

LOCALIZATION OF RETAIL NETWORK AND ITS CONCENTRATION IN REGIONS OF THE SLOVAK REPUBLIC

[Lokalizácia maloobchodnej siete a jej koncentrácia v regiónoch Slovenskej republiky]

Rastislav Kotulič¹, Martina Marchevská²

¹ *Fakulta manažmentu, Prešovská univerzita v Prešove, ul. 17. novembra 1, 080 01 Prešov, Slovenská republika
Email: rastislav.kotulic@unipo.sk*

² *Fakulta manažmentu, Prešovská univerzita v Prešove, ul. 17. novembra 1, 080 01 Prešov, Slovenská republika.
Email: martina.spisiakova@mail.unipo.sk*

Abstract: One of the most prominent features of the contemporary retail-trade in Slovakia is imminently its concentration and changing structure of the retail network where small stores and self-service stores were replaced by large-scale business formats like supermarkets, hypermarkets and discount stores. In the scope of the retail-trade, the localization decision making is very important since a mistake in the decision and a following inconvenient location of the retail unit leads mainly to serious trade difficulties and subsequently to the crash of the store. The evaluation of the development of retail networks in regions of the Slovak Republic was realized on the basis of selected indicators of the localization and the concentration. Based on the analysis of the concentration and the localization of the retail network in regions of the Slovak Republic conducted, it can be stated that the Bratislava region demonstrates a significant dominance in the monitored period.

Keywords: retail-trade, retail network localization, localization index, localization coefficient.

JEL classification: M29, L81, R19

Doručeno redakcii: 11.7.2013; Recenzováno: 9.5.2014; 11.5.2013; Schváleno k publikovaniu: 23.9.2014

Úvod

Odvetvie maloobchodu v dôsledku transformačných zmien prešlo výraznými zmenami, ktoré ovplyvnili prevažne nákupné správanie spotrebiteľov. Rozvoj veľkoplošných maloobchodných reťazcov so sebou prináša mnohé pozitíva ale aj negatíva, ktoré sa priamo dotýkajú obyvateľstva. Na jednej strane je nákupné správanie spotrebiteľov obľúbenou činnosťou spojenou s relaxom a trávením voľných chvíľ s priateľmi a na strane druhej množstvom nevhodne situovaných veľkoplošných jednotiek, ktoré pôsobia ako negatívne externality nie len v súvislosti so životným prostredím, ale aj negatívnym dopadom na životný štýl obyvateľov mesta bývajúcich v blízkosti týchto gigantov. Kolosálne múry stoja na trávnikoch, parkoch a potenciálnych detských ihriskách. Je dôležité podchytiť problematické aspekty výstavby jednotiek v súvislosti s koncentráciou a dbať na reguláciu a plánovanie maloobchodu v SR.

Prvé veľkoplošné predajne zahraničných maloobchodných reťazcov sa u nás začali objavovať po rozsiahlej privatizácii a liberalizácii ekonomického prostredia niekedy v prvej polovici 90. rokov 20. storočia. Táto prvá fáza transformácie spotrebiteľského správania bola založená na rozvoji prvých supermarketových sietí, ktoré boli budované zväčša na zelenej lúke. (Dicken, 2003, cit. in Kunc et al., 2012)

Jedným z najvýraznejších rysov súčasného maloobchodu na Slovensku je bezprostredne jeho koncentrácia a meniac sa štruktúra maloobchodnej siete, kedy malé predajne a samoobsluhy boli nahradené veľkoplošnými obchodnými formátmi ako sú supermarkety, hypermarkety

a diskonty. Výstavba týchto veľkoplošných zariadení však priniesla i obmedzenia. Tu sa dostávajú k slovu lokalizačné modely, analýzy a rôzne teórie týkajúce sa priestorového chovania nakupujúcich, verejnej vybavenosti a uspokojovania potrieb vôbec. (Spilková, 2012)

1 Teoretické východiská

Maloobchod je možné chápať ako súhrn všetkých činností, ktoré bezprostredne súvisia s predajom výrobkov alebo poskytovaním služieb konečným spotrebiteľom. (Mitríková, 2008) Maloobchod je v zásade možné chápať aj ako decentralizovaný predaj spotrebného tovaru vo väčšom počte dislokovaných obchodných prevádzok. Za primárnych odberateľov sa považujú domácnosti a jednotlivci. (Bartáková et al., 2007) Štatistický úrad Slovenskej republiky pod pojem maloobchod zahŕňa predaj nového a použitého tovaru pre osobnú potrebu alebo použitie v domácnosti. Do maloobchodného predaja sa tiež zaraďuje predaj písacích strojov, papierenského tovaru, farieb alebo dreva, i keď tieto výrobky nemusia byť len pre osobnú potrebu alebo pre použitie v domácnosti. Do maloobchodného predaja bežne nevstupuje predaj obilnín, rúd, nafty, priemyselných chemikálií, železa, ocele a priemyselných strojov a zariadení. Do tohto oddielu sú tiež zahrnuté opravy tovaru osobnej spotreby a potrieb pre domácnosť. V rámci priestorového usporiadania maloobchodnej siete platia tri základné princípy jeho formovania: (1) relatívna rovnomernosť a koncentrácia maloobchodnej siete, kde ide o rovnováhu medzi potenciálom kúpyschopnosti obyvateľstva a kapacitami maloobchodnej siete, (2) hierarchia maloobchodnej vybavenosti, ktorá predstavuje hierarchiu frekvencie uspokojovania potrieb obyvateľstva tovarom dennej spotreby a (3) komplexnosť maloobchodnej vybavenosti, ktorá úzko súvisí so stupňami vybavenosti (okrsková, obvodová, štvrťová, centrálna vybavenosť) t. j. vyššia úroveň vybavenosti by mala uspokojovať tiež dopyt v rozsahu nižšieho stupňa vybavenosti. (Mitríková, 2008)

