

Łódź 2001

Vladimír Ira

Słowacka Akademia Nauk, Bratysława

René Matlovič

Uniwersytet Preszowski, Preszów

Luděk Sýkora

Uniwersytet Karola, Praga

Zdeněk Szczyrba

Uniwersytet Palackiego, Olomuniec

**PRZEKSZTAŁCENIA PRZESTRZENI WYMIANY
HANDLOWEJ MIASTA POSTSOCJALISTYCZNEGO
NA TLE KONCENTRACJI W HANDLU DETALICZNYM
W REPUBLICE CZESKIEJ I SŁOWACKIEJ (PRZYKŁAD
PRAGI, BRATYSŁAWY, OŁOMUŃCA I PRESZOWA)**

Przemiany ustrojowo-społeczne na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych w krajach Europy Środkowej zapoczątkowały proces transformacji praktycznie we wszystkich dziedzinach życia społeczno-ekonomicznego. Najszybciej i w najszerszym zakresie wystąpiły one w sferze usług i handlu, które do tej pory były słabo rozwiniętymi gałęziami gospodarki uspołecznionej krajów socjalistycznych. W porównaniu z państwami Europy Zachodniej istniały również widoczne dysproporcje w układach przestrzennych usług konsumpcyjnych. Z punktu widzenia handlu detalicznego cechą charakterystyczną był przede wszystkim silnie scentralizowany model przestrzeni wymiany handlowej. W strukturze przestrzeni miasta nieporównywalnie dominującym ośrodkiem handlowym było centrum miasta, natomiast słabo rozwinięte były praktycznie wszystkie inne strefy miasta (zwłaszcza wielkie osiedla mieszkaniowe i strefa miasta wewnętrznego). Pod względem struktury handlu detalicznego dominowały przysłowiowe małe sklepiki o niskim stopniu wyposażenia technicznego i bardzo ograniczonym asortymencie oferowanych towarów. Natomiast nieznane wówczas były wielkopowierzchniowe jednostki handlowe, jak supermarket czy hipermarket, które dzisiaj

tworzą widoczny determinant rozwoju przestrzeni miejskiej w okresie postsocjalistycznym.

1. ZARYS TRANSFORMACJI I RESTRUKTURYZACJI HANDLU DETALICZNEGO

W niniejszym opracowaniu autorzy przedstawiają zarys podstawowych przekształceń przestrzeni wymiany handlowej miasta postsocjalistycznego na obszarze państwa, które jeszcze na początku lat dziewięćdziesiątych – gdy wkraczały w proces transformacji i restrukturyzacji – cechował jednolity rynek i system ekonomiczno-polityczny. W wyniku poprzedniego rozwoju ekonomicznego w latach ubiegłych nie było zbyt wielkich różnic między miastami czeskimi i słowackimi w lokalizacji usług konsumpcyjnych. Do roku 1992 występowały nawet pewne cechy procesów transformacji handlu detalicznego, w tym również i przestrzeni wymiany handlowej, niemal identyczne. Dopiero w kilka lat później można odnotować nieco odmienne i bardziej charakterystyczne cechy transformacji handlu detalicznego w Czechach i na Słowacji w wyniku istniejących warunków społeczno-gospodarczych. Dla porównania procesów przekształceń przestrzeni wymiany handlowej wybrana została grupa wielkich miast czeskich i słowackich, jak Praga i Bratysława oraz Ołomuniec i Preszów, gdzie w sposób istotny dokonuje się transformacja usług i ich układów przestrzennych na początku procesu serwicyzacji gospodarki.

Proces transformacji handlu detalicznego w Republice Czeskiej i Słowackiej można podzielić na dwa podstawowe etapy. Pierwszy z nich to etap powszechnej atomizacji (rozdrobienia) układu handlu detalicznego, który z założenia istniejącego i obowiązującego aparatu prawnego w byłej federacji obu krajów miał mniej więcej identyczny przebieg. Zdecydowanie identyczny był w pierwszej fazie etapu (1990–1992), natomiast w latach następnych doszło na Słowacji do pewnego zwolnienia tempa procesu na skutek odmiennej sytuacji politycznej i gospodarczej kraju. Niemniej jednak okres wspólnoty polityczno-ekonomicznej był zasadniczy i decydujący dla demonopolizacji i transformacji sieci handlu detalicznego w obu krajach.

