

ANDRZEJ SZROMNIK

PROCESY I WARUNKI KSZTAŁTOWANIA STRUKTUR RYNKU REGIONALNEGO

I. WPROWADZENIE

Działalność gospodarcza polegająca na wytwarzaniu, przetwarzaniu lub przemieszczaniu towarów daje się ująć i opisać w aspekcie przestrzennym, przy wykorzystaniu form punktowych, liniowych lub powierzchniowych. W zależności od celu jakiemu ma służyć uogólniony opis odpowiednich układów przestrzennych przedmiotem zainteresowania są ujęcia skokowe lub ciągłe w przestrzeni, odwzorowujące rzeczywisty kształt rozpatrywanych zjawisk oraz procesów społeczno-ekonomicznych.

Obok przestrzennych układów produkcji lub wymiany towarów, obejmujących obszar całego kraju, występują również układy, które można ująć w skali makroregionu, regionu, a nawet podregionu. Związane jest to z tym, że konkretne procesy gospodarowania rozpatrywane przez pryzmat przestrzeni charakteryzują się określoną rozległością przestrzenną, a więc posiadają ściśle określony obszar działania, oddziaływania lub obszar powiązań.

Ograniczoność przestrzenna różnych rodzajów działalności gospodarczej jest efektem oddziaływania wielu czynników społecznych, ekonomicznych, organizacyjnych, technologicznych, technicznych, komunikacyjnych, a także czynników naturalno-przyrodniczych. Znajomość tych czynników, przede wszystkim z punktu widzenia stopnia ich wpływu na przestrzenną strukturę procesów społeczno-ekonomicznych, stanowi podstawę koncepcji analizy oraz planowania tych procesów w układach przestrzennych¹.

Planowanie i zarządzanie gospodarką w ujęciu regionalnym opiera się na podziale kraju na jednostki przestrzenno-administracyjne, wśród których największe znaczenie posiada podział na jednostki wojewódzkie.

Arbitralne wydzielenie odpowiednich obszarów jako jednostek admi-

¹ Por. *Elementy teorii planowania przestrzennego*, pod red. K. Secomskiego, Warszawa 1972

nistracyjnego podziału terytorium kraju nie zawsze w dostatecznym stopniu uwzględnia historycznie ukształtowane, „naturalne” granice i strefy wpływów ekonomicznych, a więc granice obszarów ciężenia wyznaczone przez wieloletnie nawyki i zwyczaje w kierunkach przemieszczeń osób, towarów oraz informacji. Rysujące się bardziej lub mniej wyraźnie, sprecyzowane pod względem geograficzno-kartograficznym lub jedynie intuicyjnie znane lokalnym grupom ludności, linie podziału wpływów ośrodków centralnych różnego szczebla mają względnie stały charakter, a ich zmiany obserwowalne w długich odcinkach czasu są skutkiem zarówno zmian ilościowych — zmian proporcji rozmieszczenia ludności, elementów infrastruktury społecznej i ekonomicznej, jak również zmian w obyczajowości i stylu życia ludności, które wyrażają jakościowe przeobrażenia zachowań różnych grup społecznych.

W sytuacji występowania istotnych rozbieżności między tradycyjnymi liniami podziału obszaru a granicami podziału administracyjnego ten ostatni zamiast stanowić ważny składnik przestrzennej organizacji życia społeczno-ekonomicznego jest elementem zakłócającym i utrudniającym przebieg masowych procesów, które wymuszają określony typ zachowań przestrzennych przybierających formę lokalizacji lub konkretnych przemieszczeń. Wzmaga to chaos oraz zwiększa nieokreśloność sytuacji i zachowań w rozpatrywanym systemie przestrzenno-ekonomicznym.

Podział obszaru kraju na główne jednostki administracyjne, wpływający — o czym już wspomniano — na organizację i tryb planowania społeczno-gospodarczego i sterowanie regionalnymi segmentami całego systemu ekonomicznego, wywiera szczególnie istotny wpływ na te przejawy życia społecznego i ekonomicznego, które kształtują terytorialne układy rynku. Ich odzwierciedleniem jest całokształt lokalizacji zakupów ludności różnych jednostek osadniczych wraz z odpowiadającymi im przemieszczeniami na badanym obszarze.

Celem niniejszego artykułu jest scharakteryzowanie struktury obszaru rynkowego, a zwłaszcza warunków i czynników kształtowania jego hierarchii w skali regionu. Chociaż rozważania prowadzone są na gruncie teoretycznym, są one jednak wynikiem doświadczeń i konkretnych analiz zgromadzonych w czasie badań nad strukturą rynku MPW.

II. ZASADY I REGUŁY PRZESTRZENNYCH ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW NA RYNKU

Rynek, z punktu widzenia strukturalnego, stanowi niezmiernie złożony zespół elementów i relacji między nimi. Wielość oraz różnorodność podmiotów i przedmiotów rynkowych powodują, że struktura rynku charakteryzuje się ogromną różnorodnością sytuacji każdorazowo odpowia-

dających jednemu z możliwych zachowań uczestników rynku². Dokonywanie transakcji kupna-sprzedaży wiąże się bowiem z wyborem czasu i miejsca zakupu, a ponadto z wyborem rodzaju czy formy nabycia jednego z wielu towarów zaspokajających konkretną potrzebę danego konsumenta.

Z punktu widzenia tematu niniejszego opracowania kwestią wymagającą bliższego wyjaśnienia i sprecyzowania jest przestrzenna struktura rynku, będąca wypadkową całokształtu indywidualnych decyzji o lokalizacji zakupu towarów w danej jednostce osadniczej czy nawet punkcie sprzedaży detalicznej. W szczególności, chodzi o główne związki i prawidłowości jakie rządzą przestrzennymi zachowaniami konsumentów dokonujących różnego rodzaju zakupów.

