

ZMIANY NATĘŻENIA HANDLU TARGOWISKOWEGO W POLSCE W LATACH 1999–2004

Halina Powęska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Streszczenie. Handel targowiskowy w Polsce ma bardzo długą tradycję, jednakże znaczny wzrost natężenia tej formy handlu zaobserwowano w naszym kraju w dobie transformacji. W niniejszym artykule podjęto próbę określenia tendencji zmienności handlu targowiskowego w okresie poprzedzającym wstąpienie Polski do Unii Europejskiej. W tym celu analizie poddano: liczbę targowisk stałych, liczbę stanowisk stałych na targowiskach stałych i powierzchnię sprzedażową na targowiskach stałych w Polsce w latach 1999–2004. W skali kraju stwierdzono niewielki spadek natężenia badanego zjawiska, jego dużą zmienność czasową i przestrzenną oraz istotną zależność od handlu przygranicznego. Na zachodzie i południu kraju przeważały tendencje spadkowe, a na wschodzie i w centrum kraju – tendencje wzrostowe.

Słowa kluczowe: handel targowiskowy, targowiska stałe, powierzchnia sprzedażowa, stałe punkty sprzedaży detalicznej

WSTĘP

Wzmocniony ruch na polskich bazarach i targowiskach zaistniał w Polsce w związku ze zmianą funkcji granic w Europie Środkowej i Wschodniej po 1989 roku i był efektem dużych różnic cen towarów o podobnym przeznaczeniu w naszym kraju i w krajach ościennych. Istotny wpływ na rozwój handlu targowiskowego miała również pogarszająca się sytuacja społeczno-ekonomiczna ludności w Europie Środkowej i Wschodniej. Zwiększające się bezrobocie i upadek znacznej części przedsiębiorstw przyczyniły się do obniżenia poziomu życia ludności, dlatego zakupy tańszych towarów na rynku były sposobem na obniżenie kosztów utrzymania, a prowadzenie działalności handlowej na bazarach przysparzało dodatkowych źródeł dochodów. Zauważyć należy także, że handel targowiskowy na wielu obszarach Polski, w szczególności na terenach przygranicznych oraz w okolicach niektórych miast (np. Łódź, Przemyśl), był istotnym czynnikiem wpływającym na ożywienie gospodarcze tych regionów.

Adres do korespondencji – Corresponding author: Halina Powęska, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: halina_poweska@sggw.pl

Niniejszy artykuł przedstawia zagadnienie handlu targowiskowego w latach 1999–2004. Jest to kontynuacja wcześniej prowadzonych badań na podobny temat [Powęska 2002]. Rok 1999 przyjęto jako początek okresu badawczego, ponieważ od 1.01.1999 roku wprowadzono w Polsce nowy podział terytorialny kraju oraz weszły w życie regulacje prawne wyraźnie ograniczające ruch handlowy na targowiskach i bazarach. Rok 2004 przyjęto natomiast jako koniec okresu badawczego ze względu na przystąpienie Polski do Unii Europejskiej, co jednocześnie traktuje się jak koniec okresu transformacji, dla którego handel targowiskowy był najbardziej charakterystyczny.

METODA BADAŃ

Przedstawiając natężenie handlu targowiskowego w Polsce poddano analizie następujące cechy: liczbę targowisk stałych, liczbę stanowisk stałych na targowiskach stałych i powierzchnię sprzedażową na targowiskach stałych. Wykorzystano dane statystyczne GUS [Rynek Wewnętrzny... 2001, 2003, 2005]. Wartości wymienionych cech zestawiono w układzie 16 województw, plus Polska. Następnie dokonano analizy zmienności czasowej wyżej wymienionych cech dla każdego z województw oraz dla Polski ogółem w przyjętym okresie badawczym. W niniejszym opracowaniu (podobnie jak w cytowanym wcześniej studium) wskazano następujące typy zmienności cech charakteryzujących handel targowiskowy:

