

MICHAŁ TRZĘSOWSKI
Akademia Rolnicza w Poznaniu

GŁÓWNE KIERUNKI ZMIAN RYNKOWYCH W SEKTORZE OWOCÓW I WARZYW W POLSCE

1. Wstęp

Tradycyjnie silne powiązanie naszego sektora owoców i warzyw z rynkami zewnętrznymi sprawia, że sytuacja na krajowym rynku produktów ogrodniczych jest wypadkową wielu czynników o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym. W pierwszych latach ostatniej dekady ubiegłego stulecia rozwój sytuacji na tym rynku był determinowany przede wszystkim przez procesy wewnętrzne mające swe źródło w głębokiej transformacji systemowej. Ze względu na szybko postępujące procesy globalizacji coraz większego znaczenia w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych oraz początku nowego wieku zaczęły nabierać czynniki zewnętrzne. Procesy te uległy dalszemu nasileniu po wejściu Polski do Unii. W związku z tym rozwój sytuacji w produkcji i dystrybucji w sektorze owoców i warzyw w Polsce, w jeszcze większym niż dotychczas stopniu, determinowany jest przez zmiany na europejskim rynku produktów ogrodniczych, których główną siłą sprawczą są procesy koncentracji w ogniwie detalicznym handlu przejawiające się w ekspansji dużych sieci handlowych.

2. Zmiany rynkowe spowodowane przez procesy koncentracji w ogniwie handlu detalicznego

Analiza różnych danych źródłowych z ostatnich kilkunastu lat na europejskim rynku produktów ogrodniczych jednoznacznie wskazuje na nasilanie się zjawiska koncentracji w ogniwie detalicznym handlu. Według OECD już w 1995 r. udział supermarketów w handlu detalicznym owoców i warzyw był bardzo wysoki i wynosił ponad 50% we Francji i Wielkiej Brytanii, ponad 70% w Niemczech oraz powyżej 80% w krajach skandynawskich [OECD 1997]. W ostatnich latach proces koncentracji w detalicznym ogniwie handlu uległ dalszemu pogłębieniu w związku z tym udział dużych sieci handlowych w handlu owocami i warzywa-

mi jest jeszcze większy. Na przykład, w Niemczech w latach 1999-2002 procentowy udział w strukturze obrotów handlu detalicznego jednostek handlowych o powierzchni powyżej 400 metrów wzrósł z 84,8% w 1999 r. do 88,4% w roku 2002 [ZMP, Obst, Marketbilans 2000, 2003]. Również w Polsce procesy te w ostatnim okresie uległy znacznemu przyspieszeniu. Udział dużych sieci handlowych w handlu detalicznym w ostatnich latach wykazywał dużą dynamikę wzrostu i według różnych źródeł szacuje się go obecnie na około 25-30%.

Zmiany stosunków rynkowych, spowodowane koncentracją po stronie siły nabywczej, wpłynęły na konieczność uruchomienia określonych procesów dotyczących produkcji i dystrybucji [Tajner 2003]. Dynamiczny rozwój dużych sieci handlowych przyczynił się istotnie do zmiany mentalność klienta i wprowadził nowe komercyjne postawy w zakresie ceny, sposobu zakupu i jakości świadczonych usług oraz zachowań konsumenckich. Wywołane ekspansją sieci zmiany w logistyce i marketingu zrodziły potrzebę uruchomienia odpowiednich procesów dostosowawczych po stronie podaży, równoważących siłę rynkową sieci i ich destrukcyjne oddziaływanie na dotychczasowy stosunkowo dobrze działający układ stosunków rynkowych w sferze hurtu, nawet taki jak w perfekcyjny sposób zorganizowany system aukcyjny w Holandii [Bijman, Hendriske, Verman 2000]. Aukcyjny system sprzedaży owoców i warzyw i codziennego ustalania cen okazał się poważnym utrudnieniem w prowadzeniu przez duże jednostki handlowe akcji promocyjnych w dłuższym okresie czasu. Stopniowo zostaje zastępowany przez nowe mechanizmy cenowe, negocjowania kontraktów dotyczących cen i ilości towarów, a w ostatnim okresie rozpoczęto stosowanie nowego mechanizmu polegającego na jednostronnym ustaleniu ceny i zapraszania kupujących do licytacji określonej ilości towaru.

