

## **ROLA HANDLU TARGOWISKOWEGO W ROZWOJU MIAST**

**Elżbieta Zuzńska-Żyśko, Sławomir Sitek**

*Katedra Geografii Ekonomicznej, Uniwersytet Śląski w Sosnowcu*

### **Wprowadzenie**

Handel to jedna z najstarszych działalności gospodarczych. Jego rozwój nie tylko wpływał na powstawanie i rozwój przestrzenny miast, lecz także tworzył ich podwaliny ekonomiczne i społeczne, kształtował system pieniężny i hierarchię społeczną. Pośrednio powiązany był prawie ze wszystkimi dziedzinami życia społeczno-gospodarczego. Jego rozwój powodował powstawanie miast, z kolei upadek w wielu przypadkach prowadził do zaniku funkcji miejskich.

Celem opracowania jest ukazanie roli handlu targowiskowego w rozwoju miast, zarówno w przeszłości historycznej, jak i współcześnie. Zakres przestrzenny odnosi się tak do miast europejskich, jak i do wybranych przykładów w Polsce.

### **Handel targowiskowy w przeszłości historycznej**

W starożytnej Mezopotamii, gdzie powstawały pierwsze miasta, handel był ważnym czynnikiem rozwoju miasta (Roaf, 1998). Handlowano miedzią, diorytem, złotem, lapisem, drewnem i czerwonym kamieniem, prawdopodobnie karneolem. Wielkie znaczenie miały też rynki handlowe na Dalekim Wschodzie. Przy szlakach handlowych powstawały chińskie ośrodki targowe. W Europie rynki handlu występowały już za czasów greckich i rzymskich (Braudel, 1992). W okresie cesarstwa rzym-

skiego targi zakładano m.in. w Europie Północnej, aby zwiększyć wymianę handlową w podbitych prowincjach (Brytannica, 2004). Warto wspomnieć, że w tym okresie terytorium Polski było trudno dostępne ze względu na puszcze, a osady przybierały jedynie postać grodzisk. Około X wieku zaczęły powstawać stałe grody, a wraz z nimi handel.

Współcześnie określenia „targ” i „jarmark” używane są jako synonimy. W przeszłości nie oznaczały one jednak tej samej formy organizacyjnej. Określenie „targ” miało bardzo szerokie znaczenie. W Polsce średniowiecznej był to plac handlowy, miejsce wymiany towarowej odbywającej się w pewne dni tygodnia, a jednocześnie skupisko sprzedających i kupujących, zwłaszcza produkty rolne i wyroby drobnego rzemiosła. Inne znaczenie tego słowa to „osada, której mieszkańcy trudnili się rzemiosłem i handlem” lub też „wystawa eksponatów z jakiejś dziedziny”. Targ to także targowanie się, a więc spór o cenę między kupującym, który chce zapłacić jak najmniej za towar lub usługę, a sprzedającym, który z kolei chce uzyskać jak najwyższą cenę.

Targ określany był jako bezpośrednia forma wymiany, chroniona przed nadmiernym pośrednictwem, tzw. rynek podstawowy, na którym sprzedawało się głównie z pierwszej ręki. Niemieckie powiedzenie głosi, że jest to handel tzw. ręką w rękę i oko w oko (*Hand in Hand, Auge in Auge Handel*), a więc wymiana natychmiastowa, co jest do sprzedania, sprzedaje się, co jest do kupienia, natychmiast kupuje się i od razu płaci (Braudel, 1992).

Targi odbywały się głównie w miastach i miasteczkach, zazwyczaj raz lub dwa razy w tygodniu. Było to uwarunkowane możliwościami produkcyjnymi wsi, która zaopatrywała rynki w podstawowe artykuły żywnościowe. Duże znaczenie miało geograficzne rozmieszczenie produkcji, a także odległość. Targi miały zasięg o promieniu 10–30 km (*Encyklopedia Historii Gospodarczej...*, 1981). Powyższe odległości wynikały z możliwości jednodniowego wyjazdu i powrotu w warunkach komunikacji konnej. Był to okres rozwoju gospodarki przedindustrialnej, opartej na produkcji rolnej i hodowlanej.

Targ był miejscem, gdzie spotykała się wieś z miastem, a więc producenci z konsumentami w dzisiejszym rozumieniu. Był miejscem lokalnej wymiany towarów, ale także miejscem stałych spotkań ludności, rzemieślników, handlarzy i kuglarzy. W pewnym sensie była to forma organizowania się gospodarki miejskiej, przenikania różnych kultur, spotkań politycznych, a nawet religijnych.

