

<https://doi.org/10.18778/1733-310.08.08>

Urszula Kaczmarek

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Usługi komercyjne w Poznaniu – struktura przestrzenno-funkcjonalna

Wprowadzenie

Celem opracowania jest analiza struktury przestrzenno-funkcjonalnej sieci placówek usług komercyjnych w Poznaniu i jej ocena z punktu widzenia dostępności dla konsumentów. Problematyka rozwoju usług w dużych miastach ma szczególnie znaczenie. Ogólnie ujmowany sektor usług stanowi największy dział gospodarki w miastach, zatrudniając ponad 2/3 ogółu pracujących. Ta skala i wielofunkcyjny charakter usług tworzą szanse, ale i zagrożenia dla rozwoju przestrzenno-funkcjonalnego miasta, jego układu komunikacyjnego i mobilności ludności.

Rosnący popyt konsumpcyjny, konkurencja cenowa i asortymentowa placówek usługowych, ich różna dostępność komunikacyjna, stają się elementem „gry o przestrzeń”, której efektem jest sukcesja funkcji, jak i zmiany lokalizacji placówek usługowych. Generalna tendencja, obserwowana od kilkudziesięciu lat w miastach zachodnioeuropejskich i od ponad 15 lat w miastach polskich, to przenoszenie się działalności usługowych z obszarów centralnych miasta do dzielnic peryferyjnych i na tereny podmiejskie. Można tu wskazać następujące przyczyny tego zjawiska:

- terenochłonność nowych obiektów usługowych (np. multikina, centra rekreacyjne), które chcąc świadczyć usługi dla dużej liczby mieszkańców (efekt skali), nie są w stanie wygospodarować i opłacić drogich gruntów w centrach miast,
- wysokie koszty kupna i najmu lokali usługowych, co odbija się na cenie usług,
- rozwój motoryzacji, upowszechnianie się korzystania z transportu indywidualnego, szczególnie wśród osób, którym trudno dotrzeć do centrum miasta i realizować usługi (koszty parkowania);
- przenoszenie się ludności do terenów podmiejskich, a w ślad za nimi popytu na usługi. Emigracja usług w szczególności dotyczy działalności bytowych i rzadkich.

Usługi i handel jako funkcje miastotwórcze od początków urbanizacji należały do głównych działalności decydujących o obliczu centrów miast (tzw. *CBD Central Business District* – centrum administracyjno-handlowo-usługowe). Wypiera-

nie tradycyjnych usług poza tereny śródmiejskie stanowi zagrożenie ich egzystencji jako dzielnic centralnych, skupiających życie publiczne i stanowiących atrakcyjne miejsce zakupów i spędzania wolnego czasu. Proces ten jest jednak nieunikniony, a polityka przestrzenna władz miejskich może go jedynie spowalniać lub łagodzić jego negatywne skutki. W ślad za zmianami lokalizacji usług zmienia się ich charakter branżowy. Centra miast stają się ośrodkami usług komercyjnych, zwłaszcza ogólnomiejskich i regionalnych, często o reprezentacyjnym charakterze. Pogłębia się tendencja eliminacji usług powszechnych o zasięgu miejscowym na rzecz usług świadczonych z myślą o mieszkańcach całej aglomeracji i turystów. Współczesne centra miast tworzy mieszanka usług komercyjnych biznesowych i usług konsumenckich, zwłaszcza kulturalnych, rozrywkowych i gastronomicznych. Właściwe proporcje jednych i drugich stanowią gwarancje żywotności centrum i przeciwdziałają jego pauperyzacji (przy dużej liczbie tanich i mało reprezentacyjnych usług) lub nadmiernemu wymieraniu (w przypadku dominacji usług biznesowych).

Potencjał usługowy Poznania na tle innych miast

Określenie potencjału usługowego nie jest sprawą prostą z uwagi na zróżnicowany charakter działalności usługowej oraz dużą liczbę, często rozproszonych podmiotów działających w tym sektorze gospodarki. Jednym z mierników poziomu rozwoju usług jest zatrudnienie. W dużych miastach europejskich, zwłaszcza tych o charakterze stołecznym, udział zatrudnienia w usługach sięga 70–85%. Poznań z udziałem zatrudnienia w usługach sięgającym w 2006 r. 72% osiąga powoli poziom europejskich metropolii i znajduje się w czołówce miast polskich (pominąwszy Warszawę, która z racji stołecznych funkcji zatrudnienie w usługach ma najwyższe w kraju). Rangę Poznania podkreśla przede wszystkim wskaźnik zatrudnienia w usługach rynkowych, co potwierdza nadwyżkę znaczenia miasta jako jednego z najważniejszych w kraju centrów biznesu, handlu i innych usług komercyjnych (tab. 1.).

Wiele jest dostępnych mierników poziomu rozwoju usług komercyjnych w dużych miastach. Jednym z nich jest liczba podmiotów gospodarczych działających w sekcjach usługowych. W Poznaniu zarejestrowanych jest ponad 72 tys. tego typu podmiotów (dla porównania w Warszawie – 250 tys., Krakowie – 85 tys., Wrocławiu – 75 tys. w Łodzi – 73 tys.). Liczba firm biznesowych w przeliczeniu na liczbę mieszkańców sytuuje Poznań w czołówce krajowej tuż za Warszawą, (147,7 i 130,2 podmioty na 1000 mieszkańców). Do publikowanych mierników rozwoju usług komercyjnych należą wskaźniki charakteryzujące handel, względnie usługi turystyczne i kulturalne. Poziom rozwoju tych ostatnich usług w Poznaniu na tle największych miast w Polsce przedstawia tab. 2.

