

Wojciech Ciechomski

Zakład Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa
Wydział Ogrodniczy SGGW

Stan i perspektywy rozwoju rynków hurtowych produktów rolnych

Wstęp

Jednym z podstawowych celów polityki rolnej do 2000 roku jest stworzenie takich rynkowych i instytucjonalnych powiązań rolnictwa z otoczeniem, które w wydajny sposób usprawnią przepływ produktów rolno-spożywczych od producentów do konsumentów, spowodują wzrost jakości, a zatem i konkurencyjności oferowanych produktów, jak również umożliwią wzrost dochodów producentów.

Rozwój i unowocześnienie rynku rolnego stało się konieczne i niezbędne nie tylko z uwagi na dynamicznie rozwijające się w kraju sieć detaliczną i gastronomię oraz wymianę zagraniczną, ale także z uwagi na konieczność budowy efektywnych powiązań integracyjnych z krajami Unii Europejskiej. Rynek rolny powinien stać się podstawowym ogniwem łączącym gospodarkę naszego kraju z systemem gospodarczym funkcjonującym w krajach Unii Europejskiej i stać się ogniwem transmisyjnym tego systemu do innych krajów Europy Wschodniej i Środkowej.

Stan obecny

Obecnie funkcjonujący system organizacji rynku określany jest jako żywiółowy, usiłujący dostosować się do nowej sytuacji społeczno-gospodarczej w sposób nie zawsze zgodny z obowiązującym prawem oraz zasadami kupieckimi. Podstawowymi ogniwami w zaopatrzeniu dużych miast w owoce, warzywa i ziemniaki są obecnie targowiska hurtowe oraz w mniejszym stopniu, raczej w roli uzupełniającej, lokalne hurtownie artykułów rolno-spożywczych. W mniejszych miastach i małych miejscowościach działają natomiast targowiska lokalne, które są miejscem zbytu dla drobnych producentów. W większości są to rynki detaliczne.

W 1994 r. przeprowadzono we wszystkich województwach badania, których celem było stwierdzenie, czy istnieją rynki hurtowe produktów rolnych i w jakiej postaci. Okazało się, że na 49 województw tylko w 22 znajdują się rynki hurtowe, głównie w największych aglomeracjach miejskich kraju. Większość z tych rynków

hurtowych to targowiska, gdzie dominującą pozycję stanowią warzywa, owoce i ziemniaki. Ponadto na targowiskach tych dostępne są także różne artykuły spożywcze.

W latach 1993–1994 przeprowadzono też w wybranych ośrodkach miejskich (Warszawa, Gdańsk, Elbląg, Lublin, Wrocław i Łódź) badania ankietowe targowisk hurtowych. Na podstawie ponad 2500 wywiadów ze sprzedającymi oraz kupującymi można było dokonać ich charakterystyki. Istniejące targowiska hurtowe mają następujące cechy:

- są własnością komunalną lub ewentualnie prywatną, ale nigdy nie należą do rolników sprzedających,
- powierzchnia wynosi 2–10 ha w odległości 2–8 km od centrum miasta,
- znajduje się na nich 300–2000 miejsc dla pojazdów na nie zawsze utwardzonej powierzchni, brak zabezpieczenia przed warunkami atmosferycznymi,
- brak jest budynków i hal, przechowalni oraz chłodni,
- większość stanowisk sprzedających to środki transportowe – samochody ciężarowe, furgonetki, samochody osobowe, przyczepy ciągnikowe, wozy konne, kontenery, stare pojazdy zaparkowane na stałe,
- czynne na ogół przez 7 dni tygodnia z przerwami na sprzątanie,
- większość sprzedających stanowią producenci warzyw, owoców i ziemniaków, ale uczestnikami handlu stają się coraz częściej pośrednicy, których podstawową formą sprzedaży jest dwustronna umowa komisowa, której warunki dyktuje pośrednik,
- towary są sprzedawane luzem i w standaryzowanych pojemnikach wielokrotnego użytku – plastikowych i drewnianych,
- produkty na ogół nie są właściwie posortowane wg ustalonych standardów,
- ograniczony jest asortyment produktów oferowanych przez pojedynczych producentów (rolników); zazwyczaj nie przekracza on 5 produktów, a bardzo często sprzedawany jest tylko jeden,
- sprzedaż ma wyraźny charakter sezonowy, ponieważ większość producentów nie jest w stanie zaopatrywać rynku w swoje produkty przez dłuższy okres,
- ilość sprzedawanego produktu jest również bardzo ograniczona z uwagi na niewielkie, jednorazowe potrzeby kupujących, którymi są najczęściej drobni detaliści,
- najczęściej kupujący dokonują zakupów u kilku producentów w różnych miejscach placu targowego,
- poszczególni sprzedawcy nie mają swoich stałych miejsc na targowisku hurtowym,
- uczestnikami handlu na targowisku hurtowym są w 20–30% pośrednicy, których podstawową formą sprzedaży jest dwustronna umowa komisowa,

