

VPLYV OBCHODNÝCH CENTIER NA DOPRAVU V MESTE KOŠICE

Ing. Pavel Titl¹

Summary

The report mentioned on shopping centers building-up at relation forwarding intrusion on superior communication system. Analyse the effect hold on all sorts of to the traffic in aggrieved territory, parking capacities etc. Examples of solution to the transit for individual commercial shopping centers in City Košice indicated for exigency give this disputableness sidelong member self-government and public government maximal attention during phase of front-project arrangement and approval process of shopping centre building-up with emphasis on their transportation solution.

1. Úvod

S myšlienkou samoobslužného obchodného domu prišiel na sklonku 60-tych rokov minulého storočia podnikateľ Jozef Schwarz. Od otvorenia predchodcu dnešných super, hyper či megamarketov uplynulo tak už vyše štyridsať rokov. S rozvojom voľného podnikania a otvorením sa svetovým trhom sa aj na Slovensku v priebehu 90 rokov minulého storočia začali postupne objavovať obchodno-komerčné aktivity založené na princípe výstavby veľkých nákupných stredísk, u ktorých je predpoklad významného podielu zákazníkov prichádzajúcich automobilmi.

Tieto obchodné centrá vznikajú často ako novostavby na plochách, ktoré si aktívne vyhľadávajú konkrétni investori sami alebo prostredníctvom developerských firiem. V niektorých prípadoch sa jedná o nákup jestvujúcich objektov, ich stavebných úprav a rekonštrukcií do požadovanej podoby.

Tieto obchodno-komerčné aktivity majú okrem iných aspektov aj výrazný vplyv na dopravné pomery dotknutej lokality, ktoré je nevyhnutné riešiť v rámci prípravy, realizácie a sprevádzkovania jednotlivých objektov.

2. Výstavba obchodných centier na Slovensku

K 1.augustu 2002 bolo na Slovensku v prevádzke spolu 30 hypermarketov

¹ PT-Inžiniering Košice, Dopravné inžinierstvo a projektovanie, Húskova 47, 040 11 Košice 2 tel. 0903 363 003, fax. 055/6434 701, e-mail: paveltitl@pobox.sk

a 37 veľkých supermarketov. Najviac hypermarketov prevádzkovalo Tesco – 8, Carrefour – 4, Ahold – 2 hypermarkety typu Hypernova, Jednota – 1 hypermarket. Z veľkých supermarketov Delvita – 8, Billa – 8 prevádzok Big-Billa, Hypernova – 4 supermarkety, Jednota – 3 supermarkety typu Terno. Z prevádzok typu diskont dominuje na Slovensku sieť hypermarketov Kaufland s 11 prevádzkami, v obchode typu cash&carry firma Metro so 4 prevádzkami.

Ďalšími sú obchodné centrá Interfruct, Rema 1000, Prior, Labaš alebo bauMax-x, začína výstavba supermarketov Lidl.

Novorealizované obchodné centrá majú vo väčšine lokalít negatívny vplyv na zaťaženie dotknutej komunikačnej siete, nakoľko dochádza k preťaženiu okolitých komunikácií, dimenzovaných na jestvujúcu intenzitu dopravy. Problematické býva aj vlastné dopravné napojenie obchodného centra na nadradený komunikačný systém, ťažko riešiteľná je priepustnosť najbližších križovatiek v okolí.

Priemerná obsaditeľnosť parkovísk pri veľkosti obchodných centier 2.500 - 15.000 m² (typ hypermarket) je 40%. Hodinové maximum dosahuje hodnoty 8-19% celodenného objemu návštevníckych vozidiel, priemerná denná obmieňateľnosť jedného parkovacieho miesta je 2,5 - 14,5 motorových vozidiel, maximálna návštevnosť je v hodinách 16 - 19 hod podvečer, absolútne maximum návštevnosti býva v sobotu (cca 130% celotýždenného priemeru). Prevažujúca dĺžka návštevy u supermarketov s prevahou potravinárskeho tovaru je cca 55 minút, u širšieho sortimentu a potrieb pre dom a záhradu je cca 95 minút.

