

Кандидат на посаду генерального директора КП “Житній ринок”  
МОСЕНКО ВОЛОДИМИР

**КП “Житній ринок”:  
Стратегічні виклики та бачення розвитку на  
2018-2022 рр.**

Київ, 23 лютого 2018

# Житній ринок: Первинна функціонально-історична концепція



**Історичне підґрунтя:** На 1980 рік НАЙБІЛЬШИЙ критий ринок Європи: 1 350 торгових місць + 600 на відкритому майданчику поряд з павільоном

**Функціональна основа:** передбачала: склади та холодильні камери в приміщенні ринку, зрошувальні установки для зелені. Кожне робоче місце було забезпечене гарячою і холодною водою, що дуже важливо для санітарного стану.

**Архітектурна цінність:** Архітектурна перлина Києва: будівля з одним з найбільших великопрольотних висячих покриттів з фасадами з фресок з історії Київської Русі, що підкреслює історичну цінність Подолу на якому він розташований.

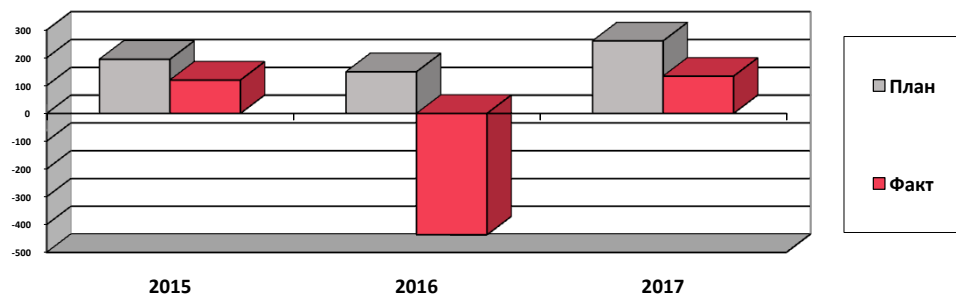
**Культурне значення:** КП «Житній ринок» має сакральне значення для розвитку нашого міста. Історично, саме в місцині де зараз розташовані торговельні павільйони, відбувалися на протязі століть різноманітні ярмарки та заходи, що сформували Київ як один із потужних центрів торгівлі часів Київської Русі, Середньовіччя і т.д. Саме тому розвиток КП «Житній ринок» поряд з суто економічною складовою, акумулює в собі надзвичайно потужну культурну складову, яка характеризує цивілізаційне значення Києва для всього європейського розвитку.

# Житній ринок: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Ключовим викликом є відсутність стратегічного бачення розвитку:

На сучасному етапі можна стверджувати, що керівництву КП «Житній ринок» так і не вдалося надати розвиткові підприємства необхідної стратегічної перспективи. Підставами для таких невтішних висновків можуть бути:

Табл. 1. Планові та фактичні показники результативності КП «Житній ринок» у 2015-2017 рр., тис. грн.



Джерело: складено автором за даними звітності КП «Житній ринок»  
Примітка: 1. Дані за 2017 рік – за I-III кв.

**#1. Нездатність забезпечити прибутковість діяльності КП «Житній ринок» (і загалом, і відносно планових показників).**

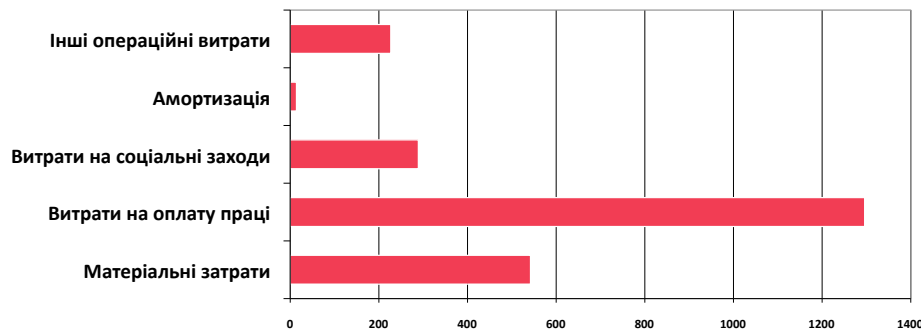
Зокрема, це видно з даних наступної табл. 1, де в кожному з досліджуваних періодів фактичні показники прибутковості нижчі за планові, тоді як у 2016 році відбулося різке нарощування збитковості.

