POTRAŽNJA ZA DUHANSKIM PROIZVODIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Grgas, Dora

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:221271

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

POTRAŽNJA ZA DUHANSKIM PROIZVODIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Mentor:

Izv. prof. dr. sc. Josipa Višić

Student:

Dora Grgas

Split, rujan, 2019.

SADRŽAJ:

1. UVOD 3

1.1. Problem i predmet istraživanja 3

1.2. Cilj rada 3

1.3. Metode istraživanja 3

1.4. Struktura završnog rada 3

2. TEORIJSKE ODREDNICE POTRAŽNJE ZA DUHANSKIM PROIZVODIMA 5

2.1. Duhanski proizvodi 5

2.2. Pojam potražnje 5

2.3. Determinante potražnje 8

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA DETERMINANTI NA POTRAŽNJU ZA DUHANSKIM PROIZVODIMA 10

3.1. Opis uzorka 10

3.2. Analiza utjecaja determinanti potražnje za cigaretama 14

3.2.1. Dohodak potrošača 14

3.2.2. Cijene povezanih dobara 16

3.2.3. Ukusi i preferencije 20

3.2.4. Ostale determinante 23

4. ZAKLJUČAK 28

LITERATURA 30

PRILOZI 31

SAŽETAK 35

SUMMARY 35

1. UVOD

1.1. Problem i predmet istraživanja

Konzumiranje duhanskih proizvoda je štetna navika za zdravlje ljudi, ali i sve češća među mladim osobama u Republici Hrvatskoj pri čemu pušači ne samo što ugrožavaju vlastito zdravlje već i zdravlje nepušača oko sebe. Konzumacija cigareta je bitan uzrok obolijevanja pri čemu se povećava rizik za više od 30 različitih bolesti. Učestalim konzumiranjem duhanskih proizvoda dolazi do teških bolesti koje mnogi ne izliječe te nerijetko rezultira smrću. U Hrvatskoj svaka treća osoba konzumira duhanske proizvode, dok prosječno 11 000 - 12 000 pušača godišnje umre, odnosno dnevno 30 osoba.[1]

Na potražnju za duhanskim proizvodima utječu različite varijable, koje imaju za posljedicu povećanje, stagnaciju, ili smanjenje njihove konzumacije.

U ovom radu istražit će se potražnja za duhanskim proizvodima u Republici Hrvatskoj u razdoblju od travanja do svibnja 2019. godine među studentskom populacijom.

1.2. Cilj rada

Cilj ovog rada je istražiti značajke potrošnje i razloge konzumiranja duhanskih proizvoda u studentskoj populaciji u Republici Hrvatskoj. Odnosno, cilj je analizirati determinante potražnje za duhanskih proizvodima među mladim stanovništvom, te prikazati na koji način komplementi duhanskih proizvoda djeluju na studente pri korištenju duhanskih proizvoda u Republici Hrvatskoj.

1.3. Metode istraživanja

U ovom radu su u teorijskom dijelu primijenjene metode deskripcije, sinteze, indukcije, analize i dedukcije. U empirijskom dijelu rada su prikupljeni željeni podaci anketom, a rezultati su kvalitativno i kvantitativno obrađeni, te opisani u svrhu postizanja zadanih ciljeva rada.

1.4. Struktura završnog rada

Završni rad je podijeljen na četiri dijela: Uvod, Teorijske odrednice potražnje za duhanskim proizvodima, Empirijsko istraživanje utjecaja determinanti na potražnju za duhanskim proizvodima i Zaključak.

[1]Prema: http://www.zzjzbpz.hr/images/stories/OVISNOSTI/PU%C5%A0ENJE_CIGARETA.pdf

U uvodnom dijelu je definiran problem i cilj istraživanja, te su opisane korištene metode. Zatim je opisana teorijska osnova relevantna za ovo istraživanje, a opisuje duhanske proizvode i njihovu štetnost na ljudsko zdravlje, pojam potražnje kroz zakon i funkciju potražnje te determinante potražnje koje su ključne za istraživanje definiranog problema. U empirijskom dijelu rada su prikazani i opisani rezultati provedenog istraživanja, koji su prikupljeni putem anketnog istraživanja. U poglavlju Zaključak su istaknuti zaključci proizašli iz ovog rada.

2. TEORIJSKE ODREDNICE POTRAŽNJE ZA DUHANSKIM PROIZVODIMA

2.1. Duhanski proizvodi

Zakon o ograničavanju uporabe duhanskih i srodnih proizvoda definira duhanske proizvode kao proizvode koji se mogu konzumirati, a koji se sastoje, čak i samo djelomično, od duhana koji jest ili nije genetički modificiran.[2] U duhanske proizvode spadaju cigarete, duhan za samostalno motanje, duhan za lule, duhan za vodene lule, cigare, cigarilosi, duhan za žvakanje, duhan za šmrkanje ili duhan za oralnu upotrebu, a novi duhanski proizvodi su duhanski proizvodi koji ne pripadaju nijednoj od navedenih kategorija, a stavljen je na tržište nakon 19. svibnja 2014.[3] Duhanski proizvodi sadrže aktivnu supstancu nikotin. Dokazano je da nikotin djeluje na mozak na takav način da aktivira u mozgu određene centre za nagrađivanje i putanje kojima se izazivaju i reguliraju osjećaji zadovoljstva, čime se izaziva ovisnost. Svaki sastojak duhanskog dima je štetan i djeluje na svaku živu stanicu ljudskog organizma i ugrožava njihove funkcije.[4] Pretpostavlja se da je 6 milijuna ljudi umrlo zbog konzumiranja duhanskih proizvoda u svijetu, čak i do 600 000 nepušača zbog pasivnog udisanja duhanskih dimova. Smatra se da je ovakav način konzumiranja duhanskih proizvoda kao „legalne droge“ razlog zbog čega je više ljudi izgubilo živote nego zajedno zbog ispijanja alkoholnih pića, korištenja heroina i kokaina, izvršenja samoubojstva, ubojstva, požara, prometnih nezgoda i zaraženosti AIDS-om.[5] Naime, unatoč mnogim negativnim posljedicama koje nastupaju dugotrajnim konzumiranjem duhanskih proizvoda, većina mladih želi probati takve proizvode iz znatiželje, po uzoru na starije ili da bi bili prihvaćeni u društvu ali nikad ne očekuju da će postati ovisni o nikotinu. Također ne razmišljaju o vlastitom zdravlju zbog toga što im je to nerealno te smatraju da nikad neće doći do zdravstvenih problema.

2.2. Pojam potražnje

Potražnja je pojam koji označava količinu nekog dobra ili usluge koju je netko voljan i sposoban kupiti na nekom tržištu tijekom nekog vremena pri svakoj mogućoj cijeni toga dobra ili usluge.[6]

---

[2] Prema: https://www.zakon.hr/z/909/Zakon-o-ograničavanju-uporabe-duhanskih-i-srodnih-proizvoda
[3] Prema: https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/hrvatski-dan-nepusenja/
[4] Prema: https://bs.wikipedia.org/wiki/Nikotin
[5] Prema: http://www.zzjzbpz.hr/images/stories/OVISNOSTI/PU%C5%A0ENJE_CIGARETA.pdf
[6] Prema: Pavić, I. (2015): Mikroekonomija: teorija i praksa, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, str. 43.

Potražnja se javlja kao potreba ili želja za određenim dobrom ili uslugom, te se smatra da će taj pojedinac omogućiti sebi taj proizvod ili uslugu bez obzira na njegovu cijenu.

Količina potražnje podrazumijeva količinu nekog dobra koju je neka osoba voljna i sposobna kupiti na nekom tržištu tijekom nekog vremena pri točno određenoj cijeni tog dobra. Razlika između pojma potražnje i količine potražnje vidljiva je u analizi potražnje s obzirom na mogućnost potraživanja na tržištu u odnosu na cijenu promatranog dobra ili druge utjecajne faktore.

Ljudi nastoje maksimizirati vlastito zadovoljstvo uz minimalni izdatak. To znači da su ljudi skloniji kupiti veću količinu određenog dobra pri nižoj cijeni, odnosno manju količinu pri višoj. Ovim pristupom cijena može utjecati na potražnju izravno i neizravno. Izravno utječe ako se jedno dobro kojemu je cijena porasla zamjenjuje drugim ili sličnim dobrom kojemu je cijena ostala nepromijenjena. Neizravan utjecaj cijene označava situaciju pri kojoj porast ili pad cijene utječe na relativnu visinu dohotka. U tome smislu će porastom cijene biti smanjena relativna visina dohotka, što smanjuje potražnju ili u suprotnom slučaju pad cijene uzrokuje porast potražnje.

Tablica 1 prikazuje brojčane vrijednosti količina potraživanih dobara pridružene pripadajućim cijenama, prikazane kombinacijama A, B, C, D i E. Cijene i količina nekog dobra su poredane po veličini zbog djelovanja zakona potražnje koja označava zakonitost prema kojoj potražnja za nekim dobrom raste ako se smanji njegova cijena i obratno, držeći sve ostalo konstantnim.

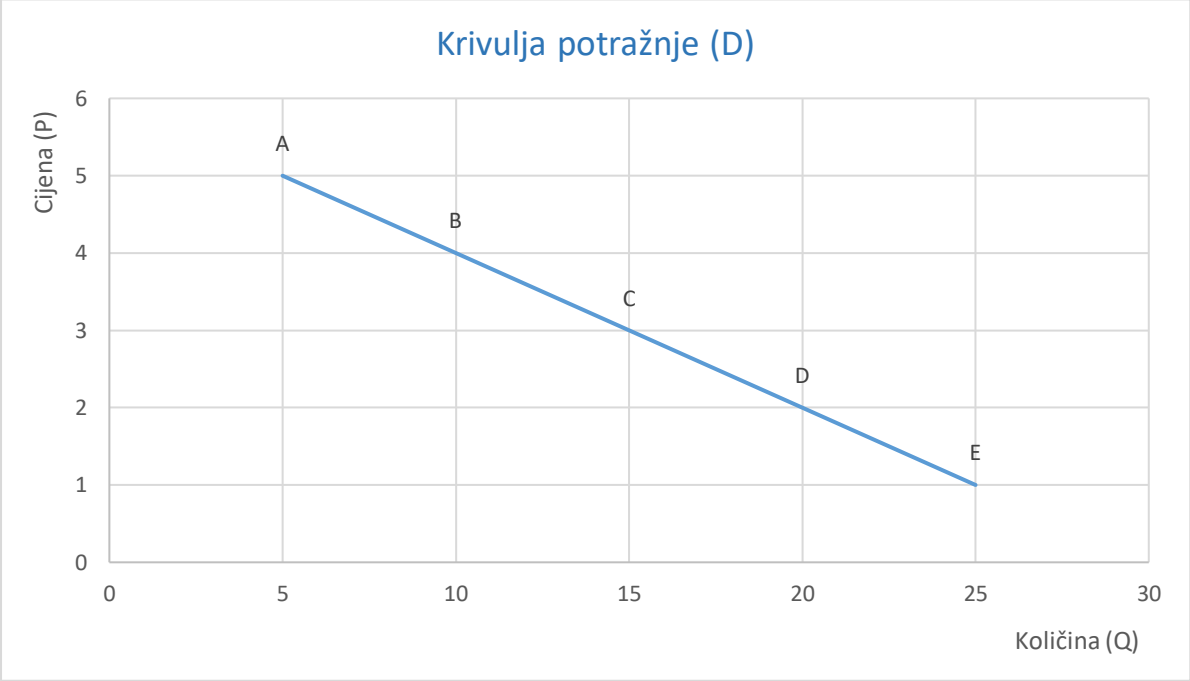
Tablica 1. Tablica potražnje

Kombinacija	Cijena (P)	Količina (Q)
A	5	5
B	4	10
C	3	15
D	2	20
E	1	25

Izvor: Izrada autorice (prema: Pavić I. (2015.): Mikroekonomija: teorija i praksa, Ekonomski fakultet Split, str. 45.)

