

# ANALIZA ANKETE O PRIHVAĆANJU KONZUMACIJE EKOLOŠKOG VOĆA

---

**Mudrinović, Valentina**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Polytechnic in  
Pozega / Veleučilište u Požegi**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:112:561965>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-26**



**VELEUČILIŠTE U POŽEGI**  
STUDIA SUPERIORA POSEGANA

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Polytechnic in Pozega - Polytechnic in  
Pozega Graduate Thesis Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

# VELEUČILIŠTE U POŽEGI



VALENTINA MUDRINOVIĆ, 1311/13

## ANALIZA ANKETE O PRIHVAĆANJU KONZUMACIJE EKOLOŠKOG VOĆA

### *ZAVRŠNI RAD*

Požega, 2019. godine

VELEUČILIŠTE U POŽEGI

POLJOPRIVREDNI ODJEL

STRUČNI STUDIJ: VINOGRADARSTVA, VINARSTVA, VOĆARSTVA

**ANALIZA ANKETE O PRIHVAĆANJU  
KONZUMACIJE EKOLOŠKOG VOĆA**

***ZAVRŠNI RAD***

IZ KOLEGIJA VOĆARSTVO II

MENTOR: Mr. sc. Ivica Šnajder, v.pred.

STUDENT: Valentina Mudrinović

Matični broj studenta: 1311/13

Požega, 2019. godine

## SAŽETAK

Prema istraženju anketi koju je provedena putem interneta o konzumaciji ekološkog voća dobiveni su sljedeći rezultati. Većina ispitanika je upoznata s terminom ekološki uzgojeno voće, te misli kako je takvo voće zdravije samim time ga i konzumira. Informacije najviše traže na internetu, a ponuda ekološki uzgojenog voća na tržištu smatraju nedovoljno dostupnom. Velik broj ispitanika ima neodlučno mišljenje o samoj cijeni ekoloških proizvoda i njihovih vrijednosti, kao i o tome da li proizvodi nose oznaku eko. Ispitanici u anketi žele imati više informacija o ekološki uzgojenom voću, te smatra da će uzgojeno voće imati budućnost u globalnoj poljoprivredi kao i da će biti ključ zdravlja. Također rezultati su nam pokazali da će ispitanici nastaviti konzumirati i informirati se o ekološki uzgojenom voću. Takvi podatci nam daju u vidu koliko dobro žene i muškarci različite dobi poznaju samo ekološko voće, te koliko ga konzumira. Da li prihvaćaju nove tipove proizvodnje, kao što je ekološka koja se temelji na ekološki čistoj i gospodarski isplativoj poljoprivrednoj proizvodnji i baš kao takva trebala bi biti dostupnija radi veće konzumacije zbog vlastitog zdravlja.

Ključne riječi: anketa, rezultati, ekološki uzgoj, ekološko voće, konzumacija.

## ABSTRACT

According to a survey conducted via the internet on ecological fruit consumption, the following results were obtained. Most of the respondents are familiar with the term ecologically grown fruit, and think that such fruit is healthy and consume it. Information is most sought on the internet, and the offer of ecological crops on the market is considered insufficient. A large number of respondents have undoubted opinion about the price of organic product themselves and their values, as well as whether the products bear the eco label. Survey respondents want to have more information on ecologically grown fruit, and believes that the grown fruits will have a future in global agriculture as well as being a key to a health. Also the results showed us that the respondents would continue to consume and inform about ecologically grown fruit. Such data give us an insight into how well women and men of different ages know only ecological fruits and how much they consume it. Do they accept new types of production, such as ecology based on ecologically clean and economically viable agricultural production, and just like this should be made available for greater consumption due to their own health.

Key words: survey, results, ecological cultivation, ecological fruit, consumption.

## Sadržaj

|   |    |
|---|----|
| 1. UVOD .....   | 1  |
| 2. PREGLED LITERATURE .....   | 2  |
| 2.1 Voćarstvo .....   | 3  |
| 2.2 Ekološka hrana u Hrvatskoj .....  | 4  |
| 2.3 Ekološka proizvodnja i uzgoj .....                                      | 5  |
| 2.4 Tipovi poljoprivredne proizvodnje .....                                 | 6  |
| 2.5 Oznaka eko .....  | 7  |
| 3. MATERIJAL I METODE .....   | 8  |
| 4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA .....   | 10 |
| 4.1 Rezultati ankete prema spolu .....                                      | 10 |
| 4.2 Rezultati ankete prema dobi .....                                       | 10 |
| 4.3 Rezultati ankete prema mjestu stanovanja .....                          | 11 |
| 4.4 Rezultati ankete prema stručnoj spremi .....                            | 11 |
| 4.5 Rezultati ankete po vrsti zaposlenja .....                              | 12 |
| 4.6 Rezultati ankete kupovine plodova voća .....                            | 12 |
| 4.7 Rezultati ankete učestalost konzumiranja plodova voća .....             | 13 |
| 4.8 Rezultati ankete na izbor plodova voća .....                            | 13 |
| 4.10 Rezultati ankete za termin ekološki uzgojeno voće .....                | 15 |
| 4.11 Rezultati ankete dobivanja informacija o ekološki uzgojenom voću ..... | 15 |
| 4.12 Rezultati ankete za ponudu ekološki uzgojenog voća .....               | 16 |
| 4.13 Rezultati ankete o mišljenju zdravijeg ekološkog voća .....            | 16 |
| 4.14. Rezultati ankete o mišljenju o vlastitom zdravlju .....               | 17 |
| 4.15 Rezultati ankete o konzumiranju ekološki uzgojene hrane .....          | 17 |
| 4.16 Rezultati ankete o cijeni u skladu s vrijednostima .....               | 18 |
| 4.17 Rezultati ankete o kupnji proizvoda koji nose oznaku eko .....         | 18 |
| 4.18 Rezultati ankete o zalaganju za uzgoj eko voća .....                   | 19 |

|      |   |    |
|------|---|----|
| 4.19 | Rezultati ankete o dostupnosti ekološki uzgojenih proizvoda.....        | 19 |
| 4.20 | Rezultati ankete za više informacija o ekološkom voću.....              | 20 |
| 4.21 | Rezultati ankete o savjetu za preporuku ekološki uzgojenog voća .....   | 20 |
| 4.22 | Rezultati ankete ekološki uzgojenog voća u globalnoj poljoprivredi..... | 21 |
| 4.23 | Rezultati ankete za budućnost u svakodnevnoj prehrani.....              | 21 |
| 4.24 | Rezultati ankete ekološkog voća kao ključ zdravlja.....                 | 22 |
| 4.25 | Rezultati ankete o kupnji ekološki uzgojenog voća .....                 | 22 |
| 5.   | ANALIZA ANKETE.....   | 23 |
| 6.   | ZAKLJUČAK.....  | 26 |
| 7.   | POPIS LITERATURE.....   | 27 |

# 1. UVOD

Eko proizvod je proizvod s 95% ekoloških sastojaka što ostavlja 5% za slučaj onečišćenja iz atmosfere poput kiselih kiša. Ekološka proizvodnja omogućava održivo gospodarenje prirodnim resursima što znači čuva plodnost tla, floru i faunu, te zabranjuje primjenu umjetnih mineralnih gnojiva, pesticida i drugi agrokemija. U procesu uzgoja ekološkog voća poštuju se sva živa bića, koriste se samo organske tvari, izbjegava se upotreba pesticida.

Ekološki proizvedeno voće prolazi kroz međunarodno usvojene norme ekološke proizvodnje. Kako bi dobili oznaku eko, proizvođači se moraju pridržavati načelima ekološke proizvodnje definirane Hrvatskim zakonom, koji uključuju stručne kontrole i certifikaciju u ekološkoj proizvodnji. Za ispunjavanje uvjeta bitan nam je i znak eko proizvoda koji propisuje zakon. Ekološka proizvodnja u Hrvatskoj je u začetku, najveći razlozi su neinformiranost proizvođača i potrošača. Ekološki proizvodi su u većoj potražnji kod urbanog stanovništva i turista zbog domaće eko proizvodnje i odlične kvalitete. Ekološki uzgojeno voće nam pomaže ne samo da štitimo svoje zdravlje, već štitimo i zdravlje okoliša.

Prilikom uzgoja ekološkog voća ne koristimo pesticide i mineralna gnojiva, a upravo takva ekološka svijest ljudi je najveća jer se voće unosi izravno bez prerade u organizam, samim time ekološko voće ima veliku vrijednost kada se sa vlastite voćke ubere plod i konzumira na licu mjesta jer nisu upotrebljavana kemijska sredstva. U Hrvatskoj proizvodnja ekološkog voća je u svojim počecima, ali ima veliku budućnost u globalnoj poljoprivredi. Na prvom nam je mjestu zdravlje i samim time pazimo koju hranu konzumiramo, jer nam daje nutritivne sastojke potrebne za pravilno funkcioniranje.

Gledamo najbolje kvalitete i najbolji uzgoj hrane, a pogotovo voća jer će nam naše tijelo biti zahvalno ako ga dobro tretiramo unosom voća. Konzumiranje voća može smanjiti rizik moždanog udara te smanjiti kardiovaskularne bolesti. Voće ima jako malo masti i kalorija, a sadrže veliku količinu vlakna i vode. Potrošači prilikom kupovine najviše gledaju na kvalitetu voća, pa tek onda cijenu, ekološki uzgojeno voće tretirano je prirodnim gnojivima što nam daje najbolju kvalitetu.