Powstawanie targowisk było najczęściej związane z rozwojem grodów i podgrodzi. W okresie przedlokacyjnym były tym elementem przestrzennym, który nadawał osiedlu charakter miejski. Cechą wczesnośredniowiecznych osiedli w Polsce było bezpośrednie połączenie podgrodzi rzemieślniczo-usługowych poprzez bramę miejską z targowiskami. Zarówno jedne, jak i drugie były zakładane przez księcia (lub za jego pozwoleniem) przez feudałów świeckich lub duchownych. Akt lokacyjny oddawał gminie miejskiej we władanie tereny przekazane jej przez księcia. W ich skład wchodziły gród–podgrodzie wraz z targowiskiem lub oddzielne targowisko oraz obszary rolne. Niejednokrotnie topografia terenu warunkowała usytuowanie targów z dala od

bram podgrodzia. Czynniki ekonomiczne sprawiały, że często zakładano targi przy głównych drogach handlowych, w znacznym oddaleniu od grodu. W ten sposób na początku XIII wieku powstały najstarsze w Polsce miasta lokacyjne, takie jak: Złotoryja, Środa Śląska lub Lwówek (Bobiński, 1975). Można określić je jako ośrodki targowe.

Według F. Braudela (1992) w XVI i XVII wieku w Anglii i Walii prawie każde miasto posiadało jeden targ<sup>1</sup>. Z obliczeń wynika, że w tym okresie liczba uczestniczących w handlu była od 6 do 7 razy większa niż liczba mieszkańców miasta. Podobnie było w Bawarii, gdzie na 1 targ przypadало 7300 mieszkańców. Autor ten uważa, że targi były sercem miasta i nawet najskromniejszy z nich stanowił szczebel, choć zapewne najniższy, w gospodarczej hierarchii. W określone dni stawał się naturalnym ośrodkiem życia społecznego, gdzie ludzie spotykali się, ugadzali, obrzucali obelgami, a porażki zmieniali w rękoczynny. Istniał też pewien rytm targów – stale powstawały i zanikały. Ich organizacja leżała w gestii władz miejskich. J. Beaujeu-Garnier i G. Chabot (1971) podkreślają, że tworzenie rynków było niegdyś regulowane. Według prawa niemieckiego nie wolno było ich organizować w odległości mniejszej niż 10 km od istniejącego już rynku. Prawo nakazywało handlować wyłącznie na palcu targowym i zakazywało handlu w domach, choć zasada ta nie zawsze była przestrzegana. Wymiana handlowa przybierała niejednokrotnie tak duże rozmiary przestrzenne, iż czasami rynek handlowy był za mały do obsługi wszystkich kupujących. Wówczas wyznaczano nowe place targowe. Na tych pomocniczych placach zazwyczaj handlowano jednym towarem, np. solą, bydłem, końmi, słomą i sianem, drewnem czy żelazem (Szczygieł, 1993). Pobierano opłaty, ale także pilnowano porządku i cen, które nie mogły rosnać tak, jak życzyliby sobie sprzedający. Do wyposażenia targu należało: oświetlenie (latarnie), dzwon, krzyż, waga, szopy i piwnice do wynajęcia. Krzyż miał dawać Boże błogosławieństwo i przypominać o nieoszukiwaniu. Sprzedaż towarów chętnie powierzano kobietom, które znakomicie radziły sobie jako przekupki. Z targiem łączy się wiele zwrotów np.: „dobić targu”, a więc doprowadzić do kupna-sprzedaży, na wsi dodatkowo przypieczętowane mocnym uściskiem lub przybiciem dłoni; „krakowskim targiem”, czyli kompromisowo pół na pół; „targować się”, a więc próbować obniżyć cenę towaru (Kopaliński, 1985). W codziennym życiu funkcjonowały też popularne przysłowia np.:

- Jeśli obca ci sztuka kupna i sprzedaży, targ cię jej nauczy.
- Pamiętaj o sobie, a także o targu.
- Człowiek przezorny woli przyjaciół na rynku, niż pieniądze w kufrze.
- Przyjdzie głupi, co kupi.
- Kuzyn w pożyczaniu, łajdak w oddawaniu.
- Lepszy dzień handlu, niż miesiąc roboty.

<sup>1</sup> W Anglii aż 760 miast i miasteczek posiadało targowiska, a w Walii 50 (Everitt za Braudelem, 1992).

- Cztery gęsi, dwie niewieście uczyniły jarmark w mieście.
- Gdy przyjdą na targ głupcy, cieszą się kupcy.
- Na świecie jak na jarmarku: lepiej się ten przyda, co się przecenia, niż ten, kto się nie docenia.
- Najlepiej kupować z pierwszej ręki.

W skali Europy targi były wchłaniane przez miasta i rosły wraz z nimi. Gdy tylko w mieście pojawiała się wolna przestrzeń, targ natychmiast ją zagospodarowywał. Często targi przenoszono pod mury miejskie lub nawet daleko na przedmieścia, ale z czasem i tak ponownie stawały się integralną częścią miast. Istniały też targi czynne tylko w określonych porach roku. Przykładowo, w Paryżu przed Katedrą Notre-Dame w Wielki Tydzień pojawiał się wielki targ sadła, na który przybywali zarówno bogaci, jak i ubodzy mieszczanie. Zaopatrywali się oni w słońinę i zapasy szynek. W Londynie nawet zamarznąłą Tamizę wykorzystywano jako miejsce handlu. Kupcy, sklepikarze i rzemieślnicy stawiali na niej liczne budy i wozy z żywnością (*Cały Londyn*, 2006). Dzień targowy był również okazją do zawierania umów kupna i sprzedaży działek, wieloletnich dzierżaw, darowizn, a nawet intercyz małżeńskich.

