

# BEVÁSÁRLÓKÖZPONTOK A BUDAPESTI AGGLOMERÁCIÓBAN

LENNER LUCA

## SHOPPING CENTRES IN THE BUDAPEST AGGLOMERATION

*In my study, I examine the location of hypermarkets, department stores and shopping centres in the Budapest agglomeration. Although the conceptual classification of these commercial and service units is different, I have assumed that their basic functions (shopping, services) are the same, so I have treated them as a group, shopping centres, in the research.*

*In the years around the turn of the millennium, multinational companies built one hypermarket, department store and shopping centre after another in the Budapest agglomeration. Large department stores with huge car parks were built.*

*Good accessibility was an important factor in their construction, and they were built mainly along motorways and major roads. This in turn made it possible to reach the shopping centres quickly from the capital or from the outlying towns and cities.*

## BEVEZETÉS

Tanulmányomban a hipermarketek, szakáruházak és a bevásárlóközpontok elhelyezkedését vizsgálom meg a budapesti agglomerációban. Ezeknek a kereskedelmi, szolgáltató egységeknek a fogalmi besorolása ugyan különböző, de abból indultam ki, hogy az alapfunkcióik (vásárlás, szolgáltatások igénybevétele) azonosak, így egy csoportként, bevásárlóközpontokként kezeltem őket a kutatás során. A témaválasztásnál fontos szempont volt az, hogy 2015-ben napvilágot látott egy könyv Budapest településmorfológiájáról (*CSAPÓ – LENNER 2015*), amelyben a szerzők Budapest funkcionális szerkezeténél megvizsgálták többek között a fővárosi bevásárlóközpontok elhelyezkedését is. Úgy gondoltam, hogy ezt a kutatást most kiterjesztem a budapesti agglomeráció területére.

A vizsgálat megtervezése közben látott napvilágot 2021-ben egy – számomra – meghökkentő írás Matolcsy Györgynek a tollából a Magyar Nemzet hasábjain. Ebben a Magyar Nemzeti Bank elnöke egy erős Budapest megteremtésére vázolt fel lépéseket „a kevesebb sokszor több” közgazdasági törvényszerűsége hivatkozva. Szerinte túl nagy a főváros az országhoz képest, ezért kisebb részekre javasolja bontani úgy, hogy a 600 ezres városmag körül a külső kerületek és az agglomeráció településeinek négymillió „szerencsepatkója” lehetne az ország motorja (*MAGYARNEMZET.HU/PC19/2021/12*). Tudomásom szerint a felvetés nem váltott ki komoly reakciókat a szakmai közvéleményből, én sem kívánok a cikk megállapításaira itt reagálni. A településföldrajzos kutatók közül Beluszky Pál már állást foglalt abban a kérdésben, hogy Budapest

zászlóshajó vagy vízfej-e a magyar településhálózatban (*BELUSZKY 2014*). Viszont túl azon, hogy az agglomerációban épült bevásárlóközpontok elhelyezkedését vizsgáljuk, arra is választ adhatunk, hogy az autós vásárlásra építő, könnyen megközelíthető helyeken található bevásárlóközpontok hogyan befolyásolják a Budapest körüli szuburbanizációs folyamatot, azaz azt a térbeli mozgást, melyben a népesség a fővárosi tér peremei felé mozog és az agglomeráció térben tovább terjeszkedik?

2022-ben megvizsgáltam azt a tíz budapesti agglomerációban fekvő települést, ahol a KSH adatai alapján bevásárlóközpontok épültek. QGIS térinformatikai rendszer segítségével feltérképeztem a bevásárlóközpontokat és azok közvetlen környezetét, majd a területhasználat rögzítése után tematikus térképeken ábrázoltam a bevásárlóközpontok, hipermarketek és szakáruházak települések pereméhez, kivezető főutakhoz viszonyított elhelyezkedését.

## 1. A KUTATÁS SORÁN HASZNÁLT FOGALMAK ÉRTELMEZÉSE

A fogalmi keretek kialakításához a településföldrajzi szakirodalmat hívtam segítségül. A szakkifejezések tisztázásával a vizsgálat elméleti megalapozása volt a célom. Terjedelmi okok miatt itt csak két dolgot járunk röviden körül: felvázoljuk a budapesti agglomeráció kialakulását és térszerkezetét, illetve bemutatjuk a bevásárlóközpontok főbb típusait, rámutatva arra, hogy fogalmuk és tipizálásuk nem egységes.

