

# Kiskereskedelmi hálózatok, vásárlási szokások, határmentiség Dél-Szlovákiában

T. TAMÁS SIKOS – ANDRÁS KOVÁCS

RETAIL CHAINS, SHOPPING HABITS, BORDER AREA IN SOUTH SLOVAKIA

339.3

339.378.2(437.6)

339.5

South Slovakia. Shopping Center. Area of Attraction. Habits of Shoppers. Border Area.

A rendszerváltást követő társadalmi, gazdasági átalakulás alapvetően megváltoztatta a szlovákiai kiskereskedelem működési feltételeit. Új üzlethálózatok alakultak, a tulajdonosi viszonyok átrendeződtek, jelentősen megváltozott az értékesítés technikája és a vásárlók magatartása. A tanulmány keretei között az elmúlt másfél évtized során Szlovákiában megjelent nemzetközi kiskereskedelmi hálózatok és új típusú értékesítési formák (bevásárlóközpontok és hipermarketek) piaci pozícióját elemezzük, valamint a megváltozott vásárlói szokások jellegzetességeit értékeljük néhány délnyugat-szlovákiai város példáján keresztül (Dunaszerdahely, Nagymegyér, Komárom, Párkány).

A vizsgálat keretei között külön kitérünk a határon átnyúló kereskedelmi folyamatok bemutatására. A határ menti térség kiskereskedelmi jellegzetességeinek elemzése különösen fontos az európai uniós és a schengeni csatlakozás után, amikor már nem adminisztratív, csak tisztán piaci viszonyok, és földrajzi, infrastrukturális adottságok határozzák meg a határon átnyúló kereskedelem jellegét és irányait.

## 1. Kiskereskedelem hálózatfejlődése Szlovákiában

A rendszerváltás után Közép-Kelet-Európában, így Szlovákiában is nagy ütemben indult meg a kiskereskedelmi hálózat átalakulása. Az átalakulási folyamat kulcselemei a következők voltak:

- A korábban állami tulajdonban lévő vállalatok privatizálása.
- Nagyszámú hazai kisvállalkozó kezdte meg működését a kiskereskedelemben, a korábbi keresletvezérelt piac kínálatvezérelt piaccá alakult az 1990-es évek elején.
- Az ország piacán megjelentek, elterjedtek, napjainkra pedig dominánssá váltak a külföldi tulajdonban lévő kiskereskedelmi hálózatok (lásd 1. táblázat).

A fenti folyamatok eredményeként napjainkra teljesen átalakultak a vásárlási szokások, az üzletekbe látogatók az élményorientált vásárlást helyezik előtérbe, és olyan kiskereskedelmi létesítményeket preferálnak, ahol nagyszámú termék és szolgáltatás érhető el egy helyen (bevásárlóközpontok, hipermarketek).

A kereskedelmi hálózat átalakulása és az új típusú, nagy alapterületű kiskereskedelmi létesítmények fejlődése a szomszédos Magyarországon már 1996-ban megkezdődött, ekkor nyíltak meg Budapesten az első harmadik generációs bevásárlóközpontok, a Duna Plaza és a Pólus City Center, valamint az első Tesco hipermarket (Sikos T. 2000). Szlovákiában ez a folyamat néhány év késéssel, csak az 1990-es évek végén kezdődött meg, az első Tesco hipermarket 1999-ben, az első pozsonyi bevásárlóközpont pedig 2000 júniusában nyílt meg (Sikos T. 2007).

2008-ra már a külföldi tulajdonban lévő kiskereskedelmi hálózatok dominálnak a szlovákiai kiskereskedelemben. Napjainkra a betelepülő külföldi tulajdonú kereskedelmi láncok hálózata csaknem teljesen lefedi az országot. Ennek eredményeként a multinacionális vállalatok jelentős piaci előnyre tettek szert a hazai versenytársakkal szemben. A hazai kiskereskedők, a Labaš, a pozsonyi és az érsekújvári Coop Jednota az élelmiszerkereskedők Top 10-es listájának utolsó három helyére szorultak (lásd 1. táblázat).

### 1. táblázat. TOP 10 élelmiszer-kereskedő vállalat Szlovákiában (2007)

Sorszám	Cég	Forgalom (millió Sk)
1.	Tesco Stores	23,21
2.	Metro SR	14,08
3.	Billa	10,64
4.	Kaufland	9,72
5.	Ahold Retail SR	5,60
6.	CBA Slovakia	5,14
7.	Lidl	4,66
8.	Labas	3,28
9.	Coop Jednota Bratislava	2,72
10.	Coop Jednota Nové Zámky	2,52

Forrás: [www.tvojepe尼亚e.pravda.sk](http://www.tvojepe尼亚e.pravda.sk)

## 2. Kiskereskedelem és határmentiség

A kiskereskedelmi üzletek elsődleges feladata az áruk és a szolgáltatások megfelelő színvonalú biztosítása az adott település és annak vonzáskörzetében élők számára. A határ menti térségekben működő kereskedelmi egységek azonban a fenti alapvető funkción túl a határon túl élők ellátási színvonalát is javíthatják (bevásárlóturizmus), valamint profitot realizálhatnak a határátkelőhelyek nyújtotta lehetőség révén (pl. üzemanyag-vásárlás stb.).

