

Tržišna analiza poduzetničke ideje za ponudu zdravih krafni u Kutini i okolici

Butković, Lana

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:523629>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

LANA BUTKOVIĆ

ZAVRŠNI RAD

**TRŽIŠNA ANALIZA PODUZETNIČKE IDEJE ZA PONUDU
ZDRAVIH KRAFNI U KUTINI I OKOLICI**

KANDIDATKINJA: Lana Butković

MENTOR: dr. sc. Mihael Plećaš

Zagreb, lipanj 2023.

**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
POSLOVNA EKONOMIJA**

**TRŽIŠNA ANALIZA PODUZETNIČKE IDEJE ZA
PONUDU ZDRAVIH KRAFNI U KUTINI I OKOLICI**

KANDIDATKINJA: Lana Butković

MENTOR: dr. sc. Mihael Plećaš

Zagreb, lipanj 2023.

SADRŽAJ

| | |
|--|-----|
| SADRŽAJ | I |
| SAŽETAK..... | II |
| ABSTRACT | III |
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Problem istraživanja i cilj rada | 1 |
| 1.2. Istraživačka pitanja i hipoteze | 1 |
| 1.3. Model istraživanja | 2 |
| 1.4. Struktura i sadržaj rada..... | 3 |
| 2. PODUZETNIŠTVO..... | 4 |
| 2.1. Pojam poduzetništva..... | 4 |
| 2.2. Pojam poduzetnika i njegove osobine | 4 |
| 3. ZDRAVA BRZA HRANA | 7 |
| 4. ISTRAŽIVAČKO POGLAVLJE | 9 |
| 4.1. Izvori podataka | 9 |
| 4.2. Metode obrade podataka | 13 |
| 4.3. Opis i analiza prikupljenih podataka | 14 |
| 4.4. Testiranje hipoteze | 29 |
| 4.5. Određivanje optimalne tržišne skupine | 31 |
| 5. ZAKLJUČAK..... | 34 |
| LITERATURA..... | 35 |
| Knjige | 35 |
| Znanstveni radovi i časopisi..... | 35 |
| Internetski izvori | 35 |
| POPIS TABLICA..... | 36 |
| POPIS GRAFIKONA | 38 |

SAŽETAK

Pandemija COVID-19 virusa pridonijela je ubrzanijem i jačem razvoju svijeta, stoga je omogućen i stavljen pod obavezno rad od kuće na radnim mjestima gdje je to moguće napraviti. Upravo je zato stanovništvo sve više počelo živjeti sjedilačkim načinom života, što uvelike pridonosi razvitku raznih kardiovaskularnih bolesti. Današnji je trend u 4. industrijskoj revoluciji konzumiranje hrane iz prirodnog uzgoja, bez konzervansa, sa što manje šećera te što manjeg unosa soli kroz dan. Na tržišta rapidno stižu proizvodi za točno takve potrošače. Također, sve više stanovništva prelazi na vegetarijansku i vegansku hranu, pa i onu bez glutena. Upravo zato se provelo istraživanje o tržišnoj ponudi zdravih krafni na području Kutine i okolice. Istraživanjem su se prikupljali podatci vezani za interes za probavanjem zdrave brze hrane.

Ključne riječi: zdrava hrana, krafne, poduzetnička ideja

ABSTRACT

The pandemic of the COVID-19 virus has contributed to the faster and stronger development of the world, therefore working from home has been made possible and mandatory in workplaces where it is possible to do so. This is precisely why the population increasingly began to live a sedentary lifestyle, which greatly contributes to the development of various cardiovascular diseases. Today's trend in the 4th industrial revolution is to consume food from natural cultivation, without preservatives, with as little sugar as possible and as little salt intake as possible throughout the day. Products for precisely such consumers are rapidly arriving on the market. Also, more and more people are switching to vegetarian and vegan food, including gluten-free food. This is precisely why research was conducted on the market offer of healthy donuts in the area of Kutina and its surroundings. The research collected data related to the interest in eating healthy fast food.

Key words: healthy food, donuts, entrepreneurial idea

1. UVOD

Svijet kakvoga danas poznajemo mijenja se i dalje rapidno, kao što se može vidjeti i na umjetnoj inteligenciji koja je počela vladati pojedinim poslovima. Tako su se i kupci mijenjali s vremenom. Današnji kupci su vrlo zahtjevni, njihove potrebe razlikuju se od osobe do osobe, imaju veliku pregovaračku moć, a ukoliko prodavač ne ispuni ono što su oni tražili, jednostavno će otići tu uslugu ili proizvod pronaći kod drugoga ponuđača. S obzirom da svatko od kupaca ima svoje želje i potrebe, takvo je i tržište postalo danas. Ono je prepuno diferenciranih proizvoda, a odgovaraju i najzahtjevnijem kupcu. Pogođeni pandemijom COVID-19 virusa, stanovništvo je bilo primorano raditi od kuće te su tako i počeli živjeti sjedilačkim načinom života. Poznato je kako u svijetu ima više od milijardu pretilih ljudi, a za vrijeme trajanja virusa, još se taj broj povećao te je zbog te situacije, stanovništvo detektiralo problem koji se javlja u zdravstvu i protiv kojega se godinama bori. Naime, potaknuti COVID-19 pandemijom, sve se više stanovnika prebacuje na zdravu prehranu i aktivnosti koje uključuju odlaske u šetnje, bicikliranje, trčanje. Upravo zbog toga, na police trgovačkih lanaca stiže sve više proizvoda prirodnog uzgoja, bez konzervansa, bojila, sladila i soli kao i onih proizvoda koji ne sadrže gluten. Prehrambeni trendovi prevladavaju, a zbog toga su se i najveće tvrtke brze hrane morali prilagoditi tim skupinama ljudi. Također, u svijetu se povećava broj vegetarijanaca i vegana, a McDonald's, Wendy's i Burger King su, potaknuti pokretom da se stanovništvo zdravije hrani, uveli posebnu ponudu vegetarijanskih hamburgera. S obzirom kako u Kutini nema ponude zdrave brze hrane, odlučilo se provesti istraživanje na temu tržišne ponude zdravih krafni u Kutini i okolici.

1.1. Problem istraživanja i cilj rada

Problem ovoga završnoga rada je interes za zdrave krafne u Kutini i okolici, a cilj završnoga rada je objasniti postoji li zanimanje tržišta za zdravim krafnama u Kutini i okolici, a svrha je provjeriti tržišnu opravdanost poduzetničke ideje za ponudu zdravih krafni.

1.2. Istraživačka pitanja i hipoteze

Za potrebe provođenja istraživanja te lakšeg izvođenja zaključka, autorica je osmislila anketna pitanja koja se direktno odnose na znanje općenito o vrstama krafni koje postoje te mišljenju o zdravoj brzjoj hrani u Kutini i okolici:

IP1: Koliko često jedete brzu hranu?

IP2: Razumijem definiciju churrosa: „Španjolsko i meksičko pecivo nalik na krafnu ili valjak, izrađeno od prženog nezaslađenog tijesta i posuto šećerom.“

IP3: U Kutini i okolici nedostaje ponuda zdrave varijante brze hrane.

IP4: Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane.

IP5: Sviđa mi se ideja dobivanja kolačića sreće uz krafne.

IP6: Bitna mi je velika mogućnost odabira okusa krafni.

IP7: Uvelike mi znači tijesto bez glutena pri izradi krafni.

IP8: Zadovoljan/a sam veganskim proizvodima.

IP9: Sviđa mi se mogućnost kupnje rođendanskih kupona s posebnim menijem.

IP10: Ideja o održavanju malih turnira prilikom kojih se osvaja besplatna ponuda krafni mi se doima zanimljivom.

IP11: Koliko ste financijski spremni izdvojiti za ponudu krafne?

IP12: Koliko komada krafni biste voljeli dobiti u jednoj porciji?

Radna hipoteza izvedena iz istraživanja:

H1: Postoji interes za zdravim krafnama.

