

EKONINFOCHECKER

POTRAŽNJA JEDAN OD GLAVNIH UZROKA VISOKIH CIJENA HRANE

Provjera istinitosti članka

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Maja Grdinić

Student: Marija Drmić



EkonInfoChecker

Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet

“Financira Europska unija – NextGenerationEU. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorova i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije, kao ni stajališta Agencije za elektroničke medije ni Ministarstva kulture i medija. Europska unija i Europska komisija, kao ni Agencija za elektroničke medije ni Ministarstvo kulture i medija ne mogu se smatrati odgovornima za njih”

1) Uvod

Članak „Potražnja jedan od glavnih uzroka visokih cijena hrane“ objavljen je u vijestima HRT Studio 4 i na portalu hrt.hr (<https://vijesti.hrt.hr/gospodarstvo/blazic-potraznja-jedan-od-glavnih-uzroka-visokih-cijena-hrane-11949084>) izvještava o potražnji kao jednom od najznačajnijih uzroka visokih cijena hrane u Republici Hrvatskoj.

Zvezdana Blažić navodi da je potražnja jedan od glavnih uzroka visokih cijena hrane te da u uvjetima visoke potražnje nema razloga za smanjenje cijena hrane. Dodatno to opravdava malom elastičnosti cijena hrane, kao i činjenicama da Hrvati bacaju najviše hrane, da je Hrvatska u vrhu ljestvice zemalja koje bacaju hranu iz kućanstva, da su Hrvati neodgovorni kupci jer kupuju i ono što im ne treba, da je tržište u Republici Hrvatskoj kosolidirano, da pet do šest lanaca drži 80 posto tržišta, tako da kupci nemaju veliku mogućnost izbora. Kako bi se utvrdila istinitost ovih tvrdnji, u ovoj analizi provjeravaju se različiti izvori podataka u cilju utvrđivanja vjerodostojnosti izjava Zvezdane Blažić.

2) Predstavljanje dokaza

1. tvrdnja: Inflacija u Hrvatskoj u prosincu je na godišnjoj razini iznosila 3,4 posto. Najviše su na godišnjoj razini porasle cijene usluga: 5,6 posto, te hrane, pića i duhana 4,8 posto. Energija je poskupjela 1,6 posto.“

Slika 1: Indeksi promjena potrošačkih cijena u prosincu 2024. (ukupno i posebni agregati), stope promjene

1. INDEKSI POTROŠAČKIH CIJENA U PROSINCU 2024. (UKUPNO I POSEBNI AGREGATI), STOPE PROMJENE

ECOICOP	Ponderi	XII. 2024. XII. 2023.	XII. 2024. XI. 2024.
Indeks potrošačkih cijena - ukupno	1 000,00	3,4	0,1
Hrana, piće i duhan	315,14	4,8	0,4
Energija	158,32	1,6	0,4
Industrijski neprehrambeni proizvodi bez energije	265,92	0,7	-0,9
Usluge	260,62	5,6	0,6

