



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Ekonomist
Modul: Organizator podjetništva in trženja

**SOOČANJE LOKALNIH KMETIJ IN
PONUDNIKOV DOMAČIH IZDELKOV S
SVETOVNIMI RAZMERAMI INFLACIJE IN
POSLEDICAMI – ŠTUDIJ PRIMERA
POLJANSKA DOLINA**

Mentorica: doc. dr. Marjeta Horjak
Lektorica: Milena Furek, prof. slovenščine

Kandidatka: Tina Ržek

Kranj, november 2023

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici doc. dr. Marjeti Horjak za vso podporo pri pripravi diplomskega dela, za predane usmeritve, znanje, spodbudne besede in vsakršno odzivnost. Hvala.

Hvala tudi vsem lokalnim ponudnikom domačih izdelkov v Poljanski dolini, ki so bili pripravljeni rešiti anketni vprašalnik in s tem prispevati svoj delež k raziskavi.

Zahvaljujem se tudi lektorici Mileni Furek, ki je mojo diplomsko nalogo jezikovno in slovnično uredila.

IZJAVA

Študentka Tina Ržek izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom doc. dr. Marjete Horjak.

Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.

Dne, 8.11. 2023

Podpis: Tina Ržek

Handwritten signature of Tina Ržek in black ink, written in a cursive style.

POVZETEK

Diplomska naloga z naslovom »Soočanje lokalnih kmetij in ponudnikov domačih izdelkov s svetovnimi razmerami inflacije in posledicami – študij primera Poljanska dolina« opisuje problematiko današnjega sveta – spoprijemanje s svetovnimi dražitvami cen. Z anketo smo ponudnike domačih izdelkov na Poljanskem povprašali, kako so se z omenjeno problematiko inflacije soočili, kakšni so bili njihovi ukrepi, ugotovitve, posledice in predvsem način poslovanja v teh časih. Predpostavke o odgovorih so se na koncu pokazale za predvsem logično razlago. Posledice inflacije in višanje cen potujejo verižno, kar pomeni, da ko prvi v verigi podraži svojo surovino, jo je primoran tudi drugi v tej verigi, če želi ohranjati svojo prodajo in poslovati uspešno. Raziskava je pokazala, da so vsi ponudniki domačih izdelkov občutili dražitev osnovnih surovin, za kar so posledično tudi sami zvišali prodajne cene svojih izdelkov. Izkazalo se je, da inflacija ni kaj pretirano vplivala na njihovo poslovanje, saj je večina anketirancev odgovorila, da se njihova prodaja ni nič spremenila. V povprečju so domači ponudniki na Poljanskem dvignili prodajne cene svojih izdelkov za 10 %, medtem ko za nabavne cene osnovnih surovin, ki jih potrebujejo, ocenjujejo, da so se dvignile tudi za več kot 20 %. Z raziskavo smo ugotovili, da še vedno večina lokalnih ponudnikov meni, da se kupci premalo zavedamo pomembnosti lokalne hrane in kupovanja ter podpiranja domačih izdelkov. In prav to, da podpremo lokalno, spodbudimo kupovanje domačih izdelkov ter prikažemo prizadevanja poslovanja lokalnih ponudnikov, smo želeli doseči z dano diplomsko nalogo. Menimo, da bomo z njo k temu tudi pripomogli.

KLJUČNE BESEDE

- Inflacija,
- Poljanska dolina,
- prodaja,
- lokalne kmetije,
- ponudniki domačih izdelkov.

ABSTRACT

The thesis with the title "Local Farmers and Home Product Providers Facing Global Inflation Trends and Consequences - A Case Study of the Poljanska Valley" explores the contemporary challenge of coping with worldwide price hikes. Through a survey, we interviewed home product providers in the Poljanska Valley about how they have dealt with the issue of inflation, what measures they have taken, their findings, consequences, and, most importantly, their business strategies during these times. Assumptions about the responses ultimately proved to be a logical explanation. The consequences of inflation and rising prices spread in a chain reaction. This means that when the first link in the chain increases the cost of their raw materials, subsequent links are compelled to do the same if they wish to maintain their sales and operate successfully. The research revealed that all home product providers experienced increases in the prices of essential raw materials, leading them to raise the selling prices of their products. Interestingly, inflation did not significantly impact their businesses, as most respondents stated that their sales remained unchanged. On average, home product providers in the Poljanska Valley increased their product prices by 10%, while they estimated that the purchasing prices of essential raw materials they require rose by over 20%. The research findings indicate that the majority of local providers still believe that consumers or peers are insufficiently aware of the importance of supporting local food and purchasing domestic products. The aim of this thesis was to encourage support for local businesses, promote the purchase of domestic products, and demonstrate the efforts of local providers. We strongly believe that this thesis will contribute to achieving these goals.

KEYWORDS

- Inflation,
- Poljanska valley,
- Sales,
- Local farms,
- Providers of domestic products.

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	Predstavitev problema.....	1
1.2	Cilji naloge	1
1.3	Predstavitev okolja	1
1.4	Predpostavke in omejitve	2
1.5	Metode dela	3
2	INFLACIJA	4
2.1	Opredelitev inflacije.....	4
2.2	Vrste inflacije.....	5
2.3	Merjenje inflacije	6
2.4	Vzroki za nastanek inflacije	7
3	OBLIKE INFLACIJ.....	9
3.1	Inflacija povpraševanja.....	9
3.2	Inflacija ponudbe	10
3.3	Strukturna inflacija.....	11
3.4	Deflacija	11
4	POSLEDICE INFLACIJE	13
4.1	Stroški.....	13
4.2	Koristi.....	13
4.3	Vpliv inflacije na gospodarstvo	14
5	INFLACIJA V SLOVENIJI.....	15
6	REZULTATI IN RAZPRAVA	18
6.1	Predstavitev rezultatov ankete	18
7	ZAKLJUČEK	29
8	VIRI IN LITERATURA	30
	PRILOGA	32

KAZALO TABEL

Tabela 1: Vrste panog pridelave domačih izdelkov v Poljanski dolini	18
Tabela 2: Načini reševanja problema inflacije in ohranjanja prodaje	19
Tabela 3: Povišanje cen izdelkov lokalnih ponudnikov v %	20
Tabela 4: Težave z dobavljivostjo surovin	21
Tabela 5: Soočanje v primeru zamude dobave surovin	22
Tabela 6: Surovine, katerih podražitev je bila najvišja	23
Tabela 7: Ocena podražitve osnovnih surovin v % po mnenju lokalnih ponudnikov	24
Tabela 8: Ocena stanja prodaje po svetovnih kriznih razmerah	25
Tabela 9: Načini ohranjanja prodaje in zvestobe kupcev	26
Tabela 10: Mnenje lokalnih ponudnikov o pripadnosti kupovanja domačih izdelkov pri vrstnikih	27

KAZALO SLIK

Slika 1: Logo Poljanska dolina	2
Slika 2: Primerjava letnih stopenj rasti inflacije v Evropski uniji, evroobmočju in Sloveniji od leta 2008 do avgusta 2022	7
Slika 3: Nastanek in potek inflacije	8
Slika 4: Inflacija povpraševanja	9
Slika 5: Inflacija ponudbe (stroškovna inflacija)	10
Slika 6: Primerjava med inflacijo povpraševanja in stroškovno inflacijo	11
Slika 7: Letna stopnja rasti cen življenjskih potrebščin	17
Slika 8: Vrste panog pridelave domačih izdelkov v Poljanski dolini	19
Slika 9: Načini reševanja problema inflacije in ohranjanja prodaje	20
Slika 10: Povišanje cen izdelkov lokalnih ponudnikov v %	21
Slika 11: Težave z dobavljivostjo surovin	22
Slika 12: Surovine, katerih podražitev je bila najvišja	23
Slika 13: Ocena podražitve osnovnih surovin v % po mnenju lokalnih ponudnikov ..	24
Slika 14: Ocena stanja prodaje po svetovno kriznih razmerah	25
Slika 15: Načini ohranjanja prodaje in zvestobe kupcev	26
Slika 16: Mnenje lokalnih ponudnikov o pripadnosti kupovanja domačih izdelkov pri vrstnikih	28

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Tematika o spoprijemanju lokalnih pridelovalcev domačih izdelkov v Poljanski dolini z inflacijo, ki jo v nadaljevanju predstavljamo in analiziramo, je zelo aktualna in zanimiva. Odkrivali in reševali smo poslovno problematiko inflacije oz. njene posledice in kako so se in se še z njo spoprijemajo ponudniki domačih izdelkov v Poljanski dolini. Inflacija je generalno v svetovnem merilu prinesla povišanje cen. Osnovne surovine za preživetje so se podražile. Na kakšen način so se s problemom podražitve cen soočali ponudniki domačih izdelkov, smo odkrivali z anketo, s katero smo poskušali zbrati ključne odgovore za analiziranje problematike, ki jo obravnavamo. V času epidemije v letu 2021 so ponudnike, ki se ukvarjajo s prodajo domačih izdelkov, prizadeli tudi ukrepi, ki so omejevali množična druženja, prodajo na tržnicah in tako posledično zmanjšali prodajo izdelkov oz. jih omejili na prodajo v živilskih trgovinah. Odkrivali smo tudi morebitne težave z dobavljivostjo surovin, ki so potrebne za pridelavo domačih izdelkov in na kakšen način so si prizadevali ohranjati prodajo kljub podražitvi cen izdelkov.

1.2 CILJI NALOGE

Namen diplomske naloge je analizirati problematiko podražitve cen osnovnih surovin in končnih izdelkov pri ponudnikih domačih izdelkov v Poljanski dolini. Z diplomskim delom smo želeli raziskati tudi, kako se kmetije oz. manjši ponudniki domačih izdelkov trudijo za svojo prodajo in zaslužek, na kakšen način ohranjajo in pridobivajo nove stranke. To je bil eden izmed ciljev. Glavni cilj pa je predvsem ta, da omenjeno raziskavo vidijo vrstniki in s tem pripomoremo k ozaveščanju prodaje pri lokalnih pridelovalcih in povečamo njihovo prodajo. Med drugimi sta bila namen in cilj diplomske naloge prikazati, koliko napora je vložena v delo oz. manjšo obrtno dejavnost, ki nima javne prepoznavnosti in TV-reklam in je tako poslovna uspešnost še težja.