Mówiąc o rynku oraz jego strukturze w przekroju przestrzennym należy przede wszystkim przez pryzmat tego czynnika spojrzeć na akt kupna-sprzedaży, rozpatrywany na szerokim tle uwarunkowań i powiązań³. Odpowiada to klasycznemu traktowaniu rynku jako zespołu warunków i czynników oddziałujących na uczestników wymiany, w rezultacie determinujących przebieg transakcji wymiennych. Przestrzenne podejście do wyjaśnienia i opisu transakcji rynkowych polega na identyfikacji rozmieszczenia podmiotów rynku względem siebie oraz lokalizacji na tym tle przedmiotów rynku. Tym samym już na wstępie właściwych wyjaśnień wyznaczony zostaje podstawowy układ odniesienia do szczegółowej analizy strumieni informacyjnych i realnych występujących w procesie negocjowania na rynku⁴.

Wybór miejsc rozmieszczenia różnych elementów i obiektów materialnych, jak również wybór tych punktów (rejonów) przestrzeni, które szczególnie sprzyjają zaspokojeniu materialnych i niematerialnych potrzeb człowieka, jest złożonym przedsięwzięciem i to zarówno w skali jednostki, jak i w skali grup społecznych i całych organizacji. Każdorazowo decyzja taka wiąże się bowiem ze specyficznym rachunkiem „nakładów i wyników”, bez względu na to w jakim stopniu kalkulacja taka jest świadoma czy też ma charakter przypadkowy. Można ogólnie stwierdzić, że nakładom w tym rachunku odpowiadają wymierne i niewymierne wyliczenia strat i trudności związanych z pokonywaniem przestrzeni, natomiast wynikom odpowiadają obiektywne i subiektywne korzyści wpływające z posiadania, uczestnictwa lub odbioru dóbr materialnych czy informacji.

Jednym z możliwych sposobów wyjaśnienia przestrzennych zachowań człowieka lub zbiorowości ludzkich na rynku jest ujęcie psychosocjolo-

² Por. S. Mynarski, *Właściwości strukturalne i funkcjonalne rynku w świetle entropii*, Roczniki Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług 1978, nr 4.

³ Por. A. Szromnik, *Przestrzeń jako wymiar działalności gospodarczej w sferze obrotu*, Kraków 1976 (maszynopis).

⁴ Por. A. Szromnik, *Przepływy informacji w procesach negocjowania i podejmowania decyzji rynkowych — aspekt przestrzenny*, Zeszyty Naukowe AE w Krakowie 1978, nr 108.

giczne, którego podstawę stanowi identyfikacja psychicznych, socjologicznych i kulturowych wrażeń i ocen człowieka podejmującego decyzję o lokalizacji zakupów. Podejście takie ma charakter analityczny, wyjaśnia bowiem i układa w logiczny ciąg najważniejsze, typowe determinanty postępowania konsumentów, i to głównie determinanty osobowościowe. Nawiązuje ono do coraz bardziej rozwijającego się w badaniach przestrzenno-ekonomicznych kierunku behawioralnego⁵. Charakteryzując wstępnie przestrzenne zachowania jednostek konsumpcyjnych szczególną rolę przypisuje się w tym względzie procesom poznawania i wartościowania przestrzeni, a więc procesom percepcji. Funkcjonalne poznawanie i wartościowanie przestrzeni — zjawisko, zdaniem socjologa A. Wallisa, o kluczowym znaczeniu dla zrozumienia przestrzennych zachowań społeczeństwa — obejmuje, obok procesu wyboru miejsca zamieszkania, pracy i wypoczynku, również wybór miejsc realizacji zakupów różnego rodzaju towarów⁶.

Percepcja przestrzeni przez człowieka ustawicznie kształtuje i przeobraża jego przestrzeń działania, czyli potencjalny zbiór lokalizacji o których jednostka otrzymała jakąkolwiek drogą informacje i korzysta z nich lub w jakiś sposób je preferuje. Wyobrażenia i wynikające z nich przestrzenie działania wykazują duże podobieństwo w przekroju mieszkańców żyjących w bezpośrednim sąsiedztwie. Opierając się na studiach F. E. Hortona i D. R. Reynoldsa można stwierdzić, że przestrzenie działania charakteryzują wymiary przestrzenne określone przez zbiór lokalizacji oraz zgeneralizowaną powierzchnię, uwzględniającą użyteczność lub poziom preferencji towarzyszący każdemu miejscu⁷.

Przystępując do systematycznego omówienia warunków i trybu wartościowania przestrzeni przez indywidualnych konsumentów należy zwrócić uwagę na sygnalizowany już problem złożoności i stochastyczności ich zachowań przestrzennych. Wiąże się to z tym, że podobnie jak wiele innych indywidualnych decyzji podejmowanych samodzielnie przez jednostki, tak i decyzje odnoszące się do miejsc lokalizacji zakupów należą do wybitnie subiektywnych i wewnętrznych decyzji każdego nabywcy. Przesłanki racjonalne oraz odpowiadające im czynniki ekonomiczne i pozaekonomiczne, które wydawałoby się że leżą u podstaw większości analizowanych decyzji, nie zawsze jednak dominują, a tym samym w całym układzie zachowań wzrasta stopień nieokreśloności i przypadkowości przestrzennej organizacji zakupów.

⁵ Ten kierunek badań wchodzi w skład szeroko rozumianej teorii zachowania się konsumenta — dziedziny wiedzy szczególnie rozwiniętej w naukach społecznych krajów kapitalistycznych. Za podstawę decyzji przestrzennych konsumenta uważa się funkcję użyteczności miejsca, czyli funkcję preferencji.