Izvor: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77513>

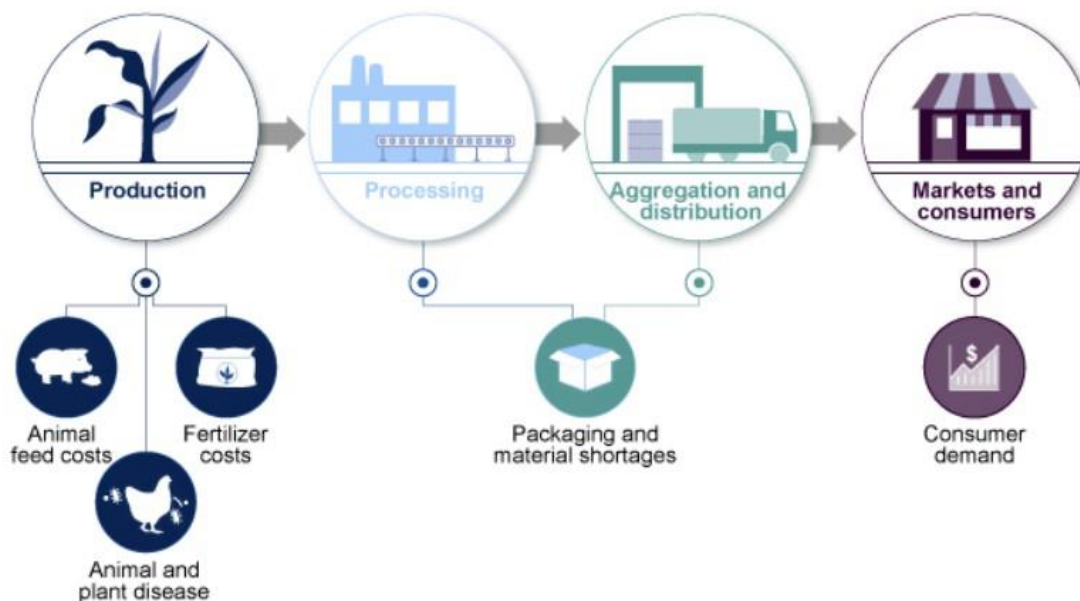
Prema podacima koje je objavio Državni zavod za statistiku godišnja inflacija za Hrvatsku u prosincu 2024. godine bila je 3,4 posto, pri čemu su cijene usluga rasle za 5,6%, pića i duhana 4,8%, a energije 1,6%.

Navedeni podaci potvrđuju tvrdnju iz članka.

2. tvrdnja: „Brojni su faktori koji utječu na cijenu hrane, a potražnja je jedan od glavnih razloga. Nema razloga za smanjenje cijene hrane ako je potražnja za hranom toliko visoka.“

Slika 2: Neki faktori koji mogu imati utjecaj na lanac opskrbe i sudjelovati u promjenama cijena hrane

Some Factors that Can Affect the Supply Chain and Contribute to Changes in Food Prices



Source: GAO analysis of information from the U.S. Department of Agriculture and interviews with experts. | GAO-23-105846

Izvori: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77513>

<https://academic.oup.com/book/42636/chapter/358107754>

Prema svim izvorima potražnja hrane utječe na cijenu hrane i predstavlja jedan od glavnih faktora cijene hrane. No drugi dio izjave („Nema razloga za smanjenje cijene hrane ako je potražnja za hranom toliko visoka.“) se ne može potvrditi.

Potražnja hrane bi trebala imati izravni i jak utjecaj na cijenu hrane, a taj odnos regulira osnovni zakon ponude i potražnje: ako potražnja raste, a ponuda ostaje ista – cijena raste; ako potražnja pada, a ponuda ostaje ista – cijena pada. No kod hrane, situacija je specifična zbog njezine neelastičnosti i niza dodatnih faktora. Porast potražnje hrane uzrokuje rast cijena hrane kada se poveća potražnja za određenim proizvodima (npr. meso, maslinovo ulje, voće iz uvoza), uzrokovana porastom broja stanovnika ili gostiju tijekom turističke sezone, zbog promjene prehrambenih navika, a ponuda ne može odmah rasti (zbog bioloških ograničenja, zaliha ili uvoza), pa cijene tih proizvoda rastu.

Pad potražnje trebao bi značiti ograničen pad cijena, no kod hrane pad potražnje ne mora



EkonInfoChecker

Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet

“Financira Europska unija – NextGenerationEU. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorova i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije, kao ni stajališta Agencije za elektroničke medije ni Ministarstva kulture i medija. Europska unija i Europska komisija, kao ni Agencija za elektroničke medije ni Ministarstvo kulture i medija ne mogu se smatrati odgovornima za njih”