1.3. Model istraživanja

Kako bi se obradili podatci potrebni za ovo istraživanje, izrađena je anketa putem Google Forms obrasca te su se temeljem nje prikupljali podatci. Dakle, u istraživanju se koristilo isključivo primarnim podacima, a to su podatci za koje se smatra da nitko drugi nema, osim onoga tko je provodio istraživanje. Anketa je bila postavljena ispitanicima svih životnih dobi. U MS Excelu se provelo grupiranje prikupljenih podataka te su se formirali zaokretne tablice pomoću kojih se lakše očitava dobiveni rezultat provedenog istraživanja, a podatci su se prikazali u apsolutnoj i relativnoj vrijednosti. Prije provođenja ankete, oformila se hipoteza koja se nakon grupiranja podataka testira u dva koraka. T-test, Z-test i analiza varijance smatraju se valjanim samo onda kada je distribucija podataka normalna, stoga se analiza u ovom završnome radu provodi pomoću x 2 testa (hi- kvadrat test). Prema Horvat, Mijoč, 2019., 506: „Hi-kvadrat test spada u skupinu neparametrijskih statističkih testova. Neparametrijski statistički testovi koriste se u istraživanjima distribucija čiji podaci nisu normalno distribuirani ili distribucija čiji raspored podataka nije poznat. U neparametrijskim testovima analiziraju se podaci mjereni na nominalnoj i ordinalnoj mjernoj ljestvici, dok se kod parametrijskih testova analiziraju podaci mjereni na ordinalnoj ili omjernoj mjernoj ljestvici. Prednost neparametrijskih testova je nepostojanje pretpostavke o veličini uzorka, dok je nedostatak smanjena statistička snaga.“ Ova metoda izvrsna je za primijeniti kada se analiza provodi nad kvalitativnim i kvantitativnim podacima. Test se temelji na apsolutnim frekvencijama te daje uvid u to koliko opažene frekvencije odstupaju od frekvencija očekivanih u skladu s donesenom hipotezom H1. Apsolutne teoretske frekvencije računaju se formulom $I=p*s/100$, a formulom u MS Excelu za x 2 test pod nazivom CHITEST dobiva se p vrijednost po kojoj se donosi zaključak o tome odstupaju li podatci značajno ili ne.

Provedba Hi-kvadrat testa je uvjet za donošenje odluke o potvrđivanju hipoteze. U slučaju da se opažena razdioba statistički značajno razlikuje od normalne moguće je pristupiti utvrđivanju treba li se alternativni oblik hipoteze smatrati nedvojbeno potvrđenim ili opovrgnutim tako da se promatra vrijednost aritmetičke sredine. U slučaju kada je ta vrijednost manja od neutralne vrijednosti koja iznosi 3, u opaženoj razdiobi prevladavaju odgovori potpuno se ne slažem i većinom se ne slažem. U slučaju kada je vrijednost aritmetičke sredine veća od 3, u opaženoj razdiobi prevladavaju odgovori većinom se slažem i potpuno se slažem.

Na kraju se koristila metoda Težina dokaza pri čemu su se dobivene vrijednosti prikazale u tablicama tako da su sortirane od najvećeg prema najmanjem, a odnose se na nezavisne varijable istraživanja. Navedenom se metodom dobiva krajnji uvid u provedeno istraživanje, pomoću koje se, zatim, donosi zaključak istraživanja, a time se smatra određivanje tržišne skupine.

1.4. Struktura i sadržaj rada

Autorica započinje rad definiranjem pojma poduzetništva potkrijepljen citatima vrsnih ekonomista, a zatim se ukratko opisuje njegov povijesni razvoj. Nadalje, definira se pojam poduzetnika i koje osobine su za njega poželjne i one koje će negativno utjecati na poslovanje. S obzirom da se ovaj završni rad temelji na istraživanju o zdravoj varijanti brze hrane, opisuje se općenito o prehrani te o prehrambenim trendovima koji su danas zastupljeni i mijenjaju svijet. Također, za potrebe izrade završnog rada, sastavljen je anketni upitnik. Nakon što su mu ispitanici pristupili, prikupljeni su podaci koji su se zatim pomoću Microsoft Excel funkcija analizirali. Uz analiziranje podataka, pomoću znanja iz statistike i MS Excel funkcija testirala se hipoteza te provela Težina dokaza zbog koje se mogao donijeti zaključak koji je opisan u zadnjem poglavlju rada. Iza zaključka navedena je literatura kojom se autorica koristila te popis slika, tablica i grafikona.

2. PODUZETNIŠTVO

U ovome će se dijelu završnoga rada razraditi pojam poduzetništva, njegov povijesni razvoj, tko su poduzetnici te kakve vještine i osobine moraju posjedovati da bi bili uspješni.

2.1. Pojam poduzetništva

Biti poduzetan smatralo se na određenu akciju kojom se nešto otkrilo ili napravilo. Zatim se pojavio pojam poduzetništva koji se je tumačio kao jednokratni pothvat u trgovini te se pojam kao takav većinom odnosio na trgovce. Kada su obavili jedan takav pothvat, otkriće nestaje. Prema M. Kolaković (2006.): „Poduzetništvo je kreacija jedne ili mreža organizacija s ciljem stjecanja dobiti i rasta u uvjetima rizika.“ Prema Škrtić (2006.) poduzetništvo je „proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike. Ono uključuje sve djelatnosti poduzetnika usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda te novih potrošača i novih tehnologija. Uz to je vezano za prijelomna vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini.“ Prema R. D. Hisrich, M. P. Peters, D. A. Shepherd (2011.): „Poduzetništvo je proces stvaranja nečeg novog uz uzajamno ulaganje vremena i truda gdje je potrebno predvidjeti moguće rizike, a za uzvrat se dobiva nagrada u obliku novca i osobnog zadovoljstva.“ „Poduzetništvo je akcelerator cjelokupnog gospodarstva jedne države, odnosno ekonomije, ono je ključni element za povećanje konkurentnosti društva kroz generiranje rasta i otvaranje novih radnih mjesta. Njegova važnost i kompleksnost očituje se u mnogobrojnim čimbenicima koji utječu na njega, od ekonomskih, tehnoloških pa sve do socioloških i društvenih, a uključuju zapošljavanje, razvoj, stabilnost društva, stupanj obrazovanja.“ (Kutnjak, 2010). „Poduzetništvo je vezano uz pet osnovnih pojmova: pokretanje novog posla, razumno preuzimanje rizika, inovativnost, želja za stvaranjem i upornost.“ (Ožanić, M. 2014.)

2.2. Pojam poduzetnika i njegove osobine

Prema Drucker, P.: „Poduzetnici nisu ni kapitalisti, premda im je dakako potreban kapital kao i za sve ekonomske djelatnosti. Nisu ni investitori. Oni, naravno, riskiraju, ali to čini svatko tko se upušta u bilo kakvu ekonomsku aktivnost. Poduzetnik nije ni poslodavac, ali može biti, a često to i jest, zaposlen u dotičnom poduzeću – ili je netko tko radi sam i isključivo sam.“ Prema Wickham, 2006.: „Poduzetništvo je specifičan pristup stvaranju bogatstva, a poduzetnik je menadžer koji poduzima specifičnu aktivnost i provodi je na specifičan način, agent ekonomskih promjena po načinu na koji tim promjenama utječe na gospodarski razvoj, osoba s određenim psihološkim osobinama i crtama ličnosti, uključujući znatiželju i strategijski način promišljanja.“ Poduzetnici moraju imati široki spektar znanja, u suprotnom su menadžeri, a to znači kako su stručnjaci, ali samo u tom području u kojem rade.

