Stavovi potrošača istočne Hrvatske o potrošnji različitih vrsta jestivih ulja

Džigumović, Zdenka

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:375919

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Repository / Repozitorij:

Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

zir.nsk.hr

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Zdenka Džigumović
Diplomski studij Agroekonomika

STAVOVI POTROŠAČA ISTOČNE HRVATSKE O POTROŠNJI RAZLIČITIH VRSTA JESTIVIH ULJA

Diplomski rad

Osijek, 2016.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Zdenka Džigumović
Diplomski studij Agroekonomika

STAVOVI POTROŠAČA ISTOČNE HRVATSKE O POTROŠNJI RAZLIČITIH VRSTA JESTIVIH ULJA

Diplomski rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. doc. dr. Tihana Sudarić, predsjednik
2. izv. prof. dr. Ružica Lončarić, mentor
3. doc. dr. Igor Kralik, član

Osijek, 2016.

Sadržaj:

1. Uvod 1
2. Materijali i metode 2
3. Pregled literature 3
4. Proizvodnja ulja u svijetu, Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj 4
   4.1. Proizvodnja ulja u svijetu 4
   4.2. Proizvodnja ulja u Europskoj uniji 5
   4.3. Proizvodnja ulja u Republici Hrvatskoj 8
   4.4. Sivo tržište maslinovog ulja 10
5. Rezultati ankete o potrošnji jestivih ulja u Republici Hrvatskoj 11
   5.1. Socio-demografska obilježja ispitanika 11
   5.2. Potrošnja ulja 12
   5.3. Preferencije potrošača prema proizvođačima i pakiranju ulja 13
   5.4. Značaj karakteristika ulja 14
   5.5. Cijene ulja 16
   5.6. Značaj ulja kao prehrambenog proizvoda 17
6. Zaključak 18
7. Popis literature 20
8. Sažetak 22
9. Summary 23
10. Prilozi 24
11. Popis tablica 27
12. Popis slika 28
13. Popis grafikona 29

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA 30

BASIC DOCUMENTATION CARD 31

1. Uvod

Ulje se dobije iz raznih plodova ili sjemenki velikog broja biljaka. U svijetu postoji oko 300 vrsta biljnih kultura iz kojih se može dobiti ulje. Izbor jestivih ulja nikada nije bio veći, a ponuda na policama trgovina i dalje raste.

Prva kapljica jestivog i industrijski proizvedenog ulja u Hrvatskoj kapnula je još davne 1916. godine u Zagrebu, pod nazivom Zvijezdino ulje. Prirodan je izvor vitamina E.

Potrošnja biljnih ulja dijeli se u dvije glave skupine: uglavnom za prehranu stanovništva (80%), te na industrijsku uporabu u koju se ubraja i biodizel (Rosillo-Calle i sur. 2009). Biodizel predstavlja obnovljivi izvor energije, odnosno, on je biorazgradiv i nije otrovan. Može se proizvoditi od biljnog ulja, algi i raznih životinjskih i restoranskih masnoća.

Ulje u prehrani ima veliku značaj zbog njegovih kvalitetnih sjemenki koje u prosjeku sadrže 43% ulja, 18% bjelančevina, 26% celuloze, 10% ne dušičnih stvari i 3% minerala. Prirodan je izvor vitamina E. Sve te tvari su korisne kako za normalan rad, rast i razvoj organizma, tako i za zdravlje srca, krvnih žila, pravilan rad jetre i crijeva. U današnje vrijeme puno se govori o ulju kao glavnom uročniku raznih bolesti pretilosti. Bitno je naglasiti kako ovu namirnicu ne treba izbaciti iz svakodnevne prehrane, te kako naš organizam ne bi mogao funkcionirati bez nje.

S druge strane, ulje se koristi u industrijskoj preradi. Od njega se proizvode margarini, majoneze, biljne masti za razne medicinske pripravke, za strojna ulja i slično.

Stoga, u ovom radu su istraženi trendovi u proizvodnji ulja u svijetu, Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj. Istraživani su stavovi i preferencije potrošača o potrošnji jestivih ulja.

2. Materijali i metode

Tema pod nazivom „Stavovi potrošača Istočne Hrvatske o potrošnji različitih vrsta jestivih ulja“ je imala za cilj istražiti trendove u proizvodnji ulja u svijetu, Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj, te istražiti stavove i preferencije potrošača o potrošnji ulja.

U izradi ovog rada korištena je dostupna literatura i baza podataka za uvodni dio rada, te matematičko-statističke metode za obradu rezultata ankete potrošača.

Primarni podaci su prikupljeni od 8. kolovoza do 10. rujna 2016. godine, anketnim ispitivanjem 100 slučajno odabranih potrošača pomoću on-line ankete. Pitanja u anketnom upitniku su vezana uz socio-demografska obilježja ispitanika, ponašanje potrošača prilikom kupnje biljnih ulja, njihovi stavovi i mišljenja o pojedinim obilježjima jestivih ulja, te o cijenama ulja i značaju ulja kao prehrambenog proizvoda.

3. Pregled literature

Potrošnja biljnih ulja dijeli se u dvije glave skupine: uglavnom za prehranu stanovništva (80%), te na industrijsku uporabu u koju se ubraja i biodizel (Rosillo-Calle i sur. 2009).

Globalna proizvodnja jestivog ulja od 2000. do 2014. godine porasla je s 90 milijuna tona na više od 170 milijuna tona, a čak 85 posto svjetskog ulja dobiva se od suncokreta, palme, soje i uljane repice (Obranović, 2015.).

Ulje sadrži vrlo malo zasićenih masnih kiselina, bogato je vitaminom E koji u organizmu djeluje kao antioksidans. Za razliku od maslinovog ulja za koje se smatra da je vrlo kvalitetno i zdravo, ulje uljane repice ima 8 puta više ALA (omega 3 masnih kiselina). Zbog izvrsne stabilnosti na visokim temperaturama, repičino ulje je pogodno za pečenje, prženje čak i u fritezi, kuhanju, a može se dodavati i u hladna jela poput salata (Jošić, 2014.).

Tržište maslinovih ulja je jedno od najviše rastućih tržišta (bez obzira na ekonomsku krizu), a posebno je to vidljivo ako se promatra područje prehrambene industrije. Ekonomski stručnjaci specijalizirani za tržište maslinovim uljem u Europskoj uniji predviđaju da će cijena ulja polako rasti do čak 30 posto, a da će ulja nedostajati za zadovoljenje potražnje sve do 2020. (Ljubenkov).

