

# ĎALEKO ZA NÁKUPOM?

## Transformácia maloobchodu v zázemí Bratislavy

---

Predchádzajúce kapitoly tejto publikácie sa zaoberajú najmä rezidenčnou suburbanizáciou – teda procesom populačného rastu v zázemí mesta pod vplyvom priestorovej expanzie intenzívnych dochádzkových vzťahov. Príchod nových rezidentov do zázemia mesta je sprevádzaný aj rastom ekonomických aktivít, ktoré naberajú rozmanité formy od maloobchodných, výrobných a skladových prevádzok po univerzitné a vývojové parky či administratívne komplexy. Tieto nerezidenčné aktivity podliehajú obdobným tlakom proti sebe pôsobiacich síl príťažlivosti a odstredivosti mesta ako pozorujeme v prípade bývania (pozri kapitolu 1). Príchod nových rezidentov do zázemia stimuluje etablovanie rozmanitých služieb, ktoré reagujú nielen na väčší trh, ale aj na špecifickú (mestskú) klientelu. Rozvoj nerezidenčných aktivít je však súčasne aj dôsledkom racionálnej lokalizácie, ktorá si vyžaduje blízkosť mestského trhu, dostatok priestoru, jednoduché dopravné napojenie na diaľničnú sieť či benevolentnejšie územné regulatívy mimo administratívnych hraníc mesta (Šveda a Križan 2012).

Pohľad na suburbanizáciu v globálnej mierke (Keil 2018) nás privádza k pohľadu prostredníctvom neteritoriálnych metafor, ktoré opisujú suburbánny priestor ako produkt „asambláže“ dostupných zdrojov a síl mobilizovaných rozličnými aktérmi. Tento pohľad mimovoľne podčiarkuje dôležitosť určitého abstrahovania od priestoru, kedy komplexnosť suburbánneho priestoru skúmame viac v zmysle väzieb a prepojení, než v kontexte priestorových parametrov blízkosti či susedstva (Kolb 2008). Jednu z týchto väzieb vytvára práve maloobchod a nákupné správanie spotrebiteľov. Popri dochádzke do zamestnania ako najreprezentatívnejšom vyjadrení vzťahu mesto – zázemie je maloobchodná sieť, a s ňou spojené väzby v priestore, kľúčovou súčasťou komplexnej mozaiky každodenného života obyvateľov suburbií.

Vývoj maloobchodu v metropolitnom prostredí je spätý so spotrebiteľmi a ich správaním. Ak dochádza k presunu obyvateľstva z mesta do zázemia (rezidenčná suburbanizácia), dochádza v tomto smere aj k redistribúcii maloobchodu a služieb (komerčná suburbanizácia). V súvislosti so všeobecným chápaním procesu suburbanizácie možno diskutovať aj o jej špecifickej súčasťi – suburbanizácii maloobchodu (Kellerman 1985) a jeho vzrastajúcom význame v zázemí miest (Alexander a Dawson 1979). Suburbanizácia maloobchodu je komplexný proces, ktorý nie je iba výsledkom samotnej migrácie obyvateľstva do zázemia miest, ale aj prejavom komplexnej transformácie maloobchodu a spotreby. Ide o prejavy globalizačných procesov, akými sú internacionalizácia, koncentrácia alebo kooperácia, ktoré prinášajú nové vzorce nákupného správania spotrebiteľov a ich konzumného spôsobu života (Križan a Bilková 2019). Kým v minulosti bola identita jednotlivcov a ich status určený prevažne pracovným zaradením, v súčasnosti sú tieto do veľkej miery vyjadrené životným štýlom určeným špecifickou spotrebou a spotrebným správaním (Chorvát 2015). V tomto kontexte môžeme vnímať bývanie v suburbiu ako špecifický druh spotreby, ktorej