Koncentrácia vo všeobecnosti znamená sústredenie obchodných činností, podnikov okolo jedného centra. Z geografického hľadiska možno koncentráciu poňať ako schopnosť podnikov sústreďovať sa a ďalej rozvíjať na miestach, kde sa nachádzajú aj iné podniky. Úroveň koncentrácie je možné vyjadriť z pohľadu: (1) koncentrácie výroby, ktorá sa vyjadruje prostredníctvom ukazovateľa podiel podnikov na celkovom objeme vyrábanej produkcie, (2) koncentrácia obyvateľstva, ktorú možno vyjadriť ako percento urbanizácie krajiny a podielom veľkých miest, (3) koncentrácie obchodných podnikov vyjadrujúce cez zväčšovanie plošnej veľkosti podnikov, zvyšovaním podielu veľkoplošných maloobchodných jednotiek na maloobchodnom obrate a zvyšovaním podielu podnikov na obrate. (Viestová, 1995)

Koncentráciu maloobchodnej siete v regióne je možné vyjadriť aj prostredníctvom vybraných indikátorov ako napr.: *obslužný štandard*, ktorý vyjadruje počet obyvateľov sledovaného regiónu pripadajúcich na jedného pracovníka v maloobchode; *plošný štandard*, ktorý vyjadruje počet obyvateľov sledovaného regiónu pripadajúcich na jedného pracovníka v maloobchode; *hustota maloobchodnej siete*, ktorá vyjadruje počet podnikov pripadajúcich na 100 km² sledovaného regiónu; *využitelnosť predajnej plochy*, ktorá predstavuje objem tržieb, ktoré sú vyprodukované na m² predajnej plochy; *produktivita práce*, ktorá vyjadruje tržby za kalendárny rok pripadajúce na jedného pracovníka maloobchodu. (Spilková, 2012)

V rámci maloobchodu je lokalizačné rozhodovanie veľmi dôležité, pretože chyba v rozhodovaní a následné nevhodné umiestnenie maloobchodnej jednotky vedie prevažne k závažným obchodným problémom a následne ku krachu predajne. Obchodníci, či obchodné reťazce sa rozhodujú na základe tržného potenciálu v mieste, logistických väzieb, dopravných podmienok, ako aj podľa lokalizačných krokov svojich konkurentov. Niektoré reťazce

uprednostňujú umiestnenie svojich prevádzok blízko svojich konkurentov s podobným produktovým mixom, iní sa snažia vstúpiť na trh ako prvý a tak využiť moment prekvapenia, než sa do plánovaného okolia dostanú iní konkurenti. Často sa stáva, že sú predajne lokalizované do miest, kde sa plánujú dynamické zmeny a nárast tržného potenciálu, napr. výstavba bytových jednotiek. (Spilková, 2012) Lokalizácia je proces výberu miesta (regiónu) pre konkrétnu socioekonomickú aktivitu. Každý región disponuje určitými zdrojmi a každá aktivita sa vyznačuje istými potrebami. Najlepšie umiestnenie prevádzky je tam, kde sú optimálne zdroje pre dané socioekonomické aktivity. Preto je možné stotožniť sa s názorom, že lokalizácia je najdôležitejšia téma skúmania so zameraním na využitie priestoru. (Ježek et al., 2007)

Osídlenie obyvateľstva je do značnej miery ovplyvňované lokalizačnými tendenciami v diverzifikácii podnikateľských aktivít. Expanzia maloobchodných predajní v osídlení zvyšuje schopnosť absorbovať väčšie prevádzkové kapacity, ktoré prinášajú so sebou aj ekonomické výhody: pri rastúcej prevádzkovej kapacite sa rozširujú možnosti väčšieho predaja sortimentu, možnosti del'by práce formou špecializácie, ako aj lepšia organizácia plynulosti obsluhy; zvýšeným predajom sortimentu sa znižujú investičné a prevádzkové náklady na jednotku výroby; väčšie maloobchodné jednotky majú úspešnejšie predpoklady pre vlastný technický rozvoj. (Buček et al., 1992)

Medzi lokalizačné faktory, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie umiestnenia investícií patria: obchodné faktory – blízkosť trhu a zákazníkov, dostupnosť zdrojov, prítomnosť podobných firiem; národné a lokálne faktory – jazykové schopnosti, podpora verejnej správy, úroveň zdanení, ponuka rozvojových plôch; infraštruktúrne faktory – kvalita diaľnic a železníc, telekomunikácií, blízkosť veľkých letísk a prístavov; pracovné faktory – kvalita a dostupnosť pracovných síl, flexibilita pracovných síl; nákladové faktory – cena práce, pozemkov, prenájmu; kultúrne a environmentálne faktory. (Hofman et al., 2005) Za klasické tvrdé lokalizačné faktory Thießen (2005, cit. in Slach, 2008) považuje: cenu plôch, dostupnosť kapitálu a dobre vyškolené pracovné sily. Tie sa stávajú stále viac všadeprítomné a relatívne strácajú na svojom tradičnom význame pre priestorovú alokáciu firiem a mobilitu pracovných síl. Tvrdé lokalizačné faktory sú také faktory, ktorých kvalita a úroveň je primárne kalkulovaná ako napr.: disponibilita kvalifikovanými ľudskými zdrojmi, dopravné spojenie, ceny za plochy, priestory a budovy, kapitál a pod. Pre vysoko kvalifikované pracovné sily a firmy nadobúdajú na relevantnom význame tzv. mäkké lokalizačné faktory: (1) mäkké podnikateľské lokalizačné faktory, ktoré majú bezprostredný vplyv na aktivitu podnikov/podnikateľov, avšak nie sú primárne kalkulovateľné či merateľné. Sú predmetom subjektívneho hodnotenia každého podnikateľa/podniku, napr. image, kultúra, identita, ústretovosť verejného sektoru a pod.; (2) mäkké individuálne lokalizačné faktory, ktoré sú záležitosťou osobných preferencií pracovníkov manažmentu, ako aj samotných zamestnancov a nemajú bezprostredný vplyv na aktivity podnikov. Vplyv majú predovšetkým na ich pracovnú motiváciu a pracovnú efektívnosť, respektíve celkovou disponibilitu vysoko kvalifikovanými ľudskými zdroji v regióne. (Slach, 2008)

Ak berieme do úvahy nadnárodné spoločnosti, tak tie využívajú výhody lokalizačných faktorov v rôznych častiach sveta a tak produkcia tovarov a služieb je organizovaná na nadnárodnej úrovni. Hlavným cieľom využitia lokalizačných faktorov je maximalizácia zisku a akumulácia kapitálu. V prípade, že skúmaný trh je nasýtený a neponúka mnoho možností pre ďalší rast, dochádza ku expanzii na nové trhy. (Skopal et al., 2008).

