PONAŠANJE STUDENATA SVEUČILIŠTA U SPLITU PRILIKOM DONOŠENJA ODLUKE O KUPNJI HRANE

Bešlić, Valentina

Master's thesis / Diplomski 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:124:380660

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

PONAŠANJE STUDENATA SVEUČILIŠTA U SPLITU PRILIKOM DONOŠENJA ODLUKE O KUPNJI HRANE

Mentor:
Izv. prof. dr. sc. Višić Josipa

Student:
Valentina Bešlić
2170760

Split, rujan, 2019.

SADRŽAJ:

1. UVOD 3

1.1. Problem istraživanja 3

1.2. Predmet istraživanja 5

1.3. Ciljevi istraživanja 6

1.4. Istraživačke hipoteze 6

1.5. Metode istraživanja 8

1.6. Doprinos istraživanja 9

1.7. Struktura diplomskog rada 9

2. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA 11

2.1. Individualna potražnja za proizvodima 11

2.2. Tržišna potražnja za proizvodima 12

2.3. Potrošačeve preferencije 14

2.3.1. Krivulja indiferencije 15

2.3.2. Mapa indiferencije 16

2.3.3. Veza između krivulje indiferencije i korisnosti 17

2.4. Proračunsko ograničenje 18

2.4.1. Utjecaj promjene dohotka na proračunsku krivulju 19

2.4.2. Utjecaj promjene cijene na proračunsku krivulju 20

2.5. Potrošačev optimalni izbor 21

2.6. Efekti promjene cijene dobra 24

3. TRŽIŠTE HRANE 26

3.1. Razvoj industrije hrane 26

3.2. Karakteristike tržišta hrane 27

3.3. Tržište hrane u EU i svijetu 28

4. ANALIZA PONAŠANJA STUDENATA PRILIKOM KUPNJE HRANE 30

4.1. Opis analiziranog uzorka 30

4.2. Definiranje primijenjene metodologije 39

4.3. Testiranje hipoteza 40

4.4. Sumarna prezentacija rezultata istraživanja 48

5. ZAKLJUČAK 50

LITERATURA **52**
POPIS GRAFIKONA **56**
POPIS SLIKA **57**
POPIS TABLICA **57**
PRILOZI **58**
Prilog 1. Anketni upitnik **58**
SAŽETAK **62**
SUMMARY **62**

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Odluku o kupovini, odnosno o potrošnji donosi potrošač. Glavni motiv za donošenje odluke je zadovoljenje njegovih potreba, bilo da su one materijalne ili duhovne prirode. Potrošač, pri donošenju odluke o kupovini i potrošnji, polazi od vlastitih preferencija s ciljem maksimalnog zadovoljenja svojih potreba uz najmanji mogući izdatak (Bakalar, 2009.). „Sve naše odluke podrazumijevaju izbor između alternativa odnosno izbor jednog dobra ili aktivnosti nasuprot drugom dobru ili aktivnosti. Teorija potrošačevog izbora objašnjava čime se ljudi rukovode u svom odabiru dobara i usluga odnosno zašto preferiraju neka dobra i usluge više ili manje, a izbor potrošača ovisi o korisnosti koju on pripisuje nekom dobru ili usluzi uz pretpostavku racionalnog ponašanja. Pod pojmom korisnosti podrazumijeva se subjektivni užitak odnosno zadovoljstvo što ga potrošač osjeća trošeći neko dobro (Par i Šakić Bobić, 2016.)“.

Hrana je treća najvažnija stvar za život nakon zraka i vode (Ranga, 2019.). Daje nam energiju i hranjive tvari potrebne za rast i razvoj, održavanje zdravlja i aktivan život, za kretanje, rad, igru, razmišljanje te učenje. Obično je biljnog ili životinjskog podrijetla i sastoji se od proteina, ugljikohidrata, masti, vitamina i minerala (Rogers, 2018.), a osim kao nužnost za zadovoljavanje fiziološke potrebe, hranu je moguće promatrati i kao proizvod iz ekonomske perspektive.

Konzumiranje hrane određeno je prehrambenim navikama, a svaki pojedinac ima vlastite prehrambene navike, koje se stvaraju u obitelji od najranijeg djetinjstva. Te se navike mogu mijenjati tijekom godina, ponajprije zbog različitog načina života, ali određena pravila povezana s prehranom ostaju u nama usađena zauvijek (Verbanac, 2004.). Promatrajući životni tijek pojedinaca evidentno je da veliki broj mladih ljudi zbog odlaska na studij napušta obiteljsko okruženje, suočava se sa samostalnošću te kreira vlastite prehrambene navike. Značajan udio studentske populacije koristi studentske restorane kao mjesto gdje mogu zadovoljiti svoje prehrambene potrebe, dio koristi objekte brze prehrane ili restorane, dio njih samostalno priprema hranu, dok se određeni dio studenata hrani većinom u obiteljskom domu. Važno je istaknuti činjenicu da dio studenata koji živi u obiteljskom domu nema isto ponašanje po pitanju prehrane u odnosu na one studente koji su podstanari ili žive u studentskim domovima. Naime, dosadašnja istraživanja pokazuju da studenti koji žive s obitelji imaju uravnoteženiju prehranu (Tomić et al., 2012.; Abraham et al., 2018.).

Slijedom navedenog, ovo istraživanje je usmjereno na analizu ponašanja studenata prilikom donošenja odluke o kupnji hrane. Glavni dijelovi istraživanja odnosit će se na ekonomske aspekte koji utječu na odluke o kupnji hrane, kroz život stečene navike o prehrani te na vremensku ograničenost studenata zbog studentskih obveza. Studenti su jedna od najpogođenijih kategorija zahvaćenih lošim prehrambenim navikama (Čaklovica, 2018.). Zbog rasporeda predavanja, nastavnih planova i programa te ispitnih rokova, studenti često zanemaruju važnost zdravih obroka. Izvori stresa su mnogobrojni, no najviše se naglašavaju stresovi izazvani samim učenjem, polaganje ispita, nedostatak vremena i sna te visoka očekivanja roditelja (Sreeramareddy et al., 2007.; Čaklovica, 2018.). Istraživanje Mikolajczyk et al. (2009.) koje je provedeno među studentima u tri europske zemlje (Njemačka, Poljska i Bugarska) pokazuje da je u svim zemljama konzumacija slatkiša, kolača i grickalica bila češća kod žena te da je bila povezana sa stresom. Isto istraživanje potvrđuje i da postoji povezanost između potrošnje nezdrave hrane i depresivnih simptoma te bi trebalo poticati studente da konzumiraju zdraviju hranu kako bi smanjili simptome stresa.

Mnogi studenti pokazuju nezdrave prehrambene navike, kao što su preskakanje obroka i konzumiranje velikih količina gaziranih pića (Huang et al., 1994.), hrane visoke masnoće (Dinger, 1999.) i brze hrane (Driskell et al., 2005). Anderson et al. (2011.) navode da su brzina i praktičnost (64%) glavni razlozi zbog kojih studenti odlaze u restorane brze hrane. Slične rezultate iznose i Rydell et al. (2008.) koji su utvrdili da su ograničeno vrijeme, dobar okus, druženje s prijateljima te cijena bili najčešći razlozi konzumiranja brze hrane.

Iako studenti imaju razvijenu svijest o brizi za vlastito zdravlje kojom se podrazumijeva zdrav način prehrane, postoje određene prepreke koje im to onemogućuju. Stockton i Baker (2013.) ističu da znanje studenata o prehrani ne korelira s njihovim prehrambenim navikama jer visoka razina znanja ne znači nužno i zdravo prehrambeno ponašanje. Naime, zdraviji način prehrane je uglavnom i skuplji način što velikom broju studenata zbog financijskih mogućnosti predstavlja veliki problem. Osim činjenice da su potrošači svjesni važnosti pravilne prehrane, nalazimo se u razdoblju kada se u svim segmentima života nastoji biti u trendu, a prema Menell et al. (1998.) definitivni trend u današnjoj prehrani zapadnog potrošačkog društva je zdrava hrana.

Istraživanje Dave et al. (2009.) pokazuje da su dob i spol demografske varijable koje su povezane s učestalošću unosa brze hrane. Sa starenjem, učestalost konzumiranja brze hrane se smanjuje. Osim toga, navode da osobe muškog spola češće konzumiraju brzu hranu što potvrđuje i istraživanje Bowman et al. (2004.) koje je provedeno među djecom i adolescentima u SAD-u. Žene jedu više voća, a manje mesa, kruha te krumpira u odnosu na

muškarce koji češće jedu hranu s visokim udjelom masti (Bingham et al., 1981., Pollard et al., 1998.). Nadalje, uočena je značajna povezanost između kontrole tjelesne težine i raspoloženja kao čimbenika koji utječu na izbor hrane kod žena (Steptoe et al., 1995.).

Faktori koji utječu na prehranu pojedinca mogu biti individualni, no kada se općenito govori o faktorima utjecaja na izbor hrane posebno se ističe kupovna moć stanovništva (Alibabić i Mujić, 2016.). Rezultati istraživanja Tomić et al. (2012.) dobiveni anketnim ispitivanjem hrvatskih studenata pokazuju da ispitanici s nižim mjesečnim džeparcem i oni čiji roditelji imaju viši stupanj obrazovanja manje konzumiraju brzu hranu. S navedenim se podudaraju i rezultati Bowman et al. (1998.) koji navode da je razina obrazovanja pozitivno povezana s boljom prehranom. Razumljivo, cijena hrane je mnogo važniji element u odabiru među osobama s niskim primanjima u odnosu na osobe s boljim financijskim statusom te je ocijenjena kao važnija među ženama u odnosu na muškarce (Steptoe et al., 1995.). Osobe s manje raspoloživog dohotka neće moći uzeti u obzir okus u jednakoj mjeri kao pojedinci koji nisu ograničeni visinom dohotka i možda će morati postaviti druge prioritete (Steptoe et al., 1995.).

Nastavno na navedeno, ovo istraživanje bi trebalo dati odgovor na pitanja koja neposredno utječu na odluku o izboru i načinu prehrane kod studentske populacije. Na temelju istraživanja dobit će se rezultati koji će biti stvaran pokazatelj ponašanja studenata Sveučilišta u Splitu prilikom donošenja odluke o kupnji hrane, uzimajući u obzir da se u gradu Splitu povećava broj objekata koji u svojoj ponudi imaju isključivo zdravu i nutritivno bogatu hranu te svojim različitim cijenama unaprijed određuju strukturu potencijalnih gostiju, tj. konzumenata njihove hrane. Ključno pitanje na koje će se nastojati odgovoriti je kolikim mjesečnim budžetom raspolaže jedan student, koliko novca može izdvojiti na vlastitu prehranu, kakve su njihove navike po pitanju prehrane te koliko imaju slobodnog vremena.

1.2. Predmet istraživanja

Iz definiranog problema istraživanja proizlazi i predmet istraživanja. Budući da je problem istraživanja poprilično široko područje, predmet istraživanja obuhvatit će uz ekonomske i sociodemografske aspekte koji utječu na ponašanje studenata prilikom donošenja odluke o kupnji hrane. Odnos svakog pojedinog čovjeka prema prehrani je specifičan, individualan i promjenjiv (Alibabić i Mujić, 2016.), stoga se u fokus istraživanja postavlja upravo ponašanje potrošača ograničeno cijenom, dohotkom te osobnim ukusima i preferencijama. Konkretno,

na temelju podataka prikupljenih primjenom anketnog upitnika, analizirat će se determinante potražnje za hranom odnosno utvrdit će se u kojom mjeri svaka pojedina determinanta utječe na odluke studenata pri kupnji hrane. Anketom će se ispitati osnovni podaci o studentima poput spola, dobi, vrste studija i studentskog statusa te prosječnog mjesečnog dohotka, kao i podaci vezani uz njihove prehrambene navike te utjecaj pojedinih čimbenika na njihovu odluku o kupnji hrane.

1.3. Ciljevi istraživanja

Definiranjem problema i predmeta istraživanja, rad se nastavlja postavljanjem ciljeva istraživanja. Teorijskom te empirijskom analizom razmotrit će se različiti utjecaji na potražnju za hranom i utvrdit će se stavovi studenata o prehrani i zdravlju. Definirat će se istraživački ciljevi kojima će se:

- ✓ analizirati utjecaj cijene hrane na odluku studenata pri kupnji hrane,
- ✓ istražiti postoji li razlika između učestalosti konzumiranja brze/zdrave hrane među ispitanim studentima s obzirom na spol, dob, vrstu studija, studentski status, prosječni mjesečni džeparac te obrazovanost roditelja ispitanih studenata,
- ✓ istražiti postoji li povezanost učestalosti konzumiranja brze hrane i mjesta stanovanja studenata,
- ✓ utvrditi koja su obilježja hrane percipirana kao najvažnija pri izboru hrane među ispitanim studentima.

1.4. Istraživačke hipoteze

Svrha istraživanja je prikupljanje mišljenja studentske populacije prilikom donošenja odluke o kupnji hrane. U okviru teorijske i empirijske analize utvrdit će se kako i u kojoj mjeri različite determinante utječu na potražnju za hranom. Na temelju prethodno definiranog predmeta i problema istraživanja te utvrđenih ciljeva istraživanja postavljaju se sljedeće istraživačke hipoteze.

H1: Cijena hrane je najvažniji čimbenik koji utječe na odluku studenata pri kupnji hrane.

Jedna od najvažnijih informacija vezanih za proizvod je cijena. Prilikom kupovine prehrambenih proizvoda cijena može nadvladati kriterij zdravlja. Cijena i potražnja se nalaze u inverznom odnosu, odnosno što je cijena viša potraživana količina je manja (pod ostalim nepromijenjenim uvjetima). Budući da studenti raspolažu ograničenim budžetom očekivano je da neće kupovati proizvode koji prema njihovom mišljenju imaju visoku cijenu jer uvijek mogu pronaći drugu prihvatljiviju opciju.

H2: Studenti čiji roditelji imaju viši stupanj obrazovanja rjeđe konzumiraju brzu hranu.

Znanost potvrđuje da su nepravilna prehrana i način života rizični faktori kroničnih nezaraznih oboljenja te naglašava važnost pravilne prehrane i tjelesne aktivnosti (Alibabić i Mujić, 2016.). Roditelji koji su visokoobrazovani upoznati su s opasnostima koje dolaze iz hrane i educiraju djecu o važnosti pravilne prehrane za zdravlje stoga se u tom smislu očekuje povezanost stupnja obrazovanja roditelja s učestalošću konzumiranja brze hrane.

H3: Studenti s višim mjesečnim džeparcem češće konzumiraju brzu hranu.

Za vrijeme studiranja, veliki dio vremena studenti provode na fakultetu, a ostatak vremena, s obzirom na činjenicu da im je u toj dobi privatni, odnosno socijalni život od velikog značaja, provode s prijateljima što često uključuje odlazak u restoran brze hrane, slastičarnicu i slično. Povezano s tim, smatra se da će studenti s višim mjesečnim džeparcem češće konzumirati brzu hranu jer im to dopuštaju njihove financijske prilike.

H4: Stariji studenti rjeđe konzumiraju brzu hranu u odnosu na mlađe studente.

Početak studiranja za svakog studenta predstavlja niz izazova i potencijalnih poteškoća. Studenti imaju više obveza i manje slobodnog vremena što se često zna odraziti na njihove prehrambene navike. Na prvoj godini studija studenti nerijetko dobiju neželjene kilograme zbog nepravilne prehrane povezane sa stresnim životom (Kuzman i Posavec, 2017.). S vremenom, studenti se prilagode promjenama, bolje organiziraju svoje vrijeme te spoznaju važnost pravilne prehrane.

H5. Studenti koji ne žive s obitelji češće konzumiraju brzu hranu.

Veliki broj mladih ljudi po prvi put u životu napušta svoj obiteljski dom zbog odlaska na studij te preuzima odgovornost za vlastite prehrambene navike. Nedostatak slobodnog vremena, vještina te motivacije za kuhanjem zdravih obroka često narušavaju prehrambene navike stečene odrastanjem u obitelji. Studenti lako stječu naviku jedenja „vani“, što uključuje studentske menze, ali i brzu hranu iz zalogajnica (Kuzman i Posavec, 2017.). S druge strane, studenti koji ostaju u obiteljskom domu imaju više slobodnog vremena, ne moraju samostalno pripremati obroke te su više educirani od strane roditelja o važnosti pravilne prehrane.

Analizom empirijskih podataka postavljene hipoteze će se potvrditi ili osporiti.

1.5. Metode istraživanja

Rad će se sastojati od teorijskog i empirijskog dijela istraživanja. Teorijski dio rada će se temeljiti na stručnoj i znanstvenoj literaturi. Kako bi se ispunili postavljeni ciljevi istraživanja i analizirale hipoteze istraživanja, primijenit će se uobičajene znanstveno-tehničke metode. Najvažnije metodekoje će se koristiti u izradi rada su:

- ✓ metoda analize - postupak istraživanja raščlanjivanjem složenih misaonih tvorevina na njihove jednostavne sastavne dijelove;
- ✓ metoda klasifikacije - sistematska i potpuna podjela općeg pojma na posebne, u okviru opsega pojma;
- ✓ metoda sinteze - postupak spajanja jednostavnih misaonih tvorevina u složenije;
- ✓ metoda dedukcije - iz općih stavova se izvode pojedinačni stavovi;
- ✓ metoda indukcije - na temelju pojedinačnih činjenica se dolazi do zaključka o općem sudu;
- ✓ metoda deskripcije - koristi se pri opisu teorijskih i istraživačkih spoznaja;
- ✓ metoda kompilacije - upotrebljava se kao sekundarna metoda jer je primarno utemeljena na poznatim i dostupnim tuđim znanjima i saznanjima, tuđim teorijama i zakonima;
- ✓ metoda komparacije - način za usporedbu istih ili srodnih činjenica.

Empirijski dio rada će obuhvaćati prikupljanje, obradu i prezentaciju podataka dobivenih metodom anketiranja. Za obradu prikupljenih podataka koristit će se statistički program SPSS te će se na osnovi prikupljenih podataka donijeti zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju hipoteza.

1.6. Doprinos istraživanja

Definiranjem problema, predmeta, ciljeva i metoda istraživanja te postavljanjem hipoteza, utvrdit će se i doprinos istraživanja koji se može promatrati kako sa teorijskog tako i sa empirijskog aspekta. Osnovni cilj i svrha istraživanja je ispitati prehrambene navike studenata Sveučilišta u Splitu, odnosno utvrditi koje sve determinante utječu na ponašanje studenata pri kupnji hrane što je ujedno i temeljni doprinos istraživanja. Dobiveni rezultati omogućit će stjecanje uvida u pitanje koje je od velike važnosti za cjelokupno fizičko i psihičko zdravlje kako studentske, tako i cijele populacije. Slijedom navedenog, ishodi istraživanja mogu biti od koristi studentima kako bi osvijestili važnost zdravih prehrambenih navika, nutricionistima te svim povezanim dionicima kao što su npr. stručnjaci u marketingu hrane.

