

Izravna prodaja mlijeka u Hrvatskoj*

Jasmina Lukač-Havranek i Damir Kovačić

Izvorni znanstveni rad – Original scientific paper

UDK: 637.141

Sažetak

Posljednjih nekoliko godina u Hrvatskoj se bilježi nagli porast direktne prodaje mlijeka. Proizvođači dostavljaju mlijeko direktno u kuću ili ga prodaju na tržnicama. Takav način prodaje uvjetno je pod kontrolom, iznimno samo onih proizvođača s većim brojem krava. Tako se velike količine mlijeka konzumiraju bez adekvatne kontrole kvalitete, što eventualno predstavlja opasnost sa zdravstvenog stajališta, a da se izbjegavanje fiskalnih obveza niti ne spominje. Ovo istraživanje bavi se troškovima distribucije mlijeka u Hrvatskoj jednim od glavnih čimbenika porasta prodaje. U radu se obrađuju primjeri i načini direktne prodaje u nekim zemljama Europske unije, te uvjeti pod kojima je ta prodaja dozvoljena. Posebno se analizira pitanje »zabrane« direktne prodaje mlijeka u Hrvatskoj, te predlažu mogućnosti takvog načina distribucije, ali uz posebne uvjete.

Riječi natuknice: Sirovo mlijeko, direktna prodaja, Zabrana direktne prodaje, troškovi distribucije mlijeka.

1. Uvod

U Hrvatskoj je do godine 1964. bila razvijena izravna prodaja mlijeka po kućama, tzv. prodaja »pokučaraca«. Mlijeko koje su prodavali »pokučarci«, »domaće« mlijeko, bilo je loše kemijske i mikrobiološke kvalitete. Međutim, u to doba nije postojala mogućnost za kvalitetniju opskrbu pučanstva. Paralelno s izgradnjom modernih mljekara započeo je razvoj posrednog distribucijskog puta za mlijeko. Kada su stvoreni uvjeti za kvalitetniju opskrbu potrošača konzumnim mlijekom, zakonom je 1964. zabranjena direktna prodaja »domaćeg« mlijeka za javnu potrošnju. Zabrana izravne prodaje mlijeka uspješno se provodila u većim gradskim središtima. Na selu i u manjim gradskim središtima izravna prodaja zadržala se do današnjih dana. Međutim, **u zadnje doba primjetno je povećana izravna prodaja mlijeka i u većim gradskim središtima.** Pri tome izravna prodaja mlijeka razvijenija je na područjima gdje su tržne inspekcije tolerirale takav način prodaje, kvaliteta izravno prodanog mlijeka nije pod kontrolom te postoji opasnost od zaraze, a dobit koju ostvaruju izravni prodavači se ne oporezuje. Zakon se ne poštuje, proizvođači nemaju ravnopravne uvjete za prodaju mlijeka, odnosno, dio potrošača uskraćen je za mogućnost kupnje »domaćeg« mlijeka, postoji skrivena opasnost od zaraze i izbjegavaju se fiskalne obveze prema državi.

* Rad iznijet na XXXI. hrvatskom simpoziju mljekarskih stručnjaka, održanom u Opatiji 16-18. 11. 1994.

U ovom istraživanju osvijetlit ćemo pojavu primjene zakonom zabranjene izravne prodaje mlijeka u Hrvatskoj, te predložiti mjere za uređenje odnosa na ovom tržištu poljodjelskih proizvoda.

2. Metode i izvori podataka

Metode rada

Kretanje troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj kvantificirano je pomoću metode Analiza troškova distribucije (Senti, 1977.; Paker i Beharrell, 1987.).

