

TRŽIŠTE MLIJEKA I MLIJEČNIH PRERAĐEVINA U JUGOZAPADNOJ BOSNI

THE MARKET FOR MILK AND MILK PRODUCTS IN THE SOUTH – WESTERN BOSNIA

A. Matić

SAŽETAK

Potražnja za mlijekom i mliječnim prerađevinama, te proizvodima s posebnim obilježjima stalno raste, te se ovim radom kroz nekoliko segmenata željelo istražiti trendove proizvodnje i potrošnje kao i preferencije potrošača s ciljem davanja preporuka za budući razvoj tržišta .

U poglavlju proizvodnje i prerade mlijeka, kroz ogledno razdoblje, istraženi su proizvodnja i trendovi kao i kapaciteti za proizvodnju, analizirano je stanje otkupa, specificirani su glavni prerađivači i njihov program proizvodnje.

U promatranom petogodišnjem razdoblju, ukupna proizvodnja mlijeka je zabilježila porast sa 11.447,00 na 19.267,000 litara. Porasla je i proizvodnja mlijeka po kravi i u 2005 godini iznosila je 1.866 litara, što u odnosu na 2001. godinu predstavlja rast od 40%. Otkup na istraživanom području iznosio je oko 60 % proizvedenog mlijeka a u isto vrijeme u FBiH (Federacija BiH) negdje oko 25 %, što govori o dobro organiziranom otkupu mlijeka

Dakle postoje pozitivni trendovi u sferi proizvodnje mlijeka, što se pozitivno odražava i na stupanj iskorištenosti kapaciteta domaćih mljekara a samim tim i kvalitetu proizvoda iz njihova asortimana.

Što se tiče prerađivačkih kapaciteta u oglednom razdoblju došlo je do značajnog povećanja stupnja iskorištenosti, proizvodnja je pretežno orijentirana na trajne proizvode i izvozno usmjerena, što je pozitivna strana u razvoju tržišta mlijeka i mliječnih prerađevina. Na temelju provedene ankete došlo se do zaključka da postoje idealni uvjeti za proširenje proizvodnog asortimana (fermentirani proizvodi tipa jogurt, kiselo mlijeko itd...).

U poglavlju preferencije potrošača primijenjena je telefonska anketa na 160 ispitanika metodom slučajnog uzorka. Anketa se sastojala od dva dijela. Prvi dio ankete sadržavao je nekoliko općenitih, demografskih pitanja, a drugi dio se odnosio na pitanja o potrošnji mliječnih proizvoda. Podaci su razvrstani u tablice i svaka tablica je posebno komentirana

Anketa je dala obilje podataka o ponašanju potrošača (mjesto kupnje, motivi, potrošnja, pojam domaći proizvod itd...), koji se mogu koristiti za buduće planiranje tržišta i kao osnova za utvrđivanje potrošnje u istraživanom području.

U poglavlju bilance utvrđena je proizvodnja i potrošnja na temelju relevantnih istraživanja (statistički podaci, sprovedena anketa, postojeći strateški dokumenti), analizirana je struktura potrošnje (domaći proizvođači i uvoznici), istražen je odnos uvoza i izvoza, konstatirano je da donekle postoji izbalansiranost uvoza i izvoza i na temelju tih analiza date su preporuke postojećim mljekarama da bi trebale proširiti asortiman proizvoda i aktivirati se na kvalitetnijem organiziranju primarne proizvodnje (farmerski tip – proizvodnja za tržište) a samim tim stvoriti kvalitetnu sirovinsku osnovu sukladno europskim principima kvalitete mlijeka.

Ključne riječi: mlijeko., mliječne prerađevine, tržište, proizvođači, prerađivači, anketa, bilanca, uvoz, izvoz

ABSTRACT

There is a growing demand for milk and dairy products. Into this paper I wanted in several segments to research trends in manufacture and consumption, as well as consumer preferences, in order to get some information for the future market development.

In the Chapter on the Milk Manufacture and preparation, the following fields were researched: manufacture, trends, and manufacture capacity, repurchase analysis, specification of the main processors and their manufacturing program. In the monitoring time of 5 years, the entire milk manufacture grew from 11 447, 00 to 19 267, 00 liters. The milk manufacture per cow also grew. In the year 2005 this manufacture grew by 40% in relation to the year 2001, and it was 1866 liters. The sale in the researched area was 60% of the manufactured milk, and at the same time in FBiH (BiH Federation) about

25%. This indicates a well organized milk sale. There are some positive trends in the milk manufacture field, which effects the higher level of the exploitation of domestic dairies, as well as the product quality from its assortments. Considering the processing capacities for the near future, there is a significant growth of the exploitation use level, the manufacture is mostly oriented to the long-life products and to the export, which is a positive side of the milk and dairy market. On the basis of the survey, we get to the conclusions that there are ideal circumstances for the expanding of the assortments (fermenting products like yogurt, sour milk etc.)

In the Chapter on Consumer Preferences the tele phone – survey was used and 160 persons were selected by the method of chance sampling. The survey was in two parts. The first one contained several common demographic questions, and the second one referred to the dairy products consumption. The data were classified into tables and each table was commented separately. The survey gives plenty of data on consumer habits (buying place, motives, consumption, term “domestic product” etc.), which can be used in the future market planning and as the basis for the consumption determination in the research area.

In the Chapter Balance, production and consumption were determined on the basis of the relevant researches (statistical data, survey used, the existing strategic documents), the consumption structure was analyzed (domestic producer and importer), the relation of exports and import was researched and it was concluded that there was a certain balance between exports and imports on lyses the suggestions were given to the existing dairies, in order to spread their products assortments and concentrate on quality in primary manufacture (farmer type – market production), as well as providing good quality raw – material for processing in accordance with the European Union principles.

Key Words: milk, dairy products, market, manufacturer, processors, survey, balance, import, export

UVOD

Svaka zemlja teži unaprijediti proizvodnju hrane kako bi dostigla što viši stupanj zadovoljavanja potreba u ishrani svog stanovništva. Važan resurs za proizvodnju hrane je proizvodnja mlijeka pa mu se sukladno njegovoj važnosti, u svijetu poklanja odgovarajuća zakonska i institucionalna pažnja.

Međutim, iako ima stogodišnju tradiciju, mljekarstvo kao gospodarska grana, kod nas nikada nije imalo zapaženu važnost. Glavni povijesni razlog njegove nerazvijenosti jeste maćehinski tretman poljoprivrede u posljednjih pedesetak godina. Niska dostignuta proizvodnja i visoki neiskorišteni potencijali u domaćoj, pa i izveznoj potrošnji, motivi su za izučavanje kojim se bavi ovaj rad.

Zadatak istraživanja je spoznaja o stanju proizvodnje i tržišta mlijeka i mliječnih prerađevina na primjeru jednog dosta homogenog zemljopisnog prostora kakav je Jugozapadna Bosna. Uz izvođenje bilance koja će se utvrditi na temelju raspoložive dokumentacije i anketnih istraživanja na terenu, konačni cilj bi trebao biti da se na temelju dobivenih spoznaja prepoznaju pravci daljeg razvoja ove grane u kvantitativnom i kvalitativnom smislu.

Iz takvog cilja istraživanja proizašle su sljedeće istraživačke zadaće:

- Analiza stanja proizvodnje i prerade mlijeka na području istraživanja.
- Analiza trendova na tržištu mlijeka i mliječnih prerađevina (proizvodnja i prerada).
- Pozivanje na donošenje tržišnih i agrarno-političkih mjera koje će potaknuti povećanje proizvodnje i prerade mlijeka.

Rezultati ovoga istraživanja treba da daju informativnu podlogu nositeljima agrarne politike u FBiH za definiranje mjera u ovoj gospodarskoj grani, kao i da bude od koristi tvrtkama koje se bave proizvodnjom i prometom mlijeka u FBiH.

PRIMIJEJENA METODIKA

U istraživanju tržišta mlijeka u Jugozapadnoj Bosni korištene su odgovarajuće znanstvene metode za utvrđivanje tendencija i međusobne ovisnosti pojava, stanja i mogućnosti, odnosno ograničavajućih čimbenika razvitka tržišta. Korištena je standardna desk («Desk-research»¹) metoda istraživanja, kojom su prikupljeni neophodni sekundarni podaci.

Primarni podatci su prikupljeni neposrednim kontaktiranjem županijskog Ministarstva poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva, zatim četiri mljekare koje

¹ Bazala (1973.); »Metode istraživanja tržišta» Informator, Zagreb, str. 54.

postoje na istraživanom području, i na posljepku telefonsko anketiranje 160 domaćinstava, koje je imalo za cilj doznati preferencije potrošača na području istraživanja.