A modern urbanizáció második szakaszában, a szuburbanizáció (vagy relatív dekoncentráció) folyamatában a középosztály a város központjából és az ahhoz közeli amortizálódó lakónegyedekből a perem- és elővárosi településekre költözik olcsóbb és kellemesebb lakókörnyezetet keresve. Ennek előfeltétele volt a gyors és hatékony közlekedés kiépülése, az egyéni motorizáció, mint életforma megerősödése. Pirisi Gábor és Trócsányi András azonban megjegyzi, hogy a 20. század második felében százezres nagyságrendűvé duzzadó budapesti agglomerációban a nyugat-európaival ellentétes irányú folyamat játszódott le. Az agglomeráció lakosságát nem a belülről kifelé települő népesség növelte, hanem a kívülről befelé igyekvő, de a fővárosban lakóhelyet nem találó, annak „kapui előtt” letelepedő emberek (*PIRISI – TRÓCSÁNYI 2019*).

A lakóhelyi szuburbanizáció indukálta a továbbiakban az elővárosi népesség keresletére támaszkodó szolgáltatások fejlesztését, többek között logisztikai bázisok, raktáruházak, autókereskedések kiépítését, illetve a humán szolgáltatások bővítését. Ezzel egyidőben megindult a munkahelyek dekoncentrációja is, ami a korábbi monofunkciós alvóvárosokat másodlagos centrumokká alakította az agglomerációban. Így a központi város körül egy policentrikus struktúrájú agglomerációs térség formálódik ki, amelynek településeit Halász Levente poszt-szuburbán településekként írta le (*HALÁSZ 2012*). Népességszámtól és közigazgatási területtől függetlenül azok a

települések mondhatók poszt-szuburbiának, amelyek a központi városok környékén helyezkednek el, gazdaságuk tercierizált, és önálló vonzáskörzetet bővítenek a környező települések és a központi város felé is. A budapesti agglomerációban példaként lehet említeni Budaörsöt, vagy a fővárosi településgyűrű keleti szektorának egyik legnépesebb és leginkább multifunkcionális városát, Gödöllőt. Az agglomerációs (poszt-szuburbán) alközpontok vonzáskörzetébe tartozó települések ingázási irányai már nem feltétlenül a központi város, hanem egyre inkább az új centrumok felé mutatnak. Ezekbe az új centrumokba egyre több közraktár, bevásárlóközpont települt, nálunk radikális gyorsasággal az 1990-es évek második felétől kezdve.

A fentiek eredményeként napjainkra a Budapest környéki agglomerációs gazdaság funkcionálisan erősen szakosodott terekbe tömörült. Elsőként a Budaörs-Törökbálint körzetében kialakult növekedési pólust kell megemlíteni, a főváros nyugati kapujában, három autópálya találkozásánál. Új térszerkezeti típus a Szigetszentmiklós-Dunaharaszti-Alsónémedi térségében kialakult logisztikai és ipari zóna. Az M0-s autópálya mentén az agglomeráció déli szektorában a Kárpát-medence legnagyobb logisztikai központja fejlődik ki. Nincs települési előzménye az új kereskedelmi központok által meghatározott térszerkezeti egységeknek pl. Budakalász, vagy az M3-as és M5-ös autópályák fővárosi kivezető szakasza mentén. Az M0-s keleti szakaszának átadása és a ferihegyi repülőtér fejlesztése szintén egy új üzleti tömörülés kialakulását segíti elő (KOC SIS 2021). Egedy Tamás pedig kreatív és tudásintenzív területi klasztereket határolt le a budapesti agglomerációban (EGEDY 2021).

