

Određivanje cijene poljoprivrednih proizvoda

Ručević, Mirela

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek /
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:151:408866>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-19**



Sveučilište Josipa Jurja
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet
agrobiotehničkih
znanosti Osijek**

Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical
Sciences Osijek - Repository of the Faculty of
Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Mirela Ručević

Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivreda

Smjer Agroekonomika

Određivanje cijene poljoprivrednih proizvoda

Završni rad

Osijek, 2021.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Mirela Ručević

Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivreda

Smjer Agroekonomika

Određivanje cijene poljoprivrednih proizvoda

Završni rad

Povjerenstvo za ocjenu završnog rada:

1. Prof.dr.sc. Ljubica Ranogajec, mentor
2. Prof.dr.sc. Ružica Lončarić, član
3. Doc.dr.sc. Ana Crnčan, član

Osijek, 2021.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek
Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivreda, smjer Agroekonomika

Završni rad

Mirela Ručević

Određivanje cijene poljoprivrednih proizvoda

Sažetak: Svaki gospodarski subjekt bez obzira na to jesu li njegove aktivnosti profitnog ili neprofitnog karaktera, određuje cijenu svojim proizvodima. Cijena je novčani izraz vrijednosti nekog dobra. Ona može predstavljati i količinu novca koju kupac daje ponuđaču za jedinicu određenog dobra. Za reguliranje cijena poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj zaduženo je najvećim dijelom Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja te ono donosi niz pravila i obveza za sve poslovne subjekte. Cijena je jedini element marketing mix-a koji za svako poduzeće predstavlja izvor prihoda, dok svi ostali elementi marketing mix-a (proizvod, promocija i distribucija) predstavljaju trošak. U ovom radu prikazan je postupak, čimbenici i ciljevi određivanja cijena poljoprivrednih proizvoda te indeksa cijena pojedinih poljoprivrednih proizvoda.

Ključne riječi: cijena, određivanje cijena, marketing mix, poljoprivredni proizvodi

21 stranica, 4 tablice, 6 slika, 20 literaturnih navoda

Završni rad je pohranjen: u Knjižnici Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek i u digitalnom repozitoriju završnih i diplomskih radova Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of agrobiotechnical sciences Osijek
Undergraduate university study Agriculture, Agroecconomics

BSc Thesis

Pricing of agricultural products

Summary: Every economic entity, regardless of whether its activities are for-profit or non-profit, determines the price of its products. Price is a monetary expression of the value of a good. The price can also represent the amount of money that the buyer gives to the bidder for a unit of a particular good. The Ministry of Agriculture, Fisheries and Rural Development most part is in charge of determining the prices of agricultural products in the Republic of Croatia, and it adopts a number of rules and obligations for all business entities. Price is the only element of the marketing mix that represents a source of income for each company, while all other elements of the marketing mix (product, promotion and distribution) represent a cost. This paper presents the procedure, factors and goals of determining agricultural products and the price index of individual agricultural products.

Keywords: price, pricing, marketing mix, agricultural products

21 pages, 4 tables, 6 figures, 20 references

BSc Thesis is archived in Library of Faculty of Agriculture Osijek and in digital repository of Faculty of Agriculture Osijek

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. MATERIJAL I METODE.....	2
3. REZULTATI I RASPRAVA	3
3.1. Vrste cijena	4
3.2. Oblici cijena.....	4
3.3. Određivanje cijena u poljoprivredi	5
3.4. Kretanje cijena poljoprivrednih proizvoda	13
4. ZAKLJUČAK	18
5. POPIS LITERATURE	20

1. UVOD

Cijena je vrijednost nekog proizvoda koja upravlja ponudom i potražnjom, a izražena je u novcu. Povećanjem cijene, povećava se i ponuda, tj. proizvođači su spremni ponuditi veću količinu dobara pri većoj cijeni. Smanjenjem cijene povećava se potražnja, tj. kupci su spremni kupiti veću količinu proizvoda pri nižoj cijeni.

Ministarstvo poljoprivrede zaduženo je za određivanje cijena poljoprivrednih proizvoda. Ministarstvo poljoprivrede donosi niz pravila i obaveza za sve poslovne subjekte, a određivanje cijena određeno je željom i potrebom poslovnog subjekta da ostvari dobit kao osnovni cilj. Ostvarivanjem dobiti, poslovni subjekti tako osiguravaju sredstva za daljnji razvoj.

Indeksi cijena u poljoprivredi računaju se na temelju cijena dobivenih iz mjesečnih istraživanja o otkupu i prodaji poljoprivrednih proizvoda i ostalih istraživanja Državnog zavoda za statistiku, administrativnih podataka iz Ministarstva poljoprivrede te ostalih administrativnih izvora. U radu je prikazano ukupno kretanje indeksa cijena poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2010.-2019. godine. Podatci prikazani u zadnjem dijelu rada su iz Državnog zavoda za statistiku i Tržišnog cjenovnog informacijskog sustavu u poljoprivredi.

Cilj ovog završnog rada bio je opisati određivanje cijene poljoprivrednih proizvoda.

