

Troškovi prometa mlijeka u Hrvatskoj 1973-1993.*

Ante Kolega i Damir Kovačić

Izvorni znanstveni rad – Original scientific paper

UDK: 637.11/351

Sažetak

Predmet ovog istraživanja su troškovi distribucije mlijeka u Hrvatskoj.

Prvo se analizira kretanje troškova distribucije mlijeka u razdoblju 1973-1993. Zatim se uspoređuje struktura distribucijske marže u 1978. i 1993. Naposljetku se uspoređuju distribucijski troškovi »velike« i »male« mljekare.

Na temelju istraživanja autori zaključuju da su troškovi distribucije mlijeka u Hrvatskoj previsoki te da su nastali zbog neusklađenih proizvođačkih i potrošačkih kapaciteta.

Visoki troškovi distribucije mlijeka negativno su utjecali na ostale sudionike u distribucijskom lancu, proizvođače i potrošače.

Autori predviđaju da će uslijediti racionalizacija sadašnjeg distribucijskog sustava.

Riječi natuknice: trošak distribucije, mlijeko, marža, Hrvatska.

1. Uvod

Troškovi distribucije, odnosno prometa poljodjelskih proizvoda, nastaju na putu proizvoda od proizvođača do potrošača. Na tom se putu, koji nazivamo distribucijski kanal, gotovo u pravilu¹ pojavljuju i posrednici. Cilj proizvođača je prodati proizvod po cijeni kojom će podmiriti troškove proizvodnje i koja će sadržavati dio dobiti. S druge strane, potrošači nastoje kupiti taj isti proizvod uza što pristupačniju cijenu, primjerenu njihovu potrošačkom proračunu. Između proizvođača i potrošača nalaze se posrednici koji nastoje ostvariti što veću razliku između proizvođačke i potrošačke cijene. Očito je posrijedi suprotstavljen konfliktan odnos.² Taj odnos moguće je pratiti analizom troškova distribucije (troškova prometa).

¹ Osim kad proizvođač sam, izravno obavlja posao distribucije.

² U tržišnim gospodarstvima podjednako je podijeljen teret distribucijskih troškova na proizvođače, potrošače i posrednike. Međutim, ako jedan od sudionika u distribucijskom lancu ima monopol, onda on svoj dio tih troškova prebacuje na ostale sudionike. Primjerice, ako je monopolist posrednik, onda on manjom proizvođačkom i/ili većom maloprodajnom cijenom prebacuje dio distribucijskih troškova na proizvođače i/ili potrošače. Tada posrednik ostvaruje veću dobit, ali djelomice ograničuje razvoj proizvodnje i/ili potrošnje. Monopol je u distribuciji, gotovo uvijek, obilježje nerazvijenih i bivših socijalističkih gospodarstava (P a k e r, B e h a r r e l l, 1987). Zbog toga je proučavanje troškova distribucije u tim gospodarstvima, među koje spada i hrvatsko, posebno važno.

* Rad iznijet na XXX. jubilaranom znanstveno-stručnom agronomskom savjetovanju, održanom u Puli, 1994.

Predmet ovog istraživanja su troškovi distribucije mlijeka u Hrvatskoj.³ U ovom istraživanju želimo odgovoriti na sljedeća pitanja: kako su se kretali troškovi distribucije mlijeka u Hrvatskoj u razdoblju 1973-1993.; što je prouzročilo takva kretanja; kako je to utjecalo na ostale sudionike u distribucijskom lancu i kakva kretanja treba očekivati ubuduće.

2. Metodologija i izvor podataka

Troškove distribucije moguće je pratiti u apsolutnim iznosima nacionalne valute ili razmjerno u postocima proizvođačke, odnosno potrošačke cijene (Senti, 1977; Senti, Zimmermann, 1976). Kad se izračunavaju distribucijski troškovi, potrebno je razlikovati izračunavanje ukupnih troškova distribucije i troškova distribucije za posebne proizvode. Ukupni troškovi distribucije izračunavaju se za cjelokupnu potrošnju poljodjelskih proizvoda na temelju tzv. globalne metode:

troškovi distribucije = ukupna vrijednost potrošnje – ukupna vrijednost prodaje⁴

Troškovi distribucije pojedinog proizvoda izračunavaju se na temelju formule:

troškovi distribucije = cijena trgovine na malo – cijena proizvođača

Kad se izračunavaju distribucijski troškovi pojedinog proizvoda, potrebno je točno odrediti cijenu proizvoda u trgovini na malo i cijenu koju dobivaju proizvođači.

