

A KISKERESKEDELEM TEREI GYŐRBEN

(The spheres of the retail trade in Győr)

NAGY ERIKA

A kilencvenes évek eleji Magyarországon a kereskedelem vonzotta a legtöbb hazai és külföldi befektetőt a gazdasági szektorok közül. A szereplők száma megsokszorozódott, s ezzel párhuzamosan szervezeti átalakulás zajlott az ágazatban. Ennek főbb jellemzői a dekoncentráció - az új kis- és középvállalatok tömeges megjelenése, illetve az állami nagyvállalatok egy részének felbomlása következményeként -, a piac feldarabolódása és új szervezeti formák megjelenése. Ez a gyors növekedési szakasz 1994-95-től kezdve átadta helyét egy stabilizálódó, és a szervezeti koncentráció jeleit mutató fejlődésnek. Utóbbi jelenség az állami vállalatok átalakulása és privatizációja lezárulásával, továbbá a külföldi befektetők által megvalósított nagyberuházásokkal magyarázható, míg az előbbi a vásárlóerő folyamatos csökkenésével és a piac telítődésével. A struktúra stabilizálódásának kezdetét és a koncentracós folyamat intenzitását tekintve időbeli eltolódás mutatkozik Budapest és Északnyugat-Magyarország, illetve az ország többi része között: előbbi régiókban az új szakasz korábban kezdődött.

A szervezeti változások a kereskedelem körébe tartozó tevékenységek jelentős bővülésével jártak: egyre több cég vállalt - például márkaképviseletet, s a külkereskedelmi és a közvetítői tevékenységet folytató szervezetek száma is gyorsan gyarapodott. Ennek okai a liberalizációs folyamatban, illetve az ellátandó kiskereskedelmi egységek számának növekedésében keresendők. Ugyanakkor bővült az eladott termékek köre, és könnyebben elérhetővé váltak a műszaki cikkek, autók, exkluzív ruházati cikkek stb. Az elmúlt három évben a kereskedelemhez, illetve az egyes árucikkekhez kapcsoló szolgáltatások szerepe is növekedett (javítás, karbantartás, a vásárló igényeihez való igazítás stb.) s ez a tendencia várhatóan meg is marad az erős verseny és a külföldi cégek jelenléte miatt, amelyek tevékenysége mintául szolgál a hazai vállalkozók számára.

A vázolt átalakulás legfontosabb centrumai a városok, közülük is a regionális nagykereskedelmi-elosztó központok. Ezek méretei - területük, lakosság számuk, szerepkörök összetettsége - lehetővé teszi, hogy a kereskedelem térszerkezeti változásait, a kiskereskedelmi-szolgáltató funkciót ellátó tömörülések hierarchizáltságát és az ezekhez kapcsolódó mozgásokat a településhatáron belül is vizsgáljuk.

A kiskereskedelem térszerkezeti elemei

A klasszikus megközelítések ingatlan árak és bérleti díjak térbeli sajátosságaira koncentráltak a kiskereskedelem térszerkezetét alakító tényezők vizsgálatakor. (Alonso 1971) modellje szerint egyközpontú térszerkezet esetén a cityben a legmagasabbak az árak - és a költségek -, ezért az itt tömörülő üzletek nagy értékű, ritka árucikkeket kínálnak. A peremek felé haladva az ingatlanárak csökkenésével, változik a kiskereskedelmi egységek

tevékenysége és alapterülete. Az Alonso-féle elképzelésből kiindulva és a központi hely elméletét felhasználva dolgozta ki (Berry 1967) részletes hierarchikus modelljét. Ebben a kiskereskedelmi koncentrációk négy szintjét különítette el az önálló, napi cikket árusító vegyesboltoktól a tervezett, specializált üzletekkel és szolgáltatásokkal ellátott központokig. A két szint közötti átmenetet a napi szükségleti cikket és szolgáltatásokat nyújtó koncentrációk, illetve az egy-egy városrész ellátását biztosító, néhány lakossági szolgáltatást nyújtó (posta, bank) és specializált üzletekkel rendelkező (pékség, édességbolt, ruházati cikkek) tömörülések képviselik. Berry ezek mellett speciális, nagy helyigényű funkcionális területeket (építőipari-lakberendezési, műszaki stb.) és a kivezető utak mellé települt sajátos szerkezetű tömörüléseket (üzemanyag-kereskedelem, szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás) különböztetett meg. Az ingatlanárak mellett azonban hangsúlyozta a társadalom térbeni szerkezetének fontos telepítő hatását: az egyes elemek helyét a potenciális kereslet alakítja, tehát a magasabb hierarchiaszintű kiskereskedelmi központok a tehetősebbek lakónegyedeiben találhatóak meg.