# Житній ринок: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Ключовим викликом є відсутність стратегічного бачення розвитку:

На сучасному етапі можна стверджувати, що керівництву КП «Житній ринок» так і не вдалося надати розвиткові підприємства необхідної стратегічної перспективи. Підставами для таких невтішних висновків можуть бути:

Табл. 2. Структура адміністративних витрат КП «Житній ринок» за III кв. 2017 року



Джерело: складено автором за даними звітності КП «Житній ринок»

## #2. Деформована структура витрат КП «Житній ринок»

Загальна сума адміністративних витрат, їх висока питома вага в структурі загальних витрат, домінування в адміністративних витратах витрат на оплату праці в поєднанні з невтішними результатами діяльності та збитковістю опосередковано свідчать про слабку ефективність стратегічного управління КП «Житній ринок».

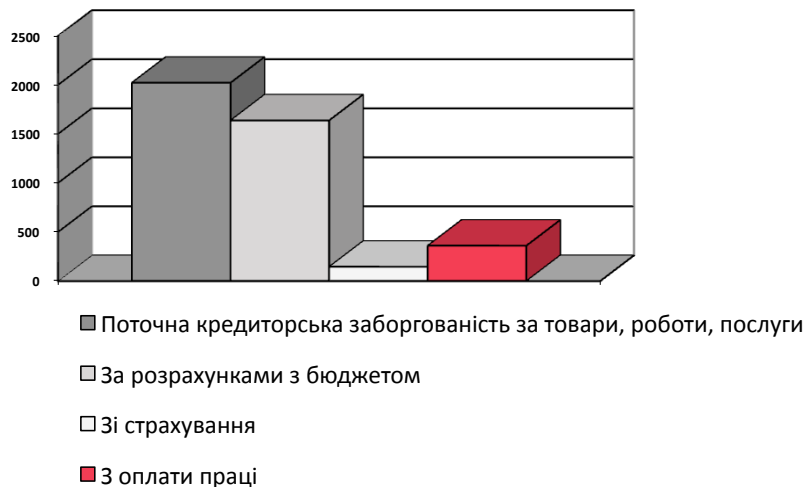
Така структура знижує результативність діяльності підприємства. В цьому контексті показовими є дані за результатами III кв. 2017 року (табл. 2):

# Житній ринок: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Ключовим викликом є відсутність стратегічного бачення розвитку:

На сучасному етапі можна стверджувати, що керівництву КП «Житній ринок» так і не вдалося надати розвиткові підприємства необхідної стратегічної перспективи. Підставами для таких невтішних висновків можуть бути:

Табл. 4. Структура поточної кредиторської заборгованості КП «Житній ринок» за III кв. 2017 року



Джерело: складено автором за даними звітності КП «Житній ринок»

## #3. «Вимивання» оборотного капіталу та зниження результативності діяльності підприємства.

Структура поточної кредиторської заборгованості свідчить, що на КП «Житній ринок» сформовано поверховий підхід до виконання своїх зобов'язань перед контрагентами, надзвичайно низький рівень платіжної дисципліни (табл. 4):

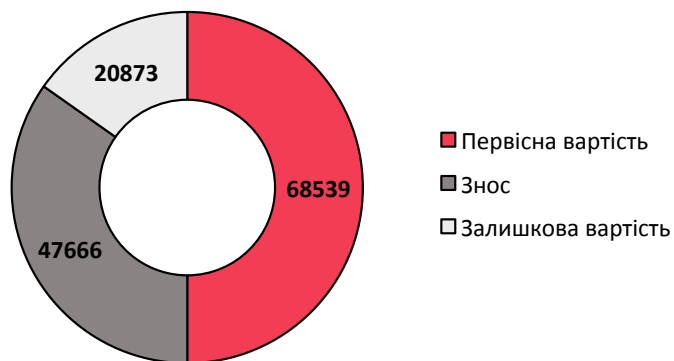
- Наявність кредиторської заборгованості за розрахунками з бюджетом є неприпустимим фактом, тим паче – для підприємства комунальної форми власності.
- Аналогічно недопустимою і небезпечною є ситуація з нарощуванням кредиторської заборгованості за розрахунками з оплати праці.
- Кількісні показники, структура та динаміка дебіторської заборгованості свідчить, що на сучасному етапі менеджмент практично ігнорує сучасні методи управління оборотним капіталом, а інколи – зловживає своїм становищем.