Ukupna potrošnja maslinovog ulja u Hrvatskoj kreće se oko 6.000 tona godišnje, sa velikim regionalnim razlikama u potrošnji između kontinentalnog 34 i mediteranskog dijela Hrvatske (Miličić, 2014.)

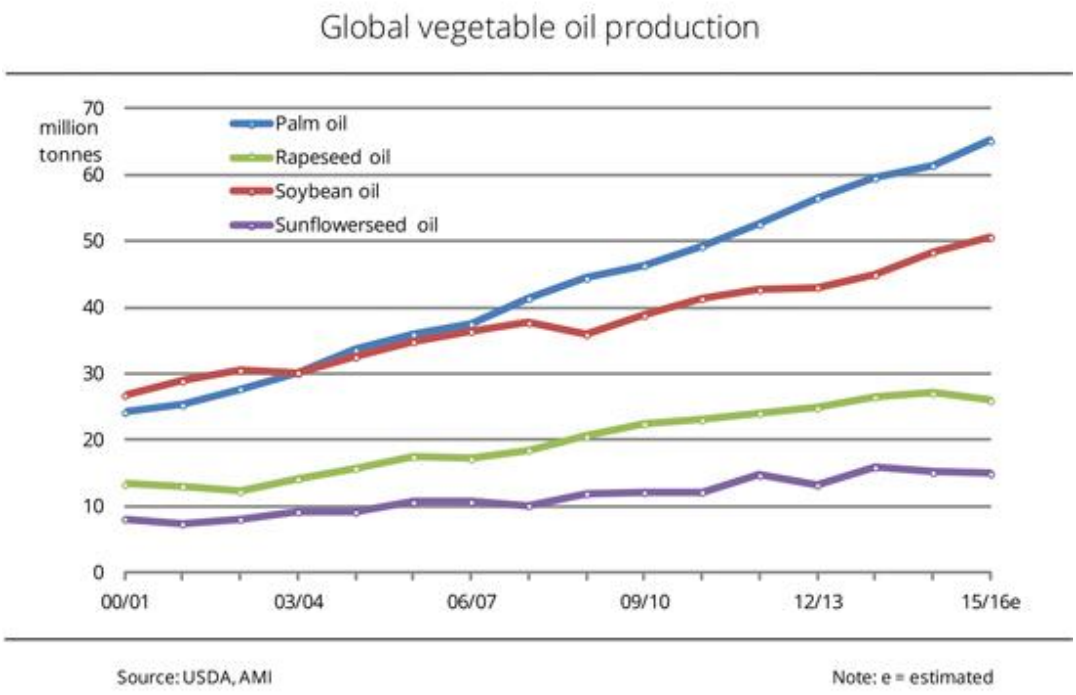
Zahvaljujući raznim vitaminima, hranjivim tvarima i antioksidansima, učinkovito štiti od srčanih bolesti (NaturalNews, 2014.)

4. Proizvodnja ulja u svijetu, Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj

4.1.Proizvodnja ulja u svijetu

Globalna proizvodnja jestivog ulja od 2000. do 2014. godine porasla je s 90 milijuna tona na više od 170 milijuna tona, a čak 85 posto svjetskog ulja dobiva se od suncokreta, palme, soje i uljane repice (Obranović, 2015.).

U posljednjih petnaest godina, zabilježen je snažan porast palminog ulja, zatim sojino, ulje od uljane repice, te suncokretovo ulje (slika 1.).

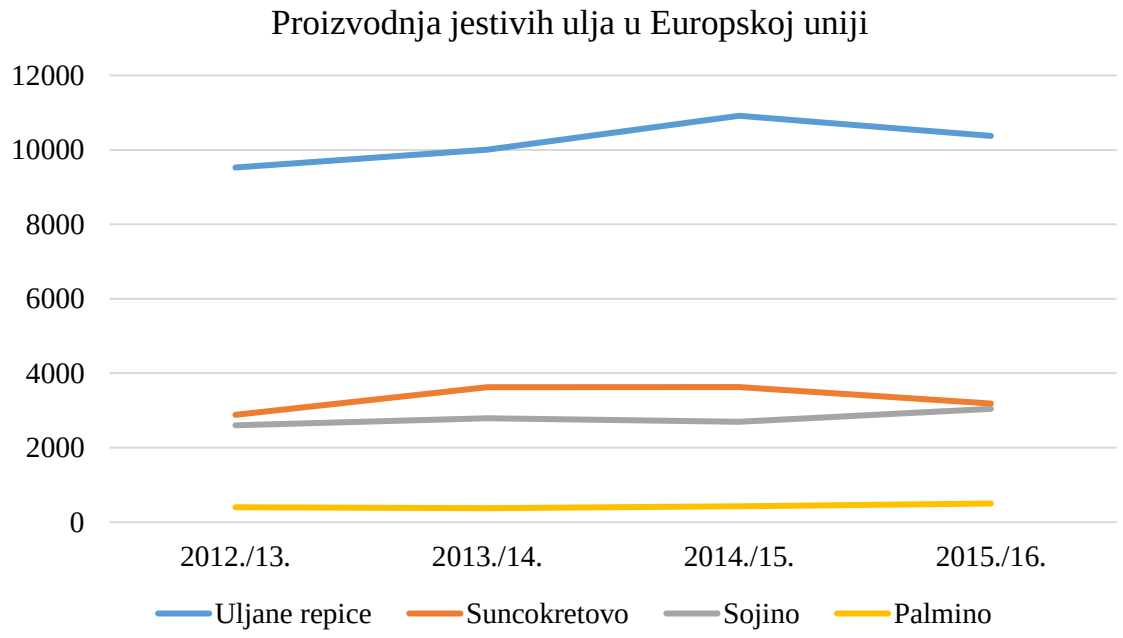


Slika 1: Svjetska proizvodna biljnog ulja
(Izvor: http://www.ufop.de/english/news/chart-of-the-week/archive-chart-of-the-week/)

Zbog jeftine proizvodnje i jednostavne prerade, palmino ulje postalo je jako popularno u svijetu. Palmino drvo, odnosno plod iz kojeg se radi ulje, rodi tijekom cijele godine. Osim u prehrambenoj proizvodnji, potražnja za palminim uljem javlja se u kozmetičkoj proizvodnji, proizvodima za čišćenje, hrani za životinje, te u medicini i farmaceutskoj industriji.

