



Centrum Badania Opinii Społecznej

ul. ŻURAWIA 4 skr. pt. 24

00-955 WARSZAWA 15

SEKRETARIAT: 28-37-04; 29-35-69

ZESPÓŁ REALIZACJI BADAŃ: 40-56-41

Telefon dyżurny 21-34-34

Telex: 816-436

BS/213/94/90

SPOŁECZEŃSTWO O HANDLU ULICZNYM

Komunikat z badań

Warszawa, lipiec 1990 r.

Jednym z najbardziej widocznych, a zarazem najbardziej kontrowersyjnym przejawem wprowadzonych z początkiem tego roku nowych zasad gospodarczych jest handel uliczny. W środowiskach masowego przekazu toczy się wokół niego ożywiona dyskusja. Docenia się konkurencyjność tej formy sprzedaży wobec dotychczasowych monopolistów, ale zarazem czyni starania, aby ją w jakiś sposób ucywilizować. W lutym br. aż 90% uczestników sondażu przeprowadzonego wśród mieszkańców Warszawy¹ opowiedziało się za utrzymaniem handlu ulicznego, choć jednocześnie 80% badanych postulowało uregulowanie zasad jego funkcjonowania.

Z przeprowadzonego w końcu czerwca sondażu CBOS² wynika, że przy zakupach żywnościowych aż 82,2% respondentów korzysta z usług ulicznych sprzedawców (w tym 22,7% - systematycznie, 38,5% - czasami, a 21% - bardzo rzadko). Nieco mniejsza grupa (60,9%) kupuje na ulicy artykuły przemysłowe (systematycznie - 8,5%, czasami - 24,6%, rzadko - 27,8%). Klientami przenośnych "placówek" handlowych są najczęściej ludzie młodzi, mieszkający w miastach, prywatni przedsiębiorcy, unikają ich zaś przede wszystkim ludzie starsi i osoby z wykształceniem podstawowym. O ile zakupów żywnościowych dokonują przeważnie ludzie zamożniejsi, o tyle zakupy artykułów przemysłowych nie są uzależnione od zawartości portfela (tab.1 i 2 aneksu).

Najczęściej korzystanie ze straganów ulicznych uzasadnia się cenami niższymi niż w innych placówkach handlowych. Znacznie rzadziej mówi się o lepszym zaopatrzeniu, wyższej jakości czy o uniknięciu kolejek (tab.1).

Potwierdzeniem dominującej roli motywacji cenowej jest fakt, że osoby podkreślające konieczność poszukiwania tańszej żywności chętniej korzystają z usług ulicznych handlowców niż osoby nie widzące potrzeby ograniczania wydatków na artykuły spożywcze (tab.2).

¹ Sondaż "O czym mówi świat i kraj?" przeprowadzono w dniu 24.02.1990 roku na reprezentatywnej próbie udziałowej dorosłych mieszkańców Warszawy (N=499).

² "Aktualne problemy i wydarzenia (6)" - badanie przeprowadzone w dniach 22-26.06.1990 roku na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie losowej dorosłej ludności (N=1490).

Tabela 1

w procentach

Przyczyny zakupów ulicznych	Żywność	Artykuły przemysłowe
Duży wybór towarów	5,6	10,5
Niższe ceny	82,6	70,0
Lepsza jakość towarów	2,5	2,6
Kupowanie bez kolejek	2,6	3,3
Pewność zaspokojenia potrzeb	4,7	9,3
Inne powody	1,3	1,5
Trudno powiedzieć	0,6	2,1

Tabela 2

w procentach

Konieczność szukania tańszej żywności	Częstotliwość zakupów:			
	systematycznie	czasami	rzadko	nigdy
Istnieje	85,9	83,8	78,2	69,6
Nie istnieje	14,1	16,2	21,8	30,3

Funkcje, jakie spełnia handel uliczny, decydują o niechętnym stosunku badanych do idei jego likwidacji. Za zakazaniem tego rodzaju działalności opowiada się bardzo mały odsetek respondentów (6,1% w przypadku żywności, 6% w odniesieniu do artykułów przemysłowych). Jednak przytłaczająca większość widzi konieczność dokonania zmian w zasadach funkcjonowania ulicznych placówek handlowych (84,1% badanych w przypadku handlu żywnością, 73,3% produktami przemysłowymi). Jeśli chodzi o sprzedaż artykułów technicznych, to podkreśla się potrzebę ograniczenia jej do miejsc wydzielonych, w odniesieniu zaś do handlu produktami spożywczymi mówi się przede wszystkim o konieczności wprowadzenia kontroli sanitarnej. Co ciekawe, poglądy na temat przyszłości ulicznego handlu są w znacznej mierze niezależne od częstotliwości korzystania z jego usług (tab. 3 i 4).