## 2. PREGLED LITERATURE

Konsumacija ekološkog voća nije općeprihvaćena jer nema dovoljno informacija o ekološkom voću i ekološkoj poljoprivredi. Ovaj rad je obrađen kroz niz drugih završnih, stručnih i znanstvenih radova, poglavito s web izvora slične tematike. Svi vide važnu samog ekološkog voća i ekološke proizvodnje i iako je ona u svom usponu nema dovoljno informacija, što je to zapravo, kako prepoznati, gdje kupiti i samim time šta zapravo konzumiramo. Kroz knjige informacije su oskudne, a znanstvenici koji se bave istraživanjem ekološke proizvodnje obaziru se na veće probleme, a ne na ove male sredine i same potrošače što sam ja kroz anketu pokušala doći do konkretnih rezultata koliko zapravo ljudi poznaju ekološko voće i koliko ga konzumiraju.

Ekološka poljoprivreda ima principe na kojima je poljoprivreda tisućljećima bila utemeljena. Danas je čovjek zanemario prirodu, nema odgovornost prema njoj, samome sebi i prema budućim generacijama. Stanovništvo se sve više seli u urbane dijelove, zapušta se poljoprivreda kao djelatnost, a oni koji ostaju na selu maksimalno iskorištavaju zemlju što dovodi do zaključka da što prije moramo promijenit takva razmišljanja i vratiti se što je bliže moguće prirodi. (Kisić, 2014)



## 2.1 Voćarstvo

Voćarstvo je grana poljoprivrede koja se bavi proizvodnjom, uzgojem, zaštitom i prodajom voća. (Despotović, 2014.).

Voće spada u posebnu grupu namirnica koji imaju zaštitnu ulogu u organizmu, te ima veliki značaj na ljudsko zdravlje. Najzastupljenije voće u našim krajevima je jabuka, to voće ima sve što ljudski organizam treba, njezini plodovi dozrijevaju od najranijeg ljeta, sve do zime. Bogata je voćnim šećerima i kiselinama, vitaminima i mineralima. Rasprostranjena je jer se dobro prilagođava prirodnim uvjetima u uzgoju baš zato se prvi ekološki uzgajivači okreću baš samom uzgoju jabuke. Baveći se ekološkim uzgojem izbjegava se uporaba pesticida i tako se stvara zdravo okruženje i zdrava hrana.

U svijetu su veliki pritisci da se ubrza proizvodnja hrane zbog čega se proizvođači oslanjaju na kemijska sredstva, sama takva proizvodnja zanemaruje tradicionalnu stručnost i raznolikost. Ekološkom proizvodnjom se nudi zdrav i održiv pogled na budućnost.

## 2.2 Ekološka hrana u Hrvatskoj

Ulaskom Hrvatske u Europsku Uniju postala je sastavni dio ekoloških proizvoda u svijetu i samim time ima se priliku razviti u ekološkoj proizvodnji. Hrvatska ima 1609 eko proizvođača, dok su potrošači samo upoznati s terminom eko proizvoda još uvijek im nije bitno hoće li kupiti takav proizvod koji nosi oznaku eko. Rastom ekološke proizvodnje u Hrvatskoj proizvodnju prate kontrolna tijela čija se kontrola obavlja jednom godišnje za sve proizvođače, prerađivače, trgovce i uvoznike, a sve je propisano pravilnikom o ekološkoj i poljoprivrednoj proizvodnji.

Provedenom anketom potrošači kupuju plodove voća u trgovinama jer nema stručnog kadra koji bi znao dati savjete o ekološko voću i jer ekološki proizvođači plasiraju svoje proizvode izravno na tržište. Tržište ekološke hrane u Hrvatskoj je slabije razvijeno, a da bi se povećalo treba osvojiti nove potrošače koji nisu upoznati s eko proizvodima i potaknuti sadašnje za još većom željom kvalitetnijeg i zdravijeg voća. Naravno da bi još više ekološko voće razvijalo potrebno je smanjiti maloprodajnu cijenu i povećati dostupnost takvog voća.

Negativni utjecaji u razvijanju su slaba informiranost i predrasude, potrošači traže informacije najviše na internetu dok bi se radi boljeg razvijanja trebalo više znati od samih ovlaštenih osoba, stoga bi trebali plasirati proizvode na lokalna tržišta. Vlasnici ekoloških imanja raspolažu velikim znanjem o procesu proizvodnje, uz njih zaljubljenici u prirodu i ekološku poljoprivredu znajući da se ekološka hrana dobiva bez upotrebe pesticida i korištenjem samo prirodnih organskih tvari.

### 2.3 Ekološka proizvodnja i uzgoj

Ekološkom proizvodnjom očuvala bi se priroda, te bi se obnovili prirodni resursi jer podrazumijeva korištenje prirodnih resursa. Konzumiranjem ekološkog voća ljudi bi jeli kvalitetnije i manje obolijevali. Načela ekološkog uzgoja temelje se na (Bioinspekt d.o.o., nadzorna stanica, 2013.) održavanju i poboljšavanju života, prirodne plodnosti i stabilnosti tla, također smanjenju uporabe neobnovljivih izvora. Održavanju zdravlja bilja preventivnim mjerama kao što je izbor odgovarajućih sorti i vrsta otpornih na štetne organizme, mehaničke i fizikalne mjere, pravilan plodored.

Za razvoj ekološke poljoprivrede potrebna je stručna osposobljenost, jer za takvu proizvodnju nije dovoljna tradicija nego i stručno znanje. Najveći razlog ekološke proizvodnje je proizvodnja zdrave hane.

Za ekološku proizvodnju nije dovoljno samo posaditi voćke koje neće biti prskane kemijskim sredstvima, moramo upotrijebiti selekcionirane sorte, koje su se pokazale dovoljno otpornima na bolesti i štetnike. Dodatnu otpornost takvih voćaka nastojimo postići i većim razmacima sadnje da bi voćka imala dovoljno mjesta za razvoj, a rezidba treba takva da krošnja bude prozračna, kako bi omogućili boje strujanje zraka i na taj način smanjili napad bolesti. Radi boljeg imunološkog sustava biljke obavljamo gnojidbu kompostom i zrelim stajskim gnojem. Nasad treba uvijek biti uredan i čist. Voćnjak treba što više obilaziti kako bismo na vrijeme primijetili da li je plod ili voćka zaraženi, pa odmah djelovati rezanjem grančica ili kidanjem trulih i zaraženih podova. Najvažniji čimbenici u uzgoju voća su: klima, tlo, položaj terena i agrotehnika. Kod pripreme tla za sadnju prvi i nužni korak je laboratorijska analiza tla. Ta analiza će nam pokazati dali treba unijeti hranjiva koja nedostaju kao što su količine fosfora i kalija, te postotak humusa. Ukloniti višak vode i tek onda obaviti duboko oranje koje se obavlja barem godinu dana prije. Voćne vrste trebaju imati dobro razvijen korijenov sustav stoga nam je bitno duboko, plodno, prozračno i propusno tlo za uspješnu proizvodnju voća. U pogledu klime vjetar nije pogodan u proizvodnji voća jer isušuje tlo i snižava temperaturu. Potrebna nam je voda i dobra vlažnost zraka, ako vode nema dovoljno potrebno je postaviti sustav za navodnjavanje. (Krapina, 2004)

## 2.4 Tipovi poljoprivredne proizvodnje

Klasična konvencionalna proizvodnja karakterizira prekomjerno trošenje neobnovljivih prirodnih resursa, kao i korištenje agrokemikalija koje ostavljaju trajne štetne posljedice na okoliš. Intenzivnom poljoprivredom kratkoročno se povećava plodnost i visoki prinosi ali dugoročno djeluje razarajuće, te se smanjuje plodnost i trajno uništava tlo što nije dobro za cjelokupan ekosustav. Klasičan oblik proizvodnje temelji se na unosu prekomjernih unosa mineralnih gnojiva, herbicida i pesticida u tlo.

Integrirana poljoprivredna proizvodnja podrazumijeva primjenu agrotehničkih mjera za uvažavanje ekoloških, ekonomskih i toksikoloških čimbenika pri čemu se kod jednakog ekonomskog učinka prednost daje ekološki i toksikološki prihvatljivim mjerama i pridonosi ublažavanju i prilagodbi promjenama i bio raznolikosti.

Ekološka poljoprivreda drži se globalno usvojenih načela, te se uklapa u koncept održivog razvoja pri čemu teži ekološki čistoj i gospodarski isplativoj poljoprivrednoj proizvodnji. Ekološka je proizvodnja sustav upravljanja poljoprivrednim gospodarstvima i proizvodnjom hrane koja je najbolja u zaštiti okoliša, očuvanja prirodnih resursa, dobrobit životinja i proizvodne metode koje su prikladne s obzirom na to da neki potrošači prednost daju proizvodima uz primjenu prirodnih tvari i procesa. (Šnajder, 2015)

## 2.5 Oznaka eko

Sve je više proizvoda koji se deklariraju kao bio, organsko, zeleno, stoga je potrošačima teško odabrati onaj proizvod kojem mogu vjerovati. Proizvodi koji udovoljavaju pravilima ekološke proizvodnje imaju na sebi oznaku EKO. Svrha tih oznaka je prepoznati one proizvode koji poštuju standarde zaštite okoliša.

