

A MAGYARORSZÁGI LAKÓTELEPEK KISKERESKEDELMI PROFILJA¹

(Forms of Retailing in Housing Estates of Hungary)

MICHALKÓ GÁBOR² – HEGEDŰS SÁRA³

Kulcsszavak:

kiskereskedelem lakótelep üzlet

A szocialista lakásépítési program termékeként számon tartott lakótelepek kereskedelmi egységeinek első számú küldetése az ellátásban teteszt öltő funkcionalitás volt. A tervezők minimális energiát fordítottak az üzletek formavilágára. Tanulmányunkban 16 évvel a rendszerváltozás után azt vizsgáljuk, hogy mennyiben tér el ma a lakótelepek üzleteinek arculata a hagyományos beépítésű városrészekben található társaikétól. Egy 2045 üzletre kiterjedő országos felmérés eredményeként értékeljük a kirakatban található árucikkek összetételében, az árak kiírásában, az üzletek fekvésében, a cégtáblák és a kirakatok jellegében észlelhető differenciákat.

Bevezetés

A társadalom életterének igen fontos szegmensét képezi, a kiskereskedelmi szféra egységeinek minőségi és mennyiségi mutatóiban megtestesülő ellátás színvonala (Berényi 2003; Sikos 2000). Ez a tényező a lakókörnyezet komplex értékelésében is közrejátszik, többek között befolyásolja az ingatlanárakat, ezzel összefüggésben a kereslet területi preferenciáit (Kovács–Wiessner 1996). Természetesen a változó fogyasztási szokások, a hipermarketek iránti fokozott érdeklődés hatással vannak az ellátás szerepének megítélésére, azonban elvitathatatlan, hogy a kiskereskedelem állapota a belvárosi, a zöldövezeti vagy a lakótelepi zónákban egyaránt kulcsfontosságú az életminőség tekintetében (Nagy 1998). Magyarország lakótelepeinek társadalmi megítélése kedvezőtlen, a „lakótelepi szindróma” fogalomkörébe az uniformizált épületek, az ingerszegény környezet, az ingatlanok magas rezszi költségei csakúgy beletartoznak, mint a kiskereskedelmi ellátás egysíkúsága (Egedy 2000, 2001). A lakótelepek társadalmának életérzését, illetve a külső szemlélő ottani viszonyokról alkotott képét az üzletek kínálata és a külső megjelenése, vagyis a profilja egyaránt befolyásolja. A szocializmus korának tervezői nem álmodhattak elegáns üzletsorokat, árutól roskadozó kirakatokat a panelek utcafrontjára, mivel a fölszíni épületrészeket az ún. szociális helységek (kerékpár- és babakocsi-tároló, szárító) foglalták el, amelyek kihasználatlanságuk miatt szélesebb körben csak a rendszerváltozás környékén kaphattak új funkciókat (Csizmady 2003). Az ellátást hosszú ideig a házsorok között megbúvó lakótelepi közértek és a szolgáltatóházak biztosították. Mára a helyzet az építészeti és a szociális lehetőségek keretein belül átalakulófélben van, a panelrengetegben élők kiskereskedelmi kereslete indukálja a

belvárosi egységek profiljához való közeledést. Az üzletek modernizációja a lakótelepekre kiterjedő városrehabilitációs programok megkerülhetetlen elemét képezi (Csizmady 2005).

Tekintettel arra, hogy a kiskereskedelmi szféra átalakulásának sajátos szociál-geográfiai szegmensét képező lakótelepi folyamatokról időbeli összehasonlításra alkalmas információk nem állnak rendelkezésre, ezért ebben a tanulmányban 2004 vonatkozásában mutatjuk be a lakótelepek és a hagyományos belvárosi területek üzleteinek profilját jellemző legfontosabb mutatókat. A munka szerves előzményének tekinthető annak az országos felmérésnek az eredménye (Michalkó-Hegedűs 2005), amely a lakótelepeken túlmenően a hagyományos beépítésű városrészek, a city-k egyes kiskereskedelmi jellemzőire is kiterjedően ad komplex áttekintést Budapest és a vidéki városok helyzetéről. E helyen elsősorban arra a kérdésre keressük a választ, hogy milyen összefüggés mutatható ki az eltérő jellegű városrészekben elhelyezkedő kiskereskedelmi egységek műszaki, információs és kínálati struktúrája között. Miután áttekintést adunk a lakótelepi üzletek általános profiljáról (bemutatjuk az elhelyezkedésüket, az árucikkek körét, a nyitva tartás jellegzetességeit), keresztábrák segítségével megpróbálunk kapcsolatokat keresni a paneltérbeli pozíciójuk egyes elemei között.