Magyarországon a rendszerváltozást követően robbanásszerűen épült ki a fogyasztásorientált piacgazdaság. Hazánkban is megjelentek és cégeket alapítottak a nemzetközi kis- és nagykereskedelmi vállalatok. Kezdetben elsősorban a fővárosban és az agglomerációjában, később az 1990-es évek közepétől a vidéki nagyvárosainkban tűntek fel a „fogyasztás katedrálisai”, az ezredfordulótól pedig már a közepes nagyságú városokban is találkozunk velük (SIKOS 2003). Telephely választásuk fontos szempontja volt a jó megközelíthetőség. Nagy alapterületük és térbeli elhelyezkedésük változást hozott az érintett települések szerkezetében. A szakirodalom három típust különböztet meg közöttük: a hipermarketeket, a szakáruházakat és a bevásárlóközpontokat (CSAPÓ 2009). A hipermarketek élelmiszereket, ruhaneműket elektronikai- és egyéb cikkeket forgalmazó kis és nagykereskedelmi létesítmények. A Budapesten és agglomerációjában épült egységek alapterülete 10-15 ezer m<sup>2</sup>, nagyobb, mint más városainkban (CSAPÓ – LENNER 2014). Többnyire a városok peremén, a kivezető főutak mentén épültek, autóval jól megközelíthető helyen, ezért több száz férőhelyes parkoló is tartozik az üzletekhez.

Magyarországon öt jelentős multinacionális cég épített ki szuper- és hipermarket hálózatot: A TESCO, az INTERSPAR, a CORA (2012 óta az áruházai

működtetését az AUCHAN vette át), az AUCHAN és a METRO. Ahogyan a nevükben is benne van, a szakáruházak egy-egy szakterület ellátására specializálódott áruházak. A legjellemzőbbek a barkács-, építőipari és a bútóráruházak, amelyek a szakterületükön belül teljes körű ellátást biztosítanak. Áruházai 5-20 ezer m<sup>2</sup> alapterületűek. Legismertebb példái a PRAKTIKER, az OBI vagy a BAUHAUS, ezek is a városok peremén, kivezető utak vagy elkerülő körgyűrűk mentén építettek üzleteket. Bizonyos szakáruházak viszont nem önállóan, hanem bevásárlóközpontokban, mint mágnes üzletek találhatók meg: pl. Media Markt vagy a Decathlon üzletei. A bevásárlóközpontok fogalma és tipizálása eltérő a nemzetközi és a hazai gyakorlatban. A nemzetközi definíció szerint olyan kiskereskedelmi egységek csoportja, amelyet, mint egységes ingatlant terveztek és üzemeltetnek. A magyar meghatározás ezt még kiegészíti azzal a szemponttal, hogy a közösen működtetett komplexum egy adott vonzáskörzet ellátására szolgáló különböző típusú és méretű üzleteket, szolgáltató létesítményeket foglal magába. Funkcionálisan és megjelenésükben a bevásárlóközpontoknak két fő típusát különböztetjük meg: a mallokat és az üzletsorokat. A mallok (shopping centerek) 10 ezer m<sup>2</sup> feletti, multifunkcionális fedett építmények, ahol az egymással szemben lévő üzleteket légkondicionált sétány köti össze. Az üzletsorok 10 ezer m<sup>2</sup> alatti, csak kereskedelmi funkcióval rendelkező üzletek sora. Lényegében nyitottak, a bejáratuk előtere fedett és egymás mellett sorakoznak szalagszerűen L vagy U alakzatban pl. a Park- vagy az Outlet centerek.

A bevásárlóközpontok fejlődése 4 generációra osztható. Az első generációs bevásárlóközpontok az 1970-es években épültek, 10 ezer m<sup>2</sup> alattiak voltak és maximum 100-200 férőhelyes parkoló tartozott hozzájuk. Ilyen volt a fővárosban például a Budai Skála Áruház. A második korszakban is még Budapestre koncentráltak a cégek, azonban az épületek területe már nagyobb lett és ügyeltek a jó megközelíthetőségre is közösségi közlekedéssel (pl. Skála Metro). Az 1990-es években a vidéki nagyvárosokban is megjelentek az első bevásárlóközpontok. Ekkor a harmadik generációnál már nagyobb alapterületű, hatalmas parkolókkal ellátott bevásárlóközpontok épültek fel. A negyedik generációs bevásárlóközpontoknál már egy épületkomplexumban helyezték el a hipermarketeket, szakáruházakat és a szórakoztató intézményeket. A bevásárlóközpontok építési boomja 1998-tól 2004-ig tartott, utána lelassult az építésük, amit tovább fékezett a kormány által elrendelt pláza stop is.