1.7. Struktura diplomskog rada

Rad je podijeljen u pet poglavlja.

U prvom, uvodnom poglavlju definirani su problem i predmet istraživanja. Utvrđeni su ciljevi istraživanja te su postavljene istraživačke hipoteze za daljnje istraživanje. Navedene su i objašnjene metode kojima će se istraživanje provesti, utvrđeni su doprinos istraživanja te sadržaj i struktura rada.

Drugo poglavlje rada odnosi se na teorijsku obradu potražnje i ponašanja potrošača. Na samom početku drugog dijela teorijski se objašnjava potražnja odnosno pojmovno određenje potražnje te individualna i tržišna potražnja. Zatim se obrađuje definicija granične stope supstitucije, razlika između supstituta i komplemenata, budžetsko ograničenje, potrošačev optimalni izbor te efekti promjene cijene dobra.

Treće poglavlje posvećeno je tržištu hrane. Objašnjava se važnost ovog sektora, razvoj industrije hrane, konkurencijski pritisak te se opisuje struktura tržišta hrane u Republici Hrvatskoj, Europi i svijetu.

Četvrto poglavlje sadržava opis anketnog upitnika, analizu rezultata provedene ankete te metodologiju kojom će se provesti istraživanje. Osim toga raspravljeni su statistički dokazi koji će se ostvariti istraživanjem.

U posljednjem, petom poglavlju se izdvajaju nove spoznaje, do kojih se došlo provedenim istraživanjem te se donose najvažniji zaključci.

Na samom kraju rada nalazi se popis literature, sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku, popis slika, tablica, grafikona te se prilaže anketni upitnik.

2. POTRAŽNJA I PONAŠANJE POTROŠAČA

2.1. Individualna potražnja za proizvodima

Potražnja se može definirati kao količina nekog dobra (proizvoda ili usluge) koju su kupci spremni kupiti po određenoj cijeni. Potražnja za nekim dobrom ovisi o mnogo čimbenika, od kojih se najviše ističu cijena proizvoda, dohodak, cijene drugih proizvoda, broj stanovnika te ukusi potrošača (Lipovec i Kozina, 2013.). Količina potražnje za nekim proizvodom ili uslugom izražava se u naturalnim jedinicama, kao što su kilogrami, komadi, metri i slično te se odnosi na određeno vremensko razdoblje (Bakalar, 2009.).

„Potražnja pojedinca označava se pojmom individualne potražnje, dok se potražnja svih pojedinaca na nekom tržištu naziva tržišnom potražnjom (Pavić et al., 2007.)“. Individualna potražnja uglavnom je ograničena financijskim mogućnostima pojedinca i podrazumijeva količinu dobra koju je pojedinac voljan, odnosno sposoban kupiti po svakoj mogućoj cijeni tog dobra (Pavić, 2015.).

U tablici 1 prikazana je individualna potražnja kupca A za dobrom X pri ponuđenim cijenama. Na tržištu dobra X, kupac A voljan je pri cijeni od 0,00 kn kupiti 20 komada dobra X, a daljnje povećanje cijene rezultirat će smanjivanjem potraživane količine dobra X. Sukladno tome, pri cijeni od 6,00 kn potraživana količina je znatno manja i kupac je voljan kupiti samo 8 komada dobra X. Pri cijeni od 10,00 kn, kupac A nije voljan, odnosno sposoban kupiti dobro X.

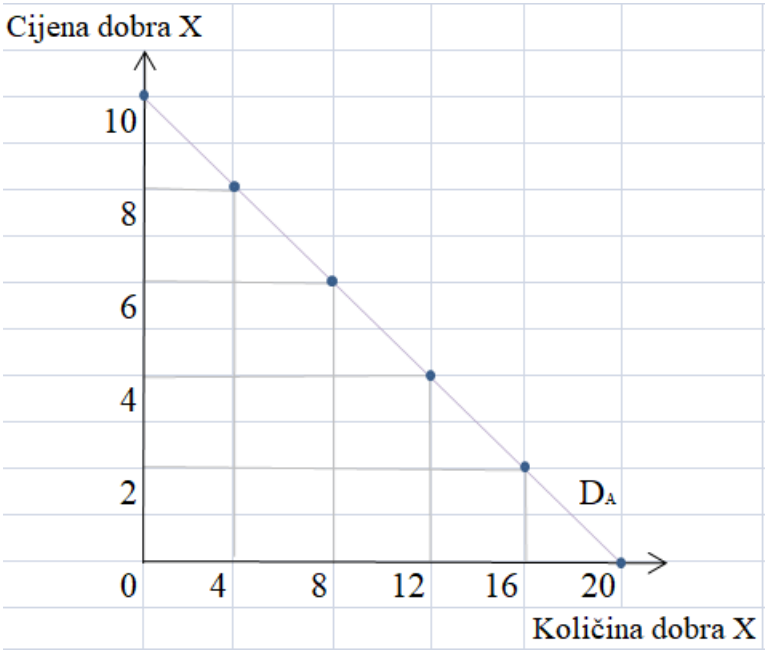
Tablica 1: Individualna potražnja kupca A

Cijena dobra X	Potraživana količina kupca A
0,00 kn	20
2,00 kn	16
4,00 kn	12
6,00 kn	8
8,00 kn	4
10,00 kn	0

Izvor: Izrada autorice

Prema zakonu potražnje, što je cijena proizvoda viša, manja je potraživana količina za promatranim proizvodom, uz ostale determinante nepromijenjene. Dakle, kretanje cijene i potraživane količine ide u suprotnom smjeru, povećanje cijene smanjuje, a smanjenje cijene povećava potraživanu količinu. Viša cijena dovodi do smanjenja količine potražnje jer se gotovo svaki proizvod može zamijeniti nekim drugim proizvodom koji ima nižu cijenu, a slične karakteristike i kvalitetu. Zakon potražnje vrijedi kako za individualnu tako i za tržišnu potražnju (Lipovec i Kozina, 2013.).

Budući da se potraživana količina kupca A za dobrom X smanjuje povećanjem cijene dobra X, individualna krivulja potražnje ima negativan nagib, kao što je prikazano grafikonom 1.



Grafikon 1: Potražnja kupca A

Izvor: Izrada autorice

2.2. Tržišna potražnja za proizvodima

Tržišnu potražnju možemo definirati kao količinu dobra koju su svi pojedinci koji čine neko tržište voljni i sposobni kupiti pri različitim cijenama promatranog dobra. Dakle, tržišna potražnja je zbroj svih individualnih potražnji na pojedinom tržištu (Pavić, 2015.).

U tablici 2 prikazana je tržišna potražnja za dobrom X pri različitim cijenama. Pri cijeni od 0,00 kn i kupac A i kupac B potražuju najveću količinu dobra X. Povećanje cijene dobra X dovodi do promjene u potraživanoj količini i jednog i drugog kupca pa tako pri cijeni od

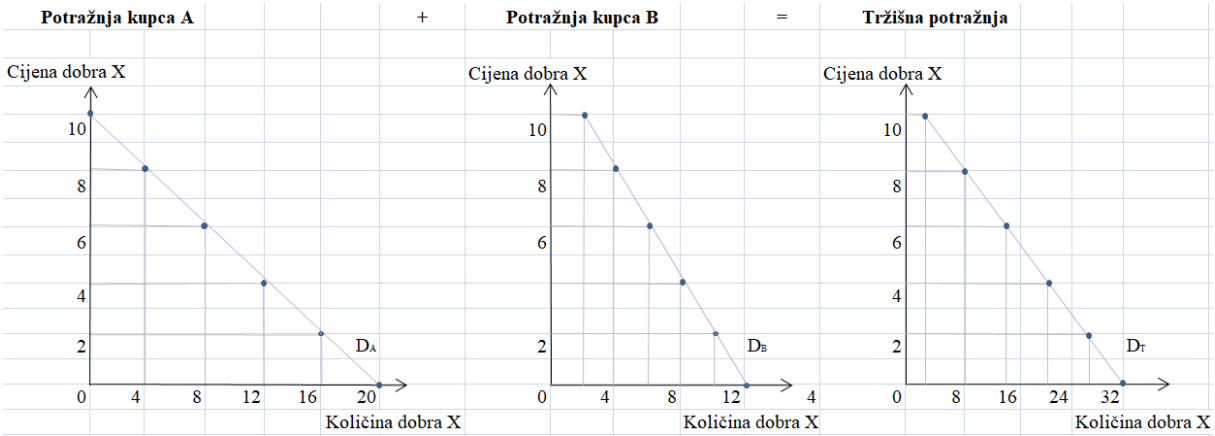
10,00 kn kupac B potražuje 2 komada, dok kupac A pri navedenoj cijeni nije voljan, odnosno sposoban kupiti dobro X.

Tablica 2: Tržišna potražnja

Cijena dobra X	Individualna potražnja		Tržište
	Kupac A	Kupac B	
0,00 kn	20	12	32
2,00 kn	16	10	26
4,00 kn	12	8	20
6,00 kn	8	6	14
8,00 kn	4	4	8
10,00 kn	0	2	2

Izvor: Izrada autorice

Veza između individualne i tržišne potražnje može se vidjeti i na grafičkom prikazu. Na grafikonu 2 prikazane su individualne krivulje potražnje kupca A i B te tržišna krivulja potražnje. Tržišna krivulja potražnje pokazuje kako se mijenja ukupna potraživana količina nekog proizvoda ili usluge kada se mijenja cijena istog, dok su sve ostale determinante, koje utječu na to koliko potrošač želi kupiti, nepromijenjene. Horizontalnim zbrajanjem individualnih krivulja potražnje na razini pojedine cijene nastaje tržišna krivulja potražnje.

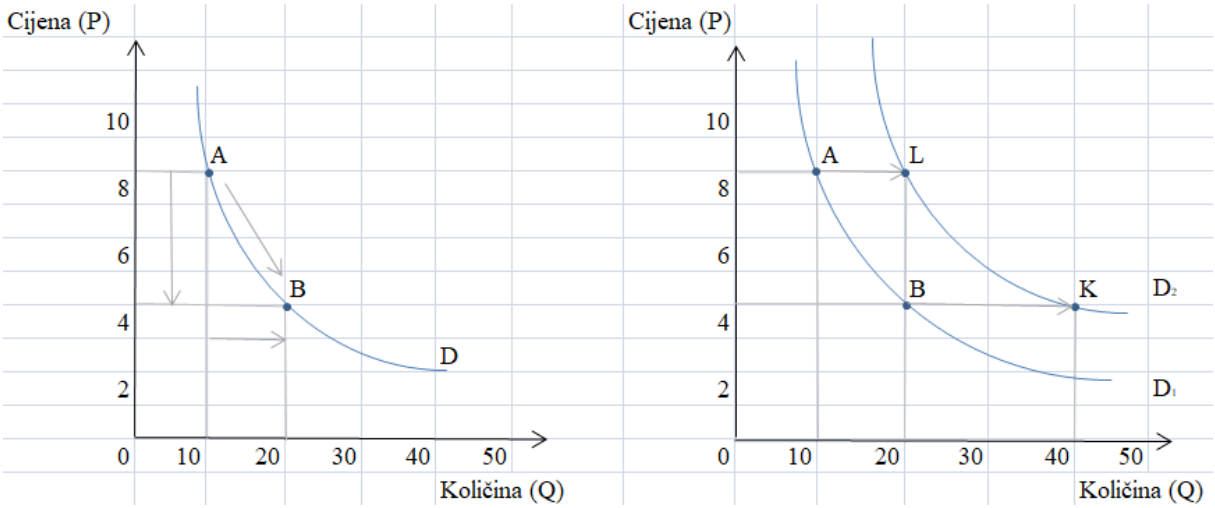


Grafikon 2: Tržišna krivulja potražnje

Izvor: Izrada autorice

Potražnja se može mijenjati na dva različita načina ovisno o tome mijenja li se cijena

promatranog dobra ili neka druga utjecajna veličina. U prvom slučaju govorimo o promjeni u količini potražnje, odnosno o promjeni količine nekog dobra koju je netko voljan i sposoban kupiti kao odgovor na promjenu njegove cijene. U drugom slučaju radi se o promjeni u potražnji, odnosno o promjeni potražnje koja je uzrokovana promjenom bilo koje druge utjecajne veličine osim cijene promatranog dobra (Pavić, 2015.). Sukladno tome, krivulja potražnje ne mora biti stabilna i može se pomicati tijekom vremena. Ukoliko se radi u promjeni u količini potražnje, pomaci se događaju uzduž krivulje, dok u slučaju promjene u potražnji pomiče čitava krivulja potražnje. Ovisno o tome radi li se o povećanju ili smanjenju potraživane količine, krivulja potražnje pomicat će se udesno odnosno ulijevo.



Grafikon 3: Krivulje potražnje - promjene u količini potražnje; promjene u potražnji

Izvor: Pavić, I. (2015): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split

2.3. Potrošačeve preferencije

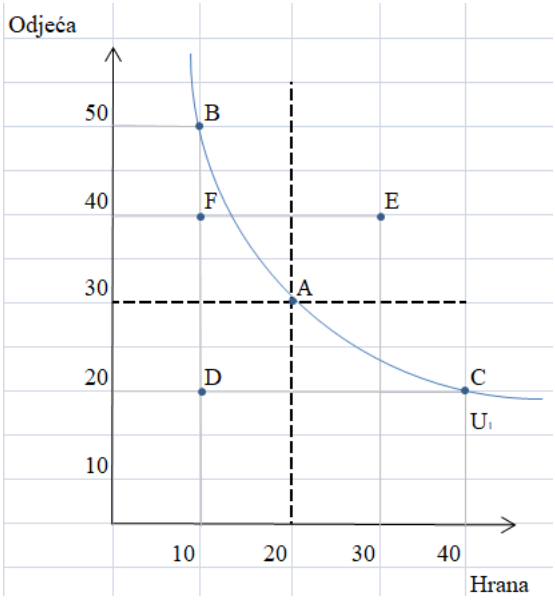
„Potrošači se svakodnevno susreću s problemom izbora, odlučujući o kombinacijama i količinama dobara koje će konzumirati (Pavić, 2015.)“. Pojam tržišna košarica ili tržišni zavežljaj označava određenu grupu proizvoda, odnosno popis točno određenih količina jednog ili više dobara. Tržišna košarica može sadržavati različite količine jednog ili više dobara, a koju će košaricu dobara potrošač izabrati ovisi o njegovim preferencijama. „Preferencije potrošača rezultat su njegovih individualnih sklonosti ili ukusa, a govore o poretku bilo kojih dviju košarica dobara sa stajališta njihove poželjnosti, apstrahirajući u ovom trenutku troškove nabavke pojedine košarice (Pavić, 2015.)“. Teorija ponašanja potrošača polazi od toga da većina potrošača u većini situacija ima sklonost prema jednoj

tržišnoj košarici u odnosu na drugu. Smatra se da se potrošačev izbor temelji na zadovoljavanju sljedeća tri aksioma:

- ✓ aksiom potpunosti - potrošač može uspoređivati, rangirati te je u stanju izabrati između raspoloživih kombinacija dobara. Za bilo koje dvije tržišne košarice dobara A i B, potrošač može preferirati košaricu A u odnosu na košaricu B, odnosno košaricu B u odnosno na košaricu A ili može biti indiferentan prema tim dvjema košaricama.
- ✓ aksiom tranzitivnosti – podrazumijeva konzistentnost u potrošačevom izboru. Prilikom izbora između nekoliko tržišnih košarica pretpostavlja se da će se potrošač ponašati racionalno, odnosno ako su potrošačeve preferencije takve da tržišnu košaricu A preferira u odnosu na košaricu B, a košaricu B u odnosu na košaricu C, tada i košaricu A preferira u odnosu na košaricu C.
- ✓ aksiom nezasitnosti – smatra se da su dobra poželjna i da potrošači nikad nisu zadovoljeni ili zasićeni. Budući da potrošači uvijek imaju više sklonosti prema većem broju dobara nego prema manjem, između dviju različitih kombinacija potrošač uvijek preferira kombinaciju koja podrazumijeva više bilo kojeg dobra u odnosu na kombinaciju koja podrazumijeva manje odnosnog dobra. Dakle, nezasitnost znači da je više ujedno i bolje, odnosno ukoliko je nešto dobro, više je bolje (Pavić, 2015.; Pindyck i Rubinfeld, 2005.).

2.3.1. Krivulja indiferencije

Potrošač koji ima mogućnost izbora između dvaju dobara u stanju je definirati količinske kombinacije tih dvaju dobara koje mu pružaju istu razinu zadovoljstva. Dakle, potrošač je indiferentan između tih različitih kombinacija jer mu pružaju istu razinu užitka. Sklonosti potrošača mogu se grafički prikazati krivuljom indiferencije. Krivulja indiferencije prikazuje sve kombinacije tržišnih košarica koje potrošaču osiguravaju jednaku razinu zadovoljstva. Na grafikonu 4 prikazana je krivulja indiferencije koja je nastala spajanjem točaka A, B i C koje predstavljaju košarice dobara između kojih je potrošač indiferentan. Iako košarice dobara predstavljene točkama A, B i C sadrže različite količine promatranih dobara, potrošaču pružaju jednako zadovoljstvo. Potrošač preferira košaricu E, koja se nalazi iznad krivulje indiferencije U_1 više nego A, ali A preferira više nego F ili D koje leže ispod krivulje indiferencije.

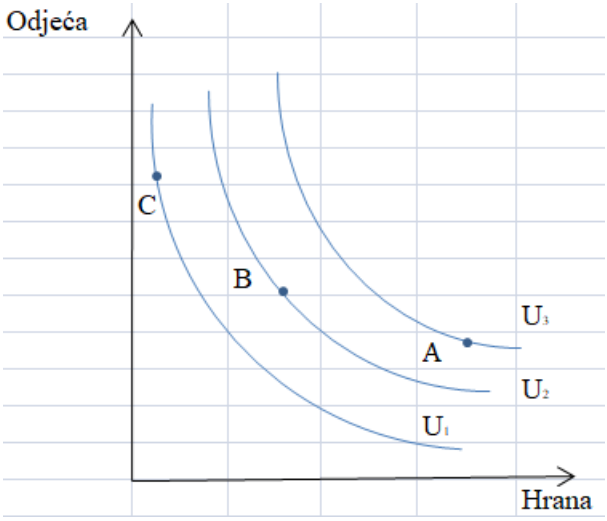


Grafikon 4: Krivulja indiferencije

Izvor: Izrada autorice prema Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. (2005): Mikroekonomija, Mate, Zagreb

2.3.2. Mapa indiferencije

Mapa indiferencije je skupina dviju ili više krivulja indiferencije koje pokazuju tržišne košarice između kojih je potrošač indiferentan. Na grafikonu 5 prikazane su tri krivulje indiferencije koje označavaju različitu razinu zadovoljstva koju potrošaču pružaju različite tržišne košarice dobara. Sve kombinacije koje se nalaze na krivulji indiferencije U_3, kao što je tržišna košarica A, bolje su od bilo koje kombinacije na krivulji U_2 (npr. tržišna košarica B). S druge strane, bilo koja tržišna košarica na krivulji U_2 je poželjnija od bilo koje tržišne košarice na krivulji U_1, kao što je C (Pindyck i Rubinfeld, 2005.). Krivulje indiferencije ne moraju biti paralelne, ali se ne mogu presijecati jer je to u suprotnosti s pretpostavkom o nezasitnosti potrošača.