A határ menti térségekben tapasztalható bevásárlóturizmus intenzitása számos tényező függvénye. Ezek alapvetően befolyásolják a vásárlási mozgások irányát, gyakoriságát, a határon túl elköltött összegek nagyságát, a fogyasztói kosarak összetételét stb. Az alábbiakban vegyük számba a legfontosabb befolyásoló tényezőket:

- természetföldrajzi adottságok és infrastrukturális kapcsolatok (domborzat, víz-hálózat, útviszonyok);
- a településhálózat térkapcsolatainak jellege (regionális központok elhelyezkedése, határon átnyúló vonzáskörzetek);
- a két ország valutájának egymáshoz viszonyított árszínvonala, ill. ennek változása, ingadozása;

- a határ két oldalán elérhető termékek és szolgáltatások jellege és minősége közti különbség (elérhető márkák, speciális termékek);
- a termékeket és a szolgáltatásokat terhelő adószintek közti különbségek (áfa-szint, jövedéki adók mértéke stb.)

A szlovák–magyar határtérségben a határon túli vásárlások intenzitása és ennek a kiskereskedelmi hálózat alakulására kifejtett hatása az elmúlt évtizedekben változó volt, azonban még a szocializmus évtizedei alatt sem szűnt meg teljesen.<sup>1</sup> Az 1920-as évek előtt évszázadokig funkcionálisan és közigazgatásilag egyaránt összetartozó térségek természetes kapcsolatrendszerét a meghúzott új államhatár és az évtizedekig tartó szigorúan szabályozott személy-, áru-, tőke- és szolgáltatás-áramlás sem tudta megszüntetni. Mivel a településhálózat – Beluszky Pált idézve – „lassú reagálású rendszer”, a korábban meglévő gazdasági-társadalmi-településhálózati kapcsolatok napjaink egységes európai piacán újjászövődnek.

Az uniós csatlakozással járó szabadság<sup>2</sup> eredményeként a magyar–szlovák határtérségben jelentős munkavállalói és vállalkozói aktivitás kezdődött, valamint a térségben élő családok és az ide látogató turisták rendszeres mozgása sem elhanyagolható. E tényezőknek jelentős hatásuk van a határtérségben vásárlók mozgására, költségeire, ezáltal a kiskereskedelmi hálózat további fejlődésére.

Tanulmányunk további részében Délnyugat-Szlovákia néhány jelentős városának kereskedelmi hálózatát elemezzük. Az értékelés során külön hangsúlyt fektetünk annak bemutatására, hogyan befolyásolják a határ menti kiskereskedelmi mozgásokat a térség térszerkezeti, infrastrukturális kapcsolatrendszerei, és az olyan, rövid távon érvényesülő hatások, mint az árszínvonal-változás vagy az adóterhek közötti különbség.

### 3. Jelentős kiskereskedelmi egységek Délnyugat-Szlovákián

A kiskereskedelmi egységek telephelyválasztását alapvetően a potenciális telephely, ill. vonzáskörzete lakosainak száma és az ott élők jövedelmi színvonala határozza meg. A térség kiskereskedelmi hálózatának fejlettsége jól jellemezhető a bevásárlóközpontok, a hipermarketek és a szupermarketek elterjedtségével.

A bevásárlóközpontok jövedelmező működéséhez minimum 100 000 fő potenciális vásárlóra van szükség (Sikos T.–Hoffmann 2004). A határtérség szlovák oldalán csak néhány jelentős település (Pozsony, Érsekújvár, Észak- és Dél-Komárom együtt) képes ekkora vásárlóerőt biztosítani. Ezek a határközeli bevásárlóközpontok és hipermarketek kiemelt szerepet játszanak a határon átnyúló kereskedelmi folyamatok formálódásában. Ennek elemzésére a következő fejezetben visszatérünk.

A vizsgált térségben a nagy területű élelmiszerkereskedelmi egységek piacán a Tesco a piacvezető. Az angol kiskereskedelmi lánc versenytársai a Hypernova és a Kaufland hipermarketek. Ezek az egységek a minimum 20-30 ezer fős népességgel rendelkező városokban telepedtek le. A fontosabb szupermarket- és diszkontláncok térbeli eloszlása sokkal egyenletesebb, ezek az elsősorban élelmiszereket értékesítő egységek már 10 000 lakossal bíró településen is jól tudnak prosperálni (lásd 2. táblázat).