## **2. A KUTATÁSI EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA**

A vizsgálat idején a budapesti agglomerációban 23 településen 36 hipermarketet, további 8 településen 13 szakáruházat és 10 településen összesen 11 bevásárlóközpontot számoltunk össze. A multinacionális

kereskedelmi láncok a működésükhöz kedvező telephelyi feltételeket találva az ezredforduló előtti években kezdtek megtelepedni elsősorban a városperemi zöldterületeken, aminek a következménye morfológiai-területhasználati szempontból új kereskedelmi, logisztikai és szolgáltató zónák kialakulása lett. Budaörs, Törökbálint és Biatorbágy esetében ez a zóna gyakorlatilag elősegíti a három település fizikai egyesítését is (SIKOS 2015). A megépülő kereskedelmi központok mágnesként vonzották magukhoz az újabb kiskereskedelmi egységeket, tovább generálva ezáltal újabb központok kialakulását és a közelükben letelepedő logisztikai létesítmények megjelenését is. A folyamatot azonban megakasztotta a 2008-as világgazdasági válság, a fogyasztási magatartás átalakulása ugyanis negatívan érintette a cégek, vállalkozások prosperitását. A fogyasztói szokások egyszerűsödtek, a vásárlók a nagyobb és jelentősebb akciókat kínáló, multifunkcionális igényeket is kielégítő hipermarketeket kezdték előnyben részesíteni. A piaci tér szűkülése miatt a multinacionális cégek között fúzió indult el, sok vállalkozás pedig a foglalkoztatottak leépítésében látta a kiutat a válságból, miután a kiskereskedelmi üzleteik egyre inkább elnéptelenedtek.

A bevásárlóközpontok, hipermarketek és a szakáruházak elhelyezkedése nem egyenletes Budapest körül. Az agglomeráció KSH által lehatárolt szektoraira (KSH 2014) vetítve őket azt látjuk, hogy a kereskedelmi egységek a déli és a nyugati szektorban, az ún. „aranyháromszögben” sűrűsödnek (1. ábra). Az itt épült központok a budapestiek és agglomerációkban élők számára egyaránt könnyen megközelíthetők az M1-es, M7-es és M0-ás autópályák révén. A vásárlók utazási hajlandóságát a könnyű elérhetőség mellett tovább növeli az, hogy a bevásárlóközpontok jelentős kedvezményeket kínálnak, így az akciók kifizetőddé teszik az utazást. Így a térség üzleteinek jelentős szívóhatása van a főváros kiskereskedelmére, komplex kínálatukkal, termék-mixükkel és kedvező árfekvésükkel jelentős versenytársai a fővárosi üzletközpontoknak is. Ez azért is izgalmas az üzleti verseny szempontjából, mert a főváros budai kerületei túlréprezentáltak, a budapesti bevásárlóközpontok csaknem fele a hat budai kerületben van. Az agglomeráció többi szektorában egy-egy város (agglomerációs alközpont) köré csoportosulnak a bevásárlóközpontok: az északiban Vác és Dunakeszi, a keletiben Gödöllő, a délkeletiben Vecsés köré.

**1. ábra: A hipermarketek, a szakáruházak és a bevásárlóközpontok elhelyezkedése a budapesti agglomeráció szektorai alapján**  
**Figure 1. Location of hypermarkets, specialised stores and shopping centres by sectors in the Budapest agglomeration**



