všetkých prípadov. Podmieňujú to rozdiely vo veľkostnej štruktúre osídlenia zázemí oboch miest. Podobne ako v okrese Bratislava-vidiek je podiel obyvateľstva v typoch 3—6 vysoký aj v ďalších častiach Západoslovenského kraja. Z celkového počtu obyvateľov týchto nákupných miest na Slovensku (2,3 mil.), má Západoslovenský kraj plnú tretinu a spolu s Bratislavou až 46 % obyvateľov. Na Stredoslovenský kraj zostáva 30,5 %, na Východoslovenský 23,5 %.

Možno preto konštatovať, že rozmiestnenie typov nákupných miest je v tesnej závislosti od sídelnej štruktúry. Isté výnimky pozorovať iba pri obciach, ktoré plnia relatívne dôležité strediskové funkcie, alebo naopak, ak väčším obciam (mestám) taká funkcia chýba. Pri hodnotení miery kompletnosti poskytovaných obchodných služieb v jednotlivých nákupných miestach sme vychádzali iba zo zastúpenia druhov predajní, nie zo sortimentu predávaných tovarov. Predpokladáme teda, že predajne rovnakého druhu majú v rozličných obciach rovnaké sortimentové zloženie predaja. Výsledky založené na tomto predpoklade stačia na získanie približných informácií. Typizácia by mala väčšiu hodnotu, keby sa rozšíril počet kritérií. Napr. ďalšie podtypy by vyplynuli z podielov, ktoré v nákupných miestach pripadajú na maloobchodný obrat, realizovaný v závodoch verejného stravovania. Tým by sa jednak vyčlenila skupina obcí, ktorá pravdepodobne zahŕňa významnejšie návštevné miesta zájazdového alebo pobytového cestovného ruchu [2], jednak by sa korigovali niektoré vysoké hodnoty maloobchodného obratu v obciach, kde ich spôsobujú nákupy účastníkov cestovného ruchu (napr. Trenčianske Teplice, strediská Tatier a pod.).

Predložený príklad typizácie je alternatívou hodnotenia významu nákupných miest z aspektu jedného z ich najcharakteristickejších znakov — siete maloobchodných zariadení, ktoré tvorili hlavné kritérium na rozčlenenie obcí. Tým sa vytvorili podmienky na zisťovanie teoretických možností obyvateľstva realizovať nákupy v zariadeniach svojho bydliska alebo iných obcí, resp. na objasnenie stavu, ktorý spôsobuje nevyhnutnosť dochádzky za nákupmi do zariadení v iných obciach. Z existencie veľkých priestorov, ktoré zaberajú nákupné miesta prvého typu, vyplýva, že rozmiestnenie zariadení sa prispôsobuje predovšetkým veľkosti obcí, a menej požiadavkám utvárania vhodných podmienok na nákupy v strediskách časovo úmerne vzdialených.

Uplatnenie bodovacieho postupu umožnilo, aby sa správne posúdili obce, v ktorých sa vyskytuje viac predajní rovnakého druhu. Napr. v niektorých zlúčených obciach sa vyskytujú štyri zariadenia, pričom tri z nich sú zmiešané predajne v jednotlivých osadách. Keďže sme brali do úvahy zastúpenie druhov predajní, patrí takáto obec s dvoma druhmi iba k prvému typu. Tým sa vylúčil vplyv viacnásobného zastúpenia istých druhov predajní, pretože kritériom typizácie nebol ich počet, ale druhová štruktúra.

Alternatíva typizácie nákupných miest, ktorú sme uviedli ako príklad možného prístupu k tejto problematike, má podľa nášho názoru aj istý aplikačný význam. Ten sa však neprejavuje priamo v utvorení možností na uplatnenie získaných výsledkov, ale ukazuje jednak princípy riešenia metodických otázok, jednak poskytuje orientačné údaje zo SSR alebo z väčších územných celkov. Tieto údaje môžu slúžiť ako báza na komparáciu hodnôt, ktoré sa dosiahnu pri

detailnejších výskumoch na malých územiach, prípadne v štúdiách zameraných na jednotlivé nákupné miesta. V takomto prípade sa bodovacia metóda vhodne uplatní pri porovnávacom štúdiu štruktúry maloobchodnej siete v rámci mestského areálu.

