

**Inž. Franjo Kamenečki**

Institut za ekonomiku poljoprivrede i  
sociologiju sela, Poljoprivrednog fakulteta Sveučilišta, Zagreb

## DOMAĆE TRŽIŠTE VIPOGRADARSKIH PROIZVODA — II PROMET GROŽĐA ZA JELO I VINA

### UVOD

Dok otkup predstavlja organiziranu nabavu, daljnji promet na tržištu predstavlja prodaju poljoprivrednih proizvoda putem pojedinih kanala ili nosilaca. Zato analiza prometa predstavlja analizu prodajnog tržišta.

Organiziranim prometom grožđa za jelo na domaćem tržištu bave se trgovina na veliko i trgovina na malo, a prometom vina još i ugostiteljstvo. To su ujedno nosioci prometa ili prodajni kanali.

Promet u trgovini na veliko, ili grosistički promet, služi za opskrbu drugih prodajnih kanala, a dijeli se na promet (prodaju) trgovini na malo i prodaju ostalim korisnicima, među kojima se nalazi i ugostiteljstvo.

Naprotiv, promet u trgovini na malo i ugostiteljstvu je detaljistički promet i služi za opskrbu potrošača.

U nalizi prometa grožđa i vina naš cilj je:

- 1) da ispitamo tendencije kretanja i odnose u prometu grožđa za jelo i vina po nosiocima i po republikama,
- 2) da ispitamo odnose između otkupa i prometa ukupno i po republikama,
- 3) da odredimo detaljistički promet po stanovniku, odnosno relativnu razvijenost prodajnog tržišta vinogradarskih proizvoda po republikama.

### 1) PROMET GROŽĐA ZA JELO

O prometu grožđa za jelo (svježeg i razlađenog) podaci postoje tek od 1966, a o prometu na seljačkoj tržnici od 1967. godine. Zato je nemoguće ispitati tendencije kretanja tog prometa, već samo odnose između otkupa i prometa ukupno i po republikama.

Tabela 1. — Promet grožđa za jelo po republikama — prosjek 1967/68. godine  
(tona)

	Trgovina na veliko	Trgovina na malo	Seljačka tržnica	Struktura (%):		
				Trgovina na veliko	Trgovina na malo	Seljačka tržnica
B i H	1.949	2.493	1.075	12,7	11,4	6,2
Crna Gora	228	791	233	1,4	3,6	1,3
Hrvatska	4.711	5.081	3.616	30,8	23,4	21,0
Makedonija	2.227	3.360	1.612	14,5	15,4	9,3
Slovenija	3.561	3.171	641	23,3	14,6	3,7
Srbija	2.600	6.796	10.034	17,0	31,3	58,2
Ukupno	15.276	21.691	17.215	100,0	100,0	100,0

Izvori: Statistički bilten br. 534, 538, 587 i 588.

Promet u trgovini na veliko obuhvaća samo promet na domaćem tržištu, tj. ne obuhvaća izvoz. Zato je manji od otkupa.

Promet grožđa za jelo u trgovini na veliko najveći je u Hrvatskoj koja ima veoma malen njegov otkup. To znači da se u prometu u trgovini na veliko u ovoj republici nalazi pretežno grožđe za jelo iz drugih republika. Isto je još u Sloveniji, BiH i Crnoj Gori.

Iz odnosa između otkupa i prometa u trgovini na veliko vidljivo je da su ove republike deficitne u grožđu za jelo. Naprotiv, suficitne republike su Srbija i Makedonija.

Dakle, putem trgovine na veliko vrši se međurepublički promet grožđa za jelo.

Promet grožđa za jelo u trgovini na malo bio je za 41,9% veći od prometa u trgovini na veliko. To, opet, znači da se u prometu u trgovini na malo, pored količine nabavljene u trgovini na veliko, nalazi i velika količina grožđa za jelo, nabavljenog od individualnih proizvođača.

Promet grožđa za jelo u trgovini na malo najveći je u republikama Srbiji i Hrvatskoj.

Promet na seljačkoj pijaci bio je jednak 79,3% prometa u trgovini na malo. Tako je uloga seljačke tržnice dvostruko važna; ona je velika u opskrbi stanovništva grožđem za jelo, a također na njoj se prodaje glavčina grožđa za jelo proizvedenog u privatnom sektoru. Godine 1967/68. putem seljačke tržnice prodano je 17,9% ukupne prodaje grožđa za jelo u privatnom sektoru (seljačka tržnica plus otkup).

