



Małgorzata Twardzik

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Ekonomii
Katedra Gospodarki Przestrzennej i Środowiskowej
malgorzata.twardzik@ue.katowice.pl

CENTRUM HANDLOWE W PROCESIE KSZTAŁTOWANIA STRUKTURY MIASTA (PRZYKŁAD KATOWIC)

Streszczenie: Centra handlowe stały się nieodłącznym elementem przestrzeni współczesnych miast. Pierwsze inwestycje powstawały w największych ośrodkach pod koniec XX wieku, zwykle poza centrum, w dogodnej lokalizacji dla zmotoryzowanych nabywców. Następnie zaczęły się pojawiać w śródmieściu, często za sprawą projektów rewitalizacji. Wraz z dywersyfikacją lokalizacji następowały zmiany ich struktury funkcjonalnej oraz elementów wizualnych. Nowe obiekty oprócz funkcji handlowo-usługowej posiadają ofertę rozrywki, kultury, sportu, usług profesjonalnych, usług hotelowych, biurowych oraz mieszkaniowych. Wielofunkcyjne centra handlowe aktywizują śródmieścia, głównie za sprawą oferty kultury i rozrywki, stają się miejscem spotkań dla młodzieży, miejscem spędzania czasu dla całych rodzin, a także wizytówką miasta. Podmiejskie obiekty zwykle wzmacniają ofertę handlowo-usługową i głównie są celem zakupów. Celem opracowania jest wskazanie obszarów oddziaływania centrów handlowych w Katowicach na zmiany struktury miasta, ze szczególnym uwzględnieniem strefy śródmiejskiej.

Słowa kluczowe: centrum handlowe, miasto, struktura przestrzenna, struktura funkcjonalna.

JEL Classification: R11, R12.

Wprowadzenie

Centra miast, a zwłaszcza główne ulice handlowe, stanowią od wieków miejsce koncentracji nie tylko usług miejskich (w tym handlu), ale także ośrodek życia lokalnej społeczności i punkt odniesienia dla kształtowania tożsamości mieszkańców miasta [Nagy, 2001]. W związku z często zabytkowym charakte-

rem obszarów centralnych miast główne ulice handlowe pełnią też funkcje turystyczne, zaś zlokalizowane przy nich punkty usługowe (zwłaszcza gastronomiczne) w dużej mierze są nastawione na obsługę ruchu turystycznego. Wraz ze wzrostem mobilności przestrzennej ludności w skali globalnej wzrasta rola ulic handlowych jako celów turystyki zakupowej. Ulice handlowe stanowią nie tylko jeden z głównych elementów krajobrazu handlowego miasta, ale też ważny element jego struktury społeczno-gospodarczej kształtujący wizerunek całego ośrodka miejskiego [Celińska, 2014]. Jednocześnie postęp technologiczny i rozwój społeczno-gospodarczy obserwowany w ciągu ostatniego wieku sprawia, że rola i znaczenie ulic handlowych w strukturze funkcjonalnej (a zwłaszcza handlowej) obszarów zurbanizowanych stopniowo maleje. Jedną z głównych przyczyn tych procesów jest postępująca decentralizacja ludności (suburbanizacja) i handlu (podmiejskie centra handlowe) [Frieden, 1994]. Centra handlowe funkcjonują w Polsce od dwudziestu lat. Kolejne inwestycje powstają z coraz większym rozmachem formy i architektury, coraz większą powierzchnią handlowo-usługowo-rozrywkową, ofertą kultury, usług profesjonalnych czy też hotelowych, a nawet mieszkalnych, z coraz większymi parkingami – starają się zachęcić klientów do korzystania z ich oferty. Konkurencja na rynku sprawia, że inwestorzy nowych obiektów poszukują specjalnych wyróżników, funkcji dodatkowych, nieprzeciętnych cech oraz komfortu i wygody. Mieszkańcy chętnie korzystają z ich oferty, zaś lokalni przedsiębiorcy zmagają się z rosnącą konkurencją. Zmienia się też zagospodarowanie przestrzenne miast, a zmiany wynikające z rozwoju nowoczesnych formatów handlu w mieście można rozpatrywać na wielu płaszczyznach.