Poduzetnici prije ulaska u poduzetnički pothvat moraju odlučiti čime će se baviti te mora analizirati može li se on zaista početi baviti time, tj. ima li kompetencija za takav posao. U pripremi poduzetnika za ulazak u poduzetnički pothvat važno je i istražiti konkurenciju, tržište te što se novo na tržištu pojavilo, koje su inovacije, dodane vrijednosti, i sl. Zatim, moraju izraditi operativni, taktički i strategijski plan njegovog djelovanja. Moraju jasno i precizno odrediti misiju svoje tvrtke te viziju. Misija predstavlja sadašnjost, a najčešće se povezuje s pitanjima „Zašto tvrtka postoji? „Zbog koga?“ „Koja je svrha rada tvrtke?“ Vizija se odnosi na buduće vrijeme, stoga odgovara na pitanja „Gdje se vidimo u budućnosti?“ „Poduzetnici postavljaju ciljeve koje žele ispuniti, a oni se definiraju prema akronimu SMART, što znači da „S“ predstavlja specifičnost ciljeva, „M“ predstavlja mjerljivost zadanog cilja, „A“ označava ostvarivost cilja, „R“ predstavlja da je zadani cilj realan, a „T“ označava da je cilj vremenski određen. Pod specifičnosti cilja smatra se kako on treba biti jasno zadan, da ga svi jasno i nedvojbeno razumiju. Mjerljivost cilja predstavlja kvantificiranost cilja, tj. točno odrediti brojkom. Npr. proizvodnja u mjesecu siječnju porast će za 30%. Ako je cilj ostvariv, to je dobro za motivaciju zaposlenika da se potrude dostići ga. Također, u slučaju da je cilj preambiciozno zadan, tada je besmisleno uopće i započeti ostvariti taj cilj s obzirom da se već na početku vidi kako je on nedostižan. Cilj mora biti realan, što znači, kao što je rečeno prije, ne smije biti postavljen tako da ga se ne može ostvariti. Vremenska određenost znači kako taj cilj mora imati jasno postavljene rokove u kojima se on želi postići. Bilo koji cilj kojega poduzetnik želi postaviti, mora biti precizan i jasan svima onima koji ga pokušavaju ostvariti. Kako bi poduzetnik bio uspješan, važna je i njegova karakterna deskripcija. Osobine i mentalitet poduzetnika uvelike imaju značaj na njegov poduzetnički pothvat. Kao jedna od ključnih osobina poduzetnika je hrabrost iz razloga što on mora biti borben i neustrašiv kako bi mogao preuzeti rizik i njime uspješno upravljati. Za poduzetnika je poželjno da bude ambiciozan, međutim, na njegovo upravljanje poduzetničkim pothvatom dobro je samo onda kada je ta ambicija zdrava. Nadalje, još jedna vrlo važna dobra osobina je racionalnost, što znači da poduzetnik dobro promišlja i razumom donosi one važne odluke. Racionalnosti se suprotstavlja impulzivnost. Poduzetnik nikako ne bi smio biti nagao, a najmanje u situacijama kada se od njega očekuje smirenost, staloženost i racionalno razmišljanje kako bi donio odluku za uspješan nastavak njegovog poduzetničkog pothvata. Suprotno staloženosti i smirenosti je paničarenje koje nikako ne pridonosi radu poduzetnika u svom poduzetničkom pothvatu. Kao još jedna od glavnih osobina poduzetnika, ističe se inovativnost. Ona se proteže još od nastanka industrijskih revolucija. Poduzetnik

mora naći načina da stvori nešto novo. Slika broj 1. prikazuje upravo te glavne osobine poduzetnika koje mora posjedovati za što uspješnije vođenje poslovanja.

Slika 1.: Glavne osobine poduzetnika



Izvor: Rajsman, M., Petričević, N. i Marjanović, V. (2013): Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj, Ekonomski vjesnik, 26. (Pristupljeno 26.3.2023.)

Također, poduzetnici u sebi imaju urođene negativne osobine koje ih uvelike „koče“ u putu do uspješnih ljudi. Poduzetnici u sebe moraju ulagati cijeli život, to jest provoditi LLL (Long Life Learning), odnosno cjeloživotno učenje te se tako za poduzetnički pothvat pripremiti kao kvalitetne individue, a zbog kojih njihovo poslovanje neće patiti. Ističu se negativne osobine brzopletost, lijenost i tvrdoglavost. Poduzetnik može biti brzoplet u donošenju odluka, što je usko povezano s impulzivnošću. Tijekom nagle odluke i pokušaja da se problem brzo riješi, poduzetnik ne razmišlja racionalno, nije dovoljno sabrao sve činjenice niti je dobro promislio o tome što odlučuje i o njihovim posljedicama. Lijene osobe teško se pokrenu po pitanju izvršavanja svojih obveza, većinom prokrastiniraju, odnosno odlažu zadatke i obveze za neko drugo vrijeme. Tvrdoglave osobe nikada ne poslušaju što drugi imaju za reći, bilo da je običan prijedlog ili neki koristan savjet za poslovanje. Takvi poduzetnici ne budu opstali na tržištu jer je ključno ne raditi samo po svome onako kako se naučilo. Poduzetnik treba biti fleksibilan, prilagođavati se promjenama, uvažavati tuđe prijedloge i ideje. Tako će se njihov poduzetnički pothvat razvijati u pravom smjeru.

Poduzetnici, naime, ponekad i nisu svjesni u čemu griješe te kako i na koji način to riješiti. U nastavku će se obraditi najčešće greške koje poduzetnici rade. Glavna greška je da ostanu pri svojoj ideji duže nego što bi trebali. Poznato je kako su uspješni poduzetnici marljivi, naporno rade čak iako dođe to situacije da neka ideja ne uspije onako kako su zamislili da bude. Također, ako ta ideja nije uspjela, poduzetnici bi se trebali okrenuti nekoj drugoj, a ne se zadržavati na istoj. Ambiciozni poduzetnici znaju se izgubiti u vremenu i prostoru, pa su pretjerano okupirani svojim poslom, tj. poduzetničkim pothvatom. Međutim, ako se previše

vežu za isti te sve što rade se odnosi na posao, njihove obitelji počinju trpjeti. „Neuspjeh te ne smije pokolebati i obeshrabriti. Kada te netko baci na pod, odmah se uspravi i tjeraj dalje.“ (Ožanić, M. 2014.)

3. ZDRAVA BRZA HRANA

Ispraćena je 3. industrijska revolucija koja je svijetu donijela veliki napredak, a rezultat toga je globalizacija. Svijet je postao jedno veliko globalno selo, što znači kako su svi povezani više nego ikada prije. Također, u ekonomskom smislu znači kako se provodi jedna nova vrsta ekonomije u kojoj se kupce targetira ponudom koja je stvorena baš po njihovim zahtjevima. To omogućuje mnogo različitih proizvoda na tržištu, a nastali zbog toga što svaki kupac ima svoje želje koje se uvelike razlikuju od osobe do osobe. Digitalizacijom je započela 4. industrijska revolucija koja u sebi nosi razvoj i unaprjeđenje umjetne inteligencije u svim životnim sferama. Ključna značajka umjetne inteligencije je da to označava strojno učenje. Tako se od zdravstva, preko poljoprivrede, pa sve do obrazovanja i proizvodnje ugradilo u poslovni proces pregršt robota zbog kojih ljudi nisu bili potrebni za izradu proizvoda, nego za upravljanje strojevima. Mnogo je robota koji asistiraju raznim operacijama, čak i onim kritičnima. U području poljoprivrede, razvili su se roboti koji samostalno odlučuju koju voćku ubrati. Upravo su navedene razvijene „tvorevine“ omogućile rapidno mijenjanje svijeta kroz godine, a korištenje tehnoloških uređaja sve se više povećava. Iz tog razloga, stanovništvo je počelo živjeti sjedilačkim načinom, što se dodatno pogoršalo otkada je nastupila pandemija COVID-19 virusa. Mnogi poslodavci potaknutim svojom Vladom i savjetima Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) krenulo je stopama uvođenja rada od kuće koji je također zahtijevao da zaposlenik živi sjedilačkim načinom. Tako je nastala borba protiv pretilosti i pokušalo se motivirati stanovništvo da se uključuju u razne aktivnosti na otvorenom kako bi se što više ljudi „okrenulo“ ka zdravom načinu života. „Potaknuti novim vjerovanjima u hranu, uravnotežena prehrana natječe se s posebnim dijetama i novim sastojcima, od prastarih žitarica do superhrane, potrošačima obećava novinu i zdravstvene beneficije, a proizvođačima omogućuje eksperimentiranje i inovacije“ (Bagul, Koeren i Rees, 2018:13). „Zemlje OECD-a s najviše pretilih ljudi u svijetu su: Sjedinjene Američke Države s 36,2 % pretilog stanovništva, a slijede ih Turska s 32,1 %, Novi Zeland s 30,8 %, Kanada s 29,4% i Australija s 29 %. Prema tom izvoru podataka, Turska i Mađarska slove kao zemlje s najviše pretilog stanovništva u Europskoj uniji.“ (Prema: <https://www.who.int/data/gho/publications/world-health-statistics>, Pristupljeno 7.5.2023.).