Podatke iz Tablice 1 potražnje možemo prikazati grafički krivuljom potražnje. Krivulju potražnje prikazujemo grafički u koordinatnom sustavu. Na ordinati je prikazana cijena, dok se količina nalazi na apscisi. Slika 1 prikazuje krivulju potražnje koja je opadajuća zbog negativnog nagiba krivulje, kao što je u skladu sa zakonom potražnje. Vidljivo je da s porastom cijene količina potražnje opada za tim dobrom, odnosno ljudi će potraživati veću količinu nekog

dobra ako se cijena smanji. Pri cijeni od 5 novčanih jedinica potražuje se 5 proizvoda kao što prikazuje kombinacija A, dok kombinacija B prikazuje smanjenje cijene za 1 novčanu jedinicu i povećanje količine na 10 proizvoda. Najveću potraživanu količinu prikazuje kombinacija E pri kojom se potražuje 25 proizvoda pri najnižoj cijeni pri 1 novčanoj jedinici.



Slika 1: Krivulja potražnje

Izvor: Izrada autorice (prema: Pavić I. (2015.): Mikroekonomija: teorija i praksa, Ekonomski fakultet Split, str. 46.)

Funkcija potražnje, prikazana jednadžbom 1, prikazuje odnos između određene količine dobra (Q_D) i tržišne cijene dobra (P), dok ostale varijable zanemarujemo u ovom slučaju koje isto možemo zapisati u matematičkom obliku. Najjednostavniji matematički izvod funkcije potražnje prikazujemo jednadžbom:

$Q_D = f(P)$ (1)

Funkcija potražnje može biti linearna i nelinearna. Ako je grafički prikazana funkcija potražnje u obliku pravca kao što to ilustrira slika 1, tada je funkcija linearna. U suprotnom slučaju, ako je grafom prikazana krivulja, tada je riječ o nelinearnoj funkciji potražnje. Grafički prikazujemo funkciju potražnje jednadžbom Q_D = a – bP gdje parametar a označava odsječak na osi y u koordinatnom sustavu, odnosno prikazuje visinu cijene nekog proizvoda kada je njegova potraživana količina jednaka 0, dok parametar b označava nagib krivulje potražnje.

2.3. Determinante potražnje

Različiti faktori utječu na promjene u potražnji, te svakom njihovom promjenom uzrokuju promjene unutar krivulje ili promjene koje rezultiraju pomakom čitave krivulje prema lijevo ili desno. Determinante su takvi faktori čije promjene uzrokuju pomak čitave krivulje potražnje. Razlikujemo sljedeće determinante:

- dohodak potrošača
- cijene povezanih dobara
- ukusi i preferencije
- stanovništvo
- očekivanja potrošača.

Koliko je kupac voljan potrošiti na kupovinu dobara ili usluga ovisi o veličini njegovog dohotka. U slučaju da se radi o normalnim dobrima, očekivano je da će kupac biti spreman kupiti veću količinu dobara ili usluga kada se poveća njegov dohodak, tj. povećat će se potražnja za dobrima ili uslugama. U suprotnom slučaju, ako potražnja za određenim dobrom opada s porastom dohotka potrošača, riječ je o inferiornim dobrima. Primjer takve vrste dobra je jeftinija, ali nekvalitetna hrana naspram kvalitetnijim i skupljim dobrima.

Cijene povezanih dobara kao determinanta potražnje mogu se promatrati u zavisnosti od toga u kakvom su odnosu povezana dobra i promatrano dobro. Razlikujemo dobra koja su supstituti, tj. dobra koja se mogu međusobno zamjenjivati u potrošnji npr. kao što je nafta supstitut benzinu. Ako jednom supstitutu poraste cijena, dolazi do povećanja potražnje za drugim supstitutom. S druge strane, postoje dobra koja su komplementi, tj. ona dobra koja se nadopunjuju u potrošnji, kao što pogonsko gorivo nadopunjuje tj. omogućava korištenje automobila. Kod komplementarnih dobara porast cijene jednog dobra rezultira smanjenjem potražnje za oba dobra koja su u komplementarnom odnosu.

Na povećanje ili smanjenje potražnje utječu i ukusi i preferencije potrošača za određenim dobrima. Povećano zanimanje potrošača predstavljaju dobra koja su određenog zaštitnog znaka poput automobila ili kozmetike. Potražnja za određenim dobrima se povećava ako su u skladu s ukusima i preferencijama potrošača kao što i vrijedi obratno.

Stanovništvo je determinanta koja značajno utječe na pomak krivulje potražnje. Porast broja stanovnika rezultira pomakom krivulje u desno, odnosno povećanjem potražnje. Vrijedi i obratno, tj. potražnja za dobrima će se smanjiti ako se smanjuje broj stanovnika.

Očekivanja potrošača kao determinanta potražnje povezana su prije svega s očekivanjima u pogledu razine dohotka i cijena u budućnosti. Ako neka osoba očekuje veći dohodak u budućnosti, ona će biti spremnija potrošiti više danas nego ako u budućnosti očekuje manji dohodak. Dakle, riječ je o sklonosti štednji kojom se osigurava budućnost, koja je u situaciji recesije sve neizvjesnija. Slično se može kazati i za cijene, tj. potrošači će kupovati veću količinu nekog dobra ako se očekuje da će njegova cijena u budućnosti rasti.[7]

.

[7] Prema: Pavić, I. (2015): Mikroekonomija: teorija i praksa, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, str. 53 i 54.

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA DETERMINANTI NA POTRAŽNJU ZA DUHANSKIM PROIZVODIMA

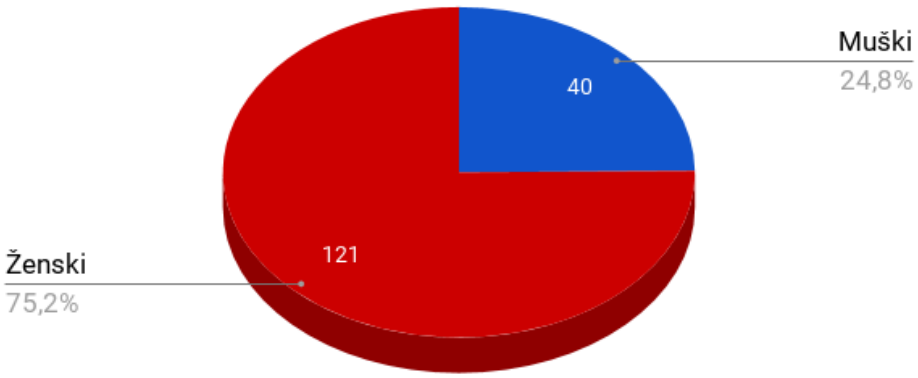
U ovom poglavlju su opisane determinante potražnje studentske populacije za duhanskim proizvodima u Republici Hrvatskoj. Determinante koje su analizirane prilikom izrade rada su dohodak potrošača, cijene povezanih dobara, te ukusi i preferencije. Nadalje, za svaku determinantu je obrazloženo na koji način utječe na osobe koje predstavljaju uzorak ovog istraživanja.

3.1. Opis uzorka

Ovom analizom je obuhvaćeno mlado stanovništvo Republike Hrvatske koji predstavljaju uzorak ispitanika tijekom istraživanja. Na temelju prikupljenih podataka istraživanjem ispitan je utjecaj determinanti na potražnju za duhanskim proizvodima.

Istraživanje je provedeno online anketnim upitnikom u kojemu je sudjelovalo 161 ispitanika. Anketa je provedena u razdoblju od travnja do svibnja 2019. godine.

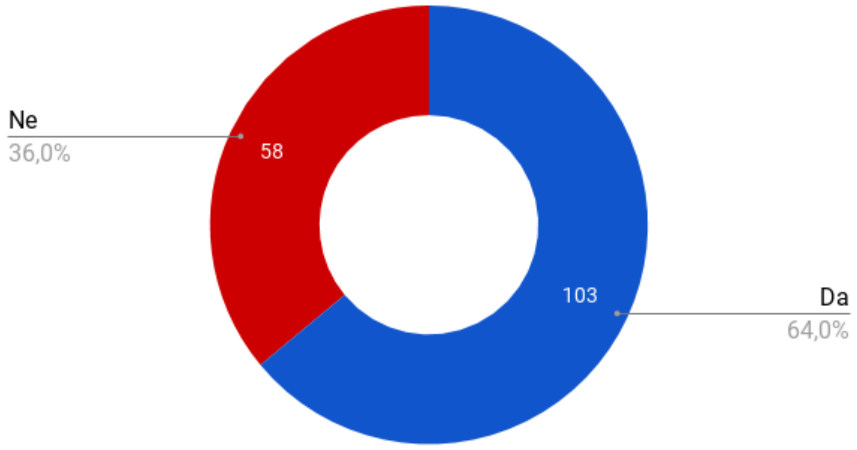
Na slici 2 je prikazan udio muške i ženske populacije u ispitivanom uzorku. Uočava se veći postotak ispitanika ženskog spola (75,2%), dok je ispitanika muškog spola (24,8%) znatno manje.



Slika 2: Spol ispitanika

Izvor: Izrada autorice

Rezultat anketnog upitnika prikazan na slici 3 kazuje da 64% ispitanika konzumiraju duhanske proizvode dok ih 36% ne konzumira.



