

## LJUBLJANSKI ŽIVILSKI TRG IN NJEGOVA STRUKTURA

Barbara Kranjec in Dimnik Milena

UDK 338.432/.433 (497.12 Ljubljana)

LJUBLJANSKI ŽIVILSKI TRG IN NJEGOVA STRUKTURA

Barbara Kranjec in Milena Dimnik, Srednja šola za trgovinsko dejavnost, Poljanska 28 a, 61000 Ljubljana, Slovenija

UDC 338.432/.433 (497.12 Ljubljana)

LJUBLJANA MARKET AND ITS STRUCTURE

Barbara Kranjec and Milena Dimnik, Srednja šola za trgovinsko dejavnost, Poljanska 28 a, 61000 Ljubljana, Slovenia

Prispevek analizira ljubljanski živilski trg, ki odraža specifična agrarna območja Slovenije in Jugoslavije in deagrarizacijo.

The task analyses the Ljubljana market representing some special agrarian areas of Slovenia and Yugoslavia and the degree of deagrarization.

Prispevek, ki je povzetek nagrajene raziskovalne naloge z republiškega srečanja mladih raziskovalcev Slovenije s področja geografije (1), sloni na terenskem delu, anketiranju prodajalcev in naključnih kupcev, kartiranju celotne tržnice oziroma prostorske razporeditve posameznih blagovnih skupin, analizi lastnega fotografskega materiala in literaturi.

Več stoletij je imel mestni trg vlogo tržnega prostora, ko so prodajalci, prekupčevalci in kupci napolnili prostor okoli Robbovega vodnjaka. Ko je leta 1901 na Mestnem trgu zaropotal tramvaj, se je tržni prostor začel seliti proti Vodnikovemu trgu. Lesene stojnice pod kostanji ob Ljubljanci je v tridesetih letih tega stoletja zamenjala Plečnikova tržnica (2). Leta 1903 so porušili od potresa poškodovano lecejsko poslopje za Vodnikovim spomenikom in nastal je velik makadamski trg, ki so ga namenili trgovanju in izgradnji pokrite tržnice, ki pa so jo dokončali šele v prvih letih druge svetovne vojne (3).

Glede na zunanji videz, prodajne izdelke in prodajalce ločimo notranji del tržnice z dvema deloma: stavbo A z orehi, jajci, mlečnimi in mesnimi izdelki in mesom goveda, kopitarjev in perutnine ter stavbo B s sladkovodnimi in morskimi ribami in zunanji del tržnice, ki ima odprti del s prostimi stojnicami za sadje in zelenjavo (osrednji del) in ostale blagovne skupine (robní del) ter polodprti del s semeni, sadikami, zelišči in čajem.

Na osnovi anket (preglednica 1) je bilo med ostalim mogoče določiti spremembe na tržnici po posameznih obdobjih preko leta. V prvo obdobje

spadajo september, oktober in november, v drugo december, januar in februar v tretjo pa marec in april.

*Preglednica 1: Anketa za prodajalce.*

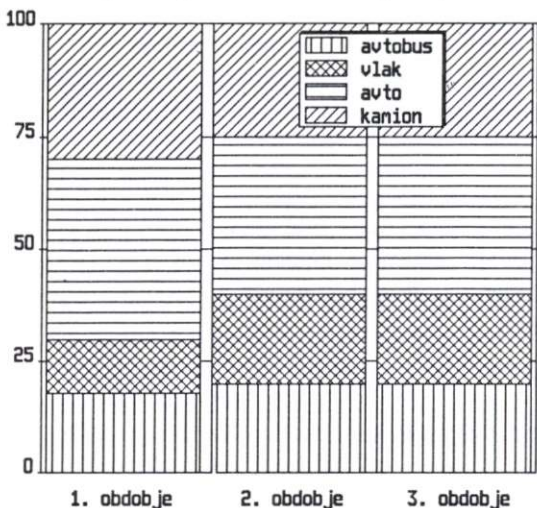
1. Od kod prihajate ?
2. Kakšno prevozno sredstvo uporabljate ?
  - pozimi
  - poleti
3. Kaj prodajate ?
  - sadje (-eno vrsto -dve vrsti -več vrst)
  - zelenjavo (-eno vrsto -dve vrsti -več vrst)
  - ostalo (-eno vrsto -dve vrsti -več vrst)
4. Kdaj prodajate ?
  - ob sobotah
  - ob sobotah in še enkrat na teden
  - ob sobotah in še dvakrat na teden
  - ob sobotah in še več kot dvakrat na teden
5. Kdaj je kupna moč potrošnikov večja in kdaj manjša ?
6. Kje bivate v času prodaje v Ljubljani ?
7. Zakaj prodajate ravno na tem trgu ?
8. Razni problemi:
  - parkirišče
  - tržni prostor
  - visoke cene najemnine tržnega prostora
  - nelojalna konkurenca
  - drugo