“Neki glavni elementi koji su izabrani i dogovoreni jesu tzv. indikatori blagostanja ili osnovnih potreba stanovnika, a to su: prehrana, zdravlje, stanovanje, uvjeti rada, odmor i rekreacija (slobodno vrijeme), obrazovanje, itd. Svaki se od ovih elemenata koristi određenim brojem varijabli da bi se dobili indeksi kvalitete života” (Svirčić Gotovac, 2006.:12). Sukladno tome te trendovima koji danas vladaju, na police mnogih trgovačkih lanaca dolaze proizvodi iz isključivo prirodnog uzgoja radi smanjenja unošenja raznih otrova kao npr. špriciva za biljke i aditiva. Prema B. Šimundić (1996.): „Istraživanja ukazuju na to da hrana ima daleko veći utjecaj na zdravlje ljudi nego što je to isticano sredinom ovog stoljeća. Pogrešnim izborom hrane i neadekvatnom prehranom nastupaju najčešća i najbrojnija oboljenja ljudi kao što su oboljenja srca i krvožilnog sustava /tromboze, arterioskleroze, srčani infarkt, moždana kap, povišen krvni tlak/, dijabetes i neki oblici rak.“ Danas se sve više ljudi okreće veganstvu i vegetarijanstvu, a trend kao takav najbolje se vidi na većim lancima brze hrane kao što su McDonald's, Burger King i Wendy's, koji su također uveli veganske i vegetarijanske hamburgere. „Pitagora je poučavao da “meso divljih životinja kontaminira i brutalizira dušu”. Takva pitagorejska etika širila se u 4. i 5. stoljeću pr.n.e., a želja joj je bila stvoriti univerzalne zakone prema kojima se ne bi smjela ubijati živa bića niti jesti njihovo meso. Pristaše takva načina prehrane nazivali su se pitagorejci. Pitagorejska je prehrana službeno promijenila naziv u vegetarijansku prehranu 1847. godine. Te je godine u Velikoj Britaniji osnovano Vegetarijansko društvo (Vegetarian Society) koje je i danas aktivno. Ubrzo se pokret vegetarijanske prehrane proširio i na ostale dijelove svijeta, a najintenzivnije se razvijao u SAD-u, gdje je 1850. godine utemeljeno Američko vegetarijansko društvo (American Vegetarian Society) koje djeluje i danas.“ (Krešić:2012:307). „Kod vegetarijanaca je rjeđa pojava povišenog krvnog tlaka, smatra se da je razlog povećana količina kalija, magnezija, višestruko nezasićenih masti i vlakana u prehrani.“ (Bauer:2005:298). Također, mnogo je ljudi koji ne smiju ili ne žele jesti proizvode s glutenom, a spomenuti lanci brze hrane uveli su pregršt proizvoda koje ta skupina ljudi smije jesti kao npr. McDonald's salate, McFlurry i Parfe od jogurta. Da se zdrav način života može voditi i kada je u pitanju brza hrana omogućuje mnogo supstituta. Umjesto pljeskavice koja ide u većinu hamburgera, proizašla je vegetarijanska pljeskavica od gljiva, graha i slanutka. Iako ta pljeskavica nudi znatno manje proteina, također nudi i manje ugljikohidrata čiji unos danas svatko želi smanjiti. Također, kao jedan od trendova za zamjenu pšeničnih hamburger peciva javljaju se neki od supstituta kao što su listovi salate, tortilje, rižin papir i nori (sušena morska trava koja je koristi u japanskoj kuhinji, a najčešće kod zamatanja sushi rolica).

4. ISTRAŽIVAČKO POGLAVLJE

U ovom poglavlju autorica opisuje izvore podataka kojima se služila za izradu završnog rada te koje su se metode obrade podataka koristile i na koji način. Zatim su se opisivali prikupljeni podatci koji su prvo morali biti smješteni u zaokretne (pivot) tablice radi lakšeg očitavanja dobivenih rezultata. U prvom koraku prilikom testiranja hipoteze proveo se hi-kvadrat test koji je prethodio finalnom koraku u testiranju hipoteze, tj. traženju i uspoređivanju neutralne vrijednosti aritmetičke sredine s dobivenom vrijednošću, a kao rezultat može biti da je hipoteza nedvojbeno ili „potvrđena“ ili „opovrgnuta“. S obzirom kako se nakon provedenog testa nije dobila zaključna misao, upotrijebila se metoda Težine dokaza pomoću koje se donio zaključak o provedenom istraživanju na temelju kojega se može zaključiti je li tržišna ideja za ponudu zdravih krafni u Kutini i okolici isplativa i tržišno provediva.

4.1. Izvori podataka

Kako bi se istraživanje uspješno provelo, koristili su se primarni podatci, tj. prikupljali su se putem ankete izrađene u obrascu Google Forms koja je bila dostupna na društvenim mrežama, a sadržavala je 16 pitanja. 115 ispitanika pristupilo je ispunjavanju ankete, a pomoću prvih 4 pitanja, koja su se odnosila pretežito na nezavisne varijable, točnije demografska obilježja, konkretnije se saznala njihova dob, spol, obrazovni i radni status. Ostalim pitanjima se došlo do zaključka o njihovim stavovima vezanim uz zdravu varijantu brze hrane pomoću Likertove ljestvice razine slaganja koje imaju numeričke vrijednosti od 1 – „u potpunosti se ne slažem“ do 5 – „u potpunosti se slažem“ kako bi se lakše interpretiralo anketno pitanje iz istraživanja.

1. Kojega ste spola?

- Žensko
- Muško
- Ne želim se izjasniti

2. U koju dobnu skupinu pripadate?

- Manje od 13 godina
- 14-21 godine
- 22-29 godina
- 30-37 godina
- 38-45 godina
- 46-53 godine
- 54-61 godine

Više od 62 godine

3. Koje je Vaše mjesto prebivališta?

- Kutina i okolica
- Popovača i okolica
- Sisak i okolica
- Novska i okolica
- Garešnica i okolica

4. Koji je Vaš radni status?

- Učenik/ca
- Student/ica
- Zaposlen/a
- Nezaposlen/a
- Umirovljen/a

5. Koliko često jedete brzu hranu?

- Ne jedem brzu hranu
- Jednom mjesečno
- 2-3 puta mjesečno
- 4-5 puta mjesečno
- Više od 5 puta mjesečno

6. Razumijem definiciju churrosa: „Španjolsko i meksičko pecivo nalik na krafnu ili valjak, izrađeno od prženog nezaslađenog tijesta i posuto šećerom.“

1 - Potpuno se ne slažem, 2 - Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 - Većinom se slažem, 5 - Potpuno se slažem

Potpuno se ne slažem

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Potpuno se slažem

7. U Kutini i okolici nedostaje ponuda zdrave varijante brze hrane.

1 - Potpuno se ne slažem, 2 - Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 - Većinom se slažem, 5 - Potpuno se slažem

Potpuno se ne slažem

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Potpuno se slažem

8. Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane.

1 - Potpuno se ne slažem, 2 - Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 - Većinom se slažem, 5 - Potpuno se slažem

Potpuno se ne slažem

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Potpuno se slažem

9. Sviđa mi se ideja dobivanja kolačića sreće uz krafne.

1 - Potpuno se ne slažem, 2 - Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 - Većinom se slažem, 5 - Potpuno se slažem

Potpuno se ne slažem

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Potpuno se slažem

10. Bitna mi je velika mogućnost odabira okusa krafni.

1 – Potpuno se ne slažem, 2 – Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 – Većinom se slažem, 5 – Potpuno se slažem

Potpuno se ne slažem

- 1
- 2
- 3

4

5

Potpuno se slažem

11. Uvelike mi znači tijesto bez glutena pri izradi krafni.

1 - Potpuno se ne slažem, 2 - Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 - Većinom se slažem, 5 - Potpuno se slažem

Potpuno se ne slažem

1

2

3

4

5

Potpuno se slažem

12. Zadovoljan/a sam veganskim proizvodima.

1 – Potpuno se ne slažem, 2 – Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 – Većinom se slažem, 5 – Potpuno se slažem.

Ukoliko niste probali veganske proizvode, odaberite opciju 1 – potpuno se ne slažem.

Potpuno se ne slažem

1

2

3

4

5

Potpuno se slažem

13. Sviđa mi se mogućnost kupnje rođendanskih kupona s posebnim menijem.

1 – Potpuno se ne slažem, 2 – Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 – Većinom se slažem, 5 – Potpuno se slažem

Potpuno se ne slažem

1

2

3

4

5

Potpuno se slažem

14. Ideja o održavanju malih turnira prilikom kojih se osvaja besplatna ponuda krafni mi se doima zanimljivom.

1 - Potpuno se ne slažem, 2 - Većinom se ne slažem, 3 -Ne mogu se odlučiti (djelomično se slažem, a djelomično se ne slažem), 4 - Većinom se slažem, 5 - Potpuno se slažem

Potpuno se ne slažem

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Potpuno se slažem

15. Koliko ste financijski spremni izdvojiti za ponudu krafne?

- Manje od 0,13 € (1,00 kn)
- 0,13 € (1,00 kn) – 0,26 € (2,00 kn)
- 0,39 € (3,00 kn) – 0,53 € (4,00 kn)
- Više od 0,66 € (5,00 kn)

16. Koliko komada krafni biste voljeli dobiti u jednoj porciji?

- 0
- 1
- 2
- Više od 3

4.2. Metode obrade podataka

U obrascu Google Forms prikupili su se podatci za potrebe istraživanja na temu Tržišna analiza poduzetničke ideje za ponudu zdravih krafni. Prikupljeni podatci su se uvezli u MS Excel proračunske tablice putem kojih su formirani u zaokretne (pivot) tablice s apsolutnim i relativnim vrijednostima radi lakšeg razumijevanja istraživanja i provođenja analize (raščlambe).