Grafikon 5: Mapa indiferencije

Izvor: Izrada autorice prema Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. (2005): Mikroekonomija, Mate, Zagreb

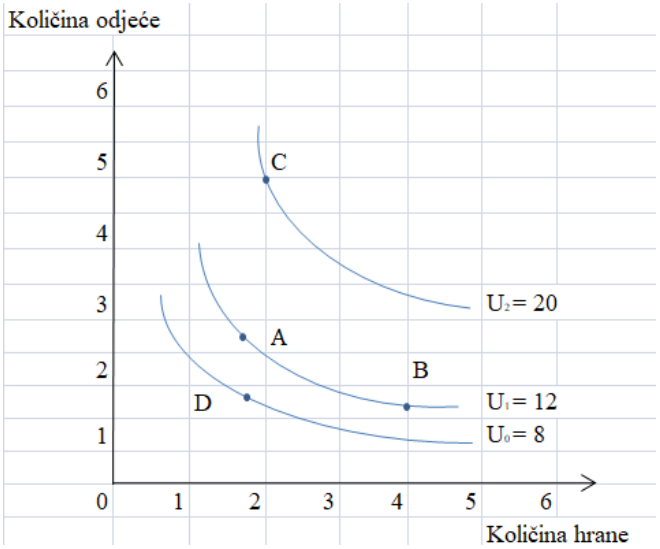
2.3.3. Veza između krivulje indiferencije i korisnosti

Potrošačevo zadovoljstvo se može izraziti na dva načina. Prvi način izražavanja potrošačevog zadovoljstva je pomoću krivulja indiferencije, a drugi način pomoću koncepta korisnosti. Između navedena dva načina izražavanja potrošačeva zadovoljstva u osnovi nema bitne razlike (Pavić, 2007.).

Prema Pindyck i Rubinfeld (2005.) pojam korisnosti odnosi se na brojčanu vrijednost koja predstavlja zadovoljstvo koje potrošač dobiva od određene tržišne košarice, pri čemu je veća razina potrošačevog zadovoljstva označena većim brojem jedinica korisnosti. Ako košarica A ima veći broj jedinica korisnosti od košarice B, to znači da potrošač preferira A u odnosu na B. U slučaju da košarice A i B imaju isti broj jedinica korisnosti, potrošač je indiferentan između tih dviju košarica (Pavić et al., 2007.). Dakle, korisnost se može definirati kao alat kojim pojednostavljujemo rangiranje različitih tržišnih košarica. Funkcija korisnosti je formula koja svakoj tržišnoj košarici pridružuje određenu razinu korisnosti te se može prikazati skupom krivulja indiferencije, od kojih svaka ima brojčani pokazatelj. Razlikujemo rednu i kardinalnu funkciju korisnosti. Redna funkcija korisnosti omogućuje rangiranje košarica odnosno krivulja indiferencije prema njihovu iznosu korisnosti, dok kardinalna funkcija korisnosti egzaktno izražava koliko je neka košarica bolja od neke druge košarice, odnosno određuje privrženost određenoj košarici (Pavić et al., 2007.).

Dakle, na grafikonu 6 prikazane su tri krivulje indiferencije uz pripadajuće indekse, odnosno jedinice korisnosti. Krivulja indiferencije U_2 pruža višu razinu zadovoljstva od krivulja U_1 i U_0. Broj jedinica korisnosti naveden uz krivulje indiferencije izražava rang različitih košarica,

odnosno krivulja indiferencije. Na temelju broja jedinica ne može se zaključiti koliko je puta neka kombinacija bolja ili lošija od neke druge kombinacije, ali može se zaključiti da je krivulja indiferencije U_2 bolja od U_1 odnosno U_0.



Grafikon 6: Korisnost i krivulje indiferencije

Izvor: Izrada autorice prema Pavić, I. (2015): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split

2.4. Proračunsko ograničenje

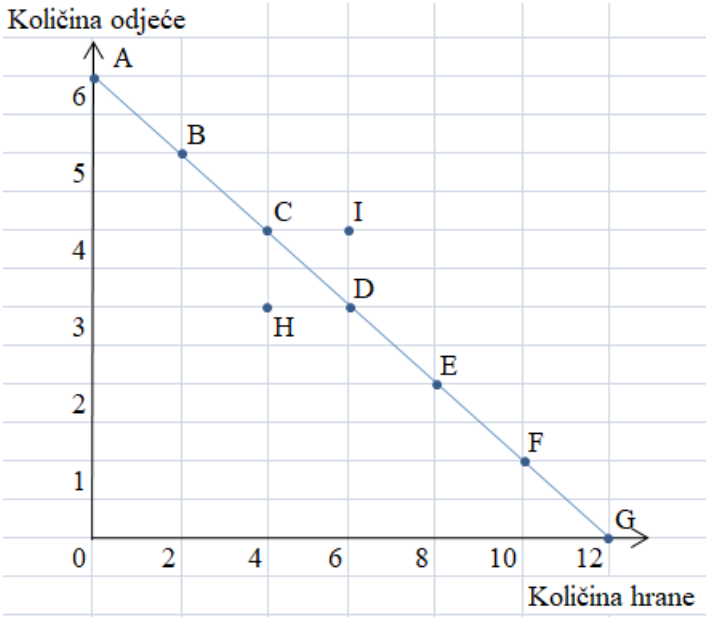
Prema Pavić (2015.) proračunsko, odnosno budžetsko ograničenje definira se kao određena visina dohotka koja potrošaču stoji na raspolaganju za kupovinu određenih dobara. Dakle, proračunsko ograničenje je nešto s čime se potrošači susreću svakodnevno budući da je za kupnju bilo kojeg dobra potrošaču potreban određeni dohodak.

Proračunska krivulja je grafički prikaz svih kombinacija dvaju dobara za koje je ukupan zbroj potrošenog novca jednak dohotku potrošača. U slučaju da potrošač želi povećati količinu jednog dobra, tada se za određeni iznos treba smanjiti količina drugog dobra.

Proračunska krivulja prikazana grafikonom 7 prikazuje kombinacije hrane i odjeće koje potrošač može nabaviti raspoloživim dohotkom od 60 novčanih jedinica. Na proračunskoj krivulji označeno je sedam takvih kombinacija. One se protežu od točke A koja označava kombinaciju u kojoj potrošač sav svoj dohodak troši na odjeću, do točke G koja označava mogućnost da potrošač raspoloživi dohodak upotrijebi za kupnju hrane. Između navedenih dviju krajnjih kombinacija nalaze se ostale košarice koje uključuju kupovinu i jednog i drugog dobra, ali koje također stoje 60 novčanih jedinica. Na slici se nalaze i dvije točke koje

se ne nalaze na proračunskoj krivulji. Točka H leži ispod proračunske krivulje te ona predstavlja kombinaciju koja zahtijeva manji budžet od raspoloživog, dok se točka I nalazi iznad proračunske krivulje jer ona kombinira količinu hrane i odjeće koja zahtijeva veći budžet od raspoloživog.

Nagib proračunske krivulje je broj koji nam govori koliko se jedinica jednog dobra potrošač mora odreći ako želi povećati udio drugog dobra za jednu jedinicu.



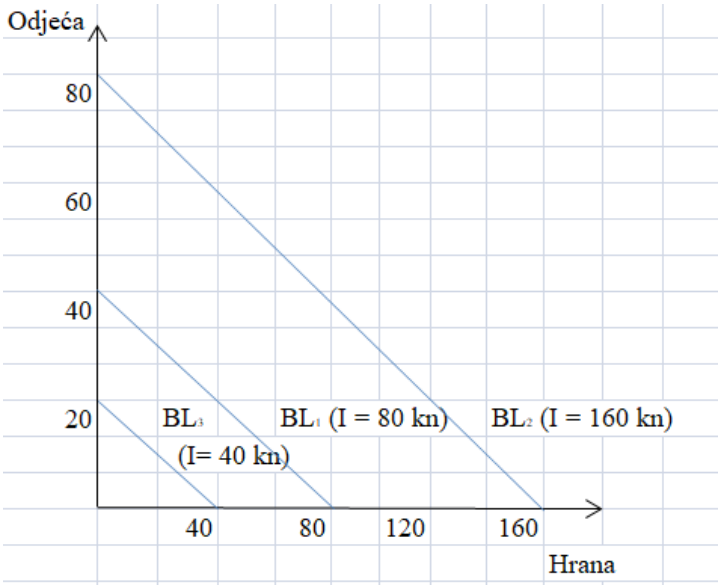
Grafikon 7: Proračunska krivulja

Izvor: Izrada autorice prema Pavić, I. (2015): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split

2.4.1. Utjecaj promjene dohotka na proračunsku krivulju

Razine dohotka i cijene dobara o kojima ovisi proračunska krivulja često se mijenjaju. Promjena dohotka, uz nepromijenjene cijene promatranih dobara, ne mijenja nagib, ali dovodi do pomicanja proračunske krivulje. S porastom dohotka (uz nepromijenjene cijene) raste broj košarica koje potrošač može nabaviti pa se proračunska krivulja udaljava od ishodišta, odnosno paralelno se pomiče s početnog položaja. S druge strane, smanjenje dohotka, uz nepromijenjene cijene promatranih dobara, dovodi do smanjenja broja košarica koje potrošač može nabaviti te proračunsku krivulju pomiče prema ishodištu. Sukladno tome, grafikon 8 prikazuje pomak proračunske krivulje uzrokovan promjenom dohotka. Ukoliko se dohodak povisi s 80 kn na 160 kn, proračunska krivulja se pomiče prema van, s proračunske krivulje BL_1 na proračunsku krivulju BL_2. S druge strane, pad dohotka s 80 kn na 40 kn dovodi do

pomaka proračunske krivulje prema unutra, s proračunske krivulje BL_1 na proračunsku krivulju BL_3 (Pindyck i Rubinfeld, 2005.).



Grafikon 8: Utjecaj promjene dohotka na proračunsku krivulju

Izvor: Izrada autorice prema Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. (2005): Mikroekonomija, Mate, Zagreb

2.4.2. Utjecaj promjene cijene na proračunsku krivulju

Promjena cijene jednog ili drugog dobra dovodi do promjene u nagibu proračunske krivulje. Kao što je vidljivo iz grafikona 9, udvostručenje cijene hrane dovodi do pomaka proračunske krivulje po horizontalnoj osi iz točke B u točku C, čime se povećava nagib proračunske krivulje. S druge strane, snižavanjem cijene hrane na polovicu osnovne cijene proračunska krivulja se pomiče po horizontalnoj osi iz točke B u točku D, što dovodi do smanjenja nagiba proračunske krivulje.

Ukoliko se cijena odjeće prepolovi proračunska krivulja se pomiče po vertikalnoj osi iz točke B u točku E te se povećava nagib proračunske krivulje, a udvostručenje cijene odjeće proračunsku krivulju pomiče iz točke B u točku D, što rezultira smanjenjem nagiba proračunske krivulje.

Nagib proračunske krivulje ostaje nepromijenjen ako se cijene jednog i drugog dobra mijenjaju za isti postotak. Porast odnosno smanjenje cijene obaju dobara za isti postotak ima isti učinak kao da se dohodak potrošača smanjio odnosno porastao za isti postotak. Sukladno tome, udvostručenje cijene dobra imalo bi isti učinak kao da se raspoloživi dohodak

prepolovio, dok bi prepolovljene cijene imale isti učinak kao da je raspoloživi dohodak udvostručen (Pavić, 2015.)



Grafikon 9: Utjecaj promjene cijene na proračunsku krivulju

Izvor: Izrada autorice prema Pavić, I. (2015): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split

2.5. Potrošačev optimalni izbor

Potrošači raspolažu određenom količinom novca koji predstavlja njihov budžet koji je ograničen te nastoje izabrati one proizvode odnosno usluge koje će im pružiti maksimalno zadovoljstvo. Dakle, potrošačev izbor je racionalan.

Problem optimalnog potrošačevog izbora može se analizirati na dva načina. Jedan od načina je maksimalizacija zadovoljstva ili korisnosti, dok je drugi način obrnut od prethodnoga te ima za cilj postići zadanu razinu zadovoljstva uz minimalni izdatak.

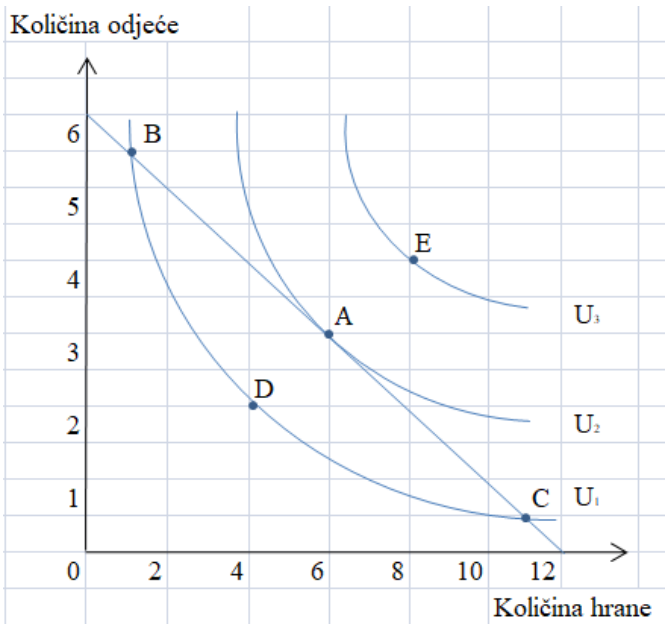
Prema Pavić (2015.) maksimalizacija zadovoljstva je definirana kao pristup pomoću kojega se određuje kombinacija dobara koja maksimalizira zadovoljstvo potrošača u odnosu na raspoloživi dohodak.

Tržišna košarica koja maksimalizira zadovoljstvo treba ispuniti dva uvjeta (Pindyck i Rubinfeld, 2005.; Pavić, 2015.):

- ✓ mora biti smještena na proračunskoj krivulji - bilo koja tržišna košarica koja se nalazi lijevo i ispod proračunske krivulje ostavlja dio dohotka nepotrošenim, a taj bi se dohodak mogao potrošiti i povećati zadovoljstvo potrošača. S druge strane, bilo koja

tržišna košarica koja se nalazi desno i iznad proračunske krivulje se ne može kupiti uz raspoloživi dohodak. Iz toga se može zaključiti da je jedini mogući i racionalni izbor za potrošača košarica na proračunskoj krivulji.

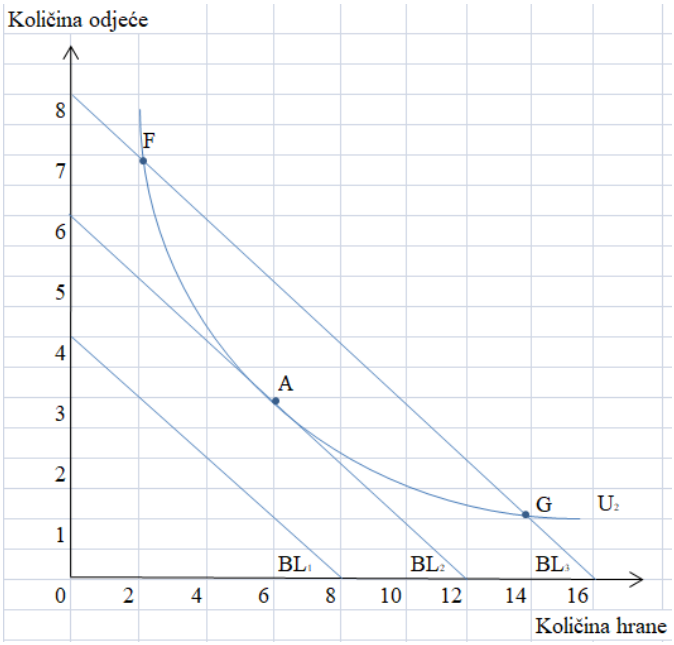
- ✓ mora pružati potrošaču najpoželjniju kombinaciju dobara i usluga - na grafikonu 10 prikazano je rješenje problema izbora potrošača. Tri krivulje indiferencije na grafu označene sa U_1, U_2 i U_3 opisuju potrošačeve sklonosti za hranom i odjećom. Vanjska krivulja U_3 pruža najviše zadovoljstva, zatim krivulja U_2, dok krivulja U_1 pruža najmanje zadovoljstva. Kombinaciju dobara u točki E potrošač ne može izabrati jer mu je za nju potreban veći dohodak od raspoloživog. Kombinacija dobara u točki D ne dolazi u obzir jer dio dohotka ostaje neiskorišten, a budući da potrošač uvijek želi više i jednog i drugog dobra, optimalna košarica je ona na koju će se u cijelosti potrošiti raspoloživi dohodak. Kombinacije dobara u točkama B i C također ne dolaze u obzir jer se nalaze na istoj krivulji kao i točka D za koju smo utvrdili da je neprihvatljiva jer s raspoloživim dohotkom potrošač može ostvariti veće zadovoljstvo. Dakle, kombinacija dobara u točki A omogućit će maksimalizaciju zadovoljstva potrošača. Navedena kombinacija je točka u kojoj je proračunska krivulja tangenta krivulje indiferencije.



Grafikon 10: Optimalni izbor - maksimizacija zadovoljstva uz zadani proračun

Izvor: Izrada autorice prema Pavić, I. (2015): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split

Minimalizacija izdataka se može definirati kao usmjerenost potrošača prema postizanju zadane razine zadovoljstva odnosno korisnosti uz minimalni izdatak. Na grafikonu 11 koji prikazuje optimalni izbor potrošača uz minimalizaciju izdataka za zadanu razinu zadovoljstva prikazane su tri proračunske krivulje BL_1, BL_2 i BL_3 te krivulja indiferencije U_2. Proračunska krivulja BL_1, koja je najbliža ishodištu, prikazuje košarice dobara koje potrošaču ne pružaju korisnost kakvu podrazumijeva krivulja indiferencije U_2. Nadalje, proračunska krivulja BL_3 je najudaljenija od ishodišta te s novcem koji pretpostavlja navedena krivulja može se postići željena razina zadovoljstva. Kombinacije dobara označene točkama F i G na proračunskoj krivulji BL_3 osiguravaju potrošaču zadanu razinu korisnosti koju podrazumijeva krivulja indiferencije U_2, ali ta mogućnost se također odbacuje jer se zadana razina zadovoljstva može postići uz niži proračun. To je kombinacija označena točkom A u kojoj je proračunska krivulja BL_2 tangenta krivulje indiferencije U_2.