Forrás: saját szerkesztés

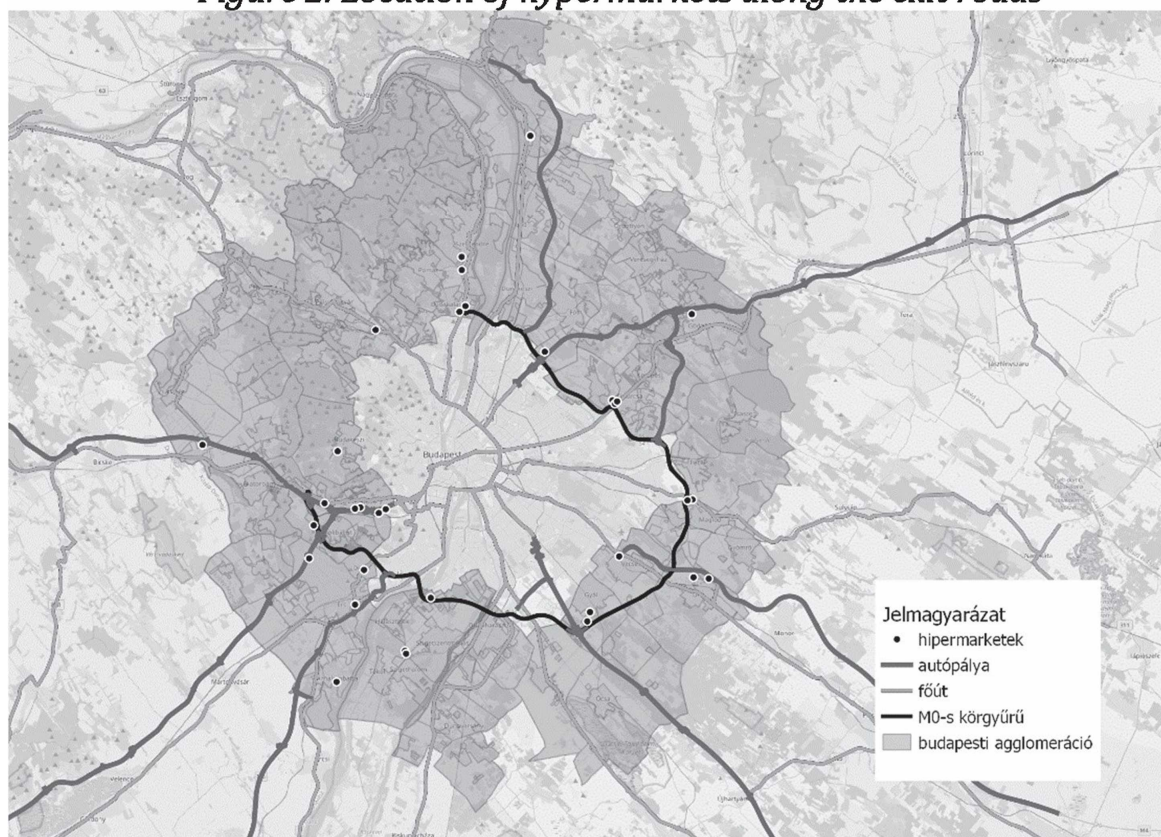
A fővárosi bevásárlóközpontok elhelyezkedését vizsgálva Csapó és Lenner azt állapították meg, hogy azok telephelyválasztását nem a gyorsforgalmi utak befolyásolták, bár a jó megközelíthetőség mindegyiknél fontos szerepet játszott. Tervezésüknél és kialakításuknál a nagy lakótelepek közelsége és a fővárosi city horizontális bővítése sokkal fontosabb szempont volt (CSAPÓ – LENNER 2015). A budapesti agglomeráció bevásárlóközpontjainál más a helyzet. Úgy találtuk, hogy az agglomeráció hipermarketjeit, szakáruházait és bevásárlóközpontjait tudatosan a kivezető főutak mellé, jó közlekedés-földrajzi helyre tervezték (2., 3., 4. ábra).

A jó közlekedés-földrajzi helyzet alapján csoportokat képezhetünk belőlük:

- Kivezető főút és az M0-ás körgyűrű találkozásánál épültek fel, pl. Budaörsön a Fashion Trade Center vagy Törökbálinton a Törökbálint Bevásárlóközpont
- Kivezető főút mellett, a főváros pereméhez közel, pl. Vácson a Family Center vagy Gödöllőn a Stop Shop
- Kivezető főút mentén, de a fővárostól távol, pl. Budakeszin a ZONE bevásárlópark



