

Miroslava Trembošová
Alena Dubcová
Hilda Kramáreková
Ľudmila Nagyová

NÁKUPNÉ SPRÁVANIE OBYVATEĽSTVA
MESTA NITRY

–

vývoj a zmeny

NITRA 2016

Nákupné správanie obyvateľstva mesta Nitry - vývoj a zmeny

Autorky:

RNDr. Miroslava Trembošová, PhD. (5,49 AH)

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc. (1 AH)

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

RNDr. Hilda Kramáreková, PhD. (3 AH)

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

prof. Ing. Ľudmila Nagyová, CSc. (1 AH)

Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre

Recenzenti:

doc. RNDr. František Križan, PhD.

Univerzita Komenského v Bratislave, Prírodovedecká fakulta

Katedra regionálnej geografie, plánovania a ochrany krajiny

RNDr. Jana Mitříková, PhD.

Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu

Katedra turizmu a hotelového manažmentu

Publikácia bola vytvorená v rámci projektu VEGA č. 1/0799/14 „Geografické aspekty maloobchodnej siete veľkých miest Slovenska v nových trhových podmienkach“ a projektu VEGA č. 1/0874/14 „Využitie neuromarketingu vo vizuálnom merchandisingu potravín“.

Schválil rektor Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre dňa 12. 12. 2016 ako vedeckú monografiu.

(c) 2016 Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre

ISBN 978-80-552-1601-0

OBSAH

ZOZNAM POUŽITÝCH SKRATIEK.....	5
ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A TABULIEK.....	6
ÚVOD	9
1 TEORETICKO-METODICKÉ VÝCHODISKÁ PROBLEMATIKY	11
1.1 Teoretické východiská	11
1.1.1 Stav výskumu maloobchodnej siete a nákupného správania	14
1.1.2 Princípy a faktory formovania maloobchodnej siete	18
1.1.3 Konceptia, faktory a typológia nákupného správania	22
1.2 Metodické východiská	28
2 CHARAKTERISTIKA MESTA NITRA	30
2.1 Poloha a formovanie mesta so zreteľom na obchodné funkcie.....	30
2.1.1 Poloha mesta	30
2.1.2 Vývoj a formovanie mesta so zreteľom na obchodné funkcie .	32
2.2 Zonácia mesta ako prvok rozvoja maloobchodu	35
2.3 Dopravná poloha ako prvok rozvoja maloobchodu	36
2.4 Obyvateľstvo ako prvok rozvoja maloobchodu	36
2.4.1 Vývoj počtu obyvateľov	38
2.4.2 Dynamika vývoja obyvateľstva	39
2.4.3 Štruktúry obyvateľstva	44
2.4.4 Kúpna sila obyvateľstva	57
3 MALOOBCHODNÁ SIEŤ MESTA NITRA	65
3.1 Funkčná štruktúra maloobchodnej siete	67
3.2 Priestorová štruktúra maloobchodnej siete	74
3.3 Hierarchizácia maloobchodnej vybavenosti	84
4 NÁKUPNÉ SPRÁVANIE OBYVATEĽSTVA MESTA NITRA	91
4.1 Charakteristika respondentov	92
4.2 Výber a hodnotenie miest nákupov	94

4.2.1 Preferencia nákupov v obchodných centrách mesta	95
4.2.2 Huffov model pravdepodobnosti výberu predajne	99
4.2.3 Výber miesta nákupov v roku 2014.....	106
4.3 Atraktivita maloobchodnej vybavenosti v mestských častiach	
Chrenová a Klokočina.....	110
4.3.1 Priestorová štruktúra maloobchodnej siete	111
4.3.2 Nákupné prúdy potravín	113
4.3.3 Faktory ovplyvňujúce výber predajne	115
5 MODEL Y NÁKUPNÉHO SPRÁVANIA OBYVATEĽSTVA MESTA	
NITRA	117
5.1 Model nákupného správania podľa mestských častí mesta Nitra	
v roku 2014.....	120
5.2 Model nákupného správania podľa charakteristík respondentov	125
ZÁVER	133
ZOZNAM INFORMAČNÝCH ZDROJOV	143
ZOZNAM PRÍLOH.....	158
SUMMARY	165

ÚVOD

Nákupné správanie je sociologický fenomén definovaný ako správanie, ktorým sa spotrebitelia prejavujú pri hľadaní, nakupovaní, užívaní, hodnotení a používaní výrobkov a služieb, od ktorých očakávajú uspokojenie svojich potrieb. Zmeny v nákupnom správaní všeobecne vyvolávajú 3 atribúty: potreba, ponuka a prostriedky, ktoré sú silne ovplyvňované sociálno-ekonomickými podmienkami domácností. V rámci nákupného rozhodovania spotrebiteľ prechádza nákupným procesom, počas ktorého hodnotí a porovnáva dostupné ponúkané alternatívy a taktiež sa rozhoduje pre niektorú, resp. niektoré z nich. Vplyvy, ktorým je spotrebiteľ počas svojho rozhodovacieho procesu vystavený, môžu pôsobiť na jeho nákupný rozhodovací proces rôznou intenzitou a silou a tiež s rôznym výsledkom.