3. Procesy koncentracji podaży w ogniwie hurtu

Procesy koncentracji w ogniwie detalicznym handlu wymuszają określone zmiany polegające na przyspieszaniu koncentracji funkcjonalno-przestrzennej w handlu hurtowym ponieważ oferta tradycyjnych pośredników nie jest w stanie sprostać zapotrzebowaniu na rozszerzenie zakresu i podniesienie standardu świadczonych usług przez to ogniwo. Doprowadziło to do powstanie dużych organizacji zajmujących się dystrybucją i marketingiem czego przejawem są między innymi ośrodki magazynowe, centra logistyczno-dystrybucyjne, centra usług logistycznych uruchamiane przez wyspecjalizowanych operatorów do obsługi różnych uczestników określonego kanału dystrybucji [Tajner 2003].

W strukturze organizacji producenckich i rynków hurtowych widoczny jest wyraźny trend do łączenia się w większe organizacje, zwiększające obszar i zasięg klimatyczny produkcji, umożliwiające obrót świeżymi owocami w ciągu całego roku oraz postępującą specjalizację, ukierunkowaną na zaopatrzenie ryn-

ków lokalnych i eksportowych. Na szczególną uwagę zasługuje nasilający się trend w kierunku łączenia się rynków w stowarzyszenia rynków hurtowych, np. GFI Deutsche Großmärkte oraz kooperatyw i rynków, np. „The greenery”, w większe organizacje w celu wspólnej promocji i ochrony interesów oraz wypracowania wspólnych marek produktów. Niektóre organizacje łączą przedstawicieli różnych państw, a nawet kontynentów co wskazuje na postępującą ich globalizację [Bijman, Hendriske, Verman 2000].

Innym przejawem procesów integracji podaży jest tendencja do upraszczania struktur organizacyjnych i zmniejszania ilości podmiotów w ramach tzw. „organizacji matki”, zrzeszającej po kilka lub kilkanaście i więcej podmiotów gospodarczych. Pozwala to na prowadzenie długoterminowej polityki i strategii rozwoju oraz większą stabilizację podaży oraz innych parametrów rynkowych.

4. Wzrost znaczenia bezpieczeństwa żywności

W warunkach zaostrzającej się konkurencji coraz większego znaczenia, obok dostępności produktów, nabiera ich jakość i bezpieczeństwo dla zdrowia konsumentów.

Ujawnione w ostatnich latach, potencjalne i realne zagrożenia dla zdrowia, wynikające ze stosowania nowoczesnych technik i technologii w rolnictwie oraz inżynierii genetycznej sprawiają, że klient chce wiedzieć skąd pochodzi żywność którą kupuje, by wyeliminować ryzyko dla zdrowia i mieć pewność korzystania z dobrodziejstw zdrowej żywności. W obawie przed żywnością zmodyfikowaną genetycznie coraz więcej wagi przywiązuje do żywności bezpiecznej, najlepiej naturalnej lub organicznej, produkowanej przyjaznymi dla środowiska technologiami, których przestrzeganie powinno być potwierdzone określonymi certyfikatami.

Na rynku rośnie zapotrzebowanie na informacje o produktach, których jakość jest kontrolowana w poszczególnych etapach ich produkcji i dystrybucji, a w ślad za tym rośnie znaczenie wiarygodności producentów i dystrybutorów. Coraz większe znaczenie mają nowe technologie i strategie zapobiegające utracie jakości owoców po zbiorze, sposoby pakowania i nowe rodzaje opakowań dające możliwości zwiększenia zainteresowania konsumentów produktem oraz wzmocnienia pozycji marki w punkcie sprzedaży [Jacobs 2003].

Reakcją producentów i handlowców na zwiększający się niepokój o jakość produktów rolniczych oraz w celu zapewnienia konsumentom zdrowego produktu wysokiej jakości było wprowadzenie różnych systemów zapewnienia jakości potwierdzonych uzyskaniem określonych certyfikatów, np. IPO, HACCP, EU-REPGAP. Przyjęcie wspólnego, międzynarodowego, rozpoznawalnego standardu umożliwia ujednoczenie poziomu jakościowego produktów wytwarzanych w różnych częściach świata. Pozwala to na ujednoczenie wymagań i zapewnia uzyskanie produktów o takich samych walorach jakościowych w różnych rejonach.

nach produkcyjnych [EUREPGAP 2003]. Coraz powszechniejszą staje się zasada posiadania przez dostawców własnych autoryzowanych laboratoriów do sezonowej analizy gleby i gotowych produktów, co ułatwia im certyfikację swoich produktów.

