



Datum: 04.05.2020

Medij: Politika

Rubrika: Pogledi

Autori: Prof. dr Sreten Ćuzović*

Teme: pijace

Naslov: E-pijaca nije svemoguća

Napomena:

Površina: 331



Strana: 20

E-pijaca nije svemoguća

Проф. др Срећен Ћузовић*

Историја цивилизације и историја трговине се преплићу. Пијаци су биле и остале стални хроничари друштвеноекономског развоја, трговине и друштва у целини. У литератури је развој пијаца означен као цивилизацијска тековина трговинског развоја и просторно-урбаног препознавања градова. С друге стране, пијаци нису репа без корена. Имају прошлост, садашњост и будућност.

У једном ретроспективном осврту подсетићемо се да је, након договора Милоша Обреновића и београдског везира 1824. године, у Београду основано пазариште (Торжиште) у близини Стамбол-капије. Касније су почеле да се отварају пијаци и у другим градовима Србије. И као свуда у Европи, на пијацама се трговало, на њима су се размењивале информације, сретали се људи, осулушкивала политичка дешавања...

Први пут од оснивања у Србији пијаци су утихнуле пред глобалном пандемијом вируса корона. У свом еволутивном развоју мењале су своју физиономију, мењајући и окружење. Иако првобитно замишљене као повремене тржишне институције за промет свежих пољопривредно-прехранбених производа на мало, у међувремену су израгле у свакодневни бизнис.

Може ли креирање Е-пијаце решити све проблеме с којима се суочавају пијаци у свом пословању? Осим зелене пијаце, како често називамо ове институције трговине, прометом пољопривредних производа баве се и трговине на мало и велико, кванташке пијаци и остали учесници. Да би се у таквим условима одржале, пијаци морају да иновирају начин пословања. Због тога се у теорији и пракси одомаћио израз да се пијаци налазе између чекића и наковња. С једне стране су трговински ланци и увознички лоби, а с друге – накупци и остали мешетари у промету.

Не улазећи у анализу овакве праксе, закључили бисмо констатацијом да је прошло време кад су пијаци биле искључиви носиоци промета воћа и поврћа. Још мање, место за концентрацију понуде и тражње робе, већином локалних произвођача. Они ће то чинити и даље, уколико су ови послови исплативи. А то што овакав начин посло-

вања нарушава устаљену поделу рада, која је у теорији и пракси прихваћена као фактор ефикасности пословања, као да никога не интересује.

Досадашње искуство показује да је (не)одрживост пијаца у директној зависности од осталих учесника у ланцу. То су креатори пољопривредне политике и комуналне институције (тржнице на мало), с једне стране, и продавци, купци и њихова удружења, с друге.

Хронолошки посматрано, уситњеност обрадивих површина омогућавала је пољопривреднику да скромне вишкове својих производа продаје на месној пијаци. Касније, применом агротехничких мера, вишкови се увећа-

вају и након подмирења породичне тражње износе на тржиште. Истина, наш пољопривредник, ма колико да је био тржишно препознатљив, ретко је успевао да се нађе на списку добављача великих трговинских ланаца. Част изузетцима, али већина их је судбински предодређена за пијацу. А да ли ће се ситуација променити након завршетка пандемије вируса корона, остаје да се види.

Простор нам не дозвољава да детаљније наводимо разлоге због којих је пољопривредни произвођач више посматрач него активни учесник у ланцу снабдевања супермаркета. Поменимо неке. Мали обим понуде, одсуство економије обима пласмана, кварљивост производа (краткотрајна употреба),

недостатак дистрибутивне мреже, неуједначеност квалитета – одсуство стандарда, итд. Ова ретроспектива даје основа да закључимо да ће развој осталих формата трговине и дигитализације стављати у дилеме креаторе економске политике како да одрже и ревитализују пијаци у изузетно тешким условима.

Подсетимо се да се ефикасност-ефективност е-трговине, а самим тим и е-пијаце, мери бројем остварених куповина, а не бројем посетилаца сајта, што у овом корона периоду најчешће прати, „заживели“ пројекат Е-пијаце.

Овим не желим да умањим вредност идеје о формирању Е-пијаце, напротив, подржавам је. Међутим, „изградња“ Е-пијаце мора бити садржајно осмишљен пројекат. Битно је и да обим остварене продаје може достићи економску исплативост. ¶

*Економски факултет и Уишу