4.2.Proizvodnja ulja u Europskoj uniji

Proizvodnja jestivog ulja u Europskoj uniji za razliku od svjetske proizvodnje je skroz suprotna. Na temelju podataka uzetih iz europskog marketa o uljaricama, vidljivo je da se od 2012. do 2016. godine najviše proizvodi ulje uljane repice, zatim suncokretovo, te sojino, a najmanje palmino ulje.

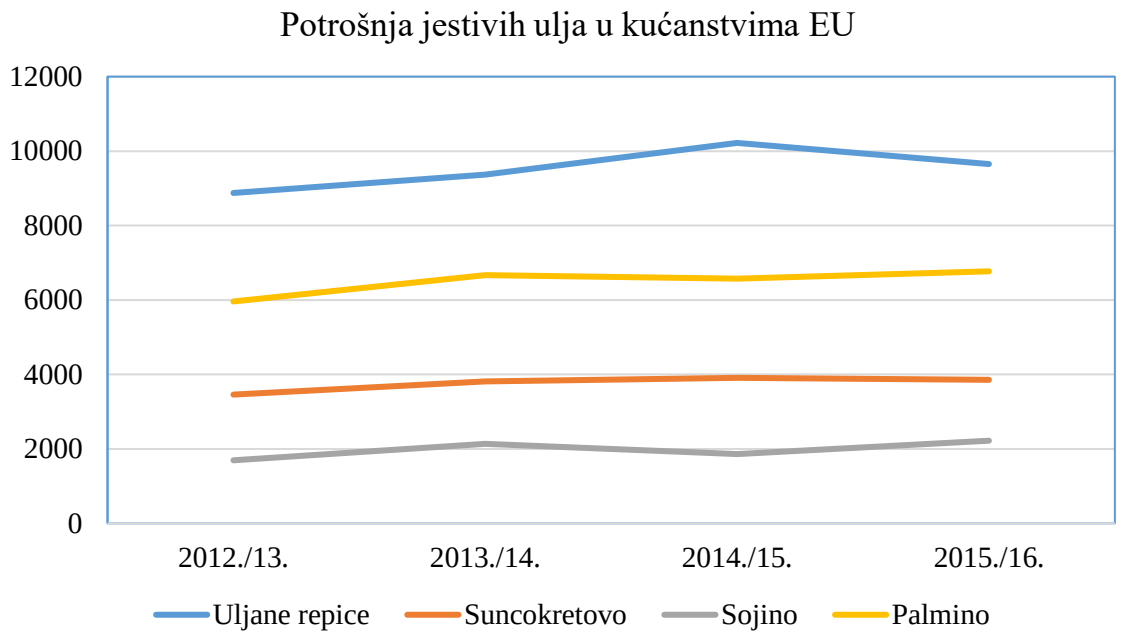


Grafikon 1: Proizvodnja jestivih ulja u Europskoj uniji

Uljana repica potječe iz Europe. Velike površine uzgajaju se u Europskoj uniji, Poljskoj i Češkoj. Europska unija proizvodi 24 milijuna tone uljane repice.

Ulje sadrži vrlo malo zasićenih masnih kiselina, bogato je vitaminom E koji u organizmu djeluje kao antioksidans. Za razliku od maslinovog ulja za koje se smatra da je vrlo kvalitetno i zdravo, ulje uljane repice ima 8 puta više ALA (omega 3 masnih kiselina). Zbog izvrsne stabilnosti na visokim temperaturama, repičino ulje je pogodno za pečenje, prženje čak i u fritezi, kuhanju, a može se dodavati i u hladna jela poput salata (Jošić, 2014.).

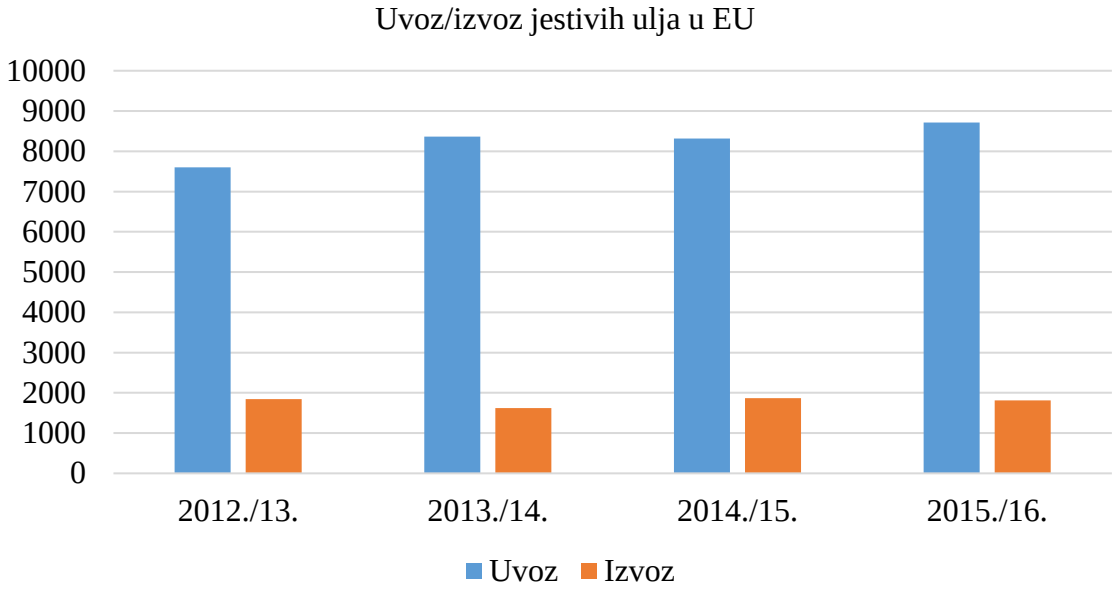
Iz grafikona 2 o potrošnji jestivih ulja u kućanstvima Europske unije vidljivo je kako se potrošači najčešće odlučuju za kupnju repičinog ulja. Količina potrošnje repičinog ulja se i povećava iz godine u godinu kako se kupci educiraju o korisnosti. Upravo zbog povoljnog profila masnih kiselina konzumacija repičinog ulja povezuje se s povoljnim učinkom na zdravlje srca i krvnih žila. Zbog svojih pozitivnih karakteristika postalo je kvalitetna i cijenjena namirnica, a do sada se koristilo samo kao industrijsko mazivo i u ograničenim količinama.