Naime, nije svejedno je li cijena koju dobije proizvođač cijena za proizvod na njivi, na drvetu, za razvrstan, kalibriran ili opremljen proizvod (Senti, 1977; Senti, Zimmermann, 1976).

Daljnji korak u analizi distribucijskih troškova je ANALIZA DISTRIBUCIJSKE (PROMETNE) MARŽE. Tom se metodom ustanovljuju troškovi koji nastaju u pojedinim fazama distribucije, odnosno njihov udio u ukupnim troškovima. Tako objašnjavamo razliku između cijena koje dobivaju proizvođači i onih koje plaćaju kupci. Da bi se mogla usporediti učinkovitost dvaju ili više distribucijskih kanala, potrebno je osigurati da proizvodi kojima se trguje u prodajnim kanalima budu jednake kakvoće, jednako opremljeni, da je razina usluge koja se obavlja u

³ Mlijeko se u Hrvatskoj gotovo u cijelosti distribuira »konvencionalnim« distribucijskim kanalom, u koji glavnina proizvodnje dolazi sa sitnoseljačkog posjeda. Posrednici su zadruge, kombinati, prijevoznici, mljekare i trgovina. Mljekare u ovom lancu imaju najjači utjecaj.

⁴ Odnosi se na prodaju koju su ostvarili proizvođači.

svakom kanalu slična te da se podaci odnose na isto vremensko razdoblje. (Paker, Beharrell, 1987).⁵

U istraživanju smo rabili rezultate vlastita istraživanja, podatke službene statistike, interne podatke u mljekarama i izvore podataka iz literature.

3. Rezultati istraživanja

Da bi se troškovi distribucije mlijeka mogli uspoređivati tijekom vremena, potrebno je pratiti jedan homogen proizvod cijelo vremensko razdoblje.⁶ Mi smo analizirali kretanje troškova distribucije pasteriziranog mlijeka s 3,2% mliječne masti, u PVC vrećici, prodan u trgovini na malo, za razdoblje od 1973. do 1992. Troškove distribucije odredili smo odbijanjem »korigirane« proizvođačke od maloprodajne cijene mlijeka. Proizvođačku cijenu mlijeka tvori otkupna cijena mlijeka s 3,6% mliječne masti, uvećana za proizvođačku premiju. Tu je cijenu trebalo svesti na cijenu mlijeka od 3,2% mliječne masti, kakvo se prodaje u trgovini.

Troškovi distribucije mlijeka u maloprodajnoj cijeni sudjelovali su u prosjeku s 38% (grafikon 1.). Prosječno odstupanje od srednje vrijednosti iznosi 28%. Razmjerna visina otklona od srednje vrijednosti upozorava da su u numeričkoj vrijednosti varijable distribucijski troškovi znatno kolebali. Iz grafikona je vidljivo da kretanje tih troškova moramo podijeliti na dva podrazdoblja: prvo 1973-1988. i drugo 1989-1992. U razdoblju 1973-1988. distribucijski su troškovi bili razmjerno niski i sudjelovali su u potrošačkom dinaru 24 do 38%. Nakon godine 1988. distribucijski troškovi naglo rastu. Istodobno se smanjuje i udjel proizvođačke u maloprodajnoj cijeni mlijeka sa 75% godine 1983. na svega 36% godine 1991.

Međutim, zbog duga razdoblja isplate otkupljena mlijeka i visoke mjesečne inflacije položaj se proizvođača još više pogoršao. Naime, mljekare su isplaćivale otkupljeno mlijeko između 10. i 25. u mjesecu za protekli mjesec. Sada ćemo aproksimativno prikazati kako je inflacija utjecala na smanjenje stvarna udjela proizvođačke cijene u maloprodajnoj cijeni, ako se isplaćuje s 30 dana zakašnjenja.