2 Popis dát a použitých metód

Cieľom príspevku je zhodnotiť postavenie maloobchodnej siete v regiónoch na úrovni NUTS III (na úrovni krajov) Slovenskej republiky pomocou vybraných indikátorov koncentrácie a lokalizácie. Predpokladáme, že s pomocou vybraných indikátorov koncentrácie a lokalizácie prispejeme k čiastočnému objasneniu expanzie a postaveniu maloobchodnej siete v regiónoch Slovenskej republiky. Prevažná časť empirických štúdií zmienená v úvode a v teoretickom prehľade sa metodicky opiera o zdroj primárnych informácií získaných prostredníctvom dotazníkového prieskumu. Pre účely nášho výskumu boli využité sekundárne informácie, ktoré sme získali z oficiálne dostupných zdrojov Štatistického úradu Slovenskej republiky za sledované obdobie rokov 2001 – 2010. Pri hodnotiacom procese boli využité štandardné matematicko-štatistické vzťahy a numerické výpočty.

Meranie koncentrácie maloobchodnej siete na Slovensku bolo vyjadrené prostredníctvom nasledujúcich ukazovateľov:

- *obslužný štandard (OŠ)*, ktorý vyjadruje počet obyvateľov pripadajúcich na 1 pracovníka v sieti maloobchodu v podnikoch s 20 a viac zamestnancami,

$$OŠ = \frac{E_{ij}}{S_j} \quad (1)$$

kde E_{ij} = počet zamestnaných i-odvetvia v j-tom regióne,

S_j = počet obyvateľov j-regiónu,

- *plošný štandard (PŠ)*, ktorý vyjadruje veľkosť predajnej plochy v m² pripadajúcu na 1 000 obyvateľov,

$$PŠ = \frac{PP_{ij}}{S_j} \cdot 1000 \quad (2)$$

kde PP_{ij} = veľkosť predajnej plochy v m² i-odvetvia v j-tom regióne,

S_j = počet obyvateľov j-regiónu.

- *využitelnosť predanej plochy (VPP)*, ktorá predstavuje objem tržieb pripadajúcich na jeden m² predajnej plochy,

$$VPP = \frac{Tržby_{ij}}{PP_{ij}} \quad (3)$$

kde $Tržby_{ij}$ = tržby v eurách i-odvetvia v j-tom regióne,

PP_{ij} = veľkosť predajnej plochy v m² i-odvetvia v j-tom regióne.

V rámci hodnotenia priestorových súvislostí maloobchodu bol použitý ukazovateľ index lokalizácie (IL). (Michaeli et al., 2009) Index lokalizácie, meria pomer zastúpenia sledovaného odvetvia v regiónoch k počtu obyvateľov. (Tej, 2007) Index lokalizácie vyjadruje vzťah:

$$IL = \frac{\frac{E_{ij}}{S_j}}{\frac{E_i}{S}} \quad (4)$$

kde E_{ij} = počet zamestnaných i-odvetvia v j-tom regióne,

E_i = počet zamestnaných i-odvetvia v krajine,

S_j = počet obyvateľov j-regiónu,

S = počet obyvateľov v krajine.

Pre hodnoty indexu lokalizácie platia nasledujúce vzťahy: $IL < 1$ odvetvie maloobchodu je k počtu obyvateľov zastúpené podproporcionálne; $IL = 1$ odvetvie maloobchodu je k počtu obyvateľov zastúpené proporcionálne; $IL > 1$ odvetvie maloobchodu je vzhľadom k počtu obyvateľov zastúpené nadproporcionálne.

Z dôvodu nedostupnosti a nezrovnalostí niektorých informačných zdrojov bolo upustené od niektorých analýz a komparácií. Najmä preto aj niektoré výsledky môžu mať čiastkovú platnosť pre hodnotiacu analýzu. V budúcom výskume autori zvažujú analýzu rozšíriť aj o iné kritéria s cieľom viac objektivizovať získané výsledky

3 Analýza koncentrácie a lokalizácie maloobchodnej siete v regiónoch Slovenska

Ukazovateľ obslužný štandard vyjadruje počet obyvateľov pripadajúcich na jedného pracovníka maloobchodu a čím je jeho hodnota nižšia, tým je koncentrácia maloobchodu vyššia. Pri analýze ukazovateľa obslužný štandard (tabuľka č.1) je vidieť významné rozdiely medzi Bratislavským krajom a zvyškom Slovenska, kde hodnoty pre Bratislavský kraj sú výrazne lepšie voči všetkým ostatným krajom (v priemere je to 6,25 krát viac v roku 2001 a 7,86 krát viac v roku 2010).