5. Ciągłość dostaw świeżych owoców i warzyw

Ważną charakterystyczną cechą zglobalizowanych rynków jest ciągłości podaży świeżych owoców i warzyw, przy zapewnieniu standardów jakościowych, co wymaga przewyciężenia sezonowości ich podaży. Widoczne są tutaj dwa sposoby rozwiązania tego problemu. Pierwszy związany jest z wydłużaniem okresu podaży rodzimych produktów poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii w zakresie przechowywania i dystrybucji. Drugi polega na tworzeniu dużych międzynarodowych organizacji zajmujących się organizowaniem produkcji polowej i pod osłonami, w regionach o najbardziej korzystnych warunkach dla danej uprawy, tak zlokalizowanych, aby do minimum ograniczyć istniejącą sezonowość i zapewnić ciągłość sprzedaży.

W przedstawianych ofertach przez duże firmy produkcyjno-dystrybucyjne standardem jest zamieszczanie szczegółowych kalendarzy okresów podaży dla kraju, konkretnych regionów lub poszczególnych krajów (organizacje międzynarodowe) z uwzględnieniem gatunków, konkretnych odmian, sposobu pakowania i rodzaju opakowań itp. Często zamieszcza się dodatkowo informację o regionie z którego produkty pochodzą ze szczegółową mapą oraz podziałem na sezony dostępności – wiosna, lato, jesień, zima.

Niektóre z nich, dla lepszego uwiarygodnienia swojej oferty, prezentują w materiałach reklamowych całą logistykę organizacji dostaw i drogi przebiegu produktów oraz monitorowania ich jakości.

6. Skutki globalizacji dla polskiego sektora owoców i warzyw

Skutki oddziaływania globalizacji rynku produktów ogrodniczych ujawniają się na kilku płaszczyznach.

Po pierwsze, globalizacja oznacza zaostrzenie się konkurencji na polskim rynku. Stała presja ze strony podmiotów zagranicznych, wynikająca z dysproporcji siły ekonomicznej między sieciami a podmiotami krajowymi, na porządku dziennym stawia pytanie o szanse utrzymania się na rynku podmiotów i produktów krajowych.

Duża koncentracja siły nabywczej pozwala sieciom realizować nie zawsze korzystne dla innych uczestników rynku warunki handlu i strategie zakupów i je narzucać, słabszemu ogniwu jakim jest rozproszona sfera produkcji, pod groźbą wypadnięcia z rynku. Warunki te dotyczą najczęściej ceny, jakości produktów,

struktury podaży, opakowania, czasu dostaw, sposobu przygotowania produktów do sprzedaży, partycypacji w kosztach promocji, terminów płatności itp. Zjawisko to jest widoczne nie tylko w Polsce, ale również na innych rynkach znajdujących się w okresie zmian systemowych, charakteryzujących się podobnie jak u nas dużą asymetrią siły podmiotów uczestniczących w grze rynkowej.

Po drugie, w związku z globalizacją w istotny sposób zwiększy się ciągłość zaopatrzenia, wielkość i różnorodność oferty rynkowej owoców z naszej i innych stref klimatycznych.

Dla krajowych producentów oznaczać to będzie zaostrzenie konkurencji na rynku wewnętrznym oraz konieczność możliwie najdłuższego utrzymania ciągłości podaży. Proces ten jest już widoczny na krajowych rynkach owoców i warzyw, gdzie od kilku lat występuje wyraźne wydłużanie się okresu podaży z produkcji krajowej. Ponadto lepszy rozkład ich podaży wpływa na zmniejszenie wahań cen na rynku. Pozytywnym efektem napływu z importu na nasz rynek świeżych, deserowych owoców z naszej strefy klimatycznej jest podejmowanie konkurencyjnej produkcji w terminie przyspieszonym i wydłużonym przez krajowych operatorów rynku. Zjawisko to potwierdzają prowadzone przez autora systematyczne badania na WGRO S.A w Poznaniu w odniesieniu do rynku jabłek oraz truskawek i malin.