Godišnju inflaciju preračunali smo na dnevnu inflaciju.⁷ Zatim smo izračunali udio koji realno dobivaju proizvođači od maloprodajne cijene mlijeka (tablica 1.).

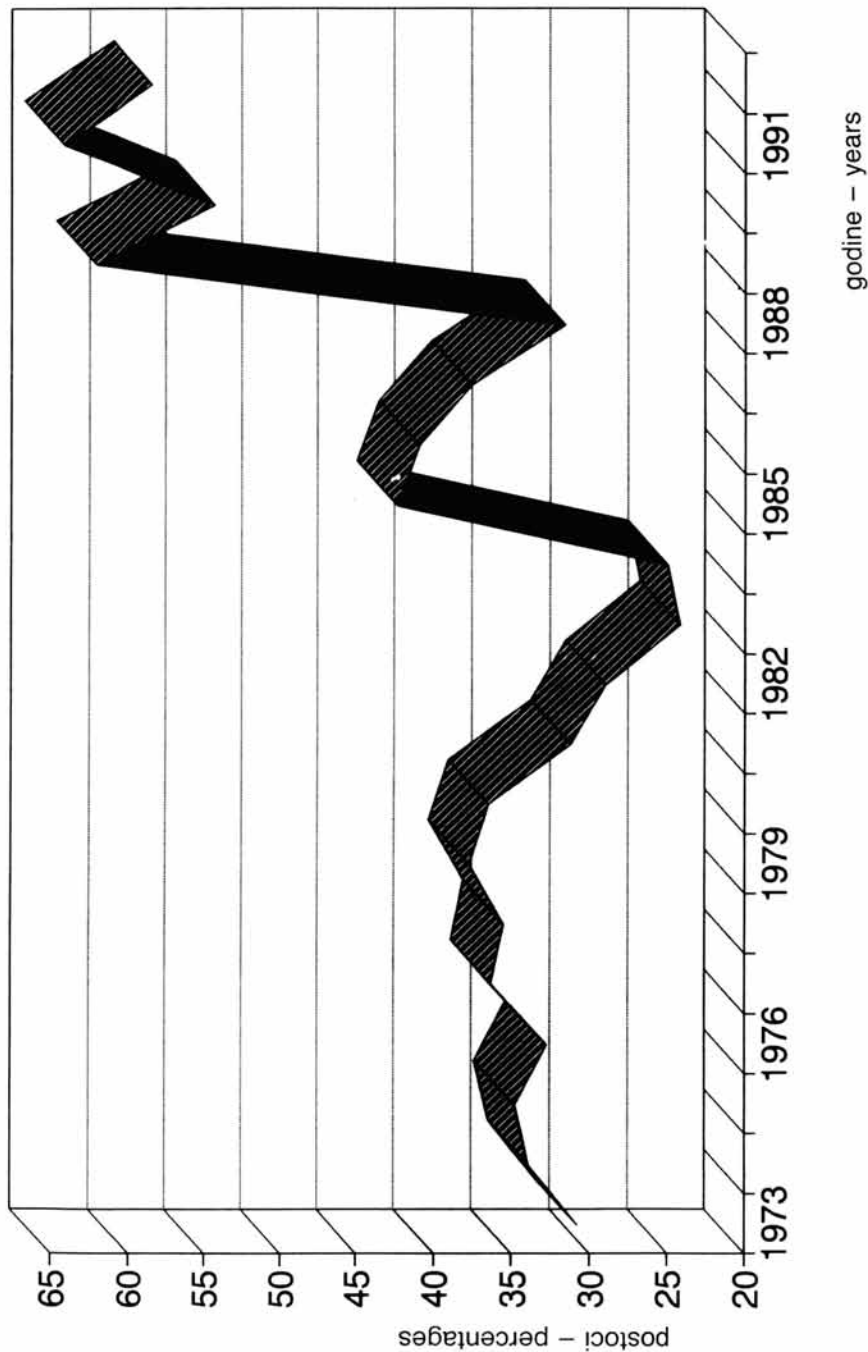
Realna proizvođačka cijena mlijeka nakon godine 1988. sudjeluje u maloprodajnoj cijeni ispod razine od 25%. U godini 1989. i 1992. proizvođačka cijena sudjelovala je u potrošačkoj sa svega 14%. Negativne tendencije su nastavljene do mjeseca lipnja 1993., kad je država vezala otkupnu cijenu mlijeka uz tečaj

⁵ U anglosaksonskoj literaturi za ovu analizu upotrebljava se izraz: »Marketing margin analysis«.