Konkretniji dio se odnosio na zavisne varijable istraživanja između kojih se nalazi i hipoteza na kojoj se provelo testiranje u 2 koraka. Prilikom testiranja hipoteze koristio se hi-kvadrat test, a zatim se do potpunog zaključka došlo putem usporedbe neutralne vrijednosti aritmetičke sredine i dobivene vrijednosti aritmetičke sredine.

4.3. Opis i analiza prikupljenih podataka

Tablica 1. Razdioba ispitanika prema dobi i spolu

| Koja je Vaša dob? | | | | | | | | |
|---------------------|-----------|----------------|-----------------------|---------------|-----------|----------------|------------|-----------------|
| Godine ispitanika | Muško | | Ne želim se izjasniti | | Žensko | | Ukupno | |
| | Broj | % | Broj | % | Broj | % | | |
| Manje od 13 godina | 4 | 3,48 % | 1 | 0,87 % | 6 | 5,22 % | 11 | 9,57 % |
| 14-21 godine | 33 | 28,70 % | 2 | 1,74 % | 53 | 46,09 % | 88 | 76,52 % |
| 22-29 godina | 4 | 3,48 % | | 0,00 % | 6 | 5,22 % | 10 | 8,70 % |
| 30-37 godina | | 0,00 % | | 0,00 % | 1 | 0,87 % | 1 | 0,87 % |
| 38-45 godina | 1 | 0,87 % | | 0,00 % | 2 | 1,74 % | 3 | 2,61 % |
| 46-53 godine | 2 | 1,74 % | | 0,00 % | | 0,00 % | 2 | 1,74 % |
| Ukupni zbroj | 44 | 38,26 % | 3 | 2,61 % | 68 | 59,13 % | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Prilikom provođenja tržišne analize poduzetničke ideje za ponudu krafni, broj ispitanika je došao do 115. Najzastupljeniji ispitanici muškog spola su dobi u intervalu od 14 do 21 godine, a iznose 28,70 %, dok je najmanje onih kojima je dob u intervalu od 30 do 37 godina, tj. nema ih – 0,00 %. Kod ženskog spola također je vidljivo kako se najčešće pojavljuju ispitanice koje su dobi u intervalu od 14 do 21 godine, točnije 46,09 %, a najmanje, odnosno ne postoje one ispitanice kojima je dob u intervalu od 46 do 53 godine – 0,00 % što pokazuje Tablica 1. Iz Tablice 2. vidljivo je kako je najveći postotak ispitanika iz Kutine i okolice a koji su učenici te postotak iznosi 36,52 %. Također, ne postoje ispitanici koji su učenici s prebivalištem u Garešnici i okolici – 0,00 %. Nadalje, 26,96 % ispitanika ima prebivalište u Kutini i okolici a s radnim statusom Student/ica. Najmanje je ispitanika koji su studenti a imaju prebivalište u Sisku i okolici te u Garešnici i okolici – 0,87 %. Najviše je zaposlenih s prebivalištem u Kutini i okolici, točnije 7,83 %, a najmanje s prebivalištem u Sisku i okolici te u Novskoj i okolici – 0,87 %. S prebivalištem u Kutini i okolici najviše je onih koji su nezaposleni – 6,09 %, a najmanje onih koji su iz Novske i okolice, Popovače i okolice te Siska i okolice, tj. takvih ispitanika nema.

Tablica 2. Razdioba ispitanika po prebivalištu i radnom statusu

| Koje je Vaše mjesto prebivalište? | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-----------|----------------|-------------|----------------|------------|----------------|--------------|---------------|------------|-----------------|
| Prebivalište ispitanika | Učenik/ca | | Student/ica | | Zaposlen/a | | Nezaposlen/a | | Ukupno | |
| | Broj | % | Broj | % | Broj | % | Broj | % | | |
| Garešnica i okolica | | 0,00 % | 1 | 0,87 % | 2 | 1,74 % | 1 | 0,87 % | 4 | 3,48 % |
| Kutina i okolica | 42 | 36,52 % | 31 | 26,96 % | 9 | 7,83 % | 7 | 6,09 % | 89 | 77,39 % |
| Novska i okolica | 4 | 3,48 % | 3 | 2,61 % | 1 | 0,87 % | | 0,00 % | 8 | 6,96 % |
| Popovača i okolica | 3 | 2,61 % | 5 | 4,35 % | 1 | 0,87 % | | 0,00 % | 9 | 7,83 % |
| Sisak i okolica | 1 | 0,87 % | 1 | 0,87 % | 3 | 2,61 % | | 0,00 % | 5 | 4,35 % |
| Ukupni zbroj | 50 | 43,48 % | 41 | 35,65 % | 16 | 13,91 % | 8 | 6,96 % | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Tablica 3. Razdioba ispitanika prema učestalosti konzumacije brze hrane

| Koliko često jedete brzu hranu? | | |
|--|-------------|-----------------|
| Učestalost konzumacije/spol | Broj | % |
| Ne jedem brzu hranu | 5 | 4,35 % |
| Muško | 2 | 1,74 % |
| Ne želim se izjasniti | 1 | 0,87 % |
| Žensko | 2 | 1,74 % |
| Jednom mjesečno | 28 | 24,35 % |
| Muško | 13 | 11,30 % |
| Žensko | 15 | 13,04 % |
| 2-3 puta mjesečno | 51 | 44,35 % |
| Muško | 18 | 15,65 % |
| Ne želim se izjasniti | 2 | 1,74 % |
| Žensko | 31 | 26,96 % |
| 4-5 puta mjesečno | 13 | 11,30 % |
| Muško | 5 | 4,35 % |
| Žensko | 8 | 6,96 % |
| Više od 5 puta mjesečno | 18 | 15,65 % |
| Muško | 6 | 5,22 % |
| Žensko | 12 | 10,43 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Nakon prikupljenih podataka te njihove analize, moguće je iz tablice zaključiti kako 44,35 %, ujedno i najviše ispitanika konzumira brzu hranu 2-3 puta mjesečno, od toga više od polovice su ispitanici ženskog spola, tj. 26,96 %. Najmanji broj ispitanika je odabralo da brzu hranu ne konzumira, njih 5, a u postotku 4,35 % te od toga najmanje je onih ispitanika koji se spolom ne žele izjasniti – 0,87 %.

Tablica 4. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:

Razumijem definiciju churrosa: „Španjolsko i meksičko pecivo nalik na krafnu ili valjak, izrađeno od prženog nezaslađenog tijesta i posuto šećerom.“

| „Španjolsko i meksičko pecivo nalik na krafnu ili valjak, izrađeno od prženog nezaslađenog tijesta i posuto šećerom.“ | | |
|--|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/dob | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 4 | 0,92 % |
| 14-21 godine | 3 | 0,69 % |
| 22-29 godina | 1 | 0,23 % |
| Djelomično se ne slažem | 10 | 4,59 % |
| Manje od 13 godina | 1 | 0,46 % |
| 14-21 godine | 7 | 3,21 % |
| 22-29 godina | 1 | 0,46 % |
| 30-37 godina | 1 | 0,46 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 33 | 22,71 % |
| Manje od 13 godina | 1 | 0,69 % |
| 14-21 godine | 29 | 19,95 % |
| 22-29 godina | 1 | 0,69 % |
| 38-45 godina | 1 | 0,69 % |
| 46-53 godine | 1 | 0,69 % |
| Djelomično se slažem | 27 | 24,77 % |
| Manje od 13 godina | 7 | 6,42 % |
| 14-21 godine | 17 | 15,60 % |
| 22-29 godina | 2 | 1,83 % |
| 38-45 godina | 1 | 0,92 % |
| Potpuno se slažem | 41 | 47,02 % |
| Manje od 13 godina | 2 | 2,29 % |
| 14-21 godine | 32 | 36,70 % |
| 22-29 godina | 5 | 5,73 % |
| 38-45 godina | 1 | 1,15 % |
| 46-53 godine | 1 | 1,15 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Iz priložene Tablice 4. očitavamo kako je 47,02 % ispitanika u potpunosti razumjelo definiciju churrosa, od toga 36,70 % u dobi između 14 i 21 godine, a najmanje u intervalu od 38 do 45 te 46 do 53 godine – 1,15 %. Najmanji broj ispitanika odabralo je kako uopće ne razumije navedenu definiciju – 0,92 %, od toga 0,69 % ispitanika u dobi između 14 i 21 godine te 0,23 % ispitanika u dobi intervala 22-29 godine.