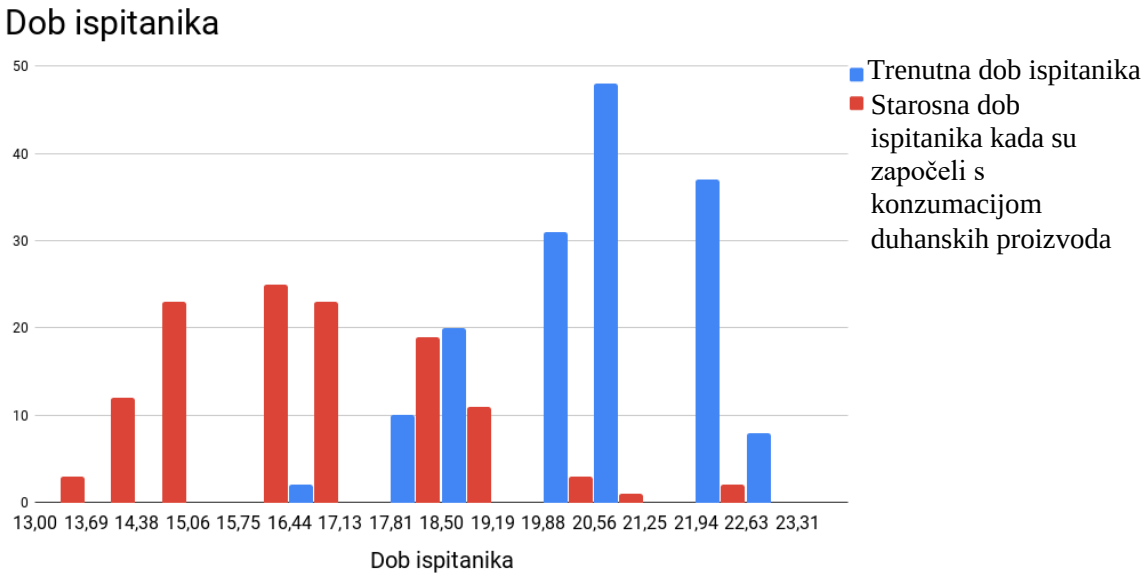
Slika 3: Konzumiranje duhanskih proizvoda među ispitanicima

Izvor: Izrada autorice

Promatrajući ispitanike prema starosnoj dobi preko histograma prikazano na slici 4 vidljive su dvije različite starosne dobi. Trenutna starosna dob ispitanika prikazana je plavim stupcima, dok crveni stupci prikazuju s koliko su godina počeli konzumirati duhanske proizvode. Konzumiranje duhanskih proizvoda započinje od 13. godine te se povećava od 15. godine, dok najveći broj ispitanika konzumiranje započinje u razdoblju od 16. do 19. godine. Također, većinski dio uzorka ovog anketnog istraživanja je u starosnoj dobi između 18. i 23. godine.

Konzumiranje duhanskih proizvoda kod mladih naučeno je ponašanje, a u tom procesu učenja i usvajanja navike konzumiranja presudnu ulogu osobito imaju vršnjaci te odrasle osobe u najbližemu okruženju u kojemu mladi odrastaju. Istraživanja o korištenju duhanskih proizvoda kod mladih upravo pokazuju tu važnost socijalnog utjecaja, ali također pokazuju da određeni postotak ispitanih mladih konzumira ovakve proizvode jer im to godi, a takvih je sve više kako su stariji. Ovo potonje ukazuje kako se već i kod dijela takvih mladih razvija ovisnost o duhanskim proizvodima.[8]

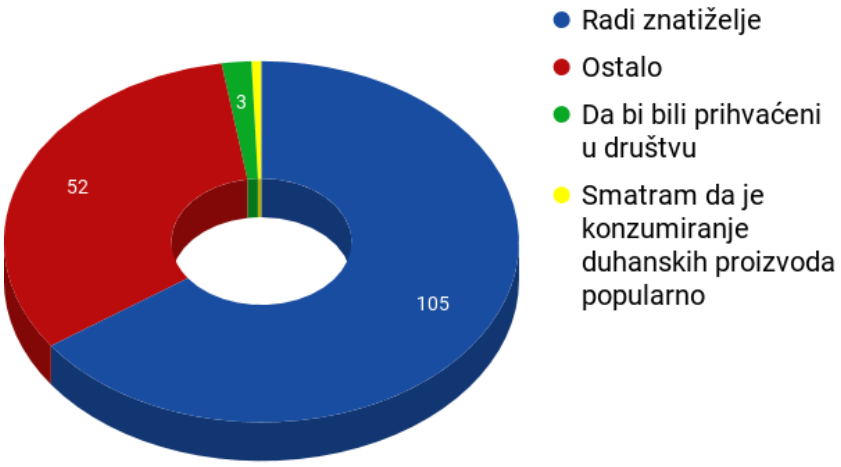
[8] Prema: http://www.zzjzvpz.hr/index.php?sadrzaj=novosti&novtxt=317



Slika 4: Starosna dob ispitanika prikazana s obzirom na njihov početak konzumacije duhanskih proizvoda u odnosu na njihovu trenutnu dob

Izvor: Izrada autorice

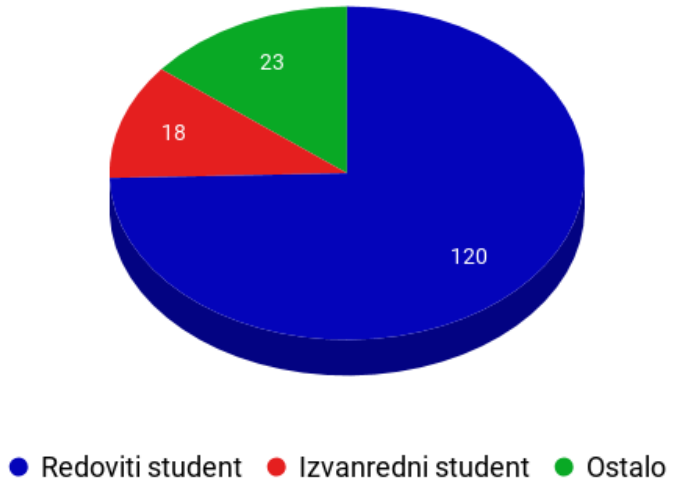
S obzirom na činjenicu da duhanski proizvodi imaju više mana nego koristi, anketnim upitnikom doznajemo zbog čega su ispitanici probali duhanski proizvod (Slika 5). Najčešći razlog je znatiželja (65,2%). Pritisak vršnjaka u smislu želje da mladi budu prihvaćeni u društvu nije zauzeo visoki postotak u ovom istraživanju (1,9%) kao ni popularnost konzumiranja duhanskih proizvoda (0,6%), dok 32,3% ispitanika nije među ponuđenim odgovorima pronašlo razlog.



Slika 5: Razlozi zbog kojih su ispitanici odlučili probati duhanski proizvod

Izvor: Izrada autorice

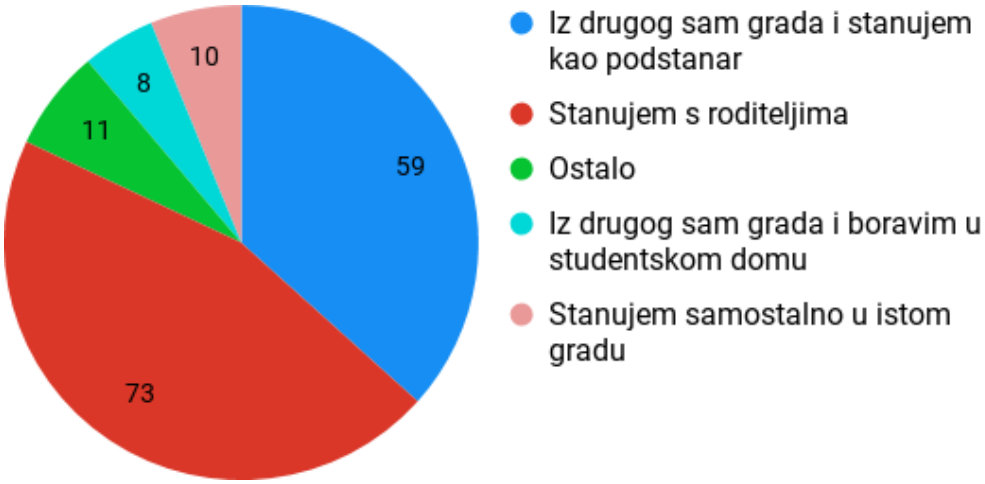
Temeljem anketnog istraživanja studentskog statusa ispitanika prikazanog na slici 6 utvrđeno je da 85,7% ispitanika studira, pri čemu je redovitih studenata 75%, te 10,6% izvanrednih studenata od ukupnog postotka ispitanika. U ispunjavanju ove ankete je sudjelovalo 14,4% ispitanika koji trenutno ne studiraju.



Slika 6: Studentski statusi ispitanika

Izvor: Izrada autorice

S obzirom na mjesto stanovanja ispitanika, prikazano na slici 7, najveći broj ispitanika stanuje s roditeljima (45,6%), dok drugi najveći postotak predstavlja ispitanike koji dolaze iz drugih gradova te iznajmljuju stan kako bi stanovali kao podstanari u drugom gradu (36,9%). Manji broj ispitanika stanuje samostalno u istom gradu (5,6%) ili stanuju u studentskom domu (5,0%) tijekom studiranja. Ispitanici koji se nisu izjasnili za mjesto stanovanja tijekom akademske godine su također u manjini (6,9%) u odnosu na ukupan iznos ispitanika.