Da bi se proizvod mogao deklarirati kao eko proizvod, treba se podnijeti zahtjev za korištenje znaka „Ekoproizvod“, te da ministarstvo poljoprivrede izda rješenje o pravu korištenja „ekoproizvod“. Označavanje koji se odnose na ekološku proizvodnju na temelju NN 89/24 Ekološki proizvod i njegovi sastojci ili sastojci hrane za životinje opisani i označeni pojmom „ekološki“, „organski“, „biološki“ ili njihove kratice „bio“ ili „eko“ koje se odnose na postupak ekološke proizvodnje, u promidžbenim materijalima ili komercijalnim dokumentima koji kupcu svojim oznakama sugeriraju na postupak ekološke proizvodnje, mogu se koristiti pri označavanju i prezentiranju živih ili neprerađenih poljoprivrednih proizvoda samo ukoliko su svi sastojci tog proizvoda proizvedeni sukladno ovom Zakonu.



Slika 1. Nacionalni znak ekološkog proizvoda.

### 3. MATERIJAL I METODE

Istraživanje o konzumaciji ekološkog voća provedeno je na Veleučilištu u Požegi. Istraživanje se odvijalo od 5. do 15. lipnja i provedeno je na uzorku 104 ispitanika. U istraživanju su sudjelovali nasumično izabrani ispitanici. Istraživanje je provedeno metodom ankete u aplikaciji „Google obrasci“. Anketa se sastojala od 25 pitanja. Ovo je skupna anketa koja je podijeljena u 3 dijela.

Prvi dio ankete su nam demografski podatci, a pitanja iz tog djela su:

1. Spol
2. Dob
3. Mjesto u kojem trenutno živite
4. Stručna sprema
5. Vrsta zaposlenja

Dobili smo informacije muškaraca i žena različite starosne dobi koje smo podijelili u 4 grupe koje su bile do 18 godina, od 18 do 25 godina, od 25 do 35 godina i od 35 do 55 ili više godina. Mjesto u kojem žive bilo je podijeljeno na grad ili selo, a stručna sprema osnovna, srednja i visoka. Vrsta zaposlenja koje je bilo navedeno su bila zaposlen, nezaposlen, student/učenik i umirovljenik.

Drugi dio pitanja bio je vezan za samo voće, a glasili su:

6. Gdje najčešće kupujete plodove voća
7. Koliko često konzumirate plodove voća
8. Koje plodove voća najčešće konzumirate
9. Pri kupnji voća značajno je

Odgovore gdje kupuju plodove voća mogli su birati u trgovinama, tržnicama, na poljoprivrednim imanjima ili u specijaliziranim trgovinama voća i povrća. Na pitanje koliko često konzumiraju plodove voća bilo je da uopće ne konzumiraju, jedanput mjesečno, jednom tjedno ili više i svaki dan. Plodove voće koje konzumiraju mogli su birati između jabuke, kruške, šljive, trešnje, višnje, jagode, kupine, breskve, banane, limuna i naranče. Pri kupnji voća značajna je kvaliteta, oblik i boja ploda, vrsta i sorta, te cijena.

Treći dio pitanja bio je vezan za ekološko voće:

10. Da li ste upoznati s terminom ekološki uzgojeno voće
11. Informacije o ekološki uzgojenom voću tražim od
12. Prema vašem mišljenju, je li ponuda ekološki uzgojenog voća na tržištu
13. Prema vašem mišljenju ekološki uzgojeno voće je zdravije
14. Da li činite i razmišljate o vlastitom zdravlju
15. Konzumirate li ekološki uzgojenu hranu
16. Mislim da je cijena ekoloških proizvoda u skladu s vrijednostima koje ti proizvodi imaju
17. Prilikom kupovine vodite li računa o tome da kupujete proizvode koji nose oznaku eko
18. Biste li za sebe rekli kako ste osoba koja se zalaže i propagira za uzgoj eko voća
19. Mislite li da živite u području gdje je dostupno proizvođača ekološki uzgojenih proizvoda
20. Želim imati više informacija o ekološkom voću
21. Ako me netko pita za savjet preporučit ću mu kupnju samo ekološki uzgojenog voća
22. Mislite li da ekološki uzgojeno voće ima budućnost u globalnoj poljoprivredi
23. Smatrate li da će ekološki uzgojeno voće u budućnosti biti u vašoj svakodnevnoj prehrani
24. Mislite li kako će ekološki uzgojeno voće biti ključ zdravlja u bliskoj budućnosti
25. Tijekom sljedećih šest mjeseci kupit ću barem jedan proizvod ekološki uzgojenog voća

Skup tih pitanja bio je vezan jednostavnim dane odgovorima ili odgovorima da li se slažu ili ne slažu tvrdnjom u pitanju.

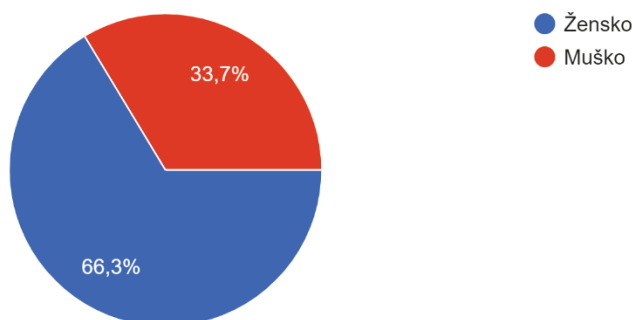
Anketa je naziv za skup postupaka pomoću kojih se pobuđuju, prikupljaju i analiziraju izjave ljudi kako bi se saznali podaci o njihovu ponašanju ili o njihovim stavovima, mišljenjima, preferencijama, interesima i slično, radi statistike, ispitivanja javnog mnijenja, tržišta ili kao temelj za potrebe medicinskog, sociološkog ili nekog drugog istraživanja. (izvor: Wikipedija)

## 4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

### 4.1 Rezultati ankete prema spolu

Spol:

104 odgovora



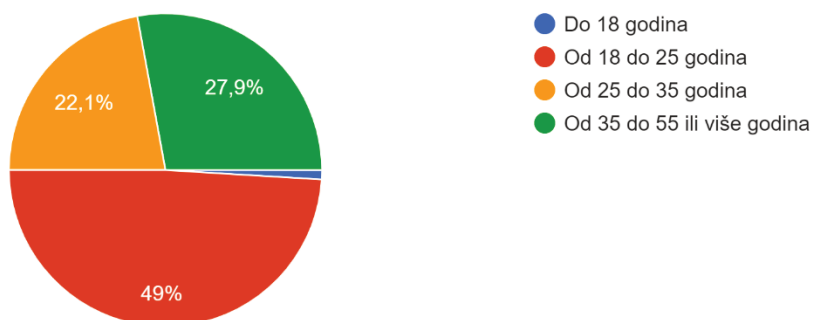
Grafikon 1. Spol anketiranih osoba. Izvor: autor

Provedena anketa na temu: „konzumacija ekološkog voća“ imala je 104 ispitanika od kojih je 33,7% muškaraca i 66,3% žena.

### 4.2 Rezultati ankete prema dobi

Dob:

104 odgovora



Grafikon 2. Dob anketiranih osoba. Izvor: autor

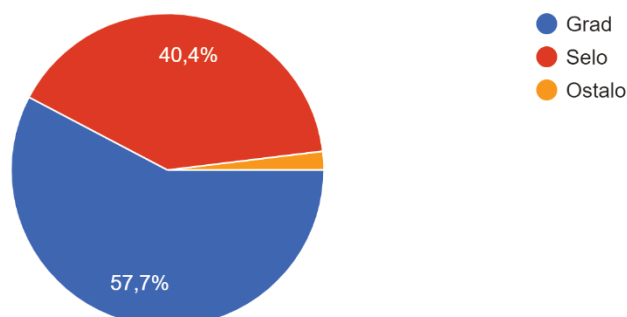
U provedenoj anketi sudjelovale su osobe različite dobi. Najmanje ispitanika bilo je u dobi do 18 godina 1%, a najviše od 18 do 25 godina 49%. Sudjelovali su i ispitanici u dobi od 25 do 35 godina 22,1% i od 35 do 55 ili više godina 27,9%.



#### 4.3 Rezultati ankete prema mjestu stanovanja

##### Mjesto u kojem trenutno živite:

104 odgovora



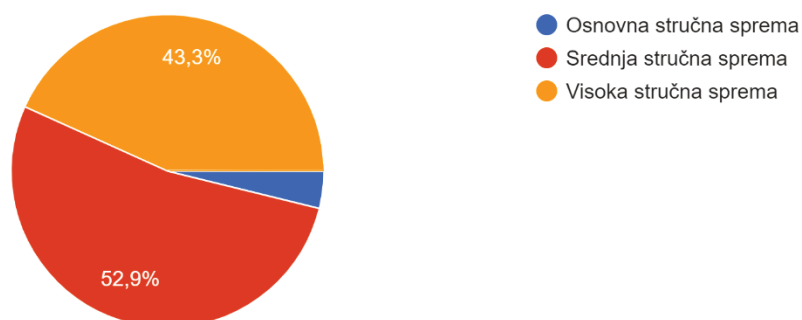
Grafikon 3. Mjesto stanovanja anketiranih osoba. Izvor: autor.