⁶ Pod homogenošću proizvoda razumijevamo proizvode jednakih obilježja i jednake razine usluge pri njegovoj prodaji.

⁷ Godišnju inflaciju, praćenu na temelju verižnih pokazatelja u prodaji na malo, pretvorili smo u dnevnu. Zatim smo formulom za dekurzivni obračun preračunali korigiranu proizvođačku cijenu na realnu.

Udio troškova prometa mlijeka u maloprodajnoj cijeni 1973.-1992.
Share of milk distribution costs in retail prices 1973-1992.



Tablica 1. Realno kretanje troškova prometa mlijeka u Hrvatskoj 1985-1992.
Table 1 Milk distribution costs in Croatia during 1985 to 1992 – real tendencies

godine years	korigirana* proizvođačka cijena HRD/l corrected producers prices HRD/l	dnevna inflacija** daily inflation	realna proizvođačka cijena real producers price		maloprodajna cijena mlijeka HRD/l retail milk price HRD/l		proizvođačka u maloprodajnoj cijeni mlijeka % producers price in retail milk price %		udio T. P. u maloprodajnoj cijeni mlijeka D. C. share in retail milk price
1985	39,20	0,49	34,38	82,76	42	58			
1986	75,28	0,53	65,26	154,30	42	58			
1987	136,49	0,61	115,74	333,18	35	65			
1988	463,55	0,83	370,47	883,38	42	58			
1989	4878,86	3,61	1872,18	13451,69	14	86			
1990	3,08	1,97***	1,82	8,45	22	78			
1991	5,95	0,62	5,04	31,75	16	84			
1992	53,13	2,13	30,11	210,50	14	86			

* Proizvođačka cijena mlijeka s 3,6% m.m. obračunana na 3,2% m.m.
Producers milk price with 3.6% M.F. transformed to 3.2% M.F.

** Godišnja inflacija praćena indeksom troškova života na malo pretvorena u dnevnu
Annual inflation calculated on the basis of living costs transformed to daily inflation

*** Objašnjenje u fusnoti ⁶
See footnote ⁶

Vrelo: Podaci službene statistike
Source: Official statistic figures

⁶ Godine 1990. bio je stabilan omjer dinara i marke, 1 : 7, do mjeseca rujna, a nakon toga 1 : 12. Međutim rasle su cijene proizvoda i usluga, tako da je po pokazateljima Republičkog zavoda za statistiku indeks troškova života u godini 1990. bio 700. Preračunavanjem na dnevnu inflaciju dobili smo vrijednost 1,97%.

Existing stable parity between dinar and DEM (1 : 7) valid till September 1990. changed after that date to 1 : 12. However, goods' and services' prices increased According to official statistical sources in 1990 living cost index was 700. Conversion to daily inflation indicated the value of 1.97%.

DM.⁸ Jednu litru mlijeka s 3,6% m.m., na dan isplate, mljekare su dužne plaćati najmanje 0,35 DM. Dakle, u zadnjih su se pet godina povećali troškovi prometa u maloprodajnoj cijeni mlijeka.

Razmjerno se pogoršao položaj proizvođača i potrošača, a poboljšao položaj posrednika. Sada je potrebno ustanoviti na što se odnosi povećanje distribucijskih troškova i s kakvim posljedicama.

Godine 1978. provedeno je istraživanje izvora troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj (Kolega, 1980). Ti su troškovi uspoređeni u sedam mljekara koje imaju različite uvjete u prikupljanju i dostavi mlijeka do prodavaonica. Četiri mljekare imale su veću proizvođačku od maloprodajne cijene, odnosno ostvarile su gubitak. Tada smo zaključili da te mljekare neučinkovito prikupljaju mlijeko uz razmjerno visoke troškove dostave mlijeka u prodavaonice.