Slika 7: Mjesto stanovanja ispitanika tijekom akademske godine

Izvor: Izrada autorice

3.2. Analiza utjecaja determinanti potražnje za cigaretama

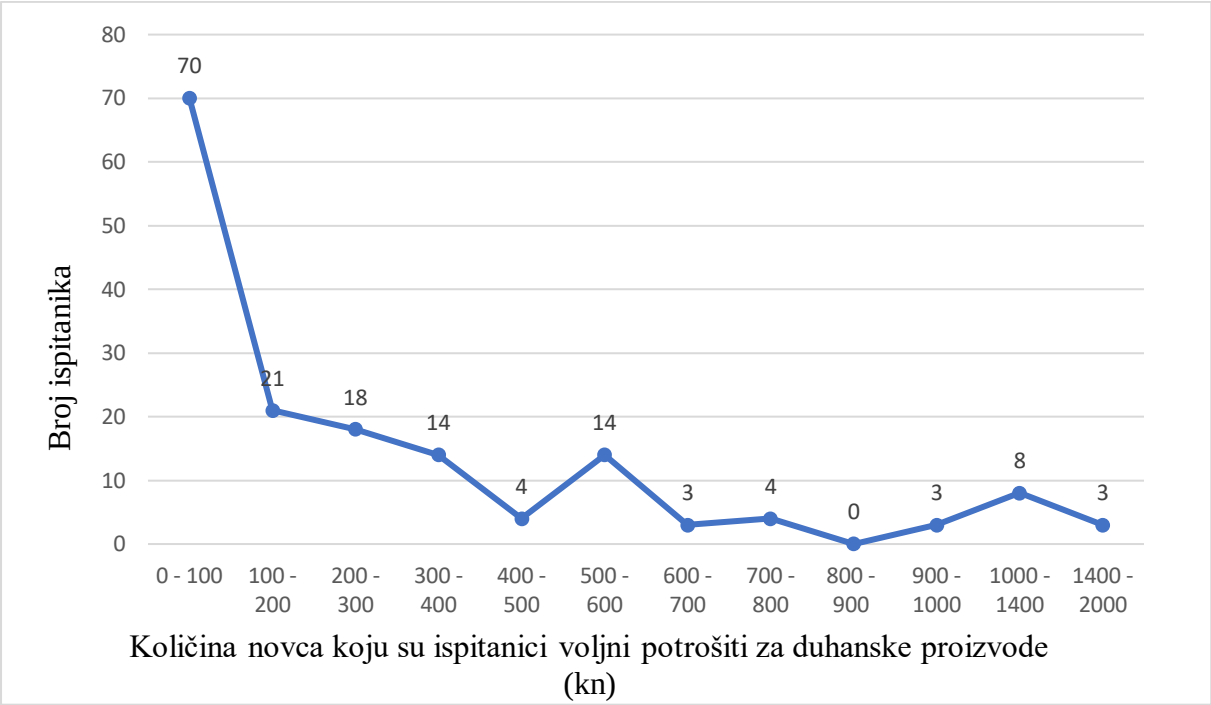
U ovom poglavlju će se opisati odrednice potražnje za koje se smatra da su ključni faktori prilikom analiziranja utjecaja promjena na razinu potražnje za duhanskim proizvodima. Determinante koje se analiziraju u radu za koje se smatra da utječu na odluku pojedinaca prilikom potražnje za duhanskim proizvodima su dohodak potrošača, cijene povezanih dobara, te ukusi i preferencije. U ovom dijelu se navode razlozi zbog kojih se pretpostavlja da navedene determinante utječu na odluku pojedinaca o potražnji za duhanskim proizvodima.

3.2.1. Dohodak potrošača

Dohodak je vrlo bitan faktor pri kupnji koji utječe na kupca te kupac s obzirom na dohodak odlučuje hoće li neku robu kupiti i u kojim količinama. Dohodak potrošača se može povećati ili smanjiti i tako utjecati na promjenu potražnje. Tako primjerice, ukoliko dođe do značajnog povećanja raspoloživih dohotka ljudi, dolazi do povećanja njihove kupovne moći za onim dobrima koje ti ljudi potražuju. Na primjer, ako su cigarete takva dobra, tada bi se povećala potražnja za njima što dovodi do pomaka krivulje potražnje u desno (Slika 1). S druge strane, ako su dohoci ljudi smanjeni, potrošačima ostaje manje raspoloživog sredstva za kupnju tolike količine cigareta koliko su kupovali ranije.[9]

[9] Prema: Karić, M. (2006): Mikroekonomika, prvo izdanje, Ekonomski fakultet, Osijek, str. 73.

U anketnom uzorku prikazanog na slici 6 prevladava studentska populacija, odnosno 85,7% sudionika u ovom anketnom istraživanju ima status studenta. Slika 8 pokazuje koliki iznos novaca su ispitanici voljni potrošiti na duhanske proizvode.



Slika 8: Uvid u mjesečno trošenje ispitanika na duhanske proizvode

Izvor: Izrada autorice

Najveći postotak (43,5%) čine oni anketni sudionici koji su voljni potrošiti do 100 kn mjesečno na duhanske proizvode iako se 31,7% ispitanika izjasnilo da uopće ne kupuju duhanske proizvode. Manji postotak ispitivača (13%) odlučuje mjesečno izdvojiti do 200 kn iz ukupnog dohotka. Također, 11,2% ispitivača troši od 200 do 300 kn mjesečno na duhanske proizvode. Zatim, 8,7% ispitivača izdvaja 200 do 300 kn mjesečno ali jednaki postotak izdvaja ispitivača izdvaja 500 do 600 kn na duhanske proizvode iz vlastitog budžeta. Čak 13% ispitivača troši više od 600 kn mjesečno na duhanske proizvode.

Prema Hrvatskom zavodu za javno zdravstvo nastoji se smanjiti potrošnja stanovništva na duhanske proizvode u svrhu zdravijeg života. Posljedica povećanja cijena duhanskih proizvoda je zapravo smanjena potražnja za tim proizvodima. Pretpostavlja se da povećanje cijene duhanskih proizvoda ima 2 do 3 puta veći učinak kod mladih u odnosu na odraslo stanovništvo. Sprječavanje započinjanja konzumacije duhanskih proizvoda mladog stanovništva ima za rezultat da rijetka konzumacija ne razvija ovisnost, odnosno ne prelazi u svakodnevnicu. Dakle,

pozitivan učinak povećanja cijena duhanskih proizvoda na društvo s vremenom raste, dok mlađe generacije ranije prestanu s konzumiranjem duhanskih proizvoda ili nikad ne započnu.[10] S druge strane, uvođenjem tzv. preventivnih poreza kroz izglasavanje Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o obveznom zdravstvenom osiguranju nije prihvatljiva opcija jer će ugroziti radna mjesta u duhanskoj i industriji pića. Nadalje, ovakve mjere potiču razvoj crnog tržišta te pritom ne donose rješenje problema u zdravstvenom sustavu kao što ni ne utječu na smanjenje konzumacije alkohola i duhanskih proizvoda. S obzirom na preopterećenost Hrvatskog gospodarstva porezima i drugim davanjima, provođenje spomenutih mjera negativno utječe na konkurentnost hrvatskih tvrtki. Duhanska i industrija proizvodnje alkoholnih pića su trenutno opterećene visokim trošarinama, a svakim dodatnim oporezivanjem uz postojeći rezultira rizikom od nastupanja urušavanja njihova poslovanja kao i gubitkom velikog broja radnih mjesta. Dakle, visoke cijene ne potiču na odabir zdravijeg načina života već će potaknuti rast crnog tržišta. Za podizanje svijesti o nužnosti umjerene i smanjene konzumacije duhanskih proizvoda te brige o vlastitom zdravlju potrebne su drugačije mjere, a novi iznenadni nameti poduzetnicima nisu jedna od njih.[11]

3.2.2. Cijene povezanih dobara

Količina dobara koju potražuje pojedinac ovisit će i o cijenama povezanih dobara. Kada poraste cijena jednog dobra, „*ceteris paribus*“, potraživana količina će se smanjiti jer je cijena supstituta ostala nepromijenjena pa potrošači sada kupuju više supstituta koji su relativno jeftiniji od dobra čija je cijena porasla. Ovaj učinak se zove učinak supstitucije.[12] Na primjer, ukoliko dođe do porasta cijena duhanskog proizvoda Marlboro, smanjit će se potražnja za njima jer su sada slični proizvodi, odnosno supstituti poput duhanskih proizvoda Chesterfield relativno jeftiniji uz njihovu nepromijenjenu cijenu.

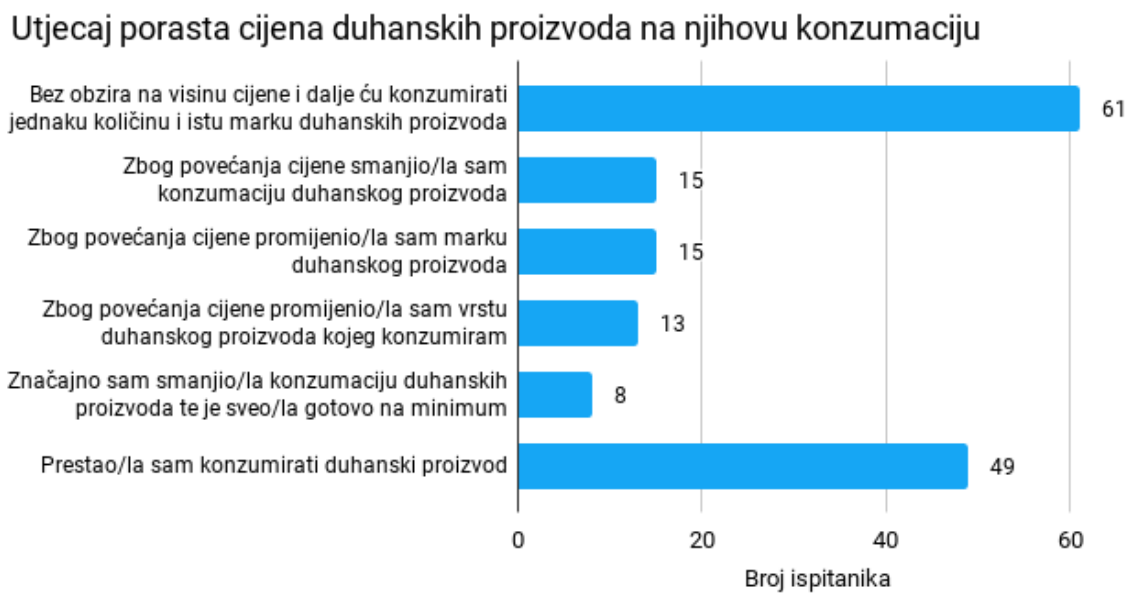
S obzirom na porast cijena duhanskih proizvoda u Republici Hrvatskoj, tijekom anketnog istraživanja ispitani su sudionici na kakav bi način reagirali ukoliko dođe do većeg porasta cijena duhanskih proizvoda. Rezultat anketnog istraživanja o promjeni cijena duhanskih proizvoda prikazuje Slika 9.

---

[10] Prema: https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2018/11/Mladi-alkohol-pusenje.pdf

[11] Prema: http://www.poslovni.hr/hrvatska/poslodavci-objasnili-zasto-se-ostro-protive-drasticnom-poskupljenju-cigareta-i-alkohola-343233

[12] Prema: Reić, Z., Mihaljević Kosor, M. (2011): Osnove ekonomije, Split, str. 101.