Za proučavanje kronologije događanja u mljekarskoj proizvodnji korištena je povijesna metoda. Normativnom metodom prikupljeni su i obrađeni mnogi sekundarni podaci te informacije iskazane u citiranim ili šire konzultiranim literarnim izvorima. Za proučavanje ukupnih odnosa u proizvodnji i na tržištu mlijeka upotrijebljena je bilančna metoda, a za ocjenjivanje daljih kretanja u razvitku domaćeg mljekarstva, odgovarajuća kvalitativna metoda. Svi dobiveni podaci statistički su sređeni i obrađeni.

IZVORI PODATAKA

U radu je korištena domaća i inozemna literatura koja sadrži biološke, tehnološke, ekonomske i tržišne aspekte mliječno-prerađivačke djelatnosti u Jugozapadnoj Bosni.

1. Prvu skupinu podataka predstavljaju sekundarni podaci, koji su dobiveni iz redovitih domaćih statističkih izvješća, te statističkih i drugih izvješća relevantnih inozemnih institucija, dobiveni putem Interneta.
2. Znanstvena i stručna literatura poslužila je kao izvor druge skupine podataka, a navedena je u popisu literature.
3. U treću skupinu smješteni su primarni podaci prikupljeni od domaćih gospodarskih subjekata, koji se bave proizvodnjom mlijeka, zatim i izvori podataka koji su dobiveni od federalnih i županijskih ministarstava ili uprava, kao i istraživačkih instituta.

PROIZVODNJA MLIJEKA

Stočarstvo a posebice govedarstvo i ovčarstvo, na ovim područjima ima dugu tradiciju, a proizvodnja mlijeka i mliječnih prerađevina bogato nasljeđe. Prema procjenama, u pasminskoj strukturi u govedarstvu najveći dio čine križanci u tipu Oberintalca (oko 60%), zatim čisti Oberintalac 20%, dok na bušu i ostalo otpada oko 20%.

Temelj svake analize jesu kvantitativni pokazatelji te iz tog će razloga i ova analiza započeti pregledom brojčanog stanja stoke, što je temelj u proizvodnji mlijeka, kao i pregledom proizvodnje mlijeka za razdoblje od pet proteklih godina

Tablica 1 Brojno stanje stoke na području Jugozapadne Bosne

Table 1 Number of cattle in the area of South-western Bosnia

Vrste stoke /Kinds of cattle	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
Brojno stanje / Number of					
Goveda/cattle	12.074	12.098	12.704	14.016	13.960
Ovce/Sheep	26.620	27.620	31.780	32.109	36.680
Koze/Goats	1.575	1.755	2.167	2.100	1.920
Ukupno/Total	40.269	41.473	46.651	48.225	52.560
Udio u %					
Goveda/cattle	29,98	29,17	27,23	29,06	26,56
Ovce/Sheep	66,10	66,59	68,12	66,58	69,79
Koze/Goats	3,91	4,23	4,65	4,35	3,65
Svega/Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Izvor: Statistički podaci o privrednim/gospodarskim i drugim kretanjima u FBiH po kantonima, 2002., 2003., 2004., 2005.

Po brojnosti su najzastupljenije ovce i njihov je broj u 2005. godini iznosio 36.680 jedinki, što predstavlja rast oko 38% u odnosu na 2001. godinu, te su u ukupnoj strukturi stoke sudjelovale gotovo 70%.

Godine 2005. broj goveda iznosio je 13.960 jedinki, što u odnosu na 2001. godinu predstavlja rast od oko 15%. Udio koza u ukupnoj strukturi stoke, ostao je gotovo nepromijenjen.

Godine 2005. ukupno je proizvedeno 19.267.000 litara mlijeka, od čega je proizvodnja kravljeg mlijeka iznosila 17.969.000 litara, što čini oko 93% ukupne proizvodnje.

Tablica 2. Ukupna proizvodnja i otkupljene količine mlijeka obuhvaćene premijom na području Jugozapadne Bosne

Table 2 Total output and bought off quantities of milk encompassed by premium in the area of South-western Bosnia

Opis / Description	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.
Kravlje mlijeko/cow milk (000 l)	10.210	13.120	14.170	17.709	17.969
Po muženoj kravi/ Per the cow (l)	1.334	1.644	1.671	1.807	1.866
Ovčje mlijeko/ sheep milk (000 l)	1.108	1.046	996	1.230	1.118
Po muženoj ovci / Per sheep (l)	68	64	62	60	65
Kozje mlijeko/The goat milk (u 000)	159	156	164	179	180
Po muženoj kozi/Per goat (l)	127	121	135	140	130
Ukupna proizvodnja/Total output	11.477	14.322	15.330	19.118	19.267
Udio kravljeg mlijeka/Portion of cow milk%	88,96%	91,60%	92,43%	92,63%	93,26%
Udio ovčjeg mlijeka/Portion of sheep milk%	9,65%	7,30%	6,50%	6,43%	5,80%
Udio kozjeg mlijeka/ Portion of goat milk %	1,39%	1,10%	1,07%	0,94%	0,93%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%
Iznos premije / Premiums amount (KM/lit)	0,12	0,12	0,12	0,14	0,14
Otkupljene količine mlijeka obuhvaćene premijom/Bought off quantities of milk encompassed by premium (u 000 l)	6.697	7.567	6.392	9.048	11.554
Postotak otkupljenog mlijeka (obuhvaćenog premijom) u odnosu na ukupno proizvedeno Percentage of bought of milk in respect to total production (u %)	58,35	52,83	41,70	47,33	59,97

Izvor: - Statistički podaci o privrednim/gospodarskim i drugim kretanjima u F BiH po kantonima, 2002., 2003., 2004., 2005.

- Županijsko ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva.

U promatranom petogodišnjem razdoblju, ukupna proizvodnja kravljeg mlijeka je zabilježila porast oko 75%, što je rezultat djelovanja dvaju činitelja. S jedne strane, već je rečeno kako je porastao broj goveda, a s druge strane, porasla je i proizvodnja mlijeka po kravi. Ona je u 2005. godini iznosila 1.866 litara, što u odnosu na 2001. godinu predstavlja rast oko 40%.

Što se tiče otkupa mlijeka od mljekara, za Jugozapadnu Bosnu se može konstatirati veći udio otkupa mlijeka koje je obuhvaćeno premijama, u odnosu na ostatak Federacije BiH. Taj je otkup u Jugozapadnoj Bosni u promatranom petogodišnjem razdoblju varirao između 40% i 60% ukupne vrijednosti proizvodnje, dok je u 2004. godini na razini Federacije BiH taj otkup iznosio oko 25%.

I naposljetku, prije no se pređe na analizu proizvodnje domaćih proizvođača na području istraživanja, iznijet će se i neki korisni podaci do kojih se došlo istraživanjem FMPVŠ, a koji su objavljeni pod naslovom «Proizvodnja, prerada i tržište mlijeka u FBiH», u julu 2003. godine. Istraživanjem je bilo obuhvaćeno deset gradova u Federaciji BiH. Cilj je bio utvrditi postojanje relevantnih činjenica vezanih za ponudu i potražnju na tržištu mliječnih proizvoda. Istraživanje za općinu Livno izvršeno je na uzorku od 35 ispitanika. Na

Tablica 3. Zastupljenost proizvoda različitih proizvođača na tržištu Jugozapadne Bosne

Table 3 Representation of products of different manufacturers in the market of South-western Bosnia

Proizvođači/ Manufacturers	Mlijeko /Milk	Jogurt,kefir kiselo mlijeko/ yogurt, kefir, sour milk...	Vrhnje/ Cream	Svježi i kriška sirevi/ Fresh and Slice cheeses	Polutvrđi i tvrdi sirevi/ hard cheeses	Voćni Jogurti/ Fruit yogurts
Dukat	4,5	45,5	37,5	50,0		58,3
Livno				10,0	14,3	
Ljubljanske mlekarnе	4,5		12,5			
Meggle	9,1	9,1	12,5	10,0		
Sappit	18,2	31,8	25,0			
Zott						25,0
Gauda					42,9	
Sirela				20,0		
Vindija	59,1	4,5				
Movita			12,5			
Edamer				28,6		

Izvor: Federalno ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva, «Proizvodnja, prerada i tržište mlijeka u FBiH», Sarajevo, srpanj 2003.

sljedećoj tablici dan je prikaz proizvođača mlijeka i mliječnih proizvoda koji su u postotku bili najviše zastupljeni u ukupnim kupovinama za općinu Livno (smatra se da slični podaci, uz minimalna odstupanja, vrijede i za pet preostalih općina na području Jugozapadne Bosne).