Celem artykułu jest wskazanie znaczenia centrów handlowych jako elementu przestrzeni miasta, ich wpływu na kształtowanie wizerunku miasta i spełnianych funkcji. Szczególną uwagę poświęcono rozwojowi nowoczesnych centrów handlowych ulokowanych w śródmiejskiej części Katowic.

1. Współczesna koncepcja centrum handlowego

Międzynarodowa Rada Centrów Handlowych definiuje centrum handlowe jako zespół detalicznych placówek handlowych, usługowych oraz innych, planowany, budowany i zarządzany jako odrębna całość wraz z przyległym parkingiem. Wielkość i cechy centrum są determinowane charakterystyką rynku oraz strefą zasięgu, jaką obsługuje centrum [Matysiak, 2009]. Istotnymi wymogami dla ośrodków handlowych są: wyłączenie ruchu kołowego wewnątrz obiektu,

istnienie parkingu, łatwa dostępność komunikacyjna, klimat handlowy podkreślany elementami i urządzeniami rekreacyjnymi. Autor zwraca uwagę na tak ważne cechy ośrodków handlowych, jak nowoczesność, spójność obiektu, dobór najemców, odpowiednia infrastruktura oraz klimat handlowy. Klasyfikacji centrów handlowych można dokonać na podstawie pełnionych funkcji ekonomicznych i społecznych. Dominującą funkcją ekonomiczną każdego centrum handlowego pozostaje handel detaliczny. Struktura działalności handlowej jest kształtowana przez oczekiwany popyt, przewidywane obroty, rentowność, warunki działania sklepów, charakter sprzedawanych towarów, oczekiwaną marżę handlową oraz bezpośrednie koszty obrotu określonymi towarami [Dzieciuchowicz, 2012].

Oprócz funkcji handlowej centra mogą pełnić funkcje: usługowe – placówki gastronomiczne (restauracje, bary, kawiarnie itp.), punkty usługowe (np. pralnia, bank, fryzjer), rozrywkowe (np. multikino, dyskoteka, kręgielnia), rekreacyjne (np. siłownia, klub fitness, lodowisko), kulturalne (np. muzeum, galeria sztuki, teatr), mieszkaniowe (np. hotel, apartament), biurowe, edukacyjne (np. przedszkole, szkoła, uczelnia wyższa) oraz religijne. Współczesne centra handlowe w Polsce to złożone, zaplanowane przestrzennie kompleksy, mające za zadanie realizację różnorodnych funkcji. Funkcja handlowa może być podstawowa (centra I i II generacji), równorzędna lub tylko uzupełniająca w stosunku do innych funkcji (centra III i IV generacji) [Twardzik, 2013]. W wielu współczesnych obiektach nastąpiło rozszerzenie funkcji handlowych o placówki i obiekty związane z usługami bytowymi, gastronomicznymi, kulturalnymi, rekreacyjnymi, rozrywkowymi, biurowymi i hotelarskimi (V generacja) [Kaczmarek, 2010]. Koncepcja centrów handlowych piątej generacji stanowi obecnie kierunek ich rozwoju na świecie, co może świadczyć o przyspieszeniu tego zjawiska w Polsce. Szczególne znaczenie dla powodzenia takiej inwestycji ma wybór odpowiedniej lokalizacji.

2. Centrum handlowe w strukturze miasta

Rozmieszczenie przestrzenne handlu nabiera szczególnego znaczenia w mieście, ponieważ jest jednym z warunków efektywności pracy handlu i skutecznej obsługi mieszkańców. W przypadku ośrodków centrów lokalizacja powinna uwzględniać parametry ośrodka, szerokość oferty handlowo-usługowej, funkcje dodatkowe oraz dostępność dla nabywców zmotoryzowanych, dostawców i ko-

operantów. Na obszarze miasta wyodrębnia się kilka poziomów centrów handlowych [Twardzik, 2013]:

- ośrodek centralny, zlokalizowany w centrum miasta, oferujący produkty specjalistyczne, okresowego zakupu oraz szeroki zakres usług, zasięg obsługi wykraczający poza granice miasta,
- ośrodki dzielnicowe, uzupełniające w stosunku do ośrodka centralnego,
- ośrodki osiedlowe, oferujące produkty spożywcze oraz artykuły gospodarstwa domowego,
- ośrodki specjalistyczne, oferujące produkty danej branży.