Poznań jako centrum biznesowe i targowe, a także miasto o węzłowym położeniu komunikacyjnym i dużej atrakcyjności turystycznej, korzystnie wyróżnia się na tle kraju w zakresie rozwoju bazy noclegowej, przede wszystkim hotelowej.

Tab. 1
 Udział zatrudnienia w usługach (w %) w największych miastach Polski w 2006 r.

Usługi	Warszawa	Wrocław	Poznań	Kraków	Łódź
Usługi ogółem	81	74,8	72,1	73,3	70,1
w tym					
• usługi rynkowe	60,8	46,2	47,3	45,2	41,8
• usługi nierynkowe	20,2	28,6	24,8	28,1	28,3

Źródło: GUS, Warszawa.

Tab. 2
 Poziom rozwoju wybranych usług w największych miastach Polski (2006 r.)

Miasto	Liczba ludności (w tys.)	Hotele			Kina			Liczba muzeów
		Liczba obiektów	Liczba miejsc noclegowych ogółem	Liczba miejsc w hotelach na 1000 mieszk.	Liczba obiektów	Liczba miejsc	Liczba mieszk. na 1 miejsce w kinie	
Warszawa	1692,9	91	21 048	10,7	25	29316	58,1	56
Łódź	755,4	34	3 558	2,89	12	7340	103,6	11
Kraków	734,5	138	17 013	15,3	14	12565	60,2	40
Wrocław	624,0	59	7 303	8,7	7	6302	100,7	11
Poznań	553,6	61	7 730	9,4	8	12811	44,1	21
Gdańsk	451,6	78	9 789	5,7	5	7812	58,5	20
Szczecin	401,4	43	5 205	7,3	5	3561	114,9	6
Bydgoszcz	360,2	24	2 753	3,9	3	3042	119,5	8
Lublin	344,6	20	2 045	4,9	7	2132	165,8	5

Źródło: Bank danych regionalnych, GUS, 2006.

Pod względem liczby miejsc noclegowych Poznań wyprzedzają: Warszawa, Kraków i Gdańsk (miasto z dużą liczbą – ponad 50% miejsc w obiektach sezonowych). Biorąc pod uwagę wskaźnik relatywny, liczbę miejsc noclegowych (szczególnie całorocznych i w hotelach) na 1 tys. mieszkańców, Poznań w 2006 r. zajmował również czołowe miejsce w kraju, wyprzedzany jedynie przez największe ośrodki turystyczne kraju: Kraków i Warszawę (tab. 2).

Wśród komercyjnych usług kulturalnych, publikowane mierniki pozwalają porównać sytuację Poznania w zakresie liczby kin i miejsc na ich widowniach. Miernik ten staje się jednym z podstawowych wskaźników rozwoju nowoczesnych

usług w mieście, z uwagi na zmiany jakie zachodzą w tej branży kultury (rozrywki). Polska, podobnie jak wcześniej miasta zachodnioeuropejskie, stała się od lat 90. obszarem ekspansji sieci kin wielosalowych, skupiających nie tylko kina nowego typu, ale także lokale gastronomiczne, rekreacyjne, powierzchnie wystawiennicze, sceny artystyczne itp. Konsument, szczególnie w dużych miastach otrzymuje obecnie zróżnicowaną ofertę kinową: od wielkich multiplexów i tradycyjnych, dużych sal kinowych na ogół w centrum miasta, po kameralne i niszowe kina studyjne. Pod względem dostępności, wyznaczonej liczbą mieszkańców przypadających na 1 miejsce w kinie Poznań zajmuje pierwsze miejsce w Polsce (44 osób/miejsce). Również pod względem liczby muzeów Poznań lokuje się na 3 miejscu po Warszawie i Krakowie.

Struktura branżowa i przestrzenna usług w Poznaniu

W odniesieniu do badań lokalizacji i struktury branżowej usług komercyjnych (pozahandlowych) w Poznaniu, główną metodą pozyskania informacji była inwentaryzacja placówek usługowych w 89 jednostkach urbanistycznych miasta, określonych przez Miejską Pracownię Urbanistyczną Miasta Poznania (Dedal Invest-Eco, 2004). Ewidencja objęła 7316 podmiotów reprezentujących 23 branże placówek i urzędzeń usługowych. Wskaźniki analityczne charakteryzujące rozmieszczenie, strukturę branżową oraz tendencje lokalizacyjne placówek usługowych w mieście, skonstruowano w oparciu o liczbę mieszkańców w każdej jednostce urbanistycznej Poznania.