Grafikon 11: Optimalni izbor - minimalizacija izdataka za zadanu razinu zadovoljstva

Izvor: Izrada autorice prema Pavić, I. (2015): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split

Za istraživanje potrošačeva izbora u primjeru dvaju dobara uobičajeno se koriste krivulje indiferencije. U praksi se posebna pozornost posvećuje jednom dobru, dok se ostala dobra promatraju kao jedinstveno odnosno skupno dobro. Dakle, raspoloživi dohodak se u tom slučaju dijeli između dva dobra, od kojih je na jednoj strani dobro koje se želi posebno izdvojiti, a na drugoj strani su sva ostala dobra, tj. skupno dobro.

2.6. Efekti promjene cijene dobra

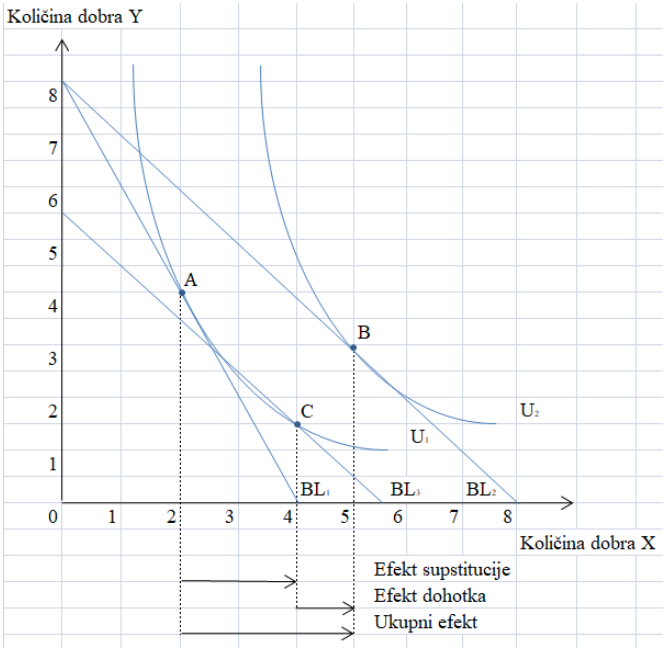
Ukoliko dođe do promjene cijene nekog dobra može se očekivati i promjena u njegovoj potražnji, dok ukupna visina promjene ovisi o dva efekta, a to su efekt supstitucije i efekt dohotka.

Kupnja nekog dobra u većim količinama uvjetovana je padom cijene tog dobra. Potaknuti padom cijene dobra potrošači će u manjim količinama kupovati druga dobra koja sada postaju relativno skuplja. Pad cijene jednog dobra pri istom nominalnom dohotku povećava kupovnu moć potrošača te povećava njegov realni dohodak. Sukladno tome, potrošač će nastojati kupovati više dobra kojem je cijena snižena te će smanjiti potrošnju drugog dobra i zamijeniti ga dobrom koje ima nižu cijenu. Ovakva reakcija potrošača naziva se efektom supstitucije koji se može promatrati sa stajališta smanjenja i sa stajališta povećanja cijene promatranog dobra. Pad cijene dobra dovodi do porasta u potražnji za tim dobrom, dok rast cijene dobra dovodi do pada u potražnji za promatranim dobrom, što je u skladu sa zakonom potražnje (Pavić et al., 2007.).

Budući da je došlo do pada cijene jednog dobra, kupovna moć potrošača je porasla, što znači da potrošač može kupiti istu količinu dobra za manju svotu novca i tako doći do novca koji može potrošiti na nešto drugo. Prema Pavić (2015.) efekt dohotka definira se kao promjena u potražnji do koje dolazi zbog promjene realnog dohotka, držeći relativnu cijenu konstantnom. Efekt dohotka može se promatrati sa stajališta povećanja i smanjenja kupovne moći potrošača. Sa stajališta povećanja kupovne moći efekt dohotka ovisi o vrsti promatranih dobara, što znači da će efekt dohotka biti pozitivan, odnosno potražnja za normalnim dobrima će porasti, dok će s druge strane efekt dohotka biti negativan u slučaju inferiornih dobara jer će potražnja za inferiornim dobrima pasti ako dođe do povećanja kupovne moći potrošača. U slučaju pada kupovne moći potrošača, efekt dohotka normalnih dobara bit će negativan jer će se normalna dobra manje kupovati, a inferiorna više nakon pada kupovne moći potrošača. Efekt supstitucije i efekt dohotka djeluju simultano te zajedno čine ukupni efekt promjene cijene koji nastaje zbrajanjem promjena u potražnji koje su nastale djelovanjem ovih dvaju efekata. Ukupni efekt promjene cijene razlikuje se od dobra do dobra, s obzirom na različito značenje pojedinog dobra u potrošnji i različite odnose pojedinog efekta u ukupnom efektu. Kao što je prikazano grafikonom 12, potrošačevu početnu ravnotežu predstavlja točka A u kojoj je proračunska krivulja BL_1 tangenta krivulje indiferencije U_1. U slučaju da se cijena dobra X prepolovi, potrošač bi bio u mogućnosti kupiti dvostruko veću količinu dobra X, uz pretpostavku da bi sav budžet trošio na dobro X. U novonastaloj situaciji potrošačeva

ravnoteža se pomiče iz točke A u točku B te će potrošač kupovati 5 jedinica dobra X, odnosno 3 jedinice više nego prije promjene cijene tog dobra. Ova razlika u količini predstavlja ukupni efekt promjene cijene. Budući da se ukupni efekt promjene cijene sastoji od efekta supstitucije i efekta dohotka, dio koji se povezuje s efektom supstitucije ogleda se u pozitivnoj razlici količine dobra X između točaka A i C, koja iznosi 2 jedinice dobra X. Točka C nastaje povlačenjem nove proračunske krivulje koja je paralelna s BL_2 te tangenta krivulje indiferencije U_1. Razlika između ukupnog efekta promjene cijene i efekta supstitucije, odnosno razlika u količini između točke B i C predstavlja efekt dohotka, koji je kod normalnog dobra također pozitivan.

Za razliku od normalnih dobara gdje su oba efekta pozitivna, u primjeru inferiornih dobara, efekt dohotka ima negativan utjecaj na ukupni efekt promjene cijene. Ukupni efekt će biti pozitivan samo ako je pozitivan utjecaj efekta supstitucije veći od negativnog utjecaja efekta dohotka. Inferiorna dobra podliježu djelovanju zakona potražnje, što znači da smanjenje cijene dovodi do porasta količine potražnje, odnosno efekt supstitucije u pravilu uvijek nadvladava efekt dohotka pa je ukupni efekt pozitivan. Međutim, iznimku predstavlja podvrsta inferiornog dobra, odnosno Giffenovo dobro kod kojeg je karakteristično da efekt dohotka nadvladava efekt supstitucije zbog čega porast cijene dovodi do porasta količine potražnje (Pavić et al., 2007.).



Grafikon 12: Ukupni efekt promjene cijene – normalno dobro

Izvor: Izrada autorice prema Pavić, I. (2015): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split

3. TRŽIŠTE HRANE

Moderni ekonomski život je nemoguće zamisliti bez tržišta (Pavić, 2015.). Tržište se može definirati kao skup kupaca i prodavatelja koji putem svojih stvarnih ili potencijalnih međusobnih djelovanja određuju cijenu proizvoda ili skupine proizvoda te daju odgovor na osnovna pitanja ekonomija suvremenih država: što, kako i za koga proizvoditi. (Pindyck i Rubinfeld, 2005.; Bakalar, 2009.).

Prehrambena industrija, odnosno proizvodnja hrane i pića definira se kao grana industrije koja se bavi preradom biljnih, životinjskih i mineralnih sirovina kako bi se zadovoljile prehrambene potrebe ljudi (https://www.saponia.hr/hr/ii/industrijska-potrosnja/prehrambena-industrija/). Budući da je hrana primarna ljudska potreba, ujedno je i proizvod od posebnog interesa za svaku državu, tj. jedno od najvažnijih područja gospodarstva svake zemlje (Dumičić i Gajdić, 2011.). Suvremeno društvo nastoji osigurati proizvodnju dovoljnih količina hrane, uskladiti socijalno ekonomski razvoj, očuvati okoliš, spriječiti bolesti koje su povezane s prehranom te smanjiti troškove zdravstvene zaštite zbog posljedica bolesti (Antonić et al., 2007.). Značajan porast svjetske populacije, osobito u nerazvijenim zemljama svijeta, koje su ujedno i najslabiji proizvođači hrane, dovodi do neravnomjernog odnosa u proizvodnji hrane. Shodno tome, hrana postaje ograničeni resurs neophodan za čovjekovu egzistenciju (Kovačević, 2003.).

3.1. Razvoj industrije hrane

U predindustrijskom razdoblju čovjek je sam uzgajao hranu kako bi prehranio sebe i svoju obitelj, dok se sama proizvodnja hrane svodila na organsku proizvodnju. Danas, interes za organski proizvedenom hranom raste u cijelom svijetu, prvenstveno zbog sigurnosti hrane i zdravlja ljudi, dobrobiti životinja te brige za okoliš (Bonti-Ankomah i Yiridoe, 2006.). Tijekom povijesti prehrambeni sektor je prolazio kroz razdoblje strukturnih prilagodbi koje su prema Wijnands et al. (2007.) rezultat promjena navedenih u nastavku. Potrošačeve preferencije se brzo razvijaju i postaju sve veće te zajedno s rastom prihoda i usvajanjem novih stilova života predstavljaju prvu kategoriju utjecaja na prehrambeni sektor. Globalizacija, liberalizacija svjetske trgovine i poljoprivrede te otvaranje novih tržišta od središnje i istočne Europe do Indije i Kine čine drugu kategoriju utjecaja na tržište hrane. I posljednja, odnosno treća kategorija utjecaja uključuje velike promjene tehnologija koje dovode do novih proizvoda, proizvodnih procesa te metoda organiziranja opskrbnog lanca.

Budući da su prehrambeni proizvodi roba široke potrošnje koja se svakodnevno kupuje, važno je pratiti želje potrošača koji danas imaju važan utjecaj na tržište prehrambenih proizvoda. Tolušić i Deže (2001.) ističu autonomnost pri kupovini, raznolikost od čovjeka do čovjeka te promjenjivost u vremenu i prostoru kao osnovne značajke potrošača koje je potrebno staviti na prvo mjesto u poslovnom planiranju koje će dovesti do stvaranja profita i dugoročnog razvitka. Budući da je proizvodnja hrane važan uvjet zadovoljavanja tržišnih potreba, za budući razvitak poljoprivredne i prehrambene proizvodnje potrebno je osigurati konkurentnost domaćih proizvoda u odnosu na inozemne (Tolušić i Deže, 2001.).

Kako bi potaknula gospodarski rast i konkurentnost, prehrambena industrija bi trebala razvijati sljedeća područja:

- ✓ unaprjeđenje poslovnog okruženja i jačanje konkurentnosti prehrambene industrije,
- ✓ veća ulaganja u ljudski kapital,
- ✓ unaprjeđenje i diversifikacija proizvodnje kroz tehnološki razvoj, primjenu inovacija te istraživanje,
- ✓ brendiranje prehrambene industrije i proizvoda primjenom inovativnog dizajna (Strateške smjernice za razvoj prehrambeno-prerađivačkog sektora).

3.2. Karakteristike tržišta hrane

Upravljanje kvalitetom i sigurnosti hrane, osiguranje zdravije hrane te ekološki održiva proizvodnja hrane predstavljaju trendove u proizvodnji hrane i pića koji su snažni pokretači inovacija.

Inovacije u prehrambenoj industriji u smislu potpuno novih proizvoda kao što su primjerice hrvatski proizvodi Vegeta ili Cedevita čine samo 3%, dok inovacije u području ambalaže čine oko 30% (Kovačević, 2017.). Glavni pokretač inovacija u području distribucije hrane i pića je digitalizacija koja otvara velike mogućnosti informiranja potrošača (on-line prodaja, e-marketing) (Kovačević, 2017.).

Prehrambeni proizvodi su vezani uz kulturu više nego drugi proizvodi iz razloga što su više povezani s običajima i okusima koji su karakteristični za neku kulturu (Knežević i Bilić, 2015.). Slijedom navedenog, cilj poduzeća je približiti se kupcima što je više moguće, a budući da su suočeni s velikom konkurencijom, od velikog značaja je upoznavanje i razumijevanje različitih kultura te prilagođavanje proizvoda. U tom smislu, američki lanac

brze hrane McDonalds se može istaknuti kao dobar primjer prilagodbe proizvoda za svako tržište kako bi se zadovoljile potrebe potrošača.

Osim sigurnosti hrane koja prema Hruškar (2019.) predstavlja osnovni preduvjet kvalitete hrane, na kvalitetu hrane utječu i nutritivna svojstva hrane, trajnost, pakiranje, senzorska svojstva hrane i druge karakteristike. Na kvalitetu hrane utječu i socijalni čimbenici kao što su kultura i tradicija, zatim propisi i zakonska regulativa, cijena, dostupnost te način rukovanja. Zahtjevi potrošača za sigurnom i kvalitetnom hranom svakodnevno rastu, a prema istraživanju Hrvatske agencije za hranu provedenom u Hrvatskoj, 32% ispitanika smatra da će hrana koju jedemo naštetiti našem zdravlju.

Na potrošače danas značajno utječu nedostatak vremena za pripremu hrane, ubrzani način života, povećana svijest o važnosti prehrane, povećanje životne dobi, osjetljivost na cijene i slično. Shodno tome, potrošači postavljaju zahtjeve za hranom i pićem te imaju očekivanja koja Kovačević (2017.) dijeli u pet vektora (zadovoljstvo, zdravlje, povoljnost, fizikalna svojstva i etika) strukturiranih prema inovacijskim trendovima. Više od 57% očekivanja je usmjereno prema inovacijama koje su opisane vektorom zadovoljstvo, dok je samo 17,8% očekivanja usmjereno prema inovacijama vezanim za povećanje zdravstvenih obilježja hrane. Na idućem mjestu su očekivanja oko povoljnosti sa 17,6%, zatim fizičko djelovanje hrane sa 6,10%. Na posljednjem mjestu sa 1,40% nalazi se vektor etičnosti što predstavlja zabrinjavajući podatak o ekološkoj osviještenosti budući da navedeni vektor obuhvaća sprječavanje zagađivanja okoliša, brigu o životinjama, korištenje manje energije pri proizvodnji i pripremi obroka te mogućnost reciklaže.

3.3. Tržište hrane u EU i svijetu

Promatrajući izdvojeno EU, čija je članica i Hrvatska od 1. srpnja 2013. godine, uočava se da je industrija hrane i pića najveća grana prerađivačke industrije koja ostvaruje 14, 9% ukupnog prihoda prerađivačke industrije EU i zapošljava 4,5 milijuna zaposlenih (Buturac, 2018.). Prema podacima iz Ekonomskog biltena u prvom kvartalu 2019. godine proizvodnja hrane i pića u EU porasla je za 1,5% u odnosu na prethodni kvartal, ali također su se povećale i cijene proizvodnje hrane za umjerenih 0,03% u prvom tromjesečju 2019. godine i bile su više za 0,8% u odnosu na prvi kvartal 2018. godine (Economic Bulletin Q1 2019.).

U usporedbi sa SAD-om i Kanadom konkurentnost europske prehrambene industrije je slaba te je otprilike na istoj razini kao i australska i brazilska industrija. Bez obzira na slabe konkurentske performanse, priličan broj vodećih svjetskih prehrambenih poduzeća nalazi se u

EU.

Najveći proizvođači hrane i pića u EU, odnosno zemlje koje najviše pridonose EU u pogledu prometa, zaposlenosti i dodane vrijednosti kada je u pitanju prehrambena industrija su Njemačka, Španjolska, Francuska i Velika Britanija (Wijnands et al., 2007.).

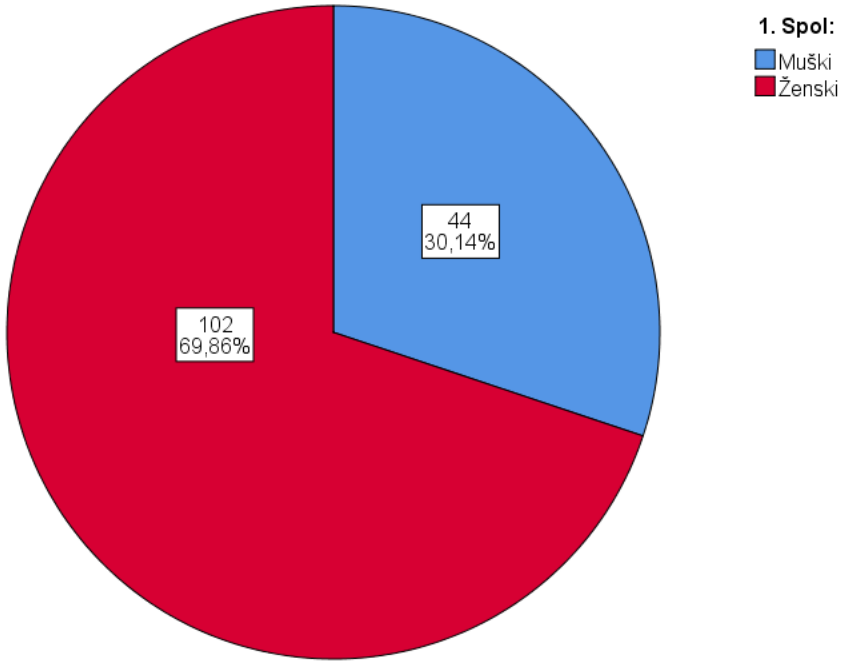
Prema Buturac (2018.) značaj prehrambenog sektora za gospodarski razvoj Hrvatske je velik. Dobar geografski položaj, klimatski uvjeti i raspoloživi prirodni resursi koje posjeduje Hrvatska omogućuju opskrbu stanovništva hranom iz domaćih izvora (Antonić et al., 2007.). U usporedbi s drugim granama prerađivačke industrije u Hrvatskoj, prehrambena industrija uz farmaceutsku industriju i proizvodnju metala, strojeva i opreme zapošljava najviše ljudi i ostvaruje najveći ukupni prihod (Palić, 2019.).