Specyficzną formą targów były jarmarki. Według W. Kopalińskiego (1985) słowo to pochodzi z niem. *Jahrmarkt*, czyli „targ doroczny”. Odbывał się on regularnie 2–3 razy w roku, zazwyczaj w jakieś święto kościelne, np. dzień św. Magdaleny w Beaucaire (Francja), św. Bartłomieja w Londynie (W. Brytania), św. Dominika w Gdańsku (Polska). Według *Słownika Polszczyzny XVI wieku* (1975), jarmark to „targ odbywający się regularnie w określonych terminach ustalonych dla poszczególnych miejscowości specjalnym przywilejem”. Organizowano je w ustalonych dorocznych terminach, a czas ich trwania wynosił zazwyczaj 1–2 dni. Dаты były ustalone z góry. W niektórych miastach francuskich odbywało się po 8 jarmarków rocznie. Czasami okres ich trwania wynosił 9, 10, a nawet 12 dni. W średniowiecznej Europie były one formą wolnego handlu z udziałem kupców z odległych krajów świata. Charakterystyczną ich cechą była wymiana dalekosiężnych towarów międzystrefowych i w znacznym stopniu również sprzedaż hurtowa. Rozróżniano jarmarki ogólne, na których sprzedawano różnorodne towary, oraz specjalne, na których z kolei handlowano np. bydłem lub końmi. Były też jarmarki wielkie i małe, o zasięgu lokalnym (*Encyklopedia Ekonomiczno-Rolnicza*, 1984). Duże jarmarki były miejscem spotkań kupców zachodniego świata, którzy korzystali z licznych przywilejów i ulg podatkowych. Zjeżdżali na niego kupcy z obcych krajów. W czasie ich trwania nie było ograniczeń w handlu (*Encyklopedia Staropolska...*, 1972), ale obowiązywały specjalne prawa, zaś tereny, na których się znajdowały, były pod opieką władz miejskich. Jarmarki przeważnie rozwijały się na granicy stref lub regionów gospodarczych.

W Polsce jarmarki, rozumiane jako instytucje handlu międzystrefowego, pojawiły się w XIII wieku (Gdańsk, Wrocław) wraz z rozwojem wyodrębnionego wielkiego kupiectwa. Ich dynamiczny rozwój nastąpił w XV–XVI wieku, kiedy w krajach Europy Środkowej i Wschodniej zaczęła się produkcja wielkotowarowa. Skupowano na nich produkty wywożone masowo na Zachód (zboże, futra, woły) i produkty leśne,

a także len. Z Zachodu przywożono z kolei sukno, wyroby metalowe, korzenie, wino, produkty luksusowe (*Encyklopedia Historii Gospodarczej...*, 1981).

Jarmarki wywierały ogromny wpływ nie tylko na handel lokalny, ale były też wielkim wydarzeniem gospodarczym. Niezależnie od czasu trwania i wielkości, każdy z nich przypominał w pewien sposób miasto, ze względu na dużą liczbę odwiedzających. Każdy z nich miał też własny rytm, kalendarz, dzisiaj powiedzielibyśmy również własną reklamę i marketing. Jarmarki stały się miejscem nietypowych zgromadzeń. „Przed prawdziwym jarmarkiem całe miasto otwiera swe bramy” (Braudel, 1992). Jarmark otwierany był uroczyście w formie przemarszu pochodu. Był to orszak o charakterze oficjalnym, nawet z udziałem króla, królowej czy księżąt. Wszyscy oni również podziwiali przywiezione na jarmark towary. Z uwagi na wykwintne stroje dam dworu, orszak był częścią całego widowiska jarmarcznego. Liczba odwiedzających była niejednokrotnie imponująca, np. w Beaucaire (Francja) sięgała ona 50 000 osób. Dlatego na duże jarmarki przybywano już dwa tygodnie wcześniej. Wśród sprzedających była duża różnorodność. Najważniejsi byli kupcy z odległych krain, sprzedający rzadkie towary i przeprowadzający wielkie transakcje. Sprzedawano również artykuły wyrobione własnoręcznie przez rzemieślników, czeladników, a nawet partaczy. Przyjeżdżali także wieśniacy sprzedający np. beczkę wina, koguta, worek mąki, własnoręcznie utkany len, wypalone z gliny garnki czy mleko oraz wyroby mleczne, jak masło, śmietanę. Różnorodność towarów i wyższość jarmarków nad targami utrwaliło powiedzenie: „Nie tak samo wracasz z targu, jak z jarmarku”. Funkcji handlowej towarzyszyła bowiem funkcja kulturalna. Wiązała się ona z faktem, że ludzie przybywali na jarmark także dla rozrywki. Było to święto ludowe i zarazem arystokratyczne. Był zatem gwar, hałas, muzyka i ludowa zabawa. Już w przeddzień jarmarku u bram, a także na placach słyhać było dźwięk trąb i dzwonów kościelnych. Można było zobaczyć sztuczne ognie, dudnienie bębnow, kuglarzy, żonglerów, linoskoczków, wędrownych muzyków i śpiewaków, trupy aktorskie, wróżbiarzy czy sprzedawców cudownych eliksirów, a nawet tzw. wyrwizębów. Obecnie „klimat” dawnych jarmarków można odnaleźć tylko w filmach historycznych, chociaż pewna ich forma przetrwała jeszcze w niektórych krajach, określanych jako słabo rozwinięte, np. w Maroku. Olbrzymi nieregularny plac Dżemaa el-Fna w Marakeszu przypomina atmosferą stare jarmarki europejskie w pierwotnej formie.