⁶ Por. A. Wallis, *Miasto i przestrzeń*, Warszawa 1977.

⁷ Por. F. E. Horton, D. R. Reynolds, *Effects of urban spatial structure on individual behaviour*, *Economic Geography* 1971, nr 47

Proces wartościowania przestrzeni, wskutek którego dochodzi do określonej lokalizacji zakupów jednostki, podobnie jak ogólne funkcjonalne wartościowanie przestrzeni, stanowi syntezę trzech procesów składowych, a mianowicie: poznawania przestrzeni (percepcja przestrzeni sensu stricto), świadomego określania bądź też intuicyjnego odczuwania swych potrzeb przestrzennych oraz kształtowania własnych kryteriów oceny przestrzeni (według A. Wallisa).

W procesie poznawania przestrzeni przez indywidualnych nabywców podstawowe znaczenie ma zgromadzenie niezbędnych informacji o rozmieszczeniu punktów sprzedaży, strukturze branżowej, asortymencie, godzinach pracy, przelotowości, kulturze obsługi, zaopatrzeniu, a ponadto o ich położeniu względem tras komunikacyjnych oraz sposobie i czasie dojazdu itp. Poznanie struktury przestrzennej, branżowej i rodzajowej sklepów jest możliwe dzięki funkcjonowaniu całego systemu informacji handlowej oraz istnieniu nieformalnych kanałów informacji, przekazujących często brane pod uwagę opinie, poglądy i oceny. Wielość podmiotów i środków emitujących i przekazujących informacje oraz różnorodność i zmienność tych informacji w czasie (często nawet sprzecznych ze sobą) w połączeniu z licznymi zakłóceniami w ich przekazie sprawiają, że proces percepcji przestrzeni przez konsumenta jest bardzo złożony i długotrwały. Znajomość poszczególnych elementów przestrzeni, a przede wszystkim funkcjonalnego ich charakteru, jest znacznie zróżnicowana u poszczególnych jednostek. Stopień opanowania tej specyficznej wiedzy jest w dużej mierze związany m. in. z miejscem zamieszkania, pracy, kontaktami społecznymi, okresem pobytu, używanym środkiem lokomocji, częstotliwością dokonywania zakupów, a także z takimi cechami osobniczymi, jak: ogólny poziom intelektualny, rodzaje zainteresowań skłonność do pokonywania przestrzeni (ruchliwość przestrzenna)⁸. Poznanie przestrzeni w różnej skali, jako wstępny etap jej wartościowania ze względu na atrakcyjność handlową podobszarów, ma szczególne znaczenie, gdyż stanowi dla każdej jednostki pierwszy niezbędny warunek podejmowania racjonalnych decyzji lokalizacyjnych w ramach indywidualnej przestrzeni działania.

Oddalenie miejsc zamieszkania, miejsc pracy, czy wypoczynku od obiektów handlowych wywołuje konieczność pokonywania pewnej przestrzeni w momencie podjęcia zamiaru nabycia niezbędnych towarów. Dokonywanie zakupów w placówkach handlu detalicznego oraz towarzyszące temu przestrzenne przemieszczanie się jednostek są typowym przykładem — jednej z wielu — potrzeb przestrzennych współczesnego człowieka. Podzbiór wszystkich lokalizacji, z którymi jednostka ma bezpośredni kontakt w toku bieżącej aktywności, nazywany jest przestrzenią aktywności danej jednostki. Wynika z tego, że przestrzeń aktywności jako frag-

⁸ Por. G. Fabiunke, O. Grünwald, J. Lehm, *Verkaufpsychologie*, Berlin 1976.

ment większej całości, czyli przestrzeni działania jednostki, w przypadku dokonywania zakupów towarowych daje się utożsamiać z przestrzenią zakupów. Najczęściej bowiem człowiek dokonujący bieżących zakupów wykorzystuje tylko pewną część posiadanych informacji o handlowym zagospodarowaniu jego przestrzeni działania⁹.

Zawieranie transakcji detalicznych, będące urzeczywistnieniem tej specyficznej potrzeby typu przestrzennego, odbywa się z różną częstotliwością, charakterystyczną dla każdego nabywcy. Natężenie odczuwania tej potrzeby wynika z rozmiarów popytu jednostkowego, a więc w konsekwencji również z czynników, które go determinują. Chodzi przede wszystkim o obiektywne i subiektywne czynniki typu wymiernego i niewymiernego, charakteryzujące płeć, wiek, zawód, wykształcenie, dochody, pochodzenie społeczne, a nawet nawyki konsumpcyjne, cechy charakteru, sposób spędzania wolnego czasu itp.

Niezmiernie złożony i wieloaspektowy charakter ma ostatni z wymienionych poprzednio elementów procedury wartościowania przestrzeni przez indywidualnych nabywców w momencie wyboru miejsca dokonywania zakupów, czyli kształtowanie indywidualnych kryteriów oceny przestrzeni. Możliwość rozmaitych podejść i ocen w tym przypadku jest tak obszerna, jak zróżnicowane jest społeczeństwo z punktu widzenia najistotniejszych cech. Hierarchizacja przestrzeni ze względu na jej atrakcyjność handlową, w tym również warunki dokonywania zakupów, oparta jest w przypadku każdego konsumenta na innym zespole cech-kryteriów, będących wypadkową subiektywnych ocen, wrażeń i poglądów. Pomimo niekiedy wyraźnych różnic w kryteriach ocen przestrzeni, a konkretnie takich jednostek, jak regiony, rejony, jednostki miejskie, ośrodki handlowe itp., można spotkać wiele przykładów jednomyślności w ostatecznych ocenach. Przejawia się ona w powszechnej lub dominującej akceptacji i preferowaniu niektórych obszarów (regiony, rejony, miasta, dzielnice, ulice, place, centra handlowe) lub przeciwnie¹⁰. Dużą rolę odgrywają tutaj wspomniane już subiektywne, jednostkowe oceny „nakładów i wyników”. Nie można zapomnieć jednak i o tym, że część przestrzennych decyzji zakupu nie daje się uzasadnić i wyjaśnić na podstawie sformułowanych uprzednio racjonalnych kryteriów i ocen typowych dla „homo oeconomicus”. Stanowią one w większości efekt spontanicznych, losowych decyzji, często nawet irracjonalnych. Każdy nabywca