Z geografického aspektu je dôležitou súčasťou výskumov aj syntetické hodnotenie v regionalizačnom smere. Náš príspevok ukazuje, že tak analýza bilancie maloobchodného obratu, ako aj uskutočnená typizácia nákupných miest vyjadrujú zhodný obraz priestorových črt maloobchodu. Charakteristickým znakom je koncentrácia zariadení, výkonov a celej obchodnej činnosti v málo početnej skupine nákupných miest, ktoré spĺňajú funkciu obchodných stredísk. Ostatné obce tvoria funkčne protipólovo ležiace územia. Medzi nimi sa pohybujú za nákupmi prúdy cestujúcich. Tento komplex je základom mechanizmu procesu, ktorý je dôležitou zložkou predmetu geografických výskumov obchodu. Z hľadiska našej témy teda možno konštatovať, že obraz priestorového usporiadania nákupných miest obsahuje výrazné znaky nodálnej štruktúry. Tým sa zdôrazňuje potreba orientovať geografické výskumy obchodu predovšetkým na tie nákupné miesta, ktoré spĺňajú významnejšie strediskové obchodné funkcie.

LITERATÚRA

ILLGEN, K.: *Geographie und territoriale Organisation des Binnenhandels*. Gotha-Leipzig 1970. — 2. MARIOT, P., OČOVSKÝ, Š.: *Geografické črty cestovného ruchu na Slovensku. Náuka o Zemi*, Bratislava, VSAV 1973. — OČOVSKÝ, Š.: *Priestorové črty tovarovej výmeny na Slovensku*. In: *Slovensko*. Zv. 3, časť 1, Bratislava 1974. — 4. OČOVSKÝ, Š.: *Geografická problematika obchodu na juhozápadnom Slovensku*. *Geogr. Čas.*, 25, 1973, 2.

Štefan O č o v s k ý

AUSERWÄHLTE PROBLEME DES STUDIUMS DER EINKAUFSORTE

Der Beitrag ist auf zwei wichtige Probleme des Geographiestudiums der Einkaufsorte orientiert (d. h. Gemeinden, in welchen Verkaufsstellen des Einzelhandels lokalisiert sind). Als erstes ist die Untersuchung quantitativer Beziehungen zwischen Kennziffern des Einzelhandels und der Grösse der Gemeinden. Diese Beziehung wird einfach durch Werte des Einzelhandelsumsatzes pro Einwohner ausgedrückt, die wir in Arbeiten [3, 4] analysiert haben. Im vorliegenden Beitrag werden sie durch die sog. Bilanz des Einzelhandelsumsatzes in Gemeinden ergänzt. Ihre Grundlage bildet die Anwendung des Wertes des durchschnittlichen Einzelhandelsumsatzes pro Einwohner für das gesamte studierte Gebiet, also die Slowakei, für die Berechnung des sog. theoretischen Einzelhandelsumsatzes in einzelnen Gemeinden (der theoretische Umsatz gleicht dem Produkt des angeführten Durchschnittswertes für die Slowakei und der Einwohnerzahl der gegebenen Gemeinde). Aus den Differenzen zwischen dem realen und theoretischen Einzelhandelsumsatz wurde der Saldo berechnet, der das Aktivum oder Passivum des Umsatzes darstellen kann. Die Saldowerte in Kčs wurden an der Karte dargestellt (wir veröffentlichen aus ihr den, die Südwestslowakei betreffenden Teil — Abb. 1). Die Karte zeigt, dass nur 158 Gemeinden aktive Bilanz aufweisen. Die meisten von ihnen erfüllen die Aufgabe von Geschäftszentren, in welchen nebst

den Ortsbewohnern auch eine verschieden grosse eintreffende Kundenzahl ihre Einkäufe realisiert. Gerade die Umsatzbilanz ermöglicht ihre beiläufige Anzahl zu bestimmen.