Najrazvijeniju seljačku tržnicu grožđa za jelo imaju republike Srbija i Hrvatska. Budući da Hrvatska ima veoma nerazvijenu proizvodnju stolnog grožđa, i to u oba sektora, to razvijena seljačka tržnica u njoj otkriva da se i putem tog prodajnog kanala plasira grožđe iz drugih republika.

Osim Srbije, promet grožđa za jelo u trgovini na malo u svim republikama veći je od prometa na seljačkoj tržnici.

## 2) PROMET VINA

Promet vina analizirat ćemo posebno po nosiocima, a nasuprot grosističkom prometu analizirat ćemo detaljistički promet vina, koji čini zbir prometa u trgovini na malo i ugostiteljstvu.

### a) Otkup i promet vina po nosiocima u Jugoslaviji 1959—1968. godine

Otkup i promet vina po nosiocima u Jugoslaviji u promatranom razdoblju prikazuje tabela 2.

Otkup vina bio je nestabilan, relativno malen i sporo je rastao.



Promet vina u trgovini na veliko također je nestabilan, manji je od otkupa, ali se brže povećava. Na bazi 1959/63. u 1964/68. godini povećan je za 35,2% (otkup za 9%), tako da se smanjila razlika prema otkupu. To je moguće samo kod smanjenog izvoza ili kod povećanog uvoza.

Tabela 2. — Otkup i promet vina u Jugoslaviji po nosiocima 1959—1968. godine (000 l)

Godina	Otkup	Trgovina na veliko	Promet (prodaja)		
			Trgovina na malo	Ugosti- teljstvo	Ukupno
1959.	106.619	58.347	13.801	66.254	80.055
1960.	136.450	99.167	28.230	87.380	115.610
1961.	90.534	91.924	31.991	78.143	110.134
1962.	78.356	71.369	30.510	63.061	93.571
1963.	93.606	70.249	35.938	60.877	96.815
1964.	95.234	92.974	44.623	67.964	112.587
1965.	137.141	114.417	63.453	82.718	146.171
1966.	111.270	93.855	63.913	76.030	139.943
1967.	103.663	101.623	76.174	72.488	148.662
1968.	104.053	125.932	75.536	79.897	155.433
Ø 1959/63.	101.113	78.211	28.094	71.143	99.237
Ø 1964/68.	110.272	105.760	64.740	75.819	140.559

Promet vina u trgovini na malo brzo raste. Između promatranih razdoblja porastao je čak za 130,4%. Po količini je porastao za 3.664,6 vagona, tj. više od otkupa i prometa u trgovini na veliko. Tako je promet vina u trgovini na malo prvenstveno rastao na račun neobuhvaćenog otkupa, odnosno na račun direktnih nabavki od individualnih proizvođača.

Promet vina u ugostiteljstvu veoma je nestabilan i najsporije se povećava. U 1964/68. godini porastao je za svega 467,6 vagona, ili za 6,5%.

Detaljistički promet vina istovremeno je porastao za 41,6%, a po količini znatno više od otkupa i prometa u trgovini na veliko.

Dakle, i on je prvenstveno rastao na račun neobuhvaćenog otkupa od individualnih proizvođača. To znači da je opadajuću prodaju vina putem organiziranog otkupa privatni sektor zamijenio rastućim direktnim prodajama trgovini na malo i ugostiteljstvu.

U prometu vina na domaćem tržištu tako je došlo do značajnih promjena u kvantitativnom i institucionalnom smislu.

Detaljistički promet vina raste brže od grosističkog prometa i od otkupa, promet u trgovini na malo raste znatno brže od prometa u ugostiteljstvu, a dok organizirani otkup od privatnog sektora opada, rastu njegove prodaje trgovini na malo i ugostiteljstvu.