⁹ Zachowanie się człowieka w przestrzeni, jego motywy postępowania i wyboru lokalizacji dla zaspokojenia poszczególnych potrzeb są przedmiotem studiów w ramach tzw. społecznej geografii transportu — kierunku wyodrębnionego w naukach geograficznych w USA i w niektórych krajach Europy Zachodniej. Por. M. Potrykowski, Z. Taylor, *Geografia transportu — zarys problemów, modeli i metod badawczych*, Warszawa 1982.

¹⁰ Zagadnienie to autor omówił szerzej wraz z przykładami empirycznymi w pracy: *Modelowanie przestrzennych układów działalności handlowej w miastach*, Zeszyty Naukowe AE w Krakowie. Seria specjalna: Monografie, nr 53, Kraków 1982.

posiada bowiem własny, właściwy tylko sobie, odpowiednio uporządkowany obraz struktury terytorium, na którym się porusza, obraz zwany często w literaturze naukowej „mapą wyobraźni”.

Spośród warunków i czynników wpływających na wyniki funkcjonalnego wartościowania przestrzeni ważne miejsce zajmuje czynnik odległości, pozostający w stosunku odwrotnie proporcjonalnym do oceny stopnia atrakcyjności danego fragmentu przestrzeni. Wśród spotykanych i używanych w praktyce mierników odległości między dwoma punktami w przestrzeni, w tym również między miejscami zamieszkania i zakupów, występują pewne kategorie obiektywne oraz tzw. odległość subiektywna. Obiektywny charakter posiadają: odległość geograficzna wyrażona w jednostkach długości (występować może jako odległość w linii prostej, odległość drogowa oraz odległość kolejowa), odległość ekonomiczna (wyrażają ją zazwyczaj koszty transportu, ceny biletów, opłaty za przewozy itp.) i odległość czasowa, czyli czas przejazdu środkami komunikacji indywidualnej lub publicznej¹¹.

Odległość subiektywna jest kategorią, którą niedawno zastosowano w badaniach przestrzennych zachowań człowieka. Nawiązuje ona bezpośrednio do „map wyobraźni” i odzwierciedla subiektywny stosunek danej jednostki do pokonywanej przestrzeni na podstawie jej wrażeń i ocen. Na ogół prowadzi to do zastąpienia (a może tylko skorygowania) obiektywnych mierników odległości wielkością, która ma często większą rację bytu w analizach społecznych interakcji w przestrzeni, czyli tzw. odczuciem dystansu.

Przedstawiony w dużym uproszczeniu typowy proces wartościowania przestrzeni oraz główne motywy jakie kierują jednostką w jej zachowaniach przestrzennych w związku z dokonywaniem zakupów w handlu detalicznym, mimo sygnalizowania i podkreślania tego aspektu, tylko częściowo oddaje faktyczną złożoność decyzji i odpowiednich zachowań konsumentów. Trwałe i doraźne, logicznie uzasadnione i losowe, przestrzenne zachowania się ludzi, dążących do zaspokojenia swoich potrzeb materialnych przez nabycie określonych towarów, nakładając się kształtują kierunki i natężenie strumieni ruchu konsumentów jako formy interakcji przestrzennych. Towarzyszy temu przepływ pieniądza zgodny z (kierunkiem) ruchu nabywców, którzy udają się ze swoich miejsc stałego lub okresowego pobytu do wybranych ośrodków handlowych.

III. HIERARCHICZNA STRUKTURA PRZESTRZENNA RYNKU REGIONALNEGO

Kilkudziesięcioletnie doświadczenia badań empirycznych i analiz, wraz z obszernym już dzisiaj dorobkiem teoretyczno-metodologicznym w literaturze światowej, pozwalają stosunkowo wiernie opisać w formie skwan-

¹¹ Por. L. H. Klaasen, J. H. P. Paelinck, S. Wagenaar, *Systemy przestrzenne*, Warszawa 1982.

tyfikowanej najważniejsze związki i zależności rządzące natężeniem przemieszczeń dóbr, ludzi i informacji na większym lub mniejszym obszarze kraju¹².

W przestrzennej ruchliwości społeczeństw, jej kierunkach, natężeniu oraz prawidłowościach rozwoju już od dawna zauważono pewne reguły i określone relacje powtarzające się w różnych układach i warunkach. W praktyce wyrażały się one najczęściej w szczególnym nasileniu się przemieszczeń w kierunku dużych skupisk ludności oraz głównych ośrodków gospodarczych, słabnącym w miarę oddalania się od nich.

Polaryzacja przestrzenna, wskutek nierównomiernego rozmieszczenia działalności człowieka, przejawiająca się występowaniem jednego lub kilku ośrodków dominacji przestrzennej oraz wielu niższych rangą ośrodków leżących w zasięgu ich wpływu, powoduje, że pierwsze z nich podporządkowują sobie pozostałe ośrodki. W zależności od rangi rozpatrywany ośrodek dominacji stanowi określone centrum sił dośrodkowych i odśrodkowych działających w danej przestrzeni społeczno-gospodarczej¹³.