- I. stały wzrost – zaliczono tu województwa, w których zaobserwowano wzrost badanego zjawiska przez cały okres badany;
- II. wzrost-spadek – należą tu województwa, w których w początkowej fazie okresu badawczego wystąpił wzrost wartości cechy, natomiast później spadek;
- III. wzrost-spadek-wzrost – wpisano tu województwa, w których wzrostowi liczby obiektów w pierwszym okresie towarzyszył spadek w latach następnych i ponowny wzrost w końcowej fazie okresu badawczego;
- IV. stały spadek – ten typ obejmuje województwa, gdzie liczba obiektów zmniejszała się w ciągu całego badanego okresu;
- V. spadek-wzrost – są tu województwa, w których w początkowych latach zarysowała się tendencja wzrostowa, a w końcowych – spadkowa;
- VI. spadek-wzrost-spadek – zakwalifikowano tu województwa, w których spadkowi liczby obiektów w pierwszym okresie towarzyszył wzrost w latach następnych i ponowny spadek w końcowej fazie okresu badawczego;
- VII. typ mieszany – wyróżniony dla województw o zmiennych tendencjach.

W drugiej części pracy, na podstawie uzyskanych częściowych wyników, wskazano tendencje rozwojowe zjawiska handlu targowiskowego w skali Polski. W tym celu uzyskane w pierwszym etapie typy zmienności oraz przyrosty wartości dla poszczególnych cech zestawiono tabelarycznie i na ich podstawie wskazano zbiorcze typy oraz tendencje charakterystyczne dla poszczególnych województw.

ZMIENNOŚĆ LICZBY TARGOWISK STAŁYCH

Handel targowiskowy na terenie Polski był prowadzony na różnego rodzaju placach, spośród których najważniejszą rolę odgrywały targowiska stałe. Są to place targowe

i bazy funkcjonujące przez cały rok, w odróżnieniu od sezonowych, które działają tylko kilka miesięcy. Odmienną kategorią są targowiska czynne codziennie, które obejmują te z targowisk sezonowych i stałych, gdzie handel odbywa się przez 7 dni w tygodniu. Są to wyodrębnione tereny, wyposażone w podstawową infrastrukturę, przeznaczone do prowadzenia handlu w wyznaczone dni tygodnia lub codziennie [Rynek Wewnętrzny... 2001].

Liczba targowisk stałych w Polsce w latach 1999–2004 spadła z 2362 do 2308. Wskazać należy jednakże pewne zróżnicowanie regionalne wartości tej cechy (tab. 1). W przypadku ośmiu województw (dolnośląskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, pomorskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie) liczba targowisk stałych zmalała, w przypadku kolejnych sześciu – wzrosła (kujawsko-pomorskie, podkarpackie, podlaskie, śląskie, świętokrzyskie, wielkopolskie), a w dwóch utrzymała się na tym samym poziomie (opolskie, lubelskie).

Analizując zróżnicowanie regionalne w zależności od wyróżnionych typów zmienności (tab. 2) stwierdzono, że najbardziej charakterystyczny był II typ zmienności, czyli taki, w którym po etapie wzrostu w pierwszych latach analizowanego okresu później nastąpił spadek. Zaliczono tu następujące województwa: lubelskie, lubuskie, małopolskie, opolskie, pomorskie. Ten typ zmienności był też charakterystyczny dla kraju jako całości. W V z wyróżnionych typów zmienności (spadek-wzrost) znalazły się cztery województwa. W przypadku trzech z nich (podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie) początkowy spadek był mniejszy niż późniejszy wzrost i w 2004 roku liczba targowisk stałych była większa niż w 1999 roku. W przypadku województwa dolnośląskiego natomiast zaobserwowano tendencje odwrotne, czyli początkowy spadek był wyższy niż późniejszy wzrost.

Tabela 1. Liczba targowisk stałych według województw w latach 1999–2004

Table 1. The number of permanent marketplaces in the years 1999–2004 by provinces

Województwo Province	Lata/Years					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Polska	2 362	2 376	2 340	2 292	2 328	2 308
Dolnośląskie	157	151	149	154	154	155
Kujawsko-pomorskie	134	143	137	135	141	145
Lubelskie	189	195	193	192	190	189
Lubuskie	76	78	77	76	71	73
Łódzkie	167	166	168	167	172	163
Małopolskie	170	172	171	171	173	156
Mazowieckie	318	324	330	317	311	313
Opolskie	51	52	53	50	51	51
Podkarpackie	119	118	120	122	129	132
Podlaskie	78	77	77	79	83	82
Pomorskie	106	109	96	96	95	95
Śląskie	214	212	205	216	227	217
Świętokrzyskie	72	71	71	79	85	88
Warmińsko-mazurskie	82	80	81	75	81	79
Wielkopolskie	226	229	222	236	245	251
Zachodniopomorskie	203	199	190	127	120	119

Źródło: Rynek Wewnętrzny w 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 r., Informacje i Opracowania Statystyczne GUS, Warszawa.