Tabuľka 1: Obslužný štandard za jednotlivé kraje Slovenska

ROK / KRAJ		BA	TT	TN	NR	ZA	BB	PO	KE
2001	OŠ	34,7	210,2	140,8	238,6	158,3	162,5	268,2	325,8
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	6,06	4,06	6,88	4,56	4,68	7,73	9,39
2002	OŠ	29,3	184,9	129,1	208,9	153,8	153,0	240,6	336,3
	Tempo prírastku %	15,56	12,04	8,31	12,45	2,84	5,85	10,29	-3,22
2003	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	6,31	4,41	7,13	5,25	5,22	8,21	11,48
	OŠ	28,5	176,1	132,3	199	156,3	145,3	242,2	342,1
2004	Tempo prírastku %	2,73	4,76	-2,48	4,74	-1,63	5,03	-0,67	-1,72
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	6,18	4,64	6,98	5,48	5,10	8,50	12,00
2005	OŠ	26,1	173,7	137,2	205,5	155,9	159,5	238,5	304,8
	Tempo prírastku %	8,42	1,36	-3,70	-3,27	0,26	-9,77	1,53	10,90
2006	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	6,66	5,26	7,87	5,97	6,11	9,14	11,68
	OŠ	24,6	179,1	124,0	200,6	139,2	139,6	237,3	387,5
2007	Tempo prírastku %	5,75	-3,11	9,62	2,38	10,71	12,48	0,50	-27,13
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	7,28	5,04	8,15	5,66	5,67	9,65	15,75
2008	OŠ	22,7	169,1	140,3	194,2	129,1	124,6	236,8	389,5
	Tempo prírastku %	7,72	5,58	-13,15	3,19	7,26	10,74	0,21	-0,52
2009	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	7,45	6,18	8,56	5,69	5,49	10,43	17,16
	OŠ	22,1	158,5	103,4	194,2	116,2	121,2	215,2	307,9
2010	Tempo prírastku %	2,64	6,27	26,3	0,00	9,99	2,73	9,12	20,95
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	7,17	4,68	8,79	5,26	5,48	9,74	13,93
2008	OŠ	20,7	145,3	111,0	200,2	108,3	111,1	181,1	232,5
	Tempo prírastku %	6,33	0,08	-0,07	-0,03	0,07	0,08	0,16	0,24
2009	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	7,02	5,36	9,67	5,23	5,37	8,75	11,23
	OŠ	20	135,7	116,7	189,6	112,6	106,9	166,2	256,2
2010	Tempo prírastku %	3,38	6,61	-5,14	5,29	-3,97	3,78	8,23	-10,19
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	6,79	5,84	9,48	5,63	5,34	8,31	12,81
2010	OŠ	19,5	128,2	123,1	187	120	108,6	173,7	238,5
	Tempo prírastku %	2,50	5,53	5,48	1,37	-6,57	-1,59	-4,51	6,91
2010	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1,00	6,57	6,31	9,59	6,15	5,57	8,91	12,23
	Tempo prírastku % (za 10 rokov)	43,8	39,0	12,5	21,6	24,1	33,1	35,2	26,8

Vysvetlivky: OŠ – obslužný štandard; BA – Bratislavský kraj, TT – Trnavský kraj, TN – Trenčiansky kraj, NR – Nitriansky kraj, ZA – Žilinský kraj, BB – Banskobystrický kraj, PO – Prešovský kraj, KE – Košický kraj

Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie

Najhoršie na tom boli v roku 2001 kraje Košický a Prešovský, teda kraje tvoriace východnú časť Slovenska a za nimi nasledoval Nitriansky kraj. Tieto 3 územné jednotky boli na tom percentuálne 7 až 9,5 krát horšie ako samotný Bratislavský kraj. Zvyšné 4 územné jednotky zaostávali za Bratislavským krajom 4 až 6 násobne. V roku 2002 pozorujeme rast koncentrácie u všetkých krajov, pričom najvýraznejšie je to badať u Bratislavského kraja (15,56 %). Rok 2003 sa javil ako rok stagnácie pre všetky kraje. Z tabuľky č. 1 je ďalej možné pozorovať aj to, že len zriedkakedy sa niektorému kraju podarilo prekročiť medziročný rast koncentrácie meranej prostredníctvom ukazovateľa obslužný štandard viac ako o 10 %. Výraznejšie sa túto hranicu podarilo prekročiť len Trenčianskemu kraju (rok 2007 s rastom 26,30 %) a Košickému kraju (rok 2007 s rastom 20,95 %).

V sledovanom období ani jeden kraj nedokázal udržať tempo rastu koncentrácie meranej prostredníctvom ukazovateľa obslužný štandard voči Bratislavskému kraju. Najvýraznejšie zmeny v absolútnom vyjadrení zaznamenal Prešovský, Košický a Nitriansky kraj. Najvýraznejšie zmeny v relatívnom vyjadrení zaznamenal Bratislavský kraj s 43,80 % rastom koncentrácie. Najviac sa v tempe rastu koncentrácie meranej prostredníctvom ukazovateľa obslužný štandard priblížil k Bratislavskému kraju Trnavský kraj (39,01 %) a Prešovský kraj (35,23 %). Z analýzy obslužného štandardu sa dá usudzovať prehlbovanie regionálnych rozdielov v rámci maloobchodnej siete, čo sa prejavuje divergenciou v rámci koncentrácie meranej prostredníctvom ukazovateľa obslužný štandard voči najlepšie umiestnenému Bratislavskému kraju.

Ukazovateľ plošný štandard vyjadruje veľkosť predajnej plochy, ktorá pripadá na tisíc obyvateľov sledovaného kraja a čím je jeho hodnota väčšia, tým je koncentrácia maloobchodnej siete vyššia a jeho vybavenosť lepšia. Pri analýze ukazovateľa plošný štandard (tabuľka č.2) je možné sledovať to, že v roku 2001 sa iba Bratislavský kraj ako jediný približoval k hodnote 1 m² na obyvateľa. Ostatných 7 krajov nedokázalo prekročiť ani hranicu 0,2 m² na obyvateľa. Druhým najlepším bol Trenčiansky kraj s 0,173 m² na obyvateľa a najhoršie na tom boli kraje východného Slovenska: Košický a Prešovský kraj, ktoré nedokázali prekročiť hranicu 0,1 m² na obyvateľa. Ešte výraznejšie sú tieto zmeny viditeľné v relatívnom meradle, v ktorom bol Prešovský kraj na úrovni 10 % hodnôt Bratislavského kraja a Košický kraj na úrovni 8 % hodnôt Bratislavského kraja.

Údaje za rok 2002 tiež vykazujú obrovský nárast plochy na obyvateľa (až 63 %) v najvýraznejšej z týchto územných jednotiek (Bratislavský kraj), zatiaľ čo z ostatných územných jednotiek vykázal výraznejšiu percentuálnu zmenu len Prešovský kraj (41 %), čím sa mu podarilo prekročiť hodnotu 0,1 m² predajnej plochy na obyvateľa. Výraznú zmenu pozorujeme v Banskobystrickom kraji v roku 2004 a to takmer rast o 250 % voči predchádzajúcemu roku. V nasledujúcom období pre daný kraj je možné pozorovať prepád o vyše 60 %. V roku 2006 sa prejavil potenciál Žilinského kraja, kde je možné pozorovať nárast o 150 % .