Nierównomierność rozmieszczenia różnych form aktywności człowieka w przestrzeni spolaryzowanej szczególnie wyraźnie widoczna jest w procesach rynkowych¹⁴. Lokalizacja w przestrzeni aktów kupna-sprzedaży wykazuje istnienie różnych ośrodków i rejonów koncentracji, a także obszarów stosunkowo mało atrakcyjnych z punktu widzenia rynku. Spośród wielu czynników decydujących o przestrzennym rozkładzie zakupów ludności wiodącą rolę odgrywa przestrzenna, hierarchiczna struktura sieci osadniczej oraz układ sieci komunikacyjnej, czyli dwie grupy czynników wyznaczających system interakcji przestrzennych na rozpatrywanym obszarze,

Analizując bliżej prawidłowości lokalizacji zakupów na większym obszarze w ścisłym powiązaniu z jego systemem osadniczym można stwierdzić, iż zazwyczaj najmniejszą jednostką osadniczą przyciągającą na zakupy ludność wiejską (mieszkańców małych wsi, osad i kolonii) jest ośrodek gminny. Zgodnie z obowiązującymi zasadami programowania sieci handlu wiejskiego właśnie ten ośrodek zabezpiecza minimum potrzeb materialnych i niematerialnych ludności wiejskiej przy kupnie towarów żywnościowych i nieżywnościowych, środków do produkcji rolnej, a także w podstawowych usługach bytowych. Skupiając zakupy mieszkańców

¹² Por. Z. Dembowska, *Planowanie przestrzenne w ujęciu systemowym*, Warszawa 1978,

¹³ Por. R. Domański, *Teoretyczne podstawy geografii ekonomicznej*, Warszawa 1982.

¹⁴ Autor prowadził wnikliwe badania nad strukturą i funkcjonowaniem rynku w makroregionie południowo-wschodnim. Wyniki badań zawiera praca: *Problemy równowagi rynku w makroregionie południowo-wschodnim*, Kraków 1983 (maszynopis).

najbliższego terenu wieś-siedziba gminy tworzy i kształtuje specyficzny, właściwy tylko dla tego obszaru, zespół warunków i czynników towarzyszących wymianie towarowej, determinujących wielkość i strukturę zawieranych tu transakcji kupna-sprzedaży, czyli odpowiedni mikrorynek¹⁵.

Nie każdy jednak ośrodek gminny charakteryzuje się własnym rynkiem. Nie można tego powiedzieć o tych gminach, które tylko z punktu widzenia spełnianych funkcji administracyjnych wyróżniają się z otoczenia. Taka wieś gminna, nie stanowiąc ośrodka dominacji w skali mikro-rejonu, nie oddziałuje na lokalizację zakupów oraz inne formy aktywności przestrzennej ludności¹⁶.

Obserwowane od kilku lat zjawisko kształtowania się dopiero mikro-rejonów rynkowych powoduje, że ten poziom strukturalnej analizy segmentów rynku zazwyczaj jest niedostrzegany i pomijany w różnych przypadkach, a właściwe rozważania rozpoczynają się od wyróżnienia rynków lokalnych jako wyższego szczebla w hierarchicznym układzie segmentacyjnym rynku.

Rynki lokalne, stanowiąc tradycyjny element rynku regionalnego, charakteryzują się wyraźnymi ciężeniami obszaru do zazwyczaj monocentrycznego ośrodka rynku w skali danego rejonu, czyli najczęściej małego lub rzadziej średniego miasta. Miasto, pełniące funkcje centrum rynku lokalnego, łączy z otaczającym go obszarem historyczne więzi społeczne i ekonomiczne, rozwijane dzięki ukształtowaniu się dogodnych połączeń komunikacyjnych. Dysponuje ono z reguły ustabilizowaną przestrzennie i branżowo siecią handlowo-usługową oraz siecią innych, podstawowych elementów infrastruktury społecznej.

Zasięg rynku lokalnego jest zróżnicowany, głównie w zależności od wielkości wiodącej jednostki osadniczej, jej miejsca i rangi w systemie osadniczym regionu, a także od konkretnej lokalizacji względem innych miast. Dużą rolę odgrywają również: charakter gospodarczy obszaru grawitacji, gęstość i przepustowość jego sieci komunikacyjnej oraz czynniki typu jakościowego, takie jak: nawyki, zwyczaje konsumpcyjne i zawodowe ludności.

Trudno jest jednoznacznie i precyzyjnie wyznaczyć granice rynków lokalnych na danym obszarze, gdyż w konkretnych warunkach nie można utożsamiać ich z absolutną strefą oddziaływania rynkowego, które zazwyczaj w sąsiadujących ze sobą miastach nakładają się na siebie. Ogólnie można przyjąć, że rynek lokalny ograniczony jest strefami „obojętno-

¹⁵ T. Kudłacz, *Modelowanie struktury społeczno-gospodarczej mikroregionów* (na przykładzie woj. miejskiego krakowskiego), Kraków 1978 (maszynopis pracy doktorskiej).

¹⁶ Por. Z. Juchniewicz, *Struktura sieci handlowej a perspektywiczny rozwój wsi*, Warszawa 1975.

ści" wpływów danego miasta oraz sąsiadujących z nim i konkurujących innych miast¹⁷.

Rynki lokalne jako podstawowe, typowe segmenty rynków rozpatrywanych przestrzennie znajdują się w strefach wpływów ośrodków wyższego szczebla, będących centrum odpowiedniego rynku rejonowego.