Geeignete Möglichkeiten für die Beurteilung der Bedeutung von Gemeinden mit aktiver Bilanz in der Struktur zentraler Orte aus dem Aspekt des Handels bietet der Index, den wir als Saldoquotienten aus dem gesamten Einzelhandelsumsatz berechnet haben. Die Werte des Indexes sind auf Abb. 2 kartographisch dargestellt. Der Index bildet die Möglichkeit des Vergleiches zwischen Gemeinden. Seine höheren Werte bedeuten eine wichtigere Stellung der Gemeinde im Netz der Einkaufsorte.

Das weitere der gelösten Probleme ist ein Beispiel der Typisierung der Einkaufsorte nach dem Hauptqualitätszeichen des Einzelhandels — nach der Gattungsstruktur des Verkaufstellennetzes. Das Grundkriterium der benützten Typisierungsalternative war das Vorkommen von Verkaufsstellen verschiedener Art (nach dem Charakter der verkauften Ware). Die Anzahl der Verkaufsstellen wurde nicht in Betracht genommen. Bei der Durchsetzung dieses Kriteriums wurde die Punktbewertungsmethode benützt. Einkaufsstellen jeder Art wurde ein, ihrer Bedeutung im Handelsnetz adäquater Wert festgesetzt, der durch die Anzahl der Einheitspunkte ausgedrückt ist. Das Klassifikationsschema stellt Tab. 1 dar und die Resultate Tab. 2 und die Karte auf Abb. 3 (eingezeichnet sind nur die Typen 2–6, die übrigen Gemeinden gehören zum ersten Typ mit der Vertretung von Verkaufsstellen elementarerer Art).

Gemeinden des Types 1 und 2 haben ein relativ schwach entwickeltes Netz der Einzelhandelseinrichtungen. Eine progressivere Situation ist in Gemeinden des Types 3 bis 6. Die Anteile der Einwohner dieser Gemeinden nach Kreisen stellt das Kartogramm auf Abb. 4 dar. Aus Tab. 2 kann festgestellt werden, wieviel Einwohner der Slowakei günstige, oder minder günstige Einkaufsmöglichkeiten in der Gemeinde ihres Wohnortes ausnützen können. Aus dem Raumaspekt kann festgestellt werden, dass die Verteilung der Typen der Einkaufsorte in enger Abhängigkeit von der Siedlungsstruktur ist.

Abb. 1. Die Bilanz des Einzelhandelsumsatzes im Hinblick auf die Einwohnerzahl, am Beispiel der Südwestslowakei. Die Bilanz in Mill. Kčs: Passivum: 1 — unter 13, 2 — 6 bis 13, 3 — 0 bis 6. Aktivium: 4 — 0 bis 8,5, 5 — 8 bis 50, 6 — 50 bis 150, 7 — über 150.

Abb. 2. Anteil des aktiven Saldos am realen Einzelhandelsumsatz. Die Grösse der Kreise stellt den Einzelhandelsumsatz in Mill. Kčs dar. Die Ausfüllung der Kreise entspricht den sechs Intervallen der Werte des dargestellten Indexes. Die Kreisgrenzen sind durch Linie bezeichnet.

Abb. 3. Die Verteilung der Typen der Einkaufsorte. Durch Kennzeichen sind Einkaufsorte der Typen 2–6 bezeichnet.

Abb. 4. Anteile der Einwohnerzahl der Einkaufsorte der Typen 3 bis 6 an der Bevölkerung der Kreise in %.

Tab. 1. Das Typisierungsschema der Einkaufsorte.

Tab. 2. Anteile der Einkaufsorte einzelner Typen an gesamtslowakischen Werten in %.

Übersetzt von A. Mišíková