Priemerný počet kupujúcich obchodného centra na okraji miest je cca 1 kupujúci na 3m² predajnej plochy denne. Priemerný počet motorizovaných zákazníkov obchodného centra denne je cca 8 nakupujúcich na 1 parkovacie miesto obchodného centra.

3. Doterajšie poznatky z prevádzkovania obchodných centier

Dlhodobými pravidelnými prieskumami dopravnej obsluhy obchodných centier sa došlo k nasledujúcim všeobecne platným výsledkom:

- pri krátkych cestách dominuje nemotorizovaná doprava
- pri prekročení času potrebného na cestu 15 minút je automobil najdôležitejším dopravným prostriedkom
- jediným konkurentom pre dopravu osobným automobilom pri dlhších cestách je mestská hromadná doprava
- 70% ciest za nákupom začína v byte zákazníka, z práce prichádza na nákup každý šiesty zákazník.
- v centrách miest má na „nákupnej doprave“ osobný automobil podiel 51%, v obchodných centrách na okrajoch miest je podiel týchto zákazníkov až 95%.

Prieskumy zákazníkov obchodných centier na okrajoch miest ďalej prinášajú tieto výsledky:

- väčšina zákazníkov nakupuje v obchodnom centre pravidelne, 8% minimálne dvakrát do týždňa, 30% kupujúcich raz za týždeň, 40% minimálne dvakrát za mesiac
- 65% zákazníkov kupujú iba potraviny, 25% potraviny a iný sortiment, len 10% zákazníkov nakupuje v obchodných centrách iný tovar bez potravín
- pred otvorením nového obchodného centra na kraji mesta až 25% jeho zákazníkov nakupovalo v mieste bydliska pešo
- nákupy vo veľkých obchodných centrách na krajoch miest značne zvýšili priemerné dĺžky ciest nákupov, a to až trikrát pri nákupe potravín, a dvakrát pri nákupe iných tovarov. Cestovný výkon na auto a zákazníka vzrastá až o 10km. Tento poznatok poukazuje na nárast dopravy nielen v tesnej blízkosti obchodného centra, ale plošný nárast automobilovej dopravy v širšom okolí až o 250%. Znamená to, že keď do otvorenia obchodného centra prechádza na miestnej komunikácii v jeho tesnej blízkosti denne 10.000 motorových vozidiel, po otvorení tohto hypermarketu vzrastie doprava až na 25.000 vozidiel za 24 hod (za 1 h to činí nárast z cca 1.200 automobilov až na 3 tisíc automobilov). V prípade otvorenia nového obchodného centra s predajnou plochou cca 25.000 m² a počtom 1.250 parkovacích miest (v Košiciach Carrefour 1300 miest, OPTIMA 1.400 miest) sa dopravná obsluha tohto obchodného centra svojou intenzitou vyrovná dopravnému objemu menšieho okresného mesta, intenzity sa zvýšia o viac ako 20 tisíc vozidiel denne. To je počet, ktorý v rokoch 1990 – 1995 prechádzal v Košiciach po Palackého ulici medzi nám. Osloboditeľov a mostom cez Hornád. V kilometroch ciest to činí nárast realizovaných vozidlokilometrov v meste, kde sa otvorí na kraji mesta nové obchodné centrum, až 150 tisíc prejdených km denne. To znamená, že iba jedno nové obchodné centrum na kraji mesta dodatočne indukuje minimálne 50 miliónov vozidlových kilometrov ročne.

4. Požiadavky na dopravu v procese schvaľovania nového obchodného centra

Pri posudzovaní orgánov samosprávy a štátnej správy investičného zámeru o vybudovanie nového obchodného centra je potrebné zvážiť ako jedno z najdôležitejších kritérií vplyv rastu dopravy v danej lokalite na jestvujúci komunikačný systém. Tu je potrebné najmä posúdiť objem novej dopravy zamestnancov, zásobovania a najmä zákazníkov obchodného centra.

