

DA LI SU SUPERMARKETI DONELI KORIST POTROŠAČIMA

strana 11

KOME SU ZNAČAJNI SUPERMARKETI?

Ključna tema drugog dana petog poljoprivrednog Foruma Hrana za Evropu u Subotici bila je ekspanzija trgovinskih lanaca u Srbiji, odnosno takozvana „supermarket revolucija“ **strana 11**

Kome znače supermarketi?



Supermarket revolucija u Srbiji nije donela korist ni potrošačima, ni malim poljoprivrednim proizvođačima, već je pojedincima obezbedila monopolne pozicije, poruka je sa poljoprivrednog Forum Hrana za Evropu u Subotici

Beograd

Ključna tema drugog dana petog poljoprivrednog Forum Hrana za Evropu u Subotici bila je ekspanzija trgovinskih lanaca u Srbiji, odnosno takozvana „supermarket revolucija“.

Dr Tatjana Brankov, saradnik Ekonomskog instituta i Instituta za ekonomiku poljoprivrede objavila je podatke koji pokazuju da 55 odsto stanovnika Srbije kupuje u tradicionalnim radnjama, da najmanje kupujemo u hipermarketima, a da na hranu trošimo čak 44 odsto prihoda. Kako se navodi u saopštenju za medije, ukupna godišnja vrednost prihoda od trgovine na malo u našoj zemlji je tri milijarde evra.

„Kada govorimo o prosečnoj potrošnji namirnica, godišnje po glavi stanovnika trošimo 60,8 kilograma mesa, što je manje nego u EU gde se po glavi stanovnika jede 78 kilograma. Dalje, jedemo više povrća nego stanovnici u EU, ali zato pojedemo znatno manje voća. Zbog specifičnih navika u ishrani, na godišnjem nivou pojedemo duplo više hleba i peciva, ali s druge strane, četi-

ri puta manje mleka i mlečnih proizvoda“, rekla je Brankov u subotu.

Ona je istakla da je dve trećine trgovinskih lanaca u zemlji u rukama stranih kompanija – Deleza i Agrokora. Brankov je predstavila i studiju u kojoj je pokazala kakvi su efekti ekspanzije trgovinskih lanaca u našoj zemlji, u periodu od 2000. do 2012. godine i istakla da je prema proceni ambasade SAD u Srbiji, u poslednjih četiri do pet godina došlo do širenja sivog i crnog tržišta hrane.

„Trgovinska globalizacija trebalo bi da donese benefite poput rasta prihoda malih poljoprivrednih proizvođača usled pristupa različitim tržištima, kao i niže cene za potrošače. Međutim, u našoj zemlji ti pozitivni efekti su izostali. Analizom podataka od 2000. do 2012. godine utvrdili smo da je cena svinjskog mesa uvećana za 60 odsto, jabuka i pilećeg mesa za 83, krompira za 87 odsto, pasulja za 106, a mleka čak 119 odsto“, naglasila je Brankov.

„Supermarket revolucija“ u Srbiji ne samo što nije donela korist potrošačima i malim poljoprivrednim proizvođačima, već su tržišne promene omogućile pojedinim biznis entitetima da zauzmu „monopolne“ pozicije, otvoren je prostor za funkcionisanje sivog tržišta, neljalnu konkurenciju, neprihvatljiv rast cena prehrambenih proizvoda i razne vrste manipulacija i prevara u sektoru prehrambene industrije. Brankov je naglasila da našu zemlju odlikuju i neefikasna antimonopolna legislativa i sistem sprovođenja kazni, ne postoje informa-

cije o cenama, a ni Komisija za zaštitu konkurencije nije efikasna u radu.

„U pogledu sprečavanja zloupotreba monopolskih pozicija velikih trgovinskih lanaca, nužno je formirati posebnu komisiju koja bi se bavila sprečavanjem prevara u trgovinskim lancima. Da bi se efikasno eliminisala praksa formiranja ekstremno visokih profitnih margina, potrebno je uvesti transparentnost u proces formiranja cena, odnosno stvoriti celovitu bazu podataka o proizvođačkim, maloprodajnim, i uvoznim cenama. Takođe, možemo se ugledati i na Sloveniju koja je ove godine imenovala ombudsmena za hranu koji će odgovarati za poštene odnose između poljoprivrednih proizvođača, prerađivačke industrije i trgovinskih lanaca“, istakla je Brankov.

S druge strane, Vesna Kovač, državni sekretar Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija, smatra da ekspanzija trgovinskih lanaca može samo da donese pozitivne efekte.

„Mislim da prisustvo velikog broja trgovinskih lanaca ima veoma dobre efekte kao što su jačanje lokalne industrije, proizvođači mogu biti samo na dobitku i dobiti šansu da svoje proizvode plasiraju u velikim trgovinama. Takođe, na taj način im se otvara mogućnost da proizvode hranu robnih marki tih velikih trgovinskih lanaca“, istakla je Kovač.

O ekspanziji trgovinskih lanaca na Forumu je govorio i Jože Podgoršek, zaštitnik odnosa u lancu snabdevanja hranom u Sloveniji.

„Ovo je nova funkcija u našoj zemlji i ustanovljena je 1. marta ove godine. Funkcija koju obavljam je neka vrsta ombudsmena, sindikalnog lidera za dobavljače, a to mi je lako jer sam i sam bio proizvođač i znam probleme sa kojima se susreću. Moji osnovni zadaci su otkrivanje nepoštenih praksi u poslovanju trgovinskih lanaca, kao i promocija pozitivnih praksi. Uz veliku pomoć Agencije za zaštitu konkurencije i drugih državnih institucija, uspevamo da otkrijemo nepoštene prakse u poslovanju i sprečimo neregularnosti“, kaže Podgoršek. „Jedan od najčešćih problema jeste kasno plaćanje robe dobavljačima, koji se ustručavaju da prijavljuju takve slučajeve Agenciji za zaštitu konkurencije, plašeci se da ne budu eliminisani sa tržišta.“

On je saglasan da dolazak velikog broja trgovinskih lanaca nije bitno uticao na ekonomski razvoj, niti podstakao konkurenciju na tržištu. „Velike strane trgovine nisu garancija da će se uz njihovu pomoć povećati izvoz u zemlje iz kojih oni dolaze. Kupci nemaju puno koristi od velike konkurencije među trgovinskim lancima, a na najvećem gubitku su sami proizvođači. Slovenija je tek u prethodnih pet godina uspeła da svoje potrošače ubedi da kupuju domaće i budu sigurni da su proizvodi vrhunskog opreka i kvaliteta. Nismo još na nivou na kome je Austrija u tom pogledu, ali napredujemo. Austrija uopšte nema svojih trgovinskih lanaca, ali zato ima kupce koji traže isključivo domaću hranu“, rekao je Podgoršek.