2. táblázat. Jelentős kiskereskedelmi egységek Délnyugat-Szlovákiában (2008)

	Tesco	Hypernova	Kaufland	Terno	Lidl	Billa	Coop sm*
Pozsony	5	1	2	3	5	13	14
Somorja	-	-	-	-	1	1	1
Dunaszerdahely	-	1	1	-	1	-	4
Nagymegyer	-	-	-	-	-	1	1
Komárom	-	1	1	-	-	1	3
Ógyalla	-	-	-	-	1	-	1
Gúta	1	-	-	-	-	-	1
Érsekújvár	1	1	1	1	1	1	2
Párkány	-	-	-	1	1	1	-
Ipolyság	-	-	-	-	1	1	1
Zselíz	-	-	-	-	1	-	1

Megjegyzés: \*sm – szupermarket

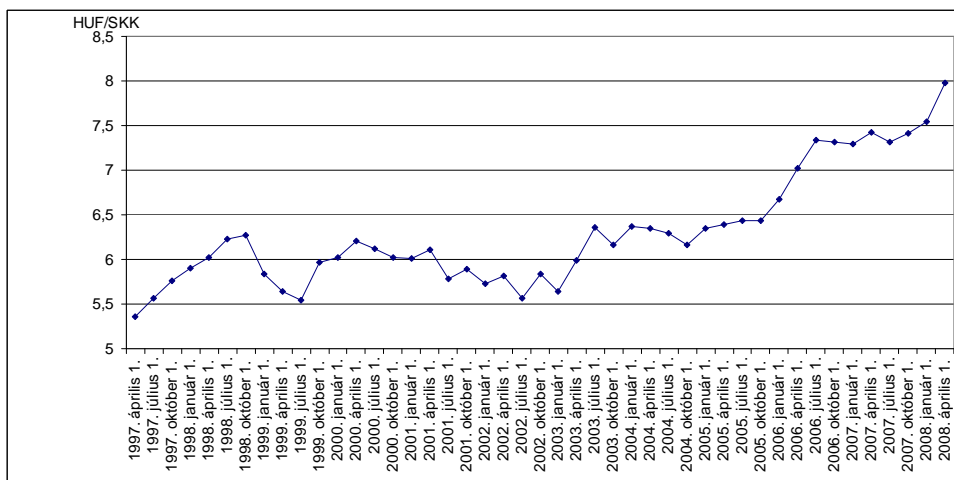
Forrás: Saját adatgyűjtés a cégek internetes üzletlistája alapján.

## 4. Határon átnyúló kereskedelem és vonzaskörzetek

A vásárlási szokások és a vonzaskörzetek értékelése előtt tekintsük át azokat a rövid, közép-, ill. hosszú távon ható gazdasági folyamatokat és térszerkezeti jellemzőket, amelyek a határ menti térségben zajló kiskereskedelmi áramlásokat befolyásolják.

A magyar és a szlovák oldalon élők határon túli vásárlásait alapvetően befolyásolja, hogy hogyan alakul a két ország valutájának egymáshoz viszonyított árfolyama. A korona forinthez viszonyított árfolyama az elmúlt 10 évben egy hosszú stabil árfolyamszint után az utóbbi 5 évben folyamatosan nőtt (lásd 1. ábra). Szlovákia gyors gazdasági növekedése és az ERM II. árfolyamrendszerbe<sup>3</sup> való belépését követő árfolyam-növekedés 2005 és 2008 között a szlovák fizetőeszköz egy egységét közel 30%-kal megdrágította forintban. Ez az árfolyamszint-változás a magyarországi oldalon élőknek megdrágította, a szlovákiai oldalon élőknek olcsóbbá tette a határon túli bevásárlásokat.

1. ábra. A magyar forint és a szlovák korona devizaárfolyam-változásának alakulása 1997–2008 között



Forrás: www.mnb.hu

Azonban nemcsak az árfolyamok változása képes befolyásolni viszonylag gyorsan a határ menti kereskedelemmel kapcsolatos mozgásokat, hanem olyan egyszerű adminisztratív szabályozók megváltozása is, mint az adótörvények, ill. az adó- és járulékszintek. Erre a legjobb példa az évtizedes szlovák–magyar üzemanyag-turizmus megszűnése. Az 1990-es években a szlovák üzemanyagot terhelő adók alacsonyabb szintje miatt a határ menti térségben élők rendszeresen jártak át a határ túloldalára üzemanyagot vásárolni. Az üzemanyag adójának szlovákiai emelése (és a korona árfolyamának korábban bemutatott emelkedése) után a magyarországi és a szlovákiai üzemanyag több 10 forintos árkülönbsége megszűnt, és mára gyakorlatilag eltűnt a határ menti kereskedelem ezen formája.