Nowoczesne centra handlowe powstają zwykle w dzielnicach poza centrum miasta lub na osiedlach mieszkaniowych. Są to najczęściej ośrodki handlowo-usługowe. Pomimo zalet lokalizacji w centrum miasta większość powstała poza miastem lub na peryferiach miast:

- przy głównych drogach wyjazdowych lub przy skrzyżowaniach dróg,
- na peryferiach miasta lub na granicy 2-3 miast (w przypadku aglomeracji).

Z ekonomicznego punktu widzenia oraz możliwości przestrzennych, lokalizacja peryferyjna jest bardziej korzystna dla inwestora niż lokalizacja w centrum miasta. Za peryferyjną lokalizacją centrów handlowych przemawia sytuacja geograficzna niektórych miast składających się na aglomerację lub konurbację. Jeżeli dwa lub więcej miast znajduje się w dostatecznie bliskiej odległości względem siebie, to ośrodek handlowy usytuowany na peryferiach jednego z miast lub między nimi może być miejscem zakupu dla mieszkańców wszystkich położonych wokół niego miejscowości. W ten sposób otrzymuje się znacznie tańsze rozwiązania polegające na utworzeniu jednego ośrodka handlowego dla więcej niż jednego miasta.

Rozmieszczenie centrów handlowych na peryferiach miast, przy głównych drogach wyjazdowych lub skrzyżowaniach dróg ułatwia dojazd potencjalnych nabywców. Trud dotarcia do centrum handlowego, położonego z dala od miejsca zamieszkania lub pracy potencjalnego nabywcy, rekompensuje atrakcyjna i kompleksowa oferta handlowa, usługowa lub rekreacyjna. Peryferia miast są zatem bardziej wygodną i korzystniejszą ekonomicznie lokalizacją ośrodków handlowych z punktu widzenia inwestorów, a także zmotoryzowanych nabywców.

Współczesne teorie rozwoju lokalnego i regionalnego traktują handel wielkopowierzchniowy (m.in. centra handlowe) jako jeden z czynników otoczenia i nie doceniają jego bezpośredniego wpływu na procesy rozwojowe. Problematyka oddziaływania centrów handlowych na strukturę funkcjonalną miasta została już podjęta w wielu opracowaniach europejskich i amerykańskich, a dotyczyła głównie wyboru lokalizacji handlu, przemian jakościowych dokonujących się w miejskiej sieci usługowej oraz projektowania centrów handlowych.