V priebehu sledovaného obdobia desiatich rokov je možné konštatovať, že ani jeden zo sledovaných krajov nedokázal napodobniť progres Bratislavského kraja v tomto meradle, zabezpečený síce menej výraznými, ale za to pravidelnými prírastkami na úrovni takmer 10 % v každom roku. Z daného vývoja je možné vidieť aj to, že všetky kraje ostali hlboko pod úrovňou 0,5 m² plochy na obyvateľa. Košický kraj dokonca nedokázal prekročiť hranicu 0,15 m² plochy na obyvateľa. Najlepšie výsledky dosahoval Bratislavský kraj, ktorý sa dostal na hranicu 2,44 m² plochy na obyvateľa, čo v relatívnom vyjadrení znamená nárast koncentrácie maloobchodnej siete meranej ukazovateľom plošný štandard v sledovanom

období desiatich rokov viac než o 200 %. Druhý najlepší rast v sledovanom období desiatich rokov dosiahol Prešovský kraj (takmer o 170 %) a na treťom mieste sa umiestnil Banskobystrický kraj (s rastom 153 %). Z analýzy plošného štandardu sa dá pozorovať prehĺbovanie regionálnych rozdielov v rámci maloobchodnej siete a výraznú divergenciu voči najlepšie umiestnenému Bratislavskému kraju.

Tabuľka 2: Plošný štandard za jednotlivé kraje Slovenska

ROK / KRAJ		BA	TT	TN	NR	ZA	BB	PO	KE
2001	PŠ	807,7	124,3	173,4	114,6	136	107,9	82,1	67,5
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
2002	PŠ	1314,2	124,8	185,7	129	157	116,8	115,8	67,7
	Tempo prírastku %	62,7	0,4	7,1	12,6	15,4	8,2	41	0,3
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
2003	PŠ	1499,4	126,7	186,5	128,9	151,6	117,8	102,8	66,8
	Tempo prírastku %	14,1	1,5	0,4	-0,1	-3,4	0,9	-11,2	-1,3
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0
2004	PŠ	1581,7	129,3	269	134	170,5	410,3	100,8	81,1
	Tempo prírastku %	5,5	9,9	44,2	4	12,5	248,3	-1,9	21,4
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1
2005	PŠ	1514,8	156,5	294,3	143,7	201,2	161,1	128,4	70
	Tempo prírastku %	-4,2	12,3	9,4	7,2	18	-60,7	27,4	-13,7
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0
2006	PŠ	1676,9	156,6	344,1	146,1	504,3	153,3	129	74,5
	Tempo prírastku %	10,7	0,1	16,9	1,7	150,6	-4,8	0,5	6,4
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,2	0,1	0,3	0,1	0,1	0
2007	PŠ	1813,6	167,3	385,9	129,2	259,4	274,9	119,4	112,7
	Tempo prírastku %	8,2	6,8	12,1	-11,6	-48,6	79,3	-7,4	51,3
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
2008	PŠ	2064,6	177,3	392,3	151,7	268,4	285,9	166,4	135,8
	Tempo prírastku %	13,8	6	1,7	17,4	3,5	4	39,4	20,5
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
2009	PŠ	22,72,5	193,9	272,9	153,3	276,2	278,4	212,4	130,3
	Tempo prírastku %	10,1	9,4	-4,7	1,1	2,9	-2,6	27,6	-4,1
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
2010	PŠ	2440,6	250,6	355,6	156,3	256,4	273	221,4	131,1
	Tempo prírastku %	7,4	29,2	-4,9	2	-7,2	-1,9	4,2	0,6
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
	Tempo prírastku % (za 10 rokov)	202,2	101,6	105,1	36,4	88,5	153	169,7	94,2

Vysvetlivky: PŠ – plošný štandard; BA – Bratislavský kraj, TT – Trnavský kraj, TN – Trenčiansky kraj, NR – Nitriansky kraj, ZA – Žilinský kraj, BB – Banskobystrický kraj, PO – Prešovský kraj, KE – Košický kraj

Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie

Ukazovateľ využiteľnosť predanej plochy vyjadruje objem tržieb pripadajúcich na m² predanej plochy príslušného kraja a čím je ukazovateľ vyšší tým je využiteľnosť predanej plochy lepšia a efektívnejšia. Z analýzy ukazovateľa využiteľnosť predanej plochy (tabuľka č.3) je zrejmé, že v tomto meradle mal najlepšiu východiskovú pozíciu na začiatku sledovaného obdobia Banskobystrický kraj, v ktorom produktivita metra štvorcového bola viac než 5 200 eur. Po prvom roku zaznamenávajú rast len tri kraje a to Trnavský (9,71 %), Trenčiansky (1,41 %) a Košický (19,57 %). Ostatné jednotky zaznamenávajú prepád, ktorý je najvýraznejší pri Prešovskom kraji (21,1 %). V roku 2003 vykazuje najlepšie výsledky Prešovský kraj s rastom 34,72 %.