Source: Rynek Wewnętrzny w 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 r., Informacje i Opracowania Statystyczne GUS, Warszawa.

Rzadziej obserwowano tendencje zmienności zgodne z III typem (wzrost-spadek-wzrost), do której to grupy zaliczono: kujawsko-pomorskie, wielkopolskie i mazowieckie, oraz z VII typem zmienności (tendencje zmienne), gdzie znalazły się województwa łódzkie oraz śląskie. W przypadku obu tych województw, pomimo zmiennych tendencji, nastąpił jednak spadek liczby targowisk stałych w analizowanym okresie. Województwo warmińsko-mazurskie znalazło się w VI typie zmienności (spadek-wzrost-spadek), natomiast zachodnio-pomorskie w IV (stały spadek) i obniżenie natężenia zjawiska wynosiło tam blisko 50%.

Tabela 2. Typy zmienności liczby targowisk stałych w Polsce według województw w latach 1999–2004

Table 2. Types of variability of the permanent marketplaces' number in years 1999–2004 by provinces

Typ zmienności Types of variability	Województwa Provinces
I (stały wzrost)	–
II (wzrost-spadek)	Polska, lubelskie, lubuskie, małopolskie, opolskie, pomorskie
III (wzrost-spadek-wzrost)	kujawsko-pomorskie, wielkopolskie, mazowieckie
IV (stały spadek)	zachodniopomorskie
V (spadek-wzrost)	dolnośląskie, podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie
VI (spadek-wzrost-spadek)	warmińsko-mazurskie
VII (tendencje zmienne)	łódzkie, śląskie

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Author's own research.

Analizując liczebność targowisk stałych można powiedzieć, że ciągle istotnym z punktu widzenia istnienia handlu targowiskowego był handel transgraniczny. Można wskazać na pewne różnice natężenia ruchu handlowego na targowiskach i bazarach w zależności od odcinków granicznych, a tym samym od zmieniających się relacji cenowych w sąsiadujących krajach. W województwach położonych przy granicy niemieckiej, gdzie różnice cen w porównaniu z Polską są coraz mniejsze, odnotowano spadek liczby targowisk. W strefie oddziaływania granicy polsko-czeskiej i polsko-słowackiej, pomimo wystąpienia bardziej zróżnicowanych typów zmienności, można mówić o utrzymywaniu się liczby targowisk na podobnym poziomie. Wyraźne tendencje wzrostowe utrzymywały się w sąsiedztwie granic ukraińskiej i białoruskiej. W przypadku granicy polsko-rosyjskiej odnotowano pewien spadek ilościowy zjawiska. W centralnej Polsce zauważono wzrost liczby targowisk w analizowanym okresie, jednakże były to zróżnicowane wielkości cechy w poszczególnych latach.

ZMIENNOŚĆ LICZBY STAŁYCH PUNKTÓW SPRZEDAŻY DROBNODETALICZNEJ NA TARGOWISKACH STAŁYCH

Stanowiska stałe, czyli punkty sprzedaży drobnodetalicznej na targowiskach stałych, czynnych zarówno codziennie, jak i w wyznaczone dni tygodnia, są to różnego rodzaju kioski, stragany typu szczęki, kontenery i inne tego typu pomieszczenia stałe służące

prowadzeniu działalności handlowej [Rynek Wewnętrzny... 2001]. Posiadanie takiego pomieszczenia pozwala pozostawiać część towaru w miejscu prowadzenia działalności handlowej, bez konieczności jego codziennego transportu na targowisko i z powrotem, co zdecydowanie odróżnia tego rodzaju handlowców od pozostałych uczestników handlu targowiskowego.