Grafikon 2: Potrošnja jestivih ulja u kućanstvima EU

Palmino ulje je u posljednjih nekoliko godina u porastu. S zbog svog izuzetnog sastava, potrošači se sve više odlučuju za kupnju upravo tog ulja.

Na europskom tržištu bez obzira na velike količine proizvodnje repičinog ulja, i dalje se javlja manjak na tržištu od tri milijuna tona biljnog ulja. Povećana potražnja biodizela je rezultirala povećanje proizvodnje sjemenki uljarica u Europskoj uniji, što samim time znači smanjen izvoz. Ako pogledamo unazad, od 2000. do 2010. godine potrošnja biodizela porasla je za 11 milijuna tona. No unatoč tome, i dalje se javlja manjak ulja, što dovodi do povećanja uvoza biljnog ulja, uključujući i palmino ulje.



Grafikon 3: Uvoz/izvoz jestivih ulja u EU

4.3.Proizvodnja ulja u Republici Hrvatskoj

Na Hrvatskom tržištu je velik broj proizvođača, od kojih neke možemo istaknuti kao vodeće marke kao što su Zvijezda (Zvijezda, Omegol), Dijamant (Dijamant), te IPK tvornica ulja Čepin (Tena, Čepin).

Najzastupljenija vrsta jestivih ulja u Hrvatskoj su :

- Suncokretovo,
- Biljno,
- Maslinovo
- Sojino,
- Bućino i druga…

Slika 2. Suncokretovo ulje
Izvor:http://www.kokosovoulje.com/wp-content/uploads/2014/10/ispiranje-usta-sa-suncokretovim-uljem.jpeg

Suncokret je u Republici Hrvatskoj vrlo značajna uljarica, što ne čudi jer ono ukusno i karakteristično za naše podneblje. Sadrži visok udjel vitamina E, te ima stabilnost pri višim temperaturama kod pripreme. Također, suncokretovo ulje se može pohvaliti s niskim sadržajem zasićenih masnih kiselina, a visokim sadržajem nezasićenih masti.

Uzgaja se na oko 35.000-40.000 ha i svake godine se ostvaruje prosječni prinos zrna od oko 2,5 t/ha. Ako uzmemo podatke iz 2012. godine i usporedimo s prosječnim prinosom u Europskoj unije i svijetu, Hrvatska jako dobro stoji sa proizvodnjom suncokreta.

Tablica 1. Usporedba prosječnih prinosa proizvodnje suncokreta

	Svijet	Europska unija	Republika Hrvatska
Prinosi (t/ha)	1,34	1,36	2,52

Komparativne prednosti u proizvodnji i preradi suncokreta Republika Hrvatska ima, međutim daljnji razvoj proizvodnje suncokretovog ulja treba se poticati kroz daljnju industrijsku proizvodnju u nacionalnim granicama, utječući istovremeno na kvalitetu i kvantitetu kao i na ukupnu konkurentnost proizvodnje (Sudarić, 2014.)

4.4.Sivo tržište maslinovog ulja

Tržište maslinovih ulja je jedno od najviše rastućih tržišta (bez obzira na ekonomsku krizu), a posebno je to vidljivo ako se promatra područje prehrambene industrije. Ekonomski stručnjaci specijalizirani za tržište maslinovim uljem u Europskoj uniji predviđaju da će cijena ulja polako rasti do čak 30 posto, a da će ulja nedostajati za zadovoljenje potražnje sve do 2020. (Ljubenkov).

Tržište ovog ulja u Hrvatskoj karakterizira nedovoljna razvijenost tržišne infrastrukture i neorganiziranost, sa visokim udjelom sivog tržišta.. Osim toga, dio maslinara drži maslinovo ulje kao dio vlastite strateške materijalne pričuve i na tržište plasira kao staro ulje prilikom obnove svojih pričuva. Prema evidenciji Zadružnog saveza Dalmacije, u četiri dalmatinske županije evidentirano je 109 uljara. Evidentirani uljari pretežno se bave tim da proizvođačima odnosno maslinarima prerađuju plodove, naplaćuju preradu i vraćaju im dobiveno maslinovo ulje.

Zbog nepostojanja zadruga i otkupa ulja, te zbog potpuno neuređenog hrvatskog tržišta, dolazi do stvaranja sivog tržišta. Veliki problem u suzbijanju sivog tržišta predstavlja to što nitko u Republici Hrvatskoj ne raspolaže točnim brojkama i podacima o stanju tržišta maslinovog ulja, o količinama proizvedenog maslinovog ulja, te ocjenjivanje ukupne količine proizvedenog ulja prema kvaliteti. Nepostojanje upravo ovih podataka o maslinovom ulju ukazuje na to da je to tržište u kaosu.

Republika Hrvatska godišnje uvozi 1.813 tone ulja, a izvozi tek 159 tona. Godišnja prosječna potrošnja po stanovniku Hrvatske je dvije litre maslinovog ulja. Ukupna potrošnja maslinovog ulja u Hrvatskoj kreće se oko 6.000 tona godišnje, sa velikim regionalnim razlikama u potrošnji između kontinentalnog 34 i mediteranskog dijela Hrvatske (Miličić, 2014.)

5. Rezultati ankete o potrošnji jestivih ulja u Republici Hrvatskoj

5.1.Socio-demografska obilježja ispitanika

Socio-demografska obilježja ispitanika su prikazana u tablici 1. U istraživanju je sudjelovalo veći udio žena nego muškaraca. Najviše ispitanika je životne dobi između 18 i 25 godina. Najčešće su to ispitanici iz četveročlanih obitelji s mjesečnim prihodom od 5.000kn do 7.000kn.

Razlog većeg korištenja ulja u ruralnim nego u urbanim područjima je što se stanovnici okreću svojoj proizvodnji prirodnih masti i ulja iz vlastite proizvodnje, koja je za njih ujedno jeftinija, pristupačnija, pa tako i zdravija.

Tablica 1. Socio-demografska obilježja ispitanika

Obilježja		Postotak (%)
Spol	Muško	17%
	Žensko	83%
Dob	18-25	74%
	26-40	16%
	41-55	10%
Boravak	Grad	69%
	Selo	31%
Članovi obitelji	1-3	30%
	4-6	66%
	7-9	4%
Mjesečna primanja	1.000-3.000	16%
	3.000-5.000	28%
	5.000-7.000	34%
	7.000<	22%

5.2.Potrošnja ulja

Prema rezultatima ankete, čak 92% ispitanika je potvrdilo kako koristi ulje u svakodnevnoj prehrani, dok samo 8% ispitanika ne koristi svakodnevno. Iz tablice 2 možemo vidjeti da 82% ispitanika najčešće koristi suncokretovo ulje, dok su ostala ulja znatno manje zastupljena u njihovoj potrošnji. Razlog tome je što ispitanici Istočne Hrvatske radije posežu za provjerenim uljima, te se još uvijek odupiru konzumaciji nekonvencionalnih ulja.