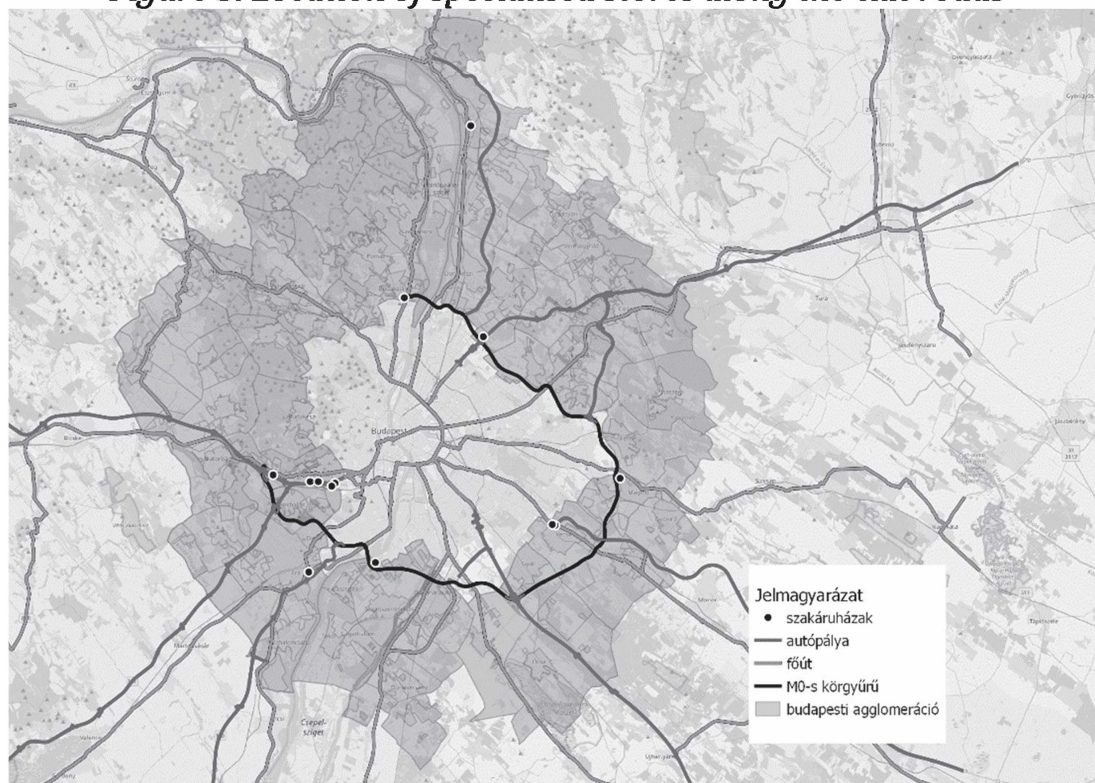
2. ábra: A hipermarketek elhelyezkedése a kivezető utak mentén  
Figure 2. Location of hypermarkets along the exit roads



Forrás: saját szerkesztés

Megállapítható tehát, hogy az agglomerációban, vagy annak szélén található bevásárlóközpontok frekventált közlekedési helyeken koncentrálnak, mivel a multinacionális kereskedelmi láncok a működésükhöz kedvező telephelyi feltételeket itt látják biztosítottak. Ez a térszerkezeti jellemző viszont azt is jelenti, hogy az agglomerációs bevásárlóközpontok helyzetüknél fogva a kapocs szerepét töltik be a főváros és az azt körülvevő településgyűrű között. Azaz inkább összekapcsolják Budapestet és az agglomerációs településeket, semmint éket verve közéjük elválasztják őket egymástól. Megépítésükkel felerősödtek azok a térpályák, amelyek mentén a főváros körüli poszt-szuburbán települések látványos fejlődésnek indultak, az agglomeráció pedig térben tovább terjeszkedik.

**3. ábra: A szakáruházak elhelyezkedése a kivezető utak mentén**  
**Figure 3. Location of specialised stores along the exit roads**



Forrás: saját szerkesztés

**4. ábra: Bevásárlóközpontok a budapesti agglomerációban**  
**Figure 4. Location of shopping centres along the exit roads**



