

Wymiar przestrzenny (r)ewolucji na rynku samochodowym w Polsce

Polska wydaje się być interesującym „laboratorium” dla badania czynników wpływających na ewolucję rynku samochodowego. Wynika to w dużej mierze z uwarunkowań historycznych – w krajach Europy Zachodniej oraz Ameryki Północnej rozwój motoryzacji przebiegał w zupełnie inny sposób niż w Polsce (i innych krajach Europy Środkowej i Wschodniej). Swoista „rewolucja motoryzacyjna” rozpoczęła się tu znacznie później (od początku lat 90. XX wieku) i miała bardzo dynamiczny charakter (w okresie między rokiem 1990 a 2014 liczba zarejestrowanych w Polsce pojazdów zwiększyła się niemal czterokrotnie). Transformacja systemowa umożliwiła włączenie gospodarki kraju w procesy globalizacyjne i integracyjne, co również znacząco wpłynęło na kształtowanie się rynku. W stosunkowo krótkim czasie rynek samochodowy przeszedł trzy momenty krytyczne. Za każdym razem zasadniczo zmieniały one sytuację na tym rynku (transformacja ustrojowa, akcesja do UE, kryzys światowy w latach 2008-10). Wszystkie te elementy sprawiają, że polski rynek samochodowy należy uznać za unikatowy i interesujący nie tylko z krajowej perspektywy.

W efekcie za główny cel naukowy projektu przyjęto analizę zmian na rynku samochodowym w ujęciu przestrzennym, które zachodzą w Polsce od roku 1990 (tj. od początku transformacji systemowej) w efekcie oddziaływania czynników globalnych, krajowych, regionalnych i lokalnych. Badanie to będzie miało przede wszystkim aspekt poznawczy (w tym teoretyczno-wyjaśniający). Obejmie identyfikację i analizę czynników kształtujących popyt na samochody (społecznych, demograficznych, ekonomicznych, infrastrukturalnych) w wymiarze przestrzennym. W szczególności zostanie podjęta próba wykazania podobieństw i różnic między obszarami miejskimi i wiejskimi, regionami historyczno-kulturowymi oraz jednostkami administracyjnymi. Ponadto projekt realizować będzie również cel metodologiczny, polegający na przetestowaniu przydatności różnych metod analizy przestrzennej do badania zróżnicowania rynku samochodowego oraz jego przemian. Zakłada się, że w wyniku przeprowadzonych badań – jako efekt weryfikacji modelu hipotetycznego – sformułowany zostanie finalny model kształtowania się rynku samochodowego w ujęciu przestrzennym.

Pprojekt będzie pierwszą w kraju próbą kompleksowego podejścia do problematyki przemian na rynku samochodowym w warunkach gospodarki wolnorynkowej (po roku 1990). Pozwoli on przede wszystkim poszerzyć obecną wiedzę na temat czynników kształtujących popyt na samochody oraz wzbogacić ją o wymiar przestrzenny. Rezultaty projektu przyczynią się więc z jednej strony do rozwoju teorii, z drugiej dostarczą nowych materiałów empirycznych, które mogą zostać praktycznie wykorzystane – realizacja celu badawczego umożliwi wyjaśnienie zmian zachodzących na rynku samochodowym oraz ułatwi prognozowanie tych zmian w przyszłości. To z kolei może być istotne nie tylko z punktu widzenia firm motoryzacyjnych, ale także z punktu widzenia prowadzenia polityki gospodarczej (np. dotyczącej rynku pracy lub kształtowania infrastruktury komunikacyjnej).