3. Znaczenie centrum handlowego dla funkcjonowania miasta

Handel jest ważnym sektorem gospodarki miasta, w którym jest zaangażowany znaczny kapitał dający zatrudnienie istotnej części zasobów czynnika pracy. Wpływa na dynamikę gospodarczą oraz na przekształcenia strukturalne i funkcjonalne jednostek osadniczych. Handel detaliczny ma szczególne znaczenie dla rozwoju dużych miast i aglomeracji miejskich, a nawet regionu. Miasto i handel od dawna wzajemnie na siebie oddziałują. Wynika to z tego, iż wraz ze wzrostem znaczenia oraz liczby zamieszkującej ludności miasto stawało się siedzibą lokalnych i ogólnokrajowych organizacji, stowarzyszeń, agend i przedstawicielstw, wokół których gromadziły się mniejsze instytucje korzystające z bliskości władz. Miasta od stuleci pełnią funkcję centrów handlu i wymiany towarowo-pieniężnej oraz miejsc składowania i obrotu różnymi dobrami [Adamowicz, Zaręba, 2015]. Każde miasto ma określone funkcje, sferę wpływu i ciężenia. Jedną z najpopularniejszych jest funkcja handlowa. Ważna jest także atrakcyjność miasta jako miejsca do zamieszkania, pracy, szkoły oraz inwestowania. Istotna jest tu dostępność różnych terenów do zagospodarowania oraz zróżnicowanie ich położenia i ceny. W procesach przekształceń funkcjonalno-przestrzennych miasta aktywnie uczestniczą jednostki handlowe. Historia pokazuje, iż handel detaliczny od dawna pełnił ważną rolę w rozwoju struktur miasta i kształtował charakter otaczających go regionów. Istotnym czynnikiem, który wpływa na prawidłowy rozwój miasta, jest aktywne i atrakcyjne gospodarczo centrum. Jest to jednocześnie miejsce spędzania wolnego czasu przez potencjalnych nabywców. Dlatego też łatwo dostępne centra oferują bardzo szeroką gamę usług i form spędzania wolnego czasu i jednocześnie przyciągają do siebie klientów nawet z odległych terenów. Miasta zazwyczaj pozytywnie postrzegają nowoczesne inwestycje handlowe, ponieważ budowa takiego obiektu na terenach miejskich wiąże się z powstaniem zobowiązania podatkowego z tytułu podatku od nieruchomości. Są to wpływy bezpośrednie, a stawki podatku od nieruchomości są ustalane przez radę miasta w ramach obowiązujących przepisów prawa. Obecność dużego obiektu handlowego na terenie miasta jest często znaczącym wsparciem dla samorządów lokalnych. Umiejscowienie centrum handlowego na danym terenie to także profity z punktu widzenia lokalnej społeczności. Korzyści płynące z lokalizacji galerii na obszarze miasta to również budowa infrastruktury drogowej – wraz z budową sklepu jest modernizowana lub budowana infrastruktura drogowa, zmniejszenie bezrobocia – działania inwestycyjne skutkują poprawą warunków życia ludności na tych obszarach, korzystanie z lokalnego rynku – sieci detaliczne sprzedają towary lokalnych producentów, a dana

spółka korzysta z lokalnego rynku usług. Wreszcie są to również korzyści wizerunkowe, promocyjne dla miasta, które ma własne centrum handlowe. Są to też działania na rzecz organizacji pozarządowych – sieci handlowe prowadzą współpracę z fundacjami, domami dziecka, szkołami oraz występują w roli sponsora czy partnera biznesowego [Gazdecki, 2009]. Zatem budowa nowoczesnych centrów handlowych ma pozytywny wpływ na rozwój funkcjonalny i przestrzenny miasta. Jednak napływ coraz większej liczby inwestorów oraz rozbudowa istniejących obiektów generuje liczne efekty negatywne, m.in. powoduje działania w postaci zwiększonego ruchu w pobliżu obiektów, zagospodarowanie terenów zielonych na potrzeby budowy magazynów, większe zanieczyszczenie środowiska i wzrost hałasu. Są to nieuniknione skutki uboczne związane z funkcjonowaniem takich obiektów. Stąd też proces powstawania nowych obiektów handlowych w miastach powinien być szczegółowo weryfikowany przez lokalne władze od strony administracyjnej i formalnej. Istotnym czynnikiem sprawiającym, że w dużych miastach wciąż inwestuje się w nowe przestrzenie handlowe, jest duża liczba potencjalnych nabywców, niskie bezrobocie oraz wysokie dochody.

4. Centra handlowe w strukturze przestrzennej Katowic

Centra handlowe to największe powierzchniowo placówki sieci detalicznej Katowic. Dominującą funkcją ekonomiczną każdego centrum handlowego pozostaje handel detaliczny, ale struktura działalności handlowej jest kształtowana przez oczekiwany popyt, przewidywane obroty, rentowność i warunki działania sklepów. Oprócz funkcji handlowej centra mogą pełnić funkcje: usługowe, rozrywkowe, rekreacyjne, kulturalne, mieszkaniowe, biurowe, edukacyjne oraz religijne. Zasięg obsługi klientów każdego z centrów wykracza poza granice dzielnic, w których funkcjonują, a nawet miasta czy regionu. W mieście funkcjonuje obecnie sześć tego typu obiektów: Silesia City Center, Galeria Katowicka, Galeria Supersam, CH Auchan, CH 3 Stawy, CH Dąbrówka i jeden Park Handlowy Rawa. Jednym z najstarszych obiektów jest Centrum Handlowe Belg, które obecnie można zakwalifikować do kategorii centrów osiedlowych, znacząco odstających asortymentowo od pozostałych. Innym przykładem zgrupowania placówek handlowych pod nazwą centrum handlowe jest Bażantowo oraz Altus. W obu przypadkach są to pasáže handlowe o zróżnicowanej ofercie handlowo-usługowej.