2. MATERIJAL I METODE

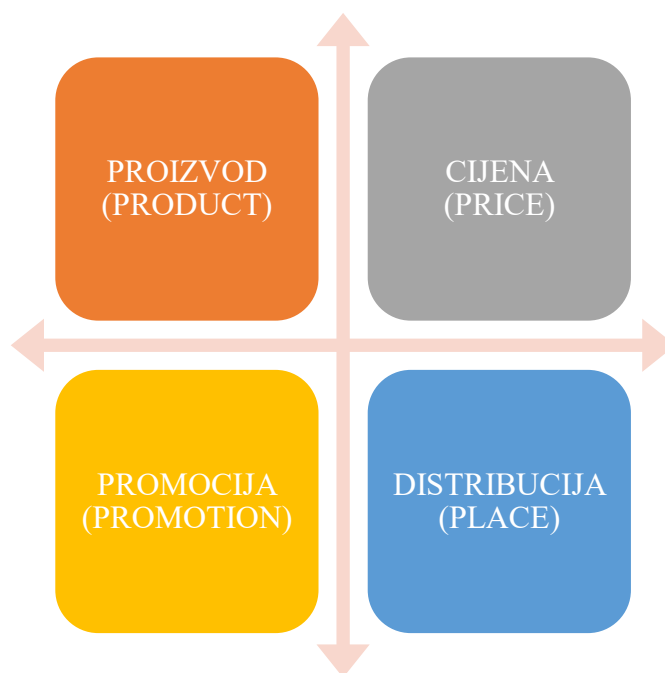
U radu je korištena literatura iz tržišta i cijena zatim baze podataka (Državni zavod za statistiku, Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, Tržišni cjenovni informacijski sustav u poljoprivredi) za izračun trendova i indeksa cijena najvažnijih poljoprivrednih proizvoda.

Metode korištene u radu su standardne metode, a to su indukcija, dedukcija, analiza, kompilacija i komparacija.

3. REZULTATI I RASPRAVA

Količinu novca koju kupac na tržištu plaća ponuđaču za jedinični proizvod naziva se cijena, a ona predstavlja novčani iskaz vrijednosti proizvoda. Definiranje prave cijene može dovesti do profitabilnosti poduzeća, odnosno do povećanja prodaje, a isto tako i do ostvarenja profita. Za određivanje cijena poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj zaduženo je Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja. Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja donosi niz pravila i obveza za sve poslovne subjekte. Određivanje cijena određeno je željom i potrebom poslovnog subjekta da ostvari dobit kao osnovni cilj jer se ostvarenom dobiti osiguravaju sredstva za daljnji razvoj (Meler, 1999.).

Jedan od temeljnih elemenata marketing mix-a je cijena, a marketing mix podrazumijeva tzv. 4P, a to su proizvod (product), cijena (price), promocija (promotion) i distribucija (place).



Slika 1. Elementi marketing mix-a „4P“

Cijena je ta koja izravno generira prihod, stoga se uvijek mora realno procjenjivati i odabrati odgovarajuća metoda njenog izračunavanja, osim toga ona je jedini element marketing mix-a koji za svako poduzeće predstavlja izvor prihoda, dok svi ostali elementi marketing mix-a predstavljaju trošak. Iz tog razloga je za definiranje cijene proizvoda važno poznavati tržište, odnosno ciljanu skupinu potrošača te njihovu kupovnu moć (Brus, 2020.). Cijena

proizvodnje predstavlja cijenu koštanja jediničnog proizvoda, a razlika do tržišne cijene predstavlja dobit koja će se ostvariti prodajom proizvoda na tržištu. Prava cijena može biti ključna za profitabilno poslovanje poduzeća i postizanje željene i održive pozicije na odabranom tržištu (Ercegovac, 2015.).

3.1. Vrste cijena

Cijene se dijele na tržišne i administrativne cijene. Cijene po kojima se neka roba prodaje na tržištu su tržišne cijene. Rezultat je konkretnih odnosa ponude i potražnje, a kada se ponuda i potražnja nalaze u ravnoteži, tržišna cijena izražava prosječnu količinu rada za proizvodnju određene vrste robe. Proizvođači robe kojoj je individualna vrijednost robe viša od tržišne cijene posluje gubitkom, dok proizvođači robe kojoj je individualna vrijednost niža od tržišne ostvaruje ekstraprofit.

Administrativne cijene su cijene određene putem administrativne odluke koju donosi država, odnosno državni nadležni organ, a mogu biti:

- zajamčene ili stalne cijene u slučaju veće ponude od potražnje poljoprivrednih proizvoda za koje je utvrđena zajamčena cijena država se obavezuje otkupiti višak, ali po zajamčenim cijenama,
- minimalne cijene (zaštitne, zajamčene, garantirane cijene), cijene pomoću kojih država želi zaštititi proizvođače (pšenica, kukuruz, suncokret) i
- maksimalne ili plafonirane cijene, cijene pomoću kojih država želi zaštititi potrošače. Takve cijene poljoprivrednih proizvoda na tržištu ne mogu biti prekoračene, a roba se može slobodno prodavati po cijenama ispod te razine (mlijeko, ulje, brašno, šećer) (Tolušić, 2002.).

3.2. Oblici cijena

Kalkulativni način utvrđivanja cijena poljoprivrednih proizvoda koji odgovara vrijednosti utrošenih proizvodnih sredstava i zbroju zavisnih troškova.

Razlikuju se sljedeći oblici cijena:

- Domaća ili domicilna cijena poljoprivrednih proizvoda je cijena oblikovana za domaće tržište i usklađena s dohocima domaćih potrošača.
- Uvozna ili importna cijena je cijena poljoprivrednih proizvoda u koju su uključeni elementi poput: fakturne cijene stranih dobavljača, pariteta, carine, ovisni troškovi (troškovi utovara, transporta, istovara).
- Izvozna ili eksportna cijena je cijena poljoprivrednih proizvoda koju određuje izvoznik, a koja uključuje cijenu izraženu u deviznoj valuti, paritet, tečajnu razliku i zavisne troškove.
- Monopolistička cijena je cijena poljoprivrednih proizvoda koju formira prodavatelj koji ima monopol na nekom tržištu.
- Dampinška cijena podrazumijeva sniženje cijena kod prodaje robe na inozemnom tržištu, a uz povišenje cijena robe na domaćem tržištu s ciljem istisnuća konkurenata i osvajanja vanjskog tržišta zbog namjere stvaranja monopola na tržištu. Razlika koja se javlja između domicilne i dampinške cijene kompenzira se kroz povećanje cijena poljoprivrednih proizvoda na domaćem tržištu i državnu izvornu premiju (Tolušić, 2002.).