U srpnju 1993. analizirali smo sastav distribucijskih troškova u jednoj od mljekara (u mljekari »B«), u kojoj smo istraživanje obavili godine 1978.

Tijekom vremena u maloprodajnoj se cijeni razmjerno smanjio udjel proizvođačke cijene, troškova sabiranja, prijevoza i dostave mlijeka do trgovine, a razmjerno su se povećali doradni i indirektni troškovi (opći) te trgovačka marža i akumulacija.

Najviše se razmjerno smanjio udjel proizvođačke u maloprodajnoj cijeni sa 64% godine 1978. na 38% godine 1993., odnosno za 26%, a najviše se razmjerno povećao primitak mljekare sa –16% na 10%, odnosno također za 26%.

Vremenska usporedba distribucijskih marža tijekom vremena pokazuje da su se razmjerno povećali troškovi mljekare u distribuciji mlijeka. Međutim, na temelju analize ne možemo tvrditi da je tome uzrok neučinkovitost u »konvencionalnom« distribucijskom kanalu.

Naime, analiza distribucijske marže tijekom vremena ne daje odgovor na pitanje je li povećanje udjela pojedinih faza u distribuciji opravdano ili nije. Mogli su se tijekom vremena pogoršati uvjeti poslovanja za posrednike ili su oni mogli povećati kakvoću usluge. Tada bi povećanje distribucijskih troškova bilo opravdano.

Da bismo odgovorili na pitanje je li distribucijski kanal za mlijeko troškovno neučinkovit, usporedit ćemo troškove tog kanala, uvjetno nazvane troškovi »velike« mljekare, s troškovima »male« mljekare.⁹

Distribucijski troškovi »male« mljekare u strukturi maloprodajne cijene »male« mljekare sudjeluju s 54% u usporedbi s 62%, koliko sudjeluju distribucijski troškovi u cijeni »velike« mljekare. Zbog nižih distribucijskih troškova, »male« mljekare ona dio tih ušteda odobrava ostalim sudionicima u distribucijskom lancu, proizvođačima mlijeka i potrošačima, a za sebe ostavlja gotovo trostruko veću akumula-

⁸ Otkupna cijena litre mlijeka s 3,6% mliječne masti na dan isplate iznosi 0,36 DM (Narodne novine).

⁹ Distribucijski troškovi mlijeka »male« mljekare odnose se na jednu malenu mljekaru u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske. Kapacitet mljekare je 3000 litara na dan. Mljekara prodaje pasterizirano mlijeko u svojoj vlastitoj prodavaonici.

ciju negoli »velika« mljekara. Usporedimo li sada troškove distribucije »male« mljekare u odnosu prema maloprodajnoj cijeni mlijeka »velike« mljekare, vidimo da su distribucijski troškovi »male« mljekare razmjerno još manji, odnosno 46% od maloprodajne cijene »velike« mljekare. »Mala« mljekara odobrava proizvođa-

Tablica 2. Vremenska usporedba distribucijske marže u mljekari »B«
Table 2 Relation of distribution margin in creamery »B« between years 1978 and 1993

	godine years	
	1978	1993
1. proizvođačka cijena producers price	64	38
2. trošak sabiranja i otkupa mlijeka milk collection and milk purchase costs	14	4
3. transportni trošak transport cost	6	5
I. TROŠKOVI PRIKUPLJANJA MLIJEKA I OTKUPNA CIJENA MILK COLLECTION COSTS AND MILK PRICE	83	46
1. homogenizacija, pasterizacija, punjenje, opremanje homogenization, pasterization, packaging, filling	9	13
2. indirektni troškovi (OD + amortizacija) indirect costs (wages + amortization)	9	16
3. trošak dostave do trgovine transport cost to retail trade	12	6
II. TROŠKOVI DORADE I DOSTAVE PROCESSING AND DELIVERY COSTS	113	81
1. akumulacija/gubitak accumulation/losses	-16	10
III. PROIZVOĐAČKA CIJENA (ZA MLJEKARU) PRODUCERS PRICE (FOR CREAMERY)	116	91
1. trgovačka marža retail margin	4	9
IV. MALOPRODAJNA CIJENA RETAIL PRICE	100	100

Vrelo: Izvedeno iz tablice 2. i 3. u prilogu rada.