# Житній ринок: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Ключовим викликом є відсутність стратегічного бачення розвитку:

На сучасному етапі можна стверджувати, що керівництву КП «Житній ринок» так і не вдалося надати розвиткові підприємства необхідної стратегічної перспективи. Підставами для таких невтішних висновків можуть бути:

Табл. 4. Вартісні показники основних засобів КП «Житній ринок» за III кв. 2017 року



Джерело: складено автором за даними звітності КП «Житній ринок»

## #4. Технологічна зношеність основних засобів.

Фактор, що так само значно впливає та погіршує конкурентноспроможність підприємства на стратегічному горизонті планування. Зокрема вартісні показники забезпеченості основних засобів виглядають наступним чином (табл.4)

## #5. Низька інвест. спроможність ринку

Капітальні інвестиції за III кв. 2017 року становили лише 60 тис. грн. У 2016 році первісна вартість основних засобів підприємства зросла лише на 5,8 тис. грн.. Відсутність інвестицій фактично унеможлиблює модернізацію підприємства, стримує його розвиток, формує складні завдання для подальшого функціонування

# Житній ринок: пріоритетні напрямки роботи:

Нове керівництво має сформувати концепцію стратегічного розвитку Житнього ринку, яка би мала на меті довготермінову реорганізацію КП, створювало ефективні механізми розвитку прибутковості підприємства і як результат, відновило культурно-соціальне значення ринку на мапі Києва.

## Напрямок #1:

Створення стратегічної концепції розвитку Житнього ринку до 2022 р.

## Напрямок #2:

Ефективна реорганізація КП, запуск механізмів для розвитку прибутковості підприємства.

## Напрямок #3:

Відбудова культурно-соціального значення ринку у масштабі району/міста.

Швидкість та комплексність виконання запропонованої концепції розвитку КП Житній ринок залежатимуть від наявності ресурсів. Отже її виконання можливе як лише за рахунок ресурсів, що генеруються самим КП так і за рахунок інвесторів в тому числі міської влади.

# Напрямок 1: Основні елементи для створення концепції



Дослідження та аналіз ефективних концепцій ринків таких як:

- Естермальмський Ринок – Стокгольм, Швеція
- Міський ринок їжі – Одеса, Україна
- Міський ринок Риги – Рига, Латвія
- Ринок Жан-Талон – Монреаль, Квебек, Канада



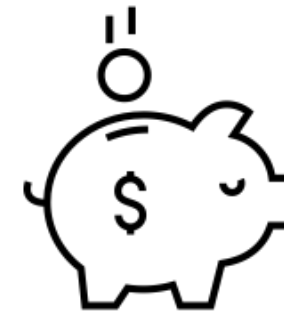
# Напрямок 1: Основні елементи для створення концепції



Житній ринок має залучати більш молодшу аудиторію (вік 35+) нових споживачів з високим рівнем доходу і нових підприємців, здатних реагувати на сучасні потреби:

Для цього необхідно відповідати 3 ключовим трендам:

- 1) **Еко-тренд – ринок** як місце, де зібрані еко-товари від перевірених посачальників на будь-який смак;
- 2) **Страви, а не тільки продукти** – враховувати, що сьогоднішній споживач більш орієнтований на купівлю їжі, а не тільки інгредієнтів;
- 3) **Етно-страви** – сучасний споживач зацікавлений у різноманітті страв і ринок це місце, де він готовий пробувати нове.