- opłaty za korzystanie z targowisk hurtowych są różnicowane w zależności od wielkości i rodzaju pojazdu lub zajmowanej powierzchni,
- większość targowisk hurtowych ma utrudnione dojazdy z powodu parkowania w pobliżu pojazdów odbiorców.

Program rozwoju rynków hurtowych

Znając stan aktualny, należy zatem w budowie nowego systemu starać się o zmianę kolejno tych cech. Poszczególne zmiany, jakie będą następowały w funkcjonowaniu rynków hurtowych, wymagają określonego czasu i będą przebiegać etapowo, a także w sposób zagregatowany, np. nie będzie właściwie funkcjonował system informacji rynkowej bez wdrożenia i upowszechnienia standaryzacji produktów. Na dobrą sprawę nie jest możliwe gwałtowne przejście do bardziej wyrafinowanej praktyki sprzedaży hurtowej, kiedy producenci i kupujący są mali, nie zorganizowani, a umiejętności i doświadczenie marketingowe niewystarczające. Doświadczenia zagraniczne wskazują, że potrzeba na to 6–8 lat.

Obecnie w Polsce jesteśmy na etapie realizacji pilotowego programu budowy rynków hurtowych, którego zadaniem jest stworzenie w perspektywie 10–15 lat sieci różnorodnych rynków hurtowych w całym kraju. Ich rozwój będzie następować w dostosowaniu do istniejących uwarunkowań i stopnia rozwoju danego regionu czy wielkości aglomeracji miejskiej. Z punktu widzenia wielkości i struktury produkcji artykułów świeżych takie regiony kraju, jak: południowy, południowo-zachodni, środkowo-zachodni, północny i północno-wschodni wykazują braki w ich zaopatrzeniu. Pozostałe regiony są tzw. regionami nadwyżkowymi.

Jak wynika z dotychczasowych doświadczeń oraz dokonywanych porównań z innymi krajami, krajową sieć rynków hurtowych powinny tworzyć dwa ich rodzaje z uwagi na różne, pełnione przez nie funkcje. **Będą to rynki hurtowe pierwotne – producenckie oraz rynki wtórne – dystrybucyjne.** Pierwsze z nich powinny być zlokalizowane w rejonach skoncentrowanej produkcji rolnej i ogrodniczej. I tak, w przypadku warzyw byłyby one położone w województwach: warszawskim, kieleckim, radomskim, lubelskim, łódzkim, poznańskim, bydgoskim; natomiast w przypadku owoców w województwach: radomskim, lubelskim, tarnobrzeskim, kieleckim, warszawskim, skierniewickim, poznańskim, nowosądeckim. Mogłyby to być rynki producenckie o ograniczonej liczbie produktów czy rynki producenckie dysponujące szerszą gamą towarową. Drugi rodzaj rynków (rynki dystrybucyjne) to typowe rynki hurtowe zlokalizowane w aglomeracjach miejskich. Poza funkcjonującym już od ponad 2 lat nowym rynkiem w Poznaniu oraz od końca ubiegłego roku w Elblągu, przewiduje się powstanie w pierwszej kolejności jeszcze czterech: w Warszawie, Gdańsku, Katowicach i Lublinie. Przy wyborze tych lokalizacji kiero-