W analizowanym okresie nastąpił w Polsce spadek liczby stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej na targowiskach stałych ze 139 727 do 123 050 stanowisk (tab. 3). Tendencje spadkowe wystąpiły w przypadku 11 województw, położonych w zachodniej, południowej i częściowo centralnej części kraju (dolnośląskie, lubelskie, lubuskie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, pomorskie, śląskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie), a wzrostowe w 5 województwach ze wschodniej i częściowo centralnej części Polski (kujawsko-pomorskie, łódzkie, podlaskie, świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie). Należy także odnotować, że we wszystkich województwach przeplatały się okresy wzrostu i spadku, w związku z czym można uznać, że analizowana cecha charakteryzowała się większą zmiennością niż liczba targowisk stałych.

Tabela 3. Liczba stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej na targowiskach stałych według województw w latach 1999–2004

Table 3. The number of permanent small-retail sale stands on the permanent marketplaces in the years 1999–2004 by provinces

Województwo Province	Lata/Years					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Polska	139 727	141 002	126 382	124 692	131 164	123 050
Dolnośląskie	15 755	14 996	13 893	13 833	13 705	10 377
Kujawsko-pomorskie	3 646	5 617	5 624	5 525	5 947	6 139
Lubelskie	5 647	6 125	5 795	4 849	4 803	5 131
Lubuskie	7 022	6 672	6 437	6 256	6 711	6 639
Łódzkie	13 354	13 383	12 755	12 921	18 927	18 844
Małopolskie	10 911	10 401	10 340	10 697	10 890	5 781
Mazowieckie	20 997	29 104	21 383	20 173	19 471	19 157
Opolskie	2 376	2 330	2 355	2 200	2 056	2 038
Podkarpackie	4 312	3 402	3 221	3 235	3 249	3 278
Podlaskie	3 480	3 252	3 270	3 671	3 748	3 778
Pomorskie	5 320	4 917	4 516	4 400	4 072	4 270
Śląskie	18 431	17 942	16 934	16 779	17 133	15 921
Świętokrzyskie	2 449	2 448	2 357	2 538	2 896	3 092
Warmińsko-mazurskie	1 848	2 050	2 191	2 093	2 211	2 459
Wielkopolskie	15 851	11 069	8 069	8 735	8 221	9 150
Zachodniopomorskie	8 328	7 294	7 242	6 787	7 124	6 996

Źródło: Rynek Wewnętrzny w 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 r., Informacje i Opracowania Statystyczne GUS, Warszawa.

Source: Rynek Wewnętrzny w 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 r., Informacje i Opracowania Statystyczne GUS, Warszawa.

Badając zróżnicowanie regionalne w zależności od wyróżnionych typów zmienności (tab. 4), stwierdzono, że najbardziej charakterystyczny był V typ, czyli taki, w którym po okresie spadku w pierwszych latach analizowanego okresu później nastąpił wzrost. W przypadku dwóch z zaliczonych tu pięciu województw (świętokrzyskie, podlaskie) późniejszy wzrost zrekompensował wcześniejszy spadek i w 2004 roku odnotowano

większą liczbę stanowisk stałych niż w 1999 roku. W pozostałych trzech województwach (wielkopolskie, podkarpackie, pomorskie) spadek w pierwszych latach okresu badawczego był wyższy niż późniejszy wzrost.

Tabela 4. Typy zmienności liczby stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej na targowiskach stałych według województw w latach 1999–2004

Table 4. Types of variability of permanent small-retail sale stands' number on permanent market-places in years 1999–2004 by provinces

Typ zmienności Types of variability	Województwa Provinces
I (stały wzrost)	kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie
II (wzrost-spadek)	małopolskie, mazowieckie
III (wzrost-spadek-wzrost)	łódzkie, lubelskie
IV (stały spadek)	opolskie, dolnośląskie
V (spadek-wzrost)	wielkopolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, świętokrzyskie
VI (spadek-wzrost-spadek)	śląskie, zachodniopomorskie, lubuskie
VII (tendencje zmienne)	Polska

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Author's own research.