Tablica 2: Potrošnja pojedinih vrsta jestivih ulja

Vrste ulja	Postotak (%)
Suncokretovo	82%
Maslinovo	12%
Biljno	4%
Kokosovo	1%
Ostalo	1%

Hrvatska je dosta konzervativna zemlja koja se još nije otvorila prema novim i nepoznatim proizvođačima, iako govore da im porijeklo proizvoda nije od velike važnosti. Razlog tome je što su na našem tržištu proizvodni lideri jako konkurentni.

5.3.Preferencije potrošača prema proizvođačima i pakiranju ulja

Više od 53% ispitanika najčešće kupuje kod istog proizvođača i to Zvijezdino suncokretovo ulje. Ulazak novih proizvođača na tržište relativno je ograničen i težak. Poboljšanje ponude suncokretovog ulja tržišnog lidera, a posebice ostalih proizvođača u budućnosti bi se trebalo postići uvođenjem novih i unapređivanjem postojećih proizvoda prateći najsuvremenije svjetske zdravstvene i nutricionističke trendove (Cerjak, 2012.)

Tablica 3: Proizvođači jestivih ulja

Proizvođači	Postotak (%)
Zvijezda	53%
Robne marke (Standard, Rial, Clever..)	23%
Uljara Čepin	18%
Vital	3%
Omegol	3%

Ispitanici preferiraju suncokretovo ulje u pakiranju od 1l, čak 87% njih. Ambalaže od 1 litre su praktičnije iz više razloga. Ispitanici smatraju kako upravo ta količina optimalna za čuvanje nakon otvaranja, jednostavnija za korištenje i distribuciju.

Tablica 4: Pakiranje ulja

Pakiranje (litre)	Postotak (%)
1l	87
2l	10
3l	2
5l	1

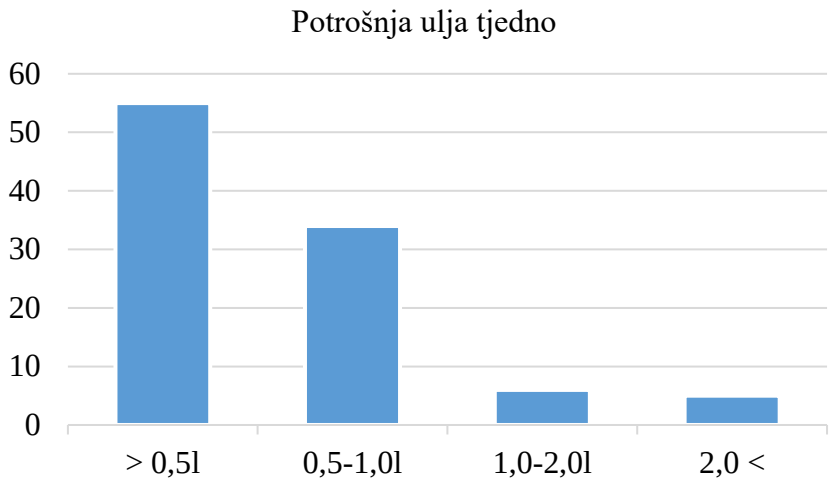
5.4.Značaj karakteristika ulja

Mišljenja ispitanika o pojedinim obilježjima ulja je od velikog značaja. Ispitanicama je važna cijena proizvoda, kvaliteta, okus i rok upotrebe, dok je manje važna ambalaža. Kupcima je prema podacima važan omjer cijene i kvalitete, da je proizvod po pristupačnoj cijeni ali i dobre kvalitete. Iznenađujuće je to što je velikom broju ispitanika od izuzetne važnosti i rok trajanja.

Tablica 5: Značaj pojedinih karakteristika ulja

	Značaj				
Obilježja	Uopće mi nije važno	Nije mi važno	Niti mi je važno, niti nije	Važno mi je	Izuzetno mi je važno
Cijena	1	2	23	46	25
Kvaliteta	0	2	18	43	37
Okus	2	3	19	36	40
Rok upotrebe	3	4	15	20	58
Porijeklo	7	8	32	23	30
Ambalaža	23	19	41	13	4
Udio omega kiselina	11	10	40	24	15

U 55% slučajeva ispitanici tjedno troše između 0,5 i 1,0 litre ulja. A najčešće se odlučuju za ambalažu ulja od 1,0 litre. Ispitanici ulje najčešće koriste za prženje hrane (57%),



Grafikon 4: Potrošnja ulja tjedno

Zbog mogućnosti obavljanja cjelokupne kupnje, ispitanici se u 74% slučajeva odlučuju za kupnju ulja u trgovačkim centrima. Veliki centri pružaju veći izbor asortimana, kao i mogućnost obavljanja cjelokupne kupnje.

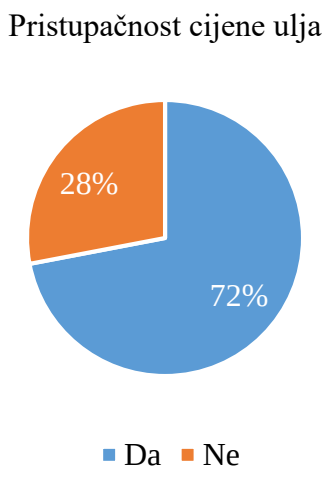
5.5.Cijene ulja

Cijene ulja u ispitivanom razdoblju se kreću u rasponu od 7,99kn do 12,49kn, izuzev ekstra djevičanskog maslinovo ulja koje je 74,99.