Na tablici se jasno uočava da su u ukupnoj strukturi mliječnih proizvoda najviše zastupljeni «Dukatovi» proizvodi. Oni su, uz iznimku polutvrdih i tvrdih sireva, zastupljeni sa svakim analiziranim artiklom, i to s veoma visokim postotkom prodaje, npr. u ukupnim količinama svježih i kriška sireva čak 50%.

Nadalje, isto istraživanje je obuhvatilo i anketiranje vlasnika trgovina na malo, koji su osobno ispitivani uz pomoć podsjetnika, a imalo je za cilj da se utvrdi zastupljenost određenih proizvođača u maloprodajnim objektima. Istraživanje je obavljeno u 10 gradova Federacije, a za naše će potrebe poslužiti rezultati do kojih se došlo za općinu Livno, pri čemu je sa «**» označena velika prisutnost (iznad 50% promatranih objekata), a sa «*» je prikazana prisutnost u manje od 50% objekata.

Tabelica 4. Zastupljenost različitih proizvođača na tržištu Jugozapadne Bosne

Table 4 Representation of different manufacturers in the market of South-western Bosnia

Proizvodi/ Produce	Ljub. Mlek	Meggle	Dukat	Vindija	Movita	Zott	Sappit	Inmer	Milgor
Mlijeko Milk	*	**	*	**					
Jogurt Yogurt			**						
Vrhnje Cream	*	*	**		*				
Voćni jogurti/ Fruit yogurt			**			*			

Izvor: Federalno ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva, «Proizvodnja, prerada i tržište mlijeka u FBiH», Sarajevo, srpanj 2003

Dobiveni rezultati upućuju na isti zaključak do kojih se došlo i uvidom u prethodno analiziranu tablicu, tj. da je na istraživanom području dominantan udio «Dukatovih» proizvoda, za koje je utvrđena jaka prisutnost gotovo svih analiziranih artikala, ali i da postoje brojni drugi veliki proizvođači.

PRERADA MLIJEKA

Na području Jugozapadne Bosne trenutno djeluju četiri mljekare, od kojih su tri smještene u Livnu i jedna u Kupresu.

Tablica 5. Mljekare na području Jugozapadne Bosne

Table 5 Dairies in the area of South-western Bosnia

Naziv mljekare/ Dairy name	Veličina kapaciteta 000 l/dan Capacity - 000l/ day	Kapaciteti za proizvodnju trajnih mliječnih proizvoda/ Capacity for the production of lasting milk products (u %)	Kapaciteti za proizvodnju kratkotrajnih konzumnih proizvoda/ Capacity for the production of milk products short - like (u %)	Korištenje ukupnih kapaciteta/ Exploitation of total capacity (u %)	Broj Kooperanata/ Number of subcontractors	Broj uposlenih/ Number of employer
«Mljekara- Livno»	25	100	0	100	960	44
«Puđa & Perković»	10	100	0	100	555	16
«Kupreška mljekara	5	100	0	50	300	6
«Mljekara Suša»	2	85	15	85	60	3

Izvor: Mljekare

U odnosu na istraživanje FMPVŠ iz srpnja 2003. godine, koje je obuhvatilo sve tada prisutne mljekare s područja Federacije BiH, kod mljekara s područja Jugozapadne Bosne vidi se značajan pomak što se tiče iskorištenosti kapaciteta. Nadalje, kapaciteti tri mljekare su u potpunosti orijentirani proizvodnji trajnih mliječnih proizvoda, izuzev mljekare «Suša», čijih 15% kapaciteta su kapaciteti za proizvodnju kratkotrajnih konzumnih proizvoda, no oni se ne koriste. Ukupni godišnji kapacitet prerade mliječnih proizvoda iznosi 13.860.000 litara (preračunato na bazi 330 efektivnih radnih rada).

Otkup mlijeka na području Jugozapadne Bosne vrše četiri mljekare. Naredna tablica donosi pregled strukture otkupa po pojedinoj mljekari.

Tablica 6. Otkup mlijeka po mljekarama u 2005. godini

Table 6. Buyoff milk per dairies in 2005.

	Izvori snabdijevanja mlijekom u litrama/ Sources of the milk supply in liters			Ukupno/Total
	Federacija BiH/ Federation Bosnia and Herzegovina	RS/ Republic Srpska		
Naziv mljekare Dairy Name	Otkup mlijeka od zemljoradnika/ Milk bought from the farmer	Otkup mlijeka od velikih farmi/ Milk bought from big farms		
«Mljekara-Livno»	7.590.205	708.590	-	8.298.795
«Puđa & Perković»	1.492.958	995.306		2.488.264
«Kupreška mljekara»	406.301	-	42.163	448.464
«Mljekara Suša»	608.000	50.000	-	658.000
Ukupno/Total	10.097.464	1.753.896	42.163	11.893.523
Udio u ukupnom otkupu u % Thread in the total buyoff in %	84,9	14,8	0,3	100,0

Izvor: Mljekare

Mljekare svježe mlijeko nabavljaju gotovo u potpunosti otkupom mlijeka s lokalnog područja i to od zemljoradnika (oko 85%), zatim jednim dijelom od velikih farmi («Agroman» Tomislavgrad oko 15%), a samo Kupreška mljekara nabavlja određene manje količine iz Republike Srpske. Može se konstatirati da je otkup na području veoma dobro organiziran, budući da su sve općine izuzev Drvara obuhvaćene otkupom. Ranije je navedeno da otkupljene količine mlijeka obuhvaćene premijom iznose oko 11.554.000 milijuna, što znači da, od ukupno otkupljenih količina mlijeka, 97% je obuhvaćeno sustavom županijskih premija.

Tablica 7 Prodaja mlijeka i mliječnih prerađevina iz mljekara Jugozapadne Bosne u 2005. godini

Table 7 Sale of milk and milk products from dairies of South-west Bosnia in year 2005. U 000 KM/in 000 KM

Naziv mljekare Dairy name	HBŽ/ Herceg Bosnian canton	FBiH/ Federation of Bosnia and Herzegovina	RS/ Republic Srpska	Izvoz/ Export	Ukupno/T otal
Mljekara-Livno	82	3.914	163	3.281	7.358
Udio u %	1,1	53,2	2,2	44,5	100,0
Puđa & Perković	17	120	-	1.560	1.680
Udio u %	1,0	7,1		92,9	100,0
Kupreška mljekara	60,5	403	-	130	533
Udio u %	11,35	75,61		24,4	100,0
Mljekara Suša	430	-	-	-	430
Udio u %	100,0	0	0	0	100,0

Izvor: Mljekare

Dakle, od četiri postojeće mljekare, tri mljekare se bave izvozom svojih proizvoda. «Puđa i Perković» d.o.o. najveći dio svoje proizvodnje izveze u Republiku Hrvatsku (oko 93%), a i «Mljekara Livno» izveze oko 45%. Ove dvije mljekare na lokalno tržište (Jugozapadna Bosna) plasiraju tek oko 1% svoje proizvodnje. «Kupreška mljekara» na lokalno tržište plasira oko 11% proizvodnje, a izvozi oko 24% i to u Hrvatsku. «Mljekara Suša» ukupnu vrijednost proizvodnje u potpunosti plasira na područje Jugozapadne Bosne.

Ostaje zaključiti kako veoma mali dio prerađevina proizvedenih u lokalnim mljekarama završava na samom području Jugozapadne Bosne. No, ipak, podacima o plasmanu proizvoda na lokalno tržište, treba pridodati i prerađevine koje se proizvedu na seoskim gospodarstvima, a koje se na tržište plasiraju putem zelenih tržnica. Mljekare su se specijalizirale za proizvodnju dugotrajnih proizvoda, većinom tradicionalnih dok se potrebe neruralnog stanovništva uglavnom podmiruju uvoznim proizvodima koje karakterizira puno veća raznovrsnost.

PREFERENCIJE POTROŠAČA NA PODRUČJU ISTRAŽIVNJA

Kako bi se došlo do podataka o proizvodima i proizvođačima, koje favoriziraju potrošači sa istraživanog područja, pristupilo se metodi telefonskog anketiranja. Istraživanjem je obuhvaćeno svih šest općina s područja Jugozapadne Bosne. U svakoj općini je anketirano po 20 osoba, izuzev općina Livno i Tomislavgrad u kojima je anketirano po 40 osoba. U prosjeku su anketirane one osobe koje nabavljaju namirnice za obitelj. Ispitanici su zamoljeni da na pitanja o osobnim preferencijama govore u svoje ime, a da na pitanja koja se tiču ukupne potrošnje daju procjene za cijelo domaćinstvo, kako bi se moglo doći do određenih spoznaja u skladu s ciljem istraživanja.