Source: tables 2 and 3.

čima svega jedan postotak višu otkupnu cijenu od maloprodajne cijene »velike« mljekare,¹⁰ a popust potrošačima iznosi 15%.¹¹

Dakle, radi se o prodaji iste vrste proizvoda uz istu razinu usluge, ali uz znatno različitu razinu distribucijskih troškova.¹² Razmjerno viši distribucijski troškovi »velike« mljekare dokazuju da je distribucijski kanal »velikih« mljekara troškovno neučinkovit.

Tablica 3. Usporedba distribucijske marže u »velikoj« i »maloj« mljekari
Table 3 Comparison of distribution margin in »large« and »small« creamery

	TDM. u odnosu prema MCM.*	TDM. u odnosu prema MCV.	TDV. u odnosu prema MCV.
1. PROIZVOĐAČKA CIJENA PRODUCERS PRICE	46	39	38
2. TROŠAK DISTRIBUCIJE DISTRIBUTION COST	54	46	62
2.1. od toga akumulacija accumulation (from that)	27		10
3. MALOPRODAJNA CIJENA »MALE« MLJEKARE RETAIL PRICE OF »SMALL« CREAMERY	100	85	–
4. MALOPRODAJNA CIJENA »VELIKE« MLJEKARE RETAIL PRICE OF »LARGE« CREAMERY		100	100

* Kratice imaju sljedeće značenje: TDM – trošak distribucije »male« mljekare, TDV – trošak distribucije »velike« mljekare, MCM – maloprodajna cijena male mljekare, MCV – maloprodajna cijena velike mljekare

TDM – Distribution milk cost of »small« creamery

TDV – Distribution cost of »large« creamery

MCM – Retail price of »small« creamery

MCV – Retail price of »large« creamery

Vrelo: Vlastito istraživanje

Source: author's research

¹⁰ I tako razmjerno malo viša otkupna cijena, uz redovitu isplatu otkupljenih količina, osigurava dostatne količine mlijeka za prerađu.

¹¹ Zbog jaka pada kupovne moći domaćeg stanovništva u »maloj« mljekari odobravaju razmjerno viši popust potrošačima nižom maloprodajnom cijenom.

¹² »Mala« mljekara prodaje pasterizirano mlijeko, punjeno u staklene boce, u trgovini na malo. Trošak opremanja mlijeka »velike« i »male« mljekare je gotovo jednak, ali »mala« mljekara prodaje neobrano mlijeko. Međutim, te malene razlike u kakvoći proizvoda koji se nudi u distribucijskom kanalu ne utječu na valjanost usporedbe.

Postavlja se pitanje zbog čega su visoki troškovi distribucije mlijeka »velike« mljekare, odnosno zašto su ti troškovi naglo porasli nakon godine 1988.

Visoki troškovi distribucije mlijeka u Hrvatskoj¹³ posljedica su obilježja proizvodnje mlijeka i izgrađenih preradbenih kapaciteta. Većina mlijeka u Hrvatskoj dobiva se od sitnih proizvođača koji prodaju u prosjeku 10-20 litara na dan i koji su raspršeni na velikom prostoru. Za usporedbu, navedimo da u zapadnoeuropskim zemljama pojedini proizvođači predaju u otkup i do 20.000 litara (Teicher, 1990) na dan.

S druge strane kapaciteti domaćih mljekara su veliki, odnosno nisu prilagođeni obilježjima proizvodnje. Primjerice, kapacitet mljekare »B« je nekoliko stotina tisuća litara mlijeka na dan. Danas većina mljekara u Hrvatskoj radi s manje od polovice iskorištenosti kapaciteta. Da bi se barem djelomice zaposlio tako velik preradbeni kapacitet, mljekare su prisiljene skupljati mlijeko s velike udaljenosti, veće i od 200 km. Za usporedbu, navedimo da su u Europi nerentabilne mljekare koje skupljaju mlijeko s udaljenosti veće od 20 kilometara.

Osim toga, kao i u većini bivših društvenih poduzeća, mljekare su opterećene viškom radne sile i neučinkovitom organizacijom poslovanja.