Istotne znaczenie miał również VI typ zmienności, gdzie zakwalifikowano trzy województwa (śląskie, zachodniopomorskie, lubuskie). Pomimo wzrostu w latach 2000–2003, w województwach tych przeważały tendencje spadkowe. Typ VI razem z IV typem zmienności (stały spadek), gdzie znalazły się województwa opolskie i dolnośląskie, zajmują obszar pogranicza zachodniego i południowo-zachodniego. Potwierdzają się więc tendencje opisane powyżej o wyraźnym wpływie oddziaływania handlu przygranicznego na handel targowiskowy. W pozostałych sześciu województwach, które rozłożyły się równomiernie w I, II i III typie zmienności, stwierdzono duże zróżnicowanie tendencji zmienności liczebności stałych punktów sprzedaży drobnodetalicznej na targowiskach stałych.

ZMIENNOŚĆ POWIERZCHNI SPRZEDAŻOWEJ NA TARGOWISKACH STAŁYCH

Powierzchnia sprzedażowa obejmuje tę część obiektu, w której odbywa się obsługa klienta, a więc do powierzchni sprzedażowej nie wlicza się zaplecza (Rynek Wewnętrzny... 2001). Powierzchnia sprzedażowa na targowiskach w Polsce zmniejszyła się w okresie 1999–2004 z 9588,4 do 9308,6 tys. m² (tab. 5). Podobnie jak w przypadku liczby stanowisk stałych na targowiskach stałych w większości województw wystąpiły tendencje spadkowe. Były to głównie województwa położone w północnej, zachodniej i centralnej części kraju (pomorskie, zachodniopomorskie, lubuskie, dolnośląskie, śląskie, małopolskie, łódzkie, mazowieckie), a rzadziej na wschodzie (lubelskie, podlaskie).

Nie odnotowano koncentracji regionalnych w przypadku tendencji wzrostowych, jednakże większość województw o tendencjach rosnących leży na wschodzie i południu kraju (podkarpackie, warmińsko-mazurskie, świętokrzyskie, opolskie i wielkopolskie).

Można wskazać duże zróżnicowanie typów zmienności (tab. 6) w zakresie analizowanej cechy, ponieważ najbardziej charakterystyczny był VII typ zmienności, czyli taki,

Tabela 5. Powierzchnia sprzedażowa na targowiskach stałych według województw w latach 1999–2004 (w tys. m²)Table 5. The sales area on the permanent market places in the years 1999–2004 in the setting of provinces (in thousand m²)

Województwo Province	Lata/Years						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Polska	9 588,4	9 849,3	9 572,0	9 460,0	9 516,0	9 519,0	9 308,6
Dolnośląskie	464,6	447,3	407,9	422,0	450,3	448,7	459,6
Kujawsko-pomorskie	349,7	381,5	378,6	393,4	392,3	368,7	392,2
Lubelskie	795,1	1 076,3	958,2	749,6	804,1	743,7	720,4
Lubuskie	275,8	275,8	255,0	246,8	241,3	239,2	236,9
Łódzkie	1 085,8	1 086,8	1 083,1	1 104,2	1 027,4	1 040,5	1 045,5
Małopolskie	762,3	753,6	751,5	754,3	764,5	667,6	664,1
Mazowieckie	2 118,9	2 088,6	2 100,1	2 014,8	2 040,6	2 100,0	2 014,7
Opolskie	82,7	81,3	82,0	90,1	101,3	106,5	108,9
Podkarpackie	279,9	294,9	293,1	321,7	306,3	299,2	293,8
Podlaskie	552,6	576,0	594,2	573,9	595,7	592,4	549,6
Pomorskie	289,5	276,4	263,6	274,7	250,8	254,8	252,5
Śląskie	793,7	781,0	720,7	739,9	699,8	692,1	586,5
Świętokrzyskie	530,2	509,0	493,9	577,2	615,5	631,9	618,5
Warmińsko-mazurskie	229,9	195,7	211,2	197,0	230,8	245,8	254,5
Wielkopolskie	745,2	804,3	778,0	795,3	799,3	899,0	893,8
Zachodniopomorskie	232,4	220,7	201,1	205,2	195,7	189,1	217,2

Źródło: Rynek Wewnętrzny w 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 r., Informacje i Opracowania Statystyczne GUS, Warszawa.