Po trzecie, rosnące wymagania sieci oraz napływ na nasz rynek wysoko wystandaryzowanych, dobrze oznakowanych i przygotowanych do sprzedaży produktów z importu zwiększa wymagania wobec krajowej produkcji. Zmusza to krajowych dostawców do większej troski o jakości i standard oraz ponoszenie dodatkowych kosztów związanych z przygotowaniem produktów do sprzedaży [Stańko 2002]. Znajduje to odzwierciedlenie w strukturze ceny detalicznej, w której udział surowca systematycznie zmniejsza się na rzecz opłat działań zwiększających udział wartości dodanej w produktach. Prowadzone przez autora od kilku lat badania potwierdzają zasadność ponoszenia w naszych warunkach dodatkowych kosztów związanych z lepszym przygotowaniem produktów ogrodniczych do sprzedaży [Trzęsowski 1993, 1997, 2001]. Korzyści wynikające z lepszego przygotowania produktów do sprzedaży były inspiracją do powstania na rynku hurtowym w Poznaniu, a później w jego bliskiej okolicy, centrów logistyczno-dystrybucyjnych.

Po czwarte, coraz większego znaczenia na rynku nabiera rodzaj i jakość stosowanych opakowań produktów.

Dokonany w ostatnich latach na naszym rynku produktów rolno-ogrodniczych postęp w zakresie przygotowania produktów do sprzedaży, ich opakowania i oznakowania pozwolił na zahamowanie ekspansji na nasz rynek produktów z importu. Pomimo obserwowanego w ostatnich latach wyraźnego postępu na polskim hurtowym rynku w zakresie poprawy i jakości standardu opakowań, ich aktualny poziom w wielu segmentach odbiega znacznie od obowiązujących

w świecie w tym zakresie standardów, co jest szczególnie widoczne w konfrontacji polskich produktów z importem, przy czym dzielący nas dystans jest mniejszy w przypadku jednostkowych opakowań detalicznych, a znacznie większy w przypadku opakowań zbiorczych i zwrotnych [Ciesielski, Cieślak, Trzęsowski 2003].

Jednocześnie trzeba podkreślić, że są obszary i segmenty rynku, w których nasze produkty i opakowania nie ustępują niczym ofercie produktów zagranicznych. Dotyczy to przede wszystkim w znacznej części rynku pomidorów i ogórków szklarniowych.

Coraz częściej, na światowym rynku włączenie się w rozbudowane nowoczesne systemy logistyczne (z czym związana jest racjonalizacja obrotu opakowaniami) wiąże się z koniecznością posiadania odpowiedniego ściśle określonego przez odbiorcę rodzaju opakowania, co w przypadku ich braku grozi eliminacją produktu z rynku.

Po piąte, zapewnienie odbiorcom wymaganych ilości produktów w odpowiednim standardzie, miejscu i czasie wymaga odpowiedniej organizacji dostaw, koncentracji podaży oraz posiadania niezbędnej nowoczesnej infrastruktury rynkowej. Z tego punktu widzenia sytuacja polskiego sektora polskich produktów rolno-ogrodniczych nie przedstawia się najkorzystniej. Pomimo posiadania znacznej, absolutnej i komparatywnej przewagi w zakresie kosztów wytwarzania bardzo widoczna staje się luka w zakresie infrastruktury rynkowej. Gorsza infrastruktura jeszcze długo ograniczała będzie konkurencyjność całego sektora. Obecny stan infrastruktury produkcji i rynku, po okresie głębokich zmian wynikających z procesów transformacji systemowej, nie gwarantuje równorzędnego partnerstwa Polski wobec krajów Unii Europejskiej.