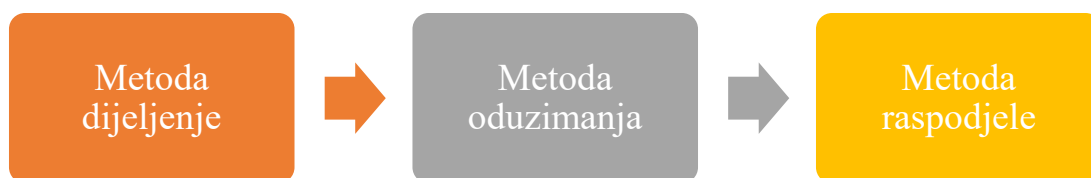
3.3. Određivanje cijena u poljoprivredi

Računski postupak utvrđivanja prihoda, troškova proizvodnje, prerade i realizacije dobivenih proizvoda i dobitaka nazivamo kalkulacije. Kalkulacija se sastoji od nekoliko elemenata, a obzirom na vrstu cijene koja se izračunava, razlikujemo: elemente strukturne cijene koštanja, elemente strukture prodajne cijene i elemente strukture nabavne cijene (Ranogajec, 2009.).

Prema istom autoru, cijena koštanja predstavlja konačan rezultat kalkulacije, odnosno zbroj svih troškova koji su nastali u određenoj proizvodnji i to po jedinici količine dobivenih proizvoda. Ukupan iznos troškova se raspoređuje po jedinici proizvoda kako bi se dobio prosječni trošak tj. cijena koštanja.

Najčešće korištene metode za izračunavanje cijene koštanja u poljoprivrednoj proizvodnji su: metoda dijeljenja, metoda oduzimanja i metoda raspodjele.

- Metoda dijeljenje se koristi kada se u nekoj liniji proizvodnje dobije samo jedan proizvod.
- Metoda oduzimanja se koristi kada se u jednoj liniji proizvodnje dobije više različitih proizvoda od kojih je jedan glavni, a drugi sporedni.
- Metoda raspodjele se koristi kada se u jednoj liniji proizvodnje dobije više vezanih proizvoda, ali se svi označavaju kao glavni zbog toga što se ne može točno odrediti koji je glavni, a koji sporedni proizvod.



Slika 2. Metode za izračunavanje cijene proizvoda u poljoprivredi

Određivanje cijena izuzetno je važan zadatak za svakog poduzetnika. Formiranje cijena je posebno važno kada se određuje prvi put, odnosno za nove proizvode i usluge (Štefanić, 2015.). Poduzeće mora poznavati i razumjeti tržište na kojem želi nastupiti i prodavati svoje proizvode stoga je važno vršiti konstantnu analizu promjena na tržištu. Rijetke su situacije kada poduzeće može samostalno i neovisno odrediti cijene svojih proizvoda. To su situacije monopola. U stvarnosti postoji niz čimbenika koji utječu na formiranje cijena na koje poduzeće može (ne) može utjecati (Ercegovac, 2015.).

Postupak u određivanju cijena sastoji se od sljedećih koraka:

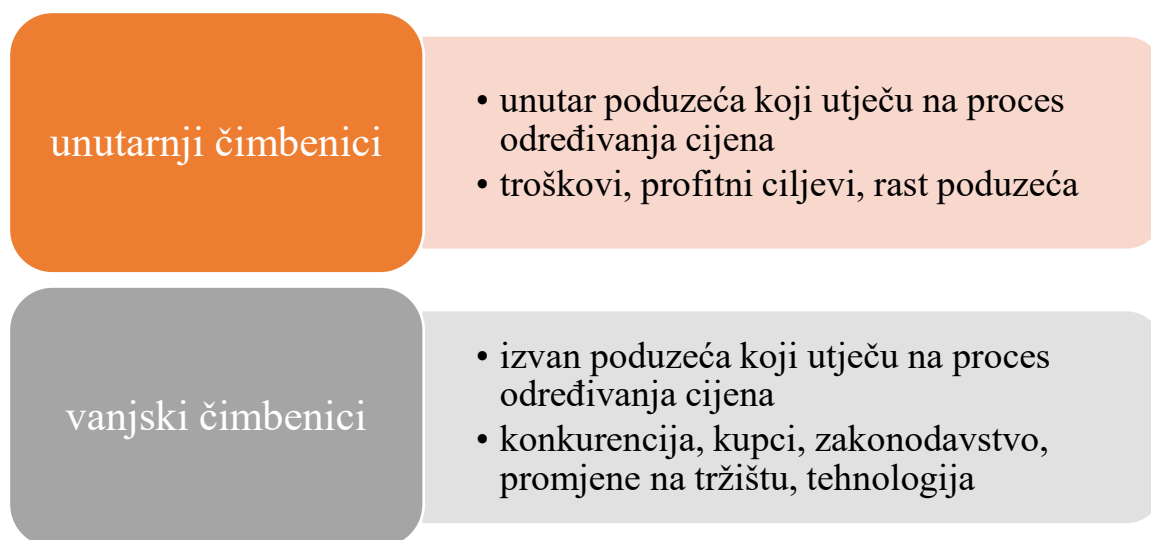
- procjena troškova,
- analiza troškova,
- cijena i ponude konkurenata,
- odabir metode oblikovanja cijene,
- izbor cjenovnih ciljeva,

- utvrđivanje potražnje i
- odabir konačne cijene (Meler, 2005.).