1.3 PREDSTAVITEV OKOLJA

Diplomska naloga zajema okoliš Poljanske doline. Poljanska dolina, imenovana tudi »dežela po Blegošem«, leži vzhodno od Škofje Loke. Občina Gorenja Vas – Poljane površinsko zavzema 153 km² in ima 5.532 prebivalcev (podatek iz leta 2018). Na Poljanskem je veliko zanimivosti, ki jih lahko doživimo. Pokrajina je zelo hribovita, kar je razlog za ponudbo različnih aktivnosti v vseh letnih časih. Poljanska dolina je tudi rojstni kraj slikarske in rezbarske rodbine Šubic, drugih umetnikov in pisatelja Ivana Tavčarja, ki je o Poljanski dolini zapisal tako: »Vsak letni čas je tukaj po svoje lep. Prav gotovo pa je bilo tukaj najlepše takrat, ko je pomlad s svojim krilom plavala nad

dolino. In če je v Poljanski dolini lepa pomlad, tedaj je malokje lepše«. Skratka, poleg različnih kulturnih znamenitosti in športnih aktivnosti pa tukaj ne bo zmanjkalo dobre hrane, kmetij in lokalnih ponudnikov domačih izdelkov. Tukaj vse diši po domačem (Občina Gorenja vas – Poljane, 2018).

Slika 1 prikazuje logo Poljanske doline.



Slika 1: Logo Poljanska dolina
(Vir: Poljanska dolina, 2023)

1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE

Problem, ki smo ga obravnavali, je spoprijemanje lokalnih kmetij in ponudnikov domačih izdelkov v Poljanski dolini s svetovnimi razmerami inflacije in njenimi posledicami. Ugotavljali smo, na kakšen način so si poskušali ohranjati stranke in zagotavljati nadvse uspešno prodajo in dobiček.

Predpostavke, ki se pojavljajo pri tematiki, se nagibajo k temu, da so svetovne podražitve osnovnih surovin prav to prenesle tudi na povišanje cen izdelkov lokalnih ponudnikov.

Tematiko diplomske naloge smo raziskovali s pomočjo ankete, na katero so odgovorili lokalni ponudniki. Omejitev pri tem je predstavljala bojazen, da morda nekateri ponudniki izdelkov ne bi želeli izpostavljati težav in soočanja z inflacijo in tako ne bi odgovorili na anketo. To omejitev smo poskušali rešiti s tem, da je bila anketa anonimna in se imensko ponudniki niso izpostavljali.

Raziskovalna vprašanja so bila premišljena in zastavljena tako, da smo z odgovori pridobili želene attribute za raziskovanje.

1.5 METODE DELA

Za kar se da učinkovito raziskavo diplomske naloge smo uporabili različne metode raziskovanja. V prvi vrsti je to opisna metoda, s katero smo opisali teoretično plat diplomskega dela, ki nam je dala nekaj osnovnih podatkov o inflaciji in prikaz obstoječega stanja. Poleg opisne metode smo uporabili tudi metodo združevanja, ki nam omogoča združevanje teorije, ki so jo napisali različni avtorji na temo naše problematiko in raziskave.

Uporabili smo metodo anketiranja, ki je bila v našem primeru glavna raziskovalna metoda, ki nam lahko poda odgovore glede na naše raziskovanje. Vprašali smo 25 anketirancev. Anketa je bila zaprtega tipa in zastavljena izključno domačim ponudnikom v Poljanski dolini. Anketiranci so bili ženskega in moškega spola, v starosti med 20. in 60. letom. Pri metodi anketiranja je skladno z njo pripomogla tudi primerjalna metoda, s katero smo primerjali odgovore različnih ponudnikov in nato z danima raziskovalnima metodama prišli do kar se da učinkovitega zaključka.

2 INFLACIJA

2.1 OPREDELITEV INFLACIJE

Pri inflaciji gre za ekonomski pojav, ki pa je za samo gospodarstvo zelo škodljiv. Gre za trajno rast velikega števila cen blaga in samih storitev v daljšem časovnem obdobju. Ko govorimo o inflaciji, gre za splošno višanje cen blaga in samih storitev v gospodarstvu, kar pomeni, da posamezniki lahko kupijo manj blaga oziroma storitev z enko količino denarja. Seveda to razumemo kot splošno zmanjšanje vrednosti denarja (Labonte in Weinstoc, 2022).

Seveda pa inflacija predstavlja poleg BDP (bruto domačega proizvoda) in brezposelnosti enega izmed najpomembnejših makroekonomskih agregatov. Bajt in Šitblar (2019) jo opredeljujeta kot enega izmed najbolj značilnih pojavov v sodobnih gospodarstvih in pomeni rast splošne ravni cen in padanje vrednosti denarja. Malinvaud (2000) opredeljuje inflacijo kot proces nenehnega naraščanja splošne ravni cen, kar hkrati pomeni, kot pojasnjuje Evropska centralna banka (2021), da se vrednost denarne enote zmanjšuje. V primeru, ko v gospodarstvu države pride do inflacije, lahko prebivalci kupijo manj blaga z enako vsoto denarja (Congressional Research Servis 2021).

Za nastanek inflacije je zelo veliko vzrokov, tako tradicionalna razlaga pravi, da inflacija nastaja iz dveh razlogov. Prvi razlog je na strani povpraševanja, zaradi česar ji pravimo inflacija povpraševanja. Drugi vzrok za inflacijo je povečevanje pritiskov na strani stroškov, zaradi česar ji pravimo stroškovna inflacija (Pettinger 2021).

Inflacijo v EU merimo s harmoniziranim indeksom življenjskih potrebščin z oznako HICP (Eurostat, 2022), pri tem se uporablja enotna metodologija za izračun indeksa. HICP se izračuna z mesečnim zbiranjem cen izdelkov in storitev iz košarice, kjer je 295 kategorij izdelkov, in z določanjem uteži za posamezni izdelek ali storitev (vpliv trošenja v povprečnem proračunu gospodinjstva se redno spremlja) ter z določanjem uteži posameznih držav (gre za vpliv skupnih izdatkov za potrošnjo v Evro območju) (Pettinger 2021).

Nasprotje inflacije je deflacija, kar pomeni zniževanje splošne ravni cen. Deflacija se v svetovnih gospodarstvih zelo redko pojavlja, seveda pa je zelo pomembno vedeti, da inflacija in deflacija ne izražata spreminjanja cen določenega proizvoda, ampak določata spreminjanje cen vseh storitev in proizvodov (Pettinger 2021).

2.2 VRSTE INFLACIJE

Razlikujemo več različnih inflacij, ki posledično prinašajo različne ekonomske učinke. Glede na intenzivnost ločimo tri ravni inflacije. Gre za nizko, galopirajočo inflacijo in hiperinflacijo. Seveda je pri tem treba dodati, da so meje med njimi zabrisane (Samuelson in Nordhaus, 2002).

Nizka inflacija: pri njej je značilno, da gre za počasno rast cen, hkrati tudi človeško zaupanje v denar in pripravljenost na to, da denar hranijo na banki, saj bo njegova vrednost ob dvigu ostala skoraj nespremenjena. Nizko inflacijo lahko opredelimo kot enoštevilčne letne inflacijske stopnje. Ljudje so pripravljeni imeti denar, ker se zavedajo, da bo čez mesec ali leto vreden skorajda toliko kot danes. Pripravljeni so podpisati dolgoročne nominalne pogodbe, ker so prepričani, da se relativne cene dobrin, ki jih kupujejo in prodajajo, ne bodo preveč oddaljile od sedanjih (Korošec, 2022).

Galopirajoča inflacija: zgodi se ob naraščanju cen od 10 do 200 % letno, ob ustalitvi te inflacije pa seveda lahko pride do resnih težav v gospodarstvu. Na splošno začnejo večino pogodb indeksirati glede na indeks cen ali tujo valuto, kot je dolar. V teh razmerah denar zelo hitro izgubi svojo vrednost. Ljudje imajo v času galopirajoče inflacije minimalne zneske denarja, ki ga potrebujejo le za dnevne transakcije. S tem finančni trgi oslabijo, kajti kapital odide v tujino. Ljudje kopičijo dobrine, kupujejo hiše in ne posojajo denarja po nizkih obrestnih merah. Galopirajoča inflacija občasno doleti tudi razvite države, kot sta npr. Italija ali Japonska. Številne latinsko ameriške države, kot sta Argentina in Brazilija, so imele v sedemdesetih in osemdesetih letih 20. stoletja stopnje inflacije od 50 do 700 % letno (Korošec, 2022).

Pri galopirajoči inflaciji lahko gospodarstvo preživi, ali celo uspeva, medtem ko je veliko resnejši in hujši pojav hiperinflacija (Korošec, 2022).

Hiperinflacija: zanjo je značilno, da pride do ekstremne podražitve. Pri tem gre za dvig cen za več kot 200 %. Vzrok za nastanek hiperinflacije je emisija denarja. Pri tem je glavni krivec sama država, ki ima čezmerne apetite in zato troši veliko večji delež BDP, kot ga zbere z davki. Praviloma to stori na način, da tiska denar in s tem povečuje količino denarja v obtoku. Ker ni več proizvedenega blaga za delitev, večja količina denarja pripelje do zvišanja cen (Korošec, 2022).

Inflacijo lahko delimo tudi glede na pričakovanja, lahko je inflacija pričakovana ali pa nepričakovana. Pri pričakovani inflaciji gre predvsem za to, da ekonomist v gospodarstvu pričakuje, da bo raven cen začela naraščati. Ima zelo malo zmernih stopenj vpliva na ekonomsko učinkovitost ali pa samo porazdelitev dohodka in premoženja. Praksa pa je, da je običajno v gospodarstvih inflacija nepričakovana, kar pomeni, da so spremembe cen nepričakovane. Seveda ravno ta inflacija negativneje

vpliva na ekonomsko učinkovitost ali pa porazdelitev dohodka in premoženja (Korošec, 2022).

Poleg omenjenih delitev inflacije lahko inflacijo delimo tudi na ravnovesno in neravnovesno. Ravnovesna inflacija seveda nastane, ko se relativne cene ne spremenijo. V primeru, da se v gospodarstvu vsako leto cene spremenijo za enako stopnjo, je inflacija pričakovana ter ne prihaja do sprememb v relativnih cenah, kar pomeni, da cene vseh proizvodov rastejo za enak odstotek. V takem primeru v gospodarstvu ne bo prišlo do negativnih učinkov na obseg proizvodnje, učinkovitosti ali pa prepoznavanja prihodkov. O neravnovesni inflaciji pa govorimo, če se spreminjajo relativne cene, v večini primerov je v gospodarstvu neravnovesna inflacija, zato pri tem prihaja do prerazporeditve dohodkov ali premoženja in do zmanjšanja učinkovitosti gospodarstva (Korošec, 2022).

2.3 MERJENJE INFLACIJE

V vsakem gospodarstvu obstajajo na milijone posameznih cen, ki se stalno spreminjajo glede na spremembe v ponudbi in povpraševanju in s tem izražajo »relativno redkost«¹ ustreznih dobrin. Očitno je, da ni niti izvedljivo niti sam smisel upoštevati vseh cen, hkrati pa tudi ni mogoče spremljati samo nekaterih, saj ni nujno, da te predstavljajo splošno raven cen (Korošec, 2022).