Módszertan

Tekintettel arra, hogy a kutatás pontos módszertana a Földrajzi Értesítőben megjelent tanulmányban (Michalkó-Hegedűs 2005) ismertetésre került, ezért itt csak a legfontosabb paramétereket adjuk közre. A 2004-ben lezajlott kutatásban közreműködő kérdezőbiztosok 28 magyarországi városban és Budapest 13 kerületében, településenként (Budapesten városrészenként) 50 üzlet profiljára vonatkozóan végeztek megfigyeléseket. A számítógépes adatbázisban összesen 2045 kiértékelésre alkalmas kérdőív információit rögzítettük.

A Központi régióból Budapest 13 kerületében, Érden és Szentendrén, a Közép-Dunántúli régióból Székesfehérváron, Dunaújvárosban, a Nyugat-dunántúli régióból Győrött, Csornán, Mosonmagyaróváron, Sopronban, Zalaegerszegen, Zalaszentgróton és Nagykanizsán, a Dél-dunántúli régióból Pécsen, Kaposváron és Marcaliban, a Dél-alföldi régióból Szegeden, Kisteleken, Kecskeméten, Hódmezővásárhelyen és Szentesen, az Észak-alföldi régióból Debrecenben, Szolnokon, Karcagon, Kiszécsényen, Püspökladányban és Hajdúdorogon, az Észak-magyarországi régióból Ózdon, Miskolcon és Sárospatakon végeztünk megfigyeléseket.

A felmérés során 19 vidéki városban belvárosi (hagyományos beépítésű) és lakótelepi városrészben is, 9 településen pedig csak belvárosi területen végeztünk megfigyeléseket. Budapesten a hagyományos városi beépítésű területek közé soroltuk a II., az V., a VI., a VII., a VIII., a IX. és a XI. kerület megfigyelt helyszíneit. A lakótelepi üzletek megfigyelését a III., a X., a XIII., a XV., a XVII. és a XVIII. kerületben végeztük el. A megfigyelt üzletek 31,6%-a a fővárosban, 68,4%-a vidéki városokban található. A kérdezőbiztosok minden megfigyelt kiskereskedelmi egység vonatkozá-

sában egy, a kutatás előzményét képező, 1995-ös felmérés adatlapjával kompatibilis, úgynevezett üzlet-adatlapot töltöttek ki, a szükséges információkat egyszerű szemrevételezéssel gyűjtötték be.

Figyelembe véve, hogy a területi különbségek értékelésére korábban már sor került, ebben a tanulmányban a bevezetőben ismertetett célkitűzésnek megfelelően kizárólag a lakótelepek vonatkozásában végzünk elemzéseket. A kereszttáblák összeállításánál a táblában szereplő megoszlások az adott változókra adott válaszok százalékos arányát tükrözik, de mivel az átláthatóság kedvéért csak a legjellemzőbb válaszokat emeltük ki, így a cellák összesítése – értelemszerűen – nem adja ki a 100 százalékot.

Eredmények

Általános profil

A magyarországi lakótelepeken működő kiskereskedelmi egységek döntő többsége – a hagyományos beépítésű városrészek üzleteihez hasonlóan – közvetlenül az utcáról nyílik. A vidéki városok lakótelepein az üzletek bejáratainak 89,9%-a, Budapesten 82,8%-a utcafronti. Vidéken 7,6%, Budapesten 7,8% a lakótelepeken található kiskereskedelmi egységek udvari bejáratainak az aránya. A megközelítésükkel szoros összefüggésben áll, hogy a lakótelepi üzletek szinte teljes körűen a földszinten helyezkednek el. Vidéken (96,7%) és Budapesten (96%) is valamivel magasabb a földszinten található lakótelepi üzletek aránya, mint a hagyományos beépítésű városrészekben található társaiké.