U provedenoj anketi najviše ispitanika bilo je iz grada 57,7%, iz sela 40,4%.

#### 4.4 Rezultati ankete prema stručnoj spreml

##### Stručna sprema:

104 odgovora



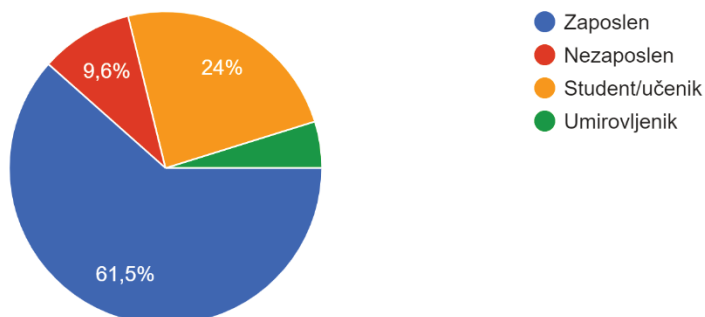
Grafikon 4. Stručna sprema anketiranih osoba. Izvor: autor

Najmanje ispitanika bilo je sa osnovnom stručnom spremom 3,8%, najviše sa srednjom stručnom spremom 52,9% i visokom stručnom spremom 43,3%.

#### 4.5 Rezultati ankete po vrsti zaposlenja

##### Vrsta zaposlenja:

104 odgovora



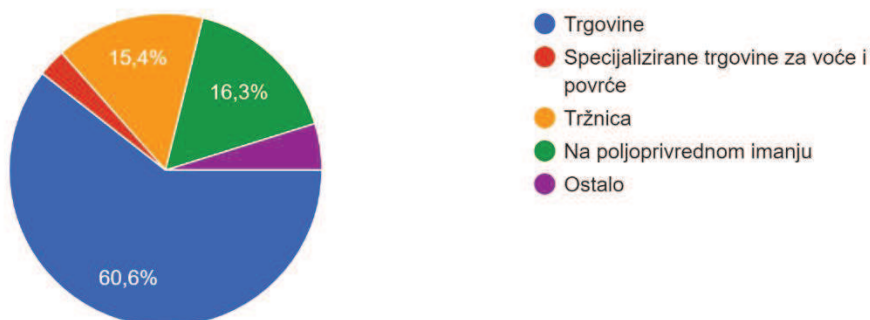
Grafikon 5. Vrsta zaposlenja anketiranih osoba. Izvor: autor

Najviše ispitanika bilo je zaposleno 61,5%, nakon toga student/učenik 24%. Nezaposlenih je bilo 9,6%, dok je najmanje bilo umirovljenika 4,8%.

#### 4.6 Rezultati ankete kupovine plodova voća

##### Gdje najčešće kupujete plodove voća:

104 odgovora



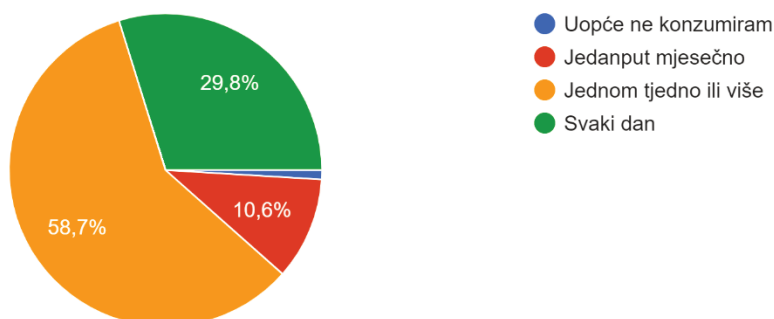
Grafikon 6. Kupovina voća. Izvor: autor

Najviše ispitanika kupovinu obavlja u trgovinama 60,6%, dok je na zadnjem mjestu specijalizirane trgovine za voće i povrće 2,9%. Obavljanje kupovine voća na tržnicama 15,4% i na poljoprivrednom imanju 16,3%. Ostalo je na 4,8%.

#### 4.7 Rezultati ankete učestalost konzumiranja plodova voća

##### Koliko često konzumirate plodove voća:

104 odgovora



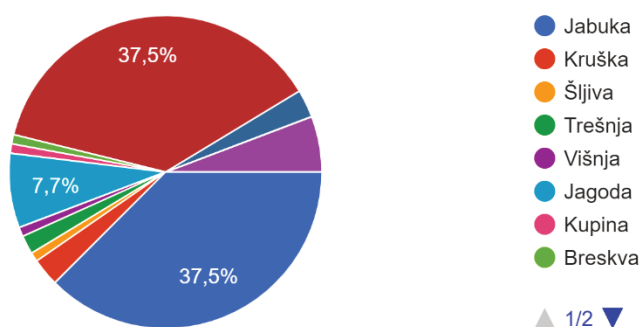
Grafikon 7. Učestalost konzumiranja plodova voća. Izvor: autor

Samo 1% ispitanika uopće ne konzumira plodove voća, a 29,8% konzumira svaki dan. Najviše ispitanika konzumira plodove voća jednom tjedno ili više 58,7%. 10,6% ispitanika konzumira plodove voća jedanput mjesečno.

#### 4.8 Rezultati ankete na izbor plodova voća

##### Koje plodove voća najčešće konzumirate:

104 odgovora

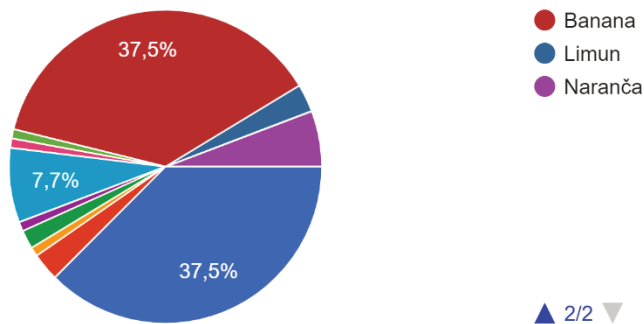


Grafikon 8. Plodovi voća 1. Izvor: autor

Najviše konzumirano voće u jednakim postotcima su banana i jabuka 37,5%. Ostalo voće sa nešto manjim postotcima bilo je kruška 2,9%, šljiva, višnja, kupina i breskva 1%, trešnja 1,9%.

### Koje plodove voća najčešće konzumirate:

104 odgovora



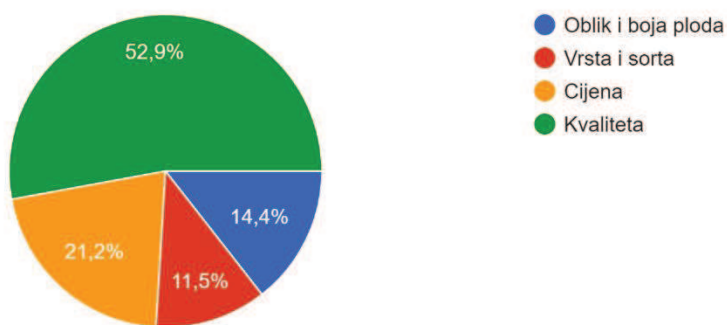
Grafikon 9. Plodovi voća 2. Izvor: autor

Nakon banana i jabuka anketirani konzumiraju jagode 7,7%, naranče 5,8% i limun 2,9%.

### 4.9 Rezultati ankete odabira voća

#### Pri kupnji voća značajno je:

104 odgovora



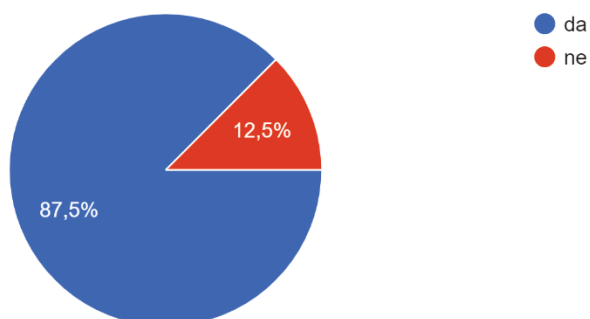
Grafikon 10. Značajnost pri kupnji voća. Izvor: autor

Pri kupnji voća ispitanicima je najvažnije kvaliteta 52,9%. Cijena je na 21,2%, na zadnjem mjestu vrsta i sorta 11,5%, te oblik i boja ploda 14,4%.

#### 4.10 Rezultati ankete za termin ekološki uzgojeno voće

Dali ste upoznati s terminom ekološki uzgojeno voće:

104 odgovora



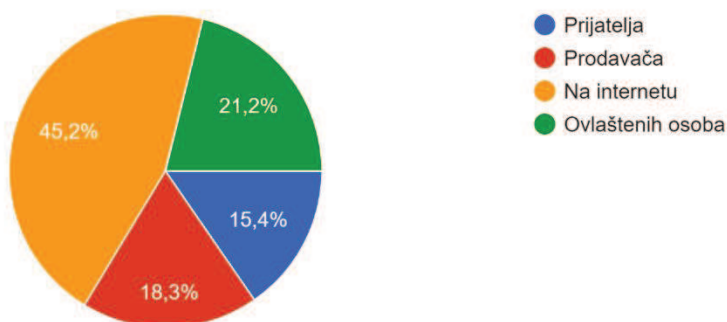
Grafikon 11. Termin ekološki uzgojeno voće. Izvor: autor.