Veza između razmjerne promjene troškova distribucije mlijeka i razmjerne promjene izravne prodaje mlijeka u Hrvatskoj kvantificirana je metodom regresijske analize (Tričković, 1983.; Šošić i Serdar, 1992.). Testirana su četiri oblika matematičkih funkcija:¹

Tip funkcije	Model	Transformirani model
pravac	$Q_i = a + bT_i$	–
polulogaritamaska	$T_i = 10^{(Q_i - a)/b}$	$Q_i = a + b \log T_i$
dvostrukologaritamska	$Q_i = aT_i^b$	$\log Q_i = \log a + b \log T_i$
eksponencijalna	$Q_i = ab^{T_i}$	$\log Q_i = \log a + T_i \log b$

Prisustvo autokorelacije testirano je Durbin-Watsonova testom. Značajnost parametara u regresijskom modelu određena je F-testom.

Važnost izravne prodaje mlijeka za proizvođače i potrošače ocijenjena je metodom usporedbe. (Pottembau, 1988.; Mahler, 1991.).

Izvori podataka:

- Službeni podaci DZS RH;
- Interni podaci DZS RH;
- ZMP BILANC Milch 92.

3. Rezultati rada i rasprava

Kretanje izravne prodaje i troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj 1981.-1992.

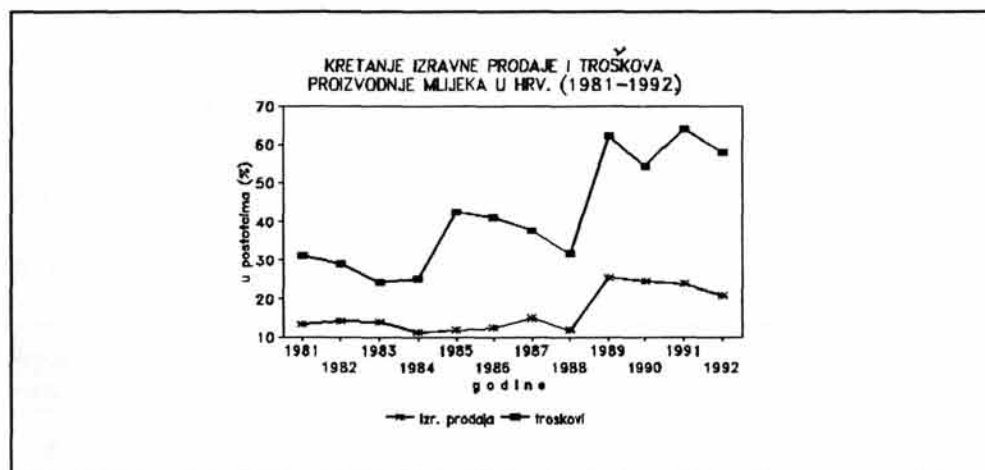
U Hrvatskoj je u razdoblju 1981.-1992. najviše »domaćeg« mlijeka prodano godine 1989.: 110 milijuna litara, a najmanje godine 1984.: 43 milijuna litara. Prosječno je izravno prodano 63 milijuna litara uz koeficijent varijabilnosti 30%. U razdoblju 1981.-1988. prosječno je prodano 53 milijuna litara. Nakon godine 1988. količine izravno prodanog mlijeka znatno su povećane, odnosno u razdoblju

¹ Prilagođeno prema: (Šošić i Serdar, 1992.).

1989.-1992. prosječno je prodano 83 milijuna litara. Udio izravno prodanog mlijeka u namuzenom mlijeku na obiteljskim gospodarstvima u razdoblju 1981.-1992. bio je prosječno 7%. Udio izravne prodaje mlijeka u ukupnoj prodaji mlijeka obiteljskih gospodarstava povećan je s 12,87% u razdoblju 1981.-1988. na 22,49% u razdoblju 1989.-1992.

Udio troškova distribucije mlijeka u maloprodajnoj cijeni mlijeka kretao se u razdoblju 1981.-1992. od 24,14% 1983. do 64,48% 1991. U razdoblju 1981.-1988. troškovi distribucije bili su na razmjerno niskoj razini i sudjelovali su u potrošačkom dinaru od 24% do 38%. Nakon godine 1988. bilježimo nagli porast troškova distribucije.