automatski dovesti do velikog pada cijena zbog pokrivanja fiksnih troškova proizvođača, postojanja kvarljivih namirnica koje se moraju brzo prodati ili baciti. Također trgovine nerado spuštaju cijene jer to može „kanibalizirati“ profit. Dodatno, na promjene cijena pri promjeni potražnje utječu i elastičnost potražnje (za osnovne namirnice – npr. kruh i mlijeko, cijene su osjetljivije na promjene ponude nego potražnje), dok za luksuzne proizvode (npr. jastog, škampi) cijene brzo reagiraju na promjene potrošačkog interesa. Tu je također i utjecaj tržišne strukture na oligopolističkim tržištima, što je slučaj kod trgovačkih lanaca, gdje se cijene sporije prilagođavaju jer ih određuje mali broj dominantnih igrača. Nadalje su tu uvozne cijene i valutni tečaj jer promjena potražnje u Hrvatskoj može imati tek ograničen učinak na cijene ako se proizvodi uvoze – njih više određuju svjetske cijene i tečaj eura prema dolaru. Ako je cijena hrane visoka zbog povećane potražnje uzrokovane turističkom sezonom, nema razloga za tako visoke cijene izvan sezone, no visoke cijene hrane ostaju zbog koncentriranog i netransparentnog tržišta. Visoka potražnja ne znači automatski visoke cijene — presudan je odnos s ponudom, troškovima, politikama i tržišnom strategijom. Ova tvrdnja je djelomično točna.

3. tvrdnja: „Cijena hrane je relativno malo elastična.“

Slika 3: Sažetak članka „Utjecaj cijena hrane na potrošnju: Sustavni pregled istraživanja cjenovne elastičnosti potražnje za hranom“

The Impact of Food Prices on Consumption: A Systematic Review of Research on the Price Elasticity of Demand for Food

[Tatiana Andreyeva](#)^{1,✉}, [Michael W Long](#)¹, [Kelly D Brownell](#)¹

► Author information ► Article notes ► Copyright and License information

PMCID: PMC2804646 PMID: [20019319](#)

Abstract

In light of proposals to improve diets by shifting food prices, it is important to understand how price changes affect demand for various foods.

We reviewed 160 studies on the price elasticity of demand for major food categories to assess mean elasticities by food category and variations in estimates by study design. Price elasticities for foods and nonalcoholic beverages ranged from 0.27 to 0.81 (absolute values), with food away from home, soft drinks, juice, and meats being most responsive to price changes (0.7–0.8). As an example, a 10% increase in soft drink prices should reduce consumption by 8% to 10%.



Izvori: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC2804646/>

<https://hrcak.srce.hr/clanak/450792>

<https://ec.europa.eu/eurostat/cache/website/economy/food-price-monitoring/>

<https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/616>

<https://www.worldbank.org/en/topic/agriculture/brief/food-security-update>

Prema sistemskom pregledu 160 studija o cjenovnoj elastičnosti potražnje za hranom osnovne namirnice poput žitarica, mlijeka i mesa su manje elastične, dok su proizvodi poput gaziranih pića i grickalica elastičniji. Drugo istraživanje, provedeno na području Splitsko-dalmatinske županije, na temelju podataka tvrtke Bobis d.o.o. pokazalo je da je potražnja za kruhom nisko elastična, što znači da promjene cijene imaju mali učinak na količinu potrošnje. Ovi podaci potvrđuju točnost tvrdnje.