Duże rozdrobnienie gospodarstw ogrodniczych, nierównomierna podaż w poszczególnych latach oraz w ciągu roku, różnorodność odmianowa, jakościowa osłabia pozycję przetargową producentów i w różnorodny sposób oddziałuje na sferę przetwórstwa oraz dystrybucyjno-handlową. System obrotu warzywami i owocami znamionuje powolny przepływ masy towarowej, co z jednej strony naraża produkty na utratę ich jakości podczas transportu i sprzedaży, z drugiej strony zwiększa ryzyko transakcji wynikające z braku gwarancji sprzedaży. Dodatkowo sytuację pogarsza brak sprawnych systemów kontroli jakości towarów i często nie respektowanie standardów jakościowych w obrocie krajowym [Ciechomski 2002]. W większości przypadków istniejące elementy infrastruktury nie są komplementarne do już istniejących w Unii Europejskiej. Jedyne wyjątek stanowią powstałe w ostatnim dziesięcioleciu nowoczesne dystrybucyjne rynki hurtowe wokół dużych aglomeracji miejskich. Rynki te podejmują szereg działań zmierzających do koncentracji organizacyjnej sfery produkcji. WGRO S.A. w Poznaniu kompleksowo organizuje, od kilku lat, produkcję na dużą skalę niektórych warzyw pod potrzeby przetwórstwa i eksportu. Na bazie tych doświadczeń powstała stosunkowo dobrze działająca grupa producencka w Sko-

kach. Pomimo tych osiągnięć rynkom tym nie udało się jak dotąd dokonać zasadniczego przełomu w zakresie koncentracji podaży oraz powszechnego stosowania, obowiązujących na światowych rynkach, standardów handlowych

Po szóste, coraz bardziej staje się widoczna luka między stopniem koncentracji popytu, a stopniem koncentracji podaży. Słaba ekonomicznie i rozdrobniona sfera produkcji wyraźnie nie nadąża za zmieniającymi się i rosnącymi potrzebami coraz bardziej zglobalizowanego rynku. Szczególnie odczuwalne są braki infrastrukturalne na poziomie produkcji. Koncentracja podaży przez organizacje producenckie jawi się obecnie jako ekonomiczna konieczność wobec nieuchronności zmian spowodowanych wzrostem koncentracji popytu [Ciechomski 2002].

7. Wnioski

Analiza skutków globalizacji dla polskiego sektora produktów ogrodnich prowadzi do następujących wniosków.

Kierunek zmian stosunków rynkowych w polskim sektorze owoców i warzyw jest zgodny z istniejącymi trendami na globalnych rynkach. Pomimo odnotowanego w ostatnich latach znacznego postępu w zakresie przygotowania produktów do sprzedaży, opakowania i oznakowania, skala zmian jest niewystarczająca. Coraz większego znaczenia nabiera bezpieczeństwo produktów dla zdrowia konsumentów oraz możliwość zapewnienia udokumentowanej informacji o produkcie, potwierdzonej uznawanymi w skali międzynarodowej certyfikatami. Poza wyjątkami występują problemy z zapewnieniem ciągłości dostaw dużych jednorodnych partii produktów, w wymaganych przez odbiorcę standardach handlowych, w określonym czasie oraz promocją polskich produktów szczególnie na rynkach zewnętrznych. Coraz bardziej widoczna jest stale powiększająca się luka między stopniem koncentracji sfery detalicznego handlu i sfery produkcji, co może w przyszłości grozić eliminacją z globalnego rynku naszych produktów. Poważnym mankamentem jest brak dobrze rozbudowanego pierwotnego ogniwa handlu oraz dużych krajowych dystrybutorów w sferze podaży, a także pomimo odnotowanego w ostatnich latach postępu znaczących centrów logistyczno-dystrybucyjnych o szerszym ponad lokalnym zasięgu terytorialnym. W rozwiązaniu tej ostatniej kwestii ważna rola przypada rynkom hurtowym. Muszą one jednak w większym niż dotychczas stopniu znaleźć wsparcie w organizacjach producenckich.

Reasumując należy stwierdzić, że zasadnicze kierunki zmian rynkowych powinny zmierzać do zapewnienia bezpiecznej żywności, koncentracji funkcjonalno-przestrzennej w handlu hurtowym i koncentracji w sferze produkcji oraz likwidacji luki w infrastrukturze rynkowej. Istniejące bowiem obecnie opóźnienia w zakresie rozwoju infrastruktury rynkowej w Polsce stanowią wyraźny czynnik ujemnie wpływający na konkurencyjność polskich produktów

rolno-ogrodniczych. Szczególnie odczuwalny jest brak odpowiednich rozwiązań instytucjonalnych w sferze produkcji, co uniemożliwia wykorzystanie w pełni korzyści i efektów zewnętrznych, wynikających z naszych przewag komparatywnych oraz nie pozwala na efektywne wykorzystanie niektórych elementów infrastruktury jakim są powstałe niedawno nowoczesne rynki dystrybucyjne [Trzęsowski 2002].