Merjenje inflacije se je prvotno začelo pojavljati v 19. stoletju, ko je nastala metodologija njenega merjenja. Inflacijo merimo na dva načina: gre za mikroekonomsko merjenje in makroekonomsko merjenje oziroma monoteistični pristop. Mikroekonomsko merjenje uporablja še v današnjem času večina držav. Pri mikroekonomski inflaciji se ugotavljajo tako inflacija na podlagi merjenja sprememb cen življenjskih stroškov kot tudi kazalci inflacije po ICŽP (angl. Consumer Price Index). Gre za indeks, ki meri spremembe v stroških življenjske ravni, ki so opremljene s tržno košarico izdelkov storitev, ki jih seveda uporabljajo gospodinjstva. Izvede se anketa, ki določa košarico, ki služi tudi za določitev posameznih proizvodov in storitev v obrazcu indeksa. Seveda je obrazec oblikovan na osnovi reprezentativnega načela, ki se v večini uporablja v Laspeyresovi obliki, kar pa pomeni uporabo uteži iz baznega obdobja (Petar, 2007, str. 8–9).

V EU se inflacija meri s harmoniziranim indeksom življenjskih potrebščin in z oznako HICP (Eurostat, 2022), pri tem se uporablja enotna metodologija za izračun indeksa. HICP se izračuna na mesečnem zbiranju cen izdelkov in storitev iz košarice. V košarici je kategoriziranih 295 izdelkov z določanjem uteži za posamezni izdelek ali storitev (Eurostat, 2022).

Slika 2 prikazuje primerjavo letnih stopenj rasti inflacije v Evropski uniji, evro območju in Sloveniji od leta 2008 do avgusta 2022.



Slika 2: Primerjava letnih stopenj rasti inflacije v Evropski uniji, evroobmočju in Sloveniji od leta 2008 do avgusta 2022

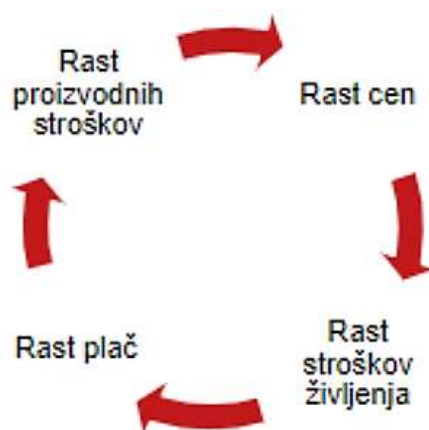
(Vir: Eurostat, 2022)

Iz različnih razlogov se ob vsakem poskusu, da bi skupno spremembo cen izrazili z eno samo številko, pojavijo težave. Obstoječa nakupovalna košarica s časom postaja vse manj reprezentativna, kajti potrošniki dražje izdelke nadomeščajo s cenejšimi. V primeru, da se cena goriva zviša, bodo nekateri potrošniki raje vozili manj in kupovali več drugih izdelkov. Če v tem primeru tega ne upoštevajo, se utegne indeks preceniti in dejansko povečuje cene goriva. Včasih pa se v indeks težko vračunava sprememba v sami kakovosti. V primeru, da izdelek postaja vedno boljši in hkrati raste tudi cena, je seveda določen del višje cene posledica višje kakovosti. Pri tem pa podražitev zaradi sprememb kakovosti ni mogoče obravnavati kot vir inflacije (Škrinjar, 2008).

2.4 VZROKI ZA NASTANEK INFLACIJE

Za nastanek inflacije so še vedno krive cene hrane ter področje živil, ker so višje predvsem cene surovin na svetovnem trgu ter zvišanje cen proizvajalcev. Seveda ne obstaja samo en vzrok inflacije, inflacija se pojavi tudi zaradi različnih vzrokov. Ko se inflacije enkrat pojavi, je njeno zaustavljanje, ko se enkrat začne premikati, zelo drago. Vzroke inflacije delimo na inflacijo povpraševanja, inflacijo ponudbe (stroškovno inflacijo) ter strukturno inflacijo. Med klasične osnovne inflacije sodita inflacija povpraševanja in inflacija stroškov (ponudbe). Poleg teh dveh inflacij obstaja še veliko teorij, vendar večina izmed njih predpostavlja, da inflacijski impulze spodbuja predvsem povpraševanje (Škrinjar, 2008).

Slika 3 prikazuje nastanek in potekanje inflacije.



Slika 3: Nastanek in potek inflacije
(Vir: Generali investments, 2023)

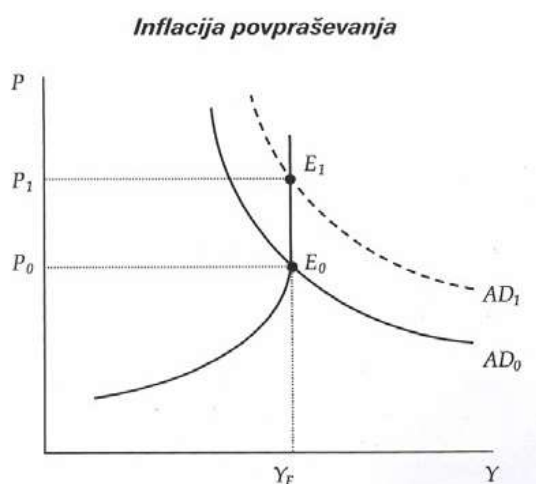
3 OBLIKE INFLACIJ

3.1 INFLACIJA POVPRÁŠEVANJA

Gre za prvo obliko inflacije v zgodovini in je nastala zaradi povečanja agregatnega povpraševanja in v primeru, kadar se gospodarstvo približuje polni zaposlenosti oziroma jo je že doseglo. Povečanje katere koli oblike agregatnih izdelkov (osebna poraba, naložbe, državni izdatki, neto izvoz) v tem primeru potisne krivuljo agregatnega povpraševanja navzgor. Pojavi se, ko agregatno povpraševanje raste hitreje kot proizvodne zmogljivosti gospodarstva (na razpolago preveč denarja za premalo blaga) (Hrvatín, 2004).

V primeru, da je gospodarstvo že doseglo potencialni BDP, se povečajo samo cene, saj se pri tem realni BDP (= indeks količine proizvedenih proizvodov in storitev) ne more več povečati. Lahko pa se v primeru, da je BDP nekoliko manjši od potencialnega (levo od točke Y_f), prav tako povečajo predvsem cene, kajti krivulja agregatne ponudbe strmo narašča. Ko brezposelnost upade in delavcev primanjkuje, se s tem povečajo tudi plače in inflacijski proces se pospeši. Ko govorimo o inflacijskem povpraševanju, ga lahko pogosto vidimo na delu, ko se država zanaša na denar za financiranje svojih izdelkov. Pri hitri rasti ponudbe denarja, ki ga izdaja centralna banka, se poveča agregatno povpraševanje in s tem povišajo cene. Inflacija povpraševanja v takem primeru v naslednjem koraku navadno sproži inflacijo stroškov. V primeru, da se agregatno povpraševanje poveča zaradi povečanja plač, se pri tem povečajo tudi sami stroški podjetij (Hrvatín, 2004).

Slika 4 prikazuje inflacijo povpraševanja v obliki grafa.



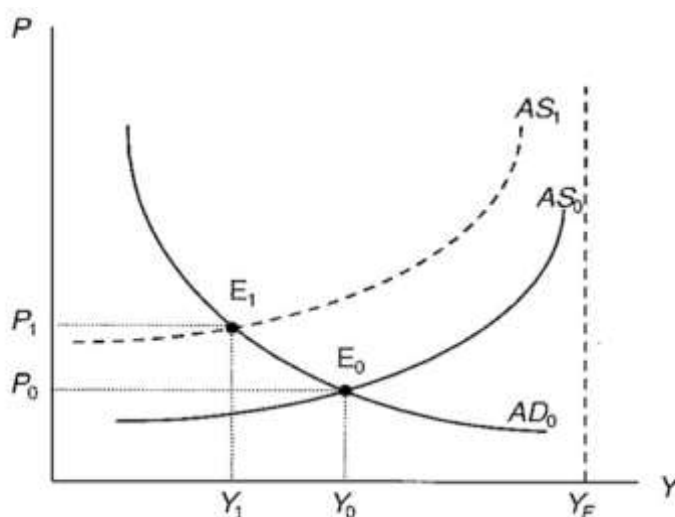
Slika 4: Inflacija povpraševanja
(Vir: SURS, 2022)

3.2 INFLACIJA PONUDBE

V drugi polovici 20. stoletja se prvič pojavi inflacija ponudbe oziroma stroškovna inflacija. Pojavi se v primeru, kadar prihaja do zmanjšanja agregatne ponudbe predvsem zaradi povečanja stroškov ob sorazmerno visoki nezaposlenosti in nizki stopnji izkoriščenosti zmogljivosti (Hrvatini, 2004).

S slike 5 lahko vidimo razmere, ki prikazujejo samo začetno situacijo v točki E_0 , kjer je prikazan dejanski BDP precej nižji od potencialnega (Y_f). Vidimo, da do povečanja stroškov in s tem do premika krivulje agregatne ponudbe navzgor (iz AS_0 v AS_1) lahko pride zaradi samega pritiska sindikatov na povečanje plač, zaradi povečanja cen uvoznih surovin (npr.: povečanje cene nafte), zaradi dogovorov oligopolnih podjetij o zvišanju cen in podobno. Na ravni Y_1 se oblikuje nižji ravnotežni BDP, seveda ob večji ravnovesni rasti cen (P_1). Takšno gibanje agregatnih proizvodov in cen je bilo v začetku sedemdesetih let presenečenje za ekonomske teoretike, kajti do tedaj so praviloma povezovali inflacijo z večanjem BDP. Samo inflacijo so razlagali le s povečanjem povpraševanja, zanemarili pa so vpliv ponudbe, ki pa lahko, če se zmanjša, sproži inflacijske pritiske. Pojav upadanja BDP in recesije imenujemo stagflacija, gre za inflacijo v gospodarstvu, ki pa se sooča z recesijo. Stroškovna inflacija in inflacija povpraševanja sta med seboj odvisni druga od druge in ju ni mogoče ločeno pojasniti (Hrvatini, 2004).

Slika 5 prikazuje inflacijo ponudbe oziroma stroškovno inflacijo.



Slika 5: Inflacija ponudbe (stroškovna inflacija)

(Vir: Hrvatini, 2004)

Slika 6 prikazuje osnovno primerjavo med inflacijo povpraševanja in inflacijo ponudbe (stroškovno inflacijo).