A fenti modellt a későbbi kutatások kiindulópontnak tekintették, ám többnyire kritikusan írnak róla. Ennek oka, hogy számos tényező - város-rekonstrukciók, városi ingatlanpolitika, az üzletek specializációja, a személy- és tömegközlekedés, életmódbeli különbségek stb. - alakítja még a kereskedelem térszerkezetét. A legtöbb bírálat az európai geográfusok részéről érte a modellt, illetve annak érvényességét (Dawson 1983, Daniels 1985). Új, átfogó megközelítést a behaviorizmus adott. A kereskedelem térszerkezetét és a bevásárlóutakat az érdekelt szereplők döntései alakítják: a kereskedőké, a lakosságé és a helyi önkormányzaté (ingatlanbérleti díjakon, városrendezési akciókon, közlekedési szabályokon keresztül) (van den Berg 1987, Price - Blair 1989).

A kereskedelem térszerkezetére irányuló kutatások a nyolcvanas években kaptak új lendületet Európában. Ennek oka a "bevásárlóközpont-boom", amellyel új elem, a tervezett, komplex kereskedelmi és szolgáltató funkciókat tömörítő, többnyire a város peremén elhelyezkedő centrum jelent meg a kiskereskedelem szerkezetében. A központok kettős folyamat eredményeképpen kezdtek gyors ütemben gyarapodni. Az egyik a hatvanas, hetvenes években Nyugat- és Közép-Európában nekilendülő szuburbanizáció (van den Berg, et. al; Eryedi 1988), a másik a kereskedelmi szektorban lezajlott szervezeti koncentráció. Hatására megindult a kiskereskedelem térbeli átalakulása is, a szektor fő terjeszkedési területévé a nagyobb városok peremterületei váltak. A belváros hagyományos kiskereskedelmi szerepkörének megőrzése érdekében rekonstrukciós hullám indult el, amelyet számos közép- és nagyvárosban a sétálóövezetek kiterjesztése kísért (Monheim 1991). Részben az önkormányzatok lépései, részben a belváros vonzereje (Klein 1991) a magyarázata annak, hogy törekvéseik sikeresek. A belvárosi struktúra azonban átalakult: a napi cikket árusító üzletek közül csak a nagy áruházak őrizték meg helyüket; a kisebb üzletek körében specializációs és szervezeti betagozódás volt megfigyelhető valamely nagyobb vertikális szerveződésbe.

Az európai nagy- és középvárosok (100 ezernél népesebb települések) kereskedelmében tehát a szervezeti koncentrációt térbeli dekoncentráció kísérte, elsősorban a szuburbán peremterületek javára és a belváros rovására. Ugyanakkor a belső, sűrű beépítésű lakóterületeken a kisebb, 50-100 négyzetméteres, szubcentrumok közelében fekvő vegyesboltok szerepe továbbra is fontos, különösen hosszú nyitvatartásuk miatt (Price, Blair, et. al.). Az ingatlan árak emelkedése az üzletek raktározási lehetőségeit is szűkíti a szuburbán övezeten belül, ezért a városközpontba vezető utak mellett jelentősen növekedtek a raktározási területek.