Čak 87,5% ispitanika upoznato je s terminom ekološki uzgojeno voće, dok 12,5% nije.

#### 4.11 Rezultati ankete dobivanja informacija o ekološki uzgojenom voću

Informacije o ekološki uzgojenom voću tražim od:

104 odgovora



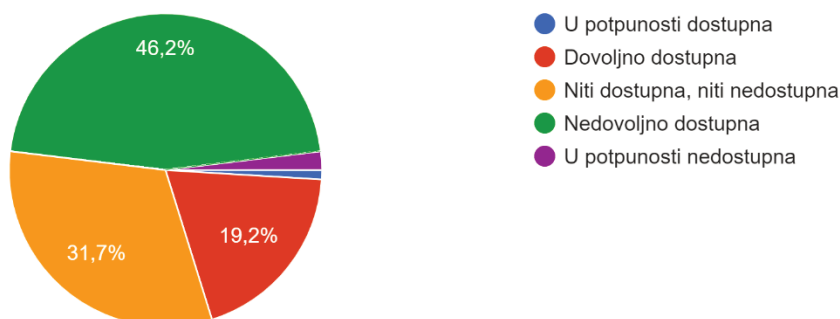
Grafikon 12. Informacije o ekološki uzgojenom voću anketiranih osoba. Izvor: autor.

Najviše ispitanika informacije o ekološki uzgojenom voću traže na internetu 45,2%. 18,3% ispitanika tražit će informacije od prodavača, a 21,2% od ovlaštenih osoba. Informacije od prijatelja o ekološki uzgojenom voću tražit će 15,4% ispitanika.

#### 4.12 Rezultati ankete za ponudu ekološki uzgojenog voća

Prema vašem mišljenju, je li ponuda ekološki uzgojenog voća na tržištu:

104 odgovora



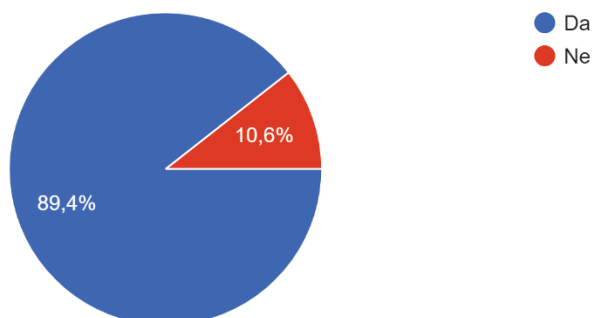
Grafikon 13. Ponuda ekološki uzgojenog voća na tržištu. Izvor: autor.

Prema mišljenju anketiranih osoba najviše ih smatra da je ponuda ekološki uzgojenog voća na tržištu nedovoljno dostupna 46,2%. Da je u potpunosti dostupna smatra 1%, a dovoljno dostupna 19,2%. Da je ponuda u potpunosti nedostupna smatra 1,9%. Ispitanici koji misle da ponuda ekološki uzgojenog voća na tržištu nije niti dostupna, niti nedostupna je 31,7%.

#### 4.13 Rezultati ankete o mišljenju zdravijeg ekološkog voća

Prema vašem mišljenju ekološki uzgojeno voće je zdravije:

104 odgovora



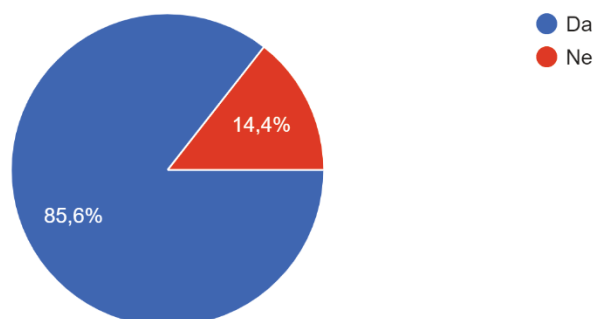
Grafikon 14. Ekološki uzgojeno voće je zdravije. Izvor: autor.

Prema mišljenju ispitanika 89,4% ih misli da je ekološki uzgojeno voće zdravije, dok ih 10,6% smatra da nije.

#### 4.14. Rezultati ankete o mišljenju o vlastitom zdravlju

Da li činite i razmišljate o vlastitom zdravlju:

104 odgovora



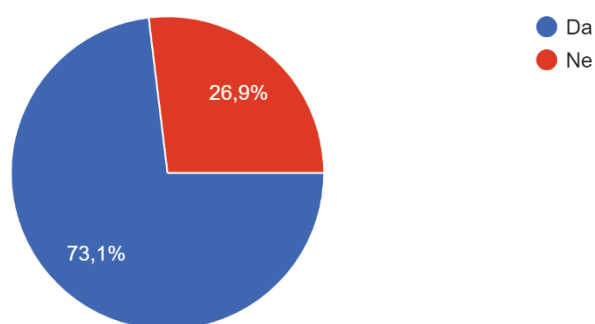
Grafikon 15. Razmišljanje o vlastitom zdravlju anketiranih osoba. Izvor: autor.

85,6% ispitanika čini i razmišlja o vlastitom zdravlju, a 14,4% ne.

#### 4.15 Rezultati ankete o konzumiranju ekološki uzgojene hrane

Konzumirate li ekološki uzgojenu hranu

104 odgovora



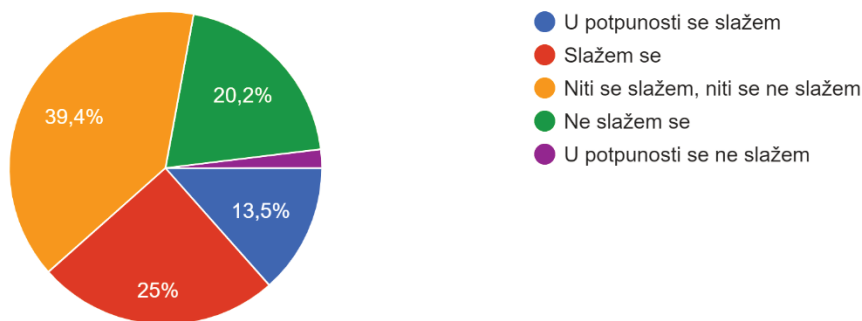
Grafikon 16. Konzumacija ekološki uzgojene hrane. Izvor: autor.

73,1% ispitanika konzumira ekološki uzgojenu hranu, 26,9% ne konzumira.

#### 4.16 Rezultati ankete o cijeni u skladu s vrijednostima

Mislím da je cijena ekoloških proizvoda u skladu s vrijednostima koje ti proizvodi imaju:

104 odgovora



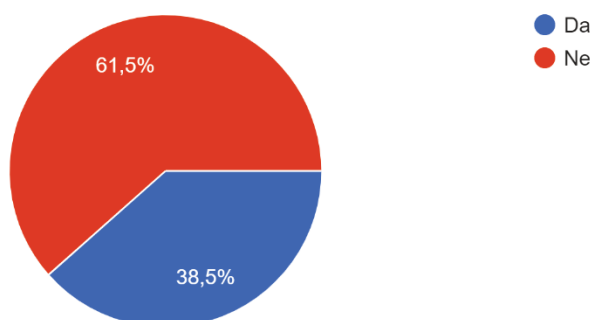
Grafikon 17. Analiza cijene u skladu s vrijednostima. Izvor: autor.

Ispitanici koji se u potpunosti slažu da je cijena ekoloških proizvoda u skladu koje ti proizvodi imaju je 13,5%. Slaže se 25%, a ne slaže 20,2%. Oni koji se niti slažu, niti ne slažu su 39,4%. Ispitanici koji se u potpunosti ne slažu su u postotku od 1,9%.

#### 4.17 Rezultati ankete o kupnji proizvoda koji nose oznaku eko

Prilikom kupovine vodite li računa o tome da kupujete proizvode koji nose oznaku eko:

104 odgovora



Grafikon 18. Analiza proizvoda koji nose oznaku eko. Izvor: autor.

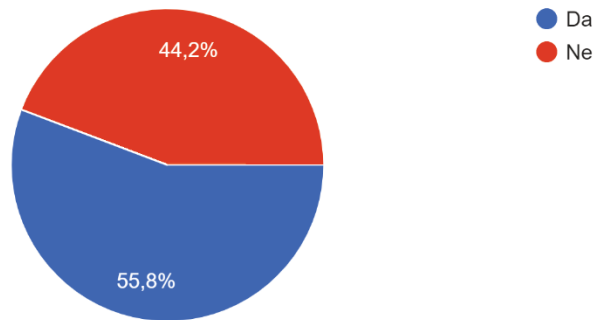
Da li ispitanici vode računa dali proizvod koji kupuje nosi oznaku eko 61,5% odgovorilo je sa ne, dok ostalih 38,5% sa da.