Ciljevi određivanja cijena za svako poduzeće ili organizaciju trebali bi proizlaziti iz razine planiranja gospodarske učinkovitosti. Ukoliko poduzeća žele sačuvati ili povećati svoj udio u tržištu ili tržišnom segmentu, politika formiranja cijena će znatno doprinijeti ostvarivanju planiranih i postavljenih ciljeva. U praksi i životu, poduzeća ili organizacije obično postavljaju ili planiraju više ciljeva, međutim ciljevi kod formiranja cijena proizvoda se temelje na učinkovitosti, odnosno profitabilnosti prodaje i tržišnoj konkurentnosti. Iz tog razloga se ciljevi u određivanju cijena proizvodi moraju vrlo pažljivo i temeljito odrediti. Pažljivo i temeljito formiranje cijena omogućuje poduzećima ili organizacijama maksimalno ostvarivanje dobiti, odnosno profita, što je i cilj svakog poduzeća (Šunić, 1993.).

Odlučivanje o cijenama specifično je uglavnom sljedećim situacijama: pri utvrđivanju cijene novog proizvoda, pri okolnostima koje nalažu promjenu cijena, pri utjecaju konkurencije na promjenu cijena, pri utvrđivanju cijena proizvoda unutar linije proizvoda (Potnik Galić, 2013.).

Brojni su čimbenici koji utječu na proces određivanja cijena kako je to prikazano slijedećom slikom.

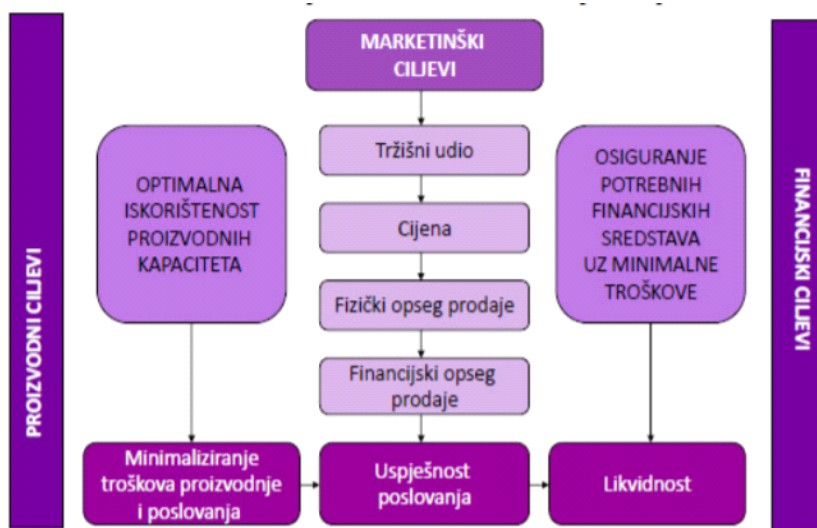


Slika 3. Čimbenici koji utječu na određivanje cijena

Osim čimbenika, razlikuje se i nekoliko posebnih politika određivanja cijena, a to su: određivanje cijena za nove proizvode, psihološko određivanje cijena, određivanje cijena

profesionalnih usluga, promotivno određivanje cijena i određivanje cijena na osnovi iskustva.

Strateški ciljevi poduzeća u određivanju cijena mogu se podijeliti na marketinške, financijske i proizvodne ciljeve.



Slika 4. Strateški ciljevi određivanja cijena

Izvor: Potnik Galić, 2013.

a) Marketinški ciljevi

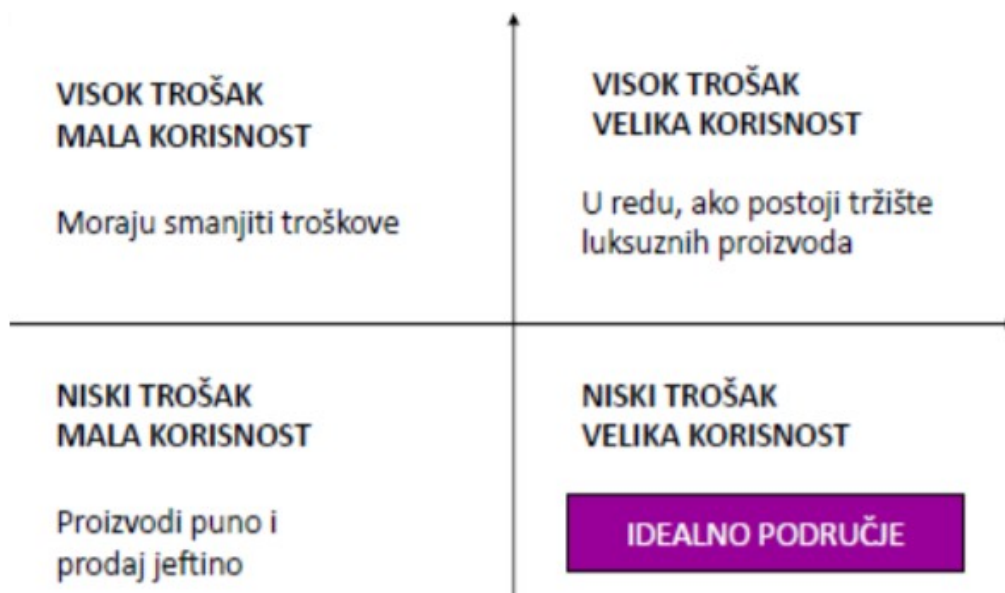
Marketinški ciljevi su ostvarivanje pozicije na tržištu nuđenjem visoke kvalitete proizvoda, ostvarivanje leaderske pozicije s obzirom na tržišni udio, opstanak ili preživljavanje na tržištu, zadržavanje statusa quo, sprječavanje ulaska konkurencije i poticanje dodatne potražnje za proizvodom. Proizvođači ne trebaju pozicionirati proizvod na tržištu kao vrlo kvalitetan i ekskluzivan predmet i onda staviti nisku cijenu, jer kupci percipiraju da cijena ne znači uvijek i kvalitetu, ali kvaliteta uvijek znači cijenu.



Slika 5. Strategija cijena prema kvaliteti proizvoda

Izvor: Potnik Galić, 2013.

Odnos između troškova i korisnosti proizvoda prikazan je Slikom 6.