Dakle, na visoke troškove distribucije mlijeka u Hrvatskoj najjače utječu tri čimbenika:

1. visoki troškovi sabiranja mlijeka zbog preširoka otkupnog područja,
2. slaba iskorištenost kapaciteta,
3. unutarnje slabosti (loš ustroj marketinga i posloводства).

Temeljna zadaća u analizi distribucijskih troškova je odgovor na pitanje kako je kretanje tih troškova utjecalo na posrednike, na proizvođače i potrošače, odnosno kakav će biti budući razvoj.

Na temelju kretanja troškova distribucije mlijeka u razdoblju 1973-1993. zaključili smo da su ti troškovi nakon godine 1988. jako porasli. Prije godine 1988. otkupna i maloprodajna cijena mlijeka bila je pod državnim nadzorom. U tom razdoblju većina mljekara u Hrvatskoj je poslovala s gubitkom, a gubitke je na kraju godine namirivala država.

Nakon godine 1988. i dalje je formalno opstojala kontrola otkupnih i maloprodajnih cijena mlijeka. Međutim, mljekare su stalnim zahtjevima za povišenjem maloprodajne cijene mlijeka uspjele kapitalizirati svoj monopolistički položaj u distribuciji. Prebacile su vlastitu neučinkovitost na teret proizvođača, ali i potrošača. Razina proizvođačke cijene mlijeka pala je na razinu od oko 0,20 DM. Uzmemo li u obzir da je po kalkulacijama cijene koštanja proizvođačka cijena mlijeka u Hrvatskoj između 0,50 i 0,60 DM, postaje posve jasno zbog čega je nastao velik manjak mlijeka u Hrvatskoj.

Da se kojim slučajem u Hrvatskoj proizvodnja mlijeka temeljila na tržišno usmjerenim proizvođačima mlijeka, posljedice za mljekarstvo bile bi katastrofalne.

¹³ Misli se na distribucijske troškove »velikih« mljekara jer one sudjeluju s oko 90% u ukupnoj distribuciji mlijeka u Hrvatskoj.

Pri takvu omjeru troškova i cijena mlijeka drastično bi pala proizvodnja i bilo bi uništeno osnovno stado. Međutim, obiteljska gospodarstva u Hrvatskoj ne posluju samo po načelu dobitka. Kriteriji za mjerenje poslovne uspješnosti obiteljskih gospodarstava su: ekonomska reprodukcija svih uloženi čimbenika uz ostvarenje poduzetničke dobiti ili ekonomska reprodukcija uloženi čimbenika ili povrat ukupnih troškova poslovanja, promjenjivih i stalnih ili povrat, odnosno pokriće samo promjenjivih troškova ili ostvarivanje pozitivnog novčanog salda (Kraljičković, 1993).

Visoka razina maloprodajnih cijena mlijeka i mliječnih prerađevina ograničavala je razvoj potrošnje prerađevina, dok je potrošnja mlijeka bila na razini potreba. Nakon godine 1990. uvelike je pao potrošački proračun, pa se smanjila i potrošnja mlijeka.

Kakav razvoj očekujemo?

Ustanovili smo da su »velike« mljekare opterećene visokim troškovima sabiranja mlijeka zbog preširoka otkupnog područja, slabe iskorištenosti kapaciteta i unutrašnjih slabosti. Osim toga, u sadašnjim prilikama one su monopolisti i u distribuciji nemaju jaču konkurenciju. Svoj položaj pokušat će i nadalje kapitalizirati prebacivanjem vlastite neučinkovitosti na teret proizvođača, niskim otkupnim cijenama, i na teret potrošača, razmjerno visokim maloprodajnim cijenama posebice prerađevina. Posljedice u proizvodnji bile bi još veća oskudica mlijeka u otkupu, pad proizvodnje i smanjenje stočnog fonda. Ako se ne poveća kupovna moć potrošača, potrošnja mlijeka će i nadalje padati a bit će ograničena i potrošnja mliječnih prerađevina. Kvantifikacija tih kretanja premašuje okvire ove analize.

Neželjene posljedice mogu se izbjeći racionalizacijom distribucije mlijeka u Hrvatskoj ili intervencijom države.