Usługi komercyjne to (w przeciwieństwie do usług publicznych), nastawione na zysk świadczenia odpłatne w sferze pozaprodukcyjnej. Z uwagi na dostępność danych, w wielu opracowaniach wykorzystywana jest klasyfikacja działalności gospodarczej Głównego Urzędu Statystycznego (GUS), który do usług komercyjnych (rynkowych) zalicza następujące działalności (według Polskiej Klasyfikacji Działalności, PKD): sekcję G: handel hurtowy i detaliczny, naprawy pojazdów mechanicznych oraz artykułów przeznaczenia osobistego i użytku domowego, sekcję H: hotele i inne obiekty noclegowe, restauracje i inne lokale gastronomiczne, sekcję I: transport, gospodarka magazynowa i łączność, sekcję J: pośrednictwo finansowe, m. in. usługi bankowe i ubezpieczeniowe, sekcję K: obsługa nieruchomości i prowadzenie interesów oraz sekcję O: pozostała działalność usługowa: komunalna, socjalna i indywidualna, w tym usługi rekreacyjne, sportowe, kulturalne. Usługi komercyjne, rynkowe coraz trudniej jest identyfikować poprzez charakter działalności. Podstawowym ich wyznacznikiem jest odpłatność za usługi. Jak stwierdza K. Rogoziński (2000), usługi rynkowe to takie, do nabywania których wystarczy dysponować odpowiednią kwotą pieniężną. Z uwagi zatem na postępującą prywatyzację i komercjalizację, do usług rynkowych (czy bardziej urynkawianych) zaliczyć należy także część tradycyjnych do niedawna usług publicznych, takich jak: sekcja M: usługi edukacyjne oraz sekcja N: usługi zdrowotne i opieka społeczna.

Tab. 3
Liczba i rodzaj placówek usługowych w Poznaniu (2004 r.)

Rodzaj placówki usługowej	Liczba placówek	
	w l. b.	w %
Usługi ogółem	7361	100,0
w tym		
Placówki komercyjne ogółem	6860	93,8
w tym		
• punkty usługowe	6620	90,5
• zakłady usługowe	240	3,3
Obiekty sportowo-rekreacyjne (niekomercyjne)	456	6,2

Źródło: Badania handlu i usług w Poznaniu, 2004.

W czerwcu 2004 r. w Poznaniu zaewidencjonowano 7316 placówek i obiektów usługowych. Według przyjętej metodyki badań, w zdecydowanej większości były to usługi komercyjne, o nastawieniu konsumenckim (6860 placówek, 93,8%). Pozostałe 6,2% stanowiły obiekty sportowo-rekreacyjne (boiska sportowe, place zabaw) o charakterze ogólnodostępnym, uznawane za segment usług dla ludności o charakterze sportowo-rekreacyjnym, niekomercyjnym (tab. 3)

Z ogólnej liczby placówek usługowych, małe placówki¹ – punkty usługowe stanowiły aż 95% ogółu placówek, co świadczy o dużym rozdrobnieniu usług jako podmiotów gospodarczych. Ten znaczący udział małych punktów usługowych, często o charakterze samozatrudnieniowym (typowy dla większości polskich miast), jest efektem rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości w latach 90. i słabej konsolidacji podmiotów usługowych w większych strukturach branżowych czy sieciach. W ostatnim czasie zauważalne są tendencje do usieciowienia usług wybranych branż, np. kosmetycznej, gastronomicznej, hotelowej czy rekreacyjnej, co czyni je bardziej konkurencyjnymi na rynku.

W ogólnej liczbie rejestrowanych placówek usługowych największy udział mają następujące branże usług:

- usługi renowacyjne (naprawcze) – 23% ogółu placówek
- usługi medyczne i weterynaryjne – 11,7%
- usługi fryzjerskie i kosmetyczne – 11,3%

¹ Punkt – mała placówka usługowa to kategoria umowna, w badaniach identyfikowana jako pojedynczy podmiot, np. domowa praktyka lekarska, punkt kserograficzny, mała agenda pocztowa, punkt napraw itp. Zakład lub instytucja usługowa oznaczała większą placówkę, taką jak poczta, bank, centrum odnowy biologicznej, stacja diagnostyki pojazdów, hotel, restauracja itp.



Ryc. 1. Liczba placówek usługowych w jednostkach urbanistycznych Poznania (2004 r.).

- usługi gastronomiczne – 10,8%
- usługi finansowe (bankowe i ubezpieczeniowe) – 9,9%
- usługi prawne, doradcze, księgowo itp. – 7,2%
- usługi kserograficzne i akcydensowe – 4,7%

Rozmieszczenie usług w Poznaniu w poszczególnych jednostkach urbanistycznych przedstawia ryc. 1.

W analizie struktury przestrzennej usług na terenie miasta należy zwrócić uwagę na wyraźne różnice w orientacji lokalizacyjnej poszczególnych branż. Można je podzielić na usługi o wyraźnej orientacji konsumenckiej, których występowanie jest silnie związane z rozmieszczeniem ludności oraz branże o orientacji swobodnej (niekonsumenckiej). W tej ostatniej grupie placówki usługowe wykazują lokalizację śródmiejską lub peryferyjną, poza obszarami koncentracji ludności (tab. 4). Podział ten warunkują takie czynniki, jak: stopień związania z rozmieszczeniem ludności, koszt prowadzenia działalności, czynniki lokalowe, uciążliwość dla środowiska, terenochłonność działalności, bliskość zamieszkania właściciela itp. (zob. W. Wilk 2001).