Anketa se sastojala od dva dijela. Prvi dio ankete sadržavao je nekoliko općenitih, demografskih pitanja, a drugi dio se odnosio na pitanja o potrošnji mliječnih proizvoda. Osnovni podaci o ispitanicima i njihovim obiteljima prezentirani su na sljedećim tablicama.

1. Demografski podaci o ispitanicima

Demografski podaci važni su za dobivanje informacija o osobinama skupa koji se ispituje, odnosno o osobama koje sudjeluju u istraživanju.

Kako je ranije navedeno, nastojalo se anketirati one osobe koje nabavljaju namirnice za domaćinstvo, te je u ukupnom broju anketiranih osoba, udio ženske populacije prisutan sa oko 70%.

Preko 50% anketiranih osoba imalo je preko 50 godina, te je sukladno tomu i relativno visok postotak tj. oko 22% osoba sa NS i NK obrazovnim kvalifikacijama.

Pretežan broj ispitanika bili su članovi bračnih zajednica, za kojima je značajno zaostajao udio samaca i onih koji su ostali bez svog životnog pratitelja.

Po radnom statusu, ispitanici su predstavljali dosta homogen uzorak u kojemu je udio zaposlenih malo zaostajao iza nezaposlenih i umirovljenih osoba. Prosječan broj osoba u kućanstvu iznosio je 3,7. Među ispitanicima, najviše njih, odnosno osjetno natpolovičan broj bio je s primanjima do 500 KM, dok je udio s primanjima iznad 1.000 KM bio malo iznad 10%.

Tablica 8. Demografska obilježja ispitanika

Table 8 Demographic characteristics of examinees

Općina/ Municipality Opis/ Description	Livno	Tomislavgrad	Kupres	Bosansko Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno Total	Udio u %/ Portion in %
A/ Spol ispitanika/ Examinee sex								
Muški/Male	10	14	7	4	6	6	47	29,4
Ženski/Female	30	26	13	16		14	113	70,6
B/ Dob ispitanika u godinama Examinee age								
Do 20/ To 20	2	0	1	0	1	0	4	2,5
Od 21-30 From 21-30	8	6	1	0	6	2	23	14,4
Od 31-50 From 31-50	8	10	10	4	10	8	50	31,3
Preko 50 Across 50	22	24	8	16	3	10	83	51,8
C/ Školska sprema ispitanika Qualification of examinee								
VSS i VSS College	7	8	4	0	2	0	21	13,1
SSS/Secondary school	25	22	11	16	12	18	104	65,0
NS I NK Elementary school	8	10	5	4	6	2	35	21,9
D/ Bračni status ispitanika/ Marriage status of examinee								
Samac/ Single	6	4	5	2	4	0	21	13,1
U braku /Married	28	28	13	14	15	16	114	71,3
Razveden/a Divorced	0	0	0	0	1	0	1	0,6
Udovac/ca Widowed	6	8	2	4	0	4	24	15,0
E/ Radni status/ Working status								
Uposlen/a Employed	16	6	4	3	8	8	45	28,1
Neuposlen/a Unemployed	8	14	10	8	12	6	58	36,3
Umirovljen/a Retired	16	20	6	9	0	6	57	35,6
F/ Prosječan broj članova kućanstva Average number of household members								
	3,65	3,60	4,40	2,7	4,3	3,4	3,7	-
G/ Mjesečni prihodi kućanstva u KM Monthly household income in KM								
Do 500	20	16	11	16	12	16	91	56,9
Od 500-1.000	16	12	8	4	8	4	52	32,5
Od 1.000-2.000	4	9	0	0	0	0	13	8,1
Preko 2.000	0	3	1	0	0	0	4	2,5

2. REZULTATI TRŽIŠNE ANALIZE

Izabranim ispitanicima postavljena su brojna pitanja vezana za različite aspekte ponašanja potrošača, njihove navike i motive u kupovanju mlijeka i njegovih prerađevina. Analizirajući i tumačeći njihove odgovore, dobro je ukazati barem na neka istraživanja i teorijska razmatranja s tim u svezi koja su iskazali poznati ekonomisti. Dibb S. i sur. (1995) smatraju da je različitost proizvoda ključni element uspješnog marketinga, odnosno, proizvod se mora isticati i imati jasno određen položaj na tržištu.²

Anderson, E.,R. i sur. (1998) smatraju da su novi proizvodi pravo sredstvo za zadržavanje ili širenje tržišta. Oni za to navode primjer SAD-a, ukoliko ne razviju i ne plasiraju na tržište nove proizvode, vrhunske kvalitete i po konkurentnoj cijeni, isto će u svakom pogledu nadmašiti svakog konkurenta, uvozna roba će osvojiti i preostali dio domaćeg tržišta.³

A/ Mjesta kupnje

Gdje potrošači najčešće kupuju mlijeko i mliječne proizvode, važna je informacija za ponuđače, kako bi na što bolji način izabrali distributere i postali privlačni kupcima.

Tablica 9. Mjesto kupnje mlijeka i mliječnih prerađevina

Table 9 Place where milk and dairy products are bought

Proizvodi/Products	Trgovina/ Store	Pijaca/ Markt	Selo/ Willage	Ostalo/Rest
Mlijeko/Milk	81,7	1,7	16,6	0,0
Jogurt, kefir i kiselo mlijeko/ Yogurt, Kefir,Buttermilk	84,2	0,8	15,0	0,0
Vrhnje/Cream	94,2	0,0	2,5	3,3
Svježi i kriška sirevi/ Fresh and slice Cheese	44,2	19,2	23,3	13,3
Polutvrđi i tvrdi sirevi/ Half hard and hard cheese	65,0	4,2	2,5	28,3
Voćni jogurt/Fruit Yogurt	100,0	0,0	0,0	0,0

² Dibb S., Simkin L., Pride W.M., Ferrell O.C (1995): Marketing, MATE, Zagreb

³ Anderson, E.,R., Hear, Dž., F., Buš, A., Dž. (1998): Profesionalni menadžment prodaje, Str. 25

Mlijeko i mliječni proizvodi uglavnom se nabavljaju u trgovinama, što osobito važi za mliječne napitke. Svježe i kriška sireve dosta često, te u manjoj mjeri i ostale, polutvrde i tvrde sireve potrošači kupuju i na tržnicama. Selo kao mjesto izravne kupnje osobito je važno za svježe i kriška sireve, te u manjoj mjeri za slatko i kiselo mlijeko.

B/ Učestalost konzumacije

Koliko često se konzumira mlijeko i mliječni proizvodi drugo je važno pitanje koje daje uvid u intenzitet potrošnje ovih proizvoda.

Tablica 10 Učestalost konzumacije mliječnih proizvoda u domaćinstvima

Table 10 Consumption Frequency of dairy products in households

Proizvodi/ Products	Svaki dan/ Every day	1x u 7 dana/ days	2x u 7 dana/ days	3x u 7 dana/ days	1x mjesec/ Mounths	2x mjesec	Nikad/ Never
Mlijeko/Milk	97,5	0,0	0,8	1,7	0,0	0,0	0,0
Jogurt, kefir i kiselo mlijeko/ Yogurt, Kefir, Sour milk	47,5	10,8	15,0	20,8	1,7	4,2	0,0
Pavlaka/Cream	10,8	12,5	23,3	37,5	10,8	3,4	1,7
Svježi i kriška sirevi/ Fresh and slice cheese	11,7	6,7	49,2	15,0	4,2	6,6	6,6
Polutvrdi i tvrdi sirevi/Hard cheese	1,7	4,2	6,7	5,8	50,0	5,0	26,6
Voćni jogurt/ Fruit Yogurt	10,8	13,3	9,2	6,7	20,8	5,8	33,3

Što se tiče učestalosti konzumacije mliječnih prerađevina, vidljivo je da se slatko mlijeko konzumira svaki dan kod gotovo 98 % slučajeva, a u 48 % slučajeva se također svakodnevno konzumiraju kiseli mliječni proizvodi. Svježi i kriška sirevi se u 50 % slučajeva konzumiraju dva puta tjedno, a polutvrdi i tvrdi sirevi se u 50 % slučajeva konzumiraju jednom mjesečno. Ljubitelji voćnih jogurta u oko 20 % slučajeva to rade jednom mjesečno, mada je značajan postotak i onih koji to rade nešto češće.