V prvem obdobju je bilo anketiranih 87 prodajalcev in pokazalo se je, da je glavno tržno blago ozimnica. Značilna je najbogatejša ponudba v celem letu, vendar ponudba in prodaja proti koncu obdobja

skokovito upadata.

Tudi v drugem obdobju je bilo anketiranih 87 prodajalcev. Glede na letošnje prodaje se prodaja giblje okoli 50 %. Kupna moč potrošnikov je najnižja, še posebej kritičen pa je januar.

Slika 1: Uporaba prevoznih sredstev prodajalcev v %.



V tretjem obdobju, ki je predstavljeno bolj podrobno, je bilo opravljenih 45 anket. Prevladujejo prodajalci iz Dalmacije, ki blago večinoma pripeljejo z vlakom, sami pa pridejo z avtobusom. Prodajalci iz Makedonije prihajajo z lastni prevozom, največkrat tovornjakom. Ponudniki iz bližnje in daljne okolice Ljubljane uporabljajo osebne avtomobile s tovornimi prikolicami in to tako poleti kot pozimi. Vozičkarji so redki in se pojavljajo le v sezoni sadik in semen od pomladi do jeseni. Sadike in semena so glavno tržno blago tega obdobja. Zanimivo je, da se ponudbi solate iz Dalmacije pridružuje vse večja ponudba solate iz okolice Ljubljane. Iz Dalmacije prihajajo zgodnje češnje, ki se v večji količini kot konkurenca češnjam iz Istrske Slovenije prodajajo tudi poleti. Poleg zgodnjega sadja se na trgu pojavi tudi paradiznik iz Makedonije. Pestra je ponudba tudi pri nekaterih drugih predmetih: modni dodatki, galanterija, suha roba. Na tržnici prodaja že okoli 70 % anketirancev, konkurenca pa se že v maju in juniju močno poveča, saj takrat prodajajo že vsi prodajalci (100 %). Večina prodajalcev (predvsem prodajalci s sezonskim blagom) prodaja ob sobotah

in še vsaj dvakrat na teden. Na začetku prodajne sezone je na splošno kupna moč potrošnikov največja. Vzrok za to je med drugim tudi pestrejša ponudba izdelkov in večje število ponudnikov. Prodajalci, ki prihajajo iz drugih krajev Jugoslavije, stanujejo v glavnem v Ljubljani kot podnajemniki ali pri svojih prijateljih. Na vprašanje, zakaj prodajajo prav na tem trgu, je večina navedla tradicijo in navezanost na ljubljansko tržnico. Predvsem starejši ljudje si ne želijo spremembe prodajnega prostora. Prodajalci se ne srečujejo z večjimi problemi, le nekatere pesti premajhen parkirni prostor.

Preglednica 2: Anketa za kupce.

1. Od kod prihajate ?
2. Kolikokrat na teden nakupujete na tržnici ?
3. Kaj kupujete ?
4. Zakaj nakupujete ravno na tej tržnici ?

Anketiranje 89 kupcev v prvem obdobju je pokazalo, da večina nakupuje ob sobotah, ko je glavni tržni dan. Potrošniki kupujejo v večjih količinah sadje in zelenjavo za ozimnico.