Jóllehet bizonyos termékek vagy termékcsoportok határ menti kereskedelmét alapvetően befolyásolja az árfolyamok vagy az adójogszabályok változása, a térség településszerkezetének kapcsolatrendszer, a regionális központok (pl. Győr) határon átnyúló vonzóhatása és a gazdasági kapcsolatok újjáalakulása hosszú távon megalapozza a határ menti kereskedelem alakulását.

A Csallóközben élőknek Győr a legközelebbi nagyváros, ahol magasabb szintű szolgáltatásokat vehetnek igénybe (bevásárlóközpontok, színház, mozi stb.). A győri, a komáromi és az esztergomi ipari parkokban több mint 20 000 szlovákiai állampolgár (többségében felvidéki magyar) dolgozik, és jelentős részük forintban kapja fizetését. Ezek a térszerkezeti és gazdasági kapcsolatok hosszú távon befolyásolják a határ menti kereskedelem fejlődését és jellegét (Kovács–Szabó 2008).

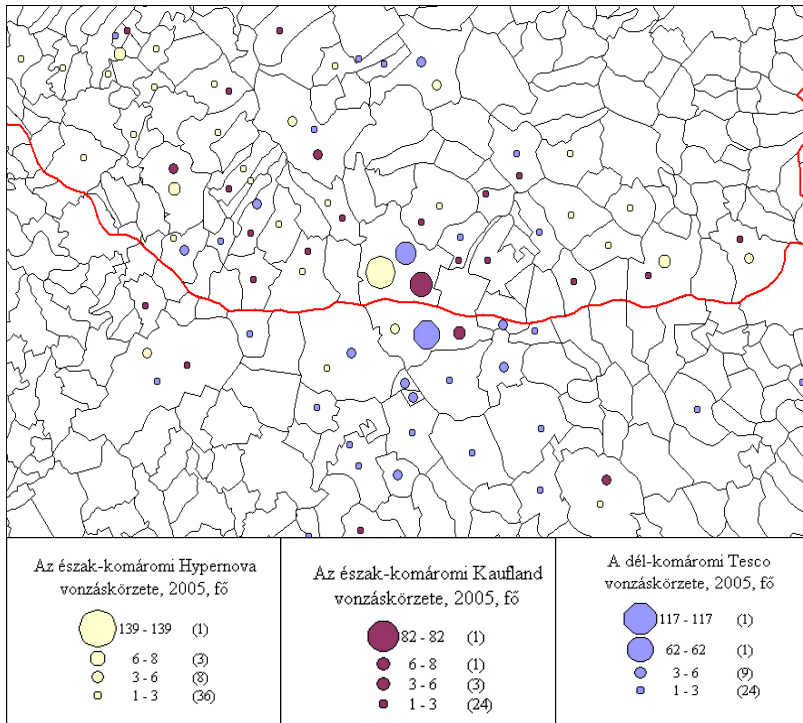
A vizsgált térség városaiban (Dunaszerdahely, Nagymegyer, Komárom, Párkány) a határ menti kereskedelem jelentősége változó, vizsgálataink alapján megállapítható, hogy Komárom–Komárno ikervárosok térségében legerősebb a határon átnyúló vonzóhatás mindkét irányba. Ez a várospár közvetlen határ menti fekvésének, népességszámának (a két városban összesen mintegy 60 000 fő) és a Komáromban működő, több ezer felvidéki munkavállalót foglalkoztató komáromi ipari parknak, valamint a dél-komáromi hídfőnél éjjel-nappal nyitva tartó Tesco hipermarket megnyitásátán köszönhető (lásd 2. ábra).

A határ két oldalán működő kiskereskedelmi vállalkozások – a jelentős vásárlói mobilitás miatt – versenytársai is egymásnak. Az észak- és dél-komáromi hipermarketek (Hypertnova, Kaufland, Tesco) versenyében a Tesco előnyre tett szert, mivel:

- Sikeres telephelyválasztásának köszönhetően nemcsak a dél-komáromi vásárlók érik el könnyen, hanem az észak-komáromi lakosok jelentős részének is közelebb van lakhelyéhez, mint a két másik észak-komáromi hipermarket.
- A Tesco szélesebb termékkínálata vonzóbb, mint versenytársaié.
- A Tesco non-stop nyitva tart, szemben a két konkurens 7:00–20:00, ill. 8:00–20:00 óráig tartó nyitvatartási idejével.
- A Tesco közlekedési szempontból kedvező helyen épült fel, a vasútállomás és a buszvégállomás közvetlen közelében.
- Jelentős számú felvidéki munkavállaló dolgozik a dél-komáromi ipari parkban, s kapja forintban a fizetését, melyet Magyarországon (sok esetben a Tesco-ban) költ el.