Tablica 6: Cijene ulja u ispitivanom razdoblju

PROIZVOĐAČI	CIJENE ULJA (1L/KN)
Zvijezda suncokretovo ulje	10,99
Zvijezda biljno ulje	10,99
Tena	10,99
Robna marka Clever	7,99
Omegol	12,49
Zvijezda ekstra djevičansko maslinovo ulje	74,99

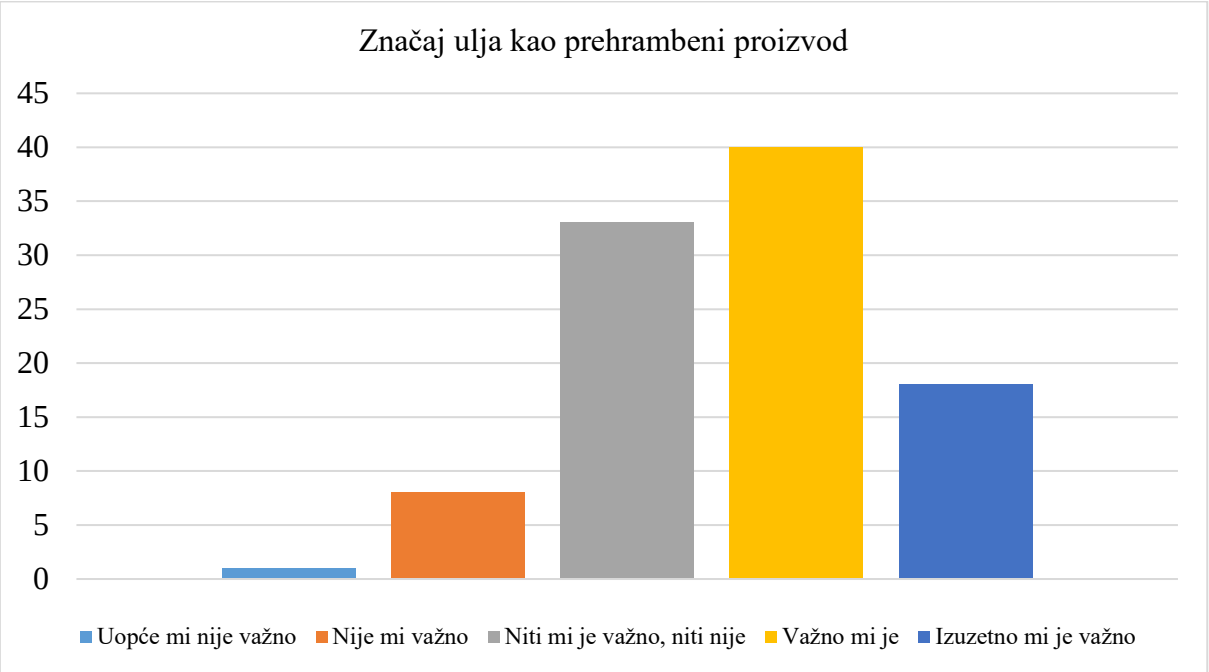
Ispitanici trenutne cijene ulja na tržištu smatraju pristupačnim. Bez obzira na cjenovnu razliku ulja, ispitanici su i dalje spremni dati srednju vrijednost za ulja.



Grafikon 5: Pristupačnost cijene ulja

5.6.Značaj ulja kao prehrambenog proizvoda

Vrlo je bitno naglasiti kako se čak 58% ispitanika izjasnilo kako im je ulje značajno kao prehrambeni proizvod. Bitno je naglasiti kako je ulje važno za ljudski organizam. Ono brzo prodire u stanice, ubrzava probavu, te je snažan izvor energije. Zahvaljujući raznim vitaminima, hranjivim tvarima i antioksidansima, učinkovito štiti od srčanih bolesti (NaturalNews, 2014.)



Grafikon 6: Značaj ulja kao prehrambeni proizvod

6. Zaključak

Jestivo ulje je danas rasprostranjeno svugdje u svijetu. Najrasprostranjenije ulje u svijetu je suncokretovo. Najveći proizvođač suncokreta je Ukrajina, zatim Rusija, pa Argentina, Kina, Francuska i Rumunjska. Čak 85 posto svjetskog ulja dobiva se od suncokreta, palme, soje i uljane repice (Obranović, 2015.). Zbog jeftine proizvodnje i jednostavne prerade, palmino ulje postalo je jako popularno u svijetu.

U Europskoj uniji za razliku od svjetske proizvodnje najviše se proizvodi ulje uljane repice, zatim suncokretovo, te sojino, a najmanje palmino ulje. Europska unija proizvodi 24 milijuna tone uljane repice godišnje. Na europskom tržištu bez obzira na velike količine proizvodnje repičinog ulja, i dalje se javlja manjak na tržištu od tri milijuna tona biljnog ulja, zbog biodizela čija je potrošnja porasla za 11 milijuna tona.

Suncokret je u Republici Hrvatskoj vrlo značajna uljarica. Uzgaja se na oko 35.000-40.000 ha i svake godine se ostvaruje prosječni prinos zrna od oko 2,5 t/ha. Ako uzmemo podatke iz 2012. godine i usporedimo s prosječnim prinosom u Europskoj unije i svijetu, Hrvatska jako dobro stoji sa proizvodnjom suncokreta. Suncokretovo ulje je najzastupljenije na kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske, dok je na Mediteranu maslinovo ulje

U istraživanju o stavovima potrošača Istočne Hrvatske o potrošnji različitih vrsta jestivih ulja sudjelovao je veći udio žena nego muškaraca. Najviše ispitanika je životne dobi između 18 i 25 godina. Najčešće su to ispitanici iz četveročlanih obitelji s mjesečnim prihodom od 5.000kn do 7.000kn. Prema rezultatima ankete, čak 92% ispitanika je potvrdilo kako koristi ulje u svakodnevnoj prehrani, dok samo 8% ispitanika ne koristi svakodnevno.

Suncokretovo ulje dominira u 82% kućanstava. Najčešće se koristi u pripremi prženih jela. Više od 53% ispitanika najčešće kupuje kod istog proizvođača, i to Zvijezdino suncokretovo ulje. Ispitanici su ocijenili da su im cijena, kvaliteta, okus i rok upotrebe važni pri odabiru kupnje ulja. Ambalaža i porijeklo nemaju važnost pri odabiru kupnje ulja.

Zbog mogućnosti obavljanja cjelokupne kupovine i navike, ispitanici se odlučuju za kupnju ulja u malim trgovinama široke potrošnje. Čak 87% ispitanika najčešće kupuje pakiranje od 1 litre, a cijene ulja smatraju pristupačnim. Ulje ima važnost kao prehrambeni proizvod.

Zbog potpuno neuređenog hrvatskog tržišta za maslinovo ulje, javlja se sivo tržište. Problem sivog tržišta je nemogućnost kontrole prodaje ulje po pojedinim konobama bez ikakvih kontrola. Tu se nastoji ukazati na problem lošeg, odnosno nekvalitetnog ulja.