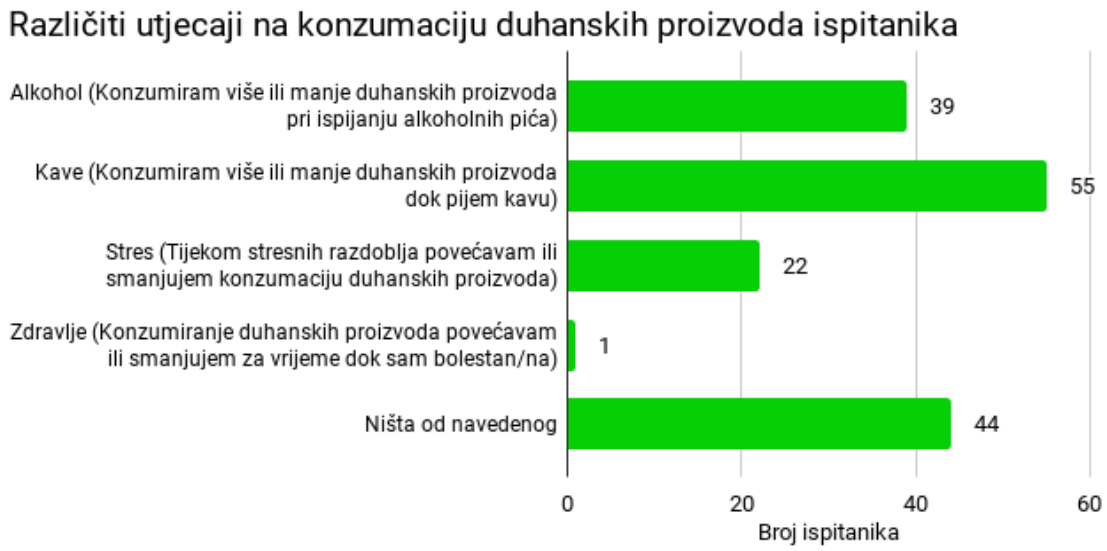
Slika 9: Ponašanje ispitanika prilikom promjene cijena duhanskih proizvoda

Izvor: Izrada autorice

Na porast cijene duhanskih proizvoda 37,9% ispitivača se izjasnilo da će i dalje konzumirati jednaku količinu duhanskih proizvoda, ali i istu marku. 9,3% ispitanika bi u takvoj situaciji konzumiralo manju količinu duhanskih proizvoda, dok se jednaki postotak ispitanika odlučio za jednaku količinu duhanskih proizvoda ali uz konzumiranje druge marke. Ovim odabirom potrošači smanjuju potražnju za onim duhanskim proizvodom koji su koristili do sada, te se okreću njihovim supstitutima, odnosno drugom markom duhanskih proizvoda pri čemu dolazi do povećanja potražnje za tim duhanskim proizvodima. Manji postotak ispitanika se odlučio na promjenu konzumiranja vrste duhanskih proizvoda. Na primjer, ukoliko se cijena cigareta poveća, 8,1% ispitanika bi prestao konzumirati cigarete, te bi počeli konzumirati duhan na motanje jer je takav duhanski proizvod jeftiniji čak i ako mu poraste cijena za jednaki postotak kao i cijena cigareta. Naime, samo se 5% ispitanika odlučilo za drastično smanjenje konzumacije duhanskih proizvoda. Čak je 30,4% ispitanika prestalo s konzumiranjem duhanskih proizvoda u potpunosti jer im povišena cijena takvih proizvoda ne odgovara.

Poznato je da postoje različiti utjecaji na konzumiranje duhanskih proizvoda kao što su alkoholna pića, kave, stresni periodi i zdravstveno stanje osobe. Osobe koje konzumiraju duhanske proizvode uglavnom povećavaju svoju dozu prilikom ispijanja kava i alkoholnih pića kao što su to i potvrdili ispitanici (Slika 10). Najveći postotak se opredijelio da je glavni utjecaj promjene doze konzumiranja duhanskih proizvoda upravo kava (34,2%) i alkohol u manjem postotku (24,2%). Stresno razdoblje je također bitan faktor koji utječe na konzumaciju

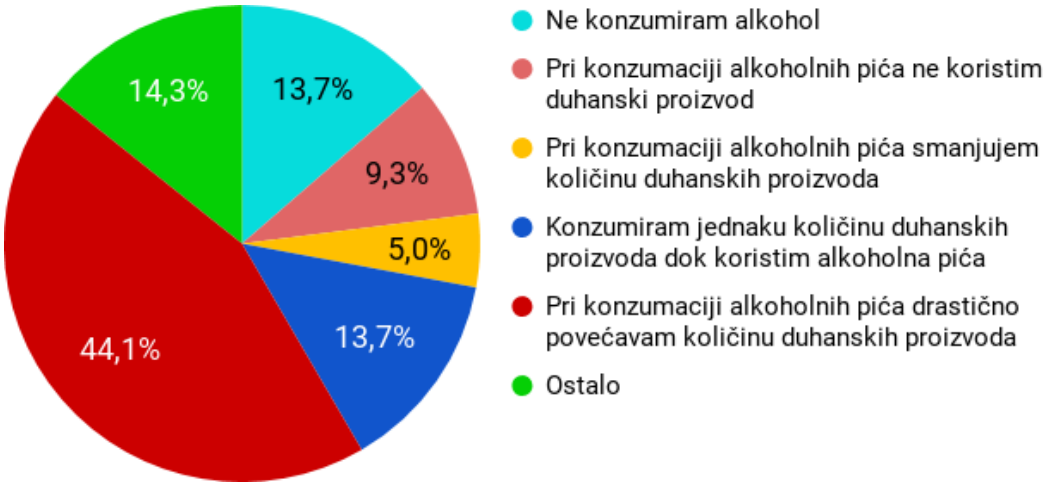
duhanskih proizvoda kao što je istaklo 13,7% ispitanika, dok zdravlje (0,6%) nema bitan utjecaj u ovom istraživanju. Čak 27,3% ispitanika je izjavilo da ni alkohol, kava, stres ni zdravlje ne utječu na konzumaciju duhanskih proizvoda.



Slika 10: Čimbenici koji utječu na smanjenje ili povećanje konzumiranja duhanskih proizvoda ispitanika

Izvor: Izrada autorice

U današnje vrijeme nije strano da mnoštvo mladih konzumira alkoholna pića, posebice studentska populacija. Prema tome, uzorak ispitanika je ispitan na kakve načine alkohol utječe na dozu konzumacije duhanskog proizvoda. Prema rezultatima prikazanim na Slici 11 skoro polovica ispitanika (44,1%) je istaklo da prilikom ispijanja alkoholnih pića u stvari povećavaju svoju dozu konzumiranja duhanskih proizvoda u drastičnim mjerama. Naime, manji postotak (13,7%) također konzumira duhanske proizvode u jednakoj dozi tijekom konzumiranja alkohola kao i bez alkohola, dok neki ispitanici (5%) konzumiraju duhanske proizvode u manjoj mjeri tijekom korištenja alkohola. Prema ovim podacima zaključujemo da ispitanici prilikom konzumiranja alkohola koriste ujedno i duhanske proizvode što znači da su ova dobra komplementarna. Ipak, ne konzumiraju svi ispitanici duhanske proizvode tijekom korištenja alkohola (9,3%) kao ni alkohol (13,7%).



Slika 11: Utjecaj alkoholnih pića na konzumaciju duhanskih proizvoda ispitanika

Izvor: Izrada autorice

Iz Slike 11 ustanovljeno je da je alkohol zapravo komplement duhanskim proizvodima. Nadalje, potrebno je ispitati u kakvom su odnosu kava i duhanski proizvodi. Rezultati prikazani na Slici 12 pokazuju da nešto više od 50% ispitanika konzumira duhanske proizvode tijekom ispijanja kave. Nadalje, povećavanje doze duhanskih proizvoda tijekom ispijanja kave najčešći je slučaj kao što su potvrdili ispitanici (36%). Dakle, kavu se također smatra komplementarnim dobrom duhanskim proizvodima.

Slika 12: Utjecaj kave na konzumaciju duhanskih proizvoda ispitanika

Izvor: Izrada autorice

3.2.3. Ukusi i preferencije

Među osnovnim determinantama potražnje ubrajaju se potrebe i ukusi potrošača. Potreba je osjećaj nedostatka za nekim dobrom iz kojeg proizlazi zahtjev za dobrima kojim se taj nedostatak može otkloniti i zadovoljiti potreba. Naime, razvojem današnjeg društva potrebe se stalno šire. Potreba uvijek prethodi potražnji, odnosno, nema potražnje bez potrebe. Međutim, nije nužno da sve potrebe moraju biti i predmet potražnje. S obzirom na mnoštvo dobara s kojima se mogu zadovoljiti potrebe, potražnja za raznim proizvodima i uslugama zavisi od ukusa, odnosno preferencije potrošača.[13]

Promatrajući ukuse i preferencije kao determinantu potražnje za duhanskim proizvodima, potrebno je istražiti zbog čega uopće ispitanici konzumiraju duhanske proizvode, na kakav ih način konzumiraju te koliko često. Razlozi koji su naveli ispitanike na konzumaciju duhanskih proizvoda su prikazani na slici 13.