Szczególnym przypadkiem jest Centrum Handlowe Załęże posiadające w ofercie hurtownie i sklepy detaliczne, outletowe oraz placówki usługowe.

Centrum Handlowe 3 Stawy powstało jako jedno z pierwszych w województwie śląskim w 1999 roku. Znakomite miejsce lokalizacji centrum przy autostradzie A-4, Kraków – Katowice – Wrocław, obok dużego Osiedla Paderewskiego – było gwarancją sukcesu rynkowego. W 2011 roku jako pierwsze w Polsce centrum otrzymało brytyjski certyfikat Bream-In-Use potwierdzający ekologiczną misję firmy i minimalny (negatywny) wpływ na środowisko [www 1].

Silesia City Center to obiekt powstały na terenie zamkniętej w latach 90. XX wieku kopalni Gottwald w dzielnicy Dąb. Była to jedna z pierwszych rewitalizacji poprzemysłowych w Polsce oparta na formule galerii handlowej. Centrum handlowe powstało w 2005 roku i jako jedyne w kraju posiada kaplicę (Kaplica św. Barbary). Duży sukces rynkowy skłonił inwestora centrum do zwiększenia jego oferty o kolejne sklepy, restauracje i inne placówki. W 2010 roku rozpoczęto rozbudowę, natomiast w 2011 otwarto jego nową część. W ciągu dziesięciu lat swojej działalności Silesia City Center stała się ważnym obiektem na handlowej mapie regionu, ale też w zakresie rozpowszechniania kultury i tradycji śląskich poprzez organizowanie różnorodnych wydarzeń, wystaw, spotkań i imprez okolicznościowych.

Galeria Katowicka powstała w 2013 roku i wraz z dworcem kolejowym i autobusowym stanowi integralny obiekt wielofunkcyjny zlokalizowany w ścisłym centrum miasta. Jest to przykład projektu rewitalizacji – tym razem obiektu kolejowego.

Supersam powstał w śródmieściu Katowic w 2015 roku w miejscu dawnej hali targowej z lat 30. XX wieku. W porównaniu ze wskazanymi wcześniej obiektami jest najmniejszą galerią handlową w mieście.

Centrum Handlowe Dąbrówka powstało w 1994 roku w dzielnicy Szopienice-Burowiec jako jedno z pierwszych (pierwszym było Centrum Handlowe Belg) w Katowicach i w województwie śląskim. Tradycyjne centrum handlowe Auchan powstało w dzielnicy Załęże obok dużego Osiedla Tysiąclecie w 2000 roku, natomiast zostało zmodernizowane w 2014. Park Handlowy Rawa to specjalistyczne centrum posiadające bogatą ofertę mebli i artykułów wyposażenia wnętrz. Największe znaczenie dla handlowej obsługi mieszkańców miasta oraz spędzania czasu wolnego mają galerie śródmiejskie (Katowicka oraz Supersam) oraz Silesia City Center, która obsługuje klientów z całego regionu.

W latach 2014-2016 w Katowicach prowadzono systematyczne badania bezpośrednie¹, które miały na celu rozpoznanie opinii mieszkańców oraz pozo-

¹ Badania przeprowadzono techniką wywiadu bezpośredniego z wykorzystaniem kwestionariuszy wywiadu na próbie 400 dobranych celowo respondentów. Badania w 2016 roku dotyczyły funkcjonowania Galerii Katowickiej i jej oddziaływania na strukturę funkcjonalną śródmieścia,

stałych użytkowników miasta na temat funkcjonowania galerii handlowych, w szczególności zakresu ich oddziaływania na ulice śródmiejskie.