W Polsce nadal odbywa się doroczny jarmark dominikański, którego tradycja sięga XIII wieku. Ustanowiony został bowiem bullą papieską Aleksandra IV w 1260 r. na wniosek zakonu dominikanów. Jarmark miał na celu nakłonienie wiernych do uczestnictwa we mszy odpustowej 4 sierpnia (w dzień św. Dominika). O godz. 12.00 rozbrzmiewały dzwony obwieszczające rozpoczęcie jarmarku na placu Dominikańskim. Ludowy festyn służył nabożnym modłom i zabawie. Współczesny jarmark trwa 3 tygodnie i bierze w nim udział ponad 1000 handlowców, artystów, rzemieślników i kolekcjonerów ([www.wikipedia.pl](http://www.wikipedia.pl)).

W Europie jarmarki były ze sobą powiązane i od siebie uzależnione, a kupcy wędrowali z jednego jarmarku na drugi. Układano nawet trasy jarmarczne, aby łatwo

można było odnaleźć kolejne miejscowości. F. Braudel (1992) wskazuje, że jarmarki cieszyły się w Europie zmienną sławą. Jedne podupadały, inne zyskiwały na znaczeniu. Ich rozwój lub upadek decydował o randze miasta w systemie osadniczym. Znaczenie jarmarków zmalało w XVII wieku, a ich zmierzch zaczynał się w XVIII wieku. W związku z rozwojem komunikacji i handlu systematycznie zanikały jarmarki w Holandii, Niemczech, a także w Polsce, chociaż na mniejszą skalę (w Lublinie, Sandomierzu, Toruniu, Poznaniu, Gnieźnie, Gdańsku, Krakowie, we Lwowie). Wiele towarów wytwarzano już fabrycznie, bez obciążeń celnych i w sposób seryjny. W XIX wieku władze zaborcze, zwłaszcza pruskie, dążyły do likwidacji jarmarków o mniejszym znaczeniu gospodarczym. W zaborze pruskim zarządzeniami z 1805 i 1817 r. zlikwidowano wszystkie jarmarki wiejskie, ograniczono też miejskie, co spowodowało ponad dwukrotne zmniejszenie się ogólnej ich liczby. Z drugiej strony następowała ich specjalizacja (wełniane, chmielne, tytoniowe, końskie, włókiennicze).

Handel targowiskowy zaczął tracić na znaczeniu, gdyż pojawiła się inna nowoczesna forma handlu, a mianowicie sklepy. Targ odbywał się od czasu do czasu, a sklep funkcjonował stale. Sklepy zaczynały się rozwijać w XVII wieku, gdy w miastach i na wsiach osiedlają się kupcy łokciowi i oberżyści. Sklepy zdobyły przewagę w handlu nad targami. Po pierwsze były luksusowe, posiadały atrakcyjny wystrój, dużą powierzchnię, szklane witryny, stały charakter punktów sprzedaży, przedłużony czas otwarcia, reklamę. Te walory sprawiły, że sklepy stały się bardzo atrakcyjną formą sprzedaży, która obowiązuje do dzisiaj.

## **Handel targowiskowy we współczesnych warunkach gospodarczych w Polsce**

Obecnie handel targowiskowy stanowi część działalności handlowej, która wiąże się głównie ze sprzedażą na targowiskach lub bazarach. Przez targowisko rozumie się wyodrębniony teren, na którym odbywa się lokalna sprzedaż produktów rolnych między producentami rolnymi (rolnikami) oraz jednostkami handlowymi lub między rolnikami a ludnością nierolniczą w wyznaczone dni tygodnia (*Metodologia badań...*, 2002). W obecnych warunkach gospodarki rynkowej organizacja targowisk i hal targowych należy do zadań własnych gminy (ustawa z 8 marca 1990 r. o samorządzie terytorialnym).