wano się przede wszystkim wielkością aglomeracji, położeniem w stosunku do tras komunikacyjnych, możliwością rozwoju handlu zagranicznego, korzystnym położeniem w stosunku do rejonów produkcyjnych. Nie bez znaczenia był również stopień zaawansowania inicjatywy lokalnej. W drugim etapie powinno się przewidzieć budowę rynków hurtowych we Wrocławiu, Łodzi, Krakowie, Bydgoszczy, Rzeszowie i Szczecinie. Zakłada się, że w rejonach o dużej koncentracji konsumpcji i produkcji (np. Warszawa, Lublin, Łódź) rynki hurtowe mogłyby być tworzone przy dużym współdziałaniu środowisk producenckich i pełnić także funkcje rynku pierwotnego. Generalnie przewiduje się, że rozwój rynków hurtowych w ciągu najbliższych lat przebiegać będzie etapowo, wypracowując swój optymalny model. Związane to będzie z procesami zachodzącymi w sferach produkcji i pozbiorczej, a konkretnie z poprawą jakości, upowszechnieniem standaryzacji, dostosowaniem wielkości i struktury produkcji do oczekiwań rynku. Będzie to wymagało dłuższego okresu i zorganizowanego działania.

Równocześnie należy brać pod uwagę to, że będą zachodzić zmiany w handlu detalicznym poprzez rozwój supermarketów i hipermarketów oraz sieci sklepów należących do dużych organizacji handlowych. W innych krajach zaopatrzenie tych placówek handlowych odbywa się w dużym stopniu bezpośrednio u producentów, z pominięciem rynków hurtowych. Są to jednak najczęściej duże jednostki produkcyjne (czego u nas nie ma), a artykuły odpowiednio przygotowane, opakowane, czyli przystosowane do wymagań obowiązujących w tego typu miejscach sprzedaży. Należy jednak podkreślić, że mimo tych tendencji rynki hurtowe w krajach wysoko rozwiniętych nie zanikają, a jedynie ulegają przekształceniom, dostosowując się do zmieniających się uwarunkowań i przepisów. Są one przeważnie modernizowane w dostosowaniu do rygorystycznych przepisów sanitarnych; przenoszone na nowe miejsca zmieniają swoją rolę, stając się centrami żywnościowymi, które – posiadając bazę magazynową ze zintegrowaną siecią dystrybucyjną – oferują szeroką gamę artykułów świeżych oraz przetworzonych.

Rynki producenckie. Podstawową funkcją tego rodzaju rynków jest skup produktów w celu dalszej ich odsprzedaży lub wysyłki na inny rynek. Rynki te specjalizują się również w transakcjach eksportowych. Ten rodzaj gromadzenia i sprzedaży produktów nie zawsze musi być zorganizowany w formie hurtowej. Często może to być tylko miejsce służące określonej, zorganizowanej grupie producentów do kompletowania towarów, wyposażone w urządzenia do sortowania, magazyny i przechowalnie. Skupienie w jednym miejscu towarów od producentów i zbiorowa ich dalsza sprzedaż są ważne z tego powodu, że umacnia się siła przetargowa producentów w stosunku do kupców. Dlatego tak ważną sprawą staje się uświadomienie tego faktu producentom rolnym. Zrzeszanie się producentów w grupy marketingowe, spółki lub spółdzielnie stanowi podstawowy warunek aktywnego uczestnictwa na rynku. Obecnie duże rozproszenie i rozdrobnienie produkcji sprawia, że poszczególni producenci biernie uczestniczą w grze rynkowej. Nie

poszczególni dostawcy, ale potężne organizacje producenckie decydują o warunkach i zasadach sprzedaży produktów. Producenci mają bowiem prowadzić wspólną politykę sprzedaży. Zmniejsza się w ten sposób potencjalne źródła nabywania produktów, przez co pozycja producentów umacnia się na rynku.

Forma sprzedaży na rynkach producenckich będzie zależała od stopnia zorganizowania uczestników. Może być aukcyjna, komisowa, za pośrednictwem spółdzielni lub grup marketingowych. W większości krajów zachodnich problemy te są rozwiązywane w znacznej mierze przez spółdzielnie handlowe lub zrzeszenia zorganizowane przez producentów. Muszą się jednak oni podporządkować obowiązującym tam regułom, do których zaliczyć należy m.in.:

- wyłączość sprzedaży całej produkcji na tym rynku,
- produkt musi być standaryzowany i oznaczony,
- producent poddaje się reglamentacji produkcji ze znacznym wyprzedzeniem czasowym dotyczącym wielkości produkcji i terminów dostawy.