Slika 13: Razlozi zbog kojih ispitanici konzumiraju duhanske proizvode

Izvor: Izrada autorice

Različiti su razlozi zbog kojih ljudi odlučuju svakodnevno konzumirati duhanske proizvode, ali ovim istraživanjem je navedeno koji su najbitniji razlozi sudionika anketnog upitnika. Iako određeni ispitanici nisu iskazali mišljenje (36,6%), većina se odlučuje konzumirati duhanske proizvode zbog zadovoljstva koje osjećaju (25,5%) ali i zbog toga što smatraju da konzumiranjem smanjuju osjećaj stresa (23,6%). Svakodnevnim konzumiranjem cigareta i ostalih duhanskih proizvoda s vremenom se razvija ovisnost o tim proizvodima, te ih je svega

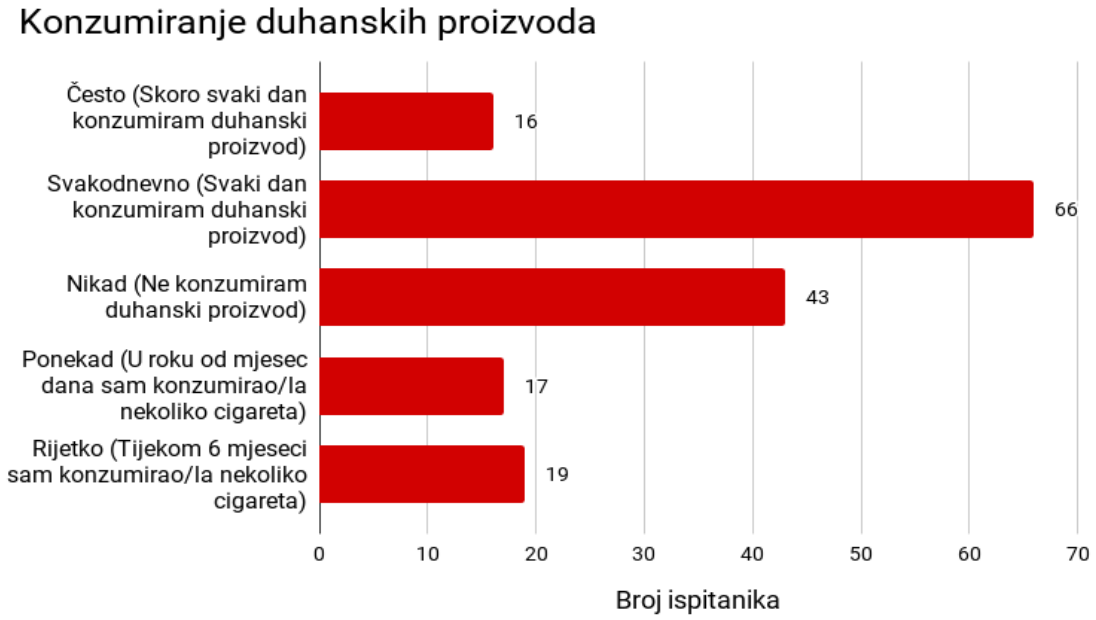
[13] Prema: Bakalar, J. (2009): Mikroekonomija, četvrto izdanje, Ekonomski fakultet, Mostar, str. 34. i 35.

9,9% ispitanika svjesno da su je razvili i stoga i dalje konzumiraju duhanske proizvode. Manji postotak (4,3%) se odlučuje konzumirati duhanske proizvode zbog uživanja u mirisu duhana. Najčešći način konzumiranja duhanskog proizvoda (Slika 14) su cigarete kao što su i potvrdili ispitanici (59%), te u manjem postotku ispitanici koriste duhan na motanje (9,9%). Električne cigarete postaju sve popularnije u današnje vrijeme, te ih se promovira kao „zdraviji“ način konzumiranja duhanskih proizvoda iako mali broj ispitanika (1,2%) u ovom anketnom upitniku ih stvarno konzumira. Jedna od rijetkih metoda konzumiranja duhanskih proizvoda jest žvakanje duhana pri čemu se jedan ispitanik odlučio za takvu konzumaciju, dok lulu ne koristi niti jedan ispitanik.

Slika 14: Različiti načini konzumiranja duhanskih proizvoda

Izvor: Izrada autorice

Promatrajući ispitanike s obzirom na njihovu učestalost u konzumiranju duhanskih proizvoda (Slika 15) uočava se da najveći postotak ispitanika (40,9%) od ukupnog broja ispitanika konzumira duhanske proizvode svakodnevno, dok često konzumiranje duhanskih proizvoda čini svega 11,8%. 10,6% ispitanika konzumira mali broj cigareta mjesečno iako 11,8% ispitanika konzumira cigarete ponekad, tj. na polugodišnjoj bazi. Naime, čak 27,3% ispitanika u ovom uzorku se izjasnilo da uopće ne konzumira duhanske proizvode.

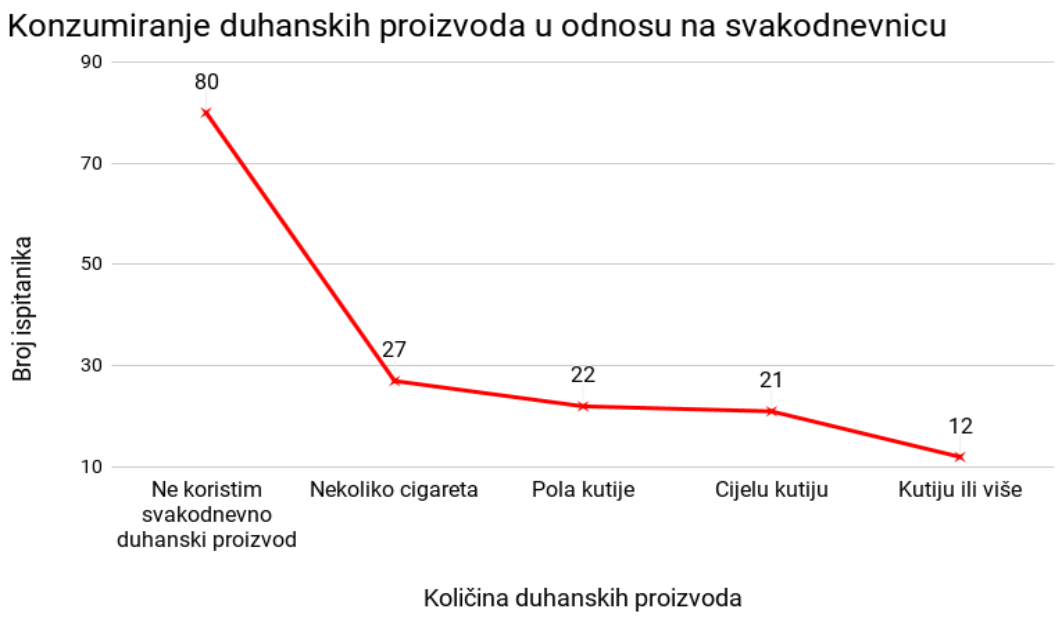


Slika 15: Učestalost konzumacije duhanskih proizvoda ispitanika

Izvor: Izrada autorice

Ukoliko razmatramo konzumiranje duhanskih proizvoda ispitanika na dnevnoj bazi (Slika 16), polovica ispitanika ne konzumira duhanski proizvod svakodnevno. Nadalje, 16,8% ispitanika konzumira svega nekoliko cigareta, te 13,7% ispitanika koristi pola kutije cigareta dnevno. Više od kutije cigareta dnevno konzumira čak 20,5% ispitanika što znači da minimalno 700 kuna troše mjesečno na duhanske proizvode.[14]

[14] Ukoliko prosječna kutija cigareta iznosi 24 kn, a osoba konzumira barem kutiju cigareta dnevno, slijedi da će takva osoba potrošiti najmanje 720 kn (24*30) mjesečno.



Slika 16: Konzumacija duhanskih proizvoda na dnevnoj bazi

Izvor: Izrada autorice

3.2.4. Ostale determinante

Uz osnovne determinante koje utječu na potražnju za duhanskim proizvodima kao što su dohodak potrošača, cijene povezanih dobara, ukusi i preferencije potrošača, možemo nadalje analizirati i ostale determinante poput stresnih razdoblja, zdravstveno stanje pojedinaca, te društvo.

Poznato je da ljudi smatraju da konzumiranje duhanskih proizvoda smanjuje osjećaj stresa, te im pruža osjećaj smirenosti. Naime, istraživanja su pokazala da nikotin velikom brzinom dolazi do mozga pri čemu kemijske reakcije stvaraju privremene promjene u mozgu što osobe koje konzumiraju duhan doživljavaju kao zadovoljstvo, a time i smanjenje anksioznosti uz povećanje budnosti. Svakom povećanom dozom duhana povećava se i ovisnost, dok smanjenom dozom dolazi do povećanog osjećaja stresa i tjeskobe.[15]

S obzirom da je najveći broj ispitanika svjesno da povećava svoju dozu duhanskih proizvoda tijekom stresnog razdoblja, stres je razmatran kao jedan od uzroka promjene potražnje za duhanskim proizvodima, a rezultati su prikazani na Slici 17. Naime, najveći postotak (42,2%) ispitanika je spremno drastično povećati svoju uobičajenu dozu duhanskih proizvoda dok osjećaju da su pod stresom. S druge strane, tijekom stresnog razdoblja 14,3% ispitanika uopće

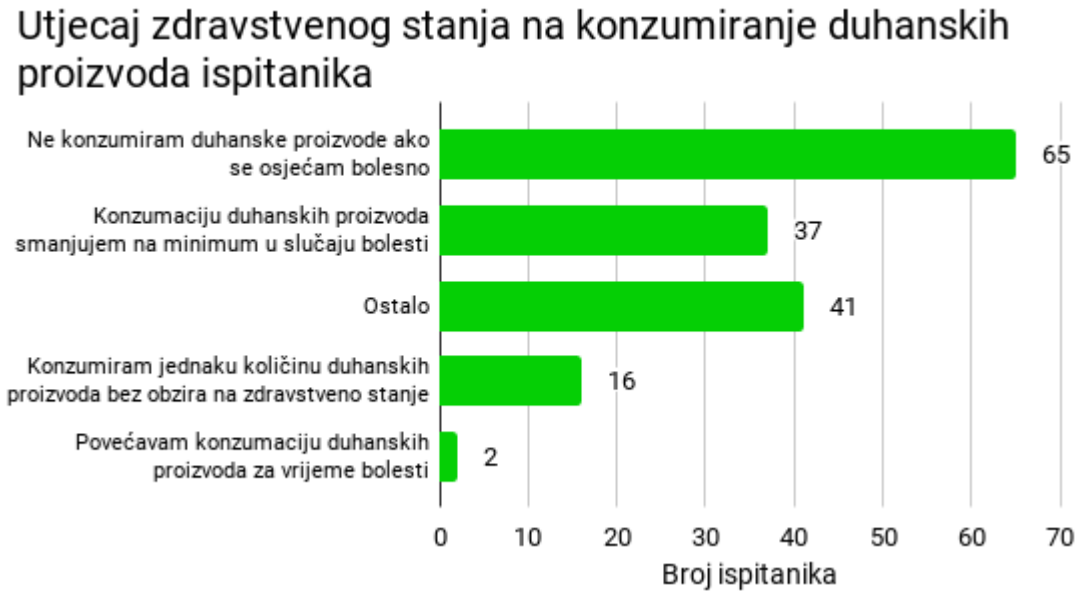
[15] Prema: https://www.centarzdravlja.hr/zdrav-zivot/prestanak-pusenja/je-li-vam-stres-isprika-da-ne-ostavite-cigarete/

ne konzumira duhanske proizvode, dok ih svega 0,6% smanjuje dozu konzumacije. Nadalje, stresno razdoblje na neke ispitanike (17,4%) ne utječe, odnosno na njihovu uobičajenu konzumaciju.