Jak wynika z badań, śródmiejskie galerie handlowe wpłynęły na aktywizację centrum miasta, a także przejęły część funkcji handlowo-usługowych, które w tradycyjnym systemie sieci handlowej pełni Śródmieście. Konkurencja nowoczesnego handlu istotnie oddziałuje na kondycję ekonomiczną przedsiębiorstw funkcjonujących w ulicach śródmiejskich miasta, pozbawiając je systematycznie części dochodów ze sprzedaży dóbr oraz świadczonych usług. Pozytywnym przejawem aktywizacji dzielnicy śródmiejskiej jest powstawanie licznych lokali gastronomicznych i rekreacyjnych w miejscu dawnych placówek handlowych. Nie bez znaczenia pozostaje też kwestia zatrudnienia w nowo powstających placówkach handlowych oraz ich pozytywny wpływ na wizerunek miasta. Operatorzy sieci dbają też o właściwe otoczenie i zagospodarowanie terenu wokół obiektów handlowych, dogodne warunki komunikacyjne, parkingowe oraz bezpieczeństwo i komfort klientów. Można też uznać, że nowymi węzłami sieci detalicznej miasta stają się galerie i centra handlowe.

Podsumowanie

Początek XXI wieku to czas intensywnych zmian, jakie dokonują się w miastach na całym świecie. Miasta powstawały i rozwijały się, w większym lub mniejszym stopniu, wokół funkcji handlowej. Działo się tak dlatego, że handel był i nadal pozostaje niezwykle istotną sferą funkcjonowania ludzkich cywilizacji. Zakupy to jedna z podstawowych ludzkich aktywności pozwalająca ludziom zaspokajać potrzeby ekonomiczne oraz psychospołeczne, np. związane

szczególnie ulicę 3 Maja. Kryterium – klient galerii handlowych oraz placówek handlowo-usługowych w ulicach śródmiejskich Katowic. W grupie badanych znalazło się 62% kobiet. Przyczyną takiego rozkładu płci może być większa liczba kobiet robiących zakupy. Najliczniejszą grupą wiekową były osoby młode z przedziału od 18 do 29 roku życia (44%), osoby w średnim wieku (30-39 lat) stanowiły 25% respondentów. Pozostałe grupy wiekowe liczyły łącznie 31% ogółu ankietowanych; z przedziału pomiędzy 40-49 rokiem życia było 14% osób, natomiast ankietowani w wieku 50-64 lat stanowili 17% ogółu badanych. Respondenci legitymujący się średnim wykształceniem stanowili ponad połowę (57%) badanych, 35% to osoby z wykształceniem wyższym, a 8% – zawodowym. Gospodarstwo domowe prawie 1/3 (32%) ankietowanych liczyło 4 osoby; dwu- lub trzyosobowe stanowiły połowę respondentów – odpowiednio 24% i 25%. Najmniej liczną grupą osób w przeprowadzonym badaniu były jednoosobowe gospodarstwa domowe. Badani oceniali status ekonomiczny jako dobry (59%) lub dostateczny (23%), niemal co piąty respondent wskazał na sytuację bardzo dobrą (17%). Przeważającą grupą osób, które wzięły udział w badaniu, były osoby mieszkające poza miastem Katowice (60%), najczęściej pochodzące z miast położonych w Aglomeracji Górnośląskiej (Chorzów, Sosnowiec, Ruda Śląska, Mikołów, Bytom, Siemianowice Śląskie i inne).

z budowaniem własnej tożsamości, statusu oraz relacji interpersonalnych, z poszerzaniem wiedzy, odpoczynkiem, ciekawym spędzaniem wolnego czasu czy z rozrywką.

Aktualnie przestrzeń miejska, przede wszystkim publiczna, jest poddana wielu procesom oddziaływania. Występowanie tych procesów dotyczy w szczególności dużych miast, które charakteryzują się specjalizacją funkcjonalną dzielnic, a także separacją przestrzenną różnych sfer życia i aktywności mieszkańców. Jest to swoisty przejaw globalizacji, który odnosi się w głównej mierze do zmian architektonicznych, urbanistycznych oraz funkcjonalno-przestrzennych miasta [Adamowicz, Zaręba, 2015]. Przyczynia się to do rekonstrukcji centrów miast i zmiany ich struktury funkcjonalnej, przez co odchodzi się od pewnych wzorców miejskich wynikających z tradycji danego miejsca. Unifikacja struktury miejskiej skutkuje brakiem zróżnicowania przestrzeni na prywatną i publiczną. Elementem tych procesów jest budowa nowoczesnych obiektów handlowych.