Rynki dystrybucyjne. Podstawową funkcją rynków dystrybucyjnych zlokalizowanych w dużych miastach jest przygotowanie i zagregowanie partii towaru wg wymagań odbiorców, jakimi są: sieć detaliczna, gastronomia, hotelarze, także wojsko, szpitale, sanatoria, stołówki pracownicze itp. Rynki te spełniają funkcje dystrybucyjne zarówno wobec produktów krajowych, jak importowanych. Bardzo ważnym elementem pozwalającym przewidywać rozmiar ich obrotów będzie dokonanie oceny wielkości popytu na poszczególne grupy towarowe w danym rejonie kraju. Na tej podstawie oraz po przeprowadzeniu analiz istniejących kanałów dystrybucyjnych można szacunkowo określić wielkość przepływu produktów przez rynek hurtowy. Na podstawie wstępnych analiz dokonanych na poszczególnych rynkach pilotowych można wnioskować, że wielkość rocznych obrotów będzie wynosiła dla rynków mniejszych w granicach 50–100 tys. ton, a dla większych powyżej 200 tys. ton, natomiast dla Katowic nawet do ok. 500 tys. ton.

Każdy rynek dystrybucyjny powinien składać się ze strefy handlowej, strefy towarzyszącej oraz centrum zarządzania i obsługi. Strefa handlowa składa się z różnych działów towarowych (owoce, warzywa, rośliny ozdobne, ryby wraz z produktami rybnymi, produkty mleczarskie, mięso, artykuły przetworzone). Strefa ta podlega kontroli osób, produktów i środków transportowych zarówno przy wchodzeniu, jak i opuszczaniu rynku. W strefie tej będą prowadzić działalność tylko wyspecjalizowane jednostki hurtowe. Natomiast w strefie towarzyszącej znajdują się magazyny, przechowalnie, dojrzewalnie bananów, punkty przygotowania i konfekcjonowania produktów oraz inne niezbędne usługi (np. przeladunki), przede wszystkim dla uczestników strefy handlowej. W tej strefie powinno się też wydzielić odpowiedniej wielkości przestrzeń na podobne urządzenia dla największych odbiorców stale rozbudowujących swoje sieci detaliczne, np.: Rema, Billa, Makro Cash and Carry itp. Należy bowiem podkreślić, że istnieje duże zainteresowanie dużych

firm handlowych instalowaniem się w bezpośrednim sąsiedztwie rynków hurtowych. W centrum zarządzania i obsługi przewiduje się zlokalizowanie biur podmiotów działających na rynku, w tym przedstawicielstw: Urzędu Celnego, Centralnego Inspektoratu Standaryzacji, Inspekcji Sanitarnej, Kwarantanny Roślin oraz Centrum Informacji Rynkowej, a także banków, poczty oraz motelu, gastronomii i stacji obsługi samochodów.

W pierwszym etapie należałoby przewidzieć również wydzielenie przestrzeni dla drobnych producentów jako niezbędnego elementu dostarczającego uzupełniający asortyment towarowy. Zakłada się, że budowane rynki dystrybucyjne pozyskają użytkowników spośród zorganizowanych grup producentów, rynków pierwotnych, przedsiębiorstw przemysłu rolno-spożywczego oraz importerów. Dlatego tak ważnym czynnikiem dla rozwoju rynków hurtowych powinno być na wstępie wykształcenie silnych struktur producenckich. Na proces projektowania i budowy rynków hurtowych w miastach trzeba przewidywać 4–6 lat. Tyle samo czasu pozostaje na utworzenie organizacji producenckich, zdolnych do aktywnego uczestnictwa na tych rynkach.

Infrastruktura rynkowa

Istotnym elementem funkcjonowania rynków hurtowych będzie stworzenie systemu informacji handlowej, wprowadzenie standaryzacji i kontroli jakości produktów rolnych i żywnościowych oraz ukształtowanie się form organizacyjno-prawnych.

Informacja rynkowa

Istotnym elementem funkcjonowania rynków hurtowych będzie stworzenie systemu informacji handlowej – zarówno bieżącej, jak i okresowej. Obecnie funkcjonujący w Polsce system informacji handlowej jest niepełny, na ogół spóźniony, nastawiony bardziej na obsługę administracyjną niż na podmioty gospodarcze, zatem trudny do wykorzystania w bieżącym zarządzaniu. Informacje handlowe są niedostatecznie rozpowszechniane, ale należy także stwierdzić, że wśród uczestników rynku nie ma nawyku do korzystania z nich. Z dobrze i sprawnie funkcjonującego systemu informacji rynkowej powinni korzystać zarówno bezpośredni uczestnicy rynku – producenci, hurtownicy, eksporterzy, importerzy, jak i związki i zrzeszenia producentów, instytucje finansowe, badawcze oraz administracja samorządowa i państwowa wraz ze swymi służbami. Pełna informacja handlowa powinna obejmować :

- wielkość podaży, strukturę asortymentową i jakościową oraz źródła pochodzenia produktów,

- ceny zakupu – hurtowe i detaliczne,
- wielkość popytu poszczególnych odbiorców produktów.