Slika 6. Odnos između troškova i korisnosti proizvoda

Izvor: Fletcher i Russel-Jones, 1997.

b) Financijski ciljevi

Financijski ciljevi moraju osigurati potrebna financijska sredstva uz minimalne troškove, poboljšati novčani tok poduzeća, maksimizirati sadašnji profit, ostvariti specifične stope povrata uloženi sredstava (Potnik Galić, 2013.).

c) Proizvodni ciljevi

Proizvodni ciljevi obuhvaćaju optimalnu iskorištenost proizvodnih kapaciteta, minimiziranje troškova proizvodnje, potpuno zapošljavanje svih ljudskih resursa, prilagodba i usklađivanje željene količine proizvodnje proizvoda i usluga s optimalnim mogućnostima proizvodnog procesa (Potnik Galić, 2013.).

d) Određivanje cijena poljoprivrednih proizvoda

Za određivanje cijena poljoprivrednih proizvoda zaduženo je Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja koje donosi niz pravila i obaveza za sve poslovne subjekte.

Određivanje cijena u svojoj suštini određeno je željom i potrebom poslovnog subjekta da ostvari dobit kao osnovni cilj jer se ostvarenom dobiti osiguravaju sredstva za daljnji razvoj. Na temelju članka 3., stavka 4. i članka 17., stavka 3. Zakona o zajedničkoj organizaciji tržišta poljoprivrednih proizvoda i posebnim mjerama i pravilima vezanim uz tržište poljoprivrednih proizvoda, ministar poljoprivrede donosi Pravilnik o prikupljanju podataka i izvještavanja o cijenama poljoprivrednih proizvoda. Pravilnik propisuje uvjete i način određivanja reprezentativnih tržišta u svrhu prikupljanja podataka o cijenama i količinama poljoprivrednih proizvoda, uvjeti koje moraju ispunjavati pravne i fizičke osobe koje su obvezne Tržišnom cjenovnom informacijskom sustavu u poljoprivredi (TISUP-u) dostavljati podatke, vrstu, opseg, način dostave podataka, te način izvještavanja o cijenama poljoprivrednih proizvoda za nacionalne potrebe i potrebe Europske komisije. TISUP je nadležan za prikupljanje i obradu podataka o cijenama i količinama određenih poljoprivrednih proizvoda s domaćega reprezentativnog tržišta. S obzirom na načelo rada u prikupljanju i obradi podataka o cijenama i količinama poljoprivrednih proizvoda te objavi podataka o cijenama poljoprivrednih proizvoda osigurava se: princip profesionalne neovisnosti, princip neutralnog pristupa, princip objektivnosti i pouzdanosti, poštivanje visokih standarda upravljanja procesima.

Za različite grupe poljoprivrednih proizvoda kao obveznici mogu biti određeni proizvođači, prerađivači poljoprivrednih proizvoda i/ili trgovačke organizacije. Dostava identifikacijskih podataka i podataka o cijenama i količinama poljoprivrednih proizvoda obveznici

dostavljaju prema Pravilniku putem web aplikacije za unos cijena. TISUP redovito izvješćuje Europsku komisiju i Agenciju za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju te obrađene i objedinjene podatke objavljuje putem internetske stranice.

Ministarstvo provodi administrativnu kontrolu i kontrolu na terenu sustava prikupljanja podataka o cijenama i količinama određenih poljoprivrednih proizvoda i određenih poljoprivrednih inputa za potrebe izvješćivanja o cijenama. Administrativna kontrola sustava za prikupljanje podataka o cijenama i količinama određenih poljoprivrednih proizvoda i određenih poljoprivrednih inputa odnosi se na pravodobnost dostave podataka od obveznika te na ispravnost i potpunost dostavljenih podataka. Ministarstvo vodi evidenciju provedenih administrativnih kontrola i kontrola na terenu kod obveznika. Kontrola na terenu provodi se svake godine na uzorku od najmanje 5 % obveznika, utvrđenih na temelju analize rizika i/ili slučajnim odabirom. Pravne i fizičke osobe određene kao obveznici dostavljanja podataka o cijenama i količinama određenih poljoprivrednih proizvoda i određenih poljoprivrednih inputa, u skladu s propisom iz članka 138. stavka 2. ovoga Zakona, dužne su omogućiti obavljanje kontrole na terenu te tijekom provedbe kontrole na terenu dati na uvid potrebne podatke i dokumente (NN 118/08).

Pri formiranju cijena za potražnju je bitna i njihova stabilnost cijena, što je kod dijela ekoloških proizvoda, zbog sezonskog karaktera ponude vrlo teško ostvarivo. Stoga je za ponuđače značajno poznavanje načina na koji potrošači percipiraju cijene njihovih proizvoda i koliko su osjetljivi na njihove promjene (Ercegovac, 2015.).

Cijena eko hrane uključuje ne samo trošak proizvodnje već i razne druge čimbenike koji nisu uključeni u cijenu konvencionalne hrane kao što je: zaštita okoliša (izbjegavanje budućih troškova za ublažavanje onečišćenja), viši standardi za dobrobit životinja, izbjegavanje zdravstvenih rizika uslijed neprikladnog rukovanja pesticidima, osiguravanjem poštenog i dostatnog dohotka proizvođačima i ruralni razvoj stvaranjem dodatnih zaposlenja.

Europska komisija pomno prati stanje cijena, kretanja na tržištima poljoprivrednih proizvoda i hrane te tijekom godine objavljuje razna izvješća. Mjesečni prikaz cijena robe sadržava sažetak podataka o cijenama robe za najreprezentativnije poljoprivredne proizvode i potrošačkim cijenama hrane u jednom mjesecu, na razini Unije i na globalnoj razini. Iako nisu svi proizvodi usporedivi na razini Unije i na globalnoj razini, namjera je pokazati najnovija kretanja cijena. Mjesečne cijene poljoprivrednih proizvoda u Uniji objavljuju se u formatu Excel za najreprezentativnije proizvode, prema obavijestima država članica Unije.