C/ Godišnja potrošnja po stanovniku

Potrošnja mliječnih proizvoda je svakodnevna, pri čemu su njena učestalost i intenzitet različiti za pojedine proizvode. U svom konačnom zbiru, ona čini godišnju potrošnju koju realizira jedan prosječni stanovnik neke ljudske zajednice koja, pomnožena sa brojem stanovnika, daje ukupnu potrošnju na razini zemlje.

Tablica 11. Godišnja potrošnja mliječnih proizvoda po stanovniku**Table 11 Yearly consumption of dairy products per citizen**

Proizvodi/ Products	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Prosjeck/ Average (lit/kg)
Mlijeko/Milk	66,67	42,15	57,81	43,46	46,05	44,06	50,0
Jogurt, kefir i kiselo mlijeko/ Yogurt, Kefir, Sour Milk	13,82	9,9	12,95	19,20	9,85	12,42	9,8
Vrhnje/Cream	6,39	3,56	13,30	10,38	2,49	13,79	8,3
Svježi i kriška sirevi/ Fresh and slice cheese	12,07	13,19	10,54	5,60	5,41	8,26	9,2
Polutvrđi i tvrdi sir/ Hard Cheese	5,13	4,14	3,83	3,46	2,48	4,18	3,9
Ukupno sve vrste sira/ All cheeses	17,2	17,33	14,37	9,06	7,89	12,44	13,0
Voćni jogurt/ Fruit Yogurt	1,91	1,73	1,84	7,50	2,43	2,68	3,0

Kako bi se došlo do podataka o tomu koliko se godišnje potroši različitih vrsta mliječnih proizvoda po osobi, ispitanici su zamoljeni da daju procjene o potrošnji za svoje obitelji na dnevnoj, tjednoj ili mjesečnoj bazi, ovisno o tomu što im je lakše. Nakon toga svi podaci svedeni su na dnevnu bazu, potom sumirani i stavljani u odnos s ukupnim brojem članova obitelji svih ispitanika, kako bi se dobila prosječna dnevna potrošnja, per capita. Jednostavnim umnoškom s brojem dana u godini dobila se godišnja potrošnja.

Prema raspoloživim podacima, procjenjuje se da godišnja potrošnja sira per capita u EU iznosi 18,1 kg, te se predviđa da će do 2011. narasti na oko 18,7 kg. Kako je vidljivo iz tablice, prosječna potrošnja sira na području ispitivanja

iznosi oko 13,8 kg godišnje po stanovniku, što je oko 31% manje u odnosu na potrošnju u EU. Prema procjeni FAO i Phare, prosječna potrošnja svih vrsta sira u FBiH u 2003. godini iznosila je oko 6,5 kg po stanovniku, što znači da se na području Jugozapadne Bosne potroši dva puta više sira u odnosu na prosječne podatke koji su vrijedili 2003. godine za FBiH.

D/ Tko kupuje proizvode

Tko je u obitelji zadužen za kupnju proizvoda na tržnici pitanje je koje je do sada zaokupljalo brojne istraživače. Pri tome su konstatirane značajne istine da su, kad su u pitanju različiti industrijski proizvodi kućne potrošnje, pa čak i oni koje pretežno ili isključivo koriste muškarci, glavni akteri bile žene.

Tablica 12. Osoba koja u domaćinstvu nabavlja mliječne proizvode

Table 12 Person who buys dairy products for the household

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno /Total	Udio u % /Portion in %
Domaćin /Master of the house	6	6	2	1	1	2	18	11,3
Domaćica /Lady of the house	30	30	12	17	19	18	126	78,7
Svi ukućani /All household members	4	4	6	2	0	0	16	10,0

Ništa drugačiji rezultati nisu dobiveni ni kad su u pitanju mliječni proizvodi, gdje su osobe koje ih uglavnom kupuju bile žene.

E/ Obrok i konzumiranje

Navike konzumiranja vezane su za niz čimbenika od kojih su uzrast, način življenja i dnevna dinamika obveza samo jedan dio njih.

Tablica 13 Obrok konzumiranja mliječnih proizvoda

Table 13 Meal consum of dairy products

Odgovor /Answer	Livno	Tomislav-grad	Kupres	B.Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno/Total	Udio u % /Portion in %
Doručak /Breakfast	30	34	14	14	15	13	120	75,0
Ručak /Lunch	5	0	4	2	0	2	13	8,1
Večera /Dinner	5	6	2	4	5	5	27	16,9

Rezultat svih njih je bio da se mliječni proizvodi najčešće konzumiraju u jutarnjem obroku, mnogo manje uz večeru i najmanje za ručak.

F/ Preferiranje proizvoda prema načinu proizvodnje

Koji se mliječni proizvodi više izabiru, s obzirom na način proizvodnje, bilo je sljedeće važno pitanje na koje su se izjasnili ispitanici.

Tablica 14. Izbor proizvoda s obzirom na način proizvodnje

Table 14 Product preferences with regard to production

Odgovor/Answer	Livno	Tomislav-grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Industrijske/Industrial	10	4	3	4	7	10	38	23,8
Tradicionalne/Traditional	23	28	11	8	5	0	75	46,9
Bez razlike/Without difference	7	8	6	8	8	10	47	29,3

Zamjetno je da se više od 50% ispitanika iz općina Livno, Tomislavgrad i Kupres izjasnilo da preferira tradicionalne proizvode, dok su potrošači iz tri preostale općine pokazali više indiferentne osjećaje prema načinu proizvodnje mliječnih proizvoda.

G/ Motivi kupnje

Motivi kupnje važe kao neiscrpno vrelo istraživanja tražnje i potrošnje proizvoda, jednako među znanstvenicima koliko među poslovnim ljudima. Kad je u pitanju hrana, onda tih motiva ne samo da ima veoma mnogo, nego se neprestano otkrivaju novi.

Tablica 15. Motivi kupnje određenog mliječnog proizvoda

Table 15 Motives for buying of certain dairy product

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Proizvođač/ Manufacturer	3	10	2	2	4	2	23	14,4
Kvaliteta/ Quality	17	20	8	5	8	2	60	37,5
Cijena/ Price	4	2	4	6	0	6	22	13,8
Navika/ Habit	2	0	1	1	2	2	8	5,0
Blizina/ Nearness	0	0	1	0	0	0	1	0,6
Svježina/ Freshness	14	8	4	6	6	8	46	28,7

Na pitanje o motivaciji za kupnju mliječnih proizvoda ispitanici su uglavnom stavljali naglasak na kvalitetu i svježinu. Uz njih, renome proizvođača (ime marke) i cijena proizvoda, motivi su koji uz sebe vežu nešto manji, ali ipak značajan broj potrošača.

H/ Pristupačnost cijena

Cijene i kvaliteta dva su temeljna vektora za koje se veže najveći broj ekonomskih rasprava vezanih za istraživanje tražnje. Jednako je tako i kad se radi o praktičnom ponašanju potrošača.

Za većinu ispitanika cijene mliječnih proizvoda na tržištu su podnošljive, ali je mnogo i onih kojima su cijene značajna zapreka za kupnju.

Tablica 16. Pristupačnost cijena mliječnih proizvoda

Table 16 Reasonable prices of dairy products

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Vrlo pristupačne/ Very reasonable	5	7	3	2	0	2	19	11,9
Podnošljive/ Torelable	29	24	11	8	8	10	90	56,2
Previsoke/ Too high	6	9	6	10	12	8	51	31,9

I/ Mišljenje o asortimanu nazočnih proizvoda

U kojoj mjeri su kupci zadovoljni asortimanom mliječnih proizvoda koji se prodaju na istraživanom području, bilo je sljedeće pitanje.

Tablica 17. Zadovoljstvo kupaca asortimanom proizvoda

Table 17 Customer satisfied with product assortment

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav -grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Vrlo zadovoljan/ Very satisfied	3	10	2	4	1	2	22	13,78
Srednje zadovoljan/ Middle satisfied	31	24	17	15	19	15	121	75,6
Nezadovoljan /Not satisfied	6	6	1	1	0	3	17	10,6

Osrednje zadovoljstvo i želja da se dobije više od ponuđenog, mišljenje je koje je iskazalo skoro 2/3 ispitanika. Mnogo manje je bilo onih koji su iskazali svoje veliko zadovoljstvo, ali ohrabruje da je najmanje bilo onih koji nisu bili zadovoljni postojećim asortimanom proizvoda.