Osim učinaka na proizvodnju i zaposlenost, prehrambena industrija ima veliki značaj za razvoj turizma i poljoprivredne proizvodnje te je peta najveća izvozna grana unutar prerađivačke industrije Hrvatske. Poboljšanje izvozne konkurentnosti hrvatske prehrambene industrije bitan je čimbenik uspješnog razvoja industrije i gospodarstva u cjelini te se ističe potreba za njezinim ubrzanim restrukturiranjem i tržišnim repozicioniranjem. Unatoč činjenici da domaća prehrambena industrija ima tradiciju u poslovanju, kvalitetu ljudskih resursa te kvalitetnu sirovinsku osnovu, s obzirom na relativno malo domaće tržište, izlazak na međunarodna tržišta od velikog je značaja za hrvatsku prehrambenu industriju (Buturac i Vizek, 2015.). Liberalizacija tržišta dovodi do povećane izloženosti domaćih proizvođača sve većoj konkurenciji zbog koje je potrebno tražiti svoje mjesto na tržištu i prilagoditi se tržištu kroz snižavanje troškova proizvodnje te proširenje asortimana proizvoda (Akcijski plan promoviranja i jačanja kratkih lanaca u opskrbi hranom ustanova iz javnog sektora za razdoblje 2019. i 2020. godine).

4. ANALIZA PONAŠANJA STUDENATA PRILIKOM KUPNJE HRANE

4.1. Opis analiziranog uzorka

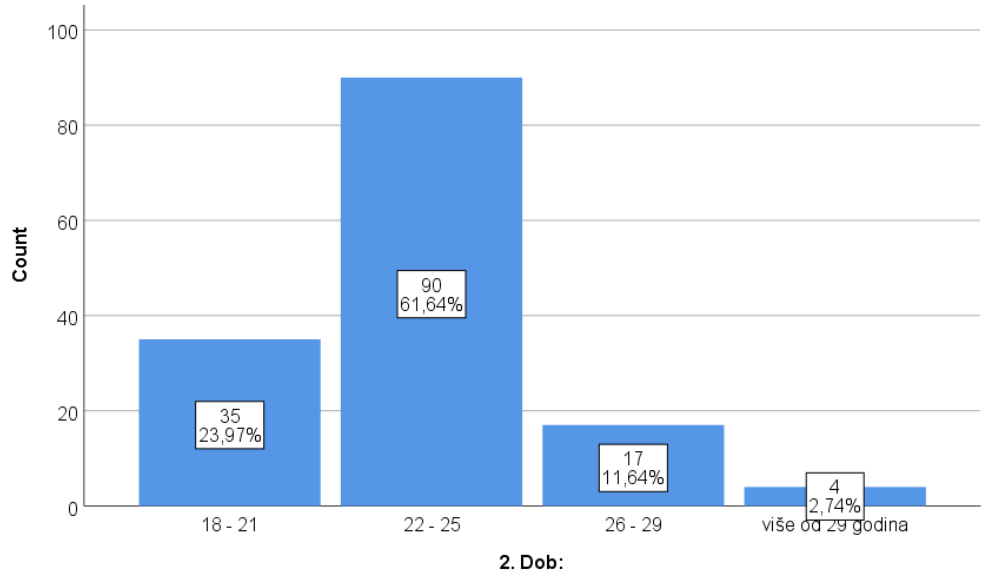
Istraživanje o ponašanju studenata prilikom donošenja odluke o kupnji hrane provedeno je nad 146 ispitanika, korištenjem anketnog upitnika. Anketni upitnik se sastojao od dvije skupine pitanja. Prva skupina pitanja obuhvaćala je pitanja sociodemografskog karaktera kao što su spol, dob, visina mjesečnog dohotka te pitanja vezana za obrazovanje roditelja, mjesto studiranja, vrstu studija i studentski status. Druga skupina pitanja obuhvaćala je pitanja vezana za kupnju hrane. Istraživanje je provedeno tijekom kolovoza 2019. godine.



Grafikon 13. Struktura ispitanika prema spolu

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

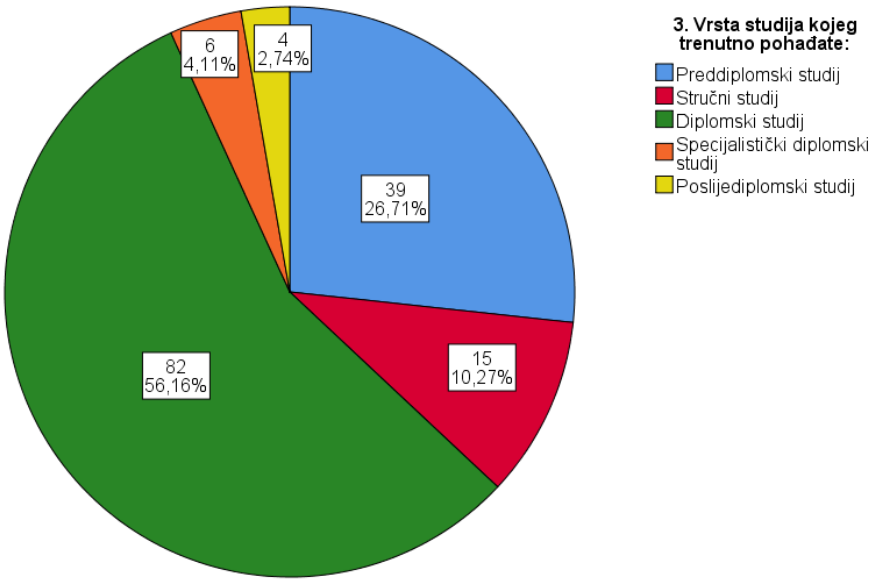
Struktura ispitanika prema spolu prikazana je grafikonom 13 na kojem je vidljivo da je u uzorku zastupljen veći broj studenata ženskog spola u odnosu na studente muškog spola, točnije 102 studenta što čini 69,86% ukupnog uzorka. Preostalih 30,14% iz ukupnog uzorka otpada na ispitanike muškog spola, kojih je ukupno 44.



Grafikon 14: Struktura ispitanika prema dobi

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

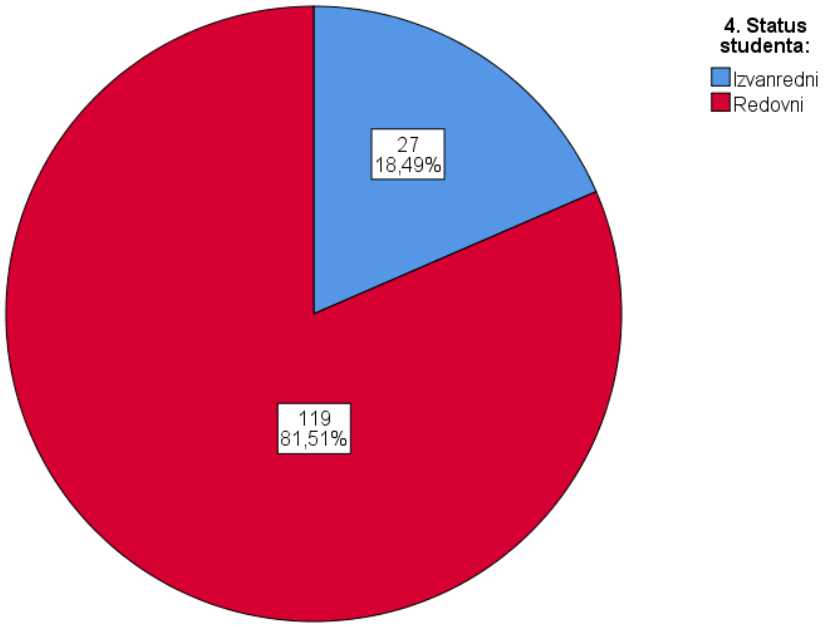
Iz grafikona 14, koji prikazuje strukturu ispitanika prema dobi, može se uočiti da je najveći broj studenata starosne dobi od 22 do 25 godina (90 studenata; 61,64%), zatim slijede studenti od 18 do 21 godine (35 studenata; 23,97%) te studenti od 26 do 29 godina (17 studenata; 11,64%), dok je najmanji broj studenata stariji od 29 godina (4 studenta; 2,74%).



Grafikon 15: Struktura studenata prema vrsti studija

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

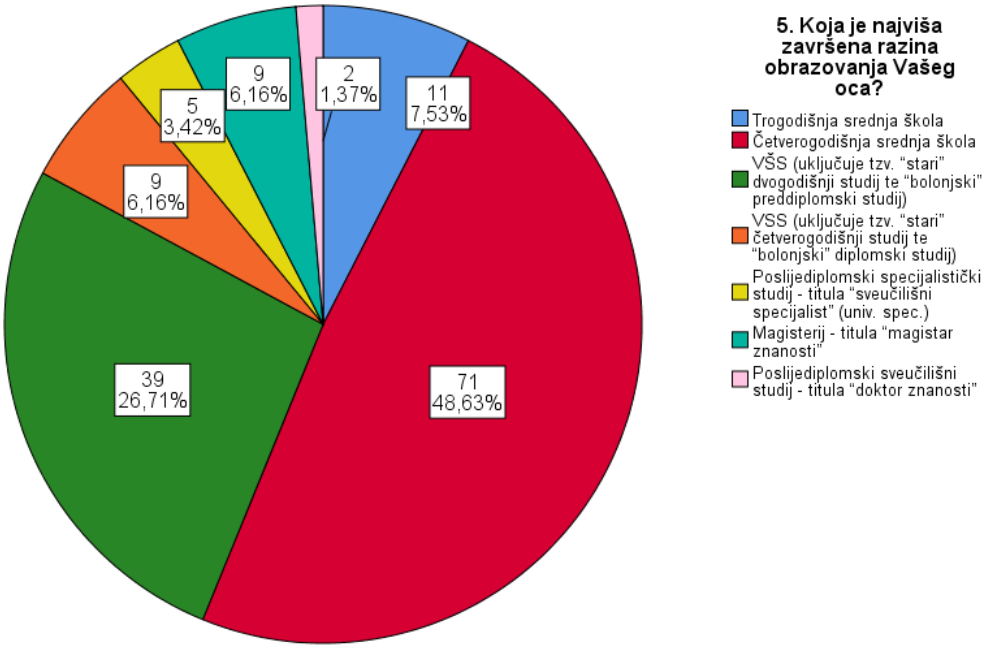
Što se tiče vrste studija kojoj studenti pripadaju, kao što je prikazano na grafikonu 15, više od polovice studenata, točnije 82 studenta što čini 56,16% ukupnog uzorka, trenutno pohađa diplomski studij, slijede studenti preddiplomskog studija (39 studenata; 26,71%), zatim studenti stručnog studija (15 studenata; 10,25%), dok je u uzorku najmanji broj studenata koji trenutno pohađa specijalistički diplomski (6 studenata; 4,11%) te poslijediplomski studij (4 studenta, 2,74%).



Grafikon 16: Struktura studenata prema studentskom statusu

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

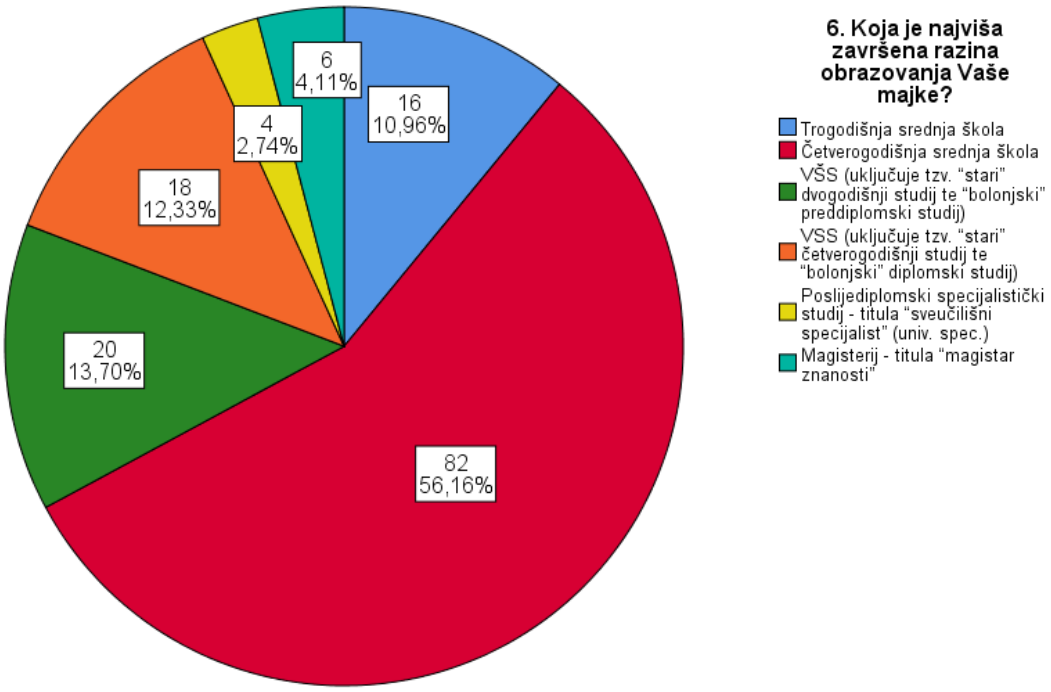
Što se tiče studentskog statusa, iz grafikona 16 može se utvrditi da u uzorku dominiraju studenti koji imaju status redovnog studenta (119 studenata; 81,51%) u odnosu na studente koji imaju status izvanrednog studenta (27 studenata; 18,49%).



Grafikon 17: Najviša završena razina obrazovanja oca

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

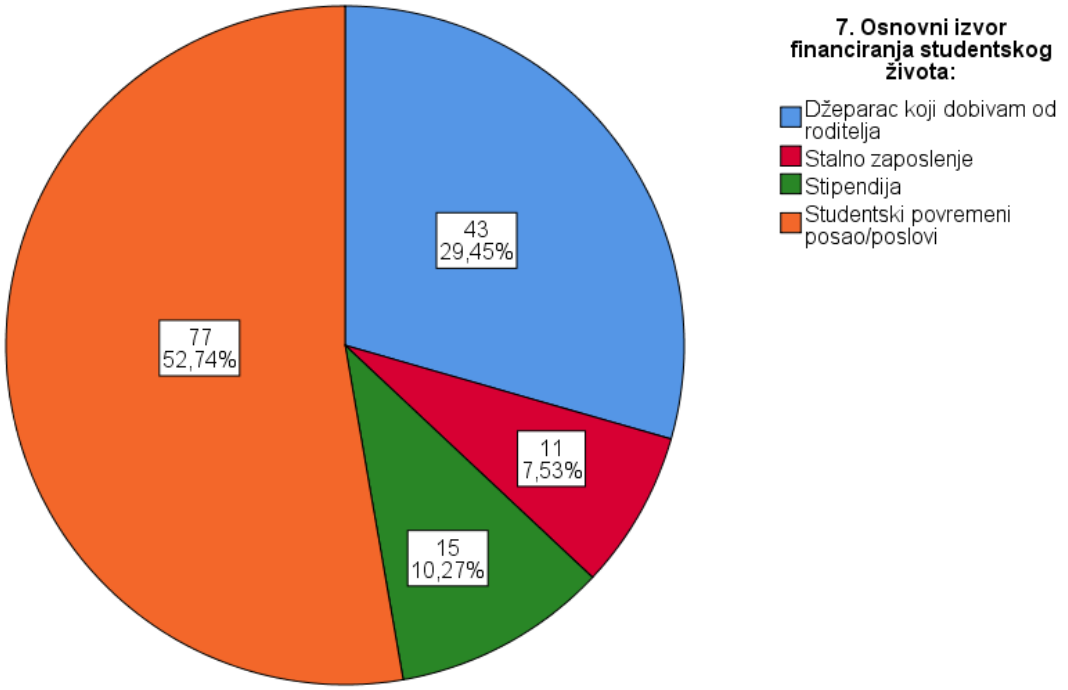
Najveći broj studenata (71 student; 48,63%) je odgovorio da je najviša završena razina obrazovanja njihovog oca četverogodišnja srednja škola, slijede dvogodišnji studij i „bolonjski" preddiplomski studij (39 studenata; 26,71%) te trogodišnja srednja škola (11 studenata; 7,53%). Jednaki broj studenata je odgovorio da je najviša završena razina obrazovanja njihovog oca četverogodišnji studij te „bolonjski" diplomski studij i magisterij – titula „magistar znanosti" (9 studenata; 6,16%), dok je najmanji broj studenata odgovorio da je najviša razina obrazovanja njihovog oca poslijediplomski specijalistički studij – titula „sveučilišni specijalist" (5 studenata; 3,52%) te poslijediplomski sveučilišni studij – titula „doktor znanosti" (2 studenta; 1,37%).



Grafikon 18: Najviša završena razina obrazovanja majke

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

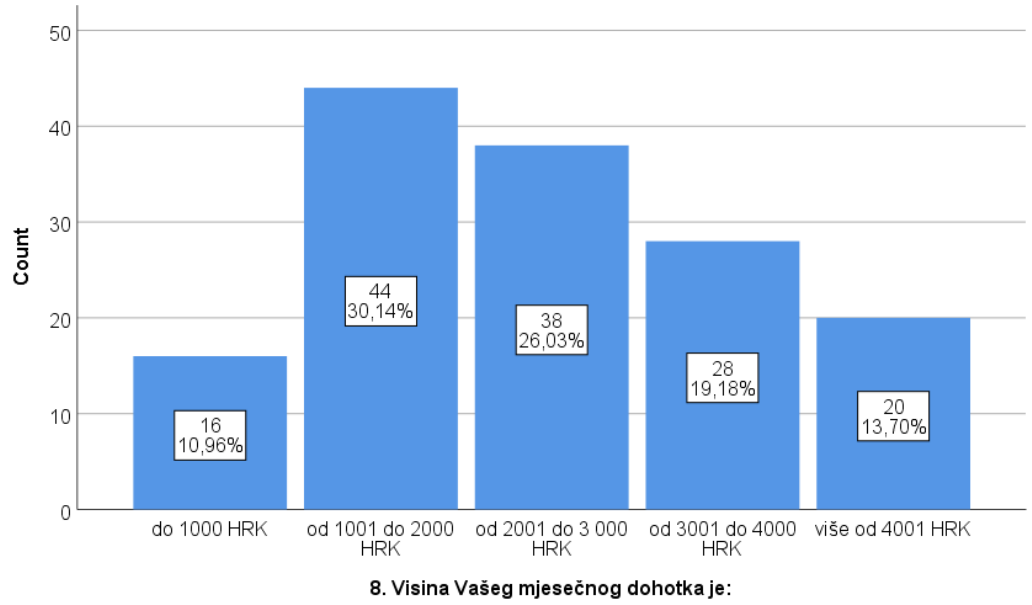
Najveći broj studenata (82 studenta; 56,16%) je odgovorio da je najviša završena razina obrazovanja njihove majke četverogodišnja srednja škola, slijede dvogodišnji studij i „bolonjski“ preddiplomski studij (20 studenata; 13,70%), zatim četverogodišnji studij i „bolonjski“ diplomski studij (18 studenata; 12,33%) te trogodišnja srednja škola (16 studenata; 10,96%). Najmanji broj studenata je odgovorio da je najviša razina obrazovanja njihove majke magisterij – titula „magistar znanosti“ (6 studenata; 4,11%) te poslijediplomski specijalistički studij – titula „sveučilišni specijalist“ (4 studenta; 2,74%).