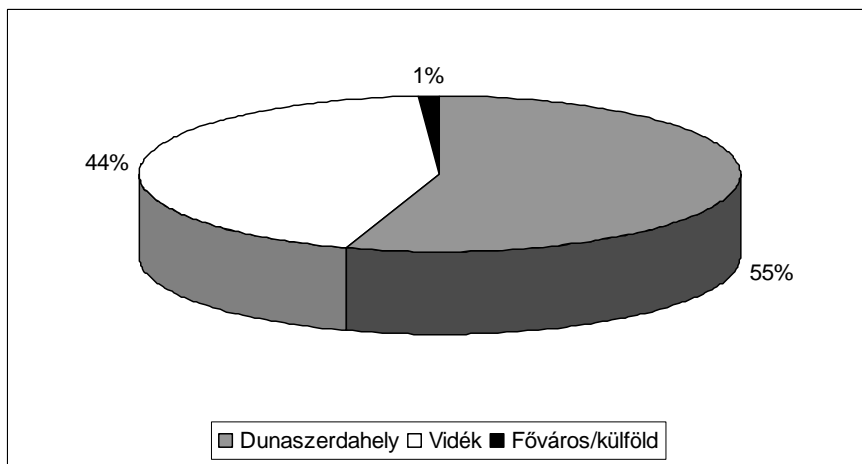
Dunaszerdahely nem közvetlen határmenti fekvése és Győr régióközpont jelentős elszívó ereje miatt, Párkány pedig alacsony népességszáma és viszonylag fejletlen kiskereskedelmi hálózata miatt nem vonz jelentős számú vásárlót a határon túlról, jóllehet a városokban működő bevásárlóközpontok és szupermarketek jelentős városhatáron túl nyúló vonzáskörzettel is bírnak (lásd 3. és 4. ábra).

2. ábra. Az észak- és dél-komáromi hipermarketek vonzáskörzete



Forrás: Sikos T.–Tiner 2007, 116

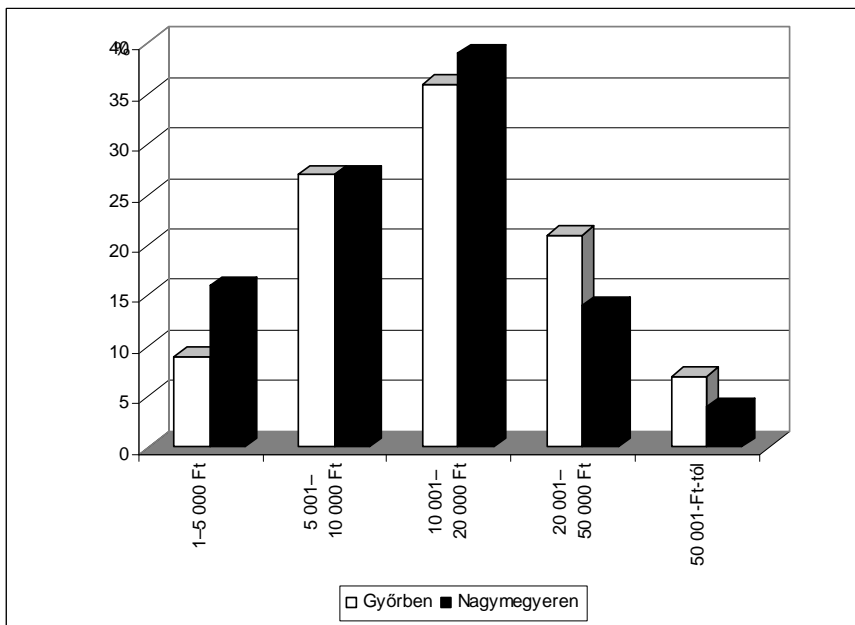
3. ábra. A dunaszerdahelyi MAX bevásárlóközpont vásárlóinak lakhely szerinti megoszlása