Powinna również dostarczyć danych o uczestnikach rynków sprzedających, jak kupujących. Powstający krajowy system informacji handlowej o produktach rolnych i żywnościowych powinien być równocześnie powiązany z systemem informacji w innych krajach. W procesie integracji szczególnego znaczenia nabiera otrzymywanie z rynków hurtowych innych krajów informacji bieżących, przydatnych do określenia koniunktury, zasad funkcjonowania rynków i instrumentów ich regulowania i kontroli. Bardzo ważnym elementem funkcjonowania informacji handlowej jest jej zakres czasowy. Dlatego musi ona obejmować informacje bieżące, tj. codzienne, tygodniowe, dekadowe, miesięczne, jak i informacje zaszłościowe oraz prognostyczne. Organizacja pełnej informacji handlowej, podobnie jak to jest w zakresie informacji makroekonomicznej oraz okresowej informacji cenowej, powinna należeć do obowiązków administracji państwowej. Zarówno jej funkcjonowanie, jak upowszechnianie powinno być finansowane ze środków budżetowych. W ten sposób wszyscy uczestnicy rynku rolnego korzystaliby w równym stopniu z tej informacji. W odniesieniu do rynku rolnego słuszne byłoby, aby organizację informacji handlowej powierzyć Ministerstwu Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej lub wyspecjalizowanym agencjom.

Standaryzacja i kontrola jakości

Prawidłowe funkcjonowanie rynku rolnego nie będzie możliwe bez wprowadzenia standaryzacji i kontroli jakości produktów rolnych i żywnościowych. Należy liczyć się z tym, że będzie to proces bardzo złożony, niemniej jednak musimy stosunkowo szybko przejść z dominacji standardów produkcyjno-technicznych na standardy handlowe obowiązujące w Unii Europejskiej.

W zakresie kontroli jakości oraz różnego rodzaju zanieczyszczeń produktów, pomimo rozbudowanego organizacyjnie systemu, powierzona rola nie jest spełniana skutecznie. Pomiędzy instytucjami zajmującymi się tymi zagadnieniami nie ma jasnych podziałów w funkcjach i zakresach działania. Znaczna jest liczba instytucji państwowych odpowiedzialnych za standaryzację i kontrolę, działających w różnych strukturach, podległych różnym szczeblom zarządzania, co w efekcie nie sprzyja ich właściwemu wykorzystaniu. Skuteczność ich działania w dużym stopniu ograniczają obowiązujące w tym zakresie regulacje prawne. Dlatego też system ten wymaga reorganizacji poprzez zmniejszenie zaangażowania instytucji państwowych w obszarze wytwarzania i uszlachetniania produktów. Poza wymienioną już koniecznością dostosowywania norm do standardów europejskich, opracowania wymagają metody kontroli respektowania tych standardów. Na rynkach hurtowych powinien

funkcjonować system kontroli zarówno z ramienia służb państwowych, jak i producenckich. Wymagać to będzie ulokowania tam nowoczesnie wyposażonych laboratoriów.

Formy organizacyjno-prawne

Organizatorami i udziałowcami rynków hurtowych powinni być przede wszystkim producenci reprezentowani przez różnego rodzaju spółdzielnie, spółki, związki branżowe czy przedsiębiorstwa wyspecjalizowane w zagranicznym obrocie towarowym. Jak wykazały doświadczenia innych krajów, forma spółdzielcza stanowi jedną z najważniejszych form gospodarczego zrzeszania się producentów. Ze wspólne działanie producentów zorganizowanych w branżowych i produkcyjnych zrzeszeniach skierowane jest głównie na organizowanie sprzedaży swoich produktów. Działania w tym zakresie wzmacniają ich jednostkową siłę ekonomiczną oraz siłę przetargową w stosunkach z nabywcami, stają się najpewniejszą formą obrony producenckich interesów. Ze wstępnej analizy wynika, że wśród rolników istnieje niewielkie zainteresowanie, a jeśli już, to wyłącznie na poziomie deklaracji. Istniejące organizacje również w nieznacznym stopniu zajmują się tą problematyką, choć można już dostrzec pierwsze próby poziomej integracji rolników w niektórych środowiskach i regionach.