A győri kereskedelem szerkezeti változásai

A szervezeti változások első szakasza a nyolcvanas évek elején, a szerződéses üzletek, majd a bérletek elterjedésével kezdődött. Az új üzemeltetési formák elsősorban a gyengébben ellátott hagyományos beépítésű lakóövezetben és a peremterületeken terjedtek el, és többnyire élelmiszer-, vagy vegyesboltok voltak. A magánszektor másik fontos elemét a kis alapterületű, ám jó minőségű árut kínáló belvárosi üzletek jelentették, amelyek ruházati cikkeket és kiegészítőket forgalmaztak. Ezek már ekkor komoly versenyt jelentettek a nagyobb áruházak számára.

A szervezeti változások 1989-től kezdve felgyorsultak. Mivel ebben a szektorban alapították a legtöbb társaságot és magánvállalkozást, Győrben is jellemző volt az elaprózódás és a döntések dekoncentrációja. A gründolás 1991-92-ben érte el a tetőpontját, azóta folyamatosan mérséklődik az alapítások üteme. A folyamat eredménye közel hatszáz jogi személyiségű és csaknem ugyanennyi jogi személyiség nélküli társas vállalkozás. A gyors növekedés háttérében a kereskedelem jövedelmezősége mellett a város fekvése és közlekedési kapcsolatai és az ennek köszönhető kedvező értékesítési lehetőségek, továbbá a helyi kereslet játszott fontos szerepet a vállalkozók véleménye szerint. Fontos tényezőnek bizonyult a nagyobb (százmillió forintnál nagyobb éves forgalmat bonyolító) szervezetek esetében a kereskedelmi tapasztalat és a már kialakult üzleti kapcsolatok, amelyeket állami vállalatoknál, vagy a nyolcvanas években magánvállalkozóként alakítottak ki. A szerény méretű, egy-egy üzletet működtető családi vállalkozásoknál - különösen a napi cikkekkel kereskedők között - viszont gyakori motiváció a munkanélküliség.

Ezzel párhuzamosan megkezdődött az állami vállalatok átalakulása és privatizációja. A folyamatban, amely a kilencvenes évek közepén lényegében lezárult, a hazai magántőke - elsősorban a vállalati vezetők - és a külföldi befektetők játszottak fontos szerepet. A feldarabolódó piacon a hagyományos szereplők tevékenységük átalakításával próbálnak versenyképesek maradni: a nagykereskedelemben ez az áruszerkezet bővítését, a kiskereskedelemben specializációt, illetve helyi, vagy regionális üzletlánc kiépítését jelenti. A nagykereskedelmi cégekkel való együttműködés, felvásárlási szövetségekben való részvétel is előfordul. A korábban csak elosztó funkciót ellátó vállalatok is igyekeznek közvetlen kapcsolatokat kiépíteni a fogyasztókkal. Tehát a nagy- és kiskereskedelmi tevékenység keveredése figyelhető meg, amely szervezeti koncentráció felé is mutat.

A kereskedelmi tevékenység árucsoportok szerint meglehetősen vegyes képet mutat. A legnépszerűbb a napi cikkek (élelmiszer, háztartási vegyiárak), illetve a ruházati termékek és kiegészítőik forgalmazása. A legutóbbi évekig ezért piacuk erősen szabdaltnak volt, és a szakmabeliek megítélése szerint az új üzletek nagy része működtetésének szakmai színvonala erősen kifogásolható volt. Az 1994-95-ben megnyitott új élelmiszer-áruházak, amelyek nemzetközi láncok, vagy helyi vertikális szerveződések elemei, pozitívan befolyásolták a szakmai minőséget. A műszaki cikkek, járművek és építőipari-lakásfelszerelési szaküzletek, áruházak jelentős nagyobb részét szintén az átalakulás időszakában nyitották. Ezeket igen pozitívan ítélték meg a kereskedők, az áruk megbízható minősége és háttérszolgáltatásai miatt.

Egészeiben véve tehát 1994-ig a szétaprózottság, a szervezeti változások, a tőkeberuházások alacsony szintje és a meglehetősen ellentmondásos szakmai színvonal

jellemezte a győri kereskedelmi szektort. Az elmúlt másfél-két évben azonban megnövekedett a beruházások mértéke, amelyeket túlnyomórészt tőkeerős, hálózatokat üzemeltető szervezetek hajtottak végre. Emelkedni kezdett az ágazatban foglalkoztatottak száma is. Ugyanakkor a kisvállalkozások körébe növekedett a csődök száma, és minimálisra csökkent az alapításoké. A koncentráció tendenciák tehát erősödtek, ami várhatóan a szereplők számának további csökkenésével jár majd.