J/ Mišljenje o domaćim proizvodima

Koliko su kupci zadovoljni mliječnim prerađevinama domaćih proizvođača bilo je pitanje koje je trebalo pojasniti stav potrošača prema onomu što nude domaći prerađivači mlijeka.

Tablica 18. Zadovoljstvo kupaca domaćim proizvođačima

Table 18 Customer satisfaction with domestic manufactures

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u % /Portion in %
Vrlo zadovoljan/ Very satisfied	8	15	1	2	3	0	29	18,1
Srednje zadovoljan/ Moderately satisfied	32	23	16	17	17	18	123	76,9
Nezadovoljan/ Not satisfied	0	2	3	1	0	2	8	5,0

Najviše, odnosno više od 2/3 je bilo onih koji su srednje zadovoljni domaćim mliječnim proizvodima, ali je nemali broj i onih koji su njima i potpuno zadovoljni. Onih koji to nikako nisu, bilo je svega 5 %.

K/ Ocjena kvalitete domaćih proizvoda

Mišljenje o kvaliteti domaćih mliječnih prerađevina u odnosu na kvalitetu mliječnih prerađevina iz uvoza bio je sljedeći predmet istraživanja anketiranih potrošača.

Tablica 19. Ocjena kvalitete domaćih i stranih proizvoda

Table 19 Quality evaluation of domestic and foreign products

Odgovor/Answer	Livno	Tomislav-grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u % /Portion in %
Kvalitetniji su od uvoznih /Better quality than imported	31	34	16	14	6	8	109	68,1
Jednake su kvalitete /Equal quality	4	4	3	6	12	6	35	21,9
Uvozne su kvalitetnije /Imported are better quality	5	2	1	0	2	6	16	10,0

Oko 68% ispitanika izjasnilo se kako smatra, da su domaći proizvodi kvalitetniji u odnosu na uvozne, pri čemu su potrošači iz općine Tomislavgrad pokazali najveći stupanj lojalnosti tj. od 40 ispitanika čak 34 je dalo prednost domaćim proizvodima u odnosu na strane.

L/ Vjerojatnoća kupnje domaćih proizvoda

Koliko je vjerojatno da će potrošači kupiti mliječni proizvod nekog domaćeg proizvođača, bilo je sljedeće logično pitanje upućeno ispitanicima.

Tablica 20. Vjerojatnost kupnje proizvoda

Table 20 Likely to buy products

Odgovor/Answer	Livno	Tomislav-grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u % /Portion in %
Sigurno ću kupiti/ I will buy it for sure	18	22	8	5	3	3	59	36,9
Vjerojatno ću kupiti/ I will probably buy it	17	14	8	15	10	9	73	45,6
Možda ću kupiti/ I will maybe buy it	5	4	3	0	5	5	22	13,8
Sigurno neću kupiti/ I will not buy it for sure	0	0	1	0	2	3	6	3,7

Oko 46% ispitanika izjasnilo se da će vjerojatno kupiti domaći mliječni proizvod, dok je njih oko 37 % bilo i sasvim sigurno da će to učiniti. Neodlučnih u naklonosti prema domaćim proizvodima bilo je oko 14 %, dok se uistinu malo našlo onih koji nikako ne pristaju uz domaće mliječne proizvode.

M/ Mišljenje o konkurentnosti domaćih proizvoda

Konkurentnost mliječne prerađevine domaćih proizvođača i njihova održivost na inozemnom tržištu bila je tema pitanja koje je slijedilo.

Tablica 21. Konkurentnost domaćih proizvoda

Table 21 Competitiveness of domestic products

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Da, vrlo uspješno/ Yes, very successful	20	22	9	5	2	7	65	40,6
Da, uz neka poboljšanja/ Yes, whith some improvements	20	18	11	13	16	13	91	56,9
Vjerojatno ne mogu/ I can not probably	0	0	0	2	0	0	2	1,3
Sigurno ne mogu/ I can not for sure	0	0	0	0	2	0	2	1,2

Najviše dobivenih odgovora od skoro 57 % zračilo je optimizmom onih koji su smatrali da domaćim proizvodima nedostaju samo neka poboljšanja za opstanak na vanjskom tržištu, dok je njih skoro 41 % smatralo da i bez toga domaći proizvodi mogu biti veoma uspješni u vanjskoj konkurenciji. Suprotnih mišljenja tj. onih koji nisu iskazali vjeru u domaće proizvode na vanjskom tržištu bilo je zanemarivo malo.

N/ Domoljublje i kupovina mliječnih proizvoda

Postojanje osjećaja domoljublja pri donošenju odluke o kupovini mliječnih prerađevina, bilo je pitanje koje je slijedilo.

Tablica 22. Domoljublje i odnos prema domaćim proizvodima

Table 22 Patriotism and reference to domestic products

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Da/ Yes	14	26	8	5	0	3	56	35,0
Ne/ No	3	0	2	5	6	8	24	15,0
Ponekad/ Sometimes	23	14	10	10	14	9	80	50,0

Osjećaj domoljublja pri kupnji domaćih proizvoda iskazan je kod samo 35 % ispitanika, dok se čak 50 % njih iskazalo ravnodušnim na tu činjenicu. Njima se dodaje i 15 % onih koje ne zanima nacionalno podrijetlo proizvoda, što uvećava skupinu stanovnika kojoj bi se sustavno trebalo obraćati dobrim edukacijskim programima koji odgovarajuće rasvjetljavaju i pojašnjavaju ovu oblast.

NJ/ Utjecaj pakiranja na kupnju

Tablica 23. Privlačno pakiranje pri kupnji mliječnih prerađevina

Table 23 Attractive packing of dairy products

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Značajno utječe/ Significantly influences	4	6	5	4	2	5	26	16,3
Umjereno utječe/ Moderately influences	26	26	7	8	10	10	87	54,4
Ne utječe/ No influence	10	8	8	8	8	5	47	29,3

Pakiranje je važna karika u gradnji imidža svakog proizvoda, što je i potvrdila većina ispitanika svojim pozitivnom odgovorima.

O/ Rok trajanja proizvoda i kupnja

Tabela 24. Izbor pri kupnji proizvoda s obzirom na rok trajanja

Table 24 Preferences with reference to shelf – life

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav -grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Rok trajanja do 20 dana/ Shelf – life to 20 days	28	26	12	14	6	16	102	63,8
Rok trajanja iznad 20 dana/ Shelf – life above 20 days	12	11	5	6	12	3	49	30,6
Nije mi bitan rok/ Shelf – life is not important	0	3	3	0	2	1	9	5,6

Na pitanje o preferencijama s obzirom na rok trajanja ispitanici su se u značajnom postotku izjašnjavali da preferiraju rok trajanja do 20 dana što pokazuje određenu nesklonost proizvodima s velikom količinom konzervansa

P/ Reklamiranje i kupnja proizvoda

Koliko na Vas utječe reklama pri donošenju odluke o kupnji mliječnih prerađevina, bilo je sljedeće važno pitanje.

Interesantno je da je čak 54 % ispitanika iskazalo sasvim indiferentan stav prema utjecaju reklamiranja proizvoda na odluke o kupnji, dok je 40 % njih izjavilo da reklama na njih umjereno utječe. Značajan utjecaj reklame na kupnju prihvatilo je samo nepunih 6 % ispitanika.

Tablica 25. Reklamiranje i odluke o kupnji

Table 25 Commercials and buying decisions

Odgovor/ Answer	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Značajno utječe/ Significantly influences	3	3	2	0	1	0	9	5,6
Umjereno utječe/ Moderately influences	19	22	8	5	6	4	64	40,0
Ne utječe/ No influence	18	15	10	15	13	16	87	54,4

R/ Vjernost proizvođačkim markama i kupnja

U ponudi mliječnih proizvoda na domaćem tržištu postoji veliki broj domaćih i stranih marki proizvoda, pa je posebno zanimljivo bilo pitanje o odnosu potrošača prema njima.

Tablica 26. Izbor proizvođačkih marki

Table 26 Preferences of brands

Odgovor	Livno	Tomislav- grad	Kupres	B. Grahovo	Glamoč	Drvar	Ukupno	Udio u %
Dukat	14	22	6	0	4	4	50	31,3
Meggle	2	8	5	4	1	6	26	16,2
Vindija	8	4	3	0	0	0	15	9,4
Ostalo	16	6	6	16	15	10	69	43,1

Prema odgovorima ispitanika vodeća marka na domaćem tržištu mliječnih prerađevina je Dukat koji bi mogao zauzimati čak oko 30 % udjela na domaćem tržištu. Megle je prva domaća marka koja slijedi ovog hrvatskog konkurenta, te Vindija koja također dolazi iz susjedne zemlje. Ostatak tržišta, od oko 43 %, rezerviran je za ostale marke proizvoda u što ulaze i svi naši proizvođači, pa je to podatak koji bi trebao zabrinjavati, ali i potaknuti domaću mliječnu industriju na smišljenije i odlučnije marketinške akcije.