W Polsce, jak opisuje A. Werwicki (2000a), geograficzne studia nad handlem targowiskowym prowadzono już w latach 30. XX wieku, ale na stałe do programu badań ta problematyka weszła po drugiej wojnie światowej. Rola targów w latach 50. i 60. XX wieku była jednak zupełnie inna niż obecnie. Mniejszy asortyment towaru, inne środki transportu, mniejsza dostępność komunikacyjna sprawiły, że targowiska odgrywały rolę zaopatrzeniową ludności w produkty rolne. W latach 60., 70. i 80. XX wieku powstało szereg opracowań ukazujących rolę handlu w rozwoju miast

(Werwicki 1965, 1974; Liszewski, Zając 1970; Stolarczyk 1970; Szczygielski 1971; Górka 1973; Liszewski 1975; Mydel 1977; Dziegieć, Suliborski 1982; Dziegieć 1984).

Badanie targowisk ponownie zyskało na znaczeniu w latach 90. XX wieku. Ten ważny dla Polski okres rozwoju prywatnej przedsiębiorczości sprawił, że rozwój handlu nabrał nowego wymiaru. Transformacja systemowa i swoboda przekraczania granic uaktywniły przedsiębiorczość Polaków, którzy wyjeżdżali za granicę po różne towary i sprzedawali je ze znacznym zyskiem w kraju. Powstające bazy przygraniczne na wschodzie, zachodzie i południu Polski zdynamizowały handel targowiskowy, przynosząc znaczne dochody miastom. Na te ważne procesy zwrócili uwagę badacze pogranicza wschodniego (Werwicki, Powęska, 1993; Powęska, 1994, 1995; Werwicki, 1994), pogranicza zachodniego (Matykowski, Schaefer, 1997; Matykowski i in., 1998), południowego (Konecka, Weltrowska, 1997; Kłosowski, 2001, Kłosowski, Runge, 2002). Wszyscy ci autorzy zwracali uwagę na silną pozycję handlu jako czynnika miastotwórczego.

W trakcie dynamicznie rozwijających się bazarów transgranicznych także w centrum kraju organizował się handel targowiskowy. Liczba bazarów rosta do połowy lat 90. Ta problematyka zainteresowała geografów zarówno w odniesieniu do targowisk miejskich i rozwoju usług handlowych w dużych miastach (Dziechciarz 1992–1993; Koziół, Miszewska, 1997; Kłosowski, 1997, Wołaniuk, 1997; Więclaw, 1997, Więclaw-Michniewska 2006; Tkocz, Duś, 1997; Dziechciarz, 1999; Górka, 2004), jak i strefy podmiejskiej, gdzie powstały centra targowo-bazarowe (Musiał, Michalski, 1994; Jankóbczyk-Gryszkiewicz, 2007; Zuzńska-Żyśko, 2008; Klima, Zajączkowski, 2009).

Liczba targowisk stałych w Polsce w latach 90. XX wieku mimo niewielkiego spadku, utrzymuje się na podobnym poziomie. Obecnie istnieje 10523 targowisk, w tym 2261 stałych i 8262 sezonowych. Roczne wpływy z opłaty targowej wynoszą 264 mln zł (*Handel wewnętrzny*, 2003; *Rynek wewnętrzny*, 2008).

W ostatnich latach przestrzeń handlowa podlega szczególnie dynamicznym zmianom. Centra handlowe wysysają handel z przestrzeni śródmiejskich i coraz częściej wypierają handel targowiskowy z atrakcyjnie położonych terenów. Ma to określone konsekwencje dla rozwoju miast, funkcji centralnych w dzielnicach śródmiejskich, a także dla struktury przestrzennej. Władze samorządowe (szczególnie w dużych miastach) dostrzegają, jak ważną rolę odgrywa ta tradycyjna forma sprzedaży. Targowiska wpisują się na stałe w krajobraz polskich miast i są potrzebne z uwagi na indywidualne potrzeby oraz przyzwyczajenia mieszkańców. Choć konsumenci coraz częściej robią zakupy w większych sklepach, to targowiska cieszą się ciągle jeszcze sporym zainteresowaniem. W Warszawie np. istnieje około 70 mniejszych i większych targowisk. Mimo to wyznaczono miejsca pod nowe i w stolicy ma powstać aż 25 nowych, jednodniowych targowisk w wybranych dzielnicach. Według Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Kupców i Drobnej Wytwórczości w Warszawie około 10–15 tys. osób zaangażowanych jest w handel targowiskowy (*Petycja...*, 2006). Również poznaniacy chętnie kupują na targowiskach za sprawą dużego wyboru, atrakcyjnych cen i zachęcająco wyeksponowanych towarów. Na targowiskach nie ma uniformizacji

straganów. Lokalne targowiska są obecne w wielu dzielnicach, a nawet na osiedlach. Stoiska targowe i bazarowe stanowią blisko 25% ogółu placówek handlowych w mieście i pełnią ważną funkcję na rynku pracy (Kaczmarek, Kaczmarek, 2006). Niektóre targowiska wymagają też modernizacji i zmian cywilizacyjnych. Na ich przestarzałą infrastrukturę zwraca uwagę A. Jajszczyk (2007), rozpatrując targowiska w Krakowie. Zauważa się też inne problemy. Mimo iż targi są stałym elementem krajobrazu miejskiego, czasami ich stara forma przegrywa z nowoczesnością. Z kolei brak wolnej przestrzeni we Wrocławiu powoduje likwidację targowisk miejskich; z 18 aż 7 wkrótce zostanie zlikwidowanych (Gazeta Polska, 2006). Przestrzeń zajmowana obecnie przez targowiska jest potrzebna pod nowe galerie handlowe i hotele. Coraz częściej tereny tego typu są wielką atrakcją dla potencjalnych inwestorów i developerów. W niektórych miastach Polski właśnie na terenach targowisk powstają nowe galerie handlowe, jak np. Jagiellonia w Białymstoku czy centrum handlowe Galeria Cuprum Arena w Lubinie (*Koniec ery targowisk...*, 2008).