Grafikon 19: Osnovni izvor financiranja studentskog života

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

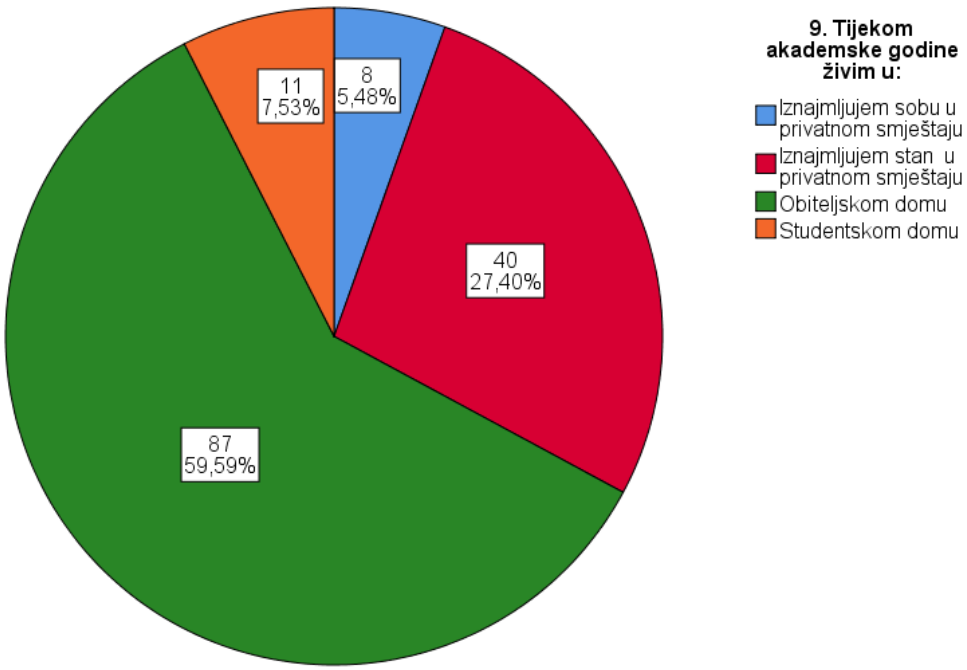
Kao što je prikazano grafikonom 19, najveći broj studenata (77 studenata; 52,74%) financira se uz pomoć povremenog posla/poslova te uz pomoć džeparca kojeg dobivaju od roditelja (43 studenta; 29,45%), dok se 15 studenata (10,27%) financira uz pomoć stipendije. Najmanji broj studenata iz uzorka, točnije 11 studenata što čini 7,53% ukupnog uzorka financira se uz pomoć stalnog zaposlenja.



Grafikon 20: Visina mjesečnog dohotka studenta

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

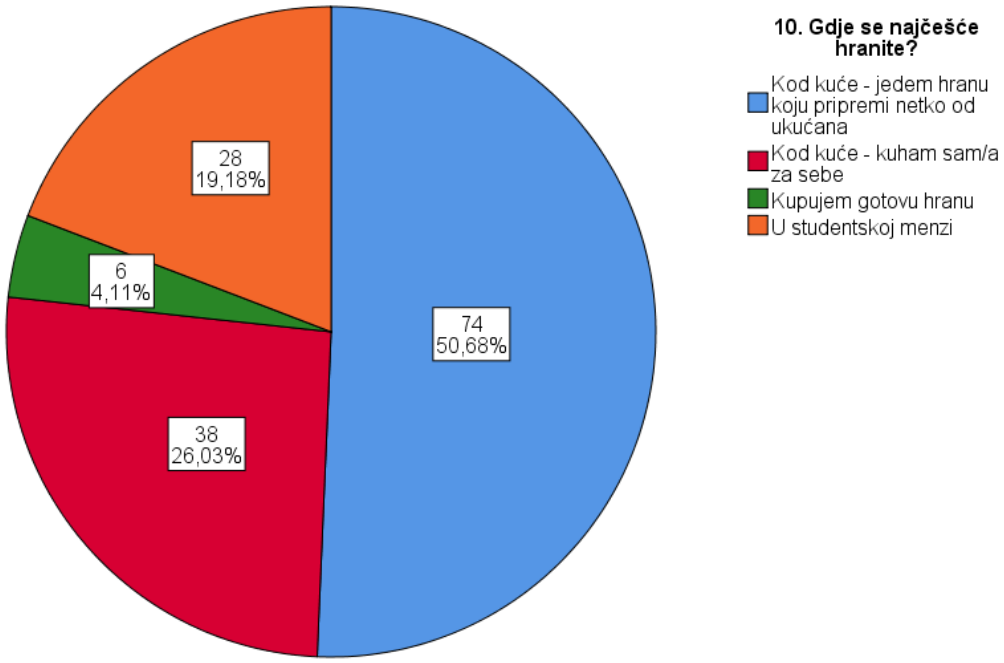
Iz grafikona 20 može se uočiti da najveći broj studenata (44 studenta; 30,14%) ostvaruje mjesečni dohodak u visini od 1001 do 2000 kuna, dok najmanji broj studenata (16 studenata; 10,96%) ostvaruje mjesečni dohodak do 1000 kuna.



Grafikon 21: Mjesto življenja tijekom akademske godine

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

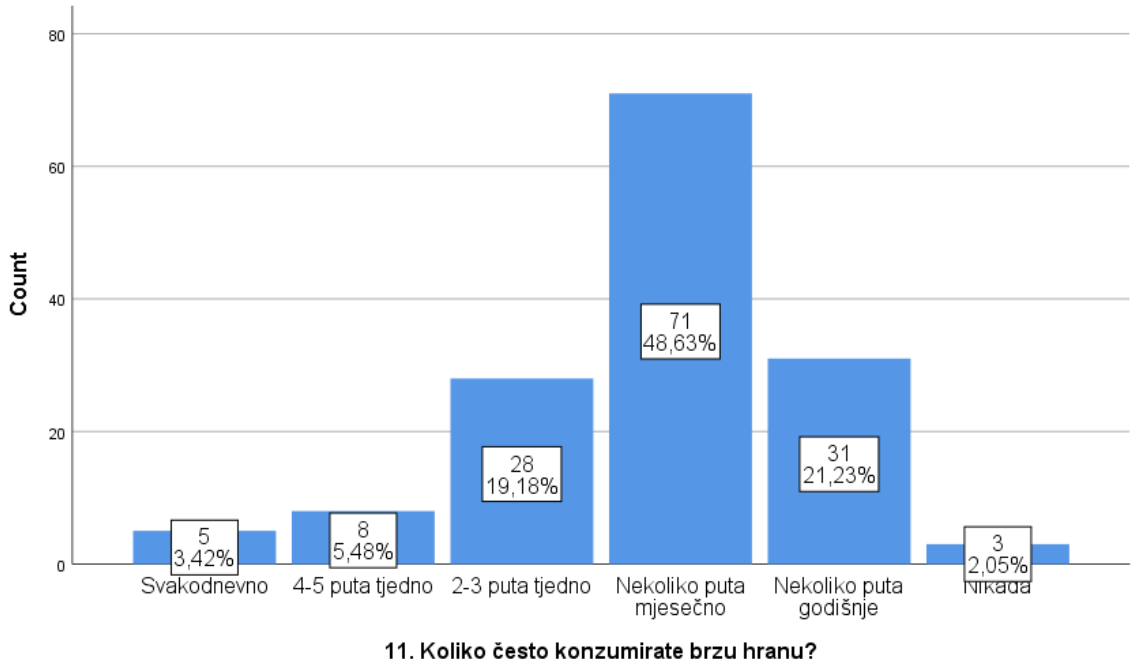
Što se tiče mjesta življenja tijekom akademske godine, više od polovice studenata (87 studenata; 59,59%) tijekom akademske godine živi u obiteljskom domu, zatim 40 studenata (27,40%) iznajmljuje stan u privatnom smještaju, dok 11 studenata (7,53%) živi u studentskom domu. Najmanji broj studenata, odnosno 8 studenata (5,48%) iz uzorka iznajmljuje sobu u privatnom smještaju.



Grafikon 22: Mjesto najčešće konzumacije hrane

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

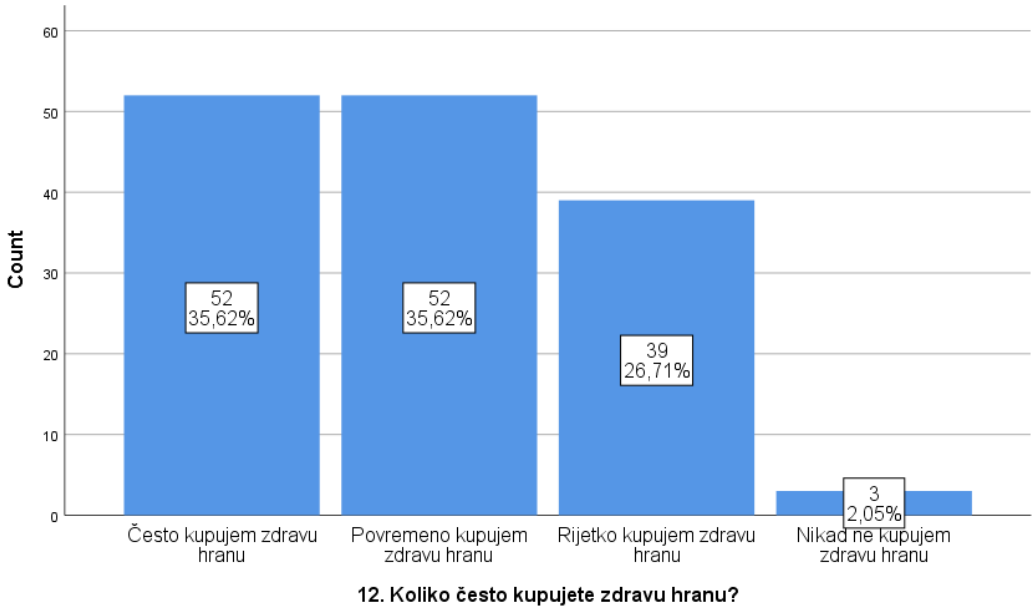
Iz grafikona 22 može se uočiti da nešto više od polovice studenata (75 studenata; 50,68%) se najčešće hrani kod kuće i jede hranu koju pripremi netko od ukućana. Nadalje, 38 studenata (26,03%) se hrani kod kuće te priprema hranu sam/a za sebe, dok se 28 studenata (19,18%) najčešće hrani u studentskoj menzi. Najmanji broj studenata (6 studenata; 4,11%) se hrani na način da kupuje gotovu hranu.



Grafikon 23: Učestalost konzumiranja brze hrane

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Kao što je prikazano grafikonom 23, najveći broj studenata brzu hranu konzumira nekoliko puta mjesečno (71 student; 48,63%), dok 3 studenta (2,05%) nikada ne konzumiraju brzu hranu. Kod testiranja hipoteza za učestalost konzumiranja brze hrane dodijeljene su rang vrijednosti u rasponu od 1 do 6 gdje vrijednost 1 znači nekonzumiranje, dok vrijednost 6 znači svakodnevno konzumiranje brze hrane.



Grafikon 24: Učestalost kupovine zdrave hrane

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Grafikonom 24 prikazana je učestalost kupovine zdrave hrane kod studenata te je vidljivo da je jednaki broj studenata odgovorio da često odnosno povremeno kupuje zdravu hranu (52 studenta; 35,62%). S druge strane, 39 studenata (26,11%) navodi da rijetko kupuju zdravu hranu, dok 3 studenta (2,05%) nikada ne kupuju zdravu hranu.

4.2. Definiranje primijenjene metodologije

U empirijskom dijelu ovog rada testiraju se postavljene hipoteze rada. U radu se koriste primijenjene statističke metode, dok je kao instrument istraživanja korišten anketni upitnik proveden među 146 studenata Sveučilišta u Splitu.

U radu se koriste metode grafičkog prikazivanja kojima je prezentirana struktura odgovora na anketna pitanja od strane ispitanika.

Brojčane varijable se prezentiraju upotrebom metode deskriptivne statistike gdje se kao srednje vrijednosti koriste aritmetička sredina, mod i medijan, dok se kao pokazatelji disperzije koriste standardna devijacija te minimalna i maksimalna vrijednost.

Za utvrđivanje povezanosti među brojčanim varijablama koristi se Spearmanova korelacija, dok se testiranje razlike u vrijednosti s obzirom na kategorijska obilježja testira upotrebom Kruskal-Wallis testa.

Analiza je rađena u statističkom softwareu SPSS 25, a zaključci su doneseni pri razini signifikantnosti od 5%.

4.3. Testiranje hipoteza

U ovom dijelu rada provodi se testiranje hipoteza postavljenih na početku ovog istraživanja. Prva hipoteza H1 ističe važnost cijene kao čimbenika koji utječe na kupovinu hrane te glasi: *H1: Cijena hrane je najvažniji čimbenik koji utječe na odluku studenata pri kupnji hrane.*
U jednom od pitanja iz anketnog upitnika studenti su iskazivali jačinu utjecaja koji na kupnju hrane imaju različiti čimbenici. Za svaki čimbenik, odnosno obilježje hrane studenti su trebali ocjenama od 1 do 5 označiti jačinu utjecaja tog čimbenika. Važnost čimbenika kupovne odluke iskazana je ordinalnom mjernom ljestvicom gdje su vrijednosti predstavljene na sljedeći način:

- ✓ Uopće mi nije važno = 1,
- ✓ Nije mi važno = 2,
- ✓ Niti mi je važno, niti mi je nevažno = 3,
- ✓ Važno mi je = 4,
- ✓ Veoma mi je važno = 5.

Tablica 3: Srednje vrijednosti i mjere disperzije stupnja važnosti

	N	Mean	Std. deviation	Median	Mode	Minimum	Maximum
Okus	146	4,54	0,58	5,00	5,00	2,00	5,00
Cijena	146	4,23	0,69	4,00	4,00	1,00	5,00
Miris	146	4,27	0,76	4,00	5,00	2,00	5,00
Sastav proizvoda	146	3,62	1,02	4,00	3,00	1,00	5,00
Jednostavna konzumacija	146	2,61	0,93	3,00	3,00	1,00	5,00
Trajnost proizvoda	146	3,14	0,97	3,00	3,00	1,00	5,00
Brza priprema	146	3,25	0,96	3,00	3,00	1,00	5,00
Podrijetlo proizvoda	146	3,48	0,90	4,00	4,00	1,00	5,00
Izgled ili ambalaža	146	3,55	0,92	4,00	4,00	1,00	5,00
Trend takve prehrane	146	2,14	0,99	2,00	2,00	1,00	5,00

Izvor: Rezultati istraživanja

Iz tablice 3 se može vidjeti da je najveća prosječna važnost utvrđena za čimbenik okusa gdje je utvrđena prosječna razina važnosti 4,54 s prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine od 0,58. Polovica ispitanika je dodijelila važnost obilježju hrane okusu važnost do 5, dok je polovica dodijelila vrijednost 5 (medijan). Najčešća razina važnosti (mod) okusa kao obilježja hrane je 5 (veoma važno) te su dodijeljene razine važnosti u rasponu od 2 do 5 (minimalna i maksimalna vrijednost). Najmanja važnost dodijeljena je elementu trendu takve prehrane gdje je prosječna važnost 2,14 s prosječnim odstupanjem od aritmetičke sredine 0,99.

Postojanje statistički značajne razlike testirat će se Kruskal-Wallis testom.

Hypothesis Test Summary

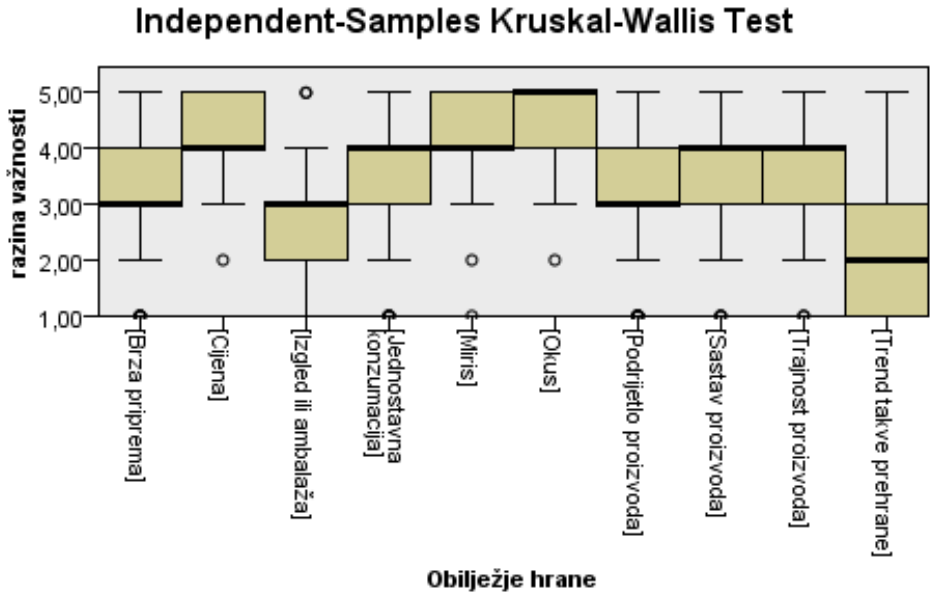
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of razina važnosti is the same across categories of Obilježje hrane.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Slika 1: Rezultati testiranja hipoteze H1

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Empirijska p vrijednost < 0,001 upućuje na zaključak da postoji statistički značajna razlika u važnosti ponuđenih obilježja hrane, no razina važnosti je veća za okus hrane u odnosu na cijenu.



Slika 2: Kruskal-Wallis Test

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Slijedom rezultata provedenog testiranja donosi se zaključak da se hipoteza H1 kojom se pretpostavlja da je cijena hrane najvažniji čimbenik koji utječe na odluku studenata pri kupnji hrane odbacuje.

Druga hipoteza H2 povezuje stupanj obrazovanja roditelja s učestalošću konzumiranja brze hrane te glasi:
H2: Studenti čiji roditelji imaju viši stupanj obrazovanja rjeđe konzumiraju brzu hranu.