Razmjerno kretanje izravne prodaje i troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj
Proportional trend of direct milk selling and distribution expences in Croatia



Izvor: Podaci službene statistike i interni podaci RZS RH.

Istodobno, smanjivan je i udio proizvođačke cijene mlijeka u maloprodajnoj cijeni mlijeka s 75% godine 1983. na svega 36% godine 1991. Međutim, zbog dugog razdoblja isplate otkupljenog mlijeka i visoke mjesečne inflacije, položaj proizvođača još više se pogoršao. Naime, mljekare su isplaćivale otkupljeno mlijeko između 10. i 25. u mjesecu, za protekli mjesec. Aproximativno,² ako se isplaćivalo s 30 dana zakašnjenja, proizvođač je 1992. umjesto 41,54% maloprodajne cijene izražene u nominalnim cijenama, primao realno svega 14% maloprodajne cijene mlijeka.

² Godišnju inflaciju, praćenu na temelju verižnih indeksa u prodaji na malo, pretvorili smo u dnevnu. Pri tome smo pomoću formule za dekurzivni obračun preračunali korigiranu proizvođačku cijenu na realnu.

Utjecaj troškova distribucije mlijeka na izravnu prodaju mlijeka u Hrvatskoj u razdoblju 1981.-1992.

Analizom kretanja izravne prodaje i troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj ustanovili smo da se nakon godine 1988. razmjerno povećavaju izravna prodaja i troškovi distribucije mlijeka u Hrvatskoj. Međuovisnost ovih pojava izmjerili smo metodom regresije.

Na temelju dijagrama rasipanja pretpostavili smo da bi se empirijskim pokazateljima najbolje mogli prilagoditi: pravac, polulogaritam-ska, dvostrukologaritamska, i eksponencijalna krivulja. Od testiranih funkcija pravac je najveće vrijednosti koeficijenta determinacije, odnosno, ova matematička funkcija najbolje se prilagođava empirijskim pokazateljima. Ukupno je 76% promjena u izravnoj prodaji objašnjeno promjenama troškova distribucije mlijeka. Izračunata linearna funkcija je slijedećeg oblika:

$$Q = 2,683 + 0,33 \cdot T$$

$$R^2 = 0,76 \quad DW = 1,160 \quad F = 32,25$$

Empirijska F vrijednost i empirijska DW vrijednost veće su od teorijskih na testiranoj razini signifikantnosti 1%.

Porast troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj, prouzročio je porast izravne prodaje mlijeka. Promjene u izravnoj prodaji, za razdoblje 1981.-1992. objašnjene su sa 76% promjenama u troškovima distribucije. Međutim, ovaj model nema prognostičku vrijednost. Naime, nastavljanjem razmjernog povećanja troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj, uz ostale nepromijenjene uvjete, razmjerno povećanje izravne prodaje mlijeka približavalo bi se nekoj graničnoj vrijednosti. Ta granična vrijednost određena je mnogobrojnim činiteljima: udaljenosti gospodarstva od potrošača, ukupnim novčanim primitcima obiteljskih gospodarstava, osobnim motivima poljodjelaca itd. Daljnjim razmjernim porastom troškova distribucije mlijeka ne bi se više razmjerno povećavala izravna prodaja, već bi došlo do povećanja prirodne potrošnje i suženja opsega proizvodnje mlijeka. Ukoliko bi došlo do razmjernog smanjenja troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj, razmjerno smanjenje izravne prodaje mlijeka ponovo bi se približavalo nekoj graničnoj vrijednosti. Izravna prodaja mlijeka zbog utjecaja razmjernog porasta troškova distribucije mlijeka, a uz ostale nepromijenjene uvjete, neće neprestano rasti, odnosno, razmjernim padom troškova distribucije neće potpuno prestati, a kako bi se to prognozom na temelju funkcije pravca moglo zaključiti.