## Podsumowanie

Handel targowiskowy to jedna z najważniejszych działalności w rozwoju miast. Szczególnie dużą rolę odgrywał on w przeszłości historycznej, dając podwaliny pod lokację nowych miast, organizując przestrzeń o funkcjach miejskich i decydując o rozwoju miast i ich randze w systemie osadniczym. Rola targów i jarmarków była zmienna w czasie i przestrzeni, ale zawsze była istotnym elementem rozwoju.

Targowiska miejskie, stanowiące niegdyś popularne miejsca sprzedaży, współcześnie w coraz większym stopniu są wypierane przez inne formy handlu, jak tanie sklepy dyskontowe, supermarkety, sklepy internetowe. Wydaje się jednak, że wciąż cieszą się zainteresowaniem konsumentów, choć nie tak dużym jak w przeszłości. Badania ankietowe przeprowadzone w Opolu i Szczecinie wskazują na niewielki (4–7%) udział konsumentów robiących zakupy na targowiskach (*Raport...*, 2005, 2007), a zatem wydaje się, że w przyszłości targi miejskie będą odgrywały znacznie mniejszą rolę w rozwoju miast. Przejście organizacji sprzedaży z Europy Zachodniej może prowadzić do ograniczenia, a w konsekwencji do zaniku tej tradycyjnej formy sprzedaży.

## Literatura

- Beaujeu-Garnier J., Chabot G., 1971, *Zarys geografii miast*, PWE, Warszawa.
- Braudel F., 1992, *Kultura materialna, gospodarka i kapitalizm XV-XVIII wieku. Gry wymiany*, tłum. Dorota Ziółkowska, t. II, PIW, Warszawa.
- Bobiński S., 1975, *Urbanistyka polskich miast przedkolonijnych. Studia i materiały do teorii i historii architektury i urbanistyki*, PAN Komitet Architektury i Urbanistyki, PWN, Warszawa, s. 167–178.



- Britannica*, edycja polska, 2004, Wyd. Kurpisz, 42, Poznań.
- Cały Londyn*, 2006, Przewodnik, Wyd. Escudo de Oro.
- Dziechciarz T., 1992–1993, *Funkcjonowanie handlu na placach targowych na przykładzie Placu Nowego w Krakowie*, Folia Geographica, Series Geographica-Oeconomica, vol. XXV–XXVI, Kraków, s. 81–91.
- Dziechciarz T., 1999, *Funkcjonowanie placów targowych miasta Krakowa*. Inst. Geogr. UJ, Kraków, maszynopis pracy doktorskiej.
- Dziegieć E., 1984, *Zasięg oddziaływania centrum handlowego małego miasta*, Acta Univ. Lodz., Folia Geographica, z. 3.
- Dziegieć E., Suliborski A., 1982, *Zewnętrzne i wewnętrzne strefy oddziaływania handlu detalicznego w Siewierzu*, Acta Univ. Lodz., Folia Geographica, z. 1.
- Encyklopedia Ekonomiczno-Rolnicza*, 1984, Wyd. Rolnicze i Leśne, Warszawa.
- Encyklopedia Historii Gospodarczej Polski do 1945 roku*, 1981, Wiedza Powsz., Warszawa, t. I.
- Encyklopedia Staropolska Ilustrowana*, Z. Gloger, 1972, t. 2, t. 4, Wiedza Powsz., Warszawa.
- Gazeta Polska, 2006.11.29.
- Górka Z., 1973, *Koncentracja handlu detalicznego Krakowa w dzielnicy katastralnej Śródmieście*, Folia Geographica, Series Geographica-Oeconomica, vol. VI, Kraków, s. 61–75.
- Górka Z., 2004, *Krakowska dzielnica staromiejska w dobie społeczno-ekonomicznych przemian Polski na przełomie XX i XXI wieku*, IGiGP UJ, Kraków, s. 54–67.
- Handel wewnętrzny*, 2003, GUS, Warszawa.
- Jajszczyk A., 2007, *Place targowe Krakowa – czas na zmiany?* Gazeta.pl, Kraków z 7.12.
- Jakóbczyk-Gryszkiewicz J., 2007, *Centrum targowo-bazarowe w strefie podmiejskiej Łodzi i jego funkcjonowanie po wejściu Polski do Unii Europejskiej*, Czas. Geogr., 78, 4, s. 303–323.
- Kaczmarek T., Kaczmarek U., 2006, *Stara i nowa przestrzeń handlowa Poznania*, [w:] 20. I. Jażdżewska (red.), *Nowe przestrzenie w mieście, ich organizacja i funkcje*, XIX Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wyd. UŁ, Łódź, s. 221–230.
- Klima E., Zajączkowski J., 2009, *Społeczna ocena funkcjonowania targowisk w obszarze metropolitalnym Łodzi na przykładzie Tuszyna i Głuchowa*, [w:] T. Marszał (red.), *Funkcja usługowa małych miast*, Wyd. UŁ, Łódź, s. 123–128.
- Kłowski F., 1997, *Główne ulice handlowe wybranych miast aglomeracji katowickiej w latach 1991–1995*, [w:] J. Kaczmarek (red.), *Współczesne przemiany struktur przestrzennych dużych miast*, IX Konwersatorium Wiedzy o Mieście, UŁ, Łódź, s. 97–104.
- Kłowski F., 2001, *Usługi w miastach granicznych Cieszyn i Cieszyn Czeski*, [w:] J. Runge (red.), *Problemy społeczno-demograficzne pogranicza*, Prace Nauk. UŚ, s. 189–213.
- Kłowski F., Runge J., 2002, *Usługi w mieście przygranicznym na przykładzie Cieszyna*, Geographia. Studia et dissertationes, Katowice, 25, s. 74–91.
- Konecka B., Weltrowska J., 1997, *Funkcje handlowe Cieszyna i Cieszyna Czeskiego*, [w:] W. Maik, D. Sokołowski (red.), *Geografia osadnictwa, ludności i turystyki wobec transformacji systemowej*, Toruń, s. 223–226.
- Koniec ery targowisk – czas na galerie*, 19.09.2008, [www.hotmoney.pl](http://www.hotmoney.pl).