4. tvrdnja: „Cijena hrane ne utječe na potražnju hrane jer svi moramo jesti.“

Slika 4: Dio naslovne stranice doktorske disertacije Trine Mjeda

Modeliranje agregatne potražnje za hranom - primjena na Republiku Hrvatsku

Mjeda, Trina

Doctoral thesis / Disertacija

2019

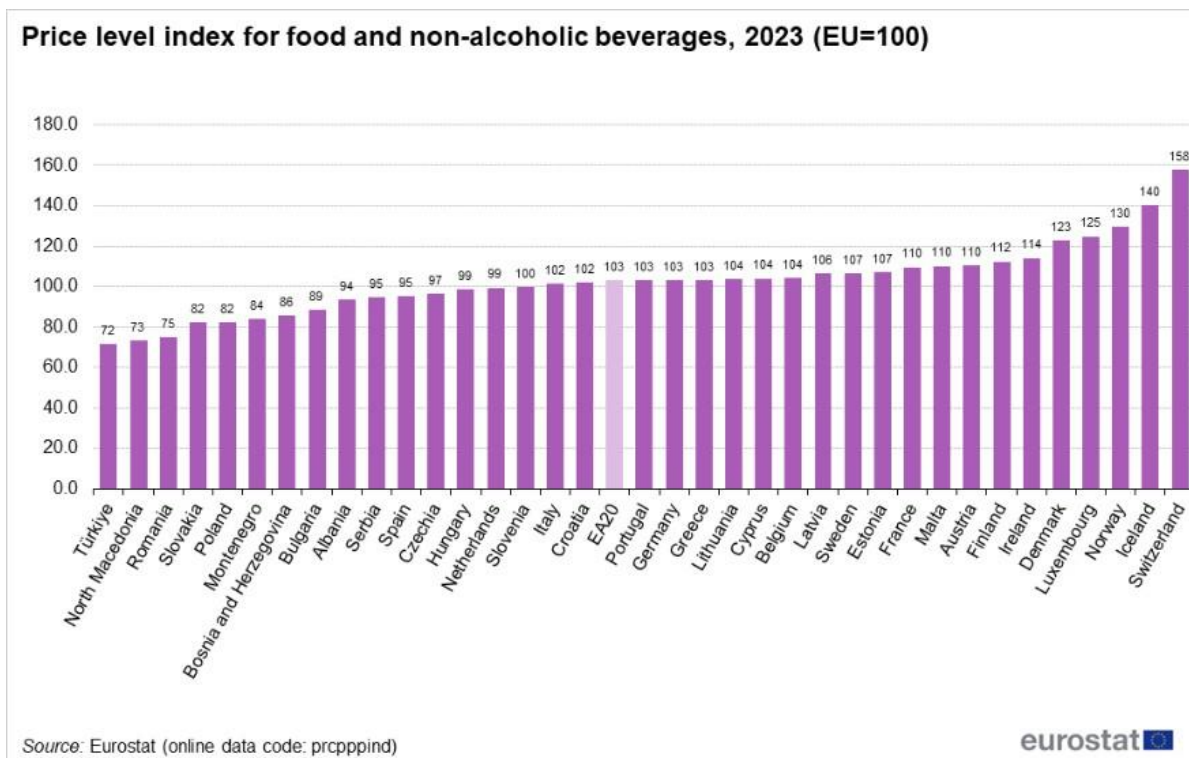
Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet**

Izvor: <https://repository.efri.uniri.hr/islandora/object/efri%3A1702/datastream/PDF/view>

Doktorska disertacija Trine Mjeda na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Rijeci potvrdila je da su dohodovne, cjenovne i cjenovno unakrsne elastičnosti hrvatskih potrošača u skladu s trendovima u tranzicijskim zemljama, što implicira nisku cjenovnu elastičnost za osnovne prehrambene proizvode. Ovo znači da potrošači neće značajno smanjiti potrošnju hrane čak i ako cijene rastu, što može imati implikacije za politike cijena i inflaciju, čime se potvrđuje tvrdnja u izjavi.

5. tvrdnja: „Hrana u Hrvatskoj je skupa.“

Slika 5: Indeks razne cijena za hranu i bezalkoholna pića za 2023. godinu (Indeks za EU je 100)