Ispitanici trenutne cijene ulja na tržištu smatraju pristupačnim. Vrlo je bitno naglasiti kako se čak 58% ispitanika izjasnilo kako im je ulje značajno kao prehrambeni proizvod.

7. Popis literature

1. Ulje: Namirnica koja život znači 20.08.2015. Dostupno na: http://www.jatrgovac.com/2015/08/ulje-namirnica-koja-zivot-znaci/ (Pristupljeno:15.09.2016.)

2. Rosillo-Calle i sur., Global overview of Vegetable Oils, with reference to Biodiesel, 2009., Dostupno na: http://www.bioenergytrade.org/downloads/vegetableoilstudyfinaljune18.pdf (Pristupljeno:15.09.2016.)

3. EU, Oilseeds, Oilseed meals & Vegetable Oils supply & demand Market 25.08.2016 Dostupno na: http://ec.europa.eu/agriculture/cereals/balance-sheets/oilseeds/overview_en.pdf (Pristupljeno:17.09.2016.)

4. Mirja Jošić, Repičino ulje čuva srce, 09.06.2014. Dostupno na: http://zdravakrava.24sata.hr/hrana/repicino-ulje-vs-maslinovo-ulje-4698 (Pristupljeno:17.09.2016.)

5. Tomas Mielke, The Global Markeete for Oilseeds and Vgetable Oils, 27.11.2013. Dostupno na: http://www.olenex.com/img/World-Vegetable-Oil-Outlook.pdf (Pristupljeno:20.09.2016.)

6. Fediol, Raw materials, Dostupno na: http://www.fediol.be/web/raw%20materials/1011306087/list1187970076/f1.html (Pristupljeno: 20.09.2016.)

7. Sanja Miličić, Izvozni potencijal maslinovog ulja, 2014., Dostupno na: https://repozitorij.pfos.hr/islandora/object/pfos%3A685/datastream/PDF/view (Pristupljeno: 20.09.2016.)

8. ICCT, Vegetable oil markets and the EU biofuel mandate 02.2013., Dostupno na: http://www.theicct.org/sites/default/files/publications/ICCT_vegoil_and_EU_biofuel_mandate_20130211.pdf (Pristupljeno: 22.09.2016.)

9. Tihana Sudarić, Krunoslav Zmaić, Anto Mijić, Perspektive vanjskotrgovinskog poslovanja sa suncokretovim uljem u Republici Hrvatskoj, 2014. Dostupno na: http://sa.agr.hr/pdf/2014/sa2014_p0214.pdf (Pristupljeno:23.09.2017.

8. Sažetak

Najrasprostranjenije ulje u svijetu je suncokretovo. Također, suncokretovo ulje je najzastupljenije na kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske, dok je na Mediteranu maslinovo ulje. Potrošači Istočne Hrvatske svakodnevno koriste ulje u svojoj ishrani (92%). Suncokretovo ulje dominira u 82% kućanstava. U istraživanju je sudjelovalo veći udio žena nego muškaraca. Najviše ispitanika je životne dobi između 18 i 25 godina. Prema rezultatima ankete, čak 92% ispitanika je potvrdilo kako koristi ulje u svakodnevnoj prehrani, dok samo 8% ispitanika ne koristi svakodnevno. Više od 53% ispitanika najčešće kupuje kod istog proizvođača i to Zvijezdino suncokretovo ulje. Ispitanici preferiraju suncokretovo ulje u pakiranju od 1l, čak 87% njih. Ispitanicama je važna cijena proizvoda, kvaliteta, okus i rok upotrebe, dok je manje važna ambalaža. U 55% slučajeva ispitanici tjedno troše između 0,5 i 1,0 litre ulja. Zbog mogućnosti obavljanja cjelokupne kupnje, ispitanici se u 74% slučajeva odlučuju za kupnju ulja u trgovačkim centrima. Cijene ulja u ispitivanom razdoblju se kreću u rasponu od 7,99 kn do 12,49 kn, izuzev ekstra djevičanskog maslinovog ulja koje je 74,99 kn. Vrlo je bitno naglasiti kako se čak 58% ispitanika izjasnilo kako im je ulje značajno kao prehrambeni proizvod.

Ključne riječi: ulje, potrošači, preferencije, karakteristike ulja, Republika Hrvatska

9. Summary

The most recognized oil in the world is sunflower oil. Also, it is most common in continental part of Croatia, while on Mediterranean it is olive oil. Consumers from eastern Croatia use oil in everday diet (92%). Sunflower oil is used in 82% of households. There were more women then man participating in research. Most respondents were from 18 to 25 years old. Poll results says that 92% have confirmed that they use oil in everday nutrition, while the other 8% stated that they dont use it regularly. More then 53% of respondents most likely buys oil from same producer and that is Zvijezdas sunflower oil. Respondents prefer sunflower oil in 1L packs, 87% of them. Product price, quality, taste and expiration date is important for respondents, while packaging is not that important. In 55% of the cases respondents that oil useage per week is around 0,5L to 1L. Due to the possibility of performing entire purchase, respondents , 71% of them, buy oil in malls. Oil price in examined period varied from 7,99KN to 12,49KN, except extra virgin olive oil which costs 74,99KN. It is very important to say that 58% of respondents that oil is important to them as an food product.

Key words: oil, consumers, preferences, characteristics of oil, Republic of Croatia

10. Prilozi

Anketni upitnik

Spol?

Muško

Žensko

Dob?

18-25

26-40

41-55

Koje je Vaše mjesto stanovanja?

Grad

Selo

Mjesečna primanja? (svih članova)

1.000-3.000

3.000-5.000

5.000-7.000

7.000 i više

Koristite li ulje u svakodnevnoj ishrani?

Da

Ne

Koje ulje najčešće koristite

Suncokretovo ulje

Biljno ulje

Maslinovo ulje

Kokosovo ulje

Ostalo

Koliko često kupujete ulje?

Svaki dan

Jednom tjedno

Nekoliko puta mjesečno

Jednom mjesečno

Koje proizvođače preferirate?

Zvijezda

Omegol

Uljara Čepin

Vital

Robne marke (Standard, Clever, Rial…)

Ocjenite značaj pojedinih karakteristika ulja.