Tabela 3

w procentach

Stosunek do handlu ulicznego artykułami spożywczymi	Częstotliwość zakupów:	
	często	rzadko lub wcale
Zezwolić bez ograniczeń	9,9	7,8
Zezwolić w wydzielonych miejscach	11,5	8,6
Zezwolić pod kontrolą	27,7	28,6
Zezwolić w wydzielonych miejscach i pod kontrolą	47,9	43,9
Zakazać	3,1	11,1

Tabela 4

w procentach

Stosunek do handlu ulicznego artykułami przemysłowymi	Częstotliwość zakupów:	
	często	rzadko lub wcale
Zezwolić bez ograniczeń	22,3	18,3
Zezwolić w wydzielonych miejscach	39,7	35,5
Zezwolić pod kontrolą	6,7	5,7
Zezwolić w wydzielonych miejscach i pod kontrolą	29,0	32,7
Zakazać	2,2	7,9

Osoby starsze i z niższym wykształceniem częściej postulują rozwiązania skrajne - zakaz lub pozostawienie wszystkiego bez zmian, natomiast młodszy i wyżej wykształceni respondenci opowiadają się raczej za ucywilizowaniem tej formy sprzedaży (tab.3 i 4 aneksu).

x

x

x

Badania wykazały, że tak bardzo w ostatnim czasie rozpowszechniona forma działalności handlowej, pomimo jej negatywnych aspektów, znalazła społeczne uznanie. Jest ono w znacznym stopniu niezależne od cech społeczno-demograficznych respondentów. Zdecydowała o tym przede wszystkim konkurencyjność

cen proponowanych przez ulicznych sprzedawców, a w przypadku osób zamożniejszych także bogactwo oferty handlowej. Oznacza to, że sprzedaż uliczna może się zadomowić na dłuższy czas, stając się nieodzownym elementem polskiego krajobrazu gospodarczego.

Istnieje obawa, że zbyt daleko idące próby ucywilizowania tego rodzaju działalności handlowej - poprzez oparcie jej na bardziej skomplikowanych podstawach prawnych - mogą wywołać duże niezadowolenie społeczne. Szczególnie niechętnie może być przyjęte wprowadzenie nowych przepisów celnych i podatkowych powodujących znaczny wzrost cen. Oczekuje się natomiast kontroli handlu ulicznego, zwłaszcza sanitarnej, i ograniczenia go do specjalnie wyznaczonych targowisk.

ANEKS

Tabela 1

w procentach

Charakterystyka badanych	Częstotliwość dokonywania zakupów żywnościowych u ulicznych sprzedawców:				
	systematycznie	czasami	bardzo rzadko	nigdy	trudno powiedzieć
Ogółem	22,7	38,6	21,0	17,6	0,1
<u>Płeć</u>					
Mężczyźni	21,4	35,3	23,9	19,4	0,1
Kobiety	24,1	42,0	18,1	15,7	0,0
<u>Wiek</u>					
Do 29	25,2	42,6	18,3	13,9	0,0
30-39	23,2	38,5	21,4	16,8	0,0
40-49	23,6	41,8	20,7	13,5	0,3
50 lat i więcej	20,5	34,9	22,3	22,3	0,0
<u>Miejsce zamieszkania</u>					
Wieś	11,7	35,4	27,9	24,9	0,2
Miasto	29,8	40,7	16,7	12,9	0,0
<u>Wykształcenie</u>					
Podstawowe	17,8	32,8	24,4	25,0	0,0
Zasadnicze zawodowe	25,1	38,0	23,2	13,7	0,0
Średnie	25,6	43,7	17,0	13,7	0,0
Wyższe	25,2	44,9	16,5	12,6	0,8
<u>Grupa społeczno-zawodowa</u>					
Inteligencja	16,2	47,3	23,0	12,2	1,4
Pozostali umysłowi	23,9	44,5	17,0	14,7	0,0
Pracownicy handlu i usług	22,6	46,8	12,9	17,7	0,0
Robotnicy wykwalifikowani	27,4	35,0	21,9	15,6	0,0
Robotnicy do prac prostych	24,5	30,9	27,7	17,0	0,0
Rolnicy indywidualni	8,8	37,6	28,4	25,2	0,0
Prywatni właściciele	32,6	32,6	13,0	21,7	0,0
Emeryci i renciści	26,0	37,3	18,8	17,8	0,0
Pozostali niepracujący	28,0	40,2	18,5	13,2	0,0
<u>Dochód na osobę</u>					
Bardzo niski	15,4	37,4	27,5	19,8	0,0
Niski	23,4	39,0	20,9	16,5	0,2
Przeciętny	25,9	37,0	21,2	16,0	0,0
Wysoki	19,2	43,2	17,6	20,0	0,0
Bardzo wysoki	26,7	38,3	13,3	21,7	0,0
<u>Sektor zatrudnienia</u>					
Uspołeczniony	23,4	38,5	20,4	17,6	0,2
Nie uspołeczniony	22,5	37,3	21,6	18,6	0,0
Niepracujący	21,9	40,4	21,6	16,1	0,0