Opisane tendencije vidljive su iz slijedećih pokazatelja za 1959/1968. godinu:

Promet vina:	Jednadžba trenda	Stopa rasta
Trgovina na veliko	$Y_c = 70.520,12 + 4.770,13 X$	5,42
Trgovina na malo	$Y_c = 14.825,40 + 7.020,29 X$	20,23
Ugostiteljstvo	$Y_c = 71.462,05 + 448,70 X$	0,61
Detaljistički promet	$Y_c = 86.287,45 + 7.468,99 X$	6,61
<b>Otkup</b>	$Y_c = 104.900,06 + 176,12 X$	0,16

Ishodište — 1959. godina  
 Jedinica Y-a = 1 godina  
 Jedinica X-a = 1.000 litara

U promatranom razdoblju prosječni porast prometa vina u trgovini na veliko (parametar »b«) i stopa njegova rasta bili su znatno veći od porasta otkupa.

Apsolutno i relativno znatno brže od otkupa i prometa u trgovini na veliko rastao je promet u trgovini na malo; iako veoma sporo, promet vina u ugostiteljstvu rastao je brže od otkupa, a detaljistički promet rastao je brže od otkupa i prometa u trgovini na veliko i ugostiteljstvu. Praktički je 93,9% porasta detaljističkog prometa zauzimao porast prometa u trgovini na malo, u kojem se, opet, nalazilo sve više vina nabavljenog direktno od privatnih proizvođača.

Tako su i glavne promjene na domaćem tržištu vina nastale u odnosima između otkupa i prometa u trgovini na malo te između obuhvaćenog i neobuhvaćenog otkupa od individualnih proizvođača.

U 1959/63. i 1964/68. godini promet vina u trgovini na malo bio je jednak: 27,7% i 58,7% (statistički) obuhvaćenog otkupa, 35,9% i 61,2% prometa u trgovini na veliko, te 28,3% i 46% detaljističkog prometa. Tako je povećano učešće trgovine na malo u otkupu i prometu. Budući da promet u trgovini na malo služi direktnoj opskrbi potrošača, to njen najbrže rastući promet potvrđuje da je u Jugoslaviji došlo do preorijentacije potrošača u izvorima opskrbe, tako da se sve veći dio potrošnje stanovništva podmiruje prometom putem trgovine na malo.

Zato promjene na domaćem tržištu vina nisu samo kvantitativne i institucionalne, već i strukturne, a proizlaze ne samo iz promijenjenih odnosa između otkupa i prometa po nosiocima, već i iz preorijentacije stanovništva u izvorima opskrbe.



## b) Promet vina po nosiocima po republikama 1959/63. i 1964/68. godine

Promet vina po nosiocima bitno je različit po republikama, tako da je i značenje svake republike različito na domaćem prodajnom tržištu vina.

### ba) Promet vina u trgovini na veliko

Prosječni promet vina u trgovini na veliko u analiziranim petogodištima iznosio je:

Tabela 3. — Promet vina u trgovini na veliko po republikama prosjek 1959/63. i 1964/68. godine

Republika	1959/63.	1964/68.	Indeksi	Struktura (%)
			1964/68. (1959/63=100)	1964/68.
BiH	3.049	4.667	153,0	4,4
Crna Gora	296	524	177,0	0,5
Hrvatska	24.568	26.370	107,3	24,9
Makedonija	2.102	5.835	277,4	5,5
Slovenija	27.161	37.152	136,7	35,1
Srbija	21.035	30.933	147,0	29,1
Ukupno	78.211	105.760	135,2	100,0

Promatran po republikama, promet vina u trgovini na veliko ne samo da je različit, već se različito i povećava. U 1964/68. godini relativno najveći porast tog prometa imale su Makedonija i Crna Gora, a najmanji Hrvatska i Slovenija. Međutim, najveći apsolutni porast imale su Srbija i Slovenija.

Na prvom mjestu u prometu vina u trgovini na veliko nalazi se Slovenija. Ona je, dakle, najveći veletrgovac vinom. Hrvatska je s drugog mjesta 1959/63. pala na treće mjesto 1964/68. godine, gdje ju je zamijenila Srbija.

Sa stajališta veletrgovačkog prometa vina, BiH, Crna Gora i Makedonija su malo značajne do beznačajne.

Razlike u prometu vina u trgovini na veliko između republika odražavaju razlike u razvijenosti tržišta.