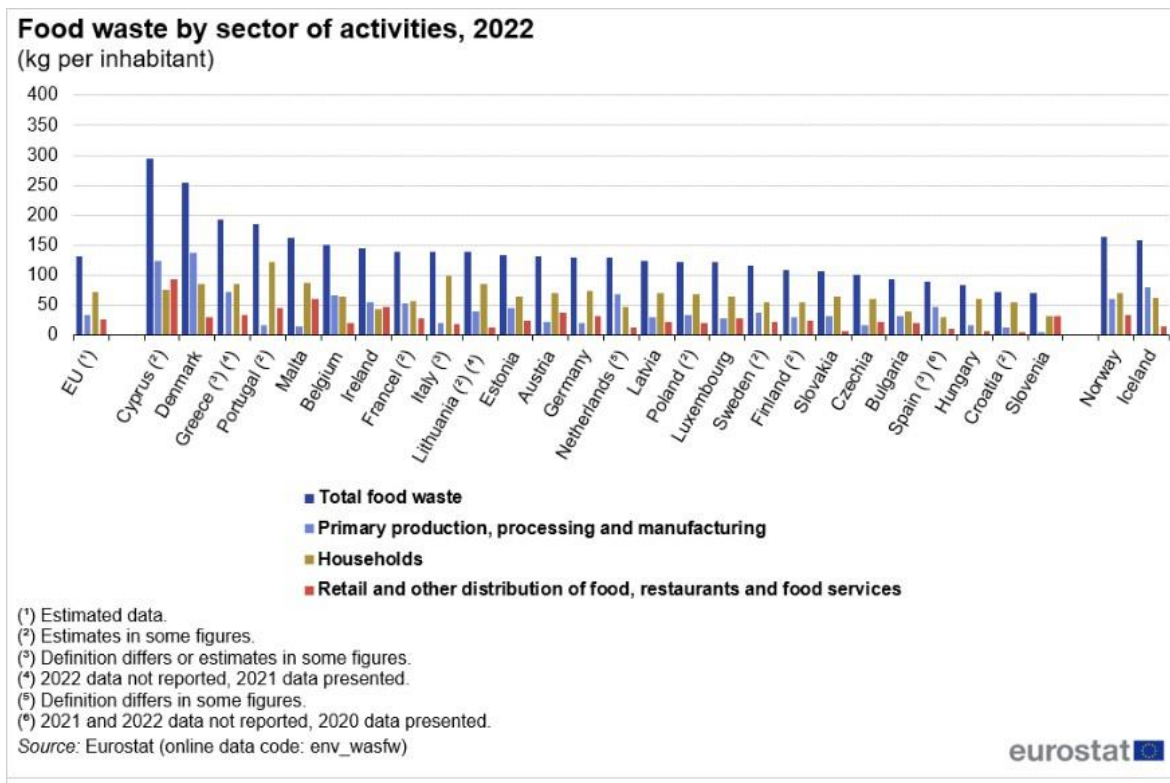
Izvor: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Comparative_price_levels_for_food,_beverages_and_tobacco)

[explained/index.php?title=Comparative price levels for food, beverages and tobacco](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Comparative_price_levels_for_food,_beverages_and_tobacco)

Prema Eurostatu indeks za kategoriju hrana i bezalkoholna pića iznosio je 102% prosjeka EU-a, što znači da je hrana u Hrvatskoj skuplja od prosjeka EU, čime se potvrđuje tvrdnja.

6. tvrdnja: „Hrvati bacaju najviše hrane.“

Slika 6: Otpad od hrane po sektorima aktivnosti po državama članicama EU za 2022. godinu



Izvor:

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_waste_and_food_waste_prevention_-_estimates

Prema podacima Eurostata, u Hrvatskoj se godišnje baci oko 72 kilograma hrane po stanovniku, što je mnogo manje od Cipra (294), a i daleko ispod prosjeka EU-a koji iznosi 130 kilograma. Tvrdnja je netočna.

7. tvrdnja: „U Europi smo na vrhu liste zemalja koje bacaju hranu iz kućanstva.“

Izvor: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_waste_and_food_waste_prevention_-_estimates

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_waste_and_food_waste_prevention_-_estimates

Prema podacima Eurostata, vrh liste sačinjavaju Cipar (294), Danska (254), Portugal (185), Norveška (165) i Malta (162). Naprotiv, Hrvatska sa 72 kg otpada hrane po stanovniku se nalazi pri dnu liste, odnosno među zemljama s najmanjim količinama bačene hrane po stanovniku, a manju količinu otpada hrane po stanovniku ima samo Slovenija (71). Tvrdnja je netočna.

8. tvrdnja: „Hrvati su možda i neodgovorni kupci jer kupuju i ono što im ne treba.“



EkonInfoChecker

Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet

“Financira Europska unija – NextGenerationEU. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorova i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije, kao ni stajališta Agencije za elektroničke medije ni Ministarstva kulture i medija. Europska unija i Europska komisija, kao ni Agencija za elektroničke medije ni Ministarstvo kulture i medija ne mogu se smatrati odgovornima za njih”

Slika 7: Ilustracija predblagdanske potrošnje



Rekordna potrošnja za blagdane

Foto: Ilustracija / Shutterstock

Ovogodišnja blagdanska potrošnja ruši sve rekorde - unatoč inflaciji i rastu cijena. Koliko i na što troše građani u ovom, barem prema prometu, trgovcima najdražem mjesecu? **Maja Bogović**, direktorica Sektora za trgovinu u HGK, rekla je da se u prosincu za blagdane uglavnom kupuju neprehrambeni proizvodi, za razliku od drugih blagdana u godini.