#### 4.18 Rezultati ankete o zalaganju za uzgoj eko voća

Biste li za sebe rekli kako ste osoba koja se zalaže i propagira za uzgoj eko voća:

104 odgovora



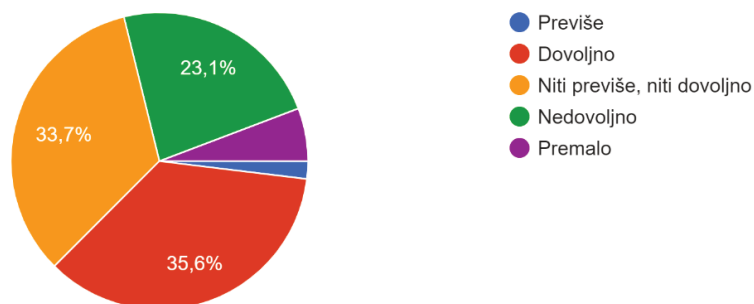
Grafikon 19. Zalaganje za uzgoj eko voća. Izvor: autor.

Ispitanici koji su odgovorili da kao osobe koje se zalažu i propagiraju za uzgoj eko voća je 55,8%, a one s odgovorom ne su 44,2%.

#### 4.19 Rezultati ankete o dostupnosti ekološki uzgojenih proizvoda

Mislite li da živite u području gdje je dostupno proizvođača ekološki uzgojenih proizvoda:

104 odgovora



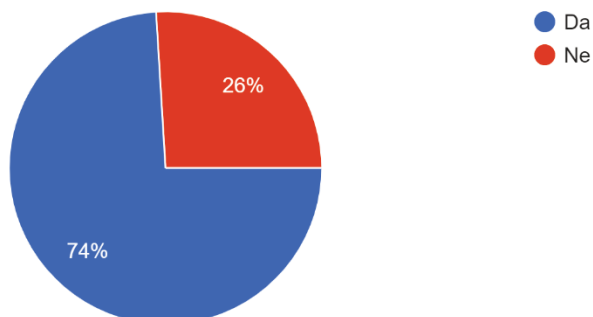
Grafikon 20. Analiza dostupnosti proizvođača. Izvor: autor.

Samo 1,9% ispitanika misli da žive u području gdje ima previše proizvođača ekološki uzgojenih proizvoda, a 5,8% misli da ima premalo. 35,6% ispitanika misli da ima dovoljno, dok 23,1% misli da ima nedovoljno. Ispitanici koju misle da ima niti previše, niti dovoljno proizvođača ekološki uzgojenih proizvoda su 33,7%.

#### 4.20 Rezultati ankete za više informacija o ekološkom voću

Želim imati više informacija o ekološkom voću:

104 odgovora



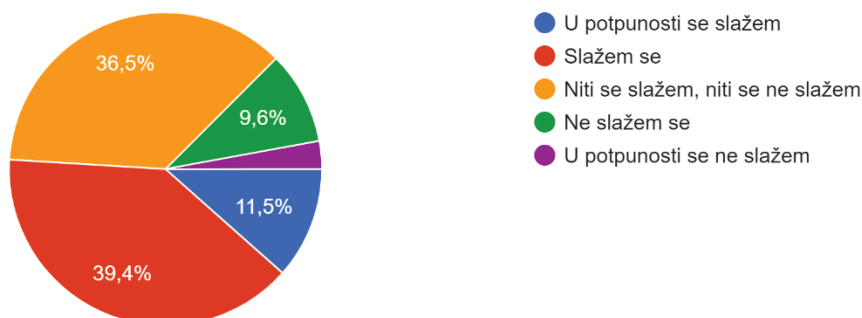
Grafikon 21. Informacije o ekološkom voću. Izvor: autor.

74% ispitanika želi imati više informacija o ekološki uzgojenom voću, a 26% ne.

#### 4.21 Rezultati ankete o savjetu za preporuku ekološki uzgojenog voća

Ako me netko pita za savjet preporučiti ću mu kupnju samo ekološki uzgojenog voća:

104 odgovora



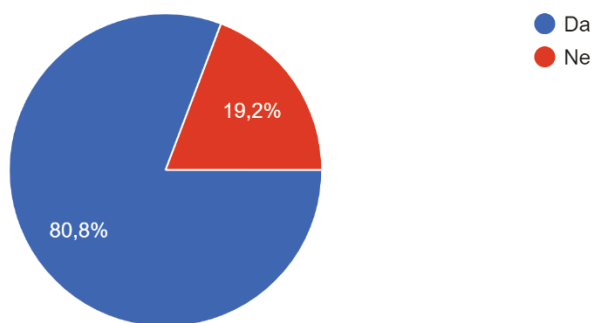
Grafikon 22. Preporuka za kupnju ekološko uzgojenog voća. Izvor: autor.

Savjet o preporuci za kupnju ekološkog voća 11,5% se u potpunosti slaže da će ga dati, a 39,4% se slaže. Oni koji su podijeljeni, dakle niti se slažu, niti se ne slažu su 36,5%. Ispitanici koji se ne slažu su 9,6% i ispitanici koji se u potpunosti ne slažu s navedenom tvrdnjom su 2,9%.

#### 4.22 Rezultati ankete ekološki uzgojenog voća u globalnoj poljoprivredi

Mislite li da ekološki uzgojeno voće ima budućnost u globalnoj poljoprivredi:

104 odgovora



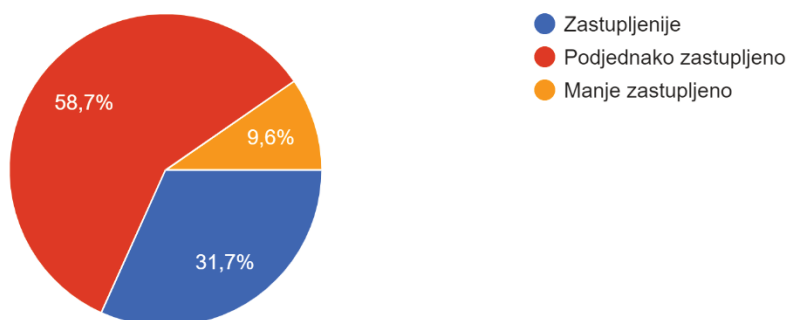
Grafikon 23. Analiza za budućnost ekološkog voća. Izvor: autor.

Ispitanici koji misle da će ekološki uzgojeno voće imati budućnost u globalnoj poljoprivredi je 80,8%. 19,2% ispitanika misli da neće.

#### 4.23 Rezultati ankete za budućnost u svakodnevnoj prehrani

Smatrate li da će ekološki uzgojeno voće u budućnosti biti u vašoj svakodnevnoj prehrani:

104 odgovora



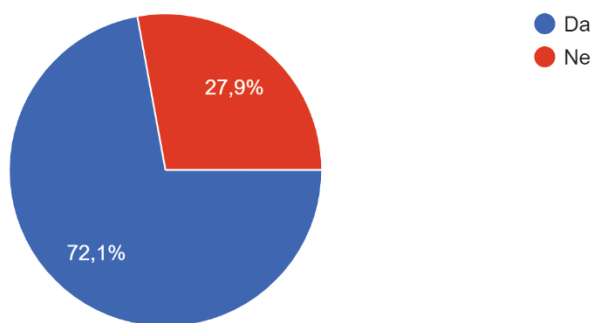
Grafikon 24. Zastupljenost ekološkog voća u svakodnevnoj prehrani. Izvor: autor.

Najviše ispitanika smatra da će ekološki uzgojeno voće u budućnosti biti podjednako zastupljeno 58,7% u svakodnevnoj prehrani. 9,6% će biti manje zastupljeno, dok će zastupljenije biti kod 31,7% ispitanika.

#### 4.24 Rezultati ankete ekološkog voća kao ključ zdravlja

Mislite li kako će ekološki uzgojeno voće biti ključ zdravlja u bliskoj budućnosti:

104 odgovora



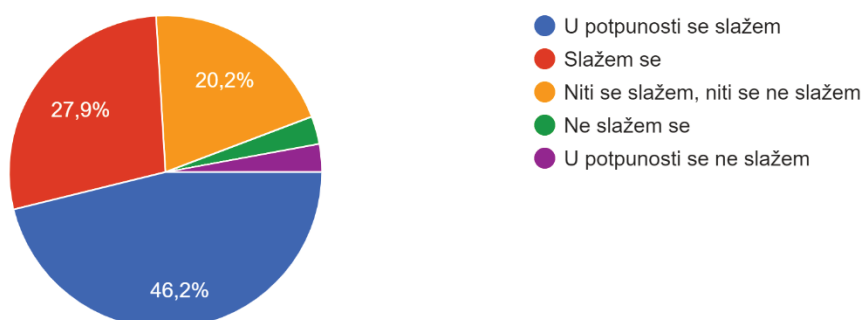
Grafikon 25. Ekološki uzgojno voće kao ključ zdravlja. Izvor: autor.

Ispitanici koji misle da će ekološki uzgojeno voće biti ključ zdravlja u bliskoj budućnosti su 72,1%, 27,9% misli da neće.