Tri puta godišnje (u veljači, lipnju i rujnu) objavljuju se kratkoročni izgledi za tržišta ratarskih kultura, mesa i mliječnih proizvoda u Europskoj uniji. Temelje se na razmišljanjima stručnjaka za tržište u Glavnoj upravi za poljoprivredu i ruralni razvoj Europske komisije, koji se koriste najnovijim dostupnim podacima.

Jednom godišnje, uglavnom u prosincu, objavljuju se srednjoročni izgledi u kojima se navode izgledi za poljoprivredna tržišta i prihode za sljedeće desetljeće. Riječ je o skupu izgleda za tržišne i sektorske prihode razrađenih na temelju posebnih pretpostavki o makroekonomskim uvjetima, okruženju u poljoprivrednoj i trgovinskoj politici, vremenskim uvjetima i kretanjima na međunarodnom tržištu. Postoji niz sažetaka i izvješća o kretanjima na svjetskim poljoprivrednim tržištima i poljoprivrednim tržištima Unije. Obuhvaćene teme uključuju, među ostalim, globalnu ponudu hrane i potražnju za hranom, uvoz ekoloških proizvoda i globalnu sigurnost opskrbe hranom.

Prema grupama poljoprivrednih proizvoda i uvjetima za izbor obveznika, proizvode možemo podijeliti na:

Proizvode životinjskog porijekla:

- mlijeko i mliječni proizvodi,
- goveđe, svinjsko, ovčje i janjeće meso,
- perad i meso peradi i
- jaja.

Proizvode biljnog podrijetla:

- žitarice,
- uljarice,
- svježe voće i povrće,
- duhan,
- šećer,
- maslinovo ulje (Brus, 2020.).

Indeksi cijena poljoprivrednih proizvoda obuhvaćaju proizvode biljne i stočne proizvodnje. Žitarice, krmno bilje, industrijsko bilje, povrće, sadnice i cvijeće, krumpir (uključujući sjemenski), voće, vino i maslinovo ulje od sirovina iz vlastite proizvodnje ubrajamo u

proizvode biljne proizvodnje. Proizvode stočne proizvodnje čine: goveda, svinje, konje, koze i ovce, perad, ostale životinje te mlijeko, jaja i ostale stočne proizvode. Indeksi cijena u poljoprivredi za Republiku Hrvatsku (RH) računaju su na temelju cijena dobivenih iz mjesečnih istraživanja o otkupu i prodaji poljoprivrednih proizvoda i ostalih istraživanja Državnog zavoda za statistiku (DZS-a), administrativnih podataka iz Ministarstva poljoprivrede te ostalih administrativnih izvora. U Tablici 2 ću prikazati Indeks cijena poljoprivrednih proizvoda za sve proizvode ukupno uključujući i voće i povrće za razdoblje od 2010.–2019. godine.

Tablica 1. Indeksi cijena poljoprivrednih proizvoda za razdoblje 2010.-2019.

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Index	98,0	105,5	113,2	106,0	101,0	100,0	97,9	102,4	101,7	102,5

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2020.

Tablica 2 prikazuje Indeks cijena poljoprivrednih proizvoda za razdoblje 2010.-2019. iz koje možemo očitati da se indeks u razdoblju od 10 godina nije previše mijenjao. najveći porast možemo vidjeti u 2012. godini s indeksom cijena od 113,2. Nakon 2012. dolazi do postepenog pada s godinama, a zadnji podatci iz 2019. godine bilježe indeks od 102,5 što ukazuje na to da je od zabilježenog porasta indeksa u 2012. godini, pa sve do 2019. godine indeks potrošačkih cijena poljoprivrednih proizvoda pao za čak 9 %.

3.4. Kretanje cijena poljoprivrednih proizvoda

Cijene poljoprivrednih proizvoda i dobara utrošenih u poljoprivrednu proizvodnju za RH dobivene su na temelju cijena prikupljenih iz mjesečnih istraživanja o prodaji i otkupu poljoprivrednih proizvoda, tromjesečnih istraživanja o prodaji sjemena i sadnica te iz administrativnih podataka iz Ministarstva poljoprivrede. Korištene podatke sam pronalazila na Državnom zavodu za statistiku (DZS-u) i TISUP-u te ću ih prikazati kroz tablice i grafove za razdoblje od 10 godina ili u razdoblju 2020.-2021. Prosječne proizvođačke cijene su cijene u koje su uključeni porezi (osim PDV-a), a isključene su subvencije i ostali novčani poticaj. Podjela proizvoda biljnog i životinjskog porijekla je širokog aspekta iz tog razloga sam odabrala samo nekoliko vrsta proizvoda za koje ću prikazati kretanje cijena u

određenom razdoblju. U radu su analizirane cijena proizvoda koji imaju veći udio u proizvodnji, a to su:

- žitarice i uljarice (kukuruz, pšenica, ječam),
- stočarski proizvodi (kravlje mlijeko, svinje i goveda).

a) Kretanje cijena žitarica i uljarica

Kretanje cijena žitarica mijenja se iz mjeseca u mjesec. U sljedećoj tablici promatrat će se prosječne proizvođačke cijene pšenice obične krušne, kukuruza i ječma stočnog kroz godinu dana (2020.-2021.). Proizvođačke cijene uljarica poput suncokreta i uljane repice promatrat će se u razdoblju 2010.-2019.

Tablica 2. Prosječne tržišne cijene pšenice, kukuruza i ječma za razdoblje 2020.-2021.