LITERATURA

1. Bijman J., Hendriske G., Verman C. (2000): A marketing cooperative as system of attributes, www.eur.nl, s. 1-10.
2. Ciechomski W. (2002): Uwarunkowania rozwoju sektora owocowo-warzywnego w aspekcie integracji z Unią Europejską. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, nr 4-5, s. 45-54.
3. Ciesielski J., Cieślak W., Trzęsowski M. (2003): Opracowano system obrotu opakowaniami zwrotnymi. *Owoce Warzywa Kwiaty*, Nr 12, s. 2-3.
4. EUREPGAP (2003): General Regulations Fruit and Vegetables. Eurepgap c/o FoodplusKöln, <http://www.eurp.org>.
5. Jacobs T. (2003): Marketing warzyw szklarniowych – wybrane zagadnienia. [w:] *Nowoczesny marketing warzyw szklarniowych. Hasło Ogrodnicze*, Gromnice, s. 1-2.
6. Niemier R., Trzęsowski M. (1997): Wpływ dodatkowych zabiegów marketingowych na kształtowanie się cen i marż w poszczególnych kanałach dystrybucji. [w:] *Strategia rozwoju polskiego ogrodnictwa do 2010 roku*. Lublin, 1997, s. 145-155.
7. ZMP (2000): *Obst. Marketbilans*, Bonn.
8. ZMP (2003): *Obst. Marketbilans*, Bonn.
9. Vertical coordination in the fruit and vegetable sector: implications for existing market institutions and policy instruments. Paris: OECD 1997, Directorate for Food.
10. Stańko St. (2002): Ceny detaliczne żywności, a ceny surowców rolniczych. SGGW, ARR. [w:] *R.Urban: Wartość dodana i marże w przetwórstwie głównych produktów rolnych*. IERiGŻ, Warszawa, s. 35.
11. Trzęsowski M. (1993): Koszty marketingowe i ceny w kanałach dystrybucji owoców i warzyw. *Rynek owoców i warzyw. Raport nr 5*, IERiGŻ, Warszawa, s. 25-26.
12. Trzęsowski M. (2001): Opłacalność pakowania warzyw w siatki i na tacki. *Ogrodnictwo*, Nr 1, s. 7-9.
13. Trzęsowski M. (2002): Ewolucja działalności nowoczesnych rynków hurtowych w branży rolno-ogrodniczej w okresie zmian systemowych w Polsce. *Prace naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu*, Nr 941. [w:] *Agrobiznes*, tom II, s. 423-428.
14. Tajner S. (2003): Procesy koncentracji w handlu hurtowym krajów Unii Europejskiej. *Handel wewnętrzny*, Nr 6, s. 55-60.

MICHAŁ TRZĘSOWSKI

GLÓWNE KIERUNKI ZMIAN RYNKOWYCH W SEKTORZE OWOCÓW I WARZYW

STRESZCZENIE

Zmiany rynkowe w sektorze owoców i warzyw w Polsce w coraz większym stopniu determinowane są przez czynniki zewnętrzne. Szybko postępujące w Polsce procesy globalizacji w ogniwie handlu detalicznego zmuszają do uruchomienia określonych procesów dostosowawczych w ogniwie hurtu i produkcji. Wymusza to określone procesy dostosowawcze polegające na rozwoju koncentracji funkcjonalno-przestrzennej w handlu hurtowym oraz koncentracji organizacyjnej w sferze produkcji. Procesy te natrafiają jednak na poważne ograniczenia wynikające z niedostatków w zakresie infrastruktury rynkowej i dużego rozdrobnienia sfery produkcji.

MICHAŁ TRZĘSOWSKI

THE MAIN DIRECTIONS CHANGES IN THE MARKET OF FRUITES AND VEGETABLES SECTOR IN POLAND

SUMMARY

Market changes in fruit and vegetable sector in Poland in growing degree are determined by outside market factors. Fast progressing globalisation processes in retail trade link in Poland enforce launching of certain accommodation processes in wholesale and production links. This enforces certain adaptation processes based on the development of space-functional concentration in wholesale trade, and in organisational concentration in production sector. However, these processes meet serious constraints rooting from lack in market infrastructure and large number of small production units.