Država bi mogla povisiti premije za proizvođače mlijeka i/ili namirivati gubitke mljekarama, i/ili subvencionirati potrošnju mlijeka. Međutim se tim mjerama ne rješava problem, visoki troškovi distribucije mlijeka u Hrvatskoj, nego se samo ublažuju posljedice.

Ako se stvore ravnopravni uvjeti gospodarenja za sve sudionike u distribuciji mlijeka u Hrvatskoj, smanjit će se troškovi distribucije.¹⁴ Racionalizacija će biti trojako usmjerena:

1. Izgraditi će se niz manjih mljekara.¹⁵
2. Pojavit će se novi, troškovno učinkovitiji putovi distribucije mlijeka (Pottebaum, 1988).
3. Dio »velikih« mljekara pronaći će načine da poboljšaju svoju gospodarsku učinkovitost i tako postanu troškovno konkurentne.

¹⁴ Po zakonskim propisima u Hrvatskoj nije omogućena prodaja svježeg mlijeka.

¹⁵ Visoka dobit u poslovanju privući će nove poduzetnike u ovu poljoprivrednu granu.

4. Zaključak

Distribucijski troškovi mlijeka u Hrvatskoj nakon godine 1988. jako su porasli jer je oslabila državna kontrola maloprodajnih i otkupnih cijena mlijeka.

Na razmjerno pogoršanje svog položaja u distribuciji proizvođači su reagirali smanjenjem proizvodnje i predajom manje mlijeka u otkup. Potrošači su smanjili potrošnju mlijeka i mliječnih preradevina.

Ubuduće se očekuje smanjenje distribucijskih troškova mlijeka. Do smanjenja će djelomično doći zbog izgradnje niza manjih mljekara, pojave novih, troškovno učinkovitijih putova distribucije mlijeka i zbog napora velikih mljekara da smanje svoje troškove kako bi postale troškovno konkurentne.

MILK DISTRIBUTION COSTS IN CROATIA 1973-1993.

Summary

The objectives of this study were milk distribution costs in Croatia. Milk distribution costs from 1978 to 1993 have been analyzed first. Upon that was compared the structure of distribution margin attained in 1978 and 1993. Finally were compared the distribution costs among »large« and »small« creameries. According to the study milk distribution costs in Croatia are too high, and influenced negatively both in contributors and in distribution chain.

Authors predict more efficient milk distribution system in Croatia.

Additional index words: distribution costs, milk, margin, Croatia

Literatura

- KOLEGA, A. (1980), Problemi distribucije mlijeka kroz društveno organiziranu trgovinu, Ekonomika poljoprivrede, br. 5., Beograd.
- KRALJIČKOVIĆ, J. (1993), Obiteljsko gospodarstvo »Kaj«, Gazophylacium, god. 1., br. 1-2, str. 51-59., Zagreb.
- PAKER, F. i BEHARRELL, B. (1987), Distribucija marže za svježe voće i povrće u Ujedinjenom Kraljevstvu, Sheffield City Polytechnic.
- POTTEBAUM, P. (1988), Handbuch Direktvermarktung – Neue Wege für den Absatz landwirtschaftlicher Produkte, Munster-Hiltrup, München.
- SENTI, R. (1977), Die Marktspanne bei Nahrungsmitteln in den Weststaaten, Institut für Wirtschaftsforschung, ETH Zürich.

SENTI, R. i ZIMMERMANN, D. (1976), Marketing in der Nahrungsmittelindustrie bei rückläufiger Nachfrage: Ergebnisse einer Umfrage 1975/76., Instituts für Wirtschaftsforschung der ETH, Zürich, preuzeto od Senti, 1977.

TEICHER, A. (1990), Strategien zur langfristigen Sicherung der Wettbewerbsstellung des bayerischen Exports von Milchprodukten auf dem italienischen Markt, Agrarwirtschaft, Jahrgang 39, Heft 9, str. 296-300.

Adresa autora – Authors' addresses:

Prof. dr. Ante Kolega
Mr. Damir Kovačić
Zavod za marketing poljodjelskih
proizvoda Instituta za ekonomiku
poljoprivrede
Agronomski fakultet, Zagreb

Primljeno – Received:

10. 3. 1994.