V mestských častiach tvorí maloobchodná vybavenosť základnú a neoddeliteľnú súčasť priestorovej štruktúry siete zariadení občianskej vybavenosti. Prechod maloobchodu z centrálného riadenia k trhovému hospodárstvu otvoril dvere vstupu zahraničného kapitálu spolu s globalizačnými trendami, ktoré meniacimi sa faktormi ponuky, dopytu, dopravnou dostupnosťou a solventnosťou menili maloobchodné zariadenia na priestor pre trávenie voľného času, oddychu, stretávania sa s priateľmi a blízkymi. Tieto tendencie viedli k ďalšej výstavbe obchodných centier, ktoré zmenili nielen obraz našich mestských sídlisk, ale i naše nákupné zvyklosti, spôsoby trávenia voľného času, výrazne ovplyvnili náš život a jeho kvalitu. Práve spojenie nakupovania s možnosťou využívania voľného času je pre návštevníkov nákupných zariadení veľmi atraktívne. Dôležitú úlohu tu však zohráva aj osobný prístup spotrebiteľa, ktorý kladie dôraz na svoje individuálne potreby, dostupnosť a polohu nákupného zariadenia, štruktúru sortimentu, ale i množstvo pozitívnych, resp. negatívnych vnemov s ním súvisiacich. Nakupovanie je dnes súčasťou životného štýlu, prispieva k duševnej pohode spotrebiteľov, čo zasa významne pôsobí na kvalitu života jedinca i spoločnosti. Obchodné centrá sa stali neoddeliteľnou súčasťou komerčnej suburbanizácie mesta.

Cieľom publikácie je získanie nových poznatkov spotrebiteľského správania obyvateľstva na báze komplexného zhodnotenia maloobchodnej siete mesta Nitra a percepčného výskumu obyvateľstva jednotlivých mestských častí v rokoch 2004, 2008 a 2014. Pozornosť bude venovaná aj hodnoteniu atraktivity maloobchodnej vybavenosti na príklade mestských častí Chrenová a Klokočina. Na základe výberu miesta nákupu miestnym

obyvateľstvom budeme overovať, či existuje štatisticky významná závislosť medzi vekovými skupinami respondentov a ich smermi nákupov potravín a zistiť prioritný faktor ovplyvňujúci výber predajne respondentmi. Záver je venovaný dvom modelom nákupného správania obyvateľstva mesta.

Ambíciou publikácie je priniesť aktuálne informácie pre manažerov existujúcich a investorov nových obchodných zariadení, ale najmä pre orgány samosprávy aj regionálne inštitúcie tak, aby napr. spracovanie zmien a doplnkov územných plánov, rozhodovania stavebných úradov či príprava plánov regionálneho rozvoja sa dali zabezpečovať na vyššej kvalitatívnej úrovni.

Autori ďakujú recenzentom práce doc. RNDr. Františkovi Križanovi, PhD. a RNDr. Jane Mitríkovej, PhD. za podnetné pripomienky a Mgr. Matejovi Vojtekovi, PhD. za preklad textov do anglického jazyka. Naše poďakovanie patrí aj Dr. Ing. Janke Pulpitlovej, CSc., manažérom obchodných centier v Nitre a pracovníčke Štatistického úradu SR – krajského pracoviska v Nitre Ing. Eve Rakovskej za ústretovosť a poskytnuté informácie.

Názov: **Nákupné správanie obyvateľstva mesta Nitry
- vývoj a zmeny**

Autori: RNDr. Miroslava Trembošová, PhD.
doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc.
RNDr. Hilda Kramáreková, PhD.
prof. Ing. Ľudmila Nagyová, CSc.

Vydavateľ: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre

Rok vydania: 2016

Miesto vydania: Nitra

Počet strán: 170

Náklad: 100

AH-VH: 10,49-10,74

ISBN 978-80-552-1601-0