76 anket iz drugega obdobja je pokazalo, da je v primerjavi s prvim obdobjem povpraševanje padlo za 40 %. V tem času so potrošniki nakupovali še zadnjo ozimnico.

V tretjem obdobju, ki je opisano bolj podrobno, je bilo opravljenih 42 anket. Največ potrošnikov je bilo iz Ljubljane in bližnje okolice. Prisotni so turisti. Največ potrošnikov nakupuje vsaj dvakrat na teden. Vzrok je večja ponudba svežega sadja in zelenjave. Poleg sadja in zelenjave so najbolj iskane sadike in semena. Sadje (češnje, jagode, grenivke) in zelenjava (kumarice, krompir) se ne kupujejo več na zalogo ampak v manjših količinah večkrat na teden. V večjih količinah se kupujejo le rože in sadike. Za nakupovanje na ljubljanski tržnici se kupci odločajo predvsem zaradi boljše kakovosti blaga, večjega števila prodajalcev z značilnimi izdelki, večje konkurence, pridelki so bolj sveži in cenejši.

Zanimiva je primerjava strukture tržnice med letoma 1969/70 (4, 5) in 1989/90. Leta 1969 je bila tržnica razdeljena na odprti, delno odprti in pokriti del, kar velja še danes. Zgodnjo zelenjavo so tudi takrat najprej prodajale Dalmatinke, nato prodajalci

iz Srbije, šele nato pa slovenski prodajalci. Velika razlika je v številu vozičkarjev. Pred 20 leti so bili močno zastopani, danes pa vztrajajo le še kakšni trije. Obrtni del je bil večji, danes pa je umaknjen na rob tržnice. Pomembna razlika je v skladiščenju: nekoč so blago shranjevali v grajskih rovih in v majhnem skladišču na sami tržnici, danes pa to skladišče ne zadovoljuje vsem potrebam, zato prodajalci hranijo blago tudi na grosistični tržnici na Škofljici. Že leta 1969 je ljubljanski trg izražal razlike med značilnimi agrarnimi območji Slovenije in Jugoslavije, opazne pa so bile tudi posledice deagrarizacije, ki se kaže v tem, da je veliko starih prodajalcev iz okolice Ljubljane, mladim prodajalcem, ki izhajajo iz mešanih, polkmečkih in celo nekmečkih gospodinjstev, pa je prodaja samo dodatna dejavnost, ki nekoliko izboljša družinski proračun. Večina jih na trgu prodaja tudi zato, ker je to že tako rekoč tradicija v družini. Tudi mladi iz drugih republik prihajajo v Ljubljano predvsem zaradi boljšega zaslužka. Vzrok za prodajo na ljubljanski tržnici je tudi prenasičenost drugih tržnic (predvsem v južnih krajih Jugoslavije). Prodajalcem se kljub višjim prometnim stroškom

obrestuje prodaja na ljubljanski tržnici. Vsi anketirani prodajalci so z razmerami na tržnici zadovoljni, le "mali proizvajalci" se pritožujejo zaradi parkirnega prostora: parkirišče, ki je v pristojnosti tržne uprave, je premajhno, cena parkirnine je previsoka. Zato bodo prodajalci tudi v bodoče iskali ugodnejša parkirna mesta pred tunelom, pri Ljudski kuhinji in drugih mestih.

1. Perko, D. 1990: *Republiško srečanje mladih raziskovalcev 1990. Geografski obzornik, XXXVII, 1990, 3-4. Ljubljana.*
2. Krečič, P. 1976: *Monografija Ljubljane. Ljubljana.*
3. Lukan, V. in drugi, 1985: *Pozdrav iz Ljubljane.*
4. Ferjan, T. 1971: *Struktura ljubljanskega živilskega trga. Geografski obzornik, XVII, 1970, 3-4. Ljubljana.*
5. Ferjan, T. 1982: *Živilski trgi večjih središč kot odraz transformacije podeželja. Geografske značilnosti preobrazbe slovenskega podeželja, Ljubljana.*