Source: Rynek Wewnętrzny w 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 r., Informacje i Opracowania Statystyczne GUS, Warszawa.

Tabela 6. Typy zmienności powierzchni sprzedażowej na targowiskach stałych w latach 1999–2004, według województw

Table 6. Types of variability of sales area on permanent market places in years 1999–2004, according to provinces

Typ zmienności Type of variability	Województwa Provinces
I (stały wzrost)	–
II (wzrost-spadek)	–
III (wzrost-spadek-wzrost)	wielkopolskie
IV (stały spadek)	lubuskie
V (spadek-wzrost)	dolnośląskie, opolskie
VI (spadek-wzrost-spadek)	małopolskie, świętokrzyskie
VII (tendencje zmienne)	Polska, kujawsko-pomorskie, lubelskie, łódzkie, podkarpackie, podlaskie, mazowieckie, pomorskie, śląskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Author's own research.

w którym obserwowano częste zmiany wielkości analizowanego wskaźnika. Zaliczono tu 10 województw (kujawsko-pomorskie, lubelskie, łódzkie, podkarpackie, podlaskie, mazowieckie, pomorskie, śląskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie) oraz Polskę ogółem. W V (spadek-wzrost) i VI (spadek-wzrost-spadek) z wyróżnionych typów zmienności znalazły się po dwa województwa (odpowiednio: dolnośląskie, opolskie,

małopolskie, świętokrzyskie), a w III (wzrost-spadek-wzrost) i IV (stały spadek) po jednym województwie (odpowiednio wielkopolskie i lubuskie). Nie odnotowano natomiast typu I (stały wzrost) i II (wzrost-spadek).

Analizując wielkości powierzchni sprzedażowej można zauważyć dużą zmienność tego wskaźnika, co jest niewątpliwie związane ze zmieniającą się sytuacją handlu targowiskowego w analizowanym okresie.

REKAPITULACJA

W celu wskazania dominujących zmian i tendencji rozwoju zjawiska handlu targowiskowego w Polsce w okresie 1999–2004 uzyskane powyżej typy zmienności oraz przyrosty wartości dla poszczególnych cech zestawiono tabelarycznie i na ich podstawie wskazano zbiorcze typy oraz tendencje dla poszczególnych województw (tab. 7). Zestawienie dominujących typów zmienności oraz zróżnicowania ilościowego badanych cech wykazuje dużą zmienność tendencji rozwojowych oraz spadek natężenia zjawiska w Polsce w analizowanym okresie.

Tabela 7. Dominujące typy zmienności
Table 7. Dominating types of variability

Województwo Province	Typ zmienności Type of variability				Przyrost/spadek Increase/decrease			Dominująca tendencja Dominating tendency
	Cecha Feature			Dominujący typ zmienności Dominating type of variability	Cecha Feature			
	I*	II*	III*		I*	II*	III*	
Polska	II	VII	VII	VII	–	–	–	–
Dolnośląskie	V	IV	V	V	–	–	–	–
Kujawsko-pomorskie	III	I	VII		+	+	+	+
Lubelskie	II	III	VII		=	–	–	–
Lubuskie	II	VI	IV		–	–	–	–
Łódzkie	VII	III	VII	VII	–	+	–	–
Małopolskie	II	II	VI	II	–	–	–	–
Mazowieckie	III	II	VII		–	–	–	–
Opolskie	II	IV	V		=	–	+	+
Podkarpackie	V	V	VII	V	+	–	+	+
Podlaskie	V	V	VII	V	+	+	–	+
Pomorskie	II	V	VII		–	–	–	–
Śląskie	VII	VI	VII	VII	+	–	–	–
Świętokrzyskie	V	V	VI	V	+	+	+	+
Warmińsko-mazurskie	VI	I	VII		–	+	+	+
Wielkopolskie	III	V	III	III	+	–	+	+
Zachodniopomorskie	IV	VI	VII		–	–	–	–

*I – liczba targowisk stałych/number of permanent marketplaces, II – liczba stanowisk stałych na targowiskach stałych/number of permanent stands on permanent marketplaces, III – powierzchnia sprzedażowa na targowiskach stałych/sales area on permanent marketplaces

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Author's own research.