Drugi etap to procesy koncentracji, wyrażające się przede wszystkim w systematycznym wzroście wielkości jednostek handlowych przy rosnącym udziale firm zagranicznych (w Czechach druga połowa lat dziewięćdziesiątych, na Słowacji późniejszy okres). Firmy te rozwijają sieć własnych dużych sklepów, prowadzących głównie sprzedaż szerokiego asortymentu artykułów spożywczych.

Proces atomizacji, założony na szybkiej i zasadniczej transformacji strukturalno-własnościowej w handlu detalicznym, prowadził do dotychczasowej struktury organizacyjno-własnościowej przede wszystkim przez przejmowanie lokali sklepowych w środowisku prawnie określanym jako tzw. mała prywatyzacja, która oparta była z zasady na przetargach. Oprócz tej podstawowej normy prawnej (ustawa nr 427/1990), w obu krajach obowiązywały jeszcze restytucje (ustawa nr 403/1990) i ustawa o transformacji spółdzielni (ustawa nr 42/1992). W większości przypadków istniejące sklepy przechodziły do rąk nowych nabywców, którzy kontynuowali w nich czynność handlową. Z kolei w innych większych sklepach dokonywano podziału powierzchni sprzedaży na kilka mniejszych jednostek handlowych (w miastach przede wszystkim ze względu na wysokie stawki czynszowe – zwłaszcza w dużych miastach, w ich strefie centralnej). Jednocześnie proces atomizacji struktury organizacyjno-własnościowej uzupełniał dynamiczny przyrost nowych prywatnych placówek handlowych w miejscach, w których uprzednio nie istniały. W istotny sposób powiększyła się nie tylko dotychczasowa liczba placówek handlowych, lecz także powierzchnia sprzedaży (w Republice Czeskiej więcej niż dwukrotnie, podobnie było na Słowacji). W rezultacie przeciętna wielkość sklepu w Republice Czeskiej spadła z 85,2 m² w 1989 r. do 74,8 m² w roku 1998. Powierzchnia sprzedaży sklepów w przeliczeniu na 1000 mieszkańców wzrosła z 331 m² w 1989 r. do 697 m² w 1998 r. (Czeski Urząd Statystyczny, 2000)¹. Stwierdzić również można, iż w skali kraju wzrost liczby sklepów i powierzchni sprzedaży był znacznie większy w obszarach zurbanizowanych niż wiejskich².

W ostatnich latach zarówno w Republice Czeskiej, jak i na Słowacji obserwuje się coraz wyraźniej obecność sieci sklepów należących do dużych prywatnych przedsiębiorstw, z wyraźną przewagą kapitału zachodnioeuropejskiego (np. niemieckie Globus, Metro, Tengelmann, Hornbach, Walther Immobilien, Rewe, Lidl & Schwarz, austriackie Julius Mienl, BauMax, brytyjskie Tesco, Marks & Spencer, holenderskie Ahold, belgijskie Delhaize le Lion, szwajcarskie Bauhaus, francuskie Carrefour, szwedzkie IKEA). Pierwsza fala zagranicznych inwestorów pojawiła się w Czechach już na początku lat dziewięćdziesiątych i głównie modernizowała istniejącą już sieć handlową w miastach (i większe samy). Dopiero kilka lat później przyszli pierwsi inwestorzy z zagranicy na Słowację, która od 1993 r. jest politycznie i ekono-

¹ Ze względu na brak danych statystycznych dla Słowacji nie można w pełni przedstawić parametrów dynamiki transformacji handlu detalicznego w krajach byłej federacji.

² Podobnie opisuje transformację struktur handlu detalicznego w Polsce Z. Taylor (2000).

micznie wydzielonym niepodległym rynkiem³. Fala inwestycji zagranicznych przechodziła więc powoli z jednego kraju do drugiego, uwzględniając cechy charakterystyczne krajowych sieci osadniczych (lokalizacja wielkopowierzchniowych obiektów sprzedaży w hierarchii systemu osadniczego).

Jako pierwszy napłynął do Czech kapitał holenderski, austriacki i belgijski, dopiero później, od połowy lat dziewięćdziesiątych, zauważyć można kapitał brytyjski, francuski, szwedzki, przy czym bardzo widoczne jest tutaj zaangażowanie przede wszystkim firm niemieckich. Od połowy lat dziewięćdziesiątych do chwili obecnej firmy te celowo budują sieć super-, hiper- i baumarketów, które powstają nie tylko w osiedlach mieszkaniowych największych miast, lecz także w strefach podmiejskich, gdzie często stają się rdzeniem nowo powstających centrów handlowych, co jest zbieżne z tendencjami światowymi. Niektóre firmy zagraniczne budują swoje obiekty wielkopowierzchniowe także w strefach wewnątrzmijskich.

W Republice Słowackiej, oprócz już wspomnianych domów towarowych Tesco, pierwsze pojedyncze supermarkety i baumarkety z udziałem kapitału zagranicznego zostały otwarte w latach 1994–1996 (Billa, Delvita, Rema 1000, BauMax), natomiast pierwszy hipermarket dopiero w czerwcu 1999 r. (Nitra–Tesco). Jak widać, jest to kilkuletnie opóźnienie w stosunku do rozwoju w Czechach. Ilustracją tego jest diametralnie inny rozwój sieci hipermarketów w krajach byłej federacji. W chwili obecnej w Republice Czeskiej jest czynnych już ponad 110 hipermarketów, tj. 11 hipermarketów na 1 mln mieszkańców (pierwszy hipermarket w 1994 r.).⁴ Sytuacja w obu krajach już ulega zmianie, a różnice odnotowane dotąd nie będą wkrótce miały żadnego znaczenia (tab. 1). Rynek czeski jest już niemal wypełniony, w wyniku czego

T a b e l a 1

Rozwój sieci hipermarketów w Republice Czeskiej i Słowackiej (stan na końcu roku)

Wyszczególnienie	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Republika Czeska	2	5	18	46	75	108
Republika Słowacka	–	–	–	–	2	15

Ź r ó d ł o: Opracowanie własne.

³ Mimo to od 1992 r. funkcjonuje dla obu krajów sieć 13 wielkich domów towarowych w największych miastach czeskich (6) i słowackich (7), którą w pierwszym etapie prywatyzacji przejął amerykański K-mart (1992–1996), później brytyjskie Tesco.

⁴ W większości państw Europy Zachodniej przeciętna wynosi około 15–18 hipermarketów na 1 mln mieszkańców.

wielkie firmy powoli przeniosą swoją działalność na rynek słowacki, gdzie oczekuje się boomu podobnego jak w Czechach⁵.

2. SKLEPY WIELKOPOWIERZCHNIOWE W MIEJSKIEJ PRZESTRZENI HANDLOWEJ

Niewątpliwie największy i w przebiegający w najszerszym zakresie proces transformacji i restrukturyzacji sieci handlu detalicznego wśród analizowanych miast przeszła Praga, która jest największym rynkiem zbytu dla wszelkiego rodzaju firm oferujących swe towary dla klientów. Miasto–metropolia zawsze będzie odgrywało znaczący, a w pewnym stopniu nawet dominujący udział w różnorodnych czynnościach i procesach zachodzących w kraju. Potwierdzeniem tego jest dynamiczny rozwój sieci sklepów wielkopowierzchniowych na terenie miasta w ostatnich latach. Pod koniec 2000 r. funkcjonowało w Pradze ogółem 11 hipermarketów (1/10 udziału w skali ogólnokrajowej) i 15 wyspecjalizowanych wielkopowierzchniowych jednostek handlowych, jak BauMax, OBI, IKEA itd. (więcej niż 1/4 udziału). Trzeba też zwrócić uwagę na to, że jednostki są przeciętnie większe (wielkie hipermarkety) niż pozostałe na terenie innych czeskich miast, w wyniku czego przyrost nowej powierzchni sprzedaży w Pradze jest w skali kraju bardziej dynamiczny. Z kolei w Bratysławie można było w tym samym czasie naliczyć „tylko” cztery hipermarkety plus dwa baumarkety i jeden obiekt IKEA. Pierwszy hipermarket na terenie Bratysławy (Carrefour) otwarty został dopiero w połowie 2000 r. Nieco odmienną sytuację obserwujemy w Ołomuńcu (piąte co do wielkości miasto w Republice Czeskiej – 103 tys. mieszkańców), gdzie są obecnie czynne trzy hipermarkety i dwa baumarkety, w Preszowie (trzecie co do wielkości miasto w Republice Słowackiej – 93 tys. mieszkańców) zaś tylko jeden hipermarket i jeden baumarket (tab. 2).

W przestrzeni miasta hipermarkety skoncentrowane są zazwyczaj w strefie wielkich osiedli mieszkaniowych i w strefie peryferyjnej (podmiejskiej). Niemniej jednak występują one także w strefie miasta wewnętrznego, gdzie kształtują tzw. wewnątrzmijskie centra handlowe. Typowym przykładem takiego centrum jest Polus City Center w Bratysławie, w którym mieści się nie tylko hipermarket Carrefour (8,5 tys. m² powierzchni sprzedaży), ale także wiele wyspecjalizowanych sklepów i placówek gastronomicznych. Ogólna powierzchnia sprzedaży wynosi 15 tys. m². Oprócz tego, centrum pełni inne

⁵ Ze względu na aktywną działalność firm zagranicznych rok 1998 zwany jest „rokiem hipermarketów”.

funkcje, m.in. rozrywkową (multiplex, bowling) i administracyjną (17-piętrowy biurowiec klasy A). Innym przykładem wewnątrzmięjskiego centrum handlowego jest centrum Zlatý Anděl w Pradze (Praga–Smíchov), zbudowany w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych na terenach przemysłowych (deindustrializacja). Tworzą go cztery budynki, w których mieści się 13 tys. m² powierzchni użytkowej w biurowcach i 7 tys. m² powierzchni sprzedaży (supermarket i sklepy luksusowe). W tej samej dzielnicy miasta powstaje dalsze centrum handlowe – Nový Smíchov, które deklaruje aż kilkadziesiąt tys. m² powierzchni sprzedaży, przy czym rdzeniem będzie wielki hipermarket Carrefour (ponad 10 tys. m²). Oprócz tego, centrum zaoferuje klientom multiplex. Proces kompleksowej rewitalizacji byłego centrum przemysłowego Pragi (fabryka ČKD Tatra) w następnych latach uzupełni z kolei trzeci projekt, tzw. Anděl City, który będzie kombinacją funkcji mieszkalnej, handlu i usług (biurowiec).

T a b e l a 2

Sieć wielkopowierzchniowych sklepów na obszarze analizowanych miast czeskich i słowackich (stan na koniec 2000 r.)

Miasto	Hipermarkety	Baumarkety	Meble
Praga	3 x Makro1 3 x Globus 2 x Tesco 1 x Inter-Spar 1 x Hypernova 1 x Kaufland	4 x OBI 3 x BauMax 2 x Globus 2 x Bauhaus 1 x Hornbach	2 x SCONTO 1 x IKEA
Bratysława	2 x Carrefour 1 x Metro1 1 x Tesco	2 x BauMax	1 x IKEA
Ołomuńiec	1 x Globus 1 x Terno 1 x Makro1	1 x BauMax 1 x OBI	–
Preszów	1 x Kaufland	1x BauMax	–

O b j a ś n i e n i a: 1 Cash & Carry Market z funkcjami handlu detalicznego.

Ź r ó d ł o: Opracowanie własne.

Na poziomie stutysięcznego miasta – Ołomuńca – też można obserwować rozwój sieci hipermarketów w strefie wewnątrzmięjskiej, tyle że nie ma w tym przypadku większego nagromadzenia funkcji handlowej i usług, jaka jest wi-

doczna w Pradze czy Bratysławie. Przykładem jest prawie na ukończeniu czwarty z kolei hipermarket w Ołomuńcu – Kaufland, który jest rewitalizowanym obiektem przemysłowym. W podobny sposób buduje się drugi z kolei hipermarket w Preszowie – Tesco, zlokalizowany naprzeciwko już istniejącego BauMaxa (baumarket – 1998 r.).

W strefie peryferyjnej Pragi, Bratysławy oraz Ołomouńca hipermarkety kreują nie tylko nowe powiązania wewnątrz struktury centrum handlowego, ale równocześnie tworzą decydujący czynnik suburbanizacji (Sýkora 1999). Ich strefa oddziaływania w przestrzeni ma jednak zróżnicowany wymiar. Generalnie można je podzielić na centra handlowe o mało znaczącym oddziaływaniu regionalnym (brak np. multiplexu, szerszej struktury handlu detalicznego i gastronomii) i tzw. regionalne centra handlowe z wyraźnym zaawansowaniem ponadlokalnym. Wśród analizowanych miast czysto regionalne kryterium pełnią tylko niektóre centra handlowe w Pradze, gdzie przede wszystkim wymienić należy Centrum Černý Most (hipermarket Globus), Shopping Park Praga–Zličín (hipermarket Tesco i IKEA) i Spektrum Průhonice–Čestlice (hipermarket Hypernova). Oprócz tego, w miejscu pierwszego i drugiego centrum powstały dalsze hipermarkety i baumarkety, tworząc razem kompleksy handlowe.

W większości przypadków hipermarkety (centra handlowe) na terenach analizowanych miast *a priori* służą mieszkańcom dzielnic, w których zostały zlokalizowane, dopiero później obsługują klientów z szerszego otoczenia miasta, wykorzystując dogodny położenie na obrzeżach osiedli mieszkaniowych (blisko dróg wylotowych). Jako przykład można podać centrum handlowe Danubia w Bratysławie (hipermarket Carrefour), które zlokalizowane jest w pobliżu wielkiego osiedla mieszkaniowego (Petržalka – 100 tys. mieszkańców), centrum Tesco – Praga-Letňany, Shopping Park – Praga-Hostivař (hipermarket Inter-Spar) lub też centrum Globus (hipermarket Globus) w Ołomuńcu. W Preszowie jedyny dotąd mniejszy hipermarket Kaufland (3500 m²) zlokalizowany został w strefie osiedlowej (Sídliško III).

W porównaniu z hipermarketami sieć supermarketów jest w przestrzeni miasta bardziej szerszym zjawiskiem, występującym przede wszystkim w osiedlach mieszkaniowych i w strefie miasta wewnętrznego. Pojedynczo pojawiają się supermarkety także w strefie centralnej miasta, gdzie tworzą zazwyczaj część składową tutejszych domów towarowych. Tak jest też w przypadku miast badanej grupy (np. największy dom towarowy w byłej Czechosłowacji Kotva w Pradze i dwupiętrowy supermarket Julius Mienl, domy towarowe Tesco w Pradze, Bratysławie i Preszowie, dom towarowy Prior i supermarket Delvita w Ołomuńcu).

W strefie wewnątrzmięskiej i osiedli mieszkaniowych supermarkety powstały częściowo na bazie już istniejących supersamów w pierwszym etapie transformacji handlu detalicznego (często jako akwizycja firm zagranicznych), częściowo jako nowe obiekty w drugim etapie transformacji. Wśród analizowanych miast przykładem pierwszej grupy supermarketów są jednostki np. w Ołomuńcu – Albert (miasto wewnętrzne) i Delvita (osiedle); bardziej charakterystyczne nowe budownictwo reprezentują np. praski supermarket Albert w centrum handlowym Zlatý Anděl (miasto wewnętrzne) lub supermarkety Billa w Bratysławie i Preszowie (osiedla mieszkaniowe). Oprócz tego można też zauważyć przykłady rewitalizacji byłych obiektów przemysłowych w strefie miasta wewnętrznego (supermarket Senimo w Ołomuńcu) lub wymiany funkcji w procesie komercjonalizacji (Billa w Ołomuńcu, miasto wewnętrzne, poprzednio teatr lalek).

3. PODSUMOWANIE

Na podstawie podanych przykładów widoczna jest tendencja lokalizacji wielkopowierzchniowych sklepów handlowych w strefe miejskiej peryferii (obrzeża osiedli mieszkaniowych oraz strefa podmiejska), gdzie w wyniku kombinacji różnych form usług nowe centra handlowe stają się drugimi strefami jądrowymi konkurencyjnymi z tradycyjnym centrum miasta. Pewnego rodzaju nasilenie rozwoju wielkopowierzchniowych jednostek handlowych obserwujemy również w strefie miasta wewnętrznego. Z punktu widzenia przestrzennych powiązań w rozmieszczeniu handlu detalicznego w strukturze miasta w zasadniczy sposób dokonuje się – przez rozwój sieci wielkopowierzchniowych jednostek handlowych – proces dekoncentracji „monocentrycznego” modelu miejskiej przestrzeni wymiany handlowej, w którym dotychczasowy nacisk skierowany był na centrum miasta. W procesie przechodzenia krajów postsocjalistycznych do gospodarki rynkowej (przy nasilaniu tendencji globalizacji), proces decentralizacji jest wyrazem wzrastającej segregacji przestrzeni konsumpcji masowej, przy czym rynek i renta gruntowa są mechanizmami optymalizującymi strukturę przestrzenną miasta (Rykiel 2000). Nie oznacza to wcale, że w strefie centralnej miasta ulega regresji funkcja handlowa. Centrum w dalszym ciągu pozostaje decydującą strefą handlową w przestrzeni miasta, aczkolwiek spada jego znaczenie pod względem liczby jednostek, powierzchni sprzedaży i obrotów. Renta gruntowa staje się decydującym czynnikiem użytkowania centrum miasta, w wyniku czego w sieci handlu detalicznego dokonuje się specjalizację branżową.

PIŚMIENNICTWO

- Hrabětová J., 2000, *Proměny pražského Smíchova*, Realit, VII (12), Praha, s. 11–13.
- Rykiel Z., 2000, *Przemiany przestrzeni społecznej polskiego miasta posocjalistycznego*, [w:] Jazdzewska I. (red.), *Miasto postsocjalistyczne organizacja przestrzeni miejskiej i jej przemiany*, XIII Konwersatorium Wiedzy o Mieście, UŁ, Łódź, s. 31–39.
- Taylor Z., 2000, *Przekształcenia sieci handlu detalicznego i gastronomii w okresie transformacji społeczno-gospodarczej Polski*, Prace Geograficzne IGiPZ PAN, nr 175.
- Sýkora L., 1999, *Proměny vnitřní prostorové struktury postkomunistické Prahy*, Acta Facultatis Studiorum Humanitatis et Naturae Universitatis Prešoviensis, Folia Geographica, nr XXXII (3), Prešov, s. 98–103.
- Szczyrba Z., 2000, *Základní rysy geografické struktury obchodní sítě měst*, [w:] Matlovič R. (red.), *Urbánný vývoj na rozhraní milénií*, Urbánné a krajinné štúdie, nr 3, Filozofická fakulta Prešovskej univerzity, Prešov, s. 128–134.