Slika 6: Primerjava med inflacijo povpraševanja in stroškovno inflacijo
(Vir: Generali investments, 2023)

3.3 STRUKTURNA INFLACIJA

Strukturna inflacija je nastala v manj razvitih in strukturno neusklajenih gospodarstvih. Cene njihovih proizvodov rastejo, kot inputi v druge dejavnosti pa dvigujejo stroške proizvodnje in s tem cene tudi v njih (Bajt in Štiblar, 2002).

3.4 DEFLACIJA

Pojem deflacija je nasprotni pojav inflacije, kar pomeni, da gre za splošni in konstantni upad cen skozi daljše časovno obdobje. Deflacija pride zaradi pomanjkanja samega denarja v obtoku oziroma pomanjkanja ponudb pri posojilih. Pomanjkanje denarja povzroči, da je kupcev manj in posledica tega so zato nižje cene. Sproži se lahko pri kakršnem koli zmanjševanju naložbene ali pa državne potrošnje (Prednik, 2011).

Deflacija je destruktivna, pripelje lahko do začaranega kroga povečanja brezposelnosti in zmanjševanja potrošnje. V primeru, da je prisotna deflacija (trend padanja cen), potrošniki čakajo, da storitve in izdelki postanejo cenejši, preden se odločijo za njihov nakup. Ko govorimo o posledicah, ugotavljamo, da se pri tem potrošnja zmanjša, ker potrošniki svojo odločitev za nakup vedno prestavljajo in s tem

ustvarjajo dodatne deflacijske pritiske. Ko je deflacija dolgotrajna, se lahko ustvari vrsta negativnih učinkov, kot so (Carlin in Soskice, 2006):

- padajoči dobički;
- zmanjševanje števila zaposlenih;
- zmanjšanje razpoložljivih prihodkov;
- odpuščanje proizvodnje;
- poveča se število tistih, ki svojih finančnih obveznosti ne morejo izpolnjevati.

Deflacija je mnogo bolj trdovratna od same inflacije in jo je zelo težko odpraviti. Zato v primeru deflacije centralne banke povečajo količino denarja v obtoku in s tem namenoma povzročijo dvig cen. S tem je več denarja ter manjše število izdelkov in storitev, kar povzroči višje cene (Caklin in Soskice, 2006).

4 POSLEDICE INFLACIJE

V času inflacije se čutijo posledice. Predvsem jih čutijo tisti, ki trošijo oziroma potrošniki. S tem jo občutijo tudi podjetja. Se pravi, da če plače ne sledijo samemu dvigu cen oziroma inflaciji, za denar, ki ga zaslužimo, dobimo realno manj kot pred tem. Višja je sama stopnja inflacije, manj dobrin dobimo za svoj denar in seveda tudi obratno. Seveda inflacijo lahko preprečimo tako, da ohranjamo na trgu konkurenco, s tem moramo imeti stalni nadzor nad cenami, da ekonomska politika preprečuje kartelno povezovanje podjetij in s tem dogovarjanje o višini cen (Petar, 2007 str. 4).

4.1 STROŠKI

Pri stroških, ki nastanejo zaradi inflacije, gre za večjo izgubo nekaterih ekonomskih subjektov. Izgubi se posledično tudi samo zaupanje v ekonomsko politiko. Pojavljati se začnejo negativna pričakovanja subjektov, ki se seveda kažejo v zahtevah po vračunavanju stopnje inflacije v razne oblike dohodkov, kot so obresti in plače (Hrvatina, 2004, str. 5).

Inflacija v kombinaciji z davčno zakonodajo seveda povzroča velike spremembe v samem investiranju podjetij in varčevanju prebivalstva. Pri tem lahko podjetja in prebivalstvo zaradi napačnih pričakovanj sprejemajo napačne oziroma vsaj ne najbolj optimalne odločitve, ali pa varčevanje in naložbe znižajo (Hrvatina, 2004, str. 8).

Poleg vsega naštetega inflacija povzroča tudi prerazdelitev premoženja med ekonomskimi subjekti. V primeru, da morajo dolžniki vrniti upnikom nominalno vrednost blaga, bodo seveda upniki izgubljali svoje realno premoženje na račun večanja realnega premoženja dolžnika (Petar, 2007, str. 12–13).

4.2 KORISTI

Koristi inflacije so predvsem naslednje (Peter, 2007, str. 7–8):

- najpogosteje se med koristmi inflacije omenja seigniorage, ki predstavlja dohodke izdajatelja denarja, in ga pri tem lahko razumemo kot obliko davka, ki pa je manj diskriminatoren od kakšne druge oblike davkov;
- minimalne plače so navzdol rigidne, tukaj predstavlja inflacija način za znižanje realnih plač v primeru, da plače niso popolnoma indeksirane na inflacijo;
- v primeru, ko realne plače lahko na inflacijo delujejo tudi v primeru prilagajanj relativnih cen, podjetja cene podcenjenih dobrin preprosto dvigujejo, medtem ko cene precenjenih dobrin ne znižajo, temveč počakajo, da inflacija izniči previsoke cene, pri tem se izognejo stroškom prilagoditve cen, sama splošna raven cen pa se dvigne;

- pri nizki inflaciji pride do nizke nominalne obrestne mere, ta pa daje centralnim bankam na voljo manjši manevrski prosto za zniževanje obrestnih mer (Peter, 2007, str. 7–8).

4.3 VPLIV INFLACIJE NA GOSPODARSTVO

Za razvita gospodarstva je značilna nizka stopnja inflacije. Se pravi, da je zmerna inflacija celo spodbudna. Predstavljamo nekaj temeljnih razlogov:

- cene izdelkov in storitev se počasi zvišujejo in podjetja se zavedajo, da bodo lahko prodale proizvode po nekoliko višji ceni. S tem postanejo optimistični in vlagajo v nove proizvodne zmogljivosti, povečujejo proizvodnjo in s tem odpirajo nova delovna mesta;
- dohodki spremljajo rast cen, ljudje s tem ne občutijo inflacije;
- vrednost denarja se ohranja, obrestna mera sledi stopnji inflaciji, nekateri varčujejo;
- zvišanje cen je predvidljivo, sam finančni sistem deluje dobro, denar opravlja svojo funkcijo (Petar, 2007, str. 3–4).

Negativni učinki visoke inflacije:

- podjetja ne poznajo višine proizvodnih stroškov in cene čez leto, gre za negotovo prihodnost, s tem ne vlagajo v nove zmogljivosti, ne povečujejo produktivnosti dela;
- neenakomerno se zvišajo dohodki, s tem povzročajo prerazdelitev premoženja v sami družbi;
- stroški v proizvodnji se povečujejo hitreje kot v državah z nižjo inflacijo, pri tem se zmanjšuje mednarodna konkurenčnost gospodarstva;
- zelo hitro se izgublja vrednost denarja, kupna moč se zmanjšuje (Petar, 2007, str. 3–4).

Pri tem gre za težavno nalogo, saj ukrepi lahko zavirajo gospodarsko dejavnost (Petar, 2007, str. 3–4).

5 INFLACIJA V SLOVENIJI

V Slovenijo smo v zdravstveno krizo ob razglasitvi pandemije covid-19 vstopili z relativno nizko inflacijo in na začetku so se cene še nekoliko znižale, po zaprtju gospodarstva in države je sledila celo deflacija. V zadnjih mesecih pa cene naraščajo, inflacija presega cilj dveh odstotkov, v nekaterih državah evrskega območja je skoraj trikrat višja. Zadnji podatki za Slovenijo kažejo, da je indeks cen življenjskih potrebščin dosegel 2,7 odstotka, v evrskem območju znaša kar 3,4 odstotka, o višji inflaciji poročajo tudi drugod po svetu (Banka Slovenije, 2020).

V evrskem območju in še posebej v Sloveniji ob milejših ukrepih za omejevanje širjenja koronavirusa beležimo močno okrevanje gospodarske aktivnosti, obenem pa v ospredje vse pogosteje prihaja vprašanje podražitve življenjskih potrebščin. Dogodki niso značilni zgolj za našo državo, kjer je bila septembrska inflacija 2,7-odstotna, povišala se je tudi v drugih državah evrskega območja, kjer je septembra znašala 3,4 odstotka (Banka Slovenije, 2022).

Na inflacijo močno vplivajo cene energentov, ki predstavljajo kar precejšen delež v potrošniški košarici in dejansko prispevajo več kot polovico k letošnji inflaciji. Razlog je iskati tudi v višjih cenah storitev in blaga. Obstaja tudi razlika med dejansko in tako imenovano osebno inflacijo, ki jo občuti posameznik glede na lastne potrebe, stroške, dohodke, izdatke, od individualne košarice življenjskih potrebščin. Anketa Banke Slovenije je denimo pokazala, da zgolj osem odstotkov dojema lastno inflacijo za okoli dva odstotka, skoraj polovica vprašanih med dvema in sedem odstotki, okoli 44 odstotkov pa več kot sedem odstotkov (Banka Slovenije, 2022).

Največji so inflacijski pritiski zaradi dviga cen energentov, predvsem zemeljskega plina in elektrike, ki dražijo proizvodnjo, prevoze, ogrevanje. Ljudje morajo odšteti več za rezervoar goriva in za ogrevanje, višje so položnice za elektriko, večji so izdatki za hrano ... Zaradi višjih življenjskih stroškov so pozivi za višje plače. A hkrati so višji stroški in manjši zaslužki tudi za podjetja – če bi želeli povišati plače, morajo dražiti izdelke in storitve, kar še zdaleč ni smotno ob previdni potrošnji in višjih stroških. Lahko sledijo odpuščanja, likvidnostne težave, stečaji, propad (Banka Slovenije, 2022).