S obzirom na obilježje pojava čija je povezanost istraživana, za prognostičke svrhe moglo bi se rabiti neki od oblika logističke krivulje s dvije granične vrijednosti: donjom jednakom nuli i gornjom jednakom nekoj pretpostavljenoj vrijednosti. Korišten je regresijski model analitičke vrijednosti, koji objašnjava razmjerni porast troškova distribucije mlijeka u Hrvatskoj u razdoblju 1981.-1992.

Značenje izravne prodaje mlijeka i uvjeti pod kojima je dozvoljena u EU

Izravna prodaja mlijeka danas je dozvoljena u mnogim razvijenim zemljama pod različitim nazivima, primjerice: u Njemačkoj pod nazivom »Vorzugsmilch«, u SAD pod nazivom »Certified milk«, u Engleskoj pod nazivom »Tuberculin tested«, odnosno »TT-milk« itd. Udio izravne prodaje mlijeka u ukupnoj prodaji mlijeka, u zemljama EU kreće se do 10%. Primjerice, u EU godine 1992. razmjerno najveće značenje izravne prodaje mlijeka bilo je u Belgiji, 12,34% od ukupno prodanog mlijeka, Španjolskoj 11,31, Italiji 8,33 itd. Razmjerno najmanje značenje izravne prodaje bilo je u Danskoj, svega 0,02% ukupno prodanog mlijeka, Irskoj 0,31, Luksemburgu 0,40 itd.

Gledano iz kuta potrošača izravna prodaja je većeg značenja. Primjerice, u Njemačkoj, gdje je udio izravne prodaje u ukupnoj prodaji mlijeka svega 0,53%, čak 20% privatnih kućanstava stalno ili povremeno kupuju mlijeko izravno od proizvođača.

Temeljno ograničenje u izravnoj prodaji mlijeka je skrivena opasnost po zdravlje potrošača. Zbog toga su u razvijenim zemljama svijeta propisani strogi uvjeti pod kojima je moguće stavljanje sirovog mlijeka u prodaju. Primjerice, u Njemačkoj važe slijedeći uvjeti:

- miris, okus i izgled mlijeka moraju biti normalni,
- pH-vrijednost ne smije biti manja od 6,5, odnosno, veća od 6,8,
- ukupni broj mikroorganizama ne smije preći 500000 u jednom ml.,
- *Salmonellae* i drugi patogeni mikroorganizmi ne smiju biti dokazivi,
- na etiketi koja dolazi na bocu jasno mora pisati: »Svježe mlijeko, prije potrošnje prokuhati«,
- proizvodnju mora redovito kontrolirati veterinar,
- prostorije za mlijeko moraju biti odgovarajuće uređene,
- voda za pranje vimena, posuđa i prostorija mora biti kakvoće vode za piće,
- svi koji dolaze u dodir s mlijekom moraju biti zdravi i za to imati odgovarajuće uvjerenje,
- izravni prodavač treba dobiti kvotu, odnosno odobrenje za prodaju određene količine mlijeka na izravan način (Pottebaum, 1988.).

Pod kojim uvjetima treba dopustiti izravnu prodaju mlijeka u Hrvatskoj

U uvodnom dijelu ustanovili smo da je usprkos zakonskoj zabrani³ ponovno porasla važnost izravne prodaje mlijeka i pri tome izravna prodaja mlijeka jače je razvijena na područjima gdje su ju tržne inspekcije tolerirale, kvaliteta izravno prodanog mlijeka nije pod kontrolom i dobit koju ostvaruju izravni prodavači se ne oporezuje. Dakle, zakon se ne poštuje, proizvođači i potrošači nemaju ravnopravne uvjete prodaje mlijeka, odnosno kupnje mlijeka, postoji opasnost od zaraze i izbjegavaju se fiskalne obveze prema državi.

Zadaća je državne administracije da uredi odnose na ovom tržištu. To je moguće postići na dva načina: pooštriti kontrole i kazne kako bi se poštovao postojeći propis ili donijeti novi propis koji će urediti izravnu prodaju.