- Podiel zamestnancov, ktorí budú do zamestnania dochádzať vlastným automobilom je okrem iného závislý na kvalite a frekvencii hromadnej dopravy v danej lokalite
- Pri zásobovaní obchodných centier v čase predprojektovej a projektovej

prípravy stavby ako aj počas jej schvalovacieho procesu investor väčšinou podhodnocuje počty zásobovacích vozidiel, ich počet vzrastá až o 300% v čase nákupných špičiek (predvianočný trh a pod) – teda práve v období, keď dochádza do obchodných centier aj maximum motorizovaných návštevníkov

- Pre vplyv nárastu individuálnej dopravy návštevníkov obchodného centra na okolitý dopravný systém je nutné určiť množstvo vjazdov a výjazdov za 24 h na parkovisko nákupného centra, resp. na nadradený komunikačný systém.

Dôležité je preto zo strany samosprávnych orgánov mesta a štátnej správy zvážiť súčasný stav komunikačnej siete v dotknutom území, ako aj v širších vzťahoch, a požadovať od investora potrebné zkapacitnenie dotknutej nadradenej komunikačnej siete tak, aby táto prijala až 250%-ný nárast automobilovej dopravy v lokalite. Tieto čísla nárastu dopravy v okolí obchodných centier sa znižujú s adekvátnou kvalitnou ponukou mestskej hromadnej dopravy pre zákazníkov obchodného centra. Investor v rámci stavby nového obchodného centra zabezpečí výstavbu električkových alebo autobusových zastávok, či prejazdnych alebo konečných, na komunikáciách pri areáli OC, kde električky alebo autobusy premávajú, ale nie je možné nútiť prevádzkovateľa OC platiť dopravcovi za riadnu MHD v dotknutej lokalite. Tu je tlak samosprávy, resp. prevádzkovateľa MHD na riešenie mestskej hromadnej dopravy v rámci výstavby obchodného centra problematický, jedná sa vždy o plošnú obsluhu územia mesta, a to zo zákona je dopravca povinný zabezpečiť.

Pri spracovávaní investičného zámeru výstavby nového obchodného centra na kraji mesta a zhodnocovaní vplyvu na nadradený komunikačný systém lokality orgánmi samosprávy a štátnej správy je potrebné zvážiť aj objemy a smerovanie zdrojovej a cieľovej dopravy týchto obchodných centier včítane stanovenia podielu automobilovej dopravy, vytvárajúcej sa z okoloprechádzajúcej dopravy, ktorá nemá vplyv na nárast zaťaženia komunikačnej siete v danej lokalite.

5. Výstavba obchodných centier v meste Košice

V našom meste bolo postavených a sprevádzkovaných za posledné tri roky 8 super a hypermarketov, všetky dopravne napojené na dôležité mestské komunikácie, zväčša cesty I. alebo II. triedy. V rámci napojenia jednotlivých obchodných centier na nadradený komunikačný systém boli investormi na základe požiadavok orgánov samosprávy (Mesto Košice, príslušná mestská časť, ÚHA mesta Košice, Správa komunikácií a Dopravný podnik mesta Košice a.s.), ako aj štátnej správy (Krajský úrad, Okresný úrad Košice I-IV, OR PZ SR – Okresný dopravný inšpektorát Košice I, II, Slovenská správa ciest – Investorský útvar Košice) riešené úpravy dotknutých komunikácií v širších súvislostiach, tak aby sa minimalizoval negatívny vplyv na dopravný systém v danej lokalite.

- ***Hypermarket TESCO, Trolejbusová ulica***

Hypermarket otvorený na jeseň 1999, leží v tesnej blízkosti mimoúrovňovej križovatky ciest E50 - I/68 D1 diaľničný privádzač Budimír - II/547, pri ulici Hlinkovej (profil 29.356 voz./24h – RPDI rok 2000). Predajná plocha – 10.172m², počet parkovacích stání – 1.032.