A kereskedelem térszerkezetének jellemzői

Az üzletek száma négy-ötszörösére emelkedett 1993 végéig a városban, azóta némi csökkenés tapasztalható. A kereskedelmi tevékenység - a szervezetek és az üzletek - térbeli dekoncentrációjával járt együtt a folyamat. A vállalkozások döntéshozatali központjai elválhatnak a tényleges tevékenységtől, ami egyrészt a jelentős forgalmat bonyolító, általában üzlethálózatot működtető szervezetek esetében jellemző (ekkor a központ az üzlet, vagy a raktárbázis mellett található), másrészt a nagykereskedelemben érdekelt cégeknél, amelyek központjai erősen szóródnak (a belváros mellett a nagyobb presztízsű lakótelep, Marcalváros, a cityhez közeli Nádorváros és a déli peremterület családi házas övezete, tovább Gyárváros a jelentősebb koncentrációk). (1. ábra)

A kiskereskedelemben jóval gyakoribb az üzlet és a központ egybeesése. Ennek legfontosabb tömörülése a belvárosban található, ami erősen zsúfolttá tette annak középső részét, a bevásárló utca környékét. Jelentős koncentrációk találhatóak még a cityhez közeli városrészekben és a forgalmas, központba vezető utak mentén. A régebben épült lakótelepek és a távol eső csatolt települések érezték legkevésbé a dekoncentráció hatásait.

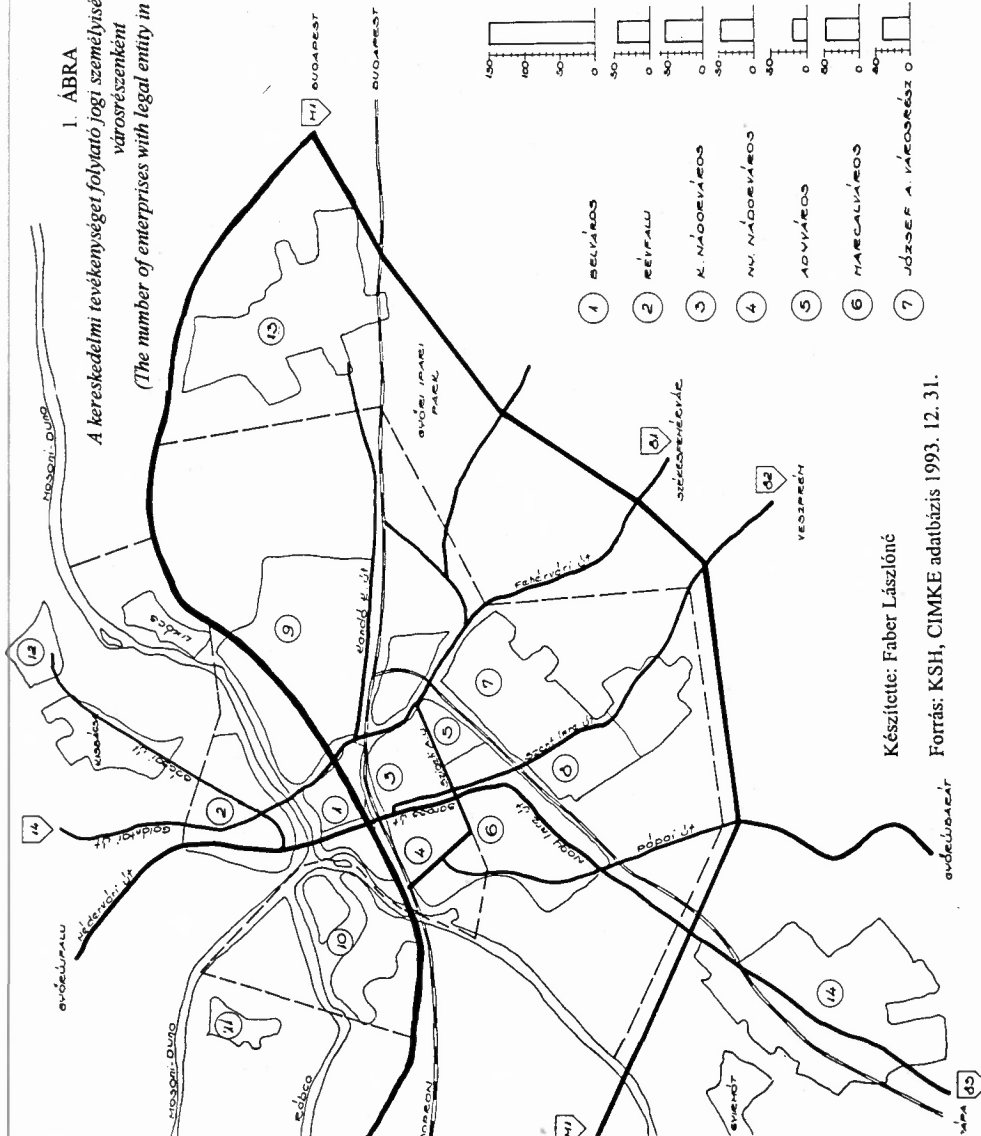
Az üzletek térbeli elhelyezkedése, azok térbeli hierarchiája, amely az áruk és a vásárlók áramlását meghatározza, csak empirikus úton vizsgálható megfelelő kataszter híján. Ezért a városban található jelentősebb tömörülések számbavétele és ezek szerkezeti jegyeinek meghatározása teszi lehetővé átfogó kép kialakítását a térszerkezetről.