Na razpravi Banke Slovenije z naslovom "Inflacija v luči epidemije – kaj lahko pričakujemo?" so mirili, da je inflacija prehodna in predvsem posledica podražitve energentov. "Ocena Banke Slovenije in Evropske centralne banke (ECB) je, da je trenutno povišanje cen začasne narave oziroma da so dejavniki v ozadju povišanja začasne narave" (Banka Slovenije, 2022). Energenti, ki so se v začetku pandemije pocenili, se zdaj denimo vračajo na cene v obdobju pred krizo. Vzroki za višjo inflacijo v evrskem območju so tudi v spremembah davčne politike v Nemčiji, kjer so v začetku krize znižali davek na dodano vrednost (DDV), po vrnitvi na prejšnjo raven so se

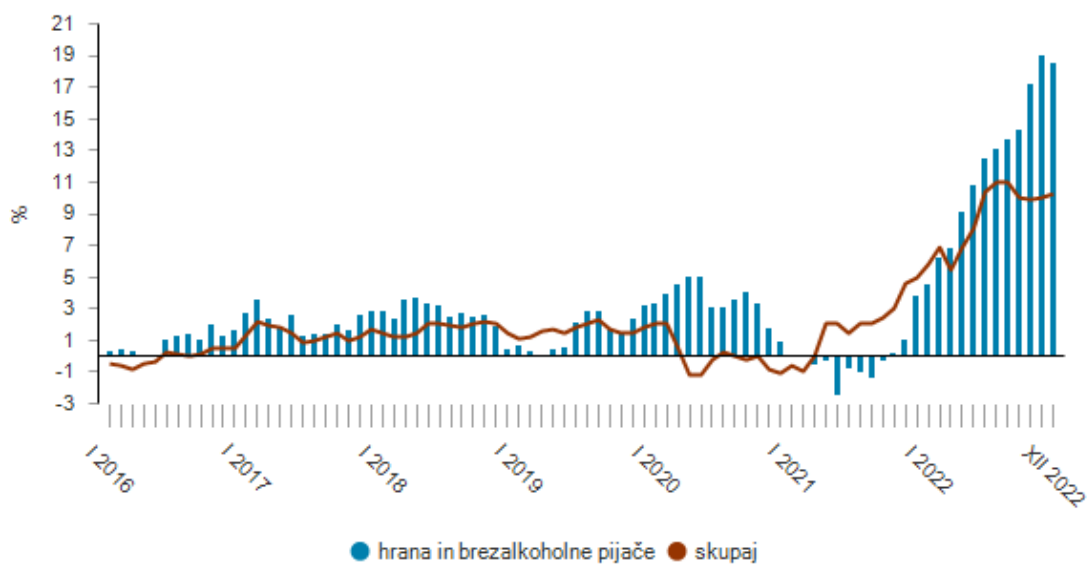
podražile življenjske potrebščine. Trenutno je tudi neenakomerno okrevanje tako z zdravstvenega kot ekonomskega vidika. Na nekaterih območjih prihaja do zastojev v proizvodnji, posledično nastajajo motnje v dobavnih verigah, še vedno so prisotne precejšnje težave v transportu (Banka Slovenije, 2022).

Zato so cene višje, kot bi bile sicer, vendar naj bi se umirile ob povrnitvi v prejšnje stanje, čeprav ni nič zagotovo in tveganja obstajajo. A vseeno prevladujejo ocene strokovnjakov, da se bo inflacija po postopni krepitvi začela umirjati do konca letošnjega leta in v prihodnjem letu (SURS, 2022).

Kot že omenjeno, letošnja rast cen v precejšnji meri poganjajo prehodni dejavniki – na oblikovanje cen med drugim vplivajo potrošniške navade, višina plač, stroški dela in proizvodnje, omejitve zaradi pandemije. "Kako se bo vse skupaj prenašalo prihodnje v cene, je zelo negotovo. Odvisno, kakšne bodo razmere, kakšno bo okolje, da se bodo lahko podjetja odločala za oblikovanje cen glede na stroškovne pritiske na njihove končne cene," so razložili in dodali v Banki Slovenije. So pritiski – zelo hitro naraščajo uvozne cene, kar je pomembno povezano s cenami energentov in s hitrim draženjem surovin (Banka Slovenije, 2022).

Pandemija covid-19 je in še vpliva na inflacijo, največ zaradi povišanja cen energentov, pomanjkanja surovin in sprememb potrošnje, predvsem na strani ponudbe, ob hitrem okrevanju gospodarstva in zaostajanju ponudbe ob povečanem povpraševanju ter motnjah v dobavnih verigah. Vseeno obstajajo tveganja, da bi se lahko inflacija povišala nekoliko bolj, kot trenutno pričakujemo, še posebej, če bi bila dolgoročnejša neskladja med ponudbo in povpraševanjem, kar bi vplivalo tudi na oblikovanje cen pri podjetjih, in če bi se inflacijska pričakovanja prelila v rast plač in bi prišlo do drugotnih učinkov na trgu dela (Banka Slovenije, 2020).

Slika 7 prikazuje letne stopnje rasti cen življenjskih potrebščin v Sloveniji.



Slika 7: Letna stopnja rasti cen življenjskih potrebščin
(Vir: SURS, 2022)

6 REZULTATI IN RAZPRAVA

Za analizo, kako so se ponudniki domačih izdelkov v Poljanski dolini spoprijemali s svetovnimi razmerami inflacije, smo pripravili anketo v spletnem portalu 1KA. Anketa je bila zaprtega tipa, anonimna in smo jo preko spletnega portala Facebook, e-pošte ali osebno poslali/izročili v reševanje ponudnikom domačih izdelkov v Poljanski dolini. Od 25 anketirancev je anketo (v celoti in pravilno) izpolnilo 21 anketirancev, kar predstavlja 84 %. Z odgovori smo ugotovili, kako so se ponudniki domačih izdelkov na Poljanskem soočali s svetovnimi razmerami inflacije. V nadaljevanju predstavljamo rezultate ankete.

6.1 PREDSTAVITEV REZULTATOV ANKETE

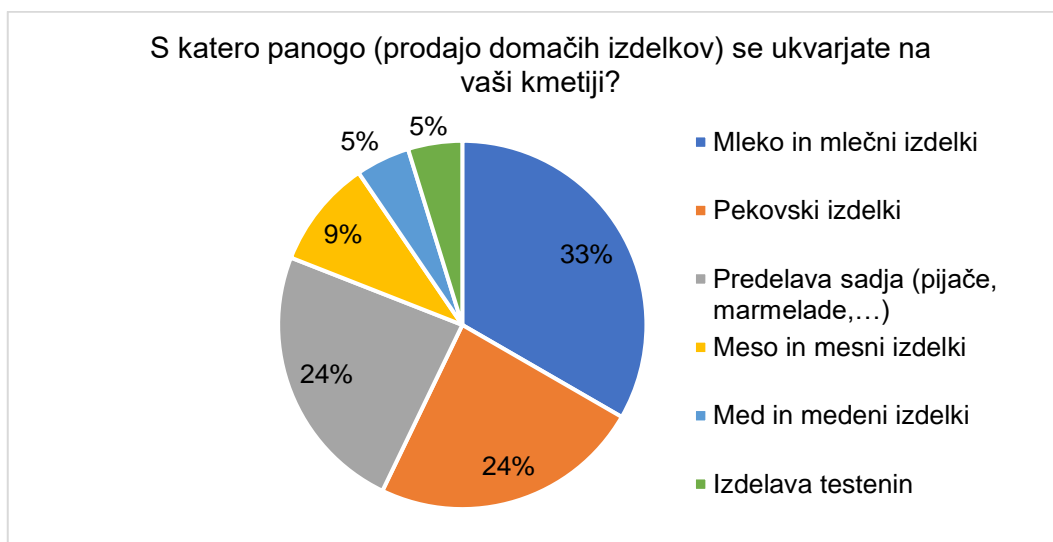
Vprašanje 1: **S katero panogo (prodajo domačih izdelkov) se na vaši kmetiji ukvarjate?**

Z vprašanjem smo želeli raziskati, katere panoge so na Poljanskem najbolj aktualne in številčne.

Na vprašanje je odgovorilo 21 anketirancev. 7 anketirancev, kar predstavlja 33 % vseh odgovorov, je odgovorilo, da se ukvarjajo s predelavo mleka in mlečnih izdelkov; 5 anketirancev (24 %) se ukvarja s pekovskimi izdelki; ravno toliko (5 anketirancev, 24 %) se jih ukvarja s predelavo sadja in zelenjave; 2 anketiranca (9 %) sta odgovorila, da se ukvarjata z mesom in mesnimi izdelki; 1 anketiranec (5 %) je na vprašanje odgovoril, da se ukvarja s pridelavo medu in z medenimi izdelki in ravno tako se 1 anketiranec (5 %) ukvarja z izdelavo testenin. Odgovori so predstavljeni v tabeli 1 in na sliki 8.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
Mleko in mlečni izdelki.	7
Pekovski izdelki.	5
Predelava sadja (pijače, marmelade ...).	5
Meso in mesni izdelki.	2
Med in medeni izdelki.	1
Izdelava testenin.	1

*Tabela 1: Vrste panog pridelave domačih izdelkov v Poljanski dolini
(Lastni vir.)*



Slika 8: Vrste panog pridelave domačih izdelkov v Poljanski dolini
(Lastni vir)

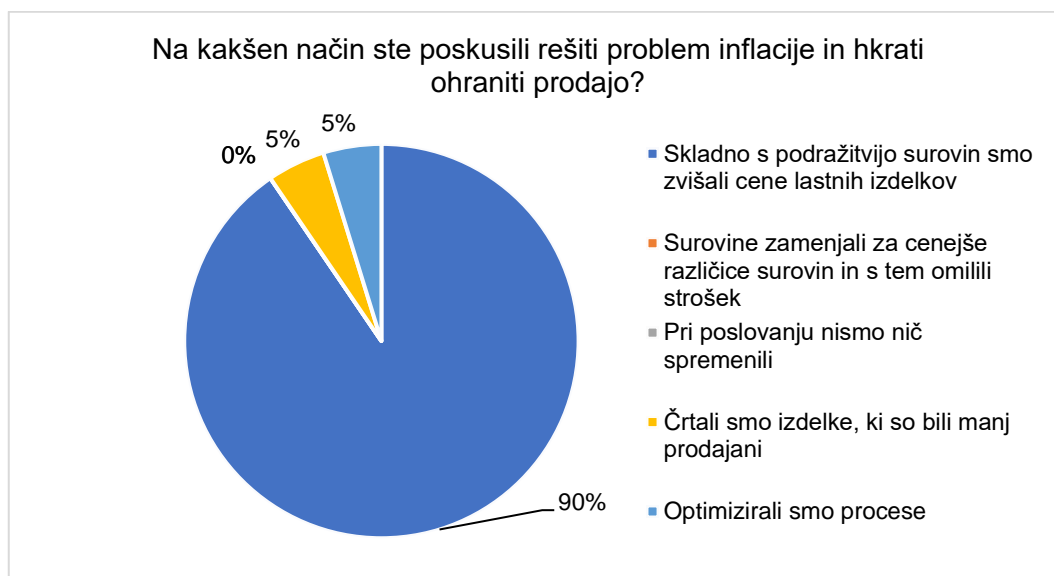
Vprašanje 2: Na kakšen način ste poskusili rešiti problem inflacije in hkrati ohraniti prodajo?

Z odgovori na navedeno vprašanje smo želeli raziskati, kako so se lokalni ponudniki soočili s svetovnimi podražitvami in kaj so v ta namen naredili, da bi ohranili prodajo.