Redoslijed republika u prometu vina u trgovini na veliko bitno se razlikuje od redoslijeda u otkupu. Tako je Slovenija u otkupu treća, a u prometu u trgovini na veliko prva; Srbija je u otkupu prva, a u prometu u trgovini na veliko druga, itd.

To znači da između otkupa i prometa vina u trgovini na veliko unutar republika postoje velike razlike, koje proizlaze iz međurepubličkog prometa vina u trgovini na veliko. Ove razlike otkrivaju međurepubličke tokove vina i položaj svake republike na domaćem veleprodajnom tržištu. Naime, republike u kojima je promet vina u trgovini na veliko veći od otkupa, deficitne su u vinu sa stajališta prometa u trgovini na veliko i predstavljaju veleprodajno tržište za druge republike, i obrnuto.

Stavi li se u odnos otkup i promet vina u trgovini na veliko po republikama, u 1964/68. godini dobiva se slijedeći pregled:

Tabela 4. — Razlika između otkupa i prometa vina u trgovini na veliko po republikama 1964/68. godine

Republika	Razlika ( $\pm$ ) (000 l)	Promet u trgovini na veliko u % otkupa
BiH	+ 3.091	298,1
Crna Gora	+ 216	170,1
Hrvatska	— 9.120	74,3
Makedonija	— 8.176	41,6
Slovenija	+22.949	261,5
Srbija	—13.750	69,2
<b>Ukupno</b>	<b>— 4.512</b>	<b>95,9</b>

(+) Promet u trgovini na veliko veći od otkupa, (—) promet u trgovini na veliko manji od otkupa.

Promet vina u trgovini na veliko u Jugoslaviji 1964/68. godine bio je manji od otkupa za 451,2 vagona ili za 4,1%. Između republika u tome postoje dvojake razlike. U jednim je, naime, promet vina u trgovini na veliko veći od otkupa, a u drugim je manji. Višak vina sa stajališta prometa u trgovini na veliko imaju Srbija, Hrvatska i Makedonija, a manjak Slovenija, BiH i Crna Gora.

Bez međurepubličkog prometa navedene razlike ne bi bile moguće. Prve tri republike predstavljaju nabavno tržište vina za ostale republike. Tako odnosi između otkupa i prometa vina u trgovini na veliko otkrivaju da postoji razvijen međurepublički promet vina preko trgovine na veliko.

**bb) Promet vina u trgovini na malo, u ugostiteljstvu i detaljistički promet ukupno**

Promet vina u trgovini na malo, u ugostiteljstvu i ukupan detaljistički promet također su različiti po republikama.



Najveći promet vina u trgovini na malo imaju Hrvatska, Slovenija i Srbija. On najbrže raste u Sloveniji, a najsporije u Makedoniji. Republika Hrvatska predstavlja najvažnije maloprodajno tržište vina.

Odnosi između prometa vina u trgovini na malo i otkupa, kao i prometa u trgovini na veliko, također su različiti po republikama. U prosjeku za Jugoslaviju, promet vina u trgovini na malo bio je jednak 58,7% otkupa i 61,2% prometa u trgovini na veliko. U Crnoj Gori, BiH i Sloveniji promet vina u trgovini na malo veći je od otkupa, tako da se putem njihove trgovine na malo prodaje vino nabavljeno od privatnih proizvođača i iz međurepubličkog prometa, odnosno, te su republike deficitne u vinu već sa stajališta prometa u trgovini na malo.

Tabela 5. — Promet vina u trgovini na malo, u ugostiteljstvu i detaljistički promet ukupno po republikama 1959/63. i 1964/68. godine