Forrás: Boráros 2008

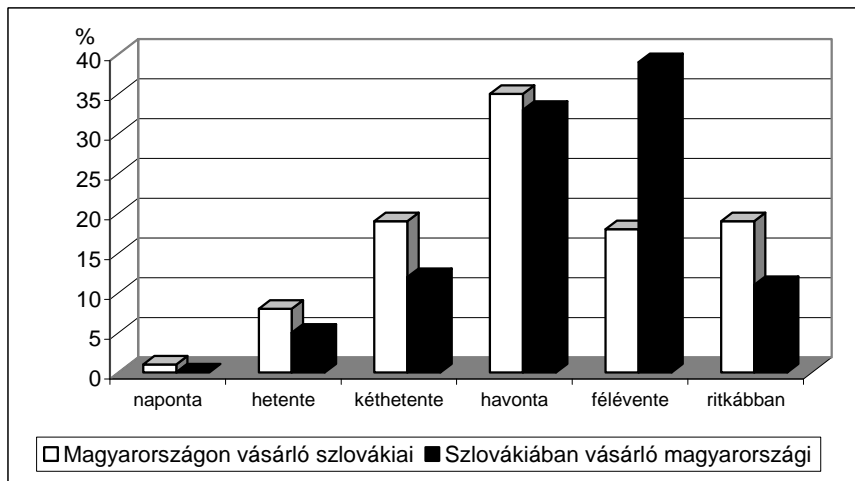


5. ábra. A határon túli vásárlók vásárlási költségeinek megoszlása



Forrás: Gazsó 2008 alapján saját szerkesztés

6. ábra. Határon túli vásárlási gyakoriság alakulása Győrben és Nagymegyeren



Forrás: Gazsó 2008 alapján saját szerkesztés

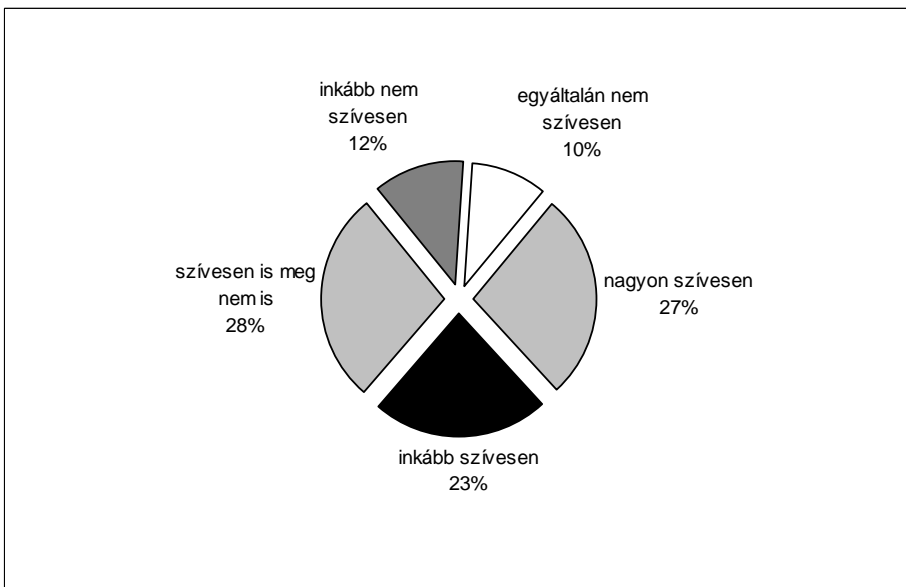
## 5. Vásárlói attitűdök és bevásárlóközpontok

Jóllehet a dél-szlovákiai kereskedelmi hálózat fejlettsége elmarad az országos átlagtól és a határ menti térség magyarországi oldalán is fejlettebb a kiskereskedelmi szolgáltatások színvonala, a napjainkban zajló gyors ütemű hálózatfejlesztés ered-

ményekét több bevásárlóközpont és hipermarket áll tervezési és kivitelezési szakaszban Dél-Szlovákia jelentősebb városaiban. A térségben tapasztalható bevásárlóközpont nyitási hullám (Dunaszerdahely – MAX, 2007; Komárom – Shopping Center, 2006; Aquario, 2010 [tervezett időpont]; Párkány – Aquario, 2009 [tervezett időpont]) a térség kiskereskedelmi hálózatát elérhetőségében és kínálatában is versenyképessé teszi nemcsak hazai viszonylatban, de a határon túli bevásárlóközpontokkal és hipermarketekkel szemben is.