Obiekty handlowe, w tym nowoczesne centra handlowe, pełnią zatem szczególną rolę w strukturze miasta. Są nie tylko użyteczne i funkcjonalne ekonomicznie, ale też, podobnie jak miasto w ogóle, stanowią istotną część przestrzeni życiowej mieszkańców, w której mogą oni z powodzeniem realizować określone spektrum swoich potrzeb. Dlatego też jedną ze stałych charakterystyk przestrzeni zurbanizowanych – w znacznym stopniu warunkującą deklarowane poczucie jakości życia mieszkańców – jest dostępność obiektów handlowo-usługowych. Należy zatem stwierdzić, że nowoczesne centra handlowe pozytywnie wpływają na funkcjonowanie miasta. Katowice pozyskują w ten sposób środki z podatku od nieruchomości, czerpią korzyści z budowy i przebudowy infrastruktury drogowej. Nowe obiekty handlowe są ważnym pracodawcą w mieście i przyczyniają się do zmniejszania bezrobocia, z kolei mieszkańcy mogą korzystać z kompleksowej oferty podaży. Są to również korzyści wizerunkowe i promocyjne dla miasta.

Literatura

- Adamowicz M., Zaręba M. (2015), *Nowe formy handlu detalicznego w dużych i małych miastach Polski*, „Economic and Regional Studies”, Vol. 8, No. 4.
- Celińska-Janowicz D. (2014), *Rola nowoczesnych przestrzeni konsumpcji w rewitalizacji miast* [w:] M. Madurowicz (red.), *Kształtowanie współczesnej przestrzeni miejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Dzieciuchowicz J. (2012), *Wielkie centrum handlowe w przestrzeni miejskiej i podmiejskiej*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

- Frieden B.J., Sagalyn L.B. (1990), *Downtown Malls and the City Agenda*, "Society", No. 27(5), s. 43-49.
- Gazdecki M. (2009), *Koncentracja handlu detalicznego w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego, Poznań.
- Guy C.M. (1994), *The Retail Development Process*, London.
- Kaczmarek T. (2010), *Handel detaliczny w rozwoju funkcjonalnym i przestrzennym miast w Polsce* [w:] *Problemy rozwoju lokalnego i regionalnego na początku XXI wieku*, Seria „Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna”, nr 15, Poznań.
- Kłosiewicz-Górecka U., Słomińska B. (2001), *Samorząd terytorialny a rozwój nowoczesnego handlu*, Difin, Warszawa.
- Matysiak N. (2009), *Współczesne centra handlowe w Polsce*, „Handel Wewnętrzny”, nr 6.
- Nagy E. (2001), *Winners and Losers in the Transformation of City Centre Retailing in East Central Europe*, „European Urban and Regional Studies”, No. 8(4).
- Twardzik M. (2013), *Development of Shopping Malls in Poland* [w:] K. Heffner, M. Twardzik (eds.), *The Impact of Shopping Malls on the Outer Metropolitan Zones (The Example of the Silesian Voivodship)*, "Studia Regionalia", Vol. 37, KPZK PAN, Warszawa.
- [www 1] <http://3stawy.pl/> (dostęp: 20.06.2015).

SHOPPING CENTER AS A FACTOR TO CREATING THE STRUCTURE OF THE CITY (ON KATOWICE EXAMPLE)

Summary: Shopping centers have become an integral part of the modern cities. New facilities in addition to the functions of retail and service have offer entertainment, culture, sports, professional services, hotel services, office and residential. The aim of the study is to present modern shopping centers operating in Katowice, an indication of their role as part of the city, its image and filled function and consequently development.

Keywords: shopping centers, cities, city development.