Rynek rejonowy skupiony wokół miast średnich, pełniących w dawnym podziale administracyjnym funkcje powiatów, obejmuje znacznie większy obszar, gdyż jego potencjał grawitacyjny przekracza wielkości typowe dla rynków lokalnych. Jako znaczny ośrodek handlowo-usługowy miasto-centrum rynku skupia zakupy nie tylko ludności wiejskiej, ale również ludności mniejszych miast znajdujących się w jego zasięgu oddziaływania. Ośrodek ten oferuje zarówno dobra i usługi podstawowe, jak i dobra luksusowe, a także wiele specjalistycznych usług dla ludności. O wysokiej atrakcyjności handlowej miast rejonowych decyduje również to, że można w nich łączyć zakupy z innymi celami przemieszczeń, przede wszystkim z dojazdami do pracy, do szkół ponadpodstawowych, placówek kulturalno-oświatowych, urzędów i instytucji państwowych oraz innych obiektów użyteczności publicznej.

Kolejnym poziomem w hierarchicznej strukturze rynku krajowego jest — najlepiej znany i najczęściej spotykany w literaturze przedmiotu — rynek regionalny. Ten popularny przekrój badań rynkowych obejmuje ogół warunków i czynników społecznych, demograficznych, przyrodniczo-klimatycznych, komunikacyjnych, ekonomicznych i innych, które — mając wpływ na procesy wymiany w regionie — nadają im własny, typowy jedynie dla danego obszaru wyraz oraz specyficzną strukturę¹⁸.

Zakres i funkcjonowanie rynku regionalnego zdominowane są przez jego ośrodek centralny, którym z reguły jest duże miasto wojewódzkie o różnych funkcjach produkcyjnych, handlowo-usługowych, mieszkaniowych, administracyjnych, kulturalno-oświatowych, naukowych i rekreacyjnych. Obszar grawitacyjnego oddziaływania przestrzennego, przylegający bezpośrednio do miasta wojewódzkiego, obejmuje obszary rynkowe ośrodków niższych szczebli w ich układzie hierarchicznym. Rozkład sił grawitacyjnych na obszarze rynku regionalnego oraz odpowiadający mu rozkład udziału zakupów w centrum rynku nie jest rozkładem równomiernym. Typową prawidłowością, charakteryzującą ten rozkład, jest zmniejszanie się siły przyciągania głównego miasta w miarę oddalania się od niego, aż do całkowitego wygaśnięcia tych oddziaływań.

Pomimo powszechnie używanego, uproszczonego wyznaczania granic rynków jako regularnych figur geometrycznych (najczęściej kręgów

¹⁷ Por. M. Drewniński, *Obszary dominacji rynkowej miast*, Handel Wewnętrzny 1979, nr 2.

¹⁸ Por. R. Głowacki, J. Kramer, L. Żabiński, *Analiza rynku*, Warszawa 1981.

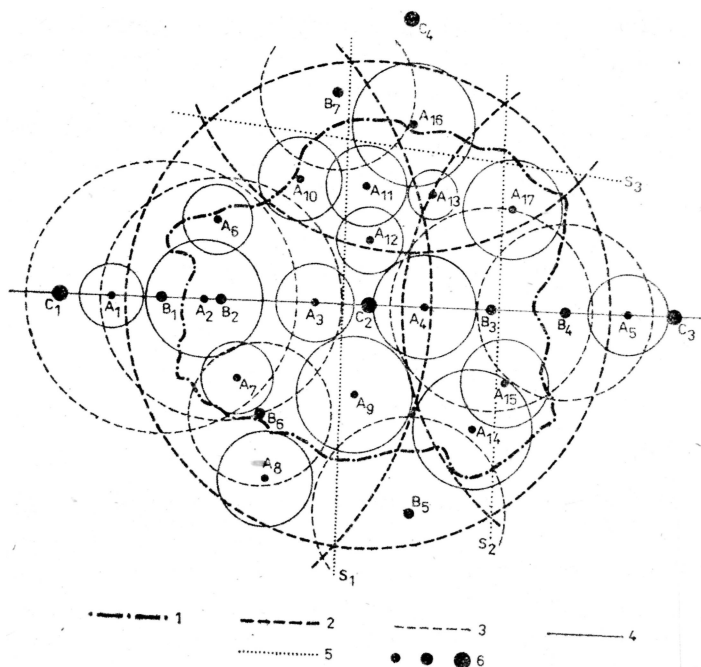
o promieniu zmieniającym się w zależności od rozmiarów danego rynku) należy zdawać sobie sprawę, że w rzeczywistości granice te mają bardziej nieregularny przebieg. Spośród wielu czynników istotnych dla przestrzennej struktury rynku jednym z bardziej zasługujących na wnikliwe rozpatrzenie, ze względu na jego niedostrzeżenie i niedocenianie, jest podział administracyjny kraju. Szczegółową analizę relacji strukturalnych rynku regionalnego przeprowadzoną na tle podziału administracyjnego obszaru zawiera następująca część niniejszego opracowania.

IV. GRANICE REGIONALNYCH STREF RYNKOWYCH A PODZIAŁ ADMINISTRACYJNY KRAJU

Analiza przestrzennej struktury rynku opiera się na omówionej poprzednio hierarchii jego struktury, z tym jednak, że zamiast rozróżnienia czterech poziomów hierarchicznych, dla zwiększenia przejrzystości analizy graficznej, uwzględniono jedynie trzy poziomy: rynki lokalne (szczebel najniższy), rynki rejonowe (szczebel średni) oraz rynki regionalne (szczebel główny). Trójszczeblowemu podziałowi struktury przestrzennej rynku odpowiada przyjęty równocześnie sposób oznakowania ośrodków rynkowych (miast) oraz umowne wielkości promieni ich stref wpływów.