Republika	1959/63.	1964/68.	Indeksi 1964/68. (1959/63=100)	Struktura (%) 1964/68.
<b>Trgovina na malo</b>				
BiH	1.511	4.062	268,8	6,3
Crna Gora	863	1.255	145,4	1,9
Hrvatska	12.833	26.953	210,0	41,6
Makedonija	1.434	1.549	108,0	2,4
Slovenija	5.403	15.502	286,9	23,9
Srbija	6.049	15.417	254,8	23,9
<b>Ukupno</b>	<b>28.094</b>	<b>64.740</b>	<b>230,4</b>	<b>100,0</b>
<b>Ugostiteljstvo</b>				
BiH	2.774	3.216	115,9	4,2
Crna Gora	542	721	133,0	0,9
Hrvatska	32.198	32.584	101,1	42,9
Makedonija	781	838	107,2	1,1
Slovenija	21.730	23.588	108,5	31,1
Srbija	13.118	14.872	113,1	19,6
<b>Ukupno</b>	<b>71.143</b>	<b>75.819</b>	<b>106,5</b>	<b>100,0</b>
<b>Detaljistički promet ukupno</b>				
BiH	4.285	7.278	169,8	5,1
Crna Gora	1.405	1.976	140,6	1,4
Hrvatska	45.031	59.537	132,2	42,3
Makedonija	2.215	2.387	107,7	1,7
Slovenija	27.133	39.090	144,0	27,8
Srbija	19.167	30.289	158,0	21,5
<b>Ukupno</b>	<b>99.237</b>	<b>140.559</b>	<b>141,6</b>	<b>100,0</b>

U Crnoj Gori i Hrvatskoj promet vina u trgovini na malo veći je od prometa u trgovini na veliko, što opet znači da se u njihovu prometu putem trgovine na malo nalazi najviše vina nabavljenog direktno od privatnih proizvođača i iz prometa putem trgovine na veliko iz drugih republika.

Ugostiteljstvo predstavlja najvažniji kanal za opskrbu potrošača vinom, ali je njegov promet različit po republikama i različito se povećava. Najveći promet vina u ugostiteljstvu ima Hrvatska, druga je Slovenija, a treća Srbija. Međutim, najbrže raste u Crnoj Gori, Srbiji i BiH, a najmanje u Hrvatskoj, dok je apsolutni porast bio najveći u Sloveniji i Srbiji.

Detaljistički promet vina u Jugoslaviji 1964/68. na bazi 1959/63. godine porastao je za 41,6%, tj. znatno više od proizvodnje. Relativno najveći porast bio je u BiH i Srbiji, a po količini u Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji.

Najveći detaljistički promet vina općenito ima Hrvatska, tako da je ona najveće prodajno tržište vina u Jugoslaviji.

Usporedi li se detaljistički promet vina s otkupom i prometom u trgovini na veliko, kao i s proizvodnjom, otkrivaju se daljnje važne činjenice o domaćem tržištu vina.

Tabela 6. — Razlika između detaljističkog prometa vina te otkupa i prometa u trgovini na veliko i učešće detaljističkog prometa u proizvodnji vina po republikama 1964/68. godine

Republika	Razlika ( $\pm$ 000 1) prema			Učešće (%) u	
	Otkupu	Prometu u trg. na veliko	Otkupu	Prometu u trg. na veliko	Proizvodnji
BiH	+ 5.702	+ 2.611	461,8	155,9	69,8
Crna Gora	+ 1.668	+ 1.452	641,5	377,0	79,0
Hrvatska	+ 24.047	+ 33.167	167,7	225,7	25,8
Makedonija	— 11.624	— 3.448	17,0	40,9	5,7
Slovenija	+ 24.887	+ 1.938	275,2	105,2	79,5
Srbija	— 14.394	— 644	67,7	97,9	13,4
<b>Ukupno</b>	<b>+ 30.287</b>	<b>+ 34.799</b>	<b>127,4</b>	<b>132,9</b>	<b>39,8</b>

U Makedoniji i Srbiji detaljistički promet vina je manji od otkupa i prometa u trgovini na veliko, tako da ove republike imaju viškove otkupljenog vina, koji se nalaze u međurepubličkom prometu, ali pretežno putem trgovine na veliko iz drugih republika. Dakle, Makedonija i Srbija su otvorena nabavna tržišta vina za druge republike.