Iz svih ovih odgovora mogu se izvesti vrlo korisni zaključci i dobiti upute u kojem pravcu bi se trebala ubuduće razvijati proizvodnja i prerađevina nositelja mliječne proizvodnje na istraživanom području.

BILANCA PROIZVODNJE I POTROŠNJE MLIJEKA I PRERAĐEVINA

Kako bi se izračunala ukupna potrošnja mlijeka, u Europskoj uniji koriste se dvjema metodama.

Prva metoda se služi *konceptom bilance* tako da se sa uvozom i izvozom mlijeka i mliječnih proizvoda kalkulira na bazi uvoza i izvoza pojedinačnih proizvoda. Da bi se sve izrazilo kao ekvivalent standardnom mlijeku, koriste se posebni pretvorbeni koeficijenti. U većini slučajeva koeficijenti su fiksni i temelje se na grubim procjenama udjela masnoće u pojedinačnim proizvodima.

Druga metoda temelji se na *domaćoj potrošnji* pojedinačnih mliječnih proizvoda. Da bi se sve izrazilo u mlijeku, koriste se koeficijenti iz EUROSTAT mliječne statistike, pri čemu je moguće koristiti dva različita koeficijenta za punomasno i za obrano mlijeko. Međutim i u službenim izvorima EU navodi se da se zahvaljujući razlikama u službenim mliječarskim statistikama nekih članica, moraju raditi određeni ispravci i procjene, te da nažalost, uporaba ove dvije metode ne daje uvijek iste rezultate.

Procjene ulaznih elemenata bilance u ovom radu napravljene su na bazi sljedećih izvora:

- procjene proizvodnje mlijeka i brojnog stanja stoke Federalnog zavoda za statistiku (FZS)
- procjene potrošnje mliječnih proizvoda preračunate na ekvivalent standardnog mlijeka na osnovi podataka županijskog MPVŠ iz 2000. godine,
- vlastite procjena potrošnje na temelju ankete kojom je obuhvaćeno 160 domaćinstava za 2005. godinu, te
- podataka FZS o broju stanovnika s područja, tj. 83.431 s kraja 1999., i 84.259 iz 2004. godine.

Procjena ukupne potrošnje mlijeka na istraživanom području veoma je osjetljiv posao, jer za njega ne postoje službene statistike. Iz tih razloga korištena je publikacija županijskog MPVŠ iz srpnja 2000. godine «Strategija razvitka poljodjelstva Hercegbosanske županije»,

Prema rezultatima tog istraživanja, godišnja potrošnja mlijeka i mliječnih prerađevina, izražena kao ekvivalent standardnome mlijeku, iznosila je na tom području oko 12 milijuna litara. Budući da je, prema podacima FZS, broj evidentiranog stanovništva s kraja 1999. godine, iznosio 83.431, potrošnja mlijeka po stanovniku u 2000. godini iznosila je oko 144 litre godišnje. Prema podacima FMPVŠ iz lipnja 2003. godine, postojala je procjena da se na području FBiH potroši godišnje 120 litara po stanovniku, dok je procjena Phare i FAO za istu godinu iznosila 135 litara.

Ostaje zaključiti kako se na području Jugozapadne Bosne trošilo više mlijeka i mliječnih prerađevina u odnosu na prosječne podatke koji su vrijedili za cijelu FBiH.

Tablica 27. Usporedba potrošnje mlijeka po stanovniku u HBŽ, FbiH

Table 27 Comparasion of milk consuption per citizen in Herzeg – Bosnia County, Federation BiH

Potrošnja mlijeka po stan. Jugozapadna Bosna 2000. god. (u lit.)/ Milk consumption per citizen – South – Western Bosnia Year (in LITERS) 2000 Izvo/Source ŽMPVŠ	Potrošnja mlijeka per capita Jugozapadna Bosna 2005. god. (u lit.)/ Milk consumption per capita in Suth – Western Bosnia, Year 2005, (In liters) Izvor/Source: Author's Assessment	Potrošnja mlijeka per capita u FBiH 2003. god. (u lit.)/ Milk consumption per capita in FbiH, Year 2003, (in liters) Izvor/Source: FMPVŠ	Potrošnja mlijeka per capita u FBiH 2003. god. (u lit.)/ Milk consumption per capita in FbiH, Yeat 2003, (in liters) Izvor/Source: Phare i FAO
144	202	120	135

Procjena distribucije domaće proizvodnje svježeg mlijeka na potrošače u 2005. godini prikazana je kako slijedi.

Vidi se da se ukupna proizvodnja mlijeka na području u 75,8 postotnom udjelu usmjerava na ljudsku ishranu, a oko 24 % na uzgoj teladi. Oko 12 % ljudske potrošnje ostaje stanovništvu ruralnih područja, gdje i jesu glavna mjesta mljekarske proizvodnje.

Tablica 28. Distribucija proizvedenog mlijeka na području istraživanja

Table 28 Produced milk distribution at the area of research

Opis /Description	Mlijeko u tis. Litara/ Milk in thousand liters	Udio u % /Portion in %
Broj muzenih krava 9.800 grla/ Amount of milking production cows of 9.800 heads		
Ukupna proizvodnja mlijeka/ Overall consupction of milk	17.709	100
Potrošnja mlijeka za ishranu teladi/ Milk consupction for calf feeding (9.529x450)*	4.288	24,2
Raspoloživo mlijeko za ljudsku ishranu/ Avaliable milk for human consumption	13.421	75,8
Otkup mlijeka putem mljekara/ Milk sale from dairies	11.305	63,8
Potrošnja ruralnog stanovništva/ Consumption by rural population	2.116	12,0

* Kao podloga za određivanje omjera broja teladi u odnosu na broj muzenih krava, kao i za procjenu količine mlijeka koju posije telad korištena je publikacija FM PVŠ «Proizvodnja, prerada i tržište mlijeka u F BiH», Sarajevo, juni 2003.

Procjena potrošnje mlijeka i mliječnih proizvoda s aspekta proizvođača u 2005. godini, dala je rezultate kako slijedi:

Tablica 29. Struktura potrošnje mlijeka na području s aspekta proizvođača

Table 29 Milk consumption in the area from the manufacturer's view

Opis / Description	Mlijeko u tis. Litara/ milk in tousand liters	Udio u % /Portion in %
Ukupna potrošnja (=84.259x202 lit.)/Overall consumption	17.000	100,0
Potrošnja ruralnog stanovništva/ Consumption of rural population	2.116	12,5
Plasman lokalnih mljekara/Sales of local dairies	370	2,2
"Dukat" ⁴	5.313	31,2
"Meggle"	2.763	16,2
"Vindija"	1.595	9,4
Plasman ostalih mljekara iz FBiH i drugih uvoznika/Sales of other dairies from FbiH and other importers	4.843	28,5

Izvor: Vlastita anketa³

⁴ Do podataka o tržišnom udjelu pojedinih proizvođača došlo se putem anketiranja stanovništva, pri čemu svakako treba uzeti u obzir činjenicu da ova metoda omogućuje samo grubu procjenu tržišnog udjela.

Ostaje za zaključiti da se na području Jugozapadne Bosne proizvede oko 13,5 milijuna litara mlijeka za ljudsku prehranu. Lokalne mljekare su otkupile oko 11,3 milijuna litara, međutim, veoma mali dio plasiraju na lokalno tržište („Mljekara Livno“ i „Puđa i Perković“ oko 1%, „Kupreška mljekara“ 15%, mljekara „Suša“ 100%, no njen je udio u ukupnom otkupu mlijeka tek oko 8%).

Slijedi tablica u kojoj su prikazani podaci o strukturi potrošnje

Tablica 30. Struktura potrošnje mlijeka u Jugozapadnoj Bosni

Table 30 Milk consumption in South – Western Bosnia

RB	Naziv proizvoda/ Name of product	Potrošnja u kg/lit po stanovniku /Consumption in kg/lit per citizen	Ekvivalent u Mlijeku/ Equivalent in milk	Udio u %/ Share in %
1.	Slatko mlijeko/ Milk	50,03	50,0	24,7
2.	Jogurt, kefir i kiselo mlijeko/Yogurt, Sour Milk	9,82	9,8	4,8
3.	Vrhnje/Cream	8,31	20,8	10,3
4.	Svježi i kriška sirevi/Fresh cheeses	9,17	73,4	36,2
5.	Polutvrđi i tvrdi sir/Hard cheeses	3,87	38,7	19,1
6.	Ostalo/Others		10,0	4,9
	Ukupno/Total		202,7	100,0

Izvor: Vlastita anketa

Anketom su obuhvaćene glavne vrste mliječnih proizvoda, dok su ostale kao mlijeko u prahu, kajmak i drugo, svrstani pod "ostalo".