Pravilnik kojim se zabranjuje prodaja »domaćeg« mlijeka donesen je prvenstveno da se zaštite potrošači. »Domaće« mlijeko bilo je loše kvalitete. Na kvalitetu »domaćeg« mlijeka najviše je utjecalo razvodnjavanje mlijeka i veliki broj mikroorganizama u mlijeku.⁴ Osim toga, željelo se usmjeriti mlijeko na novoizgrađene prerađivačke kapacitete. Naime, većina mlijeka u Hrvatskoj proizvodila se na obiteljskim gospodarstvima. Poljodjelci su zbog niže cijene koje su za sirovo mlijeko plaćale mljekare, velike količine proizvedenog mlijeka izravno prodavali. Jedan od načina da se to onemogući, bila je administrativna zabrana izravne prodaje.

Zabrana prodaje »domaćeg« mlijeka u Hrvatskoj donesena je na određenom stupnju razvoja proizvodnje i potrošnje konzumnog mlijeka u Hrvatskoj. Danas se u Hrvatskoj izgrađuje demokratski sustav, koji podrazumijeva tržišni gospodarski sustav. U tržišnom gospodarskom sustavu podrazumijeva se da su potrošači slobodni u izboru proizvoda koje će kupiti, a proizvođači pri donošenju poslovnih odluka u skladu sa zakonskim propisima. Jedna od poslovnih odluka je izbor prodajnog puta. Zabrana prodaje »domaćeg« mlijeka ograničava slobodu izbora potrošača i slobodu poduzetništva proizvođača. Dakle, rješenje da se na temelju postojećih propisa osigura red na tržištu konzumnog mlijeka u Hrvatskoj nije prihvatljivo. Potrebno je donijeti novi propis koji će pod jasno određenim uvjetima dopustiti izravnu prodaju »domaćeg« mlijeka.

- Ovim propisom trebalo bi odrediti:
- **strogom kontrolu zdravstvenog stanja mužača,**
 - **strogom kontrolu zdravstvenog stanja muzare,**
 - **strogom kontrolu higijenskih uvjeta u staji,**
 - **strogom kontrolu postupka s mlijekom,**
 - **strogom kontrolu kvalitete mlijeka,**
 - **kontrolu količina tako prodanog mlijeka.**

³ Na temelju Zakona o standardizaciji u bivšoj SFRJ donesen je »Pravilnik o izmjenama i dopunama pravilnika o kvaliteti mlijeka i proizvoda od mlijeka, sirila i mljekarskih kultura, sladoleda i praška za sladoled, jaja i proizvoda od jaja« (Sl. l. br. 33/70). U članku 17, ovog pravilnika, piše: »Iza člana 32. dodaje se novi član 32a, koji glasi: »U mjestima u kojima postoje mljekarnice opremljene suvremenim uređajima za proizvodnju i pakiranje pasteriziranog mlijeka, steriliziranog mlijeka ili kratkotrajnog steriliziranog mlijeka, **zabranjena je prodaja kravljeg mlijeka koje nije pasterizirano, sterilizirano ili kratkotrajno sterilizirano.**

Skupština općine na čijem teritoriju se nalaze mjesta u kojima ne postoje mljekarnice iz stavka 1. ovog člana, može donijeti odluku o zabrani prodaje u tim mjestima kravljeg mlijeka koje nije pasterizirano, sterilizirano ili kratkotrajno sterilizirano, **ako je osigurano snabdijevanje stanovništva tih mjesta pasteriziranim, steriliziranim, ili kratkotrajno steriliziranim mlijekom.**«

⁴ Primjerice, prema rezultatima analize uzoraka mlijeka od »pokučaraca« izvršene u ožujku godine 1955. u 19,76% uzoraka bilo je dodano do 20% vode, u 46,52% uzoraka između 20 i 40% i u 37,72% uzoraka preko 40%. Analiza je izvršena na temelju 86 uzoraka. Bakteriološka analiza pokazala je vrlo lošu kvalitetu mlijeka. U ljetnom razdoblju broj bakterija u kubnom centimentru mlijeka kretao se od 60 do 70 milijuna, u zimskim od 25 do 30 milijuna (Petričić i Vinček, 1956.).