Przykładem skrajnej konsumenckiej orientacji lokalizacyjnej placówek usługowych jest branża **usług renowacyjnych** (ryc. 2). Punkty napraw artykułów osobistych (szewc, krawiec, zegarmistrz itp.) i sprzętu gospodarstwa domowego (artykuły RTV i AGD) zlokalizowane są w miejscach dużej koncentracji ludno-

Tab. 4
Branże usług Poznania według orientacji lokalizacyjnej

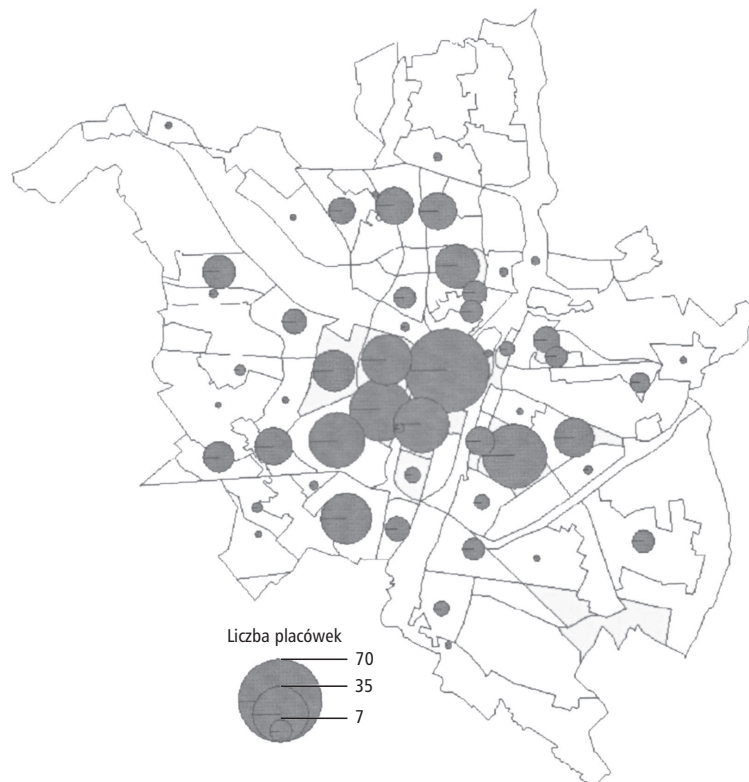
Lokalizacja związana (konsumencka)	Lokalizacja swobodna	
	Śródmiejska	Peryferyjna
1. Usługi naprawcze (art. osobistych i sprzętu domowego) 2. Usługi pralnicze 3. Usługi pocztowe 4. Usługi lekarskie 5. Usługi fryzjerskie i kosmetyczne 6. Usługi bankowe 7. Usługi hazardowe 8. Usługi fotograficzne 9. Usługi kserograficzne 10. Wypożyczalnie 11. Obiekty sportowo-rekreacyjne	1. Usługi gastronomiczne 2. Agencje turystyczne 3. Usługi prawne, doradcze itp. 4. Usługi internetowe	1. Usługi motoryzacyjne 2. Hotele (orientacja peryferyjno-śródmiejska)

Źródło: Badania handlu i usług w Poznaniu, 2004.

ści, zapewniając łatwy dostęp mieszkańców. Szczególnie rozwinięte są one w dzielnicach wokół Śródmieścia, w mniejszym stopniu dotyczy dzielnic budownictwa wielkopłytowego (Piątkowo, Rataje,) co wiązać należy z ich gorszą sytuacją lokalową.

Odmienny obraz przedstawia rozmieszczenie usług motoryzacyjnych, stacji obsługi samochodów i warsztatów naprawczych (ryc. 3). W tej branży preferowane są obszary peryferyjne, szczególnie w zachodniej części miasta. „Zagłębem usług motoryzacyjnych” są tu takie jednostki jak Górczyn, Plewiska, Świerczewo i Junikowo związane z budownictwem jednorodzinym o tradycyjnym rzemieślniczym charakterze. Te cztery jednostki skupiają łącznie blisko 25% usług motoryzacyjnych w Poznaniu. Duży udział (po ok. 3%) mają także Szczepankowo, Antoninek i Wola położone na obrzeżach miasta, wzdłuż tras tranzytowych, podobnie jak Krzyżowniki i Smochowice (8% ogółu warsztatów w mieście).