A lakótelepi üzletek alapvetően kereskedelmi tevékenységet folytatnak, de előfordul, hogy ezt bizonyos szolgáltatásokkal is bővítik. Vidéken (78,8%) valamivel alacsonyabb a tisztán kereskedelmi tevékenységet folytató üzletek aránya, mint Budapesten (82,3%), ugyanakkor Budapesthez képest (13,3%) vidéken magasabb (16,3%) a kereskedelmi és szolgáltató tevékenységet egyaránt megjelenítő egységek aránya.

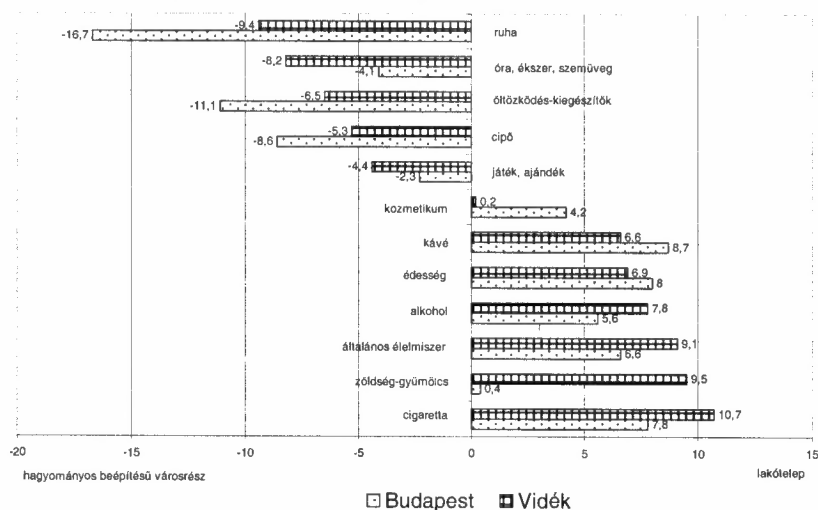
A lakótelepi üzletek árukínálatának főcsoportjait tekintve érdemi különbség mutatható ki a hagyományos beépítésű városrészben található üzletekkel történő összehasonlítás során. A lakótelepeket vidéken és Budapesten is az élelmiszerüzletek markánsabb kínálata jellemzi. Amíg a vidéki városokban a hagyományos beépítésű városrészekben az élelmiszerüzletek aránya 17%, addig a lakótelepeken 31,2%, ugyanabban a területi relációban Budapesten 15,3% és 23,6% a megfigyelt élelmiszerüzletek aránya. Ezzel összefüggésben a tartós fogyasztási cikkeket, ruházatot és lábbelit kínáló boltok részesedése alacsonyabb a lakótelepeken.

A lakótelepek nemcsak az áruőcsoportokban, hanem az egyes konkrét termékek kínálatában is jellegzetes eltérést mutatnak a hagyományos beépítésű városrészekhez képest. Amennyiben a vizsgálat során megfigyelt összes kiskereskedelmi egység kínálati megoszlásában vezető helyen szereplő árucikkeket vesszük alapul, akkor megállapíthatjuk, hogy a magyarországi lakótelepeken az általános élelmiszerek, az édességek, a cigaretta, az alkohol, a kávé, a kozmetikumok és a zöldséggyümölcs félek nagyobb arányban fordulnak elő, mint a hagyományos beépítésű

városrészek üzleteiben. Ezzel szemben a ruházatban, a cipőben, az öltözködés-kiegészítőkben, a játék és ajándékokban, az óra-ékszer-szemüveg területén a lakótelepi boltok kínálata a hagyományos beépítésű városrészekkel összehasonlítva alacsonyabb arányt képvisel. Az egyes termékek részarányában jelentkező differenciát figyelembe véve a hagyományos beépítésű városrészek üzleteihez képest a legnagyobb elmaradás a ruházat (-16,7%) és az öltözködés-kiegészítők területén érhető tetten (-11,1%), míg a legerőteljesebb kínálati többlet a cigaretta (+10,7%) és az általános élelmiszerek területén (+9,1%) mutatható ki, előbbit Budapesten, utóbbit a vidéki városok lakótelepein észlelték (1. ábra).

1. ÁBRA

Az egyes árucikkek megoszlásában jelentkező differencia a lakótelepek és a hagyományos beépítésű városrészek vonatkozásában (%)
(Differences in the Distribution of the Commodities Merchandised in the Stores of Housing Estates and in those of Traditional Urban Quarters)



Forrás: Saját szerkesztés.