Zaprezentowana na ryc. 1 struktura przestrzeni rynkowej wyraźnie wskazuje na jej hierarchię, w której rynki lokalne wchodzą w skład struktury rynku rejonowego, a te z kolei rynku regionalnego. Przedstawiony na rycinie układ dominacji ośrodków rynkowych naniesiony został na granice administracyjne obszaru, co dało możliwość bezpośredniego odniesienia i porównania tych dwóch różnych przekrojów strukturalnych przestrzeni społeczno-ekonomicznej.

Jak można zauważyć (ryc. 1, ryc. 2) obszar grawitacji rynkowej ośrodka regionalnego C_2 znacznie wykracza poza naniesione umownie administracyjne granice tej jednostki przestrzennej, którą utożsamiać można z jednostką szczebla wojewódzkiego. Równocześnie jednak obszar ten pozostaje częściowo pod wpływem oddziaływania sąsiednich ośrodków wojewódzkich, a szczególnie miasta C_1 . Faktyczny obszar rynku regionalnego miasta C_2 wyznaczają punkty przecięcia się stref wpływów ośrodków C_1 , C_2 , C_3 i C_4 , połączone odpowiednimi odcinkami. Otrzymana w ten sposób płaszczyzna jest znacznie mniejsza od obszaru umownego województwa, który to obszar wchodzi w skład jeszcze innych rynków regionalnych. W rzeczywistości można spotkać się, podobnie jak widać to na zaprezentowanych ujęciach modelowych, ze zróżnicowanym stopniem zgodności w przebiegu granic rynków regionalnych oraz granic podziału administracyjnego. Nie w każdym więc przypadku ekonomiczny podział obszaru utożsamiać można z podziałem administracyjnym. Kwestię tę



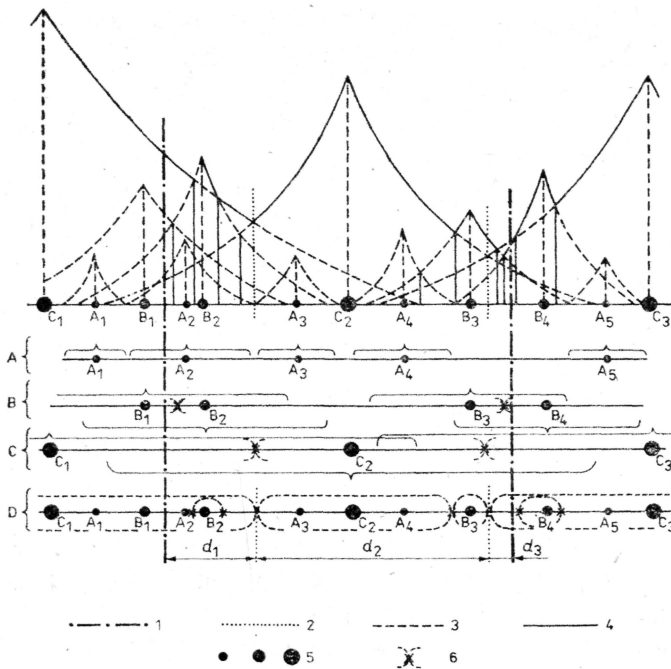
Ryc. 1. Hierarchiczna struktura rynku regionalnego z zaznaczeniem kręgów oddziaływania poszczególnych ośrodków na tle granic podziału administracyjnego (rzut poziomy)

1 — granice podziału administracyjnego, 2 — granice stref wpływów głównych miast (ośrodków regionalnych), 3 — granice stref wpływów średnich miast (ośrodków rejonowych), 4 — granice stref wpływów małych miast (ośrodków lokalnych), 5 — granice obszarów rynkowych głównych miast, 6 — miasta—ośrodki rynków w układzie hierarchicznym

Źródło: Opracowanie własne.

naależy poddać w miarę możliwości głębszej analizie, gdyż tylko wówczas uniknie się ewentualnych błędów i zafałszowań jakie często niesie z sobą zbyt upraszczanie i automatyzm w postępowaniu naukowo-badawczym. W niniejszym przypadku obraz przestrzennych dysproporcji strukturalnych naświetlony zostanie dodatkowo w wyniku wprowadzenia przekroju pionowego oraz analizy liniowej struktury rozpatrywanego obszaru.

Graficznym odzwierciedleniem zastosowania dodatkowego ujęcia analitycznego jest ryc. 2. Główną jej częścią jest wykres pionowego przekroju obszaru rynku regionalnego, poprowadzony według linii prostej łączącej dużą część wyróżnionych ośrodków miejskich (por. ryc. 1). Znacznie wyraźniej niż poprzednio widoczna jest tu dominacja głównych ośrodków rynkowych, zmniejszanie się potencjałów rynkowych w miarę oddalania się od centrum rynku, a także lokalizacja punktów „siodłowych”, oznaczających wyrównanie się sił oddziaływania dwóch sąsiednich, konkurujących ze sobą rynków. Na uwagę zasługują również wyraźnie widoczne dysproporcje między granicami podziału administracyjnego a granicami obszarów rynkowych głównych miast (C_1 , C_2 , C_3), czyli dwoma wyróżnio-



Ryc. 2. Hierarchiczna struktura rynku regionalnego (rzut pionowy) wraz z liniową analizą wielkości stref oddziaływania rynkowego poszczególnych ośrodków
 1 – granice podziału administracyjnego, 2 – granice obszarów rynkowych głównych miast
 3 - linie wyznaczające centra ośrodków rynkowych, 4 - linie wyznaczające punkty przełamania stref oddziaływania rynkowego miast, 5 - miasta-ośrodki rynków w układzie hierarchicznym, 6 – punkty wyznaczające granice rynków w liniowym odwzorowaniu struktury obszaru

Źródło: Opracowanie własne,

nymi systemami podziału przestrzeni rynku. Odpowiednie odległości oznaczono symbolami d_1 i d_3 . Odcinek d_2 wyraża liniowy zasięg rynku miasta C_2 , będącego centralnym miejscem rozpatrywanego obszaru.