V rámci dopravného napojenia sa zanedbal vplyv zvýšenej dopravy, ako automobilovej, aj pešej na plynulosť a bezpečnosť cestnej premávky na Hlinkovej ulici. Nárast dopravnej nehodovosti v dotknutom úseku cesty II/547 si vyžiadal dodatočné úpravy – zriadenie odbočovacieho a zaraďovacieho pruhu na napojení na Hlinkovu na strane od centra. Do stredu nedelenej štvorprúdovej komunikácie sa ako zábrana pre prechádzanie komunikácie pešími (je tu podchod) osadili betónové panely v dĺžke cca 200m. Hypermarket je dostatočne obslužený prejazdnými linkami MHD, premávajúcimi po ulici Hlinkovej (autobusy aj trolejbusy DPMK), Tesco má vlastný „Tescobus“, kde zákazníci cestujú do centra mesta zadarmo.

- ***Obchodné centrum bauMax-x 1, Moldavská ulica***

Obchodné centrum je situované v tesnej blízkosti cesty E571- I/50, v križovatke Moldavská – Popradská. Predajná plocha 5.620 m², počet parkovacích stání – 218. Profily Moldavská - 34.511 voz./24h, profil Popradská – 9.825 voz./24h (r.2000). V rámci dopravného napojenia sa čiastočne zanedbal vplyv zvýšenej dopravy, ako automobilovej, aj pešej na plynulosť premávky v dotknutom dopravnom uzle, prebudovanom z križovatky tvaru T na štvoramennú. Dodatočne sa v križovatke riešila cestná svetelná signalizácia, ako provizorium – káble zavesené na stožiaroch VO, bez možnosti dynamického riadenia. Vzhľadom na dodatočnú realizáciu svetelnej signalizácie na jej výstavbu investor obchodného centra – firma PVN sro. finančne neprispela, riešilo to mesto Košice.

- ***Hypermarket JEDNOTA, ulica Lubina, Nad Jazerom***

Hypermarket otvorený v decembri 2000, leží v tesnej blízkosti cesty II/552 Slanecká smer Trebišov. Jedná sa o rekonštruovanú bývalú výrobnú halu Vsl. Mliekárni, predajná plocha cca 5.400 m², počet parkovacích stání 270. Profil Slanecká – 23.924 voz./24h – rok 2000) Napojený čiastočne prestavanou v tom čase 6-ramennou križovatkou, vybavenou cestnou svetelnou signalizáciou. Stavebné úpravy – rozšírenie komunikácie Slaneckej, zriadenie zaraďovacích a odbočovacích pruhov aj novú svetelnú signalizáciu hradil v plnej výške (cca 10 miliónov Sk) investor – Jednota, spotr.dr. Považská Bystrica. Pôvodný projekt dopravného napojenia riešil aj preložku teplovodu a posunutie vyosenej komunikácie Lubina v dĺžke 55m do križovatky priamo oproti ulici Rovníkovej, táto časť projektu vzhľadom na finančné problémy neboli doteraz zrealizované. Hypermarket má dlhodobé finančné problémy, zmenšil aj predajnú plochu. Nakoľko sa v tejto lokalite postavil začiatkom tohto roku supermarket BILLA,

v rámci riešenia jeho dopravného napojenia došlo k prestavbe križovatky na 5-ramennú, a súčasne sa upravila svetelná signalizácia, kde sa skrátil cyklus riadenia o cca 15 sekúnd.

- **Obchodné centrum METRO, ulica K Veľkoobchodu, Sídl. Ťahanovce**

Hypermarket typu veľkoobchodu otvorený na jeseň 2000, leží v blízkosti diaľničného privádzača D1 Budimír (cesta I/68 E50 smer Prešov), napojený križovatkou tvaru T na ulicu Americkú, ako zbernú komunikáciu Sídliska Ťahanovce smer centrum. Predajná plocha cca 8.250 m², počet parkovacích stání 799. Profil Americká – 14.525 voz./24h – rok 2000). Nová napojovacia komunikácia má dĺžku 125m. Novovybudovanú križovátku riadi cestná svetelná signalizácia v plnej dynamike s preferenciou MHD, ktorú zaplatila firma METRO.