Slika 17: Utjecaj stresnog razdoblja na ispitanike i njihovu konzumaciju duhanskih proizvoda

Izvor: Izrada autorice

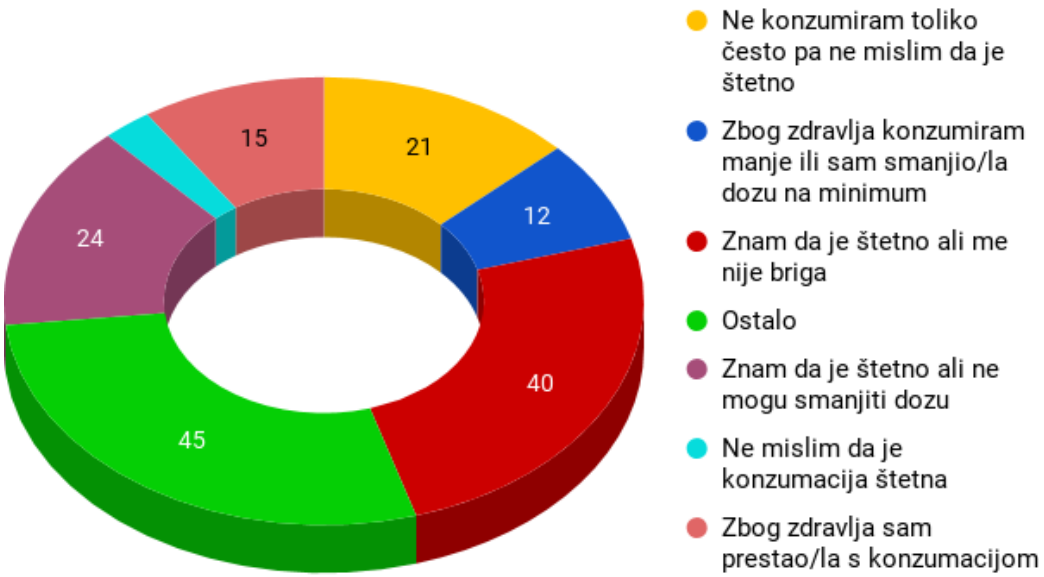
Zdravstveno stanje osobe bitno utječe na svakodnevnu količinu duhanskih proizvoda koju konzumira. Ukoliko osoba osjeća prehladu, određenu bolest ili se ne osjeća zdravo pretpostavlja se da takva osoba nije u stanju konzumirati jednaku dozu duhanskih proizvoda kao i u normalnim okolnostima. Grafičkim prikazom na Slici 18 vidljivo je da 23% ispitanika prilikom bolesti nastoji smanjiti regularnu dozu duhanskih proizvoda na minimum, dok 40,4% ispitanika u takvom zdravstvenom stanju uopće ne konzumira duhanske proizvode. Iako je 1,2% ispitanika istaklo da konzumiraju veću količinu duhanskih proizvoda prilikom zdravstvenih poteškoća, 9,9% ispitanika konzumirat će jednaku dozu duhanskih proizvoda bez obzira na zdravstveno stanje.



Slika 18: Utjecaj zdravstvenog stanja na konzumiranje duhanskih proizvoda ispitanika

Izvor: Izrada autorice

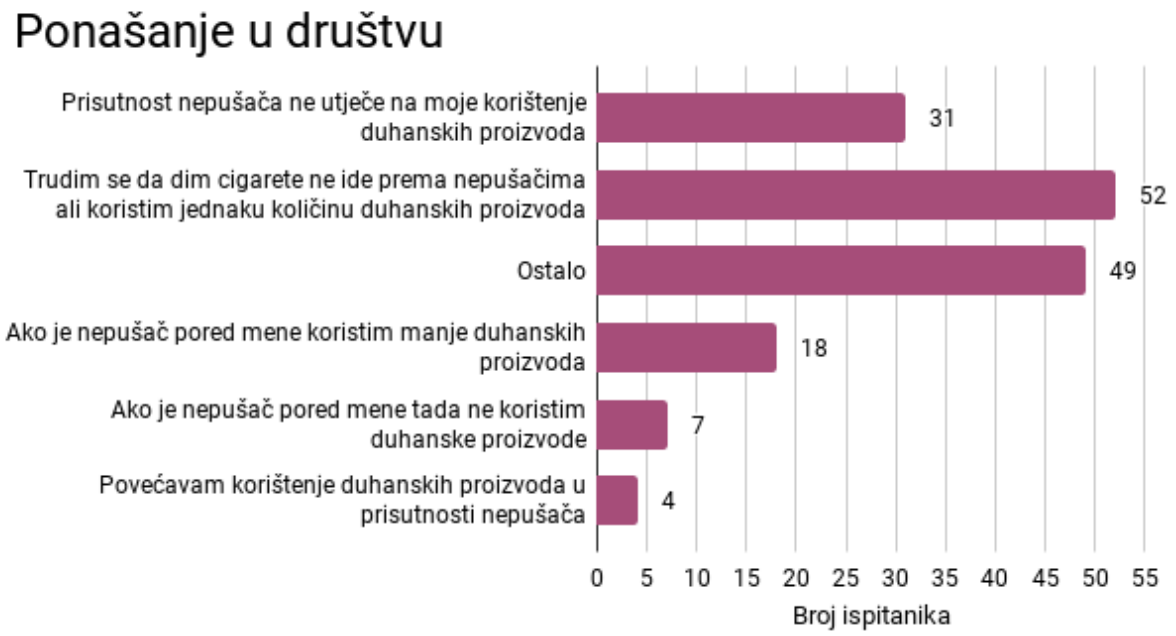
Promatrajući zdravstveno stanje kao jedan od utjecaja na potražnju za duhanskim proizvodima, potrebno je ispitati na kakav način utječe samo znanje o posljedicama dugotrajnog konzumiranja duhanskih proizvoda na promjenu potražnje za duhanskim proizvodima. Unatoč dugogodišnjim edukacijama o štetnim posljedicama kao što su razvijanje raznih bolesti koje rezultiraju u konačnici smrću, mnogi i dalje odbijaju pristupiti zdravom životu te se odlučuju na ugrožavanje vlastitih ali i tuđih života. Slika 19 prikazuje stavove ispitanika o posljedicama konzumacije duhanskih proizvoda na zdravlje. Promatrajući ispitanike koji su svjesni o zdravstvenim rizicima zbog učestalog konzumiranja duhanskih proizvoda, 9,3% ispitanika je u potpunosti prestalo s konzumacijom radi brige o vlastitom zdravlju, dok ih je 7,5% smanjilo svakodnevnu dozu konzumiranja na minimum. Ukoliko razmatramo ispitanike koji su tijekom vremena razvili ovisnost, 14,9% ih je navelo da su svjesni mnogih zdravstvenih rizika koji slijede čestom konzumacijom duhanskih proizvoda, ali jednostavno nisu u stanju smanjiti svakodnevnu konzumaciju, dok 24,8% ispitanika zanemaruju štetnost ignorirajući vlastito zdravlje. Ispitanici koji ne koriste često duhanske proizvode (13%) smatraju da rijetka konzumacija nema bitnih zdravstvenih posljedica. Čak 2,5% ispitanika je istaklo da unatoč svim današnjim saznanjima konzumiranje duhanskih proizvoda jednostavno nije štetno za ljudski organizam.



Slika 19: Povezanost stava ispitanika o štetnosti duhanskih proizvoda na zdravlje i konzumacije duhanskih proizvoda

Izvor: Izrada autorice

Imajući u vidu različite stavove ispitanika o zdravstvenim rizicima koji nastupaju kao posljedica konzumiranja duhanskih proizvoda, potrebno je ispitati kako se ponašaju ispitanici u društvu nepušača (Slika 20). Prilikom konzumiranja duhanskih proizvoda 32,3% ispitanika nastoji da dim cigarete ne ide prema nepušačima kako bi manje ugrožavali njihovo zdravlje, 11,2% ispitanika smanjuje konzumaciju, dok ih 4,3% uopće ne konzumira duhanski proizvod u društvu nepušača. Prisutnost nepušača uopće ne utječe na dozu konzumiranja duhanskih proizvoda 19,3%, dok ih čak 2,5% namjerno povećava dozu duhanskih proizvoda prilikom druženja s nepušačima.



Slika 20: Učinak prisutnosti nepušača na konzumaciju duhanskih proizvoda

Izvor: Izrada autorice

4. ZAKLJUČAK

Na ispitivanom uzorku od 161 ispitanika, a koje čine 85,6% studenti, od kojih je 75,2% ženskog spola, a 24,8% muškog spola, 64% ispitanika konzumira duhanske proizvode, a 36% ne konzumira. Većina ispitanika je u dobi 18-23 godine, a najveći udio ispitanika je započeo konzumaciju duhanskih proizvoda između 16. i 19. godine. Znatiželja je nagnala 65,2% ispitanika da probaju duhanski proizvod.

Dohodak potrošača je prva determinanta koja je analizirana. Uzimajući u obzir da većina ispitanika, njih 45,6% stanuje s roditeljima, te da 74,5% ispitanika ima redoviti studentski status zaključujemo da su u mogućnosti izdvojiti veći iznos novca iz vlastitog budžeta za kupnju duhanskih proizvoda i njihovih komplemenata. Istraživanjem su dobiveni rezultati da 43,5% ispitanika izdvaja do 100 kn mjesečno na duhanske proizvode. Ostali ispitanici (37,9%) su voljni izdvojiti u rasponu od 100 do 600 kn mjesečno, dok manji postotak ispitanika (13%) troši više od 600 kn mjesečno na duhanske proizvode.

Druga razrađena determinanta je cijena povezanih dobara. Porast cijene duhanskih proizvoda bi za 37,9% ispitanika rezultirao nepromijenjenom konzumacijom duhanskih proizvoda, i markom proizvoda, a 30,4% je prestalo s konzumiranjem svih duhanskih proizvoda zbog previsoke cijene. Ostali ispitanici (9,3%) smanjuju konzumaciju ili se okreću drugačijoj marki duhanskih proizvoda, dok 8,1% ispitanika prelazi na konzumiranje supstituta. Velike utjecaje prilikom konzumiranja duhanskih proizvoda imaju kave (34,2%), alkohol (24,2%) i stres (13,7%). Također, tijekom ispijanja kave nešto više od 50% ispitanika konzumira i duhanske proizvode, dok 44,1% ispitanika povećava konzumaciju duhanskih proizvoda pod utjecajem alkohola. Iz ovih rezultata zaključujemo da su alkohol i kava komplementi duhanskim proizvodima.