Prema podacima dobivenim od mljekara, u izvoz se u 2005. godini plasiralo oko 7.366.000 litara (preračunato na ekvivalent standardnog mlijeka). Istraživanjem o tržišnom udjelu pojedinih proizvođača, došlo se do podataka da hrvatski proizvođači "Dukat" i "Vindija" na lokalno tržište plasiraju nešto manje od 7 milijuna litara, a "Meggle" oko 2,7 milijuna litara. Ostatak potrošnje od nekih oko 28% zadovoljava se prerađevinama ostalih uvoznika i drugih mljekara sa područja BiH. Moglo bi se zaključiti da su uvoz i izvoz donekle i izbalansirani, međutim lokalne mljekare bi svakako svoje asortimane trebale proširiti i sa kratkotrajnim konzumnim proizvodima, budući da je sadašnje stanje takvo da neruralnom stanovništvu za tu vrstu potrošnje na raspolaganju ostaju uvozni proizvodi i proizvodi drugih mljekara s područja BiH.

ZAKLJUČCI

BiH se susreće s problemima premale proizvodnje, prekomjernog uvoza, negativne bilance, nepovoljne strukture proizvodnje, preniskih otkupnih cijena mlijeka, te poljoprivrednicima koji žive na rubu egzistencije. Jedan od glavnih nedostataka svakako je ne kvalitetno društveno nasljeđe i sporo ulaženje u procese koje bi karakterizirala visoka poduzetnost, inovativnost i dinamika. Poljoprivrednici najteže dolaze do komercijalnih kredita te nedostatak financijskih sredstava predstavlja najznačajniji problem s kojim se suočavaju. Dugoročno gledano, farmerska koncepcija bi trebala biti glavni pravac razvoja proizvodnje mlijeka. jer bi se njenim razvojem brže povećavala tržišnost i poboljšala kvaliteta mlijeka. Standarde kvalitete EU za svježije mlijeko gotovo je nemoguće dostići bez značajnijeg udjela farmerske proizvodnje. U prednosti moglo bi se ubrojiti ekološki čisto područje koje osigurava uvjete za raznovrsne programe proizvodnje i prerade hrane, te dobru komercijalizaciju proizvoda. Proizvodnja mlijeka po kravi u 2005. godini na lokalnom području iznosila je 1.886 litara, dok je primjerice, prema podacima za 2000. godinu mliječnost po kravi u nekim razvijenim zemljama iznosila 3-4 puta više⁵ pa treba raditi na podizanje proizvodnje po ugledu na EU (pasmine, kvalitetna prehrana itd).

Okup mlijeka je dosta dobro organiziran u odnosu na FBiH i iznosi oko 60% ukupne proizvodnje, te treba i dalje raditi na njegovu povećanju.

Na području istraživanja postoji bogato nasljeđe i stečeni imidž mliječnih proizvoda. Tu proizvodnju treba bolje organizirati i početi s aktivnostima zaštite autohtonih vrsta sireva oznakama izvornosti, zemljopisnog podrijetla i garantiranog tradicijskog specijaliteta. Livanjski sir ima sve predispozicije za registriranje i zaštitu oznakama kvalitete zemljopisnog podrijetla, čime bi njegova proizvodnja postala isključivo pravo lokalnih proizvođača i eliminirale mogućnosti za pojavu patvorina na tržištu.

U asortimanima lokalnih mljekara, dominantno mjesto zauzima upravo proizvodnja autohtonog sira, što i jeste njihova glavna prednost kojom se uspjevaju probiti na tržišta susjednih zemalja. Međutim, mljekare bi svoj asortiman svakako trebale obogatiti i proizvodnjom kratkotrajnih proizvoda, jer bi time smanjile ovisnost domaće potrošnje o uvoznim proizvodima tipa kiselo

⁵ U USA 8.388 lit., Švicarskoj 7.717 lit., Kanadi 7.324 lit., Danskoj 7.271 lit., Nizozemskoj 7.200 lit. itd.

mliječni proizvodi, niskomasnih i dijetetskih proizvoda, voćnih jogurta, mliječnih namaza, topljenih i plavih sireva, itd.

Rezultati ankete su pokazali da se gotovo 70% ispitanika izjasnilo da smatra da su domaći proizvodi kvalitetniji od uvoznih što je veliki podstrek za proširenje asortimana proizvoda domaćih mljekara

Autohtoni mliječni proizvodi s područja Jugozapadne Bosne trebaju svoj marketinški imidž na domaćem i inozemnom tržištu graditi na činjenici da imaju kakvoću u odnosu na ostale proizvode. Stoga je zadatak znanosti i razvojnih službi na istraživanom području da očuvaju domaći proizvod razvijajući primjerene i održive tehnologije, poglavito očuvanja autohtonih vrsta sireva. Kad je riječ o propagandnim aktivnostima, one su svedene na prisuost na sajmovima, dok se reklamiranje putem tiskanih i video medija ne prakticira, pa bi se trebalo raditi na razvoju promotivnog programa.

Prema istraživanju o tržišnom udjelu kakav se oblikuje na području istraživanja, došlo se do podataka da strani proizvođači postižu visok udio na tom tržištu. Moglo bi se zaključiti da su uvoz i izvoz na ovom području donekle izbalansirani, međutim lokalne mljekare bi svakako svoje asortimane trebale proširiti i s kratkotrajnim konzumnim proizvodima, budući da je sadašnje stanje takvo da neruralnom stanovništvu za tu vrstu potrošnje na raspolaganju ostaju uvozni proizvodi i proizvodi drugih mljekara s područja BiH.

Lokalne mljekare veoma mali dio svoje proizvodnje plasiraju na lokalno tržište. Pri tome je izuzetak samo jedna mljekara koja na to tržište plasira svu svoju proizvodnju, ali je njen udio u ukupnoj ponudi područja mali i iznosi samo 8 %. To znači da područje ima dobro formiran izvozni imidž, kojeg treba dalje razvijati opobanim marketinškim metodama. Dugoročno gledano, trebalo bi što prije početi odgovarajućim istraživačkim akcijama kako bi se uz postojeća izvozna tržišta, pronašla i nova na koja bi se plasirale autohtone prerađevine područja.

Konačno, na razini države trebale bi poduzeti mjere koje bi imale za cilj zaštitu domaće proizvodnje, kao i donošenje zakonskih propisa i pravilnika vezanih za EU standarde u proizvodnji, otkupu i preradi mlijeka.

LITERATURA

- Anderson, E., R., Hear, Dž., F., Buš, A., Dž.** (1998): Profesionalni menadžment prodaje, PS Grmeč, Beograd.
- Bazala A. (1973):** Metode istraživanja tržišta, Informator.
- Bosnić P. (2003):** Svjetska proizvodnja i kvaliteta kravljeg mlijeka, Mljekarstvo, 53 (1).
- Dibb S., Simkin L., Pride W.M., Ferrell O.C** (1995): Marketing, MATE, Zagreb.
- Federalno ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva FBiH** (2003): Proizvodnja, prerada i tržište mlijeka u FBiH, Sarajevo.
- Kolak I., Kolega A. (2000):** Strategija razvitka poljodjelstva Hercegbosanske županije, Livno.
- Selak, V. i sur., (2006):** Strategija razvitka poljoprivrednog sektora u FBiH (2006-2010), FMPVŠ, Sarajevo
- Selak V., Kolega A., Bogučanin H., Bajramović S., Ljubić D., Nikolić A., Kasapović S., Sarić D., Falan V.** (2003/b): Tržište mlijeka i uloga obiteljskih gospodarstava u njegovom razvitku, Agronomski glasnik, br. 6/2003., Zagreb.
- Statistički podaci o privrednim/gospodarskim i drugim kretanjima u FBiH po kantonima (2002-2006).**
- Tihi B., (2003):** Istraživanje marketinga, Dom štampe, Zenica..

www.aldi.ba

www.europa.eu

Adresa autora - Authors address:
Mr. Anto Matić
Federalno ministarstvo okoliša i turizma
Alipašina 41
71 000 Sarajevo
BIH

Primljeno – Received:
31.01.2008.