Tablica 5. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:
U Kutini i okolici nedostaje ponuda zdrave varijante brze hrane.

| U Kutini i okolici nedostaje ponuda zdrave varijante brze hrane. | | |
|---|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/radni status | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 1 | 0,20 % |
| Učenik/ca | 1 | 0,20 % |
| Djelomično se ne slažem | 3 | 1,23 % |
| Učenik/ca | 2 | 0,82 % |
| Student/ica | 1 | 0,41 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 21 | 12,91 % |
| Učenik/ca | 12 | 7,38 % |
| Student/ica | 8 | 4,92 % |
| Zaposlen/a | 1 | 0,61 % |
| Djelomično se slažem | 32 | 26,23 % |
| Učenik/ca | 21 | 17,21 % |
| Student/ica | 5 | 4,10 % |
| Zaposlen/a | 4 | 3,28 % |
| Nezaposlen/a | 2 | 1,64 % |
| Potpuno se slažem | 58 | 59,43 % |
| Učenik/ca | 14 | 14,34 % |
| Student/ica | 27 | 27,66 % |
| Zaposlen/a | 11 | 11,27 % |
| Nezaposlen/a | 6 | 6,15 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

U tablici je prikazana razdioba ispitanika prema razini slaganja na konstataciju kako u Kutini i okolici nedostaje ponuda zdrave hrane. Može se očitati kako se 59,43 % ispitanika u potpunosti slaže s time. Od toga je najviše ispitanika koji su studenti, točnije 27,66 %, a najmanje nezaposlenih – 6,15 %. Najmanje je ispitanika koji su odabrali vrijednost *Potpuno se ne slažem*, njih 0,20 %. Od ispitanika koji se niti slažu niti ne slažu, najviše je učenika/ca – 7,38 %, a najmanje ispitanika koji su zaposleni, 0,61 %.

Tablica 6. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:
Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane.

| Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane. | | |
|---|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/dob | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 2 | 0,41 % |
| 14-21 godine | 2 | 0,41 % |
| Djelomično se ne slažem | 6 | 2,46 % |
| Manje od 13 godina | 1 | 0,41 % |
| 14-21 godine | 5 | 2,05 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 14 | 8,61 % |
| 14-21 godine | 12 | 7,38 % |
| 22-29 godina | 2 | 1,23 % |
| Djelomično se slažem | 33 | 27,05 % |
| Manje od 13 godina | 3 | 2,46 % |
| 14-21 godine | 28 | 22,95 % |
| 22-29 godina | 2 | 1,64 % |
| Potpuno se slažem | 60 | 61,48 % |
| Manje od 13 godina | 7 | 7,17 % |
| 14-21 godine | 41 | 42,01 % |
| 22-29 godina | 6 | 6,15 % |
| 30-37 godina | 1 | 1,02 % |
| 38-45 godina | 3 | 3,07 % |
| 46-53 godine | 2 | 2,05 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Iz Tablice 6. zaključuje se kako 61,48 % ispitanika želi probati zdravu varijantu brze hrane, a od toga je najviše ispitanika dobi u intervalu od 14 do 21 godine – 42,01 % te najmanje onih u dobi između 30 i 37 godina, 1,02 %. Najmanje ispitanika odabralo je kako se u potpunosti ne slaže s time dobnog intervala 14-21 godine, a postotak iznosi 0,41 %. Tablica 7. prikazuje su vrijednosti pokazatelja deskriptivne statistike na temelju razdiobe odgovora ispitanika na pitanje o zainteresiranosti isprobavanja zdrave varijante brze hrane. Broj opažanja je 115, tj. broj ispitanika koji je odgovorio na anketu je 115. *Mod* ili dominantna vrijednost iznosi 5, a označava vrijednost *Potpuno se slažem* koju je odabralo 60 ispitanika. *Minimum* iznosi 1, a *Maksimum* 5 te je indikator kako su ispitanici odabirali taj odgovor. *Donji kvartil* iznosi 4 te tako označava kako je 25 % ispitanika odgovorilo s vrijednostima manje od 4 te 75 % ispitanika više od 4, a one uključuju *Potpuno se ne slažem*, *Djelomično se ne slažem* i *Niti se slažem niti se ne slažem*.

Tablica 7. Vrijednosti pokazatelja deskriptivne statistike za razdiobu odgovora ispitanika o zainteresiranosti u probavanje zdrave varijante brze hrane

| Pokazatelj deskriptivne statistike | Vrijednost |
|---|--------------|
| Broj opažanja | 115 |
| Mod (dominantna vrijednost) | 5 |
| Broj ponavljanja dominantne vrijednosti | 60 |
| Minimum | 1 |
| Donji kvartil | 4 |
| Medijan | 5 |
| Gornji kvartil | 5 |
| Maksimum | 5 |
| Raspon varijacije | 4 |
| Interkvartil | 1 |
| Koeficijent kvartilne devijacije | 0,111111111 |
| Aritmetička sredina | 4,243478261 |
| Varijanca | 0,949413989 |
| Standardna devijacija | 0,978643031 |
| Koeficijent varijacije | 23,0623% |
| Koeficijent asimetrije | -1,308766148 |
| Koeficijent zaobljenosti | 1,219367862 |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Medijan iznosi 5, što znači kako je 50 % ispitanika odgovorilo vrijednosti veće od 5 i 50 % manje od 5, a one su *Potpuno se ne slažem*, *Djelomično se ne slažem*, *Niti se slažem niti se ne slažem* i *Djelomično se slažem*. *Gornji kvartil* iznosi 5 te upućuje na to da je 75 % ispitanika odgovorilo vrijednošću manjom od 5 što uključuje *Potpuno se ne slažem*, *Djelomično se ne slažem*, *Niti se slažem niti se ne slažem* i *Djelomično se slažem*, a 25 % ispitanika većom od 5. *Raspon varijacije* iznosi 4, što označava kako vrijednosti između najveće i najmanje variraju za 4, a one su *Potpuno se ne slažem*, *Djelomično se ne slažem*, *Niti se slažem niti se ne slažem* i *Djelomično se slažem*. *Interkvartil* označava za koliko 50 % središnjih vrijednosti variraju, a iznosi 1, tj. vrijednost *Djelomično se slažem*. *Koeficijent kvartilne devijacije* relativna je mjera disperzije 50 % središnjih podataka, a iznosi 0,11 što se tumači kao relativno slaba disperzija. *Aritmetička sredina* iznosi 4,24 te označava kako je prosječan odgovor ispitanika bio *Djelomično se slažem*. *Standardna devijacija* iznosi 0,97 što znači da podaci odstupaju za nešto manje od 1 vrijednosti. *Koeficijent varijacije* označava relativnu mjeru koja pokazuje postotni udio standardne devijacije u aritmetičkoj sredini, a iznosi 23,06 % što znači kako je varijabilitet podataka relativno slab. *Koeficijent asimetrije* iznosi -1,31 i predstavlja vrlo jaku negativnu asimetriju. *Koeficijent zaobljenosti* pokazatelj je zaobljenosti vrha krivulje distribucije, a iznosi 1,21 što označava šiljastu distribuciju podataka.

Tablica 8. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:
Sviđa mi se ideja dobivanja kolačića sreće uz krafne.

| Sviđa mi se ideja dobivanja kolačića sreće uz krafne. | | |
|--|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/radni status | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 2 | 0,40 % |
| Učenik/ca | 2 | 0,40 % |
| Djelomično se ne slažem | 6 | 2,40 % |
| Učenik/ca | 3 | 1,20 % |
| Student/ica | 3 | 1,20 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 11 | 6,61 % |
| Učenik/ca | 5 | 3,01 % |
| Student/ica | 3 | 1,80 % |
| Zaposlen/a | 2 | 1,20 % |
| Nezaposlen/a | 1 | 0,60 % |
| Djelomično se slažem | 28 | 22,44 % |
| Učenik/ca | 12 | 9,62 % |
| Student/ica | 12 | 9,62 % |
| Zaposlen/a | 2 | 1,60 % |
| Nezaposlen/a | 2 | 1,60 % |
| Potpuno se slažem | 68 | 68,14 % |
| Učenik/ca | 28 | 28,06 % |
| Student/ica | 23 | 23,05 % |
| Zaposlen/a | 12 | 12,02 % |
| Nezaposlen/a | 5 | 5,01 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

U Tablici 7. nalaze se podatci o razdiobi ispitanika prema razini slaganja i radnom statusu te je uočljivo kako se 68,14 % ispitanika u potpunosti sviđa ideja o dobivanju kolačića sreće uz krafne, a od toga najviši postotak čine učenici – 28,06 %. Najmanji postotak u vrijednosti *Potpuno se slažem* zauzimaju nezaposlene osobe, točnije 5,01 %. Vrijednost *Potpuno se ne slažem* odabralo je 0,40 % ispitanika i prevladavaju učenici. Treća po redu najodabranija vrijednost je *Niti se slažem niti se ne slažem* gdje je 6,61 % ispitanika upravo to odabrao, a od tog postotka najviše zauzimaju učenici – 3.01 %, a najmanje nezaposlene osobe 0,60 %.