Idući faktori koji imaju utjecaj na potražnju su ukusi i preferencije. 36,6% ispitanika nije navelo razlog konzumacije duhanskih proizvoda, a 25,5% ispitanika konzumiraju duhanske proizvode zbog zadovoljstva. Cigarete su omiljeni duhanski proizvod za 59% ispitanika. Svakodnevno u duhanskim proizvodima uživa 41% ispitanika.

Među ostale determinante izdvajamo stresno razdoblje pri čemu 42,2% ispitanika značajno povećava konzumaciju duhanskih proizvoda u takvom periodu. Zatim, zdravstveno stanje

osobe također utječe na njihovu svakodnevnu dozu konzumiranja duhanskih proizvoda. Ako se ispitanici ne osjećaju zdravo ili smanjuju dozu na minimum (23%) ili odbijaju konzumirati duhanske proizvode u potpunosti (40,4%). Znanje o štetnim posljedicama dugotrajnog konzumiranja duhanskih proizvod ima mali učinak na smanjenje potražnje za duhanskim proizvodima (16,7%). Prisutnost nepušača u društvu utječe na smanjenje konzumirana duhanskih proizvoda za 15,5% ispitanika, dok 32,3% ispitanika nastoji da dim cigarete ne ide prema nepušačima.

.

LITERATURA

1. Bakalar, J. (2009): Mikroekonomija, četvrto izdanje, Ekonomski fakultet, Mostar
2. Centar zdravlja (Internet), raspoloživo na: https://www.centarzdravlja.hr/zdrav-zivot/prestanak-pusenja/je-li-vam-stres-isprika-da-ne-ostavite-cigarete/ (30.8.2019.)
3. Hrvatski zavod za javno zdravstvo (Internet), raspoloživo na: https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/hrvatski-dan-nepusenja/ (20.5.2019.)
4. Karić, M. (2006): Mikroekonomika, prvo izdanje, Ekonomski fakultet, Osijek
5. Nikotin Wikipedia (Internet), raspoloživo na: https://bs.wikipedia.org/wiki/Nikotin (26.5.2019.)
6. Pavić, I. (2015): Mikroekonomija: teorija i praksa, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu
7. Poslovni dnevnik (Internet), raspoloživo na: http://www.poslovni.hr/hrvatska/poslodavci-objasnili-zasto-se-ostro-protive-drasticnom-poskupljenju-cigareta-i-alkohola-343233 (30.8.2019.)
8. Reić, Z., Mihaljević Kosor, M. (2011): Osnove ekonomije, Split
9. Zakon o ograničavanju uporabe duhanskih i srodnih proizvoda (Internet), raspoloživo na: https://www.zakon.hr/z/909/Zakon-o-ograničavanju-uporabe-duhanskih-i-srodnih-proizvoda (22.6.2019.)
10. Zavod za javno zdravstvo (Internet), raspoloživo na: http://www.zzjzbpz.hr/images/stories/OVISNOSTI/PU%C5%A0ENJE_CIGARETA.pdf (20.5.2019.)
11. Zavod za javno zdravstvo "Sveti Rok" (Internet), raspoloživo na: http://www.zzjzvpz.hr/index.php?sadrzaj=novosti&novtxt=317 (25.7.2019.)

PRILOZI

1. Anketni upitnik

1. Spol: Muški Ženski
2. Vaša dob: _____
3. Jeste li student/ica? Da Ne
4. Vaš studentski status:
    - Redoviti student
    - Izvanredni student
    - Ostalo
5. Vaše mjesto stanovanja:

- Stanujem s roditeljima
- Stanujem samostalno u istom gradu
- Iz drugog sam grada i boravim u studentskom domu
- Iz drugog sam grada i stanujem kao podstanar
- Ostalo

6. Konzumirate li duhanske proizvode? Da Ne
7. S koliko ste godina počeli konzumirati duhanske proizvod? _____
8. Koliko često konzumirate duhanski proizvod
    - Nikad (Ne konzumiram duhanski proizvod)
    - Rijetko (Tijekom 6 mjeseci sam konzumirao/la nekoliko cigareta)
    - Ponekad (U roku od mjesec dana sam konzumirao/la nekoliko cigareta)
    - Često (Skoro svaki dan konzumiram duhanski proizvod)
    - Svakodnevno (Svaki dan konzumiram duhanski proizvod)
9. Ako duhanske proizvode koristite svakodnevno, koliko ih često tijekom dana konzumirate?
    - Ne koristim svakodnevno duhanski proizvod
    - Nekoliko cigareta
    - Pola kutije
    - Cijelu kutiju
    - Kutiju ili više

10. Na koji način konzumirate duhanski proizvod
    - Cigarete
    - E-cigarete
    - Motanje duhana
    - Žvakanje duhana
    - Lula
    - Ništa od navedenog
11. Zašto ste probali duhanski proizvod?
    - Radi znatiželje
    - Smatram da je konzumiranje duhanskih proizvoda popularno
    - Da bi bili prihvaćeni u društvu
    - Ostalo
12. Zašto ste odlučili nastaviti konzumirati duhanski proizvod?
    - Zbog zadovoljstva kojeg pruža
    - Sviđa mi se miris duhanskog proizvoda
    - Tijekom konzumiranja duhanskog proizvoda razvio/la sam ovisnost
    - Konzumiranjem duhanskih proizvoda smanjujem osjećaj stresa
    - Ostalo
13. Koliko u prosjeku mjesečno izdvajate iz vlastitog budžeta kako biste kupili duhanski proizvod? _____
14. Koliko porast cijene utječe na Vašu konzumaciju duhanskih proizvoda?
    - Bez obzira na visinu cijene i dalje ću konzumirati jednaku količinu i istu marku duhanskih proizvoda
    - Zbog povećanja cijene smanjio/la sam konzumaciju duhanskog proizvoda
    - Zbog povećanja cijene promijenio/la sam marku duhanskog proizvoda
    - Zbog povećanja cijene promijenio/la sam vrstu duhanskog proizvoda kojeg konzumiram
    - Značajno sam smanjio/la konzumaciju duhanskih proizvoda te je sveo/la gotovo na minimum
    - Prestao/la sam konzumirati duhanski proizvod
15. Što najviše utječe na Vašu konzumaciju duhanskih proizvoda?
    - Alkohol (Konzumiram više ili manje duhanskih proizvoda pri ispijanju alkoholnih pića)

- Kave (Konzumiram više ili manje duhanskih proizvoda dok pijem kavu)
- Stres (Tijekom stresnih razdoblja povećavam ili smanjujem konzumaciju duhanskih proizvoda)
- Zdravlje (Konzumiranje duhanskih proizvoda povećavam ili smanjujem za vrijeme dok sam bolestan/na)
- Ništa od navedenog

16. Na koji način alkohol utječe na Vašu konzumaciju duhanskih proizvoda?
    - Ne konzumiram alkohol
    - Pri ispijanju alkoholnih pića ne koristim duhanski proizvod
    - Pri konzumaciji alkoholnih pića smanjujem količinu duhanskih proizvoda
    - Konzumiram jednaku količinu duhanskih proizvoda dok koristim alkoholna pića
    - Pri konzumaciji alkoholnih pića drastično povećavam količinu duhanskih proizvoda
    - Ostalo
17. Na koji način kava utječe na Vašu konzumaciju duhanskih proizvoda?
    - Ne pijem kavu
    - Ne konzumiram duhanski proizvod dok pijem kavu
    - Manje konzumiram duhanski proizvod dok pijem kavu
    - Koristim jednaku dozu duhanskih proizvoda i kada pijem kavu
    - Konzumiram veću dozu duhanskih proizvoda dok pijem kavu
    - Ostalo
18. Kako opisujete Vašu konzumaciju duhanskih proizvoda tijekom stresnih razdoblja?
    - Tijekom stresnih perioda uopće ne konzumiram duhanske proizvode
    - Tijekom stresnih perioda smanjujem količinu duhanskih proizvoda
    - Stresno razdoblje ne utječe na moju konzumaciju duhanskih proizvoda
    - Značajno povećavam količinu duhanskih proizvoda koje konzumiram dok sam pod stresom
    - Ostalo
19. Kako Vaše zdravstveno stanje utječe na konzumaciju duhanskih proizvoda u slučaju da ste bolesni?
    - Ne konzumiram duhanske proizvode ako se osjećam bolesno
    - Konzumaciju duhanskih proizvoda smanjujem na minimum u slučaju bolesti

- Konzumiram jednaku količinu duhanskih proizvoda bez obzira na zdravstveno stanje
- Povećavam konzumaciju duhanskih proizvoda za vrijeme bolesti
- Ostalo

20. Koliko ste upućeni ili svjesni zdravstvenih rizika koji nastupaju nakon dugoročne konzumacije duhanskih proizvoda?
    - Ne mislim da je konzumacija štetna
    - Ne konzumiram toliko često pa ne mislim da je štetno
    - Znam da je štetno ali me nije briga
    - Znam da je štetno ali ne mogu smanjiti dozu
    - Zbog zdravlja konzumiram manje ili sam smanjio/la dozu na minimum
    - Ostalo
21. Kako se ponašate u društvu nepušača?
    - Ako je nepušač pored mene tada ne koristim duhanske proizvode
    - Ako je nepušač pored mene koristim manje duhanskih proizvoda
    - Trudim se da dim cigarete ne ide prema nepušačima ali koristim jednaku količinu duhanskih proizvoda
    - Prisutnost nepušača ne utječe na moje korištenje duhanskh proizvoda
    - Povećavam korištenje duhanskih proizvoda u prisutnosti nepušača
    - Ostalo

SAŽETAK

Cilj ovog istraživanja je ispitati utjecaj determinanti na promjenu potražnje za duhanskim proizvodima mladog stanovništva u Republici Hrvatskoj. Na temelju teorijskog dijela rada provedeno je anketno istraživanje u razdoblju od travnja do svibnja 2019. godine, te su utvrđeni različiti utjecaji determinanti na potražnju za duhanskim proizvodima pri čemu veliku važnost imaju dohodak potrošača i cijene povezanih dobara, a zatim ukusi i preferencije te ostali faktori kao što su stres, zdravlje i društvo.

Ključne riječi: *potražnja, determinante potražnje, duhanski proizvodi*

SUMMARY

The purpose of this research is to investigate the impacts of determinants on modification of demand for tobacco products within young population of the Republic of Croatia. Based on the theoretical background, the survey was conducted during April and May 2019, and results confirmed different impacts of determinants on demand for tobacco products whereby the great importance is attributed to the consumers' income and prices of related goods, furthermore to tastes and preferences, and to the remaining factors such as stress, health and the society.

Keywords: *demand, determinants of demand, tobacco products*