Ami az üzletek nyitva tartását illeti, megállapítható, hogy a lakótelepek üzletei hétköznap és hétvégén egyaránt hosszabb ideig állnak a vásárlók rendelkezésére, mint a hagyományos beépítésű városrészek egységei. A vidéki lakótelepeken hétfőtől péntekig 46,18 óra a nyitvatartási idő, míg a szombatot és a vasárnapot együttevén 7,95 óra, ugyanebben a relációban Budapesten 46,29, illetve 8,28 óra áll a vásárlók rendelkezésére. Az igazán jelentős differencia a hétvégi nyitvatartásban érhető tetten, mivel vidéken 2,59 órával, Budapesten pedig 2,89 órával hosszabb a vásárlók számára biztosított idő. Ha figyelembe vesszük a nyitvatartási napok számát, akkor az egy napra eső nyitvatartási időben a budapesti lakótelepek vezetnek (9,00 óra), ezt a vidéki lakótelepek (8,96 óra) és a budapesti hagyományos beépítésű városrészek (8,60 óra) követik, míg a legrövidebb egy napra eső nyitva tartási időt a vidéki hagyományos beépítésű városrészek (8,17 óra) üzletei mutatják.

Külső profil

Akár a vidéki, akár a budapesti hagyományos beépítésű városrészeket hasonlítjuk össze a lakótelepekkel, megállapíthatjuk, hogy a hagyományos beépítés esetében az üzletsor tagjaként (vidéken 34,6%, Budapesten 25,8%) vagy önálló üzlethelységként (vidéken 34,3%, Budapesten 47,3%) megjelenő kiskereskedelmi egységek aránya a lakótelepinél magasabb, míg vidéken mindkét típusban 10% körüli, addig Budapesten 5, illetve 7% különbséget lehet kimutatni az előbbi javára. Miközben a lakótelepeken az összes megfigyelt kiskereskedelmi egységből az üzletsor tagjaként vagy önálló üzlethelységként számba vett boltok aránya a hagyományos beépítésű városrészekhez hasonlóan magas, esetükben sokkal markánsabban jelennek meg az önálló épületben (vidéken 16,4%, Budapesten 20,9%) vagy a más célra épült helységből kialakított terekben (vidéken 25,7%, Budapesten 3,6%) megtalálható üzletek. Figyelemre méltó, hogy a más célra épült helységből kialakított üzletek sokkal inkább a vidéki városok lakótelepein jelennek meg szemben a budapestiekkel, ahol az önálló épületben lévő üzletek aránya a magasabb.

Ami a lakótelepeken található kiskereskedelmi egységeknek teret adó épületek állapotát illeti, elmondható, hogy a vidéki és a fővárosi lakótelepek is az „elég jó állapotú” minősítéssel illelhetők, a vidéki lakótelepi üzletek 47,3%-a, míg a fővárosi társaik 41,2%-a esett ebbe a kategóriába. A lerobbant lakótelepi üzletek aránya vidéken valamivel magasabb (15,2%), míg a fővárosban a hagyományos beépítésű területeken elhelyezkedő rossz állapotú üzletek arányával egyezik meg (10%).

1. TÁBLÁZAT

*Az üzletek jellege és épületük állaga közötti összefüggések Magyarországon, 2004 (%)
(Character of the Retail Units and Physical State of the Buildings, 2004, %)*

		Az épület állaga					
		Városrész	új (néhány éve épült)	régebbi, de részben tataro- zott	elég jó állapotú	lerobbant	összesen
	üzletsor egy tagja (külön bejáráttal)	lakótelep	7,75	10,28	10,82	2,23	31,08
		hagyományos beépítésű	2,93	10,39	8,52	2,00	23,84
	önálló téglavagy beton-épület egy üzlettel	lakótelep	2,07	3,45	3,38	1,07	9,97
		hagyományos beépítésű	2,00	1,86	2,8	0,93	7,59
Jellege	üzlethelyiség	lakótelep	4,07	12,59	11,36	5,53	33,55
		hagyományos beépítésű	2,13	12,25	16,64	5,86	36,88
	más célra épült helységből kialakított	lakótelep	0,61	5,83	2,92	1,23	10,59
		hagyományos beépítésű	0,93	4,66	10,39	2,53	18,51
összesen	lakótelep	14,5	32,15	28,48	10,06	85,19	
	hagyományos beépítésű	7,99	29,16	38,35	11,32	86,82	

Forrás: Saját adatgyűjtés.