Tablica 9. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:
Bitna mi je velika mogućnost odabira okusa krafni.

| Bitna mi je velika mogućnost odabira okusa krafni. | | |
|---|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/spol | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 4 | 0,88 % |
| Žensko | 4 | 0,88 % |
| Djelomično se ne slažem | 13 | 5,71 % |
| Muško | 6 | 2,64 % |
| Žensko | 7 | 3,08 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 20 | 13,19 % |
| Muško | 12 | 7,91 % |
| Žensko | 8 | 5,27 % |
| Djelomično se slažem | 25 | 21,98 % |
| Muško | 10 | 8,79 % |
| Žensko | 15 | 13,19 % |
| Potpuno se slažem | 53 | 58,24 % |
| Muško | 16 | 17,58 % |
| Ne želim se izjasniti | 3 | 3,30 % |
| Žensko | 34 | 37,36 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

U prikazanoj Tablici 8. nalaze se podatci o razdiobi ispitanika prema razini slaganja na pitanje *Bitna mi je velika mogućnost odabira okusa krafni*. Najveći postotak ispitanika odabrao je vrijednost *Potpuno se slažem*, točnije 58,24 %, a od toga je najveći postotak ispitanika ženskoga spola 37,36 %, a najmanji onih koji se ne žele izjasniti – 3,30 %. Vrijednost *Niti se slažem niti se ne slažem* odabralo je 13,19 % ispitanika, a od tog postotka najviše je onih muškoga spola – 7,91 %, a najmanje ženskoga spola – 5,27 %. Najmanji postotak ispitanika

odabralo je vrijednost *Potpuno se ne slažem*, točnije 0,88 % i to su odabrali ispitanici ženskoga spola.

Tablica 10. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:
Uvelike mi znači tijesto bez glutena pri izradi krafni.

| Uvelike mi znači tijesto bez glutena pri izradi krafni. | | |
|--|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/dob | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 22 | 19,13 % |
| Manje od 13 godina | 4 | 3,48 % |
| 14-21 godine | 18 | 15,65 % |
| Djelomično se ne slažem | 16 | 13,91 % |
| 14-21 godine | 15 | 13,04 % |
| 22-29 godina | 1 | 0,87 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 41 | 35,65 % |
| Manje od 13 godina | 4 | 3,48 % |
| 14-21 godine | 33 | 28,70 % |
| 22-29 godina | 4 | 3,48 % |
| Djelomično se slažem | 12 | 10,43 % |
| Manje od 13 godina | 1 | 0,87 % |
| 14-21 godine | 10 | 8,70 % |
| 22-29 godina | 1 | 0,87 % |
| Potpuno se slažem | 24 | 20,87 % |
| Manje od 13 godina | 2 | 1,74 % |
| 14-21 godine | 12 | 10,43 % |
| 22-29 godina | 4 | 3,48 % |
| 30-37 godina | 1 | 0,87 % |
| 38-45 godina | 3 | 2,61 % |
| 46-53 godine | 2 | 1,74 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Iz priložene tablice može se uočiti kako je najveći postotak ispitanika odabralo vrijednost *Niti se slažem niti se ne slažem* – 35,65 %, od toga najviše ispitanika u dobnom intervalu 14-21 godine, a najmanje ih je 22-29 godina i manje od 13 godina – 3,48 %. *Potpuno se ne slažem* odabralo je 19,13 %, od čega je najviše ispitanika u dobi od 14 do 21 godine – 15,65 %, a najmanje manje od 13 godina – 3,48 %. Također je vidljivo kako je vrijednost *Potpuno se*

slažem odabralo 20,87 % ispitanika; od toga je najviše, tj. 10,43 % u dobi od 14 do 21 godine, a najmanje, točnije 0,87 % u dobi od 30 do 37 godina.

Tablica 11. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:
Zadovoljan/a sam veganskim proizvodima.

| Zadovoljan/a sam veganskim proizvodima. | | |
|--|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/radni status | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 21 | 6,50 % |
| Učenik/ca | 11 | 3,41 % |
| Student/ica | 4 | 1,24 % |
| Zaposlen/a | 4 | 1,24 % |
| Nezaposlen/a | 2 | 0,62 % |
| Djelomično se ne slažem | 16 | 9,91 % |
| Učenik/ca | 7 | 4,33 % |
| Student/ica | 8 | 4,95 % |
| Nezaposlen/a | 1 | 0,62 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 54 | 50,15 % |
| Učenik/ca | 19 | 17,65 % |
| Student/ica | 24 | 22,29 % |
| Zaposlen/a | 8 | 7,43 % |
| Nezaposlen/a | 3 | 2,79 % |
| Djelomično se slažem | 12 | 14,86 % |
| Učenik/ca | 9 | 11,15 % |
| Student/ica | 2 | 2,48 % |
| Nezaposlen/a | 1 | 1,24 % |
| Potpuno se slažem | 12 | 18,58 % |
| Učenik/ca | 4 | 6,19 % |
| Student/ica | 3 | 4,64 % |
| Zaposlen/a | 4 | 6,19 % |
| Nezaposlen/a | 1 | 1,55 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Tablica 11. pokazuje razdiobu ispitanika prema razini slaganja na pitanje *Zadovoljan/na sam veganskim proizvodima*. Iz tablice se iščitava kako je najveći postotak ispitanika odabralo vrijednost *Niti se slažem niti se ne slažem* – 50,15 %, a od toga je najviše studenata/ica, točnije 22,29 % te najmanje nezaposlenih – 2,79 %. Druga najčešće birana vrijednost je *Potpuno se slažem* koju je odabralo 18,58 %, a najviše je učenika i zaposlenih koji dijele postotak od 6,19 % te najmanje nezaposlenih – 1,55%. Ispitanici su najmanje birali vrijednost

Potpuno se ne slažem, točnije 6,50 %, od toga najviše učenika čiji postotak iznosi 3,41 %, a najmanje nezaposlenih u postotku od 0,62 %.

Tablica 12. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:

Sviđa mi se mogućnost kupnje rođendanskih kupona s posebnim menijem.

| Sviđa mi se mogućnost kupnje rođendanskih kupona s posebnim menijem. | | |
|---|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/spol | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 1 | 0,21 % |
| Žensko | 1 | 0,21 % |
| Djelomično se ne slažem | 1 | 0,41 % |
| Žensko | 1 | 0,41 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 26 | 16,18 % |
| Muško | 13 | 8,09 % |
| Žensko | 13 | 8,09 % |
| Djelomično se slažem | 34 | 28,22 % |
| Muško | 15 | 12,45 % |
| Ne želim se izjasniti | 1 | 0,83 % |
| Žensko | 18 | 14,94 % |
| Potpuno se slažem | 53 | 54,98 % |
| Muško | 16 | 16,60 % |
| Ne želim se izjasniti | 2 | 2,07 % |
| Žensko | 35 | 36,31 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Iz Tablice 12. vidljivo je kako su ispitanici na pitanje *Sviđa mi se mogućnost kupnje rođendanskih kupona s posebnim menijem*. birali najviše vrijednost *Potpuno se slažem*, točnije 54,98 %, od toga je najviše ispitanika ženskog spola – 36,31 %, a najmanje onih koji se ne žele izjasniti, tj. 2,07 %. Ispitanici su najmanje birali vrijednost *Potpuno se ne slažem* – 0,21 %, od toga isti postotak zauzimaju žene. *Niti se slažem, niti se ne slažem* odabralo je 16,18 % ispitanika, od čega je podjednako ispitanika muškog i ženskog spola, tj. 8,09 %.