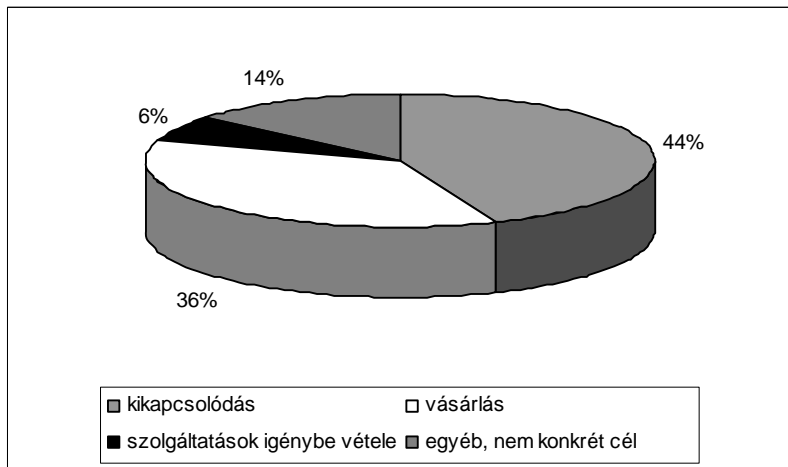
Az új kereskedelmi központok megnyitása nemcsak a vásárlók térbeli mozgását fogja alapvetően befolyásolni, hanem rövid idő alatt átalakítja a térségben élők vásárlási szokásait. A hipermarketek (Hypernova, Kaufland) piaci megjelenése már jelentősen átalakította az élelmiszerek vásárlási jellemzőit (vásárlás helye, ideje, vásárlási költsékek, gyakoriságok), a bevásárlóközpontok elterjedése várhatóan hasonló hatást gyakorol majd a ruházati és a műszakicikk-kiskereskedelemre is, valamint számos szolgáltatás területén, mint pl. a mozi és a pénzügyi szolgáltatások igénybe vétele stb. A központok megnyitásával a térségben is terjedni kezd – különösen a fiatalabb generációk körében – a „pláza kultúra”. A bevásárlóközpontok egyfajta városközpontként, találkozási helyként funkcionálnak, és nem csak a célirányos vásárlás, hanem a szórakozás, a kikapcsolódás, a sétálás, a találkozások színterei is egyben. Ezt alátámasztja, hogy a dunaszerdahelyi MAX bevásárlóközpont látogatóinak 20%-a konkrét cél nélkül érkezik a központba, és hogy a megkérdezettek 50%-a kifejezetten szívesen keresi fel a központot (Boráros 2008) (lásd 7. ábra). A várhatóan 2010-ben megépülő komáromi Aquario Center potenciális látogatói sem elsősorban a vásárlás, hanem a kikapcsolódás és a különféle szolgáltatások igénybe vétele céljából szándékoznak majd felkeresni a Kossuth térre épülő kereskedelmi központot (vö. 8. ábra).

7. ábra. A dunaszerdahelyi MAX látogatási attitűdje (2008)



Forrás: Boráros 2008

8. ábra. A közeljövőben megépülő komáromi Aquario Center felkeresésének motivációi (2008)



Forrás: Deminger 2008

## 6. Értékelés és következtetések

Az előzőekben áttekintettük a kiskereskedelmi hálózat fejlődésének fő folyamatait Délnyugat-Szlovákiában, és igyekeztünk rámutatni a vásárlói szokások változására is. Megállapíthatjuk, hogy a vizsgált térség kiskereskedelmi hálózata gyors ütemben fejlődik, új típusú kiskereskedelmi egységek jelentek és jelennek meg, egyre több, magasabb színvonalú szolgáltatást nyújtva a térségben lakók számára. A hipermarketek és bevásárlóközpontok további terjedése az elkövetkező években alapvetően át fogja formálni a vásárlói szokásokat, és egyben az „élményorientált vásárlást” helyezik előtérbe.

Délnyugat-Szlovákiában – határtérség jellegéből adódóan – a kiskereskedelmi hálózatfejlődés nem csak a térségben élő lakosságra van hatással, hanem jelentős mértékben befolyásolja a határon átnyúló vásárlások alakulását. Vizsgálatunk során megállapítottuk, hogy napjainkig a határ két oldalán élő vásárlók eltérő gyakorisággal és vásárlói motivációval kelnek át a határon. Egy aszimmetrikus helyzet alakult ki, melynek fő oka, hogy a szlovákiai térségben élők gyakrabban és nagyobb számban kelnek át a határon vásárlás céljából, mint a magyarországi vásárlók. Ennek magyarázata – a különböző rövid távú hatásokon (árfolyam, adók stb.) túl – az, hogy Magyarország határközei nagyvárosaiban, regionális központjaiban (Győr, Tatabánya, Budapest) számos olyan kereskedelmi szolgáltatás elérhető, amely a vásárlók lakóköznyezetében nem. A délnyugat-szlovákiai térség kiskereskedelmi hálózatfejlődése ezt az aszimmetrikus kapcsolatot fogja átalakítani számos vonatkozásban. Várhatóan a magyarországi vásárlások száma csökkenni fog, mert több szolgáltatás helyben is elérhető lesz (dunaszerdahelyi, komáromi, párkányi bevásárlóközpontokban). A korábban említett aszimmetrikus kapcsolat átalakul, és a helyi kiskereskedelmi hálózat fejlettsége fogja befolyásolni a határon átnyúló vásárlások irányát, a vásárlók mozgását. Feltételezhetően Győr regionális központ szerepe megmarad, de

az Észak-Komáromban vagy a Párkányban megnyíló bevásárlóközpontok hatására megfordul, kiegyensúlyozottá válik a határ túloldalán vásárlók térségi száma és vásárlási gyakorisága.