Tabela 2

w procentach

Charakterystyka badanych	Częstotliwość dokonywania zakupów artykułów przemysłowych u ulicznych sprzedawców:				
	systematycznie	czasami	bardzo rzadko	nigdy	trudno powiedzieć
Ogółem	8,5	24,7	27,9	38,7	0,2
<u>Płeć</u>					
Mężczyźni	7,7	23,8	29,1	39,0	0,4
Kobiety	9,3	25,6	26,7	38,4	0,0
<u>Wiek</u>					
Do 29	9,6	38,3	28,3	23,5	0,4
30-39	10,7	30,2	30,7	28,4	0,0
40-49	8,6	22,5	30,0	38,6	0,3
50 lat i więcej	6,2	15,8	24,3	53,5	0,2
<u>Miejsce zamieszkania</u>					
Wieś	4,0	27,4	30,8	37,5	0,3
Miasto	11,4	22,9	26,1	39,5	0,1
<u>Wykształcenie</u>					
Podstawowe	5,9	20,4	26,8	46,8	0,2
Zasadnicze zawodowe	10,1	24,6	30,6	34,4	0,3
Średnie	10,2	28,2	27,3	34,2	0,0
Wyższe	7,9	29,1	26,8	35,4	0,8
<u>Grupa społeczno-zawodowa</u>					
Inteligencja	8,1	24,3	27,0	39,2	1,4
Pozostali umysłowi	8,3	28,4	29,8	33,5	0,0
Pracownicy handlu i usług	12,9	29,0	25,8	32,3	0,0
Robotnicy wykwalifikowani	11,9	24,2	29,7	34,3	0,0
Robotnicy do prac prostych	8,5	21,3	30,9	39,4	0,0
Rolnicy indywidualni	2,4	28,8	33,6	34,8	0,4
Prywatni właściciele	15,2	30,4	19,6	34,8	0,0
Emeryci i renciści	7,2	15,9	22,1	54,5	0,3
Pozostali niepracujący	12,2	27,0	25,4	35,4	0,0
<u>Dochód na osobę</u>					
Bardzo niski	7,1	24,2	26,9	41,8	0,0
Niski	10,2	24,6	25,9	38,9	0,4
Przeciętny	8,6	22,5	30,5	38,5	0,0
Wysoki	3,2	27,2	28,0	40,8	0,8
Bardzo wysoki	10,0	26,7	26,7	36,7	0,0
<u>Sektor zatrudnienia</u>					
Uspołeczniony	9,1	27,0	27,9	35,9	0,2
Nie uspołeczniony	8,2	21,4	29,5	40,5	0,5
Niepracujący	7,8	24,5	26,0	41,7	0,0