Tabuľka 3: Využiteľnosť predanej plochy za jednotlivé kraje Slovenska

ROK / KRAJ		BA	TT	TN	NR	ZA	BB	PO	KE
2001	VPP	4816,9	3903,3	3423,5	3951,5	3904,9	5220,3	3762,5	3673,3
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	0,9	0,7	0,7	0,8	0,7	1	0,8	0,8
2002	VPP	4298	4282,4	3471,8	3866,5	3878,9	5125,8	2968,8	4392,3
	Tempo prírastku %	-10,77	9,71	1,41	-2,15	-0,67	-1,81	-21,1	19,57
2003	VPP	4609,5	4030,6	3543,2	4136,6	3875	5120,4	3999,7	3914,3
	Tempo prírastku %	7,25	-5,88	2,06	6,99	-0,01	-0,11	34,72	-10,88
2004	VPP	4838,2	4095,8	2776,8	3777,5	3586,4	1403,2	3845,4	3838,3
	Tempo prírastku %	4,96	1,62	-21,63	-8,68	-7,45	-72,6	-3,86	-1,94
2005	VPP	5641,5	3493	3347,1	2728	3261	3569,7	3361,2	3998,4
	Tempo prírastku %	16,6	-14,72	20,54	-27,78	-9,07	154,4	-12,59	4,17
2006	VPP	60,54,5	3992,4	3590,5	3589,9	1453,5	4478,9	3741,9	3952,6
	Tempo prírastku %	7,32	14,3	7,27	31,59	-55,43	25,47	11,33	-1,15
2007	VPP	6199,4	4105,5	3442,2	4458,4	3233,4	3367,2	4517	4015,3
	Tempo prírastku %	2,39	2,83	-4,13	24,19	122,46	-24,82	20,71	1,59
2008	VPP	5862,9	4742,5	4109,6	4528,9	3626,7	3022,5	4599,8	5138,3
	Tempo prírastku %	-5,43	15,52	19,39	1,58	12,16	-10,24	1,83	27,97
2009	VPP	4635,2	3892,8	4164,1	3773,2	3331,3	2762	3333	5192,7
	Tempo prírastku %	-20,94	-17,92	1,33	-16,69	8,15	-8,62	-27,54	1,06
2010	VPP	4790	3360,7	4496,9	4074,8	3411,4	3134,8	3420,5	4105,4
	Tempo prírastku %	3,36	-13,67	7,99	7,99	2,4	13,5	2,63	-20,94
	Pomer (kraj / najlepší kraj)	1	0,7	0,94	0,85	0,71	0,65	0,71	0,86
	Tempo prírastku % (za 10 rokov)	-0,54	-13,9	31,35	3,12	-12,64	-39,95	-9,09	11,76

Vysvetlivky: VPP – využiteľnosť predanej plochy; BA – Bratislavský kraj, TT – Trnavský kraj, TN – Trenčiansky kraj, NR – Nitriansky kraj, ZA – Žilinský kraj, BB – Banskobystrický kraj, PO – Prešovský kraj, KE – Košický kraj

Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie

V roku 2004 pozorujeme pokles u 6 z 8 pozorovaných krajov, pričom najviac viditeľný je v Banskobystrickom kraji až 72,6 %, čo posúva tento kraj hlboko pod úroveň hranice produkčných možností, no po roku sledujeme nárast v danom kraji viac ako o 154 %, čo ho približuje opäť k strednej hodnote produkcie na m². V zvyšnej časti pozorovanej periódy zaznamenávame výraznejšie zmeny už len pri Žilinskom kraji (prepád o 55,43 % v roku 2006 a rast o 122,46 % v roku 2007). Pri analýze daného ukazovateľa je možné vidieť aj to, že počas sledovaného obdobia vykazovali efektívne využívanie predanej plochy len dva kraje Banskobystrický kraj (prvé 3 roky) a Bratislavský kraj (zvyšných 7 rokov). Porovnávaním

relatívnych zmien si môžeme všimnúť aj to, že ani jedna územná jednotka si nedokázala udržať pravidelné ročné prírastky a celá perióda je sprevádzaná kolísaním. Najvýraznejšiu regresiu zaznamenal Banskobystrický kraj (39,95 %), ktorý sa z najlepšieho využívania predajných plôch prepadol až na úplné dno v tomto meradle. Na druhej strane najvýraznejší progres zaznamenal Trenčiansky kraj (31,35 %). Z analýzy ukazovateľa využiteľnosť predajnej plochy sa dá konštatovať kolísavý vývoj v sledovaných krajoch, k čomu výrazne prispievajú aj regionálne zmeny nákupného správania spotrebiteľov v dôsledku rozdielnej kúpyschopnosti a straty zamestnania.

Z analýzy indexu lokalizácie (tabuľka č.4), ktorý meria pomer zastúpenia sledovaného odvetvia v regióne k počtu obyvateľov, je možné vidieť, že na začiatku meranej dekády ani jeden z krajov nemal podľa hodnôt indexu lokalizácie (ďalej len IL) proporcionálne zastúpené odvetvie maloobchodu voči regionálnemu počtu obyvateľstva.

Tabuľka 4: Index lokalizácie maloobchodu za jednotlivé kraje Slovenska

ROK / KRAJ		BA	TT	TN	NR	ZA	BB	PO	KE
2001	Počet zamestnaných	17256	2621	4295	2986	4374	4071	2950	2353
	Počet obyvateľov	599042	550918	604917	712312	692434	661343	791335	766650
	IL	3,79	0,63	0,93	0,55	0,83	0,81	0,49	0,4
2002	Počet zamestnaných	20482	2980	4673	3404	4507	4315	3297	2283
	Počet obyvateľov	599736	550911	603494	711002	693041	660110	793182	767685
	IL	4	0,63	0,91	0,56	0,76	0,77	0,49	0,35
2003	Počet zamestnaných	21065	3134	4550	3567	4437	4534	3281	2248
	Počet obyvateľov	599787	552014	602166	709752	693499	658953	794814	769068
	IL	4,04	0,65	0,87	0,58	0,74	0,79	0,47	0,34
2004	Počet zamestnaných	23027	3184	4384	3452	4453	4128	3340	2321
	Počet obyvateľov	601132	553198	601392	709350	694129	658368	796745	707508
	IL	4,27	0,64	0,81	0,54	0,72	0,7	0,47	0,37
2005	Počet zamestnaných	24567	3095	4842	3532	4992	4708	3366	1992
	Počet obyvateľov	603699	554172	600386	708498	694763	657119	798596	771947
	IL	4,29	0,59	0,85	0,53	0,76	0,76	0,44	0,27
2006	Počet zamestnaných	26737	3282	4276	3642	5385	5261	3381	1985
	Počet obyvateľov	606753	555075	599847	707305	695326	655762	800483	773086
	IL	4,41	0,59	0,71	0,51	0,77	0,8	0,42	0,26
2007	Počet zamestnaných	27648	3516	5803	3639	5989	5403	3726	2514
	Počet obyvateľov	610850	557151	599831	706758	695698	654668	801939	774103
	IL	4,2	0,59	0,9	0,48	0,8	0,77	0,43	0,3
2008	Počet zamestnaných	29768	3853	5405	3529	6427	5882	4440	3335
	Počet obyvateľov	616578	559934	599859	706375	696347	653697	803955	775509
	IL	4,17	0,59	0,78	0,43	0,8	0,78	0,48	0,37
2009	Počet zamestnaných	31104	4137	5135	3721	6197	6108	4855	3037
	Počet obyvateľov	622706	561525	599214	705661	697502	653186	807011	778120
	IL	4,21	0,62	0,72	0,44	0,75	0,79	0,51	0,33
2010	Počet zamestnaných	32280	4393	4865	3769	5817	6004	4660	3270
	Počet obyvateľov	628686	563081	598819	704752	698274	652218	809443	780000
	IL	4,29	0,65	0,68	0,45	0,7	0,77	0,48	0,35