#### 4.25 Rezultati ankete o kupnji ekološki uzgojenog voća

Tijekom sljedećih šest mjeseci kupit ću barem jedan proizvod ekološki uzgojenog voća:

104 odgovora

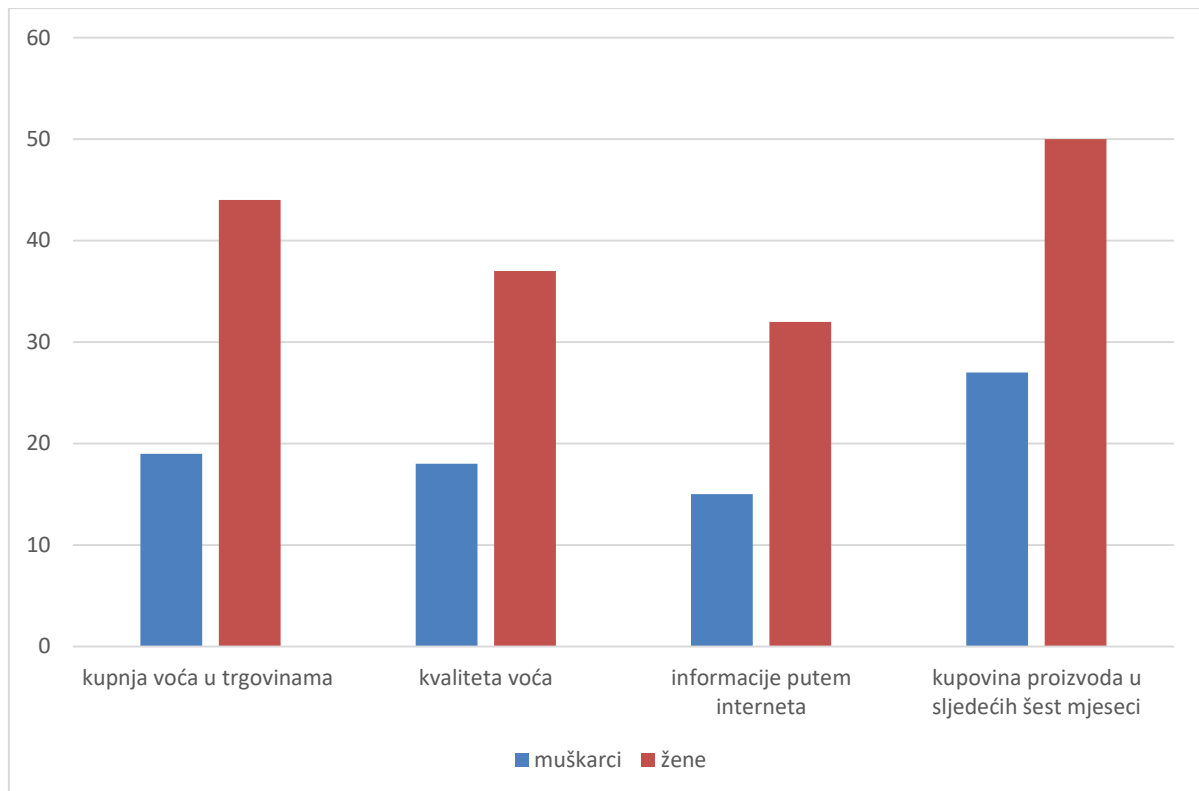


Grafikon 26. Analiza kupnje ekološki uzgojenog voća. Izvor: autor.

4,2% ispitanika se u potpunosti slaže i 27,9% se slaže da će u sljedećih šest mjeseci kupiti jedan proizvod ekološki uzgojenog voća. Ispitanici koji se ne slažu i ne slažu u potpunosti su 2,9%. Odgovor za one koji se niti slažu, niti ne slažu imali su 20,2% ispitanika.

## 5. ANALIZA ANKETE

Od 69 žena 44 ih kupuje plodove voća u trgovinama, 37 žena je bitna kvaliteta, a 16 cijena. njih 32 traži informacije na internetu, 15 od ovlaštenih osoba. Tijekom sljedećih šest mjeseci njih 50 se slaže i u potpunosti slaže da će kupiti jedan ekološki proizvod. Dok od 35 muškaraca, 11 kupuje plodove voća na poljoprivrednom imanju, 18 muškaraca je bitna kvaliteta, a 6 cijena. 15 traže informacije na internetu. 27 muškaraca se slaže i u potpunosti slaže da će tijekom sljedećih šest mjeseci kupiti jedan ekološki proizvod.



Grafikon 27. Razlika između muškaraca i žena. Izvor: autor.

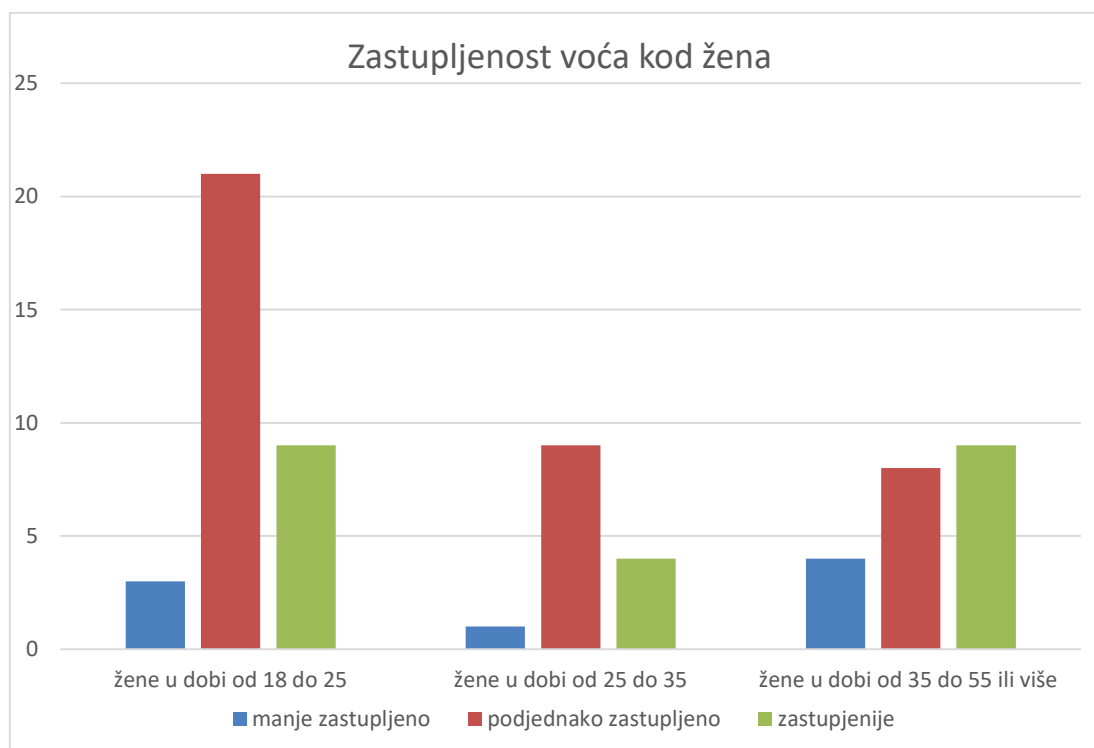
Ovom analizom sam utvrdila da žene više konzumiraju i kupuju plodove voća, najbitnija je kvaliteta kod žena i muškaraca. Muškarci češće kupuju plodove voća na poljoprivrednom imanju dok žene kupnju više obavljaju u trgovinama. Informacije o ekološkim proizvodima najviše traže na internetu. Žene više obavljaju samu kupnju i konzumaciju voća, više se brinu za svoje zdravlje, te će potražiti više informacija.

8 muškaraca u dobi od 35 do 55 ili više godina upoznato je za termin ekološki uzgojeno voće njih 4 misle da žive u području gdje je dostupno proizvođača ekološki uzgojenih proizvoda, a 6 ih smatra da će u budućnosti ekološko voće biti u njihovoj svakodnevnoj prehrani. 9 muškaraca u dobi od 25 do 35 godina, 8 je upoznato s terminom

ekološki uzgojeno voće, 5 ih misli da žive u području gdje ima dovoljno proizvođača ekološki uzgojenih proizvoda. 6 muškaraca će ekološko voće biti podjednako zastupljeno.

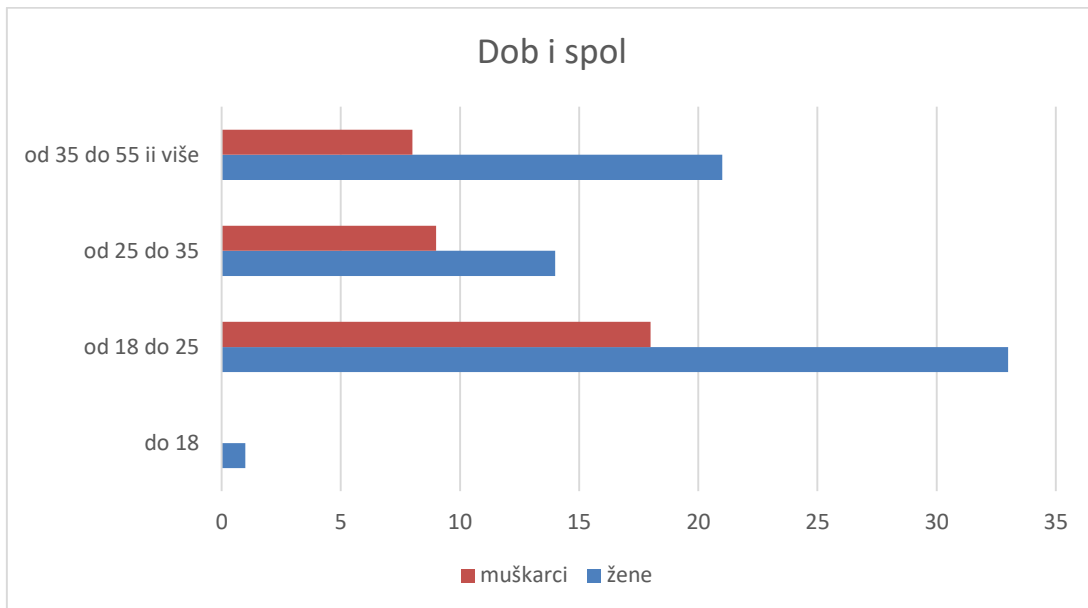
Ovom analizom muškarci različite starosne dobi imaju slično razmišljanje i poznavanje ekološkog voća, te će im konzumacija biti u budućnosti jednako zastupljena.