Tabela 3

w procentach

Charakterystyka badanych	Stosunek do handlu ulicznego żywnością:					Brak zdania
	zezwolić bez ograniczeń	zezwolić w wydzielonych miejscach	zezwolić pod kontrolą	zezwolić w wyznaczonych miejscach i pod kontrolą	zakazać	
Ogółem	9,0	10,3	27,8	46,0	6,1	0,8
<u>Płeć</u>						
Mężczyźni	8,3	10,7	28,2	45,2	6,7	0,8
Kobiety	9,7	9,8	27,4	46,8	5,5	0,8
<u>Wiek</u>						
Do 29	12,2	9,6	31,3	45,7	0,9	0,4
30-39	6,4	9,2	29,1	48,5	6,4	0,5
40-49	8,4	10,7	26,2	48,4	6,1	0,3
50 lat i więcej	10,0	11,2	26,4	42,7	8,3	1,4
<u>Miejsce zamieszkania</u>						
Wieś	11,5	11,7	33,7	35,5	6,1	1,6
Miasto	7,5	9,4	24,1	52,6	6,1	0,2
<u>Wykształcenie</u>						
Podstawowe	12,9	11,9	29,2	37,6	7,0	1,4
Zasadnicze zawodowe	9,3	10,1	29,0	45,1	5,7	0,8
Średnie	6,0	9,8	25,5	52,5	6,0	0,2
Wyższe	3,9	6,3	27,6	58,3	3,9	0,0
<u>Grupa społeczno-zawodowa</u>						
Inteligencja	2,7	4,1	23,0	64,9	5,4	0,0
Pracownicy umysłowi	3,7	11,0	25,2	55,0	5,0	0,0
Pracownicy hanlu i usług	12,9	19,4	25,8	37,1	4,8	0,0
Robotnicy wykwalifikowani	6,8	9,7	30,0	46,4	6,8	0,4
Robotnicy do prac prostych	13,8	12,8	21,3	44,7	7,4	0,0
Rolnicy indywidualni	12,0	11,6	31,9	36,3	6,4	2,0
Prywatni właściciele	6,5	13,0	19,6	52,2	8,7	0,0
Emeryci i renciści	9,6	10,9	27,6	43,0	7,5	1,4
Pozostali niepracujący	12,7	6,3	30,2	46,6	3,7	0,5
<u>Dochód na osobę</u>						
Bardzo niski	11,5	11,0	33,5	34,1	8,2	1,6
Niski	9,6	10,7	27,5	44,9	6,3	0,9
Przeciętny	7,6	9,1	27,6	51,1	4,1	0,6
Wysoki	8,8	8,0	21,6	52,8	8,8	0,0
Bardzo wysoki	8,3	20,0	23,3	40,0	8,3	0,0
<u>Sektor zatrudnienia</u>						
Uspołeczniony	7,7	9,0	26,4	51,7	5,1	0,2
Nie uspołeczniony	12,2	12,5	27,2	39,5	7,3	1,4
Niepracujący	7,6	9,9	31,0	43,8	6,5	1,3

Tabela 4

w procentach

Charakterystyka badanych	Stosunek do ulicznego handlu artykułami przemysłowymi:					Brak zdania
	zezwoić bez ograniczeń	zezwoić w wydzielonych miejscach	zezwoić pod kontrolą	zezwoić w wytyczonych miejscach i pod kontrolą	zakazać	
Ogółem	19,4	36,4	6,0	31,1	6,0	1,1
<u>Płeć</u>						
Mężczyźni	20,1	36,8	6,4	29,0	6,5	1,2
Kobiety	18,7	35,9	5,6	33,2	5,5	1,1
<u>Wiek</u>						
Do 29	19,6	37,8	10,4	30,4	0,9	0,9
30-39	19,4	37,2	4,8	32,1	5,9	0,5
40-49	18,8	38,4	5,5	30,1	6,6	0,6
50 lat i więcej	19,7	33,8	5,2	31,3	7,9	1,9
<u>Miejsce zamieszkania</u>						
Wieś	23,3	31,7	7,0	30,3	6,1	1,7
Miasto	17,1	39,5	5,4	31,5	5,9	0,7
<u>Wykształcenie</u>						
Podstawowe	23,6	33,8	7,0	27,9	6,1	1,6
Zasadnicze zawodowe	18,9	35,2	7,4	30,3	7,1	1,1
Średnie	15,8	39,3	5,0	34,1	5,2	0,6
Wyższe	18,1	39,4	1,6	34,6	5,5	0,8
<u>Grupa społeczno-zawodowa</u>						
Inteligencja	13,5	33,8	1,4	45,9	4,1	1,4
Pozostali umysłowi	16,6	41,9	3,2	34,1	3,7	0,5
Pracownicy handlu i usług	25,8	37,1	4,8	24,2	6,5	1,6
Robotnicy wykwalifikowani	18,1	35,9	8,0	31,6	5,9	0,4
Robotnicy do prac prostych	22,3	37,2	4,3	31,9	4,3	0,0
Rolnicy indywidualni	27,5	31,1	8,4	24,7	6,4	2,0
Prywatni właściciele	17,4	39,1	6,5	30,4	6,5	0,0
Emeryci i renciści	16,1	37,0	5,1	31,8	7,9	2,1
Pozostali niepracujący	19,0	37,0	7,4	29,6	6,3	0,5
<u>Dochód na osobę</u>						
Bardzo niski	23,1	31,9	7,1	26,9	9,3	1,6
Niski	19,1	36,5	6,3	32,6	4,4	1,1
Przeciętny	18,5	35,9	5,5	32,9	6,0	1,2
Wysoki	17,6	42,4	2,4	28,0	8,8	0,8
Bardzo wysoki	21,7	46,7	5,0	23,3	3,3	0,0
<u>Sektor zatrudnienia</u>						
Uspołeczniony	17,9	37,4	5,9	32,7	5,7	0,3
Nie uspołeczniony	22,0	33,4	7,3	29,3	6,1	1,8
Niepracujący	19,0	38,0	4,7	30,2	6,3	1,8