Veći otkup vina od prometa u trgovini na veliko ima i Hrvatska, tako da se i u njoj otkup dijelom vrši putem veletrgovačkih poduzeća iz drugih republika (Slovenija), pa i ona predstavlja otvoreno nabavno tržište. Ipak, za razliku od drugih republika, u Hrvatskoj su različiti ostali odnosi Detaljistički promet vina u Hrvatskoj veći je za 67,7% od otkupa i za 125,7% od prometa u trgovini na veliko. To znači da se osim dijela vina nabavljenog putem trgovine na malo i ugostiteljstva od privatnih proizvođača, u njenom detaljističkom prometu nalazi i vino iz drugih republika, koje ne ide putem prometa njene trgovine na veliko. Tako je Hrvatska ujedno otvoreno prodajno tržište za vino iz ostalih republika. Budući da je detaljistički promet vina u Hrvatskoj 1964/68. bio najveći između svih republika i da je u odnosu na 1959/63. po količini najviše porastao (za 1.450,6 vagona ili za 32,2%), dok je otkup istovremeno najviše smanjen (za 1.307,8 vagona ili za 27%), iako je proizvodnja vina porasla (za 2.640 vagona ili za 11,3%), to je odnos prodajnog tržišta prema vinogradarstvu u toj republici u 1964/68. godini naglo pogoršan, jer se rastući detaljistički promet sve više podmiruje vinom iz drugih republika.

Razlika između otkupa i detaljističkog prometa povećana je na štetu otkupa za 2.758,4 vagona, a razlika između proizvodnje i detaljističkog prometa povećana je na štetu proizvodnje za 5.398,4 vagona, tj. za više nego što je iznosio njen ukupan otkup ili detaljistički promet u 1959/63. godini.

Iz istih odnosa vidljivo je da Slovenija predstavlja prodajno tržište za vina iz ostalih republika, ali preko njene trgovine na veliko. Veći detaljistički promet vina od otkupa i prometa u trgovini na veliko također imaju BiH i Crna Gora, tako da su i ove republike deficitne u vinu.

Tako je položaj pojedinih republika na domaćem tržištu bitno različit. Na jednoj strani nalaze se Makedonija i Srbija, koje su suficitne u vinu, a na drugoj strani nalaze se ostale republike, koje su deficitne sa stajališta otkupa i detaljističkog prometa vina.

Najveću apsolutnu razliku između otkupa i detaljističkog prometa vina imaju Slovenija i Hrvatska, tako da se u njima nalazi najveća količina vina iz drugih republika, a relativnu Crna Gora, BiH i Slovenija.

Učešće detaljističkog prometa u proizvodnji vina također je bitno različito po republikama. Najveće je u Sloveniji, Crnoj Gori i BiH, tj. u deficitnim republikama. U Hrvatskoj ono iznosi oko jednu četvrtinu, a najmanje je u Makedoniji i Srbiji. Tako u jednim republikama prodajno tržište predstavlja veoma jak oslonac za razvoj vinogradarstva, dok je u drugima taj oslonac slab. To vrijedi ako se tržište prizna kao glavni činilac razvoja.

Detaljistički promet vina u Makedoniji iznosi svega 5,7%, a u Srbiji 13,4% proizvodnje i manji je od otkupa, tako da najveći dio otkupa i znatan dio proizvodnje zavisi od prodaja drugim republikama i od neznatnog izvoza. Vinogradarstvo Makedonije i Srbije, posebno u društvenom sektoru, najbrže se razvija. To znači da se njihovo vinogradarstvo ne razvija u

skladu s razvijenošću domaćeg njihova tržišta, već na račun međurepubličkog prometa, jer je izvoz vina malen. To vrijedi i za stolno grožđe. Tako se putem tržišta vrši direktan utjecaj na razvoj vinogradarstva u ostalim republikama.

Razvoj vinogradarstva u Jugoslaviji, posebno u društvenom sektoru, nije, dakle, usklađen s prodajnim tržištem po republikama. Kada bi tržište bilo kriterij za razvoj vinogradarstva, tada bi najviše vinograda u društvenom sektoru morale imati Hrvatska i Slovenija, posebno vinograda vinskih sorata. Tako, međutim, nije. Dok, na primjer, detaljistički promet vina u Hrvatskoj iznosi 42,3% ukupnog prometa u Jugoslaviji, u površini vinograda društvenog sektora ta republika zauzima svega 14% itd.

### 3) PROMET GROŽĐA ZA JELO I VINA PO STANOVNIKU PO REPUBLIKAMA

Promet po stanovniku pokazuje relativnu razvijenost tržišta. Kod vina on također otkriva razlike u opterećenosti stanovništva porezom na promet. Mi smo odredili prosječni promet grožđa za jelo po stanovniku 1967/68. i promet vina 1964/68. godine.