Amennyiben összefüggést keresünk az épületek jellege és állaga között, láthatjuk, hogy jelentősebb aránybeli különbségeket mindössze egy-két esetben tudunk kimutatni (1. táblázat). Új építésű, üzletsor egy tagjaként, külön bejáratú ellátott egységekkel inkább a lakótelepeken találkozhatunk, elég jó állapotú üzlethelység azonban a hagyományos beépítésű városrészekben fordul elő számottevően magasabb arányban. A legnagyobb, mintegy háromszoros differencia a más célra épült helységekből kialakított üzletek esetében fordult elő, elég jó állapotban leginkább a hagyományos városrészekben találkozhatunk velük. Az észleltek magyarázatául szolgálhat, hogy a hagyományos beépítésű városrészekben a lakó és az ellátási funkció erőteljesebb eltolódásáról kell beszélnünk, mivel a lakások utólagos üzletekké való átalakítása inkább itt következett be. Annak ellenére, hogy az ellátást a lakótelepek kialakításakor már sokkal tudatosabban tervezték meg, mára ezekben a városrészekben is tetten érhető az észlelt jelenség.

Információs profil

A kirakatok típusait vizsgálva megállapítható, hogy a vidéki és a fővárosi lakótelepek esetében is a bolt felé nyitott, az üzletbe való belátást biztosító, áruval ellátott kirakatok a dominánsak. Ez vidéken a megfigyelt lakótelepi üzletek harmadát (31,4%), Budapesten a felét (52,8%) jellemzi. A megoszlásuk megegyezik a hagyományos beépítésű városrészben elhelyezkedő üzletek kirakatainak típusaival. Valódi különbség a bolt felé nyitott, az üzletbe való belátást biztosító, azonban üres kirakatok esetében mutatható ki. Ebben a típusban vidéken a lakótelepek részesedése duplája (28,7%) a hagyományos beépítésű városrészekének, de a budapesti lakótelepeken is jóval magasabb arányt (23,2%) képviselnek. A klasszikusnak mondható kirakattípusban a vidéki lakótelepek (20,4%) ugyan erősebbek, mint a fővárosiak (5,6%), azonban a hagyományos beépítésű városrészekkel való összehasonlításban mindkét településen alacsonyabb részesedést mutatnak. Az utcára a bolt elé kirakott, kiakasztott árukat vizsgálva vidéken nem mutatható ki különbség a lakótelepek (7,5%) és a hagyományos beépítésű városrészek (7,4%) viszonylatában, Budapesten azonban az áruk illetően kínálása a lakótelepeket (5,6%) kevésbé jellemzi.

A kiskereskedelmi egységek által kínált termékek fogyasztói árának megjelenítésében igen jelentős különbségek mutathatók ki a lakótelepi és a hagyományos beépítésű városrészek között. A lakótelepi üzletek jóval magasabb arányban nem jelenítik meg a kínált termékek fogyasztói árát, mint a hagyományos beépítésű városrészek. Ez a jelenség vidéken a lakótelepi üzletek 68%-át, Budapesten pedig 76%-át jellemzi, míg a hagyományos beépítésű városrészekben 50% körül marad.

2. TÁBLÁZAT

Az üzletek kirakata és az árak kiírása közötti összefüggések Magyarországon, 2004 (%)
(Portals of the Shops and Display of Prices, 2004, %)

	Városrész	Árak kiírása		
		ki van írva	nincs kiírva	összesen
nyitott a bolt felé, belátni az üzletbe, nincs áru a kirakataban	Lakótelep hagyományos beépítésű	3,15	13,58	16,73
	Lakótelep hagyományos beépítésű	3,99	17,31	21,3
nyitott a bolt felé, belátni az üzletbe, van áru a kirakataban	Lakótelep hagyományos beépítésű	28,17	18,42	46,59
	Lakótelep hagyományos beépítésű	21,17	20,91	42,08
Kirakat szokásos normál méretű (zárt hátú, utcára néző)	Lakótelep hagyományos beépítésű	9,9	9,59	19,49
	Lakótelep hagyományos beépítésű	5,99	7,72	13,71
utcára, bolt elé kirakott, kiakasztott áruk	Lakótelep hagyományos beépítésű	1,38	1,07	2,45
	Lakótelep hagyományos beépítésű	1,46	1,73	3,19
összesen	Lakótelep hagyományos beépítésű	42,6	42,66	85,26
	Lakótelep hagyományos beépítésű	32,61	47,67	80,28

Forrás: Saját adatgyűjtés.

