

Никаква корист од хипермаркета

Иако је на тржишту све више трговинских ланаца, произвођачима купци нису постали доступнији, нити је храна јефтинија

Србији „хипермаркет револуција” није донела корист, ни потрошачима, ни малим пољопривредним произвођачима, већ је појединцима обезбедила монополске позиције. Директор Економског института Драган Шаговновић истакао је да отварањем хипермаркета и тржишта за иностране трговинске компаније у Србији није постигнут очекивани циљ. Примарним произвођачима није донета доступност потрошача и тржишта, нити је због веће концентра-

ложи Министарству трговине да заједнички успоставе савремени система за праћење цена хране.

– Имамо велики проблем да сагледамо цене хране од примарне производње до крајњег потрошача. Зато смо предложили пројекат који би практично био систем за праћење цена животних намирница – каже Шаговновић. Доминантан положај хипермаркета на тржишту је светски тренд. Друге државе, међутим, покушавају да се заштите, формирају различите комисије, Словенија чак има

Економиста Мирослав Здравковић међутим сматра да је још опасније то што су се цене хране приближиле онима у Европској унији. Последњи подаци Евростата, званичне статистичке агенције ЕУ, показују да је ниво цена хране у Србији са 63,1 одсто у 2005. години прошле године повећан на 73,7 процената од просечних цена хране у ЕУ. Здравковић прогнозира да ће се за десетак година цене хране потпуно изједначити са европским, а да ћемо тада, нажалост, имати нулту домаћу производњу. То ће се дого-



ције на тржишту малопродаје дошло до смањења цена у прехрани.

– Дошли смо у ситуацију да су цене пољопривредних производа ниже него у региону, а хране на полици у радњама више него у окружењу. Посебно забрињава то што је српских производа све мање у радњама – истакао је Шаговновић за наш лист. Због овако неповољног односа цена и све веће угрожености потрошача, Економски институт је, током недавно одржаног пољопривредног форума „Храна за Европу” у Суботици, пред-

и омбудсмана за ту област. Њихов посао је, објашњава, да обезбеде да односи у том ланцу буду што више фер.

Последње анализе Економског института показују да су цене од 2006. до 2012. године знатно расле у малопродаји, и то практично у свим категоријама. За 60 одсто увећана је цена свињског меса, за 83 одсто јабука и пилећег меса, кромпира за 87 одсто, пасуља за 106, а млека за чак 119 одсто, док су за то време домаћи пољопривредни производи додатно изгубили на вредности.

дити, каже, зато што су све политике креирале тако да иду у прилог крупном капиталу.

– Ако на све то додамо и број предузетника и њихових запослених у сектору трговине који су били принуђени да затворе радње, јасно је колика је корист од отварања страних ланаца, шопинг-молова и мегамаркета. По грубој рачуници, за последњих седам година око сто хиљада њих престало је да ради – истиче Здравковић.

И. Албуновић