Tablica 13. Razdioba ispitanika prema razini slaganja:

Ideja o održavanju malih turnira prilikom kojih se osvaja besplatna ponuda krafni mi se doima zanimljivom.

| Ideja o održavanju malih turnira prilikom kojih se osvaja besplatna ponuda krafni mi se doima zanimljivom. | | |
|---|-------------|-----------------|
| Razina slaganja/prebivalište | Broj | % |
| Potpuno se ne slažem | 3 | 0,62 % |
| Kutina i okolica | 3 | 0,62 % |
| Djelomično se ne slažem | 7 | 2,87 % |
| Kutina i okolica | 5 | 2,05 % |
| Sisak i okolica | 2 | 0,82 % |
| Niti se slažem niti se ne slažem | 12 | 7,39 % |
| Kutina i okolica | 10 | 6,16 % |
| Novska i okolica | 2 | 1,23 % |
| Djelomično se slažem | 31 | 25,46 % |
| Kutina i okolica | 25 | 20,53 % |
| Popovača i okolica | 3 | 2,46 % |
| Sisak i okolica | 1 | 0,82 % |
| Novska i okolica | 2 | 1,64 % |
| Potpuno se slažem | 62 | 63,66 % |
| Kutina i okolica | 46 | 47,23 % |
| Popovača i okolica | 6 | 6,16 % |
| Sisak i okolica | 2 | 2,05 % |
| Novska i okolica | 4 | 4,11 % |
| Garešnica i okolica | 4 | 4,11 % |
| Ukupni zbroj | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Tablica 13. prikazuje razdiobu ispitanika prema razini slaganja na pitanje *Ideja o održavanju malih turnira prilikom kojih se osvaja besplatna ponuda krafni mi se doima zanimljivom* iz koje je vidljivo kako se najveći postotak ispitanika odlučilo odabrati vrijednost *Potpuno se slažem* – 63,66 %, od toga je najviše ispitanika s područja Kutine i okolice – 47,23 %, a najmanje s područja Siska i okolice – 2,05 %: Najmanje ispitanika odabralo je vrijednost *Potpuno se ne slažem*, točnije 0,62 % te su svi s područja Kutine i okolice. Vrijednost *Niti se slažem niti se ne slažem* treća je najčešće odabirana opcija koju je odabralo 7,39 % te od toga najviše ispitanika s područja Kutine i okolice – 6,16 %, a najmanje s područja Novske i okolice – 1,23 %. Tablica 14. predstavlja razdiobu ispitanika prema spremnosti financijskog izdvajanja za ponudu krafni te je vidljivo kako je najveći postotak ispitanika izabralo odgovor *3,00 kn – 4,00 kn*, tj. 51,30 %, a od toga su najviše učenici koji zauzimaju postotak od 20,87 %, a najmanje su nezaposleni koji zauzimaju 3,48 %.

Tablica 14. Razdioba ispitanika prema spremnosti financijskog izdvajanja za ponudu krafni

| Koliko ste financijski spremni izdvojiti za ponudu krafne? | | | | | | | | | | |
|--|-----------|----------------|-------------|----------------|------------|----------------|--------------|---------------|------------|-----------------|
| Iznos u kn | Učenik/ca | | Student/ica | | Zaposlen/a | | Nezaposlen/a | | Ukupno | |
| | Broj | % | Broj | % | Broj | % | Broj | % | | |
| 1,00 kn - 2,00 kn | 7 | 6,09 % | 3 | 2,61 % | 1 | 0,87 % | 2 | 1,74 % | 13 | 11,30 % |
| 3,00 kn - 4,00 kn | 24 | 20,87 % | 23 | 20,00 % | 8 | 6,96 % | 4 | 3,48 % | 59 | 51,30 % |
| Manje od 1,00 kn | 4 | 3,48 % | | 0,00 % | | 0,00 % | | 0,00 % | 4 | 3,48 % |
| Više od 5,00 kn | 15 | 13,04 % | 15 | 13,04 % | 7 | 6,09 % | 2 | 1,74 % | 39 | 33,91 % |
| Ukupni zbroj | 50 | 43,48 % | 41 | 35,65 % | 16 | 13,91 % | 8 | 6,96 % | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Tablica 15. Razdioba ispitanika prema želji broja komada krafni u jednoj porciji i dobi

| Koliko komada krafni biste voljeli dobiti u jednoj porciji? | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------|-----------------|
| | Manje od 13 godina | | 14-21 godine | | 22-29 godina | | 30-37 godina | | 38-45 godina | | 46-53 godine | | Ukupno | |
| Kom. krafni | Broj | % | Broj | % | Broj | % | Broj | % | Broj | % | Broj | % | Broj | % |
| 1 | | 0,00 % | 14 | 12,17 % | 2 | 1,74 % | 1 | 0,87 % | 1 | 0,87 % | | 0,00 % | 18 | 15,65 % |
| 2 | 9 | 7,83 % | 55 | 47,83 % | 7 | 6,09 % | | 0,00 % | 2 | 1,74 % | 2 | 1,74 % | 75 | 65,22 % |
| Više od 3 | 2 | 1,74 % | 19 | 16,52 % | 1 | 0,87 % | | 0,00 % | | 0,00 % | | 0,00 % | 22 | 19,13 % |
| Ukupni zbroj | 11 | 9,57 % | 88 | 76,52% | 10 | 8,70 % | 1 | 0,87 % | 3 | 2,61 % | 2 | 1,74 % | 115 | 100,00 % |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

U Tablici 15. prikazani su podatci razdiobe ispitanika prema želji broja komada krafni u 1 porciji i prema dobi. Najveći postotak ispitanika odabralo je kako želi 2 krafne u jednoj porciji, točnije 65,22 %, a od toga je najviše onih intervalne dobi 14-21, tj. 47,83 % te najmanje odnosno ne postoje oni koji su odabrali 2 krafne a u dobi od 30 do 37 godina. Najmanji postotak ispitanika odabrao je kako želi 1 krafnu u jednoj porciji – 15,65 %, od toga je 12,17 %, odnosno najviše onih u dobi od 14 do 21 godine, a najmanje, točnije ne postoje oni koji su odabrali 1 krafnu u jednoj porciji te u dobi manjoj od 13 godina isto kao ni oni u dobi od 46 do 53 godine.

4.4. Testiranje hipoteze

„Prije svega je nužno naglasiti kako je postavljanje hipoteza moguće u dva oblika. U nultom ili negacijskom obliku (H_0) koji podrazumijeva da između dobivenih razlika nema jakih statističkih dokaza o njihovoj značajnosti, tj. da uvođenje nezavisne varijable ne dovodi do stvaranja promjena na zavisnoj varijabli. Alternativni ili afirmativni (H_1), kao drugi mogući oblik formiranja hipoteze, podrazumijeva da između dobivenih razlika postoje jaki statistički dokazi o njihovoj značajnosti, tj. da kod zavisne varijable ne postoji utjecaj koji dovodi do promjena nakon uvođenja nezavisne varijable.“ (Papić, 2018, str. 219)

Testiranje hipoteze provodi se u dva koraka pri čemu prvi korak obuhvaća provođenje hi-kvadrat testa pomoću sustava Microsoft Office Excel. Na temelju dobivenih rezultata, prelazi se na drugi korak koji podrazumijeva usporedbu neutralne vrijednosti s dobivenom vrijednošću.

„U testiranju hipoteza konačan se zaključak o značajnosti donosi na temelju dobivene p-vrijednosti jer njezi iznos predstavlja vjerojatnost da je razlika koja se testira slučajna. Njezina se vrijednost uspoređuje s graničnom vrijednošću koja se određuje prema blažem ili strožem kriteriju. U praksi je uobičajeno da se odbacuje nul-hipoteza te prihvaća alternativna donoseći zaključak da je razlika između promatranih vrijednosti statistički značajna ako je, prema strožem kriteriju, $p < 0,01$, odnosno $p < 0,05$, prema blažem kriteriju. Suprotno tome se, u slučaju da je $p \geq 0,05$, prihvaća nulta hipoteza te se donosi zaključak da testirana razlika nije statistički značajna.“ (Papić, 2018, str. 219)

Nakon grupiranja svih podataka potrebno je provesti testiranje hipoteze. T-test, Z-test i analiza varijance smatraju se valjanim samo onda kada je distribucija podataka normalna, stoga se analiza provodi pomoću χ^2 testa (hi-kvadrat test). Ova metoda izvrsna je za primijeniti kada se analiza provodi nad kvalitativnim i kvantitativnim podacima. Test se temelji na apsolutnim frekvencijama te daje uvid u to koliko opažene frekvencije odstupaju

od frekvencija očekivanih u skladu s donesenom hipotezom koja glasi *Ispitanici su zainteresirani probati zdravu varijantu brze hrane.*

Tablica 16. Testiranje hipoteze s pretpostavkom očekivanih vrijednosti distribuiranih prema normalnoj (Gauss-ovoj) razdiobi