Potrzebne będzie tutaj zarówno wsparcie organizatorskie, jak i kapitałowe dla poszczególnych grup branżowych i producenckich podejmujących się pośrednictwa handlowego.

Stworzenie sieci hurtowych rynków produktów rolnych wymaga rozwiązania wielu problemów organizacyjnych, prawnych i finansowych oraz dokonania znaczących inwestycji – nowych i adaptacyjnych. Wynika to z tego, że sieć ta w Polsce jest tworzona niemal od podstaw. Proces wdrażania uczestników w rygory funkcjonowania rynku powinien nastąpić w możliwie najkrótszym czasie z uwagi na pilność potrzeb. Z drugiej jednak strony należy zdać sobie sprawę ze złożoności spraw związanych z budową infrastruktury, z opanowaniem trudnych operacji transakcyjnych i zarządzaniem rynkami hurtowymi, co z kolei wymaga dłuższego czasu.

W zakresie formalnoprawnym uregulowania wymagają: definicja targowisk i rynków hurtowych, a także forma i zasady przejmowania terenów im udostępnianych, wyjaśnienie zasad ustalania opłat za korzystanie z rynków hurtowych, określenie wymogów licencyjnych agentów, biur maklerskich, warunków sprzedaży czy określenie roli organów zarządzających i kontrolnych.

Dla sprawnej organizacji i budowy poszczególnych rynków hurtowych w Polsce zaleca się zawiązywanie spółek akcyjnych, w których skład będą wchodzić:

- podmioty gospodarcze i środowiska skupiające prywatny kapitał produkcyjny i handlowy,
- lokalne organizacje samorządu gospodarczego,
- Agencja Rynku Rolnego,

- Agencja Własności Rolnej Skarbu Państwa,
- banki.

Podsumowanie i wnioski

Unowocześnienie rynku rolno-żywnościowego w Polsce wymaga budowy całego złożonego systemu, do którego należą:

- organizacja sieci różnorodnych rynków hurtowych i aukcji zlokalizowanych w obrębie aglomeracji miejskich, w regionach produkcyjnych, strefach przygranicznych lub innych miejscach celowo do tego wybranych,
- wprowadzenie i wdrożenie standaryzacji produktów rolno-spożywczych wg norm obowiązujących w krajach Unii Europejskiej,
- zorganizowanie informacji rynkowej,
- rozwój gospodarki magazynowej, chłodni, przechowalni,
- rozwój łączności i transportu.

Stworzenie sieci hurtowych rynków produktów rolnych wymaga rozwiązania wielu problemów organizacyjnych, prawnych i finansowych oraz dokonania znaczących inwestycji – nowych i adaptacyjnych. Wynika to z tego, że sieć ta w Polsce jest tworzona niemal od podstaw. Proces wdrażania uczestników w rygory funkcjonowania rynku powinien nastąpić w możliwie najkrótszym czasie z uwagi na pilność potrzeb. Z drugiej jednak strony należy zdać sobie sprawę ze złożoności spraw związanych z budową infrastruktury, z opanowaniem trudnych operacji transakcyjnych i zarządzaniem rynkami hurtowymi i giełdami, co z kolei wymaga dłuższego czasu. Dla sprawnej organizacji budowy poszczególnych rynków hurtowych wymagane będzie jasne określenie metod ich działania, np.: sposoby prowadzenia sprzedaży, rozstrzygnięcie kwestii, czy w obrocie znajdują się jedynie produkty standaryzowane i odpowiednio opakowane, zakres prowadzonego na nich obrotu poszczególnymi artykułami rolno-spożywczymi. Niezmiernie istotnym zagadnieniem będzie ustalenie kolejnych faz rozwoju poszczególnych rynków z uwzględnieniem zmian demograficznych, rozwoju sieci detalicznej, a także konkurencji ze strony innych kanałów zbytu. W pierwszej fazie budowy oraz bieżącej działalności zaleca się obniżenie kosztów inwestycyjnych do niezbędnego minimum, aby umożliwić utrzymanie opłat i czynszu na atrakcyjnym poziomie dla producentów, hurtowników i detalistów.