4. Zaključci

U razdoblju 1981.-1988. izravna prodaja mlijeka u Hrvatskoj, bila je na razini 53 milijuna litara mlijeka godišnje, a u razdoblju 1989.-1992. povećana je na 83 milijuna litara. Udio izravne prodaje mlijeka u ukupnoj prodaji mlijeka obiteljskih gospodarstava povećan je s 12,87% u razdoblju 1981.-1988. na 22,49% u razdoblju 1989.-1992.

Paralelno s porastom izravne prodaje, nakon godine 1988., u Hrvatskoj su porasli troškovi distribucije mlijeka posrednog distribucijskog puta. Udio troškova distribucije mlijeka u potrošačkoj (maloprodajnoj) cijeni mlijeka povećan je s prosječno 32,70% u razdoblju 1981.-1988. na 59,77% u razdoblju 1989.-1992. Pri tome je najviše smanjena proizvođačka cijena mlijeka.

Uzrok povećanja izravne prodaje mlijeka u Hrvatskoj je povećanje troškova distribucije mlijeka. Regresijskom analizom ustvrđen je jak utjecaj razmjernog povećanja troškova distribucije mlijeka posrednog distribucijskog puta na razmjerno povećanje izravne prodaje mlijeka u Hrvatskoj. Vrijednost koeficijenta determinacije je 0,76, a model je signifikantan na razini 1%.

Izravna prodaja mlijeka prema postojećim propisima u Hrvatskoj nije dozvoljena. Potrebno je donijeti nove propise, imajući u vidu rješenja u razvijenim zapadnim zemljama, koji će pod određenim uvjetima, dopustiti izravnu prodaju »domaćeg« mlijeka.

Ovim propisima trebalo bi odrediti strogu kontrolu: zdravstvenog stanja mužača, zdravstvenog stanja muzare, higijenskih uvjeta u staji, postupka s mlijekom i kvalitete mlijeka, te količina tako prodanog mlijeka.

DIRECT MILK SELLING IN CROATIA

Summary

During last few years in Croatia is evident an increase of producers direct-selling milk either as direct to home delivery or selling on markets. Such a selling way is under the control only conditionally, mostly concerning the producers having bigger cows' herds. Consequently, large quantities of milk are consumed without adequate quality control, what means a treat from medical point of view, not to mention avoiding fiscal obligations.

This research deals with milk distribution expences in Croatia as one of major factors of milk selling increase. Also, examples and ways of direct selling in some EC countries are given, and conditions allowing that kind of sale. »Interdiction« of direct-selling milk in Croatia is studied separately and suggestions are given on possibility of such milk distribution but under particular conditions.

Additional index words: Raw milk, direct-selling, interdiction of direct raw milk selling, milk distribution expences.

Literatura – References

- AGRA-EUROPA (1983): Direktabsatz von Agrarprodukten verlangt Engagement und Ideen. »Agra-Europe«, Heft 9., str. 18.
- BIRD, D. (1989): Commonsense Direct Marketing, 2nd edition, Kogan Page, London, preuzeto od Tomašević (1993.).
- BRKIĆ, S. (1982): Porodica i porodično gospodarstvo, **Poljoprivredna znanstvena smotra** 59, str. 339-353, Zagreb.