Vysvetlivky: IL – index lokalizácie; BA – Bratislavský kraj, TT – Trnavský kraj, TN – Trenčiansky kraj, NR – Nitriansky kraj, ZA – Žilinský kraj, BB – Banskobystrický kraj, PO – Prešovský kraj, KE – Košický kraj
Zdroj: ŠÚ SR, vlastné spracovanie

Hodnoty pre Bratislavský kraj v roku 2001 ukazujú nadproporcionálne zastúpenie ($IL > 1$; index lokalizácie dosahoval hodnotu až 3,79). Vo všetkých ostatných krajoch index lokalizácie dosahoval nižšiu hodnotu ako 1, čo znamenalo, že odvetvie maloobchodu je k počtu obyvateľov zastúpené podproporcionálne. Vidíme, že najbližšie bol k proporciálnemu stavu Trenčiansky kraj, s hodnotou 0,93, Žilinský kraj (0,83) a Banskobystrický kraj (0,81). V nasledujúcom roku zaznamenal najvýraznejší nárast Bratislavský kraj, čím len potvrdil svoju dominanciu. Ostatné územné jednotky nezaznamenali výchylky väčšie než jednu desatinu vzhľadom na hodnoty namerané v predchádzajúcom roku. V roku 2003 sa Bratislavský kraj posunul na hodnotu 4,04, zatiaľ čo všetky ostatné kraje sa dostali pod hodnotu 0,9. V danom období je možné pozorovať divergenciu v hodnotách indexu lokalizácie ostatných krajov od hodnôt najlepšieho kraja. V roku 2006 sa daná divergencia prehĺbila, čo sa prejavilo v tom, že ostatné kraje nedosahovali ani hodnotu indexu lokalizácie 0,8, zatiaľ čo Bratislavský kraj sa posunul až na hodnotu 4,41. V roku 2007 Trenčiansky kraj narástol na hodnotu (0,9), avšak táto zmena sa ukázala iba ako malý a dočasný výkyv, keďže v nasledujúcom roku zaznamenal opäť pád na hodnotu (0,78). V roku 2009 už ani jeden zo zvyšných 7 krajov neprekročil hranicu (0,8), čo platí aj pre rok 2010. Z vývoja hodnôt tohto ukazovateľa je ďalej možné usúdiť, že na Slovensku máme jeden kraj (Bratislavský kraj) s vysoko nadproporcionálnym zastúpením maloobchodnej siete a 7 krajov s podproporciálnym zastúpením maloobchodnej siete v regióne. Počas celého sledovaného obdobia je možné sledovať prehlbovanie rozdielov medzi Bratislavským krajom a ostatnými krajinami Slovenskej republiky v oblasti priestorového usporiadania maloobchodnej siete.

Záver

Nakupovanie predstavuje v dnešnej spoločnosti jednu zo základných a najobvyklejších foriem sociálneho jednanja. Ak by sme sledovali vzťah nakupovania a miesta nákupu, zistili by sme, že nie vždy musia platiť ekonomické dôvody a racionálne správanie sa spotrebiteľov.

Zhodnotenie vývoja maloobchodných sietí v regiónoch Slovenskej republiky bolo realizované na základe vybraných indikátorov koncentrácie a lokalizácie. Na základe vykonanej analýzy koncentrácie a lokalizácie maloobchodnej siete v regiónoch Slovenskej republiky je možné konštatovať, že Bratislavský kraj má v sledovanom období výraznú dominanciu. Toto dominantné postavenie Bratislavského kraja je v súlade s klasickými lokalizačnými teóriami, hlavne čo sa týka teórie centrálnych miest od W. Christallera, na ktorú nadviazal J. Friedmann s teóriou polarizačného vývoja, podľa ktorej ekonomický rast krajiny môže byť posilnený hierarchickým systémom miest a ich funkčnými regiónmi. Posilnením hierarchického systému miest však zákonite dochádza k selekcii centier rastu, čo nezaručuje dosiahnutie konvergenzie. (Sloboda, 2006; Blažek, 1993; Blažek a Uhlíř, 2002; Maier a Tödtling, 1998)

Zmeny v nákupnom správaní vyvolávajú hlavne nasledujúce atribúty: potreba, ponuka, efektívny kúpyschopný dopyt, možnosti dopravy a vlastnosti maloobchodných prevádzok. V súčasných podmienkach trhovej ekonomiky vstupuje do spotrebiteľského rozhodovania celý rad ďalších činiteľov (ekonomické, sociálne, kultúrne a návykové faktory), ktoré sa v jednotlivých regiónoch značne líšia. Vplyv na konečný výsledok poradia v jednotlivých krajoch na Slovensku v sledovaných indikátoroch má okrem čisto ekonomických dôvodov, aj špecifické správanie sa spotrebiteľov jednotlivých regiónov a sociálna štruktúra v ekonomike, čo naznačujú aj existujúce štúdie v oblasti novej ekonomickej sociológie a sociálnej ekonomiky. (Hofreiter, 2011; Lubelcová, 2012)

K primeranému rozvoju spotrebiteľského správania a maloobchodnej siete v jednotlivých regiónoch Slovenska by malo v budúcnosti prispieť aj riešenie chudoby rómskeho

obyvateľstva v marginalizovaných oblastiach (Želinský, 2011) a vytváranie priaznivých podmienok pre pritiažnutie zahraničného kapitálu do zaostávajúcich regiónov vo forme priamych zahraničných investícií. (Kotulič, 2008)

Je veľmi pravdepodobné, že pri zovšeobecnení vzťahov medzi nákupným správaním spotrebiteľov a obchodnou ponukou, bude koncentrácia v oblasti služieb maloobchodu narastať, čo pre maloobchodníkov bude znamenať stupňovanie konkurenčného boja a snaha o zmysluplnú inováciu bude otázkou budúceho smerovania a následného prežitia v danom odvetví.