19 anketirancev (90 %) je odgovorilo, da so skladno s podražitvijo surovin tudi sami zvišali cene lastnih izdelkov, nihče ni odgovoril, da je surovine zamenjal za cenejšo različico surovin ali pa da pri poslovanju ni nič spremenil. 1 anketiranec (5 %) je k odgovorom dodal, da so črtali izdelke, ki so bili manj prodajani, 1 anketiranec (5 %) je optimiziral procese v svoji obrti. Odgovori so predstavljeni v tabeli 2 in na sliki 9.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
Skladno s podražitvijo surovin smo zvišali cene lastnih izdelkov.	19
Surovine smo zamenjali za cenejše različice surovin in s tem omilili strošek.	0
Pri poslovanju nismo nič spremenili.	0
Črtali smo izdelke, ki so bili manj prodajani.	1
Optimizirali smo procese.	1

Tabela 2: Načini reševanja problema inflacije in ohranjanja prodaje
(Lastni vir)



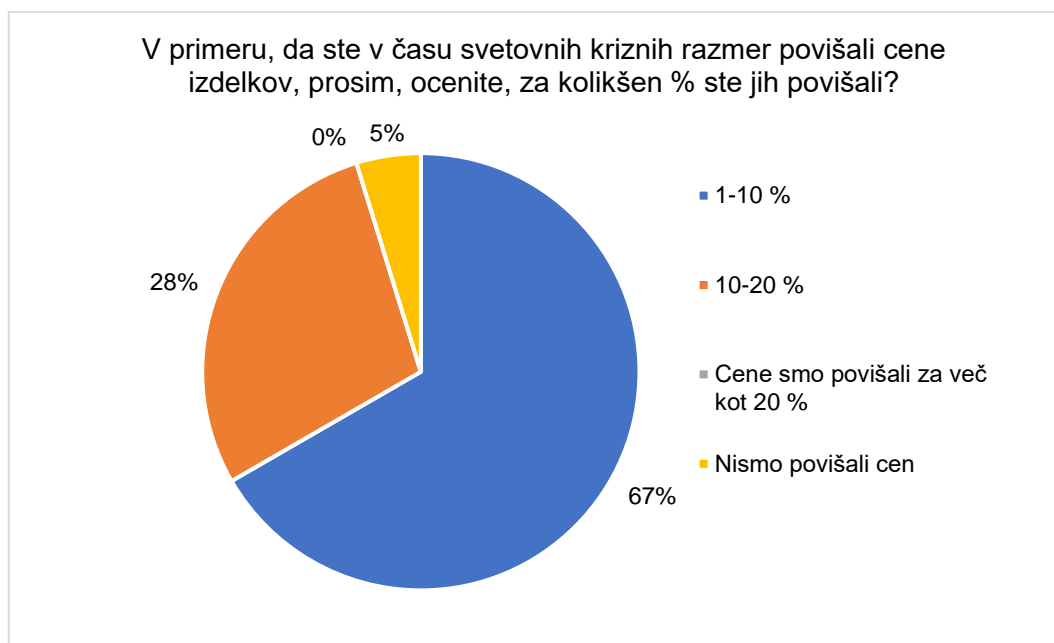
Slika 9: Načini reševanja problema inflacije in ohranjanja prodaje
(Lastni vir)

Vprašanje 3: **V primeru, da ste v času svetovnih kriznih razmer povišali cene izdelkov, prosim, ocenite, za kolikšen % ste jih zvišali.**

Z vprašanjem smo želeli raziskati, za kolikšen % so lokalni ponudniki povišali cene lastnih izdelkov. 14 anketirancev (67 %) odgovorilo, da so cene zvišali za 1–10 %, 6 anketirancev (28 %) je odgovorilo, da so cene izdelkov zvišali od 10 do 20 %, 1 anketiranec (5 %) je odgovoril, da cen izdelkov ni povišal, medtem ko nobeden ni cen povišal za več kot 20 %. Odgovori so prikazani v tabeli 3 in na sliki 10.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
1–10 %.	14
10–20 %.	6
Cene smo povišali za več kot 20 %.	0
Nismo povišali cen.	1

Tabela 3: Povišanje cen izdelkov lokalnih ponudnikov v %
(Lastni vir)



Slika 10: Povišanje cen izdelkov lokalnih ponudnikov v %
(Lastni vir)

Vprašanje 4: **Ali se je zgodilo, da v času svetovnih kriznih razmer in težav z dobavljivostjo surovin niste pravočasno dobili potrebnih surovin za izdelavo izdelkov?**

Želeli smo ugotoviti, ali so posamezni lokalni ponudniki med svetovnimi kriznimi razmerami imeli težave z dobavljivostjo surovin za proizvodnjo lastnih izdelkov. Na vprašanje so 4 anketiranci (81 %) odgovorili, da so imeli težave z dobavljivostjo izdelkov, 17 anketirancev (81 %) teh težav ni imelo. Odgovori so prikazani v tabeli 4 in na sliki 11.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
DA, se je zgodilo.	4
Ne, nismo imeli težav z dobavo.	17

Tabela 4: Težave z dobavljivostjo surovin
(Lastni vir)



Slika 11: Težave z dobavljivostjo surovin
(Lastni vir)

Vprašanje 5: Če ste pri prejšnjem vprašanju odgovorili z DA (težave z dobavljivostjo izdelkov), kako ste se soočili s tem?

Vprašanje se navezuje na vprašanje 4, in sicer smo želeli raziskati, kako so se soočili z morebitnimi težavami z dobavljivostjo surovin tisti, ki so pri vprašanju 4 odgovorili, da so težave z dobavljivostjo imeli. 1 anketiranec je odgovoril, da je posledica zamuda dobave surovine bila zamuda pri izdelavi izdelkov in so skladno s tem obvestili kupce, da bo dostava kasneje. Odgovor je bil tudi, da posledično izdelka nekaj časa ni bilo na voljo. En anketiranec je počakal, da so dobili surovine in zadnji odgovor pri vprašanju je bil, da so si v tej situaciji pomagali z drugimi dobavitelji in ker je šlo predvsem za embalažo za izdelke, so prilagodili pakiranje zelenih izdelkov. Odgovori so prikazani v tabeli 5.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
Zamuda pri izdelavi; povedali smo, da moke še ni, zato bo dostava kasneje.	1
Nekaj časa izdelek ni bil na voljo.	1
Počakali smo, da pride surovina.	1
Šlo je predvsem za embalažo za izdelke. Pomagal sem si z drugimi dobavitelji oz. smo prilagodili pakiranje zelenih izdelkov.	1

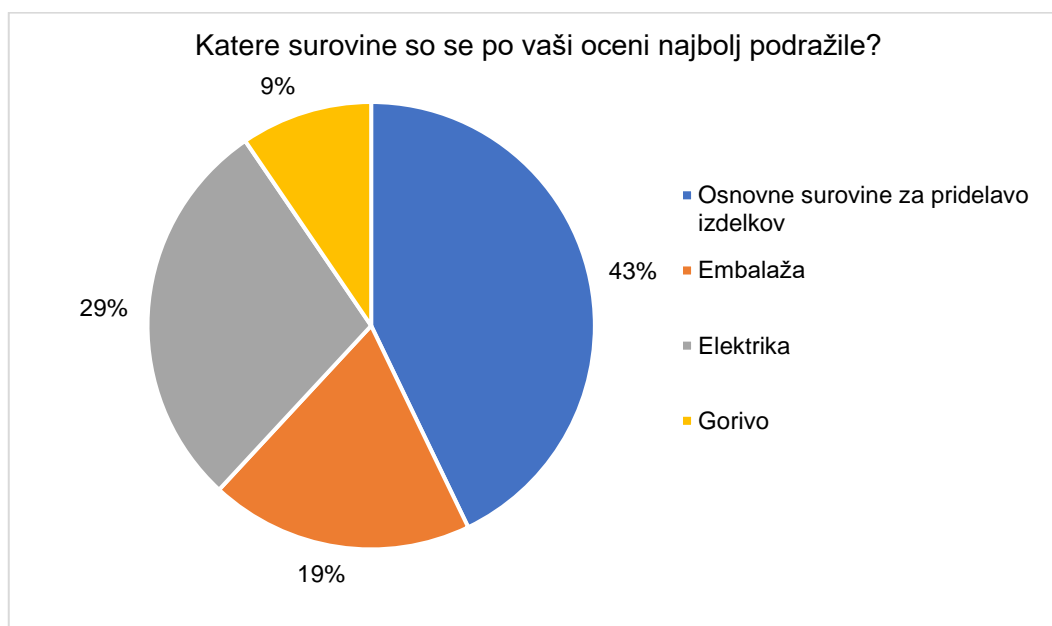
Tabela 5: Soočanje v primeru zamude dobave surovin
(Lastni vir)

Vprašanje 6: Napišite, katere surovine so se po vašem mnenju najbolj podražile.

Želeli smo raziskati, katere surovine so se po mnenju ponudnikov domačih izdelkov na Poljanskem najbolj podražile glede na njihove potrebe pri proizvodnji izdelkov. 9 (43 %) anketirancev je odgovorilo, da so se najbolj podražile osnovne surovine, ki so potrebne za pridelavo izdelkov. Da se je najbolj podražila električna, je odgovorilo 6 (29 %) anketirancev, za embalažo pa 4 (19 %) anketiranci. 2 anketiranca (9 %) sta odgovorila, da se je najbolj podražilo gorivo. Odgovori so prikazani v tabeli 6 in na sliki 12.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
Osnovne surovine za pridelavo izdelkov.	9
Embalaža.	4
Električna.	6
Gorivo.	2

*Tabela 6: Surovine, katerih podražitev je bila najvišja
(Lastni vir)*



*Slika 12: Surovine, katerih podražitev je bila najvišja
(Lastni vir)*

Vprašanje 7: Ocenite, za koliko % so se vam podražile surovine, ki jih nabavljate.