Amennyiben összefüggést keresünk a kirakatok típusa és az árak külső megjelenítése között, megállapíthatjuk, hogy bizonyos befolyásoló hatás mutatható ki a lakótelepen és a hagyományos beépítésű városrészben működő üzletek relációjában (2. táblázat). Ahol nincs áru a bolt felé nyitott, az üzletbe való beláthatóságot biztosító kirakatokban, ott a fogyasztói árak kiírása is alacsonyabb valószínűségű lesz, ugyanakkor elmondható, hogy a hagyományos beépítésű városrészekben magasabb azon üzletek aránya, ahol a kérdezőbiztosok nem észlelték az árak megjelenítését. A kirakatokban elhelyezett termékek maguk után vonzzák fogyasztói árak kiírását, az ilyen típusú kirakatokban a lakótelepeken magasabb arányban észleltük az árfeltüntetést. Sem a klasszikus kirakatoknál, sem az utcára vagy a bolt elé kirakott, kiakasztott áruk kapcsán nem tapasztaltunk érdemleges különbséget az árak kiírása és az üzlet területi elhelyezkedése között.

Az árak kiírása kapcsán az üzlet közvetlen környezetében megjelenő reklámokat is vizsgáltuk (3. táblázat). Általánosságban megállapítható, hogy a nem nyomtatott, hanem az üzlet környékén elhelyezett klasszikus, „címfestett” reklámlehetőségekkel nem élnek a boltosok. Ebben a tekintetben jelentős különbség nem mutatható ki a lakótelepi és a hagyományos beépítésű városrészek üzletei között. A vidéki lakótelepeken inkább a járdán elhelyezett figyelemfelkeltő tábla, míg Budapesten a bolttól távolabb levő „terelő” tábla a jellemző. A járdán elhelyezett figyelemfelkeltő tábla esetén nagyobb valószínűséggel vannak kiírva az árak, mint a bolttól távolabbi terelő táblák kapcsán, ebben a tekintetben a lakótelepi és a hagyományos beépítésű városrészek között nincs érdemi differencia. Ahol nincs semmilyen reklámtábla, ott

az árak megjelenítése is gyakrabban marad el, a lakótelepek mintegy 40%-ában, a hagyományos beépítésű városrészek felében nincsenek feltüntetve az árak akkor, ha reklámtábla sincs.

3. TÁBLÁZAT

*Az üzletek reklámja és az árak kiírása közötti összefüggések Magyarországon, 2004 (%)
(Advertising of the Shops and Display of Prices, 2004, %)*

	Városrész	Árak kiírása			
		ki van írva	nincs kiírva	összesen	
Reklám	járdán elhelyezett figyelemfelkeltő	lakótelep hagyományos beépítésű	6,6	6,22	12,82
	a bolttól távolabb elhelyezett „terelő”	lakótelep hagyományos beépítésű	4,66	5,73	10,39
		lakótelep hagyományos beépítésű	1,84	4,14	5,98
		lakótelep hagyományos beépítésű	1,2	5,59	6,79
	nincs	lakótelep hagyományos beépítésű	34,84	39,37	74,21
		lakótelep hagyományos beépítésű	28,89	48,2	77,09
	összesen	lakótelep hagyományos beépítésű	43,28	49,73	93,01
		lakótelep hagyományos beépítésű	34,75	59,52	94,27

Forrás: Saját adatgyűjtés.

A cégér megjelenítése, vagyis a kiskereskedelmi üzletek nevének, az általuk kínált árucsoportnak, egyes kiemelt termékeiknek, akcióiknak a feltüntetése megkerülhetetlen elemét képezi a sikeres kínálat kialakításának. A lakótelepi üzletek a hagyományos beépítésű területekhez hasonlóan kiemelt figyelmet szentelnek a cégtábla kialakítására. A különbségek elsősorban a cégér minőségi jegyei és a vidéki, budapesti területek között mutathatók ki. Amíg vidéken a lakótelepi üzleteket a szolid kiírás (48,8%), addig Budapesten a nagyméretű cégtábla (72,3%) jellemzi. A hagyományos beépítésű területekkel szemben designes portál kialakítása a lakótelepeken kevésbé fordul elő.