Orientację śródmiejsko-peryferyjną wykazują w Poznaniu obiekty świadczące usługi noclegowe (hotele, motele, pensjonaty itp.). Na terenie miasta występują bowiem wyraźnie dwie grupy tych obiektów: hotele zlokalizowane w centrum, nastawione głównie na obsługę turystów, gości targowych, biznesmenów oraz hotele tranzytowe, zlokalizowane na peryferiach, najczęściej wzdłuż dróg wyjazdowych z miasta. Ich oferta skierowana jest do kierowców przejeżdżających przez

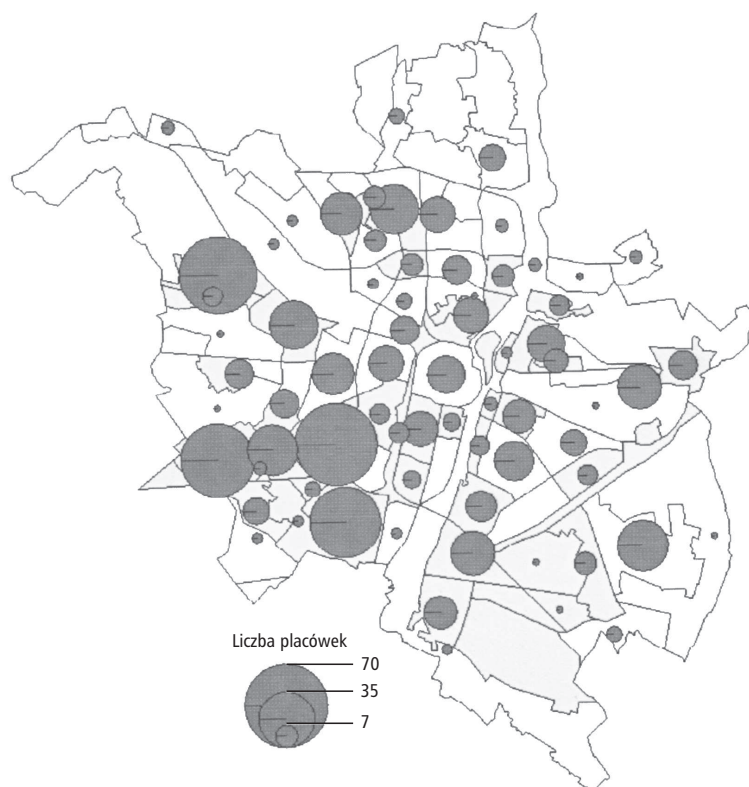


Ryc. 2. Rozmieszczenie placówek usług naprawczych w jednostkach urbanistycznych Poznania.

miasto, zwłaszcza kierowców TIR-ów. Obiekty noclegowe tego typu zlokalizowane są w takich dzielnicach, jak: Krzyżowniki i Smochowice oraz Świerczewo.

Wybitnie śródmiejski charakter mają natomiast usługi gastronomiczne (ryc. 4). W Poznaniu funkcjonuje blisko 800 lokali gastronomicznych, z czego najwięcej, około 500 to lokale typu bar, bistro, pub itp. Aż 42% lokali gastronomicznych Poznania znajduje się w obrębie Śródmieścia. W tej jednostce skoncentrowanych jest blisko 52% wszystkich miejsc konsumenckich na terenie Poznania (w przypadku miejsc sezonowych 62%). Aż 134 lokale gastronomiczne zlokalizowane są na Starym Rynku i przylegających doń uliczkach (17% ogółu lokali w mieście). Nasyconie usługami gastronomicznymi Śródmieścia Poznania (określane liczbą ludności przypadającej na placówkę) jest prawie dwukrotnie większe niż np. w Śródmieściu Łodzi (por. E. Kilma, J. Bartkowski 2005). Te statystyki z pewnością świadczą o atrakcyjności i witalności tej części miasta, szczególnie (choć nie tylko) w sezonie letnim.

Obok lokali gastronomicznych typowo śródmiejską lokalizację wykazują w Poznaniu biura i agencje turystyczne. Z ogólnej liczby 119 biur podróży, aż 61 (51%) mieści się w Śródmieściu. Znaczna liczba tych placówek zlokalizowana jest także na Jeźyczach oraz towarzyszy hipermarketom i galeriom handlowym. Silna koncentracja w Śródmieściu charakteryzuje także usługi prawnicze, doradcze, związane



Ryc. 3. Rozmieszczenie warsztatów obsługi i napraw pojazdów mechanicznych w Poznaniu.

z prowadzeniem interesów, księgowością, tłumaczeniami itp. Z ogólnej liczby 530 placówek tego typu w mieście, blisko 230 (43%) ma swoje siedziby w centralnych dzielnicach miasta. Jako usługi wyższego rzędu o zasięgu ogólnomiejskim czerpią one korzyści z dobrej dostępności centrum miasta. Pewną część tego typu działalności spotyka się także na mniejszych, peryferyjnych osiedlach mieszkaniowych, m. in. na Świerczewie, w Krzyżownikach, na Woli.

Zdecydowana większość usług komercyjnych w Poznaniu wykazuje orientację konsumencką. Świadczy o tym dodatni i istotny statystycznie wskaźnik korelacji (0,79) między rozmieszczeniem usług i ludności w 89 jednostkach urbanistycznych miasta.

Dostępność usług

Dostępność usług została przedstawiona za pomocą dwóch mierników: liczby mieszkańców przypadających na 1 placówkę usługową (miejsce konsumenckie) oraz ilorazu lokalizacji, wyrażającym proporcje między udziałem jednostki urbanistycznej w potencjale usługowym całego miasta do jej udziału w ogólnej liczbie mieszkańców.