Želeli smo raziskati, za koliko % so se podražile posamezne dobavne surovine za izdelavo izdelkov. 5 (24 %) anketirancev meni, da so se surovine podražile za 1–10

% 7 (33 %) anketirancev je odgovorilo, da so se surovine podražile 10–20 %. Da so se surovine, ki jih nabavljajo, podražile za več kot 20 %, je odgovorilo 9 (43 %) anketirancev. Odgovori so prikazani v tabeli 7 in na sliki 13.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
1–10 %.	5
10–20 %.	7
Surovine, ki jih nabavljamo, so se podražile za več kot 20 %.	9
Surovine, ki jih dobavljamo, se niso podražile.	0

Tabela 7: Ocena podražitve osnovnih surovin v % po mnenju lokalnih ponudnikov
(Vir: Lasten vir)



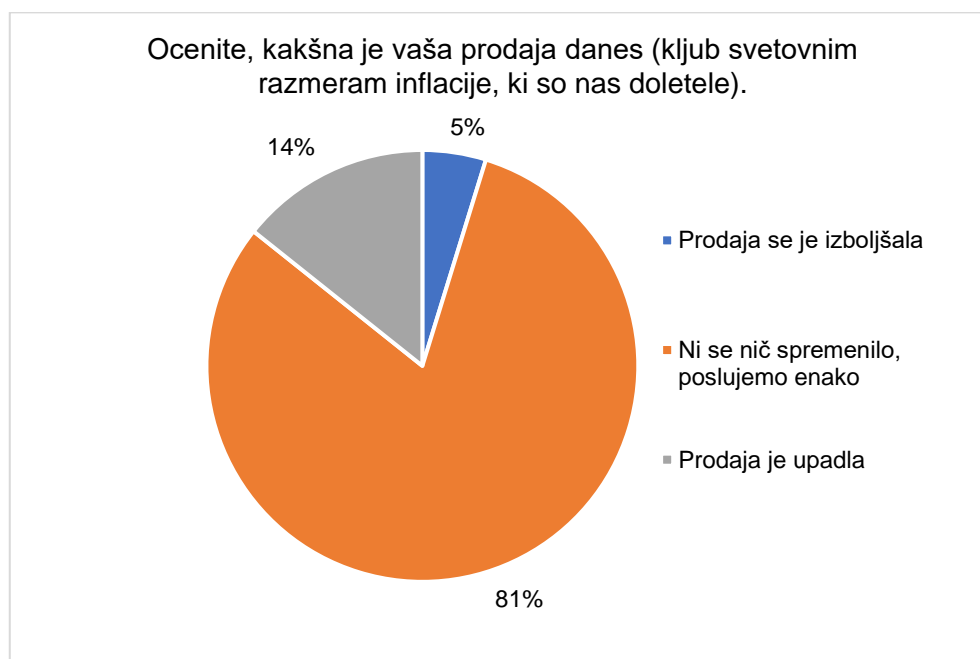
Slika 13: Ocena podražitve osnovnih surovin v % po mnenju lokalnih ponudnikov
(Lastni vir)

Vprašanje 8: Ocenite, kakšna je vaša prodaja danes (kljub svetovnim razmeram inflacije, ki so vas doletele).

Zanimalo nas je, kako ocenjujejo svoje poslovanje lokalni ponudniki po svetovnih kriznih razmerah in kakšna je njihova prodaja. 1 anketiranec (5 %) je odgovoril, da se je prodaja izboljšala. 17 (81 %) anketirancev meni, da se prodaja kljub svetovnim kriznim razmeram ni nič spremenila in poslujejo enako. 3 (14 %) anketiranci pravijo, da jim je prodaja upadla. Odgovori so prikazani v tabeli 8 in na sliki 14.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
Prodaja se je izboljšala.	1
Ni se nič spremenilo, poslujemo enako.	17
Prodaja je upadla.	3

Tabela 8: Ocena stanja prodaje po svetovnih kriznih razmerah
(Vir: Lasten vir.)



Slika 14: Ocena stanja prodaje po svetovno kriznih razmerah
(Lastni vir)

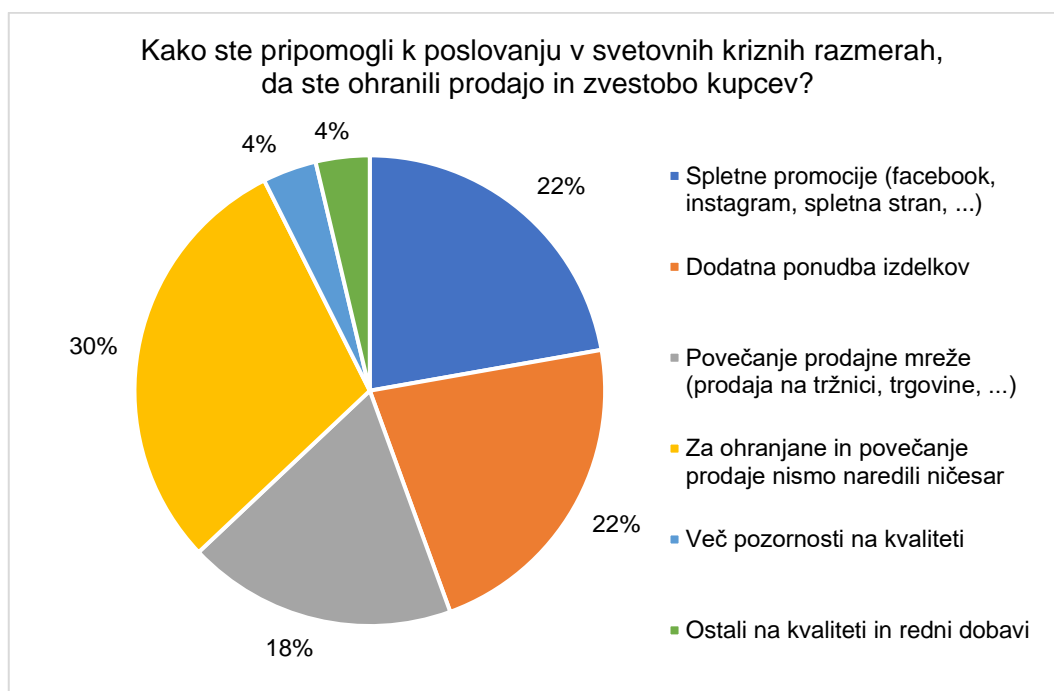
Vprašanje 9: **Kako ste pripomogli k poslovanju v svetovnih kriznih razmerah, da ste ohranili prodajo in zvestobo kupcev?**

Želeli smo raziskati, kako so si ponudniki v svetovnih kriznih razmerah inflacije poskušali ohranjati prodajo in zvestobo kupcev ter kaj so v ta namen naredili. Odgovorov je bilo 27, saj je bilo možnih več odgovorov v primeru, da so anketiranci za ohranjanje prodaje izvedli več aktivnosti. 6 odgovorov (22 %) je bilo, da so poskušali s spletnimi promocijami svojih izdelkov (Facebook, Instagram, spletna stran ...). Prav toliko odgovorov je bilo tudi za ukrep dodatne ponudbe izdelkov. 5 anketirancev se je odločilo (18 %) za povečanje prodajne mreže (prodaja na tržnici, v več trgovinah ...). Največ odgovor – 8 (30 %) je bilo, da za povečanje oz. ohranjanje prodaje niso naredili ničesar, bil pa je tudi 1 odgovor (4 %), da so za ohranjanje

prodaje namenili več pozornosti sami kakovosti izdelkov in prav tako 1 odgovor (4 %), da so za ohranjanje kupcev poskušali ostati pri redni dobavi in ohranjati kakovost. Odgovori so predstavljeni v tabeli 9 in na sliki 15.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
Spletne promocije (Facebook, Instagram, spletna stran ...).	6
Dodatna ponudba izdelkov.	6
Povečanje prodajne mreže (prodaja na tržnici, trgovine ...).	5
Za ohranjanje in povečanje prodaje nismo naredili ničesar.	8
Več pozornosti na kakovosti.	1
Ostali na kakovosti in redni dobavi.	1

Tabela 9: Načini ohranjanja prodaje in zvestobe kupcev
(Vir: Lasten vir)



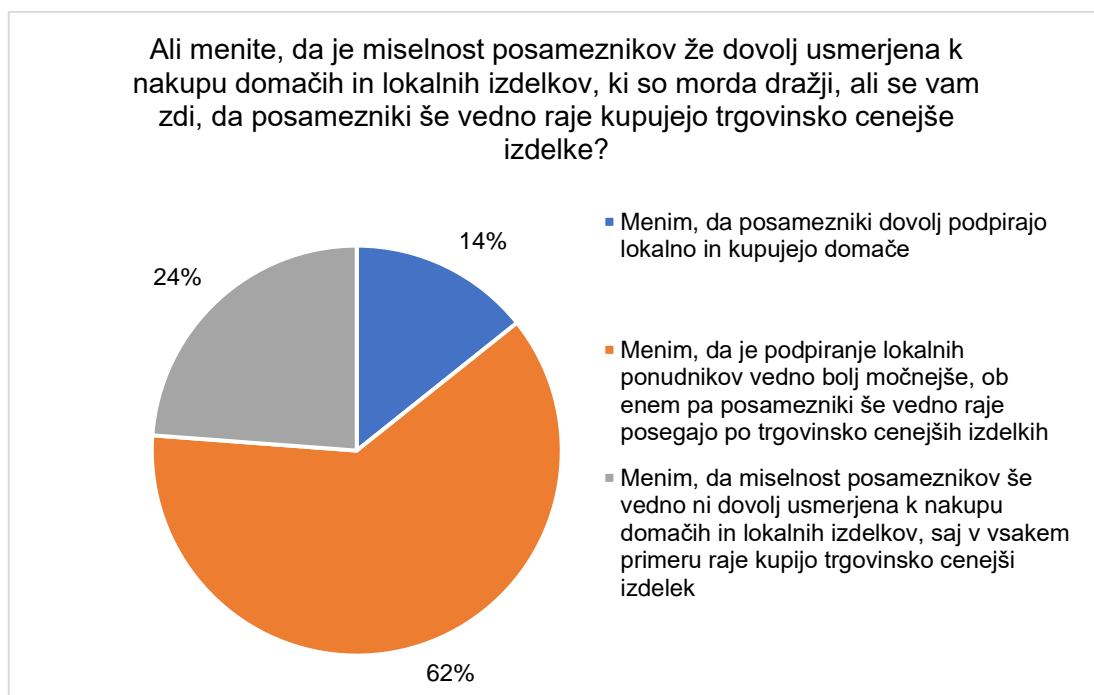
Slika 15: Načini ohranjanja prodaje in zvestobe kupcev
(Lastni vir)

Vprašanje 10: **Ali menite, da je miselnost posameznikov že dovolj usmerjena k nakupu domačih in lokalnih izdelkov, ki so morda dražji, ali se vam zdi, da posamezniki še vedno raje kupujejo trgovinsko cenejše izdelke?**

Namen vprašanja je bil raziskati, kaj menijo lokalni ponudniki o miselnosti posameznikov na temo, ali dovolj podpirajo lokalno in kupujejo domače, ali še vedno premalo. 13 anketirancev (62 %) meni, da je podpiranje lokalnih ponudnikov vedno močnejše, vendar posamezniki še vedno raje posegajo po trgovinsko cenejših izdelkih. 5 anketirancev (24 %) meni, da je miselnost posameznikov še vedno premalo usmerjena k nakupu domačih in lokalnih izdelkov, 3 anketiranci (14 %) pa so odgovorili, da po njihovem mnenju posamezniki dovolj podpirajo lokalno in kupujejo domače. Odgovori so predstavljeni v tabeli 10 in na sliki 16.