Trendy malejące odnotowano na pograniczu z zachodnimi i południowymi sąsiadami Polski, gdzie głównym motorem rozwoju handlu targowiskowego był handel przygraniczny (pomorskie, zachodniopomorskie, lubuskie, dolnośląskie, małopolskie, śląskie). Tendencje malejące zauważono również w województwach łódzkim i mazowieckim. Jest to także skutek zmian w zakresie natężenia handlu przygranicznego, ponieważ targowiska te spełniały rolę hurtowni dla targowisk na granicy zachodniej i dla przedsiębiorców zza granicy wschodniej.

Tendencje rosnące zaznaczyły się głównie na wschodzie (podkarpackie, warmińsko-mazurskie, podlaskie), w niektórych województwach centrum (świętokrzyskie, kujawsko-pomorskie, wielkopolskie) i na południu kraju (opolskie). Wzrastające znaczenie handlu targowiskowego w tych województwach było w pewnej mierze spowodowane trudną sytuacją ekonomiczną ludności zamieszkującej te tereny oraz utrzymujący się tam znaczny udział handlu przygranicznego.

WNIOSKI

Reasumując, można powiedzieć, że w analizowanym okresie 1999–2004 odnotowano dużą zmienność natężenia i funkcjonowania handlu targowiskowego w Polsce. W skali kraju zaobserwowano zmniejszenie natężenia zjawiska, jednakże zaistniały duże różnice regionalne. Okresy wzrostu przeplatały się z okresami spadków, jednakże na zachodzie i południu przeważały spadki, natomiast na wschodzie i w centrum kraju – wzrosty.

Zarysowuje się pewna zależność skali i natężenia handlu targowiskowego od handlu przygranicznego. Zmniejszający się trend przyjazdów do Polski obywateli z Niemiec, Czech i Słowacji przyczynił się do ograniczenia znaczenia handlu targowiskowego na pograniczu zachodnim, a utrzymujące się duże natężenie przyjazdów do Polski w celach handlowych obywateli Ukrainy, Białorusi i Rosji spowodowało wzrost działalności handlowej na targowiskach i bazarach na wschodzie. Można więc zauważyć pewne przemieszczenie przestrzenne głównych obszarów koncentracji handlu targowiskowego w kierunku wschodnim.

Ponadto duży wpływ na natężenie handlu targowiskowego miało zróżnicowanie regionalne poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego, dochodów ludności, poziomu życia ludności, wielkości bezrobocia, ponieważ w obszarach biedy i niedostatku ludność częściej poszukiwała artykułów na targowiskach i bazarach ze względu na ich niższą cenę.

Na uwagę zasługuje również fakt wzrostu natężenia działalności handlowej na bazarach i targowiskach w województwach wielkopolskim i kujawsko-pomorskim, które nie należały wcześniej do obszarów o najwyższym poziomie rozwoju zjawiska i co należy poddać szczegółowej analizie w odrębnym badaniu.

PIŚMIENNICTWO

- Powęska H., *Przestrzenny wymiar handlu transgranicznego w Polsce w ostatniej dekadzie XX wieku*. Warszawa 2002.
- Rynek Wewnętrzny, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2001.
- Rynek Wewnętrzny, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2003.
- Rynek Wewnętrzny, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2005.

CHANGES OF MARKETPLACE TRADE INTENSITY IN POLAND, 1999–2004

Abstract. The marketplace shopping in Poland has a very long tradition but this form of trade was developing very fast in our country during the transformation years. In this paper an attempt was made to analyze the variability trend of the phenomenon in the period preceding Poland's accession to the European Union. To this end, an analysis was made of the number of permanent marketplaces, the number of permanent market stalls in permanent marketplaces and the sales area in permanent marketplaces in Poland in the years 1999–2004. At the country scale, a slightly declining dynamics of marketplace shopping was noticed, and its high spatial and time variability as well its significant dependence on cross-border shopping were observed. In western and southern Poland downward trends were prevalent, and in eastern and central Poland upward trends were observed.

Key words: marketplaces trade, permanent marketplaces, permanent stands on permanent marketplaces, sales area on permanent marketplaces

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 30.03.2007