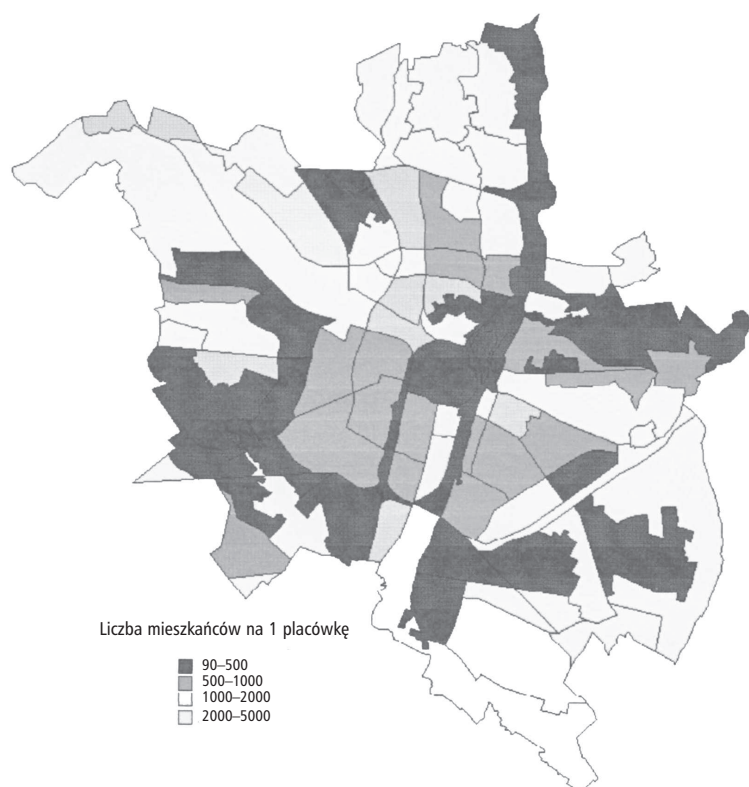
Ryc. 4. Rozmieszczenie lokali gastronomicznych w jednostkach urbanistycznych Poznania.

Dostępność usług zgodnie z zasadami rynku warunkowana jest charakterem usługi i progiem jej rentowności. Analizowane w opracowaniu usługi można podzielić na trzy grupy:

1. usługi o wysokiej dostępności (krąg odbiorców/konsumentów poniżej 1 tys. mieszkańców na 1 placówkę),
2. usługi o średniej dostępności (krąg odbiorców 1 tys. – 2,5 tys. mieszkańców),
3. usługi o słabej dostępności (krąg odbiorców/konsumentów powyżej 2,5 tys. mieszkańców).

Spośród analizowanych usług komercyjnych najlepszą dostępnością w skali całego miasta charakteryzują się punkty napraw zarówno artykułów osobistych, jak i pojazdów mechanicznych (ryc. 5).

Średnio w Poznaniu na jedną tego typu placówkę renowacyjną przypada około 650 mieszkańców. W przypadku warsztatów samochodowych tak duża ich liczba wynika z wysokiego poziomu motoryzacji zarówno firm, jak i mieszkańców Poznania. Bardzo dobrą dostępność posiadają w mieście salony fryzjerskie i kosmetyczne. Jedna placówka tej branży obsługuje w mieście średnio około 650 osób. Tego typu dane można uznać za próg rentowności danej usługi, oraz granicę maksymalnej dostępności usług.



Ryc. 5. Dostępność usług naprawczych.

Wyższy próg dostępności a zarazem szerszy średnio rzecz biorąc krąg konsumentów w mieście (na poziomie 2 tys.) mają np. usługi fotograficzne, pranie i czyszczenie odzieży, placówki bankowe i bankomaty. Średnio w Poznaniu przypada 1750 osób na 1 plac zabaw dla dzieci (dokładniej około 350 dzieci do 15 roku życia na 1 plac zabaw). Najlepsza sytuacja pod tym względem występuje na dużych osiedlach mieszkaniowych Winograd i Piątkowa, gdzie zorganizowany plac zabaw przypada średnio na 700–800 mieszkańców. Względnie dobra jest także sytuacja na Ratajach i Chartowie (1100 osób na 1 plac), bardzo słaba zaś w dzielnicach centralnych, w Śródmieściu (8,5 tys. osób), na Łazarzu (11 tys.), Jeźycach (6 tys.) i na Wildzie (26 tys. mieszkańców na 1 plac zabaw). Sytuację przestrzeni publicznych dla dzieci ratują w tych dzielnicach nieliczne skwery zieleni i parki. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku dostępności otwartych boisk sportowych.

Stosunkowo dobrze rozwinięta jest w mieście sieć punktów totalotka. Tutaj próg rentowności wynosi ok. 3 tys. osób a zróżnicowanie dostępności tej placówki należy do najmniejszych spośród wszystkich placówek usług komercyjnych w mieście. Jedna placówka pocztowa w Poznaniu obsługuje średnio ok. 5 tys. osób, kawiarenka internetowa 12 tys. a weterynarz ok. 15 tys. osób. Stosunkowo słaba dostępność, jak na częstość użytkowania, charakteryzuje bankomaty, których w Poznaniu zewidencjonowano ponad 200 (2500 mieszkańców na 1 urządzenie).