Izvor: <https://vijesti.hrt.hr/gospodarstvo/potrosnja-11918724>

Ovu tvrdnju se nije moglo izravno provjeriti za hranu, ali postoje određeni izvještaji koji opisuju hrvatske potrošače i njihovo ponašanje u kupovini, posebice pred blagdane. Prema izvještaju Hrvatske radiotelevizije, u predblagdanskoj sezoni 2024. godine ostvaren je porast potrošnje od 11% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Većina potrošnje bila je usmjerena na neprehrambene proizvode, ali izjave nekih potrošača ukazuju na impulzivnu kupovinu, što znači da su kupovali proizvode koje nisu planirali.

Pod pretpostavkom da se pri kupovini hrane ponašaju kao i pri kupovini drugih roba, metodom indukcije dolazi se do zaključka da slično vrijedi i za hranu. Umjesto termina neodgovorni bolje bi odgovarao termin neracionalni, što se lako dokazuje količinom bačene hrane. Ova tvrdnja je djelomično točna.



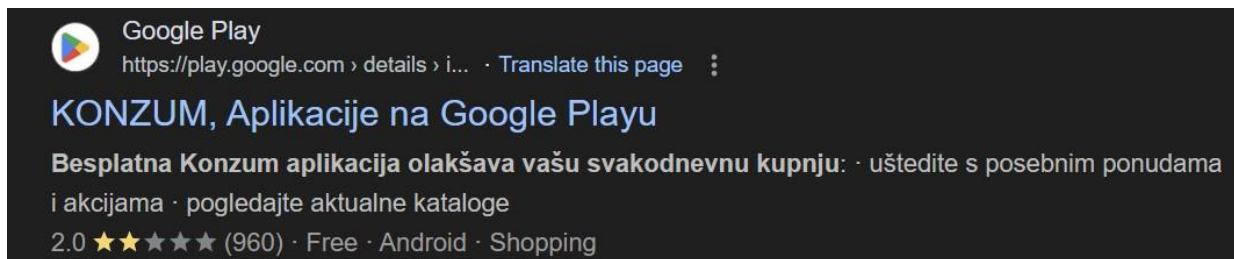
EkonInfoChecker

Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet

“Financira Europska unija – NextGenerationEU. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorova i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije, kao ni stajališta Agencije za elektroničke medije ni Ministarstva kulture i medija. Europska unija i Europska komisija, kao ni Agencija za elektroničke medije ni Ministarstvo kulture i medija ne mogu se smatrati odgovornima za njih”

9. tvrdnja: „Teško se može pratiti sve trgovačke lance i njihove akcije.“

Slika 8: Primjer jedne od aplikacija za „pametne telefone“



Izvori: Akcije.net, KupiMe, Penny

Aplikacije trgovačkih lanaca: Konzum Plus, Lidl Plus, Plodine, Studenac

Web stranice i društvene mreže s informacijama o aktualnim akcijama: Konzum – www.konzum.hr, Lidl – www.lidl.hr, Plodine – www.plodine.hr, Studenac – www.studenac.hr

Praćenje tržišnih izvještaja i analiza: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) – www.aztn.hr

Izvori se mogu iskoristiti za usporedbu cijena i akcija, pregled akcijskih ponuda iz različitih trgovina, uključujući prehrambene i neprehrambene proizvode. Pružaju detaljne analize i izvještaje koji mogu biti korisni za razumijevanje dinamike tržišta i strategija trgovačkih lanaca. Izjava je točna, međutim nema dovoljno konteksta, što znači da zahtijevaju vrijeme, pristup internetu i nadprosječno znanje kupca iz područja ekonomije.

10. tvrdnja: „Tržište trgovine Hrvatske je konsolidirano. Pet do šest lanaca drži 80 posto tržišta, tako da kupci nemaju veliku mogućnost izbora.“

Slika 9: Dio izvještaja AZTN za 2020. godinu.