Tabela 7. — Prosječni promet grožđa za jelo 1967/68. i vina 1964/68. po stanovniku po republikama

Republika	Grožđe za jelo (kg) <sup>1</sup>	Vino (l)	Indeksi (prosjeak = 100)	
			Grožđe za jelo	Vino
B i H	0,95	1,99	49,2	27,9
Crna Gora	1,93	3,81	100,0	53,5
Hrvatska	1,99	13,80	105,1	194,0
Makedonija	3,21	1,56	166,3	21,9
Slovenija	2,26	23,37	117,0	328,6
Srbija	2,06	3,76	106,7	52,8
<b>Ukupno</b>	<b>1,93</b>	<b>7,11</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

1) Promet u trgovini na malo i seljačkoj pijaci.

Prosječni promet grožđa za jelo po stanovniku u Jugoslaviji bio je malen i iznosio je svega 1,93 kg, što znači da je domaće tržište tog proizvoda nerazvijeno. Najveći promet po stanovniku ima Makedonija, a najmanji B i H. Razlike između republika, iako postoje, nisu velike, tako da je prodajno, tržište grožđa za jelo u Jugoslaviji relativno homogeno.



Naprotiv, prosječni promet vina po stanovniku u Jugoslaviji iznosio je 7,11 l, tj. bio je veći od prometa grožđa za jelo, ali su i razlike između republika daleko veće.

Najveći promet vina po stanovniku imaju Slovenija i Hrvatska. Sve ostale republike nalaze se daleko ispod jugoslavenškog prosjeka, a na posljednjem mjestu nalazi se Makedonija.

Dok se po volumenu detaljističkog prometa vina na prvom mjestu nalazi Hrvatska, a Slovenija je druga, u prometu po stanovniku je obrnuto.

Dakle, i apsolutno i relativno najrazvijenije prodajno tržište vina u Jugoslaviji imaju republike Hrvatska i Slovenija, tako da one imaju i najpovoljnije tržišne uvjete za razvoj vinogradarstva.

Relativna razvijenost prodajnog tržišta vina bitno je različita po republikama. Najmanji prema najvećem prometu vina po stanovniku stoji u odnosu kao 1:15 (Makedonija : Slovenija). Zato je bitno različito i opterećenje po stanovniku porezom na promet vina. Jasno je da je to opterećenje najveće u Sloveniji i Hrvatskoj. Međutim, ove republike imaju i najveći ukupan detaljistički promet vina, tako da je u njima najveća i ukupna društvena akumulacija iz poreza na promet vina. Tako se u Hrvatskoj vrši najveća ukupna društvena i druga po redu najveća akumulacija iz poreza na promet vina po stanovniku, a istovremeno se relativno najmanje daje za razvoj vinogradarstva.

#### 4) ZAKLJUČCI

a) Promet grožđa za jelo u trgovini na veliko u Jugoslaviji 1967/68. godine iznosio je 1.527,6 vagona, a najveći je u Hrvatskoj i Sloveniji. U trgovini na malo taj promet iznosio je 2.169,1 vagon i najveći je u Srbiji i Hrvatskoj.

b) U Jugoslaviji je razvijena seljačka tržnica grožđem za jelo. Promet na njoj iznosio je 1.721,5 vagona, što je jednako 79,3% prometa u trgovini na malo i 71,9% ukupne prodaje tog grožđa u privatnom sektoru. Najrazvijeniju seljačku tržnicu imaju Srbija i Hrvatska.

c) U prometu vina na domaćem tržištu zbivaju se značajne promjene. Promet vina u trgovini na veliko je manji od otkupa, ali brže raste, najbrže raste promet u trgovini na malo, dok promet u ugostiteljstvu veoma sporo raste.

d) Promet vina bitno je različit po republikama. Najveći promet vina u trgovini na veliko imaju Slovenija, Srbija i Hrvatska, a najveći detaljistički promet imaju Hrvatska, Slovenija i Srbija.

Najveće prodajno tržište vina u Jugoslaviji predstavlja republika Hrvatska, koja je 1964/68. godine zauzimala 42,3% detaljističkog prometa.

e) Odnosi između otkupa, prometa vina u trgovini na veliko, u trgovini na malo i detaljističkog prometa po republikama, bitno su različiti. Makedonija i Srbija su suficitne u vinu, dok su ostale republike deficitne.