Житній ринок має зберігати за собою можливість бути доступним і для соціально-захисених верств населення, маючи групи товарів доступних кожному.

# Напрямок 1: Основні елементи, в основі концепції

## Ціль для споживачів:

Ринок – місце куди “приємно приходити знову і знову”.

1. Логічно розташовані торговельні майданчики, зони-магніти – продумане зонування;
2. Пріоритетність торговельних точок “від прямого виробника” з низькими цінами та високою якістю продуктів;
3. Інформативність: наявність інформації щодо походження, складу та ін. щодо продукції що продається;
4. Можливість знайти будь-який продукт харчування за приємними цінами;
5. Відповідність запитам покупців: асортимент від оптових продавців дешевих товарів до органічної продукції та екзотики.
6. Легко залишити авто;
7. Єдиний стиль в інтер'єрі.

## Ціль для підприємців:

Ринок – це місце, де вигідно та ефективно можна вести бізнес.

1. Ринок зацікавлений та генерує значний потік споживачів;
2. Ринок – майданчик для партнерської взаємодії;
3. Інформативність та прозорість процесів;
4. Можливість створювати додаткові умови для успішних бізнесів;
5. Відповідність запитам підприємців: ринок реагує та проактивно готовий вирішувати проблеми.
6. Ринок оновлюється та стає сучасним, змінюється роль ринку, він не пасивний орендар площі, він проактивно залучає нові аудиторії споживачів за рахунок додаткових активностей, впроваджує ефективні маркетингові ініціативи для прокращення продажу;
7. Ринок оновлюється в інтер'єрі, ринок, в якому добре і зручно вести бізнес.

# Напрямок 2: Створення механізмів для розвитку прибутковості підприємства

Внутрішня ціль:

Ринок – це ефективна, керована та прогнозована структура:

**1. Оптимізація структури витрат. В цій площині найбільш дієвими заходами є:**

- проведення енерго-аудиту та суттєве зниження рівня витрат на енергоносії;
- уникнення системних зловживань щодо структури адміністративних витрат;
- упорядкування системи оплати праці на підприємстві з врахуванням рівня вкладу кожного працівника в загальний результат діяльності підприємства;
- використання можливостей «віртуалізації» відносин між КП «Житній ринок» та контрагентами для зменшення рівня «тіньового» обороту коштів на підприємстві.

**2. Активізація рівня інвестиційної активності, в т.ч. – за рахунок використання зовнішніх джерел.** Залучені інвестиційні ресурси повинні першочергово бути спрямовані на удосконалення існуючих та придбання нових основних засобів.

**3. Впровадження заходів для забезпечення жорсткої платіжної дисципліни, в т.ч. – шляхом упровадження сучасних інструментів управління оборотним капіталом.**

# Напрямок 3: Відбудова культурно-соціального значення ринку у масштабі району/міста

## Іміджева ціль 1:

Ринок – місце відпочинку з залученням туристичної складової:

1. Фудкорти з популярними закладами харчування з оригінальною кухнею;
2. Національні особливості продукції та кухні, що відображаються в інтер'єрі;
3. Місце куди приходять іноземці для знайомства з Києвом та Україною
4. Використання площі для КП “Житній ринок” для проведення тематичних ярмарок, фестивалів їжі, тощо.
5. Місце – візитівка Києва, ключовий ринок, де можна знайти смаколики для себе та здивувати сюрпризом знайомих та близьких.

## Іміджева ціль 2:

Ринок – безпечне та відкрите місце для мешканців та гостей Києва:

1. Місце, де відсутні крадії та антисоціальні елементи, зона охоплена охороною та відеоспостереженням;
2. Місце де суворо контролюється якість продукції.
3. Чисте місце, з системою прибирання та моніторингу якості порядку;
4. Місце де можна безпечно залишити авто;
5. Місце-простір вихідного дня для всієї родини.

Кандидат на посаду генерального директора КП "Житній ринок"  
**МОСЕНКО ВОЛОДИМИР**

**Контактна інформація:**

**Моб. Тел.: +380632713333**

**Email: [vmosenko@gmail.com](mailto:vmosenko@gmail.com)**