Godina	Mjesec	Pšenica obična krušna	Pšenica obična krušna	Kukuruz stočni	Kukuruz stočni	Ječam stočni	Ječam stočni
		EU	RH (€/t)	EU	RH (€/t)	EU	RH (€/t)
2020	I	183,85	171,08	163,53	130,35	167,03	131,68
	II	187,09	174,74	165,05	135,50	166,81	138,35
	III	184,16	176,53	165,35	138,89	164,91	
	IV	189,62	174,59	167,08	138,98	164,73	152,85
	V	187,64	163,99	165,64	143,06	157,31	148,05
	VI	180,78	165,75	165,58	142,00	151,24	124,50
	VII	172,56	141,65	168,54	146,38	146,48	123,80
	VIII	170,74	148,85	172,63	157,86	146,14	130,54
	IX	173,35	153,32	171,75	146,01	148,08	125,44
	X	186,00	156,75	171,88	128,85	161,97	128,61
	XI	195,13	160,91	181,25	137,88	166,13	136,78
	XII	198,58	171,54	185,31	141,74	171,11	153,66
2021	I	210,88	184,85	198,61	161,36	182,99	164,79
	II	218,00	206,66	211,05	171,84	190,09	166,78
	III	219,19	203,69	215,87	190,27	195,04	154,36

Izvor: Rebić i sur., 2020.

U promatranom razdoblju pšenice obične krušne možemo vidjeti da je prosječna proizvođačka cijena pšenice obične krušne veća u Europskoj uniji (EU), nego u RH, te da se tokom godine povećava. Promatrajući razdoblje 2020.-2021. možemo primijetiti da je tržišna cijena pšenične obične krušne u 2021. godini veća u odnosu na 2020. godinu za oko 21 €/t . Kukuruz stočni ima veću tržišnu cijenu u EU nego u RH, isto tako kao i kod pšenične obične krušne možemo u 2021. godini primijetiti porast cijena u odnosu na 2020. za oko 30 €/t. Što se tiče ječma stočnog ista je stvar kao i za ostale dvije žitarice, a razlika u tržišnoj cijeni 2021. u odnosu na 2020. godinu je oko 24 €/t.

Tablica 3. Prosječne proizvođačke cijene suncokreta i uljane repice (2010.-2019.)

Godina	Suncokret (kn/t)	Uljana repica (kn/t)
2010.	2479,90	1969,13
2011.	2534,70	2920,08
2012.	3386,74	3310,35
2013.	1937,11	2584,43
2014.	1814,01	2320,16
2015.	2417,94	2631,01
2016.	2211,12	2378,80
2017.	2206,39	2359,57
2018.	1863,48	2311,12
2019.	1917,61	2406,06

Izvor: <https://www.dzs.hr>

b) Kretanje cijena proizvoda stočarstva

Kretanje cijena proizvoda stočarstva mijenja se iz godine u godinu. U sljedećoj tablici promatrat će se prosječne cijene svinje, goveda i kravljeg mlijeka u određenom razdoblju (2010.-2019.).

Tablica 4. Prosječne proizvođačke cijene svinje, goveda i kravljeg mlijeka (2010. – 2019.)

Godina	Svinje (kn/kg)	Goveda (kn/kg)	Kravlje mlijeko (kn/L)
2010.	8,72	6,33	2,14
2011.	9,31	6,74	2,58
2012.	10,47	7,84	2,48
2013.	10,38	7,66	2,67
2014.	9,8	7,29	2,8
2015.	8,56	7,38	2,55
2016.	8,71	7,73	2,31
2017.	9,54	7,95	2,43
2018.	8,47	8,06	2,52
2019.	9,67	8,05	2,56

Izvor: <https://www.dzs.hr>

Svinje preko 50 kg u promatranom razdoblju pokazuju porast cijene po kilogramu na 9,65kn/kg u 2019. godini u odnosu na 2010. početnu godinu kada je cijena bila 8,72 kn/kg. Najveći porast cijene se bilježi 2012. godine kada je cijena po kilogramu iznosila 10,47 kuna. U drugoj koloni i tablici prikazana su goveda za klanje te ostala goveda koja također bilježe porast prosječnih proizvođačkih cijena u promatranom razdoblju. Sa 6,33 kn/kg goveda u 2010. godini dolazimo do porasta od 8,05 kn/kg u posljednjoj 2019. godini promatranog razdoblja. Iz Tablice 5 može se zaključiti da cijena kravljeg mlijeka u razdoblju od 2010.-2019. ne prikazuje velike promjene, no s godine na godinu cijena polako raste te na kraju iznosi 2,56 kn/L, dok je u 2010. cijena bila 2,14 kn/L mlijeka što vidimo da nije pretjerano velika razlika u odnosu na sadašnju cijenu kravljeg mlijeka (Brus, 2020.).

Kako je cijena koštanja cijena koja izražava sve troškove koji postoje u proizvodnji nekog proizvoda, ona je minimum koji poduzeće mora naplatiti za taj proizvod, ako postavi cijenu ispod tih troškova neće imati profit jer će troškovi biti veći od prihoda. Minimum je dakle cijena koja će biti jednaka troškovima, ali niti to nije optimalno rješenje jer onda iako nema gubitka nema niti profita što znači da poduzeće u kratkom roku neće moći podmirivati

nastale obveze iz prijašnjih razdoblja, a u dugom roku neće biti u stanju ulagati u unaprjeđenje proizvodnje. Sve to vodi poduzeće u situaciju u kojoj neće biti moguće konkurirati ostalima na tržištu što bi ga naposljetku moglo natjerati da prekine proizvodnju. To znači da poduzeće ako želi biti profitabilno u dugom roku i nastaviti poslovanje mora naplatiti cijenu veću od ukupnih troškova koje ima pri proizvodnji, to će napraviti na način da doda određeni postotak marže na troškove. Maržu može postaviti, tj. dignuti do razine do koje će imati potražnju što je i gornja granica cijene (Kurtović, 2017.).