- Kopaliński W., 1985, *Słownik mitów i tradycji kultury*, PIW, Warszawa, s. 425, 1171–1172.
- Kozieł R., Miszewska B., 1997, *Morfologia i ekstraordynacyjne funkcje ulicy Świdnickiej we Wrocławiu*, [w:] J. Kaczmarek (red.), *Współczesne przemiany struktur przestrzennych dużych miast*, IX Konwersatorium Wiedzy o Mieście, UŁ, Łódź, s. 79–88.
- Liszewski S., 1975, *Współczesny stan zagospodarowania Wolborza i możliwości jego aktywizacji gospodarczej*, [w:] *400-lecie A. Frycza-Modrzewskiego. 700-lecie nadania praw miejskich Wolborzowi*, Łódź.
- Liszewski S., Zając F., 1970, *Studium rozwoju funkcji i powiązań przestrzennych małego miasta na przykładzie Poddębic*, Zeszyty Naukowe UŁ, seria II, z. 38.
- Matykowski R., Schaefer K., 1997, *Spoleczne i ekonomiczne aspekty funkcjonowania przygranicznego zespołu miejskiego Gubin-Guben*, Biuletyn KPZK PAN, nr 171, s. 91–103.
- Matykowski R., Kulczyńska K., Tobolska A., Konecka-Szydłowska B., 1998, *Polskie obszary przygraniczne w okresie transformacji*, [w:] J. Parysek, H. Rogacki (red.), *Przemiany społeczno-gospodarcze Polski lat dziewięćdziesiątych*, Wyd. Nauk. Bogucki, Poznań, s. 145–173.
- Metodologia badań rynku targowiskowego. Przewodnik do badań na targowiskach*. Materiał przygotowany do celów szkoleniowych. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Departament Przetwórstwa i Rynków Rolnych, Warszawa, październik 2002.
- Musiał W., Michalski W., 1994, *Tuszyńsko-rzgowski handlowy inkubator przedsiębiorczości*, [w:] *Region miejski, centrum a peryferia w okresie transformacji politycznej, gospodarczej i społecznej*, VII Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wyd. Naukowe UŁ, Łódź, s. 95–102.
- Mydel R., 1977, *Place targowe współczesnego Krakowa*, Zeszyty Naukowe UJ, Prace Geograf., Kraków, s. 44.
- Petycja Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Kupców i Drobnej Wytwórczości do Prezydenta Miasta Stołecznego Warszawy z dnia 11 XII 2006 r. w sprawie pełnomocnika ds. targowisk w Warszawie*.
- Powęska H., 1994, *Handel i usługi w strefie pogranicza polsko-rosyjskiego*, [w:] A. Stasiak, T. Komornicki (red.), *Problemy współpracy przygranicznej pomiędzy Polską a Obwodem Kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej. Podstawy rozwoju zachodnich i wschodnich obszarów przygranicznych Polski*, Biuletyn IGiPZ PAN, 6, s. 81–90.
- Powęska H., 1995, *Rozwój handlu i usług na wschodnim pograniczu Polski – problemy, szanse, zagrożenia*, Przegląd Geograficzny, 3–4, s. 285–300.
- Raport badania stanu nasycenia w obszarze handlu i usług w Szczecinie*, W. Wroński (kier. projektu), 2005, 6. Program Ramowy Europejskich Badań Rozwoju oraz Prezentacji wspomagający Tworzenie Europejskich Obszarów Badawczych 2004–2005, Eurotest Instytut Usług Marketingowych, Gdańsk.
- Raport Programu Badawczego UE Stanu i Rozwoju Sektora Handlu i Usług w Opolu*, W. Wroński (kier. projektu), 2007, Eurotest Instytut Usług Marketingowych, Gdańsk
- Roaf M., 1998, *Mezopotamia. Wielkie Kultury Świata*, Świat Książki, Diogenes, Warszawa.
- Runge J. (red.), 2003, *Granice, obszary przygraniczne, euroregiony*, Wyd. UŚ, Katowice.
- Rynek wewnętrzny w 2008 r.*, GUS, Warszawa, s. 70, 89–90.
- Słownik Języka Polskiego* (red. M. Szymczak), 1981, t. 3, PWN, Warszawa.