Ďalší výskum plánujeme v budúcnosti rozšíriť aj o predajne s počtom 1-19 zamestnancov, o problematiku priemerných miezd a produktivity práce a dané výsledky následne porovnať na nadnárodnej úrovni, s cieľom rozšíriť poznanie v danej oblasti skúmania a viac objektivizovať prezentované výsledky.

PodĎakovanie

Tento článok bol spracovaný za podpory výskumného projektu KEGA 032PU-4/2013.

Literatura

- [1] BARTÁKOVÁ, G. a kol., 2007. *Základy marketingu II*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave. ISBN 978-80-969834-4-5.
- [2] BLAŽEK, J., 1993. Regionální vývoj a regionální politika: hlavní přístupy v zemích západní Evropy. In: L. SÝKORA, ed. *Teoretické přístupy vybrané problémy v současné geografii*. Praha: PrF UK Praha, s. 120-146.
- [3] BLAŽEK, J. a D. UHLÍŘ, 2002. *Teorie regionálního rozvoje: Nástin, kritika, klasifikace*. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0384-5.
- [4] BUČEK, M. a kol., 1992. *Priestorová ekonomika*. Bratislava: ES EU. ISBN 80-225-0406-8.
- [5] DICKEN, P., 2003. *Global Shift*. London: Sage Publications. ISBN 0-7619-7150-5.
- [6] HOFMAN, J., J. JEŽEK, H. STARZYCZNA, B. BLECHOVÁ, L. JANEČKOVÁ, H. KOLIBOVÁ, P. PELLEŠOVÁ, P. TULEJA, a M. VAŠTÍKOVÁ, 2005. *Exogenní a endogenní faktory regionálního rozvoje - zhodnocení empirických zkušeností a teoretických přístupů k pólům rozvoje*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě. ISBN 80-7248-337-4.
- [7] HOFREITER, R., 2011. Nová ekonomická sociológia a štruktúrny kontext trhu. *Sociológia – Slovak Sociological Review*, **43**(5), 528-549. ISSN 0049-1225.
- [8] JEŽEK, J. a kol., 2007. *Budování konkurenceschopnosti měst a regionů v teorii a praxi*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni. ISBN 978-80-7043-632-5.
- [9] KOTULIČ, R., 2008. Neoklasický model ekonomického rastu a jeho vplyv na ekonomický a sociálny rozvoj regiónu v poznatkovej ekonomike. *Politické vedy*, **9**(1-2), 127-136. ISSN 1335-2741.
- [10] KUNC, J., P. TONEV, B. FRANTÁL a Z. SZCZYRBA, 2012. Nákupní spád, nákupní chování a nákupní centra: příklad brněnské aglomerace (příspěvek ke studiu denních urbánních systémů). *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, **48**(5), 879–910. ISSN 0038-0288.

- [11] LUBELCOVÁ, G., 2012. Sociálna ekonomika: koncepty, príležitosti, riziká. *Sociológia – Slovak Sociological Review*, **44**(1), 83-108. ISSN 0049-1225.
- [12] MAIER, G. a F. TÖDTLING, 1998. *Regionálna a urbanistická ekonomika. Regionálny rozvoj a regionálna politika*. Bratislava: ELITA. ISBN 80-8044-049-2
- [13] MICHAELI, E., R. MATLOVIČ, R. IŠTOK a kol., 2009. *Regionálny rozvoj pre geografov*. Prešov: PU v Prešove. ISBN 978-80-555-0065-2.
- [14] MITRÍKOVÁ, J., 2008. *Geografické aspekty transformácie maloobchodu a nákupného správania sa na Slovensku*. Prešov: PU v Prešove. ISBN 978-80-8068-922-3.
- [15] SKOPAL, J., K. KRÁLIKOVÁ a J. KRÁLIK, 2008. Vývoj a súčasný stav globálneho podnikání. In: J. JEŽEK, ed. *Nadregionálna spolupráca Trnavská: Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie konanej 16. - 17. októbra 2008 na Vysokej škole v Sládkovičove*. Sládkovičovo: VŠS, s. 38-71. ISBN: 978-80-89267-14-9.
- [16] SLACH, O., 2008. Kreativní odvětví a jejich prostorová organizace. In: J. JEŽEK, ed. *Nadregionálna spolupráca Trnavská: Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie konanej 16. - 17. októbra 2008 na Vysokej škole v Sládkovičove*. Sládkovičovo: VŠS, s. 85-93. ISBN: 978-80-89267-14-9.
- [17] SLOBODA, D., 2006. *Slovensko a regionálne rozdiely: Teórie, regióny, indikátory, metódy* [online]. [vid. 20. februára 2013]. Dostupné z: http://www3.ekf.tuke.sk/re/Disparity%20a%20perifernost/Regionalne%20disparity/Slovensko_a_regionalne_rozdiely.pdf
- [18] SPILKOVÁ, J., 2012. *Geografie maloobchodu a spotřeby. Věda o nakupování*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1951-4.
- [19] ŠÚ SR (Štatistický úrad Slovenskej republiky), 2012. *RegDat* [online]. [vid. 19. Mája 2012]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/>
- [20] TEJ, J., 2007. Hodnotenie regionálneho vývoja zamestnanosti v Slovenskej republike [online]. In: V. KLÍMOVÁ, ed. *X. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách - sborník příspěvků z kolokvia konaného v Pavlově 20. - 22. června 2007*. Brno: Masarykova univerzita, s. 37-43. [vid. 20. júna 2012]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/4884317/sbornik2007.pdf>
- [21] VIESTOVÁ, K., 1995. *Distribúcia obchod predajňa*. Bratislava: SPN. ISBN 80-08-00444-4.
- [22] ŽELINSKÝ, T., 2011. Mikrofinancie ako alternatívny nástroj na riešenie problému chudoby rómskeho obyvateľstva v marginalizovaných regiónoch. *Sociológia – Slovak Sociological Review*, **43**(1), 57-88. ISSN 0049-1225.