U anketi je sudjelovao 33 žene u dobi od 18 do 25 godina, 25 ih je upoznato s terminom ekološki uzgojeno voće, samo 13 ih misli da žive u području gdje je dostupno proizvođača ekoloških proizvoda. 23 se slaže da će u sljedećih šest mjeseci kupiti ekološki proizvod, a samo 2 ne. 21 žena misli da će ekološki uzgojeno voće biti podjednako zastupljeno u njihovoj svakodnevnoj prehrani. Sudjelovalo je 14 žena od 25 do 35 godina, koje konzumiraju voće jednom tjedno ili svaki dan, njih 9 smatra da je ponuda ekološki uzgojenog voća nedovoljno dostupna. 13 žena je reklo da će u njihovoj svakodnevnoj prehrani biti podjednako zastupljeno ili zastupljenije ekološko voće. Svih 14 žena u sljedećih šest mjeseci kupiti će jedan ekološki proizvod. Od 21 žena u dobi od 35 do 55 ili više godina 17 ih konzumira bananu ili jabuku, te su sve upoznate s terminom ekološki uzgojeno voće. 13 žena misli da je ponuda ekološki uzgojenog voća na tržištu nedovoljno ili u potpunosti nedostupna. Njih 17 ih konzumira ekološki uzgojeno voće, također 17 ih smatra da će u svakodnevnoj prehrani biti zastupljenije ili podjednako zastupljeno. 16 će ih u sljedećih šest mjeseci kupiti jedan ekološki proizvod.



Grafikon 28. Zastupljenost voća kod žena različite dobi. Izvor: autor.

Ovom analizom utvrdila sam da žene više poznaju i konzumiraju ekološko voće i da će u svojoj prehrani i daljnjoj budućnosti nastaviti konzumirati ekološki uzgojeno voće.



Grafikon 29. Dob i spol. Izvor: autor.

21 od 104 ispitanika u dobi od 35 do 55 godina su žene i sve su upoznate sa terminom ekološki uzgojeno voće ali ih samo 17 konzumira, dok samo 8 muškaraca u dobi do 35 do 55 godina su upoznati s terminom a njih ih konzumira. Muškarci u dobi od 18 do 25 godina 15 ih je čulo za termin ekološki uzgojeno voće a njih 9 ih konzumira.

## 6. ZAKLJUČAK

Zaključno ljudi su čuli za termin ekološko voće, ali ne u potpunosti te ga ne konzumiraju i ne shvaćaju samu vrijednost ekološkog uzgoja. Također smatraju da bi tržište trebalo biti zastupljenije takvim voćem, radi vlastitog zdravlja. Radi dobre kvalitete voća nije im bitna cijena.

Cilj ovog rada bio je osvijestiti potrošače važnosti ekološkog voća i većoj konzumaciji, radi vlastitog zdravlja i brigom za okoliš. Osvijestiti potrošače na razmišljanje o vlastitom zdravlju, poticati male proizvođače da se bave ekološkom poljoprivredom, te u budućnosti ostvariti velike ciljeve u ekološkoj poljoprivredi i konzumaciji ekološkog voća.

U Hrvatskoj je sve veća potražnja za ekološkim proizvodima, a s obzirom na našu klimu predstavlja velik potencijal za još veći razvoj u budućnosti. Također ljudi sve više posežu za trendovima i novim načinima pa tako eko uzgoj dobiva sve veći interes. Sama svijest ljudi da bi trebali više konzumirati ekološke proizvode je tu, ali ih slabije kupuju. Da bi došlo do veće kupnje i konzumacije, ekološki proizvodi bi trebali biti dostupniji, što se analizom ankete utvrdilo da još uvijek nema dovoljno proizvođača ekoloških proizvoda. Većina potrošača je čula za pojam eko i eko proizvod ali još uvijek nije dovoljno informirana što je zapravo to, koliko je kvalitetnije i zdravije. Povećanjem ekoloških proizvođača i većom dostupnosti, ekološki uzgoj bi imao sve veći razvoj u Hrvatskoj.



## 7. POPIS LITERATURE

### Knjige:

1. Despotović, I. (2004) Voćarstvo. Kragujevac: Imperija knjiga.
2. Jovanovac, M. (2015) Bilanciranje hraniva u ekološkom uzgoju masline. Završni rad. Osijek: Sveučilište J. J. Strossmayera
3. Kos, J. (2015) Analiza mogućnosti osnivanja zadruge za ekološku proizvodnju hrane na području Zagrebačke županije. Završni rad. Zagreb: Veleučilište VERN'
4. Krapina, I. i suradnici (2004) Voćarstvo. Zagreb: Nakladni zavod globus.
5. Pokos Nemeč, V. (2012) Ekološko voćarstvo – uzgoj jabuka. Zagreb: Glasnik zaštite bilja.
6. Šamota, D. (2005) Vodič za uključenje u sustav ekološke poljoprivrede. Osijek: TIPO Osijek.
7. Šnajder, I. (2015) Voćarstvo I. Požega: Veleučilište u Požegi.

### Internet:

1. Ekološka proizvodnja, URL: <http://zmergo.hr/info/eko-proizvodnja/> (Pristup: 20.6.2019)
2. Narodne novine, URL: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2001\\_02\\_12\\_222.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2001_02_12_222.html) (Pristup: 19.6.2019)
3. Narodne novine, URL: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016\\_03\\_19\\_571.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_03_19_571.html) (Pristup: 4.7.2019)
4. Sedam koraka do Eko markice, URL: <https://www.agroportal.hr/ekoloska-poljoprivreda/18283> (Pristup: 4.7.2019)
5. Wikipedija, URL: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Anketa> (Pristup: 5.7.2019)

## POPIS GRAFIKONA I SLIKA

1. Slika 1. Nacionalni znak ekološkog proizvoda. Izvor: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016\\_03\\_19\\_571.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_03_19_571.html)
2. Grafikon 1. Spol anketiranih osoba. Izvor: autor.
3. Grafikon 2. Dob anketiranih osoba. Izvor: autor.
4. Grafikon 3. Mjesto stanovanja anketiranih osoba. Izvor: autor.
5. Grafikon 4. Stručna sprema anketiranih osoba. Izvor: autor.
6. Grafikon 5. Vrsta zaposlenja anketiranih osoba. Izvor: autor.
7. Grafikon 6. Kupovina voća. Izvor: autor.
8. Grafikon 7. Učestalost konzumiranja plodova voća. Izvor: autor.
9. Grafikon 8. Plodovi voća 1. Izvor: autor.
10. Grafikon 9. Plodovi voća 2. Izvor: autor.
11. Grafikon 10. Značajnost pri kupnji voća. Izvor: autor.
12. Grafikon 11. Termin ekološki uzgojeno voće. Izvor: autor.
13. Grafikon 12. Informacije o ekološki uzgojenom voću anketiranih osoba. Izvor: autor.
14. Grafikon 13. Ponuda ekološki uzgojenog voća na tržištu. Izvor: autor .
15. Grafikon 14. Ekološki uzgojeno voće je zdravije. Izvor: autor.
16. Grafikon 15. Razmišljanje o vlastitom zdravlju anketiranih osoba. Izvor autor.
17. Grafikon 16. Konzumacija ekološki uzgojene hrane. Izvor: autor.
18. Grafikon 17. Analiza cijene u skladu s vrijednostima. Izvor: autor.
19. Grafikon 18. Analiza proizvoda koji nose oznaku eko. Izvor: autor.
20. Grafikon 19. Zalaganje za uzgoj eko voća. Izvor: autor.
21. Grafikon 20. Analiza dostupnosti proizvođača. Izvor: autor.
22. Grafikon 21. Informacije o ekološkom voću. Izvor: autor.
23. Grafikon 22. Preporuka za kupnju ekološko uzgojenog voća. Izvor: autor.
24. Grafikon 23. Analiza za budućnost ekološkog voća. Izvor: autor.
25. Grafikon 24. Zastupljenost ekološkog voća u svakodnevnoj prerani. Izvor: autor.
26. Grafikon 25. Ekološki uzgojno voće kao ključ zdravlja. Izvor: autor.
27. Grafikon 26. Analiza kupnje ekološki uzgojenog voća. Izvor: autor.
28. Grafikon 27. Razlika između muškaraca i žena. Izvor: autor.
29. Grafikon 28. Zastupljenost voća kod žena različite dobi. Izvor: autor.
30. Grafikon 29. Dob i spol. Izvor: autor.

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA

Ja, Valentina Mudrinović, pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključiv autor završnog/diplomskog rada pod naslovom Analiza ankete o prihvaćanju konzumacije ekološkog voća, te da u navedenom radu nisu na nedozvoljen način korišteni dijelovi tuđih radova.

U Požegi \_\_\_\_\_

Ime i prezime studenta:

\_\_\_\_\_