A boltokat üzemeltető vállalkozások cégformájának feltüntetése nem tartozik a cégtáblák preferált elemei közé. Sem vidéken, sem Budapesten nem észlelhető érdemi különbség abban a tekintetben, hogy lakótelepen vagy hagyományos beépítésű városrészben vizsgáljuk a vállalkozás formájának megjelenítését. Vidéken megközelítőleg a lakótelepi üzletek fele, Budapesten 80%-a nem írja ki, hogy a tulajdonos milyen cégformában üzemelteti az egységet.

A mennyiben összefüggést keresünk az üzletek által kihelyezett cégtábla típusa és az üzemeltető vállalkozás cégformája között, akkor elsősorban a kiírás hiánya kapcsán érhetünk tetten bizonyos kapcsolatokat (4. táblázat). Legkisebb arányban a designes portált alkalmazó boltok esetében kerül el a vállalkozás formájának feltüntetését. A designes portállal rendelkező lakótelepi üzletek esetében kisebb a valószínűsége a vállalkozási forma feltüntetésének, mint a hagyományos beépítésű városrészekben. Az országos hálózattal rendelkező boltok mind a designes portál,

mind pedig a szolid cégtábla esetében nagyobb hangsúllyal a lakótelepeken, míg a nagyméretű cégtábla alkalmazásakor inkább a hagyományos beépítésű városrészekben szerepeltetik a cégformát. Az egyéni vállalkozók minden cégtábla típus esetében a lakótelepeken tüntetik fel nagyobb arányban cégformájukat.

4. TÁBLÁZAT

Az üzletek cégtáblája és a vállalkozási forma közötti összefüggések Magyarországon, 2004 (%)

(Labels of the Shops and Form of Entrepreneurship, 2004, %)

		Városrész	Vállalkozás formája						
			Rt.	Kft.	Bt.	egyéni vállalkozó	országos hálózat	nincs kiírva	összesen
Cégtábla	designes portál	lakótelep	0,84	2,84	1,15	1,84	2,76	6,98	16,41
		hagyományos beépítésű	0,13	1,46	0,4	1,07	1,86	10,25	15,17
	nagyméretű cégtábla	lakótelep	1,23	3,91	1,84	4,60	3,99	26,40	41,97
		hagyományos beépítésű	1,33	2,66	1,86	3,60	4,26	23,97	37,68
	szolid kiírás	lakótelep	0,61	3,45	1,92	6,29	1,61	19,03	32,91
		hagyományos beépítésű	0,8	3,60	2,93	5,06	1,20	22,64	36,23
	összesen	lakótelep	2,68	10,2	4,91	12,73	8,36	52,41	91,29
		hagyományos beépítésű	2,26	7,72	5,19	9,73	7,32	56,86	89,08

Forrás: Saját adatgyűjtés.

5. TÁBLÁZAT

Az árak kiírása és az üzletek vállalkozási formája közötti összefüggések Magyarországon, 2004 (%)

(Display of Prices and Form of Entrepreneurship, 2004, %)

		Városrész	Vállalkozás formája						
			Rt.	Kft.	Bt.	Egyéni vállalkozó	Országos hálózat	nincs kiírva	összesen
Árak kiírása	ki van írva	lakótelep	1,07	5,30	2,76	7,29	4,60	22,87	43,89
		hagyományos beépítésű	0,67	2,53	2,00	3,73	3,20	22,1	34,23
	nincs kiírva	lakótelep	1,61	4,53	2,61	6,22	3,99	31,85	50,81
		hagyományos beépítésű	1,6	5,33	3,73	6,92	4,39	38,08	60,05
	összesen	lakótelep	2,68	9,83	5,37	13,51	8,59	54,72	94,7
		hagyományos beépítésű	2,27	7,86	5,73	10,65	7,59	60,18	94,28

Forrás: Saját adatgyűjtés.