Odgovori na vprašanje:	Številčnost posameznega odgovora:
Menim, da posamezniki dovolj podpirajo lokalno in kupujejo domače.	3
Menim, da je podpiranje lokalnih ponudnikov vedno močnejše, ob enem pa posamezniki še vedno raje posegajo po trgovinsko cenejših izdelkih.	13
Menim, da miselnost posameznikov še vedno ni dovolj usmerjena k nakupu domačih in lokalnih izdelkov, saj v vsakem primeru raje kupijo trgovinsko cenejši izdelek.	5

*Tabela 10: Mnenje lokalnih ponudnikov o pripadnosti kupovanja domačih izdelkov pri vrstnikih
(Lastni vir)*



Slika 16: Mnenje lokalnih ponudnikov o pripadnosti kupovanja domačih izdelkov pri vrstnikih
(Lastni vir)

7 ZAKLJUČEK

Ob zaključku lahko povemo, da je bila raziskovalna naloga izredno zanimiva. Ugotovili smo, da je v Poljanski dolini med lokalnimi ponudniki domačih izdelkov najštevilčnejša panoga pridelava mleka in mlečnih izdelkov, kar smo pričakovali. Nato sledita panogi pekovskih izdelkov in pa predelava sadja in zelenjave. Najmanj se jih ukvarja s predelavo mesa in mesnih izdelkov ter pridelavo medu in medenih izdelkov. Ponudniki domačih izdelkov v Poljanski dolini so v času svetovnih kriznih razmer inflacije in podražitev tudi sami dvignili cene skladno s podražitvami na trgu, da so poskušali nekako ohranjati raven dobička. Največ domačih ponudnikov je cene lastnih izdelkov povišalo od 1 do 10 %, nekateri pa tudi od 10 do 20 %. Težav z dobavljivostjo surovin za izdelavo izdelkov ni bilo veliko. Tisti, ki so se s tem soočili, so si pomagali z drugimi proizvajalci surovin, ali pa so s proizvodnjo dotičnega izdelka počakali. Ponudniki domačih izdelkov v Poljanski dolini menijo, da so se najbolj podražile osnovne surovine za pridelavo izdelkov, potem elektrika, embalaža in tudi gorivo. Največ jih pravi, da so se osnovne surovine podražile za več kot 20 %. Presenetljivo je, da svetovne krizne razmere v večini primerov niso pustile kakšne posledice pri prodaji, saj ponudniki pravijo, da se prodaja ni nič spremenila in poslujejo enako. Raziskava je pokazala tudi dejstvo, da v smeri izboljšanja prodaje veliko ponudnikov ni naredilo ničesar. Medtem so si drugi za namen ohranjanja prodaje omislili spletne promocije in oglaševanje, povečali so ponudbo izdelkov, začeli so prodajati na tržnici in gradili so na kakovosti izdelkov. Poljanski ponudniki še vedno v večini menijo, da potrošniki vedno močneje podpirajo ponudnike domačih izdelkov in podpirajo lokalno, a še vedno manj, kot bi si vsi želeli in raje posegajo po trgovinsko cenejših virih izdelkov. Upamo, da smo s to diplomsko nalogo vsaj malo spodbudili nakup domačih izdelkov in s tem naredili nekaj dobrega in podprli lokalno.

8 VIRI IN LITERATURA

Bajt, A. in Štiblar, F., (2019). *Ekonomija: ekonomska analiza in politika*. Ljubljana: GV Založba.

Blanchard, O. in Johnson, D. R. (2013). *Macroeconomics* (6. izd.). Boston: Pearson.

Banka Slovenije. (2022). *Letno poročilo*. Pridobljeno 24. 8. 2023 z naslova <https://www.bsi.si/publikacije/pregled-makroekonomskih-gibanj-z-napovedmi>.

Carlin, W. in Soskice, D. 2006. *Macroeconomics. Imperfections, Institutions & Policies*. New York. Oxford University Press.

Congressional Research Servis. (2021). *Introction to U.S.Economy: Inflation*. Pridobljeno 24. 8. 2023 z naslova <https://sgp.fas.org/crs/misc/IF10477.pdf>.

Hrvatina, A. (2004). *Gospodarska rast in inflacija*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.

Korošec, L. (2022). *Analiza vpliva COVID – 19 na gospodarska gibanja v Sloveniji, Evropski uniji in Združenih državah Amerike*. Diplomsko delo. Univerza na Primorskem, Fakulteta za management.

Labonte, M. in Weinstoc, L. R. (6. oktober 2022). *Inflation in teg U.S. Economy: Causes and Policy Options*. Pridobljeno 12. 10. 2023 z naslova <https://crsreports.congress.gov/product/phf/R/R47273/2>.

Mankiw, N. G. (2019). *Macroeconomics* (10. izd.). New York: Worth Publishers.

Teles, P. in Uhlig, H. (2013). *Is Quantity Theory Still Alive? ECB Working Paper Series*, 1605. Pridobljeno 12. 10. 2023 z naslova <https://ideas.repec.org/p/ecb/ecbwps/20131605.html>.

Know-Base. (2021). *Inflacija povpraševanja (opredelitev, primer) – Povzročitev inflacije povpraševanja*. Pridobljeno 12. 10. 2023 z naslova <https://sl.know-base.net/7583001-demand-pull-inflation>.

Eurostat. (2022, 13. september). *European statistical recovery dashboard. European statistical recovery dashboard*. Pridobljeno 12. 10. 2023 z naslova <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/recovery-dashboard>.

Parkin, M. (2012). *Economics* (10. izd.). Boston: Pearson.

Prednik, J. (2011). *Brezposelnost in inflacija v izbranih državah Evropske unije*. Delo diplomskega seminarja. Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.

Pettinger, T. (2019). *Phillips Curve*. Pridobljeno 12. 10. 2023 z naslova <https://www.Economicshelp.org/blog/1364/economics/phillips-curve-explained>.

Petar, D. (2007). *Merjenje inflacije in njegovo razumevanje*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.

Samuelson, P., A. in Nordhaus, W. D. (2002). *Economics*. Ljubljana: GV Založba.

Statistični urad Republike Slovenije – SURS. (2022). *Inflacija povpraševanja*. Pridobljeno 12. 10. 2023 z naslova <https://www.stat.si/statweb>.

Škrinjar, D. (2008). *Inflacija v Sloveniji po vstopu v evropsko monetarno unijo*. Diplomsko delo. Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.

Banka Slovenije. (2020). *Napovedi makroekonomskih gibanj v Sloveniji*. Ljubljana: Banka Slovenije.

Generali investments. (2023). *Kaj sploh povzroči inflacijo?* Pridobljeno 9. 10. 2023 z naslova https://www.generali-investments.si/category/novice_splosne_narave/page/3.

Občina Gorenja vas – Poljane. (2018). *Osnovni podatki o občini*. Pridobljeno 27. 9. 2023 z naslova <https://www.obcina-gvp.si/sl/content/obcina-gorenja-vas-poljane/osnovni-podatki-o-obcini.html>.

Zavod Poljanska dolina. (2022). *Lokalne kmetije*. Pridobljeno 27. 9. 2023 z naslova <https://www.poljanskadolina.com/sl>.

PRILOGA

ANKETA – Soočanje lokalnih kmetij in ponudnikov domačih izdelkov s svetovnimi razmerami inflacije in posledicami – študij primera Poljanska dolina

- 1) S katero panogo (prodajo domačih izdelkov) se na vaši kmetiji ukvarjate?
 - a) Mleko in mlečni izdelki.
 - b) Pekovski izdelki.
 - c) Predelava sadja (pijače, marmelade ...).
 - d) Drugo: _____

- 2) Na kakšen način ste poskusili rešiti problem inflacije in hkrati ohraniti prodajo?
 - a) Skladno s podražitvijo surovin smo zvišali cene lastnih izdelkov.
 - b) Surovine zamenjali za cenejše različice surovin in s tem omilili strošek.
 - c) Pri poslovanju nismo nič spremenili.
 - d) Drugo: _____

- 3) V primeru, da ste v času svetovno kriznih razmer povišali cene izdelkov, prosim, ocenite, za kolikšen % ste jih povišali.
 - a) 1–10 %.
 - b) 10–20 %.
 - c) Cene smo povišali za več kot 20 %.
 - d) Nismo povišali cen.

- 4) Ali se je zgodilo, da v času svetovno kriznih razmer in težav z dobavljivostjo surovin niste pravočasno dobili potrebnih surovin za izdelavo izdelkov?
 - a) DA, se je zgodilo.
 - b) Ne, nismo imeli težav z dobavo.

- 5) Če ste pri prejšnjem vprašanju odgovorili z DA (težave z dobavljivostjo izdelkov), kako ste se soočili s tem?
Napiši : _____

- 6) Katere surovine so se po vašem mnenju najbolj podražile?
 - a) Embalaža.
 - b) Osnovne surovine za pridelavo izdelkov.
 - c) Električna energija.
 - d) Drugo: _____

- 7) Ocenite, za koliko % so se vam podražile surovine, ki jih dobavljate?
 - a) 1–10 %.
 - b) 10–20 %.
 - c) 20 % in več.

- d) Surovine se niso podražile.
- 8) Ocenite, kakšna je vaša prodaja danes (kljub svetovnim razmeram – inflacije, ki so nas doletele).
- a) Prodaja se je izboljšala.
 - b) Ni se nič spremenilo, poslujemo enako.
 - c) Prodaja je upadla.
- 9) Kako ste pripomogli k poslovanju v svetovno kriznih razmerah, da ste ohranili prodajo in zvestobo kupcev? (Možnih je več odgovorov.)
- a) Spletne promocije (facebook, instagram, spletna stran ...).
 - b) Dodatna ponudba izdelkov.
 - c) Povečanje prodajne mreže (prodaja na tržnici, trgovine ...).
 - d) Za ohranjanje in povečanje prodaje nismo naredili ničesar.
 - e) Drugo: _____
- 10) Ali menite, da je miselnost posameznikov že dovolj usmerjena k nakupu domačih in lokalnih izdelkov, ki so morda dražji, ali se vam zdi, da posamezniki še vedno raje kupujejo trgovinsko cenejše izdelke?
- a) Menim, da je se posamezniki dovolj podpirajo lokalno in kupujejo domače.
 - b) Menim, da je podpiranje lokalnih ponudnikov vedno močnejše, ob enem pa še vedno raje posegajo po trgovinsko cenejših izdelkih.
 - c) Menim, da miselnost posameznikov še vedno ni dovolj usmerjena k nakupu domačih in lokalnih izdelkov, saj v vsakem primeru raje kupijo trgovinsko cenejši izdelek.