4. ZAKLJUČAK

Cijena proizvoda za proizvođače je od iznimne važnosti. Da bi proizvođač bio uspješan u određivanju cijene mora pratiti događaje na tržištu odnosno determinante utjecaja na cijenu. Kao što mora pratiti vanjske determinante tako mora pratiti i unutarnje determinante. Sve vanjske i unutarnje determinante u harmoniji određuju poslovanje i cjenovnu strategiju svakog proizvođača na tržištu. Proizvođač dakako može imati svoje vlastite ciljeve, ali oni su ograničeni determinantama. Dakle, povezivanje konkurencije, kupaca, razvoja tehnologije sa troškovima i ciljevima poduzeća tvori dinamičko okruženje koje se mijenja izuzetno brzo i koje treba stalno pratiti te zadovoljiti pojedine elemente kao što su minimalni troškovi, zahtjevi potrošača ili razina potražnje. Determinante su ključne pri procesu određivanja cijena.

Za određivanje cijena poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj zaduženo je Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja te ono donosi niz pravila i obveza za sve poslovne subjekte. Važna činjenica vezana za cijenu je ta da je jedini element marketing mix-a koji za svako poduzeće predstavlja izvor prihoda, dok svi ostali elementi predstavljaju trošak.

Kroz istraživanje indeksa cijena poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2010.-2019. možemo vidjeti da se indeks u razdoblju od 10 godina nije previše mijenjao. Najveći porast se bilježi u 2012. godini s indeksom cijena od 113,2. Nakon 2012. godine dolazi do ponovnog postupnog pada s godinama te zadnji podaci iz 2019. godine bilježe indeks od 102,5 što prikazuje da je od zabilježenog porasta u 2012. godini pa sve do 2019. godine indeks potrošačkih cijena poljoprivrednih proizvoda pao za 9%.

U skupini žitarica najveći udio imaju kukuruz i meka pšenica, a kod uljarica najveći udio bilježe suncokret i uljana repica. Sve navedene vrste u ovoj skupini u promatranom razdoblju od 10 godina kroz istraživanje bilježe postepeni pad prosječnih proizvođačkih cijena osim uljane repice koja bilježi porast. U 2010. godini uljana repica bilježi 1969,13 kn/t te zatim na samom kraju u 2019. godini iznosi 2406,06 kn/t uljane repice. Najveća cijena je zabilježena u 2012. godini od 3310,35 kn/t uljane repice. Među proizvodima koji čine velik udio u skupini stočarstva analizirano je kretanje prosječnih proizvođačkih cijena za svinje preko 50 kg, goveda za klanje i sirovo kravlje mlijeko. Sve navedene cijene u stočarstvu su porasle u posljednjoj godini promatranog razdoblja u odnosu na početnu 2010. godinu, no

od svih porasta cijena najveći bilježe goveda. Sa 6,33 kn/kg goveda u 2010. godini cijena se povećala do 8,05 kn/kg u posljednjoj godini promatranog razdoblja.

Cijena je jedan kompleksan segment poslovanja na koji utječe mnoštvo determinanti, ali poduzeća u Hrvatskoj korektno i dosta dobro određuju cijene, a to pokazuju i podaci usporedbe sa EU gdje razlike postoje, ali su relativno male. Najveći nedostatak Hrvatskog tržišta je loša konkurencija odnosno, ne dopušta se prevelik ulazak stranih poduzeća na tržište.

5. POPIS LITERATURE

1. Ferenčak I. (2003.): Počela ekonomije, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek.
 2. Fletcher T., Russel-Jones N. (1997.): Value Pricing: How to Maximise Profits Through Effective Pricing Policies, Kogan Page Limited, London.
 3. Potnik Galić K. (2013.): Upravljanje cijenama. Veleučilište u Požegi, Požega.
 4. Karić M. (2002.): Kalkulacije u poljoprivredi. Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek.
 5. Karpati T. (1992.): Transparentnost tržišta, marketing, etika, HAZU, Osijek.
 6. Keller, L.K, Kotler P, Martinović M. (2014.): Upravljanje marketingom, 14. izdanje. Mate. Zagreb.
 7. Meler M. (1999.): Marketing, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek.
 8. Meler M. (2005.): Osnove marketinga. Ekonomski fakultet Osijek, Osijek.
 9. Petrač B. (2002.): Agrarna ekonomika, Ekonomski fakultet osijek, Osijek.
 10. Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L. (2001.): Mikroekonomija peto izdanje. Upper Saddle River: Pentice Hall.
 11. Ranogajec Lj. (2009.): Računovodstvo u poljoprivredi. Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek.
 12. Štefanić I. (2015.): Inovativno poduzetništvo, Tera Tehnopolis, Osijek.
 13. Šunić Š. (1993.): Cijene-bitan čimbenik ponude i potražnje proizvoda i usluga, Ekonomski vjesnik, 2 (6) str. 227-235. Opatija.
 14. Tolušić Z. (2002.): Tržište poljoprivrednih proizvoda, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek.
- **Rad u časopisima, zborniku**
 1. Brus M. (2020.): Cijene poljoprivrednih proizvoda u Republici Hrvatskoj. Završni rad. Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Osijek,
 2. Ercegovac V. (2015.): Marketing miks ekoloških proizvoda. Diplomski rad. Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osijek

3. Kurtović E. (2017.): Određivanje cijena novih proizvoda. Završni rad. Fakultet ekonomije i turizma, Pula
4. Ministarstvo poljoprivrede: Zakon o poljoprivredi. Narodne novine 118/08, 2008.
5. Državni zavod za statistiku. Priopćenje. Cijene u poljoprivredi. Br. 1.1.4., (https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/01-01-04_01_2020.htm) [16.04.2021.]
6. Europska komisija (EK). Službene internetske stranice EU-a. Poljoprivredna tržišta i cijene. (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/trade/agriculture-markets-and-prices_hr#outlook) [20.06.2021.]