Végezetül megállapítható, hogy a kiskereskedelmi szolgáltatások színvonalának növekedésével párhuzamosan a vásárlók elvárásai is növekszenek, a térség dinamikus gazdasági növekedése pedig megfelelő fizetőképes keresletet biztosíthat a bővülő kiskereskedelmi kínálattal szemben. Az erősödő versenyben azonban csak azok a piaci szereplők lehetnek sikeresek, akik megfelelő telephelyen működnek, vevőorientáltak és tudatos marketingstratégiát alakítanak ki, valamint versenystratégiájuk alapját egy „határok nélküli” piacban történő gondolkodás képezi, ahol egyaránt építenek a szlovákiai és a magyarországi potenciális vásárlókra.

## Jegyzetek

1. E sorok szerzőinek még élénken él emlékezetében, hogy az 1980-as években az Észak-Komáromban (Komárno) megvásárolt cipőt csak a lábon hordva lehetett áthozni a határon Magyarországra. Így a potenciális vásárlónak az odaúton a legkopottabb pár cipőjében kellett mennie, amitől a cipővásárlást követően még Szlovákiában meg kellett szabadulnia. Az új lábbeliket felvéve már szabad volt az út a határon...
2. Az emberek, az áru, a tőke és a szolgáltatások szabad áramlása a EU-n belül.
3. ERM II. (Exchange Rate Mechanism II.) – az Európai Monetáris Rendszer árfolyamrendszere. Minden eurozónához csatlakozni szándékozó országnak minimum 2 évig rögzített árfolyamsávbán kell tartania nemzeti fizetőeszközének árfolyamát az euróhoz képest. Szlovákia 2009. január elsején csatlakozik az euróövezethez, euróra cseréli nemzeti valutáját.

## Felhasznált irodalom

- Boráros Sylvia 2008. *Dunaszerdahelyi kereskedelmi hálózatok*. Záródolgozat. Komárom, Selye János Egyetem Gazdaságtudományi Kar.
- Cserman Zsuzsanna 2007. *A Jednota és Billa üzletláncok kereskedelmi versenye Párkányban*. Záródolgozat. Komárom, Selye János Egyetem Gazdaságtudományi Kar.
- Deminger Alexandra 2008. *Kereskedelem: Észak- és Dél-Komárom*. Záródolgozat. Komárom, Selye János Egyetem Gazdaságtudományi Kar.
- Gaszó Veronika 2008. *Bevásárlóturizmus a határ mentén Győr és Nagymegyer térségében*. Záródolgozat. Komárom, Selye János Egyetem Gazdaságtudományi Kar.
- Kovács András–Szabó Ingrid 2008. Nemzetközi tőkebefektetések munkaerőpiaci hatásai Komárom és Komárno térségében. *Földrajzi Értesítő*, 57. évf. 3–4. sz. (Megjelenés alatt.)
- Hardi Tamás (szerk.) 2008. *Alap kutatás a szlovák–magyar határtérség társadalmi-gazdasági vizsgálatára*. INTERREG III/A kutatás, Magyarország–Szlovákia–Ukrajna Szomszéd-sági Program. Győr, Magyar Tudományos Akadémia Regionális Kutatások Központja–Nyugat-Magyarországi Tudományos Intézet.
- Sikos T. Tamás 2000. *Marketingföldrajz*. Budapest, VÁTI.
- Sikos T. Tamás–Hoffmann Istvánné 2004. *A fogasztás új katedrálisa*. Budapest, MTA Társadalomkutató Központ.

- Sikos T. Tamás 2007. A kereskedelmi komplexumok terjedése Szlovákiában. In Sikos T. Tamás (szerk.): *A bevásárlóközpontok jelene és jövője*. Komárom, Selye János Egyetem Kutatóintézete.
- Sikos T. Tamás–Tiner Tibor 2007. *Komárno – Komárom. Egy város – két ország*. Komárom, Selye János Egyetem Kutatóintézete.

T. TAMÁS SIKOS – ANDRÁS KOVÁCS

RETAIL CHAINS, SHOPPING HABITS, BORDER AREA IN SOUTH SLOVAKIA

The social and economic changes after the system change basically changed the functioning conditions of the Slovak retail business. New shopping chains were created, the ownership relations were arranged, the technology of sale and the shopper's habits significantly changed. The study analyses the market position of international retail chains and the new types of sales (shopping centers and shopping malls) created during the last fifteen years in Slovakia, and evaluates the characteristics of the changed habits of shoppers on several examples of South Slovakian cities (Dunajská Streda, Veľký Meder, Komárno, Tornaľa).

Within the framework of the examination, a special attention is paid to business processes through the border. The analysis of retail business characteristics of the cross-border area is especially important after the joining of the European Union and Schengen, when not administrative, but purely market, geological, infrastructural properties determine the character and direction of over-the-border trade.