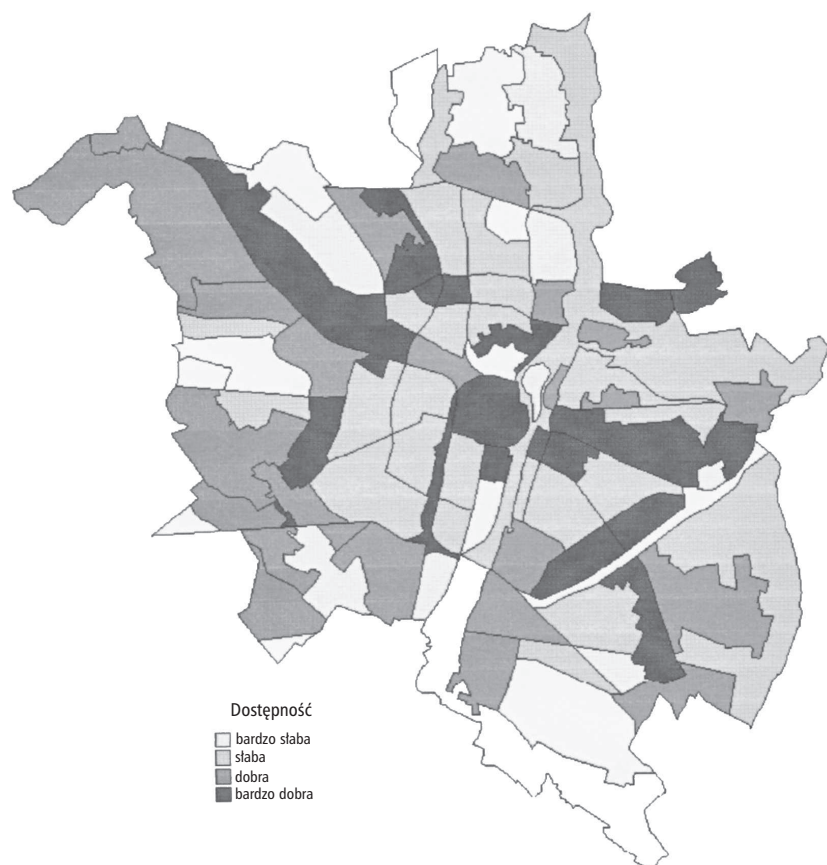


Ryc. 6. Rozmieszczenie ludności w jednostkach urbanistycznych Poznania.

Są one zlokalizowane głównie przy siedzibach banków, a także w centrum miasta i w dużych obiektach handlowych. Dobra dostępność bankomatów występuje na Wildzie, Jeźcach, Łazarzu, słaba natomiast na osiedlach Winiar, Piątkowa i Rataj (średnio na 1 bankomat przypada tam 8 tys. mieszkańców).

Efektom zróżnicowania rozmieszczenia placówek usługowych względem rozmieszczenia ludności (ryc. 6) jest różna wartość ilorazu lokalizacji wszystkich branż usługowych w jednostkach urbanistycznych miasta (ryc. 7). Iloraz lokalizacji przedstawia udział jednostek w potencjale usługowym miasta do udziału jednostek w zaludnieniu ogółem (potencjał usługowy mierzony liczbą placówek, w przypadku gastronomii miejsc konsumenckich). Wartość wskaźnika > 1 – nadwyżka znaczenia, wskaźnik < 1 niedobór znaczenia danej usługi w stosunku do średniej ogólnomiejskiej.

Wskaźnik na poziomie 1, a więc sytuacja zbliżona do średniej ogólnomiejskiej charakteryzuje w Poznaniu takie jednostki, jak: Jeżyce, Łazarz, Komandoria, Sołacz, a także niektóre peryferyjne osiedla mieszkaniowe, np. Marlewo, Minikowo, Różany Potok, Wola, Podolany, Szczepankowo, Osiedle Warszawskie, Kiekrz, Morasko. Osiedla te są obsługiwane przez placówki na poziomie ogólnomiejskim, z uwagi na duże zaludnienie i peryferyjne położenie wykazują dostateczną



Ryc. 7. Iloraz lokalizacji usług.

rentowność usług nie tylko podstawowych (jak sklepy, punkty naprawcze, salony fryzjerskie), ale i bardziej wyspecjalizowanych (agendy bankowe, placówki pocztowe, punkty totolotka, usługi pralnicze, praktyki lekarskie, usługi fotograficzne, gastronomiczne itd.). Tego typu osiedla przed transformacją stanowiły „pustynie usługowe”. Obecnie wyposażone są na dobrym poziomie, co nie obniża warunków życia mieszkańców decydujących się na zamieszkanie z dala od centrum.

Mapa ilorazu lokalizacji usług ujawnia deficyty w dostępności usług konsumenckich na dużych osiedlach mieszkaniowych m.in. na Dębcu (iloraz lokalizacji 0,4) oraz na osiedlach: Rataj, Winograd i Piątkowa. W większości jednostek urbanistycznych tych dzielnic, iloraz lokalizacji jest tak samo niski i wynosi 0,6 (np. Chartowo, Żegrze, Piątkowo Wschód, Piątkowo Zachód, Osiedle Zwycięstwa, Osiedle Przyjaźni). Są to obszary deficytów usługowych (często z przyczyn lokalowych), w tym gastronomicznych, gdzie dostępność placówek usługowych jest słaba a warunki życia z tego tytułu gorsze niż w innych dzielnicach. Być może status dzielnic „sypialni” usprawiedliwia tę sytuację, przynajmniej w oczach samych mieszkańców, którzy żyjąc w tych warunkach wiele lat nie odczuwają często dyskomfortu płynącego z braku lub zbyt małej liczby placówek usługowych.