Smanjenje asimetrije i koncentriranosti tržišta

Na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom u 2020. bilježi se daljnje smanjenje asimetrije, odnosno razlike između lidera na tržištu, Konzuma plus i drugog trgovca na malo Lidla.

U 2020. godini bilježi se blaga promjena koncentriranosti tržišta temeljem pokazatelja koncentriranosti CR₁₀, odnosno ostvarenih udjela prvih deset trgovaca na malo mješovitom robom, koji u promatranoj 2020. godini iznosi 83,4 dok je u prethodnoj 2019. iznosio 82,7. Navedeni pokazatelj blago je rastao iako je, promatrano pojedinačno poduzetnike, Konzum plus smanjio tržišni udio, ali se istovremeno bilježi jačanje tržišnog udjela drugih trgovaca, prije svega Plodina, Lonia trgovine, Spara i Studenca te nešto blaže Lidla, NTL-a i K.T.C.-a.

Ako se promatra prvih pet trgovaca na malo, rezultati istraživanja pokazuju kako pokazatelj koncentriranosti CR₅ u 2020. godini iznosi 66,1 i bilježi blagi rast u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Prvih pet poduzetnika drži nešto manje od dvije trećine ukupnog tržišta maloprodaje mješovitom robom, a prvih deset poduzetnika nešto više od četiri petine ukupnog tržišta.

Herfindahl-Hirschmanov indeks (HH indeks) u promatranoj 2020. godini iznosi 1.371, što upućuje na zaključak o umjereno koncentriranom tržištu. U prethodnoj 2019. godini HH indeks iznosio je 1.380, što ujedno upućuje na zaključak o trendu blagog pada HH indeksa.

Izvor: <https://www.aztn.hr/ea/wp-content/uploads/2022/09/Prikaz-trzista-trgovine-na-malo-mjesovitom-robom-pretežno-hranom-picima-i-higijenskim-proizvodima-za-domacinstvo-u-Republici-Hrvatskoj-u-2020.-godini.pdf>

Prema izvještaju Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja za 2023. godinu, koncentracija tržišta mjeri se pomoću koncentracijskih indeksa: koncentracijski omjer za prvih 5 trgovaca (CR₅) je 66,4%, koncentracijski omjer za prvih 10 trgovaca (CR₁₀) je 86,7%, a Herfindahl-Hirschmanov indeks (HHI) 1,408. Ovi podaci ukazuju na umjerenu koncentraciju tržišta, što znači da nekoliko velikih trgovaca dominira tržištem, ali i dalje postoji prostor za manju konkurenciju. Deset najboljih trgovina maloprodaje hrane na hrvatskom tržištu u 2023. godini bili su: Konzum plus, Lidl, Plodine, Spar, Kaufland, Studenac, Tommy, KTC, Trgovina Krk i NTL. Netočan podatak je podatak o 80% tržišta. Prema izvještaju AZTN za 2020. godinu „Prvih pet poduzetnika drži nešto manje od dvije trećine ukupnog tržišta maloprodaje mješovitom robom, a prvih deset poduzetnika nešto više od četiri petine ukupnog tržišta.“, što ne odgovara tvrdnji. Tvrdnja je djelomično točna.



EkonInfoChecker

Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet

“Financiara Europska unija – NextGenerationEU. Izneseni stavovi i mišljenja samo su autorova i ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije, kao ni stajališta Agencije za elektroničke medije ni Ministarstva kulture i medija. Europska unija i Europska komisija, kao ni Agencija za elektroničke medije ni Ministarstvo kulture i medija ne mogu se smatrati odgovornima za njih”

3) Zaključak

Analizom dostupnih podataka i izjave Zvezdane Blažić može se zaključiti da su tvrdnje iz članka djelomično točne, ali izostavlja važne detalje ili iznosi stvari izvan konteksta. Sadržavala je nekoliko pogrešaka u kvantifikaciji i formulaciji tvrdnji, osobito oko bacanja hrane i tržišne koncentracije. Članak je napisan korektno, ali nije u cijelosti utemeljen na dostupnim ekonomskim i statistički izvorima.