A térszerkezet legfontosabb, központi eleme továbbra is a belvárosi tömörülés, ahol az erősen tagolt városszerkezet miatt különösen fontos a jelenlét a kereskedők számára. (A koncentráció vonzását erősíti a tömegközlekedés rendkívül erős belvárosi orientációja is.) Az itt található üzletek szinte kivétel nélkül erősen specializálódtak az eladott áruk körét és gyakran (az esetek kb. harmadánál) egy-egy társadalmi csoport igényeit tekintve is. A bevásárló utca üzleteinek kétharmadát nyitották meg 1989 óta, s ez azok felújításával is együtt járt. Itt találhatóak meg a nálunk még újnak számító szerveződési formák (pl. franchise) egységei is legnagyobb számban. Az eladott áruk többsége (mintegy 40%-a) a ruházati cikkek és kiegészítők körébe tartozik. Az üzletek mérete változatos: 10-től 4000 négyzetméterig terjed, s hasonló mértékű szóródást tapasztalunk a forgalom nagyságát tekintve is.

A fentihez hasonló változatosság és koncentráció nem található meg máshol a városban. A térbeli hierarchia formálódására utalnak azonban a napi cikkeket és szolgáltatásokat nyújtó, térben többé-kevésbé összefüggő tömörülések, amelyek néhány főbb közlekedési útvonal mentén, elsősorban a lakótelepeken alakultak ki, busszal legalább 15 percnyi távolságra a belvárostól. Az itteni üzletek főbb telepítő tényezői a magas népsűrűség (koncentrált kereslet); az elérhetőség; valamilyen, már korábban is létező intézmény (pl. vásárcsarnok, posta) közelsége; buszmegálló, ABC-áruház szomszédsága.

1. ÁBRA

A kereskedelmi tevékenységet folytató jogi személyiségű gazdasági társaságok száma városrészenként
 (The number of enterprises with legal entity in trade sector, by districts)



Készítette: Faber Lászlóné

Forrás: KSH, CIMKE adatbázis 1993. 12. 31.

Ezek körül egy-egy útvonal mentén több kis tömörülés is kialakulhat. Elhelyezkedésük tengelyszerű, nem húzódnak a lakóterület belsejébe. Az itt található üzletek a napi kisebb bevásárlások színhelyei. A legfontosabb csoport az élelmiszerüzleteké, de jelen vannak a kisebb drogériák, virágüzletek, szerényebb kínálattal és minőséggel a ruházati cikkek (használt ruha); a szolgáltatások közül a fodrászat, kozmetika, videofilm-kölcsönzés. A vendéglátóipar büfék, apró cukrászdák és kocsmák formájában van jelen.