- **Obchodné centrum CASSOVIA – Hypermarket Carrefour, ulica Pri prachárni, VŠA**

Hypermarket otvorený v lete 2001, leží v tesnej blízkosti Alejovej ulice (v čase otvorenia obchodného centra cesta I/50), súčasť vonkajšieho mestského okruhu, napojený novou štvorpruhovou stredovo delenou komunikáciou dĺžky 230m do križovatky Alejová - Gemerská, pôvodne tvaru T, prebudovanej na štvorramennú svetelne riadenú, pričom cestná svetelná signalizácia riadi križovátku v plnej dynamike s preferenciou MHD. Kompletnú prestavbu križovatky hradil investor obchodného centra firma Campenon Bernard prostredníctvom developerskej firmy Manta Group sro. Bratislava. Predajná plocha cca 24.000 m², k dispozícii 1.200 parkovacích miest. Okrem napojenia na Alejovú je možné využiť komunikačného prepojenia k ulici Pri prachárni s výjazdom na komunikáciu Červený rak smer Moldavská, resp. tr.KVP. Obchodné centrum je výborne napojené na mestskú hromadnú dopravu, ako električkovú aj autobusovú. Investor pri realizácii obchodného centra splnil všetky podmienky orgánov samosprávy aj štátnej správy, dané už v štádiu územného konania.

- **Obchodné centrum bauMax-x 2, Trolejbusová ulica**

Obchodné centrum otvorené v decembri 2001, situované vedľa hypermarketu Tesco na Trolejbusovej ulici, má rovnaké dopravné napojenie na nadradený komunikačný systém ako Hypertesco – na ulicu Hlinkovu. Predajná plocha – cca 5.750m², počet parkovacích stání – 265. V rámci výstavby OC bauMax-x sa podarilo doriešiť niektoré nedostatky riešenia dopravy v dotknutej oblasti, ktoré sa podcenili pri projektovaní Hypertesca. Došlo k rozšíreniu ulice Trolejbusovej v celej dĺžke 505m na trojpruhovú, a zriadila sa svetelná signalizácia v uzle Severné nábrežie – Trolejbusová – - Dopravná - napojovacia vetva Hlinkova (jedná sa o dve križovatky tvaru T, vzdialené od seba 135m). Cestná svetelná signalizácia riadi križovátku v plnej dynamike s preferenciou MHD. K OC bauMax-x zaviedol DPMK pravidelnú autobusovú linku MHD.

- **Obchodné centrum OPTIMA - Hypermarket Ahold Hypernova, ulica Moldavská**

Obchodné centrum otvorené v máji tohto roku, leží v tesnej blízkosti križovatky I/50 E571 Červený rak, na ulici Moldavskej, vedľa OC bauMax-x1. Profil Moldavská - 34.511 voz./24h. Predajná plocha 36.250 m², počet parkovacích stání 1.350. Obchodné centrum je napojené na nadradený komunikačný systém v dvoch bodoch – obojsmerne na Moldavskú novou štvorpruhovou komunikáciou dĺžky 215m z novorealizovanej križovatky tvaru T, a jednosmerne od VSS z komunikácie Červený rak (cesta I/50) novou komunikáciou dĺžky 275m. Dopravný uzol Moldavská, pozostávajúci z dvoch križovatkových častí (vrátane odbočenia zásobovacej komunikácie a autobusového terminálu MHD) je riadený novou cestnou svetelnou signalizáciou v plnej dynamike s preferenciou MHD. Kompletnú výstavbu križovatky Moldavská a napojenia Červený rak hradil investor obchodného centra firma Optima Corporation.

Obchodné centrum je napojené na mestskú hromadnú dopravu - električkovú liniek R do USS (VSŽ). Z dopravno-technických dôvodov nebolo možné na Moldavskej ceste zriadiť prejazdnú autobusovú zastávku, obchodné centrum obsluhuje vlastný „OPTIMA“ bus, zachádzajúci do areálu, kde je zriadená prejazdná aj konečná zastávka. Sú od seba vzdialené 505m. Dopravné napojenie obchodného centra splnilo všetky požiadavky orgánov samosprávy aj štátnej správy, dané už v štádiu územného konania, a napriek tomu, že profil Moldavská je jeden z najzaťaženejších v meste, pričom zaznamenáva najvyššie maximálne hodinové špičky (nástup na smenu v USS), doprava v uzle Moldavská – OC OPTIMA je bezproblémová.