Uzupełnieniem przekrojowej analizy morfologii rynku regionalnego jest zamieszczone w dolnej części schematu (ryc. 2) liniowe odwzorowanie hierarchii rynkowej w układzie poszczególnych szczebli hierarchicznych. Poziom A przedstawia liniowe odwzorowanie zasięgów oddziaływania rynkowego ośrodków lokalnych, poziom B – ośrodków rejonowych, natomiast poziom C – ośrodków regionalnych. Dzięki takiemu ujęciu analitycznemu można zauważyć zachodzenie na siebie stref rynkowych różnych miast, każdorazowo na tle granic podziału administracyjnego.

Szczególą wymowę ma ostatni z przedstawionych poziomów liniowego odwzorowania struktury rynku regionalnego, czyli poziom D. Stanowi on bowiem syntezę, efekt jednoczesnego rzutu na prostą wszystkich poprzednio zidentyfikowanych i ujętych graficznie struktur jednorodnych rynków, odwzorowując ostateczny podział całego obszaru rynkowego na strefy podporządkowane poszczególnym ośrodkom. Całość osadzona zo-

stała również w tym przypadku na zarysie granic rynku regionalnego, a także granic administracyjnych. Uwagę zwraca fakt, iż w przedstawionej wzorcowej strukturze rynku dwukrotnie nie jest zachowana jego przestrzenna ciągłość, tzn. w obszarze rynkowym pewnego miasta występuje „enklawa” — mikrorynek innego miasta. Miasto to, i jego rynek, nie zostało całkowicie zdominowane i wchłonięte przez siły ciężenia głównego miasta, lecz konkurując skutecznie z tymi oddziaływaniami wytworzyło, chociaż na małym obszarze, własny rynek. Sytuację taką uwzględnia część D schematu zamieszczonego na ryc. 2, w stosunku do ośrodka B_2 i B_4 .

Istniejąca w danym momencie struktura przestrzenna rynku, wraz z całym jej układem hierarchicznym, cechuje się względną stabilnością, tzn. rozkład sił odpowiednich stref rynkowych na rozpatrywanym obszarze nie ulega istotnym zmianom w krótkich okresach. U podstawy sformułowania takiej tezy leży fakt, iż zasięg i kształt każdego rynku wyznaczone są z reguły przez zespół stałych elementów infrastruktury społecznej i gospodarczej, które razem z ukształtowaną strukturą sieci osiedleńczej generują strumienie przemieszczeń — o względnie stałym natężeniu — między wybranymi podobszarami danego terytorium. Wymienione elementy wyznaczają więc wpływ czynników systematycznych, które mają główne znaczenie wśród całego zespołu możliwych oddziaływań. Zakładając stabilność analizowanego układu interakcji przestrzennych nie można oczywiście abstrahować od doraźnego wpływu czynników niesystematycznych i losowych. Oddziaływając na rynek ze zróżnicowaną siłą w różnych okresach powodują one wystąpienie dodatkowych trudnych do przewidzenia, przesunięć w układzie sił grawitacyjnych w regionie.

Przyjęcie długiego okresu jako przedziału obserwacji przestrzennej struktury rynku daje możliwość rejestracji zmian, a przede wszystkim ich kierunku i natężenia, w ścisłym powiązaniu z ewolucją całego regionalnego układu rynkowego¹⁹.

Zasygnalizowane w niniejszym opracowaniu wybrane zagadnienia teoretyczno-metodologiczne związane z przestrzennym ujmowaniem rynku oraz procesów wymiany nie wyczerpują, ze zrozumiałych względów, tego szerokiego problemu, który niewątpliwie zasługuje na dalsze studia na podstawie dorobku wielu dyscyplin naukowych. Zaprezentowane ujęcie strukturalne wykluczyło możliwość poruszenia wielu innych aspektów istotnych do ostatecznego wyjaśnienia warunków kształtowania i funkcjonowania rynków regionalnych.

¹⁹ Zagadnienie przeobrażeń struktury systemów przestrzennych stanowi jeden z ważniejszych tematów zainteresowań współczesnych dyscyplin ekonomiczno-geograficznych. Niektóre koncepcje i ujęcia z tym związane omówił R. Domański, *Teoretyczne podstawy*.

PROCESSES AND FORMING CONDITIONS OF REGIONAL MARKET STRUCTURES

Summary

The article discusses theoretical questions related to a spatial structure of market in a regional scale. In the author's intentions the formation mechanism of hierarchical structural market arrangements has to be presented with all factors affecting trends and intensiveness of exchange processes in a spatial approach.

The author's reasoning is founded on the assumption that a spatial structure of a market and relevant spheres of market influence corresponding to it as well as market limits of specific metropolitan districts are a resultant of a spatial distribution of population purchases in the whole examined area. Consequently much attention was devoted to characterizing main causalities affecting location of purchases of individual consumers.

An attempt at final ordering of the applied division of regional market with regard to a rank and a range of centers was one of the main tasks of the present article. The following were distinguished: regional markets, local markets and micromarkets i.e. community markets, as elements of the model market structure. The whole study is presented against the background of the present administrative division of the state and in a close relation to it.