1-uopće mi nije važno,
2- nije mi važno
3- niti mi je važno, niti nije
4- važno mi je
5- izuzetno mi je važno

Cijena? 1 2 3 4 5

Kvaliteta? 1 2 3 4 5

Okus? 1 2 3 4 5

Rok upotrebe? 1 2 3 4 5

Porijeklo? 1 2 3 4 5

Ambalaža? 1 2 3 4 5

Udio omega kiselina? 1 2 3 4 5

U kojoj prigodi najčešće koristite ulje?

Za pripremu salata

Za prženje

Za pripremu kuhanih jela

Za izradu kolača i slastica

Tjedna potrošnja ulja?

Manje od 0,5l

0,5-1,0l

1,0-2,0

Više od 2,0

Koje pakiranje najčešće kupujete?

1l

2l

3l

5l

Mjesto kupnje ulja?

Male trgovine robe široke potrošnje

Trgovački centri

Tržnica

Koji je razlog kupnje upravo na tim mjestima?

Cijena

Navika

Brzina

Veliki izbor

Mogućnost obavljanja cjelokupne kupovine

Smatrate li cijene ulja pristupačnim?

Da

Ne

Značaj ulja kao prehrambenog proizvoda

1 2 3 4 5

11. Popis tablica

Tablica 1. Usporedba prosječnih prinosa proizvodnje suncokreta 9

Tablica 1. Socio-demografska obilježja ispitanika 11

Tablica 2: Potrošnja pojedinih vrsta jestivih ulja 12

Tablica 4: Pakiranje ulja 13

Tablica 5: Značaj pojedinih karakteristika ulja 14

Tablica 6: Cijene ulja u ispitivanom razdoblju 16

12. Popis slika

Slika 1: Svjetska proizvodna biljnog ulja 4

Slika 2. Suncokretovo ulje 8

13. Popis grafikona

Grafikon 1: Proizvodnja jestivih ulja u Europskoj uniji 5

Grafikon 2: Potrošnja jestivih ulja u kućanstvima EU 6

Grafikon 3: Uvoz/izvoz jestivih ulja u EU 7

Grafikon 4: Potrošnja ulja tjedno 15

Grafikon 5: Pristupačnost cijene ulja 16

Grafikon 6: Značaj ulja kao prehrambeni proizvod 17

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku **Diplomski rad**

Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij, smjer Agoekonomika

Stavovi potrošača Istočne Hrvatske o potrošnji različitih vrsta jestivih ulja

Zdenka Džigumović

Sažetak

Najrasprostranjenije ulje u svijetu je Suncokretovo. Također, suncokretovo ulje je najzastupljenije na kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske, dok je na Mediteranu maslinovo ulje. Potrošači Istočne Hrvatske svakodnevno koriste ulje u svojoj ishrani (92%). Suncokretovo ulje dominira u 82% kućanstava. U istraživanju je sudjelovalo veći udio žena nego muškaraca. Najviše ispitanika je životne dobi između 18 i 25 godina. Prema rezultatima ankete, čak 92% ispitanika je potvrdilo kako koristi ulje u svakodnevnoj prehrani, dok samo 8% ispitanika ne koristi svakodnevno. Više od 53% ispitanika najčešće kupuje kod istog proizvođača i to Zvijezdino suncokretovo ulje. Ispitanici preferiraju suncokretovo ulje u pakiranju od 1l, čak 87% njih. Ispitanicama je važna cijena proizvoda, kvaliteta, okus i rok upotrebe, dok je manje važna ambalaža. U 55% slučajeva ispitanici tjedno troše između 0,5 i 1,0 litre ulja. Zbog mogućnosti obavljanja cjelokupne kupnje, ispitanici se u 74% slučajeva odlučuju za kupnju ulja u trgovačkim centrima. Cijene ulja u ispitivanom razdoblju se kreću u rasponu od 7,99kn do 12,49kn, izuzev ekstra djevičanskog maslinovo ulja koje je 74,99. Vrlo je bitno naglasiti kako se čak 58% ispitanika izjasnilo kako im je ulje značajno kao prehrambeni proizvod.

Rad je izrađen pri: Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Mentor: izv. prof. dr. Ružica Lončarić

Broj stranica: 29
Broj grafikona i slika: 8
Broj tablica: 6
Broj literaturnih navoda: 9
Broj priloga: 1
Jezik izvornika: hrvatski

Ključne riječi: ulje, potrošači, preferencije, karakteristike ulja, Republika Hrvatska

Datum obrane:

Stručno povjerenstvo za obranu:

1. **i**zv.prof. dr. Tihana Sudarić, predsjednik
2. izv. prof. dr. Ružica Lončarić, mentor
3. doc. dr. Igor Kralik, član

Rad je pohranjen u: Knjižnica Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku, Sveučilištu u Osijeku, Kralja Petra Svačića 1d.

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek **Graduate thesis**

Faculty of Agriculture

University Graduate Studies, Agroeconomics, course

Consumers' attitudes regarding oil consumption

Zdenka Džigumović

Abstract:
The most recognized oil in the world is sunflower oil. Also, it is most common in continental part of Croatia, while on Mediterranean it is olive oil. Consumers from eastern Croatia use oil in everday diet (92%). Sunflower oil is used in 82% of households. There were more women then man participating in research. Most respondents were from 18 to 25 years old. Poll results says that 92% have confirmed that they use oil in everday nutrition, while the other 8% stated that they dont use it regularly. More then 53% of respondents most likely buys oil from same producer and that is Zvijezdas sunflower oil. Respondents prefer sunflower oil in 1L packs, 87% of them. Product price, quality, taste and expiration date is important for respondents, while packaging is not that important. In 55% of the cases respondents that oil useage per week is around 0,5L to 1L. Due to the possibility of performing entire purchase, respondents , 71% of them, buy oil in malls. Oil price in examined period varied from 7,99KN to 12,49KN, except extra virgin olive oil which costs 74,99KN. It is very important to say that 58% of respondents that oil is important to them as an food product.

Thesis performed at: Faculty of Agriculture in Osijek

Mentor: izv. prof. dr. Ružica Lončarić

Number of pages: 29

Number of figures: 8

Number of tables: 6

Number of references: 9

Number of appendices: 1

Original in: Croatian

Key words: oil, consumers, preferences, characteristics of oil, Republic of Croatia

Thesis defended on date:

Reviewers:

1. izv. prof. dr. Tihana Sudarić, president
2. izv. prof. dr. Ružica Lončarić, mentor
3. doc. dr. Igor Kralik, member

Thesis deposited at: Library, Faculty of Agriculture in Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Kralja Petra Svačića 1d.