- **Obchodné centrum KAUFLAND, ulica Popradská.**

Toto obchodné centrum (v poradí 10. v Košiciach – nespomenul som Big-Billu na tr.KVP, čiastočne som sa dotkol Billy na Rovníkovej ulici) je síce iba v štádiu rozostavanosti, ale na záver tohto diskusného príspevku ho nemôžem opomenúť. Hrozí tu totiž, že s jeho otvorením – plánovaným na november tohto roku – dôjde v jeho okolí k dopravným problémom. Investor totiž nerešpektuje právoplatné stavebné povolenie na dopravnú časť stavby, ktoré zahŕňa všetky požiadavky magistrátu, SKK, ÚHA aj polície na riešenie dopravného napojenia OC Kaufland na nadradený komunikačný systém, ale svojvoľne si rozdelil jeho realizáciu do „etáp“, a chce otvoriť obchodné centrum s provizórnym napojením na ulicu Popradskú, resp. Moldavskú a Bardejovskú, pričom nerešpektuje ani základné normy STN 73 6102 Projektovanie križovatiek na cestných komunikáciách, a STN 73 6110 Projektovanie miestnych komunikácií. Jedná sa o supermarket s predajnou plochou cca 6.500 m² a počtom 450 parkovacích miest, čo bude mať vplyv na nárast dopravy v križovatkách Moldavská – Popradská – OC bauMax-x, aj Popradská – Bardejovská - Jedlíkova. Vzhľadom

na skúsenosti s problémami v plynulosti a bezpečnosti cestnej premávky po otvorení prvých obchodných centier v Košiciach (Hypertesco, bauMax-x 1, Jednota) je nutné zo strany orgánov samosprávy a štátnej správy v meste stavbu dosledovať a zabezpečiť ukončenie stavby tak, aby prevádzka Kauflandu nemala negatívny vplyv na dopravu v lokalite Popradskej ulice.

6. Záver

Výstavba nových obchodných centier na krajoch miest prináša so sebou nárast objemu automobilovej dopravy na celom území mesta, vrátane centra mesta. Pritom pôsobí nepriaznivo pri delbe prepravných výkonov smerom ku zvyšovaniu podielu individuálnej automobilovej dopravy. Ak by samospráva mesta mala zníženie objemu automobilovej dopravy ako najvyššiu prioritu, snažila by sa za každú cenu zabrániť vzniku nových nákupných stredísk na okraji mesta. Túto problematiku je potrebné riešiť zo širších hľadísk. Nový hypermarket, resp. nákupné centrum postavené na „zelenej lúke“ prináša zákazníkom, teda obyvateľom mesta aj širokého okolia radu výhod - nižšie ceny ako v centre, kratšiu a pohodlnejšiu cestu aj zaparkovanie. Z dlhodobejšieho hľadiska je však nutné poukázať na to, že obchodná sieť v centre mesta ako dôsledok konkurencie hypermarketov na okrajoch miest postupne skrachuje, a potom jej bývalí zákazníci budú nútení cestovať za nákupmi dlhšími trasami automobilmi, so všetkými negatívnymi dôsledkami. Odhaduje sa, že vplyvom výstavby veľkých obchodných centier na kraji veľkých miest zkrachuje, resp. značne zmení sortiment a pozíciu na trhu až 40% malých obchodíkov v dotknutej lokalite. Protiváhou tomu môže byť okrem iného zlepšenie poskytovaných služieb obchodmi v centre mesta, ktoré je potrebné podporovať ako zo strany samosprávy, tak najmä centrálnou štátnou politikou, podporujúcou živnostníkov a drobných podnikateľov. Tak dôjde k rozšíreniu sortimentu a konkurencieschopnosti cien tovarov, k čomu však musia orgány mesta prispieť zlepšením dostupnosti centra verejnou aj individuálnou dopravou. V centre mesta sa musí zlepšiť systém prevádzkovania zóny plateného parkovania, najmä je potrebné realizovať nové parkovacie plochy a zlepšiť platobnú disciplínu parkujúcich vodičov. Pri výstavbe nových obchodných centier by malo dôjsť k racionálnemu rozloženiu predajných objektov po celom území mesta, vrátane centra.