Forrás: saját szerkesztés



## ÖSSZEGZÉS

A lakóhelyi szuburbanizáció következményeként a népesség területi átrendeződésével párhuzamosan megindult a Budapest körül a kereskedelmi tevékenység decentralizációja is. Az ezredforduló körüli években ennek jeleként az agglomerációban is sorra felépültek az autópályákhoz közeli bevásárlóközpontok, hatalmas áruházakkal és óriási parkolókkal. A tanulmányban ezt a folyamatot mutattuk be. Két kérdést jártunk körül: a budapesti agglomerációban található bevásárlóközpontok elhelyezkedését és azt, hogy a bevásárlóközpontok elválasztják vagy inkább összekötik a főváros peremét és az agglomerációs településeket? Az első kérdésre a válasz az, hogy az agglomerációs bevásárlóközpontok telephely választásának legfőbb telepítőtényezője a jó elérhetőség, jellemzően a kivezető utak és az autópályák mellett. A kereskedelmi tevékenység markáns koncentrációja figyelhető meg az M1-M7 autópályák menti területen, amely lehetővé teszi a fővárosból a bevásárlóközpontok gyors elérhetőségét. A térség üzletei komplex kínálatukkal, kedvező ár fekvésükkel további jelentős elszívó hatást gyakorolnak a főváros kiskereskedelmére. Ezzel szoros összefüggésben a másik kérdést úgy látjuk, hogy a kereskedelem által formált agglomerációs térszerkezetben a bevásárlóközpontok egyfajta összekötő elemként szolgálnak a főváros és az elővárosi gyűrű települései között.

## IRODALOM

- BELUSZKY P.** (2014): Budapest – zászlóshajó vagy vízfej?: A főváros és az ország – történeti-földrajzi áttekintés. Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő. 172 p.
- CSAPÓ T.** (2009): Hypermarkets, specialised stores and shopping centres in the Hungarian towns and cities. In.: Csapó T. – Kocsis Zs. (szerk.): Közép- és nagyvárosok településföldrajza: V. Településföldrajzi Konferencia. Savaria University Press, Szombathely. pp. 90-109.
- CSAPÓ T. – LENNER T.** (2014): Hipermarketek, szakáruházak és bevásárlóközpontok Budapesten. In.: Csapó T. (szerk.): Sátoraljaújhelytől Hawaiig: tanulmányok Puskás János 60. születésnapjára. Savaria University Press, Szombathely. pp. 108-124.
- CSAPÓ T. – LENNER T.** (2015): Budapest településmorfológiája. Savaria University Press, Szombathely. 388. p.

- EGEDY T.** (2021): A kreatív gazdaság városföldrajza: a budapesti agglomeráció példáján. Budapest, Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont. 167 p.
- HALÁSZ L.** (2012): A poszt-szuburbanizáció jellemzői egy hazai kisváros, Gödöllő példáján. Településföldrajzi Tanulmányok 2. sz. pp. 69-86.
- KOCSIS K. (FŐSZERK.)** (2021): Magyarország Nemzeti Atlasza – Társadalom. Budapest, CSFK Földrajztudományi Intézet. 196 p.
- PIRISI G. – TRÓCSÁNYI A.** (2019): Fejezetek a társadalomföldrajz világából. PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet, Pécs. 260 p.
- SIKOS T. T.** (2003): Bevásárlóközpontok, mint kereskedelmi komplexumok a gazdasági térben. Földrajzi Értesítő LII évf. 1-2. füzet, pp. 85-105.
- SIKOS T. T. (SZERK.)** (2015): A budapesti agglomeráció nyugati kapuja: Budaörs, Törökbálint, Biatorbágy.

## INTERNETES FORRÁSOK

- MATOLCSY GY.** (2021): Mi lehet a Budapest-dilemma megoldása? <https://magyarnemzet.hu/pc19/2021/12/matolcsy-gyorgy-mi-lehet-a-budapest-dilemma-megoldasa> utolsó letöltés: 2022. október 15.
- KSH** (2014): Magyarország településhálózata 1. Agglomerációk, településegységek. Budapest. 255 p.  
[https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo\\_telepuleshalozata/agglomeracio.pdf](https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo_telepuleshalozata/agglomeracio.pdf)
- SZIE** Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola 208 p.  
[http://real.mtak.hu/24107/1/Aranyharomszog\\_04.12\\_u.pdf](http://real.mtak.hu/24107/1/Aranyharomszog_04.12_u.pdf) utolsó letöltés: 2022. október 15.