- Słownik polszczyzny XVI wieku (red. R. Mayerowa), 1975, PAN IPL, Warszawa.
- Stolarczyk B., 1970, *Z badań nad lokalizacją zakupów ludności w sklepach ogólnospożywczych średniego miasta (na przykładzie m. Prudnika)*, Materiały i Studia Opolskie, 12, z. 22.
- Szczygielski J., 1971, *Koźle jako ośrodek handlowy dla zaplecza*, [w:] *Ziemia Kozielska, Studia i Materiały*, 1, Opole.
- Szczygieł R., 1993, *Rola handlowa placów miejskich w średnich i małych miastach Rzeczypospolitej w XVI–XVIII wieku*, Kwartalnik Historii Kultury Materialnej. Instytut Archeologii i Etnologii PAN, Warszawa, 2, s. 285–291.
- Tkocz M., Duś E., 1997, *Tendencje zmian w użytkowaniu fragmentu Katowic w latach 1984–1995*, [w:] J. Kaczmarek (red.), *Współczesne przemiany struktur przestrzennych dużych miast*, IX Konwersatorium Wiedzy o Mieście, UŁ, Łódź, s. 115–122.
- Ustawa z 8 marca 1990 r. o samorządzie terytorialnym, art. 7 ust. 1.
- Werwicki A., 1965, *Funkcje usługowe osiedli miejskich w rejonie Wałbrzycha i Świdnicy oraz strefy ich oddziaływania*, Przegląd Geograficzny, t. XXXVII, s. 93–108.
- Werwicki A., 1974, *Rola Żuromina w organizacji lokalnej sieci osadniczej*, Dokumentacja Geograficzna, 2, s. 142–160.
- Werwicki A., 1994, *Transformacja sieci handlu i usług na obszarach przygranicznych Polski (w latach 1989–1992)*, [w:] P. Eberhardt, K. Miros (red.), *Węzłowe problemy współpracy przygranicznej. Podstawy rozwoju zachodnich i wschodnich obszarów przygranicznych Polski*, Biuletyn IGiPZ PAN, nr 5, s. 151–161.
- Werwicki A., 2000a, *Handel targowiskowy aglomeracji łódzkiej na tle jego znaczenia ogólnopolskiego w latach 1994–1997*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
- Werwicki A., Powęska H., 1993, *Rejony przejść granicznych jako obszary koncentracji handlu i usług – granica zachodnia*, [w:] *Podstawy rozwoju zachodnich i wschodnich obszarów przygranicznych Polski*, Biuletyn IG i PZ PAN, s. 61–85.
- Więclaw J., 1997, *Przemiany strukturalne ulicy Krakowskiej w dzielnicy Kazimierz w Krakowie w latach dziewięćdziesiątych*, [w:] J. Kaczmarek (red.), *Współczesne przemiany struktur przestrzennych dużych miast*, IX Konwersatorium Wiedzy o Mieście, UŁ, Łódź, s. 89–95.
- Więclaw-Michniewska J., 2006, *Nowe przestrzenie handlowe w aspekcie realizacji zadań samorządu terytorialnego*, [w:] I. Jażdżewska (red.), *Nowe przestrzenie w mieście, ich organizacja i funkcje*, XIX Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wyd. UŁ, Łódź, s. 277–280.
- Wolaniuk A., 1997, *Ulica Piotrkowska*, [w:] J. Kaczmarek (red.), *Współczesne przemiany struktur przestrzennych dużych miast*, IX Konwersatorium wiedzy o mieście, Łódź, s. 63–78.
- Zuzańska-Żyśko E., 2008, *Będzin regionalnym ośrodkiem handlu od wczesnego średniowiecza do współczesności*, rozdz. 10, [w:] M. Pulinowa (red.), *Będzin 1358–2008. Środowisko przyrodniczo-geograficzne*, tom I, Muzeum Zagłębia w Będzinie, Będzin, s. 179–196.
- www.wikipedia.pl