Hipoteza H2 se testira korelacijom.

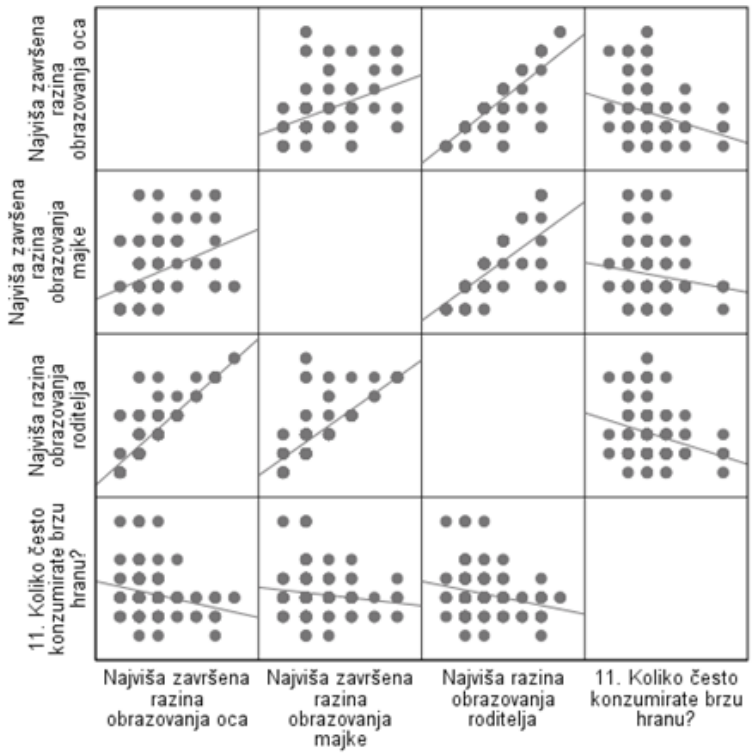
Tablica 4: Povezanost između učestalosti konzumiranja brze hrane i razine obrazovanja roditelja ispitanika

Correlations						
			11. Koliko često konzumirate brzu hranu?	Najviša završena razina obrazovanja oca	Najviša završena razina obrazovanja majke	Najviša razina obrazovanja roditelja
Spearman's rho	11. Koliko često konzumirate brzu hranu?	Correlation Coefficient	1,000			
		Sig. (1-tailed)	.			
		N	146			
	Najviša završena razina obrazovanja oca	Correlation Coefficient	-,257**	1,000		
		Sig. (1-tailed)	,001	.		
		N	146	146		
	Najviša završena razina obrazovanja majke	Correlation Coefficient	-,104	,437**	1,000	
		Sig. (1-tailed)	,105	,000	.	
		N	146	146	146	
	Najviša razina obrazovanja roditelja	Correlation Coefficient	-,214**	,802**	,749**	1,000
		Sig. (1-tailed)	,005	,000	,000	.
		N	146	146	146	146

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Testiranjem povezanosti između učestalosti konzumiranja brze hrane i najviše razine obrazovanja oca utvrđeno je postojanje negativne i statistički značajne povezanosti (rho=-0,257; emp. p=0,001). Veza između učestalosti konzumiranja brze hrane i najviše razine obrazovanja majke nije utvrđena (rho=-0,104; emp. p=0,105). Povezanost između najviše razine obrazovanja u obitelji (među roditeljima) i učestalosti konzumiranja brze hrane je negativna i statistički značajna (rho=-0,214; emp. p=0,005).



Grafikon 25: Dijagram rasipanja

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Negativan nagib pravca u dijagramu rasipanja upućuje na zaključak o postojanju negativne povezanosti. Dakle, porastom razine obrazovanja oca, majke ili najviše razine obrazovanja u obitelji dolazi do pada učestalosti konzumiranja brze hrane i suprotno, zbog čega se hipoteza H2 kojom se pretpostavlja da studenti čiji roditelji imaju viši stupanj obrazovanja rjeđe konzumiraju brzu hranu prihvaća kao istinita.

Treća hipoteza H3 povezuje visinu dohotka s učestalošću konzumiranja brze hrane te glasi: *H3: Studenti s višim mjesečnim džeparcem češće konzumiraju brzu hranu.*

Hipoteza H3 se testira korelacijom.

Tablica 5: Povezanost između učestalosti konzumiranja brze hrane i dohotka

Correlations				
			11. Koliko često konzumirate brzu hranu?	**Dohodak rang**
Spearman's rho	**11. Koliko često konzumirate brzu hranu?**	**Correlation Coefficient**	1,000	-,208**
		Sig. (1-tailed)	.	,006
		N	146	146
	Dohodak rang	**Correlation Coefficient**	-,208**	1,000
		Sig. (1-tailed)	,006	.
		N	146	146

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Iz tablice 5 se može utvrditi postojanje negativne, slabe i statistički značajne povezanosti između učestalosti konzumiranja brze hrane i dohotka, odnosno porastom razine dohotka dolazi do pada učestalosti konzumiranja brze hrane i suprotno (rho=-0,208; emp. p=0,006), dok je testiranjem povezanosti između učestalosti konzumiranja zdrave hrane i dohotka utvrđeno postojanje pozitivne, slabe i statistički značajne povezanosti (rho=0,28; emp. p=0,001). Slijedom utvrđene korelacije donosi se zaključak da se hipoteza H3 kojom se pretpostavlja da studenti s višim mjesečnim džeparcem češće konzumiraju brzu hranu odbacuje jer negativan koeficijent ukazuje na to da će studenti s višim dohotkom rjeđe konzumirati brzu hranu budući da je supstituiraju zdravom hranom.

Četvrta hipoteza H4 povezuje dob studenata s učestalošću konzumiranja brze hrane i glasi: *H4: Stariji studenti rjeđe konzumiraju brzu hranu u odnosu na mlađe studente.*

Hipoteza H4 se testira korelacijom.

Tablica 6: Povezanost između starosne dobi i učestalosti konzumiranja brze hrane

Correlations				
			Dob	11. Koliko često konzumirate brzu hranu?
Spearman's rho	Dob	Correlation Coefficient	1,000	-,433**
		Sig. (1-tailed)	.	,000
		N	146	146
	11. Koliko često konzumirate brzu hranu?	Correlation Coefficient	-,433**	1,000
		Sig. (1-tailed)	,000	.
		N	146	146

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Iz korelacijske matrice se može utvrditi postojanje negativne, slabe i statistički značajne povezanosti između starosne dobi i učestalosti konzumacije brze hrane, odnosno porast starosne dobi je praćen padom učestalosti konzumacije brze hrane i suprotno (rho=-0,433; emp. p<0,001).

Slijedom rezultata provedenog istraživanja se donosi zaključak da se hipoteza H4 kojom se pretpostavlja da stariji studenti rjeđe konzumiraju brzu hranu u odnosu na mlađe studente prihvaća kao istinita.

Peta hipoteza H5 povezuje tip smještaja s učestalošću konzumiranja brze hrane i glasi:

H5. Studenti koji ne žive s obitelji češće konzumiraju brzu hranu.

Tablica 7: Srednje vrijednosti i standardna devijacija

	Učestalost konzumiranja brze hrane	
	Mean	Std. Deviation
Iznajmljujem sobu u privatnom smještaju	3,63	0,92
Iznajmljujem stan u privatnom smještaju	3,00	1,04
Obiteljskom domu	3,03	0,92
Studentskom domu	4,73	1,62

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Podaci prikazani u tablici 7 ukazuju da najučestalije brzu hranu konzumiraju studenti koji žive u studentskom domu (prosječna razina 4,73; SD=1,62), dok je najrjeđa konzumacija brze hrane utvrđena kod ispitanika koji žive u iznajmljenom stanu u privatnom smještaju (prosječna razina 3,00; SD=1,04).

Razlika u učestalosti konzumiranja brze hrane s obzirom na tip smještaja se testira Kruskal-Wallis testom.

Hypothesis Test Summary

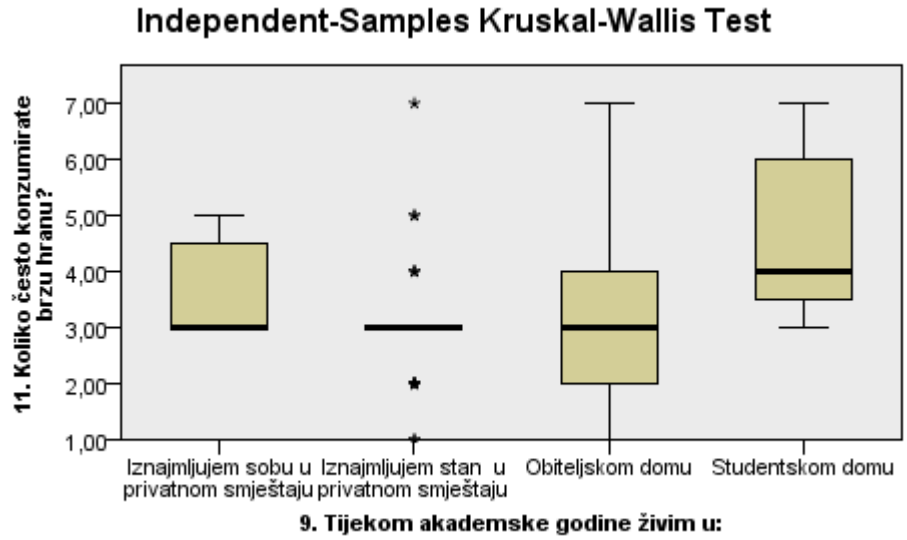
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of 11. Koliko često konzumirate brzu hranu? is the same across categories of 9. Tijekom akademske godine živim u:.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,001	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Slika 3: Rezultati testiranja hipoteze H5

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Na temelju empirijske p vrijednosti 0,001 donosi se zaključak da postoji razlika u učestalosti konzumacije brze hrane s obzirom na tip smještaja.



Grafikon 26: Učestalost konzumiranja brze hrane s obzirom na tip smještaja

Izvor: Izrada studentice na temelju podataka dobivenih anketom

Slijedom rezultata provedenog testiranja donosi se zaključak da se hipoteza H5 kojom se pretpostavlja da studenti koji ne žive s obitelji češće konzumiraju brzu hranu prihvaća kao istinita.

4.4. Sumarna prezentacija rezultata istraživanja

U dobivenom uzorku ispitanika prevladavaju studenti ženskog spola u dobi od 22 do 25 godina, koji su redoviti studenti te koji trenutno pohađaju diplomski i preddiplomski studij. Najveći broj studenata iz uzorka je odgovorio da je najviša završena razina obrazovanja njihovih roditelja četverogodišnja srednja škola, a kao osnovni izvor financiranja studentskog života navode studentske povremene poslove. Nadalje, u uzorku prevladavaju ispitanici čiji se mjesečni dohodak kreće u rasponu od 1001 do 2000 HRK te od 2001 do 3000 HRK. Više od polovice studenata iz uzorka živi u obiteljskom domu te se hrani kod kuće i jede hranu koju pripremi netko od ukućana. Najveći broj studenata konzumira brzu hranu nekoliko puta mjesečno, dok je za zdravu hranu jednaki broj studenata odgovorio da je često odnosno povremeno kupuje. Prilikom odabira hrane, ispostavilo se da od svih navedenih obilježja hrane, ispitanicima presudan utjecaj na kupnju hrane imaju okus, miris te cijena, dok najmanji utjecaj ima trend takve prehrane.

Nakon provedenog istraživanja utvrđeno je da statistički značajno veću važnost na kupovinu hrane ima čimbenik okus u odnosu na cijenu, miris, sastav proizvoda, jednostavnu

konzumaciju, trajnost proizvoda, brzu pripremu, podrijetlo proizvoda, izgled ili ambalažu te trend takve prehrane. Budući da hipoteza H1 pretpostavlja da je cijena hrane najvažniji čimbenik koji utječe na odluku studenata pri kupnji hrane, hipoteza H1 se odbacuje. Unatoč tome što testiranjem nije utvrđena veza između učestalosti konzumiranja brze hrane i najviše razine obrazovanja majke, porastom obrazovanja oca dolazi do pada učestalosti konzumiranja brze hrane. Međutim, kada se promatra obrazovanje majke i oca zajedno, također je utvrđeno postojanje negativne i statistički značajne povezanosti, što znači da će studenti čiji roditelji imaju višu razinu obrazovanja manje konzumirati brzu hranu, kao što je i pretpostavljeno hipotezom H2, koja se na temelju iznesenih rezultata u konačnici prihvaća. Nadalje, kada se istražuje povezanost učestalosti konzumiranja brze hrane i visine mjesečnog dohotka studenata, prethodna istraživanja utvrdila su da studenti s nižim mjesečnim džeparcem, odnosno dohotkom manje konzumiraju brzu hranu. Suprotno prethodnim istraživanjima, dobiveni rezultati pokazuju da je povezanost između učestalosti konzumiranja brze hrane i dohotka negativna, slaba i statistički značajna te se hipoteza H3 koja pretpostavlja da studenti s većim dohotkom češće konzumiraju brzu hranu, odbacuje. Međutim, testiranjem povezanosti između učestalosti konzumiranja zdrave hrane i dohotka utvrđeno je postojanje pozitivne, slabe i statistički značajne povezanosti, iz čega proizlazi da će studenti s višim dohotkom rjeđe konzumirati brzu hranu budući da je supstituiraju zdravom hranom.

Za razliku od prethodne hipoteze, rezultati hipoteze H4 vezani za dob i učestalost unosa brze hrane se podudaraju s rezultatima prethodnih istraživanja. Dakle, spomenuta hipoteza pretpostavlja da stariji studenti rjeđe konzumiraju brzu hranu u odnosu na mlađe studente te se prihvaća jer je istraživanjem utvrđeno postojanje negativne, slabe i statistički značajne povezanosti između starosne dobi i učestalosti konzumacije brze hrane.

Posljednja hipoteza H5 koja pretpostavlja da studenti koji ne žive s obitelji češće konzumiraju brzu hranu, djelomično se prihvaća. Rezultati Kruskal-Wallis Testa pokazuju da studenti koji žive u studentskom domu najčešće konzumiraju brzu hranu, dok je najrjeđa konzumacija brze hrane zabilježena kod studenata koji žive u iznajmljenom stanu u privatnom smještaju te kod studenata koji žive u obiteljskom domu.

5. ZAKLJUČAK

Hrana je neophodna sastavnica čovjekova života koja ima značajan utjecaj na cjelokupno fizičko i psihičko zdravlje. Budući da je odnos svakog čovjeka prema prehrani individualan, prehrambene navike koje se stječu još od ranog djetinjstva se tijekom života mijenjaju. Razumljivo, studentska populacija je jedna od najpogođenijih kategorija zahvaćenih lošim prehrambenim navikama zbog rasporeda predavanja, ispitnih rokova te općenito nedostatka vremena. Upravo je i cilj istraživanja ovog rada bio ispitati prehrambene navike studenata te utvrditi njihove stavove o prehrani i zdravlju.

Teorijskom te empirijskom analizom opisani su različiti utjecaji na potražnju za hranom, dok je putem anketnog upitnika istraženo ponašanje studenata prilikom donošenja odluke o kupnji hrane. Empirijsko istraživanje obuhvaća odgovore 146 studenata Sveučilišta u Splitu, od kojih prevladavaju studenti ženskog spola u dobi od 22 do 25 godina te se uglavnom radi o redovnim studentima diplomskog i preddiplomskog studija. U uzorku su prevladavali studenti čiji roditelji imaju završenu četverogodišnju srednju školu kao najvišu razinu obrazovanja te studenti koji se financiraju obavljajući studentske povremene poslove, dok se njihov mjesečni dohodak kreće u rasponu od 1001 do 2000 HRK te od 2001 do 3000 HRK. Također, u uzorku prevladavaju studenti koji žive u obiteljskom domu te se hrane kod kuće, a kada je u pitanju odabir hrane, najveći broj studenata iz uzorka konzumira brzu hranu nekoliko puta mjesečno, dok je za zdravu hranu jednaki broj studenata odgovorio da je često odnosno povremeno kupuje. Rezultati istraživanja pokazali su da od svih ponuđenih obilježja hrane, ispitanicima najveći utjecaj na kupnju hrane imaju okus, miris te cijena, dok najmanji utjecaj ima trend takve prehrane.

Za potrebe ovog istraživanja formirano je 5 hipoteza koje su se kroz rad testirale te sukladno rezultatima, pojedine hipoteze su prihvaćene ili djelomično prihvaćene, dok su druge odbačene.

Prva istraživačka hipoteza H1, koja je pretpostavljala da je cijena hrane najvažniji čimbenik koji utječe na odluku studenata pri kupnji hrane, je odbačena budući da je nakon provedenog istraživanja utvrđeno da čimbenik okus ima statistički značajno veću važnost na kupovinu hrane u odnosu na cijenu i ostale ponuđene čimbenike, odnosno obilježja hrane.

Druga istraživačka hipoteza H2 je tvrdila da studenti čiji roditelji imaju viši stupanj obrazovanja rjeđe konzumiraju brzu hranu te je djelomično prihvaćena. Navedena hipoteza nije u potpunosti prihvaćena zato što testiranjem nije utvrđena veza između učestalosti konzumiranja brze hrane i najviše razine obrazovanja majke, ali je utvrđeno postojanje

negativne i statistički značajne povezanosti kada se promatra obrazovanje oca te obrazovanje majke i oca zajedno.

Treća istraživačka hipoteza H3 je pretpostavljala da studenti s višim mjesečnim džeparcem češće konzumiraju brzu hranu, te je odbačena. Mogući razlozi koji su doveli do ovakvog rezultata su vjerojatno posljedica informiranosti studenata o važnosti zdrave prehrane. U prethodnim istraživanjima je utvrđeno da studenti s nižim džeparcem manje konzumiraju brzu hranu te da studenti odlaze u restorane brze hrane uglavnom zbog ograničenog vremena, dobrog okusa te druženja s prijateljima. Budući da se u posljednje vrijeme povećava broj objekata koji u svojoj ponudi imaju isključivo zdravu hranu, druženje s prijateljima ne uključuje nužno restorane brze hrane.

S druge strane, četvrta istraživačka hipoteza H4, koja je testirala povezanost između dobi studenata i učestalosti konzumiranja brze hrane, je prihvaćena. Navedena hipoteza je pretpostavljala da stariji studenti rjeđe konzumiraju brzu hranu u odnosu na mlađe studente, što je potvrđeno nakon provedenog istraživanja.