- BOŽIĆ, M. (1993): Utjecaj dohotka na potrošnju i potražnju poljoprivrednih proizvoda, iz doktorske disertacije u izradi, Agronomski fakultet, Zagreb.
- HANIĆ, H. (1980): Teorijsko-metodološke osnove primene eksperimentalnog metoda u istraživanju turističkog tržišta, **Marketing br. 1.**, str. 32-39., Zagreb.
- HEARDI, R. F. (1993): Adding Value to Farm Production: at the Farm Gate, Invited Papers, 9th International Farm Management Congress, Budapest, Hungary.
- KOLEGA, A. (1980): Problemi distribucije mlijeka kroz društveno organiziranu trgovinu, **Ekonomika poljoprivrede br. 5.**, Beograd.
- KOTLER, P. (1988): Upravljanje marketingom 1 i 2, Informator, Zagreb.
- KRALJIČKOVIĆ, J. (1993): Obiteljsko gospodarstvo »Kaj«, **Gazophylacium**, god. 1., br. 1-2., Zagreb.
- KERO, K. (1983): Dohodovna elastičnost izdataka za potrošnju povrća, voća, mesa i mlijeka u gradu Zagrebu u 1968. i 1978. godini, PZS, br. 63., str. 635-647., Zagreb.
- KERO, K. (1988): **Potrošnja hrane u uvjetima pada standarda**, Vol. 53, br. 3-4., 361-367., Zagreb.
- MAHLER, M. (1991), Marketing für Ab-Hof-Verkauf bayerischer Agrarprodukte, Wissenschaftsverlag Vauk Kiel KG, Kiel.
- MARUŠIĆ, M. (1974): Pokusni marketing za proizvode široke potrošnje i mogućnosti njegove primjene, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Zagreb.
- MARUŠIĆ, M. (1978): Primjena eksperimenta u istraživanju tržišta, **Marketing**, Br. 2., Zagreb.
- MARUŠIĆ, M. (1992): Istraživanje tržišta, Informator, Zagreb.
- MÜHLBUER, F. (1988): Den Feinschmecker-Gaumen bedienen. »Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt«, Heft 40.
- NICHOLAS, T. (1989): Successful marketing for the Small Business, Second Edition, Kogan Page, London, preuzeto pod br. 61.
- PAKER, F. i BEHARRELL B. (1987): Marketing margins for fresh fruit and vegetables in United Kingdom, Conference of the Agricultural Economics Association, same aspects, Sheffield City Polytechnik.
- PETRIČIĆ, A. i VINCEK, Z. (1956): Opskrba Zagreba povrćem, voćem, mlijekom, peradi i jajima, IV dio, Mlijeko i mliječni proizvodi, Zavod za poljoprivrednu ekonomiku, Zagreb.
- POTH, L. G. (1990): Grundlagen des Marketing, by Herman Luchterhand-Verlag, Neuwied.
- POTTEBAUM, P. (1988): Handbuch Direktvermarktung – Neue Wege für den Absatz landwirtschaftlicher Produkte, Münster-Hiltrup, München.
- SENTI, R. (1977): Die Marktspanne bei Nahrungsmitteln in den Weststaaten, Institut für Wirtschaftsforschung, ETH Zürich, Zbornik radova, Marketing poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, str. 127-139., Novi Sad.
- STARC, A. (1983): Potrošnja prehrambenih proizvoda u Jugoslaviji i projekcija buduće proizvodnje, Prilozi metodologiji istraživanja br. 4. Institut za ekonomiku i organizaciju poljoprivrede, Zagreb.
- STONE, B. (1984): Successful Direct Marketing Methods, 3rd edition, Crain Books, Chiago, Illinois.
- ŠOŠIĆ, I. i SERDAR, V. (1992): Uvod u statistiku, Školska knjiga, Zagreb.
- TOMAŠEVIĆ, M. (1993). Direktni marketing s posebnim osvrtom na situaciju u Republici Hrvatskoj, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Zagreb.
- TOP AGRAR, Hoflanden statt Flächenstilllegung. »top agrar«, Heft 8/1989, preuzeto pod br. 34.
- TRIČKOVIĆ, V. (1979): Istraživanje tražnje, teorija, mjerenje i predviđanje tražnje, Tanjug, Beograd.
- WEINDLMAIER, H. i CZEMPIEL, A. (1989): Vermarktung alternativer produzierter Milch, Agrarwirtschaft, Jargang 38, Heft 9., Frankfurt am Main.

Adrese autora – Author's addresses:

Prof. dr. Jasmina Lukač-Havranek
Dr. Damir Kovačić
Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Svetošimunska 25, Zagreb

Primljeno – Received:

20. 10. 1994.