Dostępność usług w skali całego miasta jest najniższa na obszarach wielkopłytowych osiedli z lat 70. i 80. (Winogrady, Rataje, Piątkowo), jak i w starych osiedlach robotniczych (Dębiec). Korzystnie na tym tle wygląda dostępność usług na osiedlach mieszkaniowych powstałych w latach 90.

Jak już wielokrotnie podkreślano funkcje centrum usługowego miasta pełni Śródmieście (iloraz lokalizacji dla wszystkich branż łącznie 2,6, dla przykładu dla gastronomii blisko 8). Śródmieście pełni dla wielu usług rolę ośrodka ogólnomiejskiego i metropolitalnego, będąc jednocześnie miejscem realizacji usług w stosunku do turystów i przyjezdnych. Taka rola Śródmieścia będzie się z pewnością jeszcze długo utrzymywać.

Z punktu widzenia zmieniającego się modelu konsumpcji i zaspokajania potrzeb mieszkańców w dużym mieście, takim jak Poznań, może być z powodzeniem realizowany wielośrodkowy model rozwoju usług. Powinien on być szczególnie wdrażany w odniesieniu do usług kulturalnych, rozrywkowych, rekreacyjnych i gastronomicznych, których deficyt jest zauważalny na dużych osiedlach mieszkaniowych (Piątkowo, Rataje). Poznań wchodzi w okres rozwoju centrów usługowo-handlowych nowego typu (*malle*). Centra takie wypełniają wieloletnie deficyty usług, lokalizując się w pobliżu największych osiedli poznańskich. Z czasem będą one osłabiać pozycję centrum miasta jako miejsca spędzania wolnego czasu oraz korzystania z usług. Pozycja Śródmieścia a zwłaszcza Starego Rynku i okolic, z racji ogólnomiejskich i turystycznych funkcji, wydaje się być na wiele lat niepodważalna. Nowe centra sprzyjają koncentracji usług, i realizacji planowanych przed laty usługowych ośrodków o randze osiedlowej a nawet dzielnicowej. Nowe inwestycje z pewnością konsolidują rozproszoną dotąd sieć usług, podnoszą ich standard i zróżnicowanie oferty konsumenckiej, a w konsekwencji kreują nowoczesne, europejskie oblicze Poznania.

Bibliografia

- Klima E., Bartkowski J., *Usługi gastronomiczne*, [w:] *Usługi rynkowe w Łodzi w dobie transformacji*, (red.) J. Dzieciuchowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005.
- Kaczmarek T., Kaczmarek U., Bednarek R. *Struktura przestrzenno-funkcjonalna usług komercyjnych w Poznaniu i jej ocena z punktu widzenia zaspokojenia potrzeb mieszkańców*, Miejska Pracownia Urbanistyczna w Poznaniu, Dedal Invest-Eko, Poznań 2004.
- Rogoziński K., *Usługi rynkowe*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2000.
- Wilk W., *Czynniki lokalizacji i rozmieszczenie wybranych usług w Warszawie*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2001.

Summary

SPATIAL STRUCTURE OF COMMERCIAL SERVICES IN POZNAŃ

The paper presents the location and sectoral structure of commercial services in Poznań as established by the author for 89 city-planning units. Its basic aim is to analyse the spatial-functional structure of the network of service establishments in Poznań and to assess its level of satisfaction of consumer needs. The chief method of data acquisition was making an inventory of service establishments. It embraced 7,316 entities representing 23 sectors of service establishments and equipment, in accordance with the Polish Classification of Economic Activities. Poznań experiences a never-ending succession of service establishments and changes in their location. One can observe here the processes of both, concentration and deconcentration of services. The diffusion of services to areas outside the traditional downtown location is the result of the emigration of the population and economic entities to city peripheries and an increase in the accessibility of services brought about by advances in motorisation and telecommunication. Service providers (e.g. groceries, hairdressers, dry-cleaners, etc.) appear on new housing estates. One can also observe the 'flight' to the peripheries or areas outside city limits of consumer services seeking economies of scale. Service establishments accompany hypermarkets. Also constructed are recreational, entertainment and cultural complexes (e.g. multiplex cinemas) designed as an alternative to the service offer and public spaces of the Poznań centre. In turn, for advisory, legal, banking, tourist and other services of this type, important considerations are the location in the city centre, nearness of co-operating partners, suitable architectural and social milieu, etc. This boosts the rent for premises, which eliminates providers of the most popular services, small and economically weak, from the market. In the downtown area small establishments often lose the fight for space to big firms and chains, increasingly associated with foreign and international capital. In the distribution of services in Poznań, readily visible are differences in the location orientation of the individual sectors. They can be divided into services with a distinct consumer orientation, whose distribution is closely connected with that of the population, and freely oriented (non-consumer) sectors.