Peta istraživačka hipoteza H5, koja je pretpostavljala da studenti koji ne žive s obitelji češće konzumiraju brzu hranu, djelomično je prihvaćena. Testiranjem je utvrđeno da studenti koji žive u iznajmljenom stanu u privatnom smještaju najrjeđe konzumiraju brzu hranu. Budući da spomenuti studenti ne žive u obiteljskom domu, hipoteza se ne može u potpunosti prihvatiti. Studenti koji žive u obiteljskom domu također rjeđe konzumiraju brzu hranu te slijede odmah nakon studenata koji žive u iznajmljenom stanu u privatnom smještaju, dok studenti koji žive u studentskom domu najčešće konzumiraju brzu hranu.

LITERATURA

Knjige:

1. Alibabić, V., Mujić, I. (2016): Pravilna prehrana i zdravlje, Veleučilište u Rijeci, Rijeka
2. Bakalar, J. (2009): Mikroekonomija, Četvrto izdanje, Sarajevo
3. Kuzman, M., Posavec, M. (2017): Kako pre(o)živjeti početak studija, Nastavni zavod za javno zdravstvo „Dr. Andrija Štampar“, Zagreb
4. Par, V., Šakić Bobić, B. (2016): Uvod u mikroekonomiju, Zagreb
5. Pavić, I., Benić, Đ., Hashi, I. (2007): Mikroekonomija, Drugo izdanje, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split
6. Pavić, I. (2015): Mikroekonomija teorija i praksa, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split
7. Pindyck, R., Rubinfeld, D. L. (2005): Mikroekonomija, Peto izdanje, MATE d.o.o. Zagreb
8. Verbanac, D. (2004): O prehrani - što, kada i zašto jesti, Školska knjiga, Zagreb

Članci:

1. Abraham, S., Martinez, M., Salas, G., Smith, J. (2018): College students eating habits and knowledge of nutritional requirements. Journal of Nutrition and Human Health, 2(1), str. 13-17.
2. Anderson, B., Rafferty, A.P., Lyon-Callo, S., Fussman, C., Imes, G. (2011): Fast-food consumption and obesity among Michigan adults. Preventing Chronic Disease, 8 (4), str. 1-11.
3. Antonić Degač, K., Laido, Z., Kaić-Rak, A. (2007): Obilježja prehrane i uhranjenosti stanovništva Hrvatske, Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Vol. 3 No. 9, str. 1-3.
4. Bingham, S., McNeil, N. I., Cummings, J. H. (1981): The diet of individuals: a study of a randomly-chosen cross section of British adults in a Cambridgeshire village. British Journal of Nutrition, 45(01), str. 23-45.
5. Bonti-Ankomah, S., Yiridoe K.E. (2006): Organic and Conventional Food: A Literature Review of the Economics of Consumer Perceptions and Preferences. Final Report, str. 1-40.

6. Bowman, S.A., Lino, M., Gerrior, S.A., Basiotis, P.P. (1998): The Healthy Eating Index: 1994-96. U.S. Department of Agriculture, Center for Nutrition Policyand Promotion, CNPP-5., str. 1-18.
7. Bowman, S.A., Gortmaker, S.L., Ebbeling, C.B., Pereira, M.A., Ludwig, D.S. (2004): Effects of fast-food consumption on energy intake and diet quality among children in a national household survey. Official journal of theAmerican Academy of Pedaitrics, 113(1), str. 112-118.
8. Buturac, G., Vizek, M. (2015): Izvoz prehrambene industrije i učinci na gospodarstvo: slučaj Hrvatske. Ekonomski pregled, 66(3), str. 203-230.
9. Buturac, G. (2018): Perspektive razvoja industrije hrane i pića u međunarodnom okruženju: slučaj Hrvatske. Ekonomski pregled, 69(2), str. 131-162.
10. Dave, J. M., An, L. C., Jeffery, R. W., Ahluwalia, J. S. (2009): Relationship of Attitudes Toward Fast Food and Frequency of Fast-food Intake in Adults. Obesity 17, str. 1164–1170.
11. Dinger, M. K. (1999): Physical activity and dietary intake among college students. American Journal of Health Studies, 15(3), str. 139-148.
12. Driskell, J.A., Young-Nam, K., Goebel, K. J. (2005): Few differences found in the typical eating and physical activity habits of lower-level and upper-level university students. Journal of the American Dietetic Association, 105(5), str. 798-801.
13. Dumičić, K., Gajdić, D. (2011): Istraživanje utjecaja primjene sustava upravljanja kvalitetom hrane na poslovni rezultat u hrvatskim prehrambenim poduzećima, Poslovna izvrsnost, Vol. 5 No. 1, str. 9-32.
14. Food Drink Europe (2019): Economic Bulletin Q1 2019, str. 2-11.
15. Huang, Y. L., Song, W. O., Schemmel, R. A., Hoerr, S. M. (1994): What do college students eat? Food selection and meal pattern. Nutrition Research, 14(8), str. 1143–1153.
16. Knežević, S., Bilić, N. (2015): Utjecaj kulture na ponašanje potrošača prehrambenih proizvoda u Republici Hrvatskoj, Praktični menadžment, Vol. 6, No. 1, str. 157-164.
17. Kovačević, B. (2003): Problematika proizvodnje hrane i glad u svijetu, Ekonomski pregled, Vol. 54 No. 3-4, str. 299-323.
18. Kovačević, D. (2017): Inovacije kao temelj konkurentnosti hrvatske prehrambene industrije, Tehničke znanosti knj.; 18, str. 49-76.
19. Lipovec, N., Kozina, G. (2013): Ekonomska analiza i ocjena zakonitosti ponude i potražnje. Tehnički glasnik, Vol. 7 No. 2, str. 206-212.

20. Mikolajczyk, R. T., El Ansari, W., Maxwell, A. (2009): Food consumption frequency and perceived stress and depressive symptoms among students in three European countries. Nutrition Journal, 8 (1), str. 10-31.
21. Palić, P. (2019): Sektorske analize, Hrana i piće. Ekonomski Institut, Zagreb, str. 1-21.
22. Pollard, T. M., Steptoe, A., Wardle, J. (1998): Motives underlying healthy eating: using the Food Choice Questionnaire to explain variation in dietary intake. Journal of Biosocial Science, 30(2), str. 165–179.
23. Rydell, S. A., Harnack, L. J., Oakes, J. M., Story, M., Jeffery, R. W., French, S. A. (2008): Why Eat at Fast-Food Restaurants: Reported Reasons among Frequent Consumers. Journal of the American Dietetic Association, 108(12), str. 2066–2070.
24. Sreeramareddy, C. T., Shankar, P. R., Binu, V., Mukhopadhyay, C., Ray, B., Menezes, R. G. (2007): Psychological morbidity, sources of stress and coping strategies among undergraduate medical students of Nepal. BMC Medical Education, 7(1), str. 1-8.
25. Steptoe, A., Pollard, T. M., Wardle, J. (1995): Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: the Food Choice Questionnaire. Appetite, 25(3), str. 267–284.
26. Stockton, S., Baker, D. (2013): College Students' Perceptions of Fast Food Restaurant Menu Items on Health. American Journal of Health Education, 44(2), str. 74–80.
27. Tolušić, Z., Deže, J. (2001): Tržišna orijentacija poljoprivrednih i prehrambenih proizvođača prema potrebama kupaca. Ekonomski pregled, 52(5-6), str. 634-644.
28. Tomić, M., Fočić, N., Marijanović, B., Topličanec, J. (2012): Navike hrvatskih studenata u potrošnji brze hrane. Agronomski glasnik, str. 231 – 242.
29. Vlada Republike Hrvatske (2019): Akcijski plan promoviranja i jačanja kratkih lanaca u opskrbi hranom ustanova iz javnog sektora za razdoblje 2019. i 2020. godine, str. 1-15.
30. Wijnands, J.H.M., Meulen, B.M.J., Poppe, K.J. (2007): Competitiveness od the European Food Industry, European Commission, str. 1-325.

Poglavlje u knjizi:

1. Mennel, S., Muroctt, A., Van Otterloo, A. (1998): Prehrana i kultura - sociologija hrane, Naklada Jesenski i Turk. Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, str. 96-99.

Rad u zborniku konferencije:

1. Čaklovica, F. (2018): 3rd Student Congress „Food-Nutrition-Health“, University of Sarajevo, Faculty of Agriculture and Food Sciences, Sarajevo, BiH, str. 1-157.

Izvori s interneta:

1. Hruškar, M. (2019): Kvaliteta hrane – činjenice i mitovi, [Internet], raspoloživo na: https://veterina.com.hr/?p=74906, [02.09.2019.].
2. Ministarstvo gospodarstva: Strateške smjernice za razvoj prehrambeno-prerađivačkog sektora 2013.-2020., [Internet], raspoloživo na: http://investcroatia.gov.hr/wp-content/uploads/2013/12/1-strateske-smjernice.pdf, [02.09.2019.].
3. Ranga, A. (2019): Importance of food in the Body, Health and Life, [Internet], raspoloživo na: https://www.studyread.com/importance-of-food/, [13.04.2019.].
4. Rogers, K. (2018): Food, [Internet], raspoloživo na: https://www.britannica.com/topic/food, [18.04.2019.].
5. Saponia: Prehrambena industrija, [Internet], raspoloživo na: https://www.saponia.hr/hr/ii/industrijska-potrosnja/prehrambena-industrija/, [22.08.2019.].

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Potražnja kupca A 12
Grafikon 2: Tržišna krivulja potražnje 13
Grafikon 3: Krivulje potražnje - promjene u količini potražnje; promjene u potražnji 14
Grafikon 4: Krivulja indiferencije 16
Grafikon 5: Mapa indiferencije 17
Grafikon 6: Korisnost i krivulje indiferencije 18
Grafikon 7: Proračunska krivulja 19
Grafikon 8: Utjecaj promjene dohotka na proračunsku krivulju 20
Grafikon 9: Utjecaj promjene cijene na proračunsku krivulju 21
Grafikon 10: Optimalni izbor - maksimizacija zadovoljstva uz zadani proračun 22
Grafikon 11: Optimalni izbor - minimalizacija izdataka za zadanu razinu zadovoljstva 23
Grafikon 12: Ukupni efekt promjene cijene – normalno dobro 25
Grafikon 13. Struktura ispitanika prema spolu 30
Grafikon 14: Struktura ispitanika prema dobi 31
Grafikon 15: Struktura studenata prema vrsti studija 31
Grafikon 16: Struktura studenata prema studentskom statusu 32
Grafikon 17: Najviša završena razina obrazovanja oca 33
Grafikon 18: Najviša završena razina obrazovanja majke 34
Grafikon 19: Osnovni izvor financiranja studentskog života 35
Grafikon 20: Visina mjesečnog dohotka studenta 36
Grafikon 21: Mjesto življenja tijekom akademske godine 36
Grafikon 22: Mjesto najčešće konzumacije hrane 37
Grafikon 23: Učestalost konzumiranja brze hrane 38
Grafikon 24: Učestalost kupovine zdrave hrane 39
Grafikon 25: Dijagram rasipanja 44
Grafikon 26: Učestalost konzumiranja brze hrane s obzirom na tip smještaja 48

POPIS SLIKA

Slika 1: Rezultati testiranja hipoteze H1 41
Slika 2: Kruskal-Wallis Test 42
Slika 3: Rezultati testiranja hipoteze H5 47

POPIS TABLICA

Tablica 1: Individualna potražnja kupca A 11
Tablica 2: Tržišna potražnja 13
Tablica 3: Srednje vrijednosti i mjere disperzije stupnja važnosti 40
Tablica 4: Povezanost između učestalosti konzumiranja brze hrane i razine obrazovanja roditelja ispitanika 43
Tablica 5: Povezanost između učestalosti konzumiranja brze hrane i dohotkam..... 45
Tablica 6: Povezanost između starosne dobi i učestalosti konzumiranja brze hrane 46
Tablica 7: Srednje vrijednosti i standardna devijacija 46

PRILOZI

Prilog 1. Anketni upitnik

Ponašanje studenata Sveučilišta u Splitu prilikom donošenja odluke o kupnji hrane

Poštovani/na, svrha ove ankete je prikupljanje podataka potrebnih za izradu diplomskog rada na temu „Ponašanje studenata Sveučilišta u Splitu prilikom donošenja odluke o kupnji hrane". Anketa je u potpunosti anonimna, a dobiveni podaci će se koristiti samo u svrhu pisanja diplomskog rada. Unaprijed se zahvaljujem na izdvojenom vremenu.

*Obavezno

1. Spol: *

- ○ Muški
- ○ Ženski

2. Dob: *

- ○ 18 - 21
- ○ 22 - 25
- ○ 26 - 29
- ○ više od 29 godina

3. Vrsta studija kojeg trenutno pohađate: *

- ○ Preddiplomski studij
- ○ Stručni studij
- ○ Diplomski studij
- ○ Specijalistički diplomski studij
- ○ Poslijediplomski studij

4. Status studenta: *

- ○ Redovni
- ○ Izvanredni

5. Koja je najviša završena razina obrazovanja Vašeg oca? *

- ○ Trogodišnja srednja škola
- ○ Četverogodišnja srednja škola
- ○ VŠS (uključuje tzv. "stari" dvogodišnji studij te "bolonjski" preddiplomski studij)
- ○ VSS (uključuje tzv. "stari" četverogodišnji studij te "bolonjski" diplomski studij)
- ○ Poslijediplomski specijalistički studij - titula "sveučilišni specijalist" (univ. spec.)
- ○ Magisterij - titula "magistar znanosti"
- ○ Poslijediplomski sveučilišni studij - titula "doktor znanosti"

5. Koja je najviša završena razina obrazovanja Vaše majke? *

- ○ Trogodišnja srednja škola
- ○ Četverogodišnja srednja škola
- ○ VŠS (uključuje tzv. "stari" dvogodišnji studij te "bolonjski" preddiplomski studij)
- ○ VSS (uključuje tzv. "stari" četverogodišnji studij te "bolonjski" diplomski studij)
- ○ Poslijediplomski specijalistički studij - titula "sveučilišni specijalist" (univ. spec.)
- ○ Magisterij - titula "magistar znanosti"
- ○ Poslijediplomski sveučilišni studij - titula "doktor znanosti"

7. Osnovni izvor financiranja studentskog života: *

- ○ Džeparac koji dobivam od roditelja
- ○ Studentski povremeni posao/poslovi
- ○ Stipendija
- ○ Stalno zaposlenje

8. Visina Vašeg mjesečnog dohotka je: *

- ○ do 1000 HRK
- ○ od 1001 do 2000 HRK
- ○ od 2001 do 3 000 HRK
- ○ od 3001 do 4000 HRK
- ○ više od 4001 HRK

9. Tijekom akademske godine živim u: *

- ○ Obiteljskom domu
- ○ Iznajmljujem stan u privatnom smještaju
- ○ Iznajmljujem sobu u privatnom smještaju
- ○ Studentskom domu

10. Gdje se najčešće hranite? *

- ○ Kod kuće - jedem hranu koju pripremi netko od ukućana
- ○ Kod kuće - kuham sam/a za sebe
- ○ U studentskoj menzi
- ○ Kupujem gotovu hranu

11. Koliko često konzumirate brzu hranu? *

- ○ Svakodnevno
- ○ 4-5 puta tjedno
- ○ 2-3 puta tjedno
- ○ Nekoliko puta mjesečno
- ○ Nekoliko puta godišnje
- ○ Nikada

12. Koliko često kupujete zdravu hranu? *

- ○ Često kupujem zdravu hranu
- ○ Povremeno kupujem zdravu hranu
- ○ Rijetko kupujem zdravu hranu
- ○ Nikad ne kupujem zdravu hranu

13. Na koji način sljedeća obilježja hrane utječu na Vašu odluku o kupnji hrane: *

	Uopće mi nije važno	Nije mi važno	Niti mi je važno, niti mi je nevažno	Važno mi je	Veoma mi je važno
Okus	○	○	○	○	○
Miris	○	○	○	○	○
Cijena	○	○	○	○	○
Sastav proizvoda	○	○	○	○	○
Izgled ili ambalaža	○	○	○	○	○
Podrijetlo proizvoda	○	○	○	○	○
Brza priprema	○	○	○	○	○
Trajnost proizvoda	○	○	○	○	○
Jednostavna konzumacija	○	○	○	○	○
Trend takve prehrane	○	○	○	○	○

SAŽETAK

Problem istraživanja ovog rada odnosi se na ekonomske i sociodemografske aspekte koji utječu na ponašanje potrošača prilikom donošenja odluke u kupnji hrane. U svrhu prikupljanja podataka provedeno je online anketno ispitivanje na uzorku od 146 studenata Sveučilišta u Splitu o njihovim prehrambenim navikama. Kako bi se provelo istraživanje, analizirali rezultati te u konačnici donijeli zaključci, definirano je pet istraživačkih hipoteza. Rezultati istraživanja pokazali su da su okus i miris najvažnija obilježja hrane za ispitanike, odnosno da cijena nije najvažniji čimbenik koji utječe na odluku studenata pri kupnji hrane te da studenti s višim mjesečnim džeparcem ne konzumiraju češće brzu hranu u odnosu na studente s nižim mjesečnim džeparcem. Istraživanjem je utvrđena povezanost između učestalosti konzumiranja brze hrane i stručne spreme roditelja u smislu da studenti čiji roditelji imaju višu razinu obrazovanja manje konzumiraju brzu hranu. Dob utječe na učestalost konzumiranja brze hrane, odnosno stariji studenti rjeđe konzumiraju brzu hranu u odnosu na mlađe studente. Rezultati su pokazali da tip smještaja također utječe na učestalost konzumiranja brze hrane te da studenti koji žive u studentskom domu najčešće konzumiraju brzu hranu, dok je kod studenata koji žive s obitelji i u iznajmljenom stanu u privatnom smještaju zabilježena najrjeđa konzumacija brze hrane.

Ključne riječi: *prehrambene navike, ponašanje potrošača, donošenje odluke o kupnji hrane*

SUMMARY

The problem of this paper is related to economic and sociodemographic aspects that affect the behavior of consumers when deciding on buying food. For the purpose of data collection, an online survey was conducted on a sample of 146 University of Split's students about their eating habits. In order to conduct the research, analyze the results and ultimately reach conclusions, five research hypotheses have been defined. The research results have shown that taste and smell are the most significant characteristics of food for the responders, that is, the price is not the most important factor that affect the decision of students when deciding on buying food and that students with higher monthly allowance don't consume fast food more often than students with lower monthly allowance. The study has shown a connection between the frequency of eating fast food and the respondents' parents' level of education, in

the sense that students whose parents haved higher level of education consume fast food less frequently. Age influences the frequency of fast food consumption, that is, older students are less likely to consume fast food than younger students. The results showed that the type of accommodation also affects the frequency of fast food consumption, and that students who are living in a dorm most often consume fast food, while student who are living with family and in rented apartments in private accommodation have the least frequent fast food consumption.

Key words: *nutritional habits, consumer behaviour, decision - making about grocery shopping*