Realizacja tego przedsięwzięcia wymaga zgromadzenia znacznych kapitałów inwestycyjnych, zabezpieczenia odpowiednich linii kredytowych i środków finansowych na założenia koncepcyjno-projektowe. Niezbędne jest tutaj wsparcie ze strony państwa, które powinno przeznaczać wszelkie dostępne środki na ten cel w uznaniu, że nakłady na rozwój instytucji rynku rolnego są najwłaściwszą i najtańszą

formą interwencji na rynku rolno-żywnościowym, a także najskuteczniejszą promocją naszych produktów rolno-spożywczych na rynkach zagranicznych.

W przypadku organizacji pierwotnego rynku hurtowego musi istnieć wśród przyszłych uczestników tego rynku naturalna dążność do współpracy między sobą, a u każdego z nich osobno musi pojawić się świadomość, że czas, jaki obecnie poświęcają sprzedaży swych produktów we własnym zakresie, jest czasem straconym. Jest to powszechne zadanie nie tylko dla samych producentów, ale także dla wszystkich służb działających w sferze rolnictwa i gospodarki żywnościowej. Dlatego też producenci – chcąc aktywnie i efektywnie uczestniczyć na rynku – muszą zacząć się organizować w pierwszym etapie w tzw. grupy marketingowe. Działalność poszczególnych grup powinna rodzić się w lokalnych miejscach produkcji i w zależności od potrzeb i zadań przejawiać się w kolejnych fazach pozbiorniczych. Wielką szansę w zorganizowaniu grup marketingowych mają producenci wyspecjalizowani np. w produkcji jabłek, jak też producenci z określonego miejsca produkcji ogrodniczej o dużym stopniu jej koncentracji. Następnie powinien nastąpić proces łączenia się tych grup – kolejno w związki, unie regionalne i na szczeblu krajowym. Stworzyłyby to z czasem znaczącą bazę produkcyjną i organizacyjną do utworzenia odpowiednich przedstawicielstw na rynkach zagranicznych celem promowania wybranej produkcji krajowej. Niezbędne są w tym wypadku różne formy pomocy, którymi powinny zostać objęte grupy marketingowe w fazie ich powstawania. W tym wypadku można byłoby skorzystać ze sprawdzonych wzorów podobnych grup działających w krajach Unii Europejskiej.

Rozwój różnorodnych rynków hurtowych to możliwość urzeczywistnienia wolnej konkurencji pomiędzy ich uczestnikami, a w konsekwencji zmniejszenie ryzyka, ograniczenie działań spekulacyjnych tak typowych w przypadku łatwo psujących się produktów żywnościowych.

Najważniejszym zaś elementem jest to, że poprzez możliwość dużej koncentracji podaży i popytu na tych rynkach następuje prawidłowe kształtowanie się cen. Dzięki informacjom rynkowym producenci rolni mogą wstępnie ukierunkowywać swoją działalność pod kątem rzeczywistych wymagań konsumentów, redukując swe straty. Z kolei dążenie do polepszenia jakości produktów przynosi w konsekwencji podniesienie wartości produkcji. Rynki hurtowe chronią też interesy konsumentów, zwłaszcza z punktu widzenia jakości towarów kontrolowanych jakościowo i zdrowotnie.

Literatura

- ADAMOWICZ M.: Rola agencji rządowych w procesie transformacji polskiego rolnictwa. Materiały konferencyjne. SGGW, 1995.
- LYNTON-EVANS i inni: Fruit and vegetable post harvest system development. Raport FAO, luty 1995.
- MYNARSKI S.: Modelowanie rynku w ujęciu systemowym. PWN, 1982.
- TREBACZ A.: Problemy rynku ogrodniczego w Polsce. Wyd. AR Poznań, 1994.

TRACCY-WHITE J.D.: Wholesale markets. Wyd. FAO, 1991.

ZAJĄCZKOWSKA M.: Specyfika rynku rolnego w Polsce. Materiały konferencyjne. SGGW, 1994.

The state and prospects for the development of agri-food wholesale markets

Development and modernisation of agricultural market are of main significance for Polish agricultural policy up to the year 2000.

Agricultural market should become a main link between our economy and the economical system functioning in European Union countries.

Modernisation of the agri-food market requires a complex system with:

- an organised chain of wholesale markets on major urban agglomerations and production regions,
- introduced standardised agri-food products;
- organised market information;
- more and higher capacity of cold storage plants, warehouses and storerooms.

At present there is a pilot programme for wholesale market construction in 5 major Polish cities.