Az árak kiírása és a vállalkozás cégformájának megjelenítése közötti kapcsolatok vizsgálata során megállapítható, hogy valamivel nagyobb arányban tüntetik fel azok az árakat, akik a cégformát is megjelenítik, mint azok, akik ettől eltekintettek (5. táblázat). A lakótelepekkel összehasonlítva a hagyományos városrészekben

magasabb azon üzletek aránya, amelyekben sem az árakat sem a cégformát nem tüntetik fel. A lakótelepi boltokat üzemeltető egyéni vállalkozók és Kft-k magasabb arányban jelenítik meg az árakat, mint a hagyományos beépítésű városrészben tevékenykedő társaik.

Összegzés

A lakótelepi üzletek kiskereskedelmi profilja vonatkozásában elvégzett országos elemzés megállapította, hogy az egységek általános jellemzőiben, külső megjelenésében és információközlésében a hagyományos beépítésű városrészekkel összehasonlítva eltérés mutatható ki. Ami a lakótelepi üzletek általános jellemzőit illeti a leginkább szembetűnő differencia az eladásra kínált termékek összetételében és a nyitvatartási időben jelentkezik. Az úgynevezett élvezeti cikkekben, mint például az alkohol vagy a cigaretta felülreprezentáltabbak a lakótelepi üzletek, de a nyitva tartási idejük is hosszabb, mint a hagyományos városrészben található társaiké. Ez elsősorban a lakótelepi társadalom sajátos fogyasztási igényével és beszerzési magatartásával hozható összefüggésbe. Az üzletek külső megjelenésében a lakótelepek a más célra épült helységekből kialakított boltok vonatkozásában mutatják a legnagyobb arányú különbséget a hagyományos beépítésű városrészekkel való összehasonlításban, különösen az ilyen típusú, elég jó állapotú egységekben jelentkezik az elmaradás. Ez elsősorban a lakótelepi épületek és terek kötöttségével magyarázható. Az információközlés kapcsán megállapítható, hogy a lakótelepek kirakataiban gyakrabban tüntetik fel a termékek árát, mint a hagyományos városrészekben, amit a lakótelepi társadalom szociális helyzetéből fakadó fokozott árérzékenysége indokol.

Jegyzetek

- ¹ A tanulmányban közölt kutatási eredmények az OTKA T 037247 számú program keretében kerültek feltárássra
- ² Michalkó Gábor geográfus, az MTA Földrajztudományi Kutatóintézet tudományos főmunkatársa
- ³ Hegedűs Sára szociológus, a Magyar Turizmus Rt. munkatársa

Irodalom

- Berényi I. (2003) A funkcionális tér szociálgeográfiai elemzése. – *Földrajzi Tanulmányok*. 23. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
- Csizmady A. (2003) *A lakótelep*. Gondolat, Budapest.
- Csizmady A. (2005) A paneles lakótelepek jövője. – Egedy T. (szerk.) *Városrehabilitáció és társadalom*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. 243–268. o.
- Egedy T. (2000) Szegregáció és társadalmi kirekesztés a nagyvárosi lakótelepeken. – *Földrajzi Közlemények*. 1–4, 93–108. o.
- Egedy T. (2001) A lakótelepek társadalmi környezetének átalakulása a rendszerváltozás után. – *Földrajzi Értesítő*. 1–4, 271–283. o.
- Kovács Z.–Wiessner, R. (1996) A lakáspiac átalakulásának főbb jellemzői és városszerkezeti következményei Budapest belső városrészeiben. – Dövényi Z. (szerk.) *Tér-Gazdaság-Társadalom*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. 29–48. o.

- Michalkó G.–Hegedűs S. (2005) A kiskereskedelmi szféra egyes kínálati elemeinek területi különbségei Magyarországon. – *Földrajzi Értesítő*. 3–4. 345–364. o.
- Nagy E. (1998) Egy hagyományos szerepkör új elemei: a kereskedelem strukturális és térbeli átalakulása Szegeden és Győrben. – Mészáros R.–Tóth J. (szerk.) *Földrajzi kaleidoszkóp: tanulmányok Krajkó Gyula professzor 70. születésnapjára*. JATE TTK Gazdaságföldrajzi Tanszék–JPTE TTK Általános Társadalomföldrajzi és Urbanisztikai Tanszék, Szeged–Pécs. 186–203. o.
- Sikos T.T. (2000) *Marketingföldrajz*. VÁTI. Budapest.