A jelentősebb koncentrációkban felbukkannak a szolgáltató tevékenységek magasabb szintjét képviselő fotó- és optikai szolgáltatások, kerékpárjavítás, az üzletek közül a játékos és ajándék, járműalkatrész, könyv- és ruházati boltok. Ezek a jelentősebb útkereszteszódésekben bukkannak fel a városrendezési tervek nyomán kialakított intézményi-kiskereskedelmi szubcentrumok közelében (Marcalvárosban, illetve Adyváros és Nádorváros határán). Közülük kettőt - a két legnagyobb lakótelepen kialakult koncentrációkat - sorolhatunk a kereskedelem térbeli hierarchiája magasabb szintjéhez. Ezek fent említett, specializált üzletei mellett a hétféle bevásárlóutak célpontjai: a városi vásárcsarnok, illetve a diszkont áruházak vonzanak nagyobb számú vásárlót.

A térszerkezet fontos elemei a *Berry* által is említett nagy alapterületű üzletekből álló speciális funkcionális területek az ipari városrészben és a város peremén, a kivezető forgalmas utak külső szakaszán; továbbá az ezek tőszomszédságában formálódó, az autósok igényeit kielégítő szolgáltató-kereskedelmi tömörülések.

A dekoncentrációs folyamat mellett tehát koncentráció is zajlott a győri kereskedelemben. Ennek köszönhetően a napi bevásárlóutak hossza csökkent, és javult a napi, heti gyakorisággal igénybe vett szolgáltatások elérhetősége is. A lakóövezetekben megjelent új üzletek azonban nem csökkentették jelentősen a belváros vonzerejét; az itt megindult specializáció, a tömegközlekedés szerepe inkább fölértékelték a városrészt a kereskedők és a vásárlók számára. Az 1995-ben megnyitott új, nagy alapterületű bevásárló központok és élelmiszer áruházak elsősorban a kisebb élelmiszerboltok forgalmát csökkenthetik. Elhelyezkedésük pedig a már kialakult kiskereskedelmi szubcentrumok vonzerejét növeli.

Irodalom

- Alonso, W. (1971) *A Theory of the Urban Land Market. In: Internal Structure of the City* (ed: Bourne, L.S.), Oxford University Press, London-New York. 154-160. o.
- Berg, L. Van Den, (1987) *Urban System in a Dynamic Society*. Gower, Brookfield, Vermont. 119. o.
- Berry, B.J.L. (1967) *Geography of Market Centres and Retail Distribution*. Englewood Cliffs
- Daniels, P. W. (1985) *Service Industries: A Geographical Appraisal*. Methuen, London, 269. o.
- Dawson, J. A. (1982) *Commercial Distribution in Europe*. Croom Helm, London. 232. o.
- Eenyedi Gy. (1988) *A városnövekedés szakaszai*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 116. o.
- Hansen W. G. (1959) *How Accessibility Shapes Land Use*. Journal of the American Institute of Planners, May 245-262. o.
- Price, D.G, Blair, A.M, (1989) *The Changing Geography of the Service Sector*. Belhaven Press, London 280. o.

Abstract

In the early 90'-es the trade was the most attractive economic sector for the investors in Hungary or the foreigners. The number of actors were multiplied, and paralell with this process there was a constitutional change, too.

The most important centres of this transformation were the big cities, especially the wholesale trade division centres. In these cities with their population, area, and special functions can give us a chance to analyse the changes of the trade sector, e.g. the spatial structure, the hierarchy of the retail trade and service centres, and the movements inside the city.

This spatial structure and this hierarchy can be analysed only an empiric way, because the detailed business and property catasteres are missing. So, if we are able to collect the most important and the smaller clusters, and we can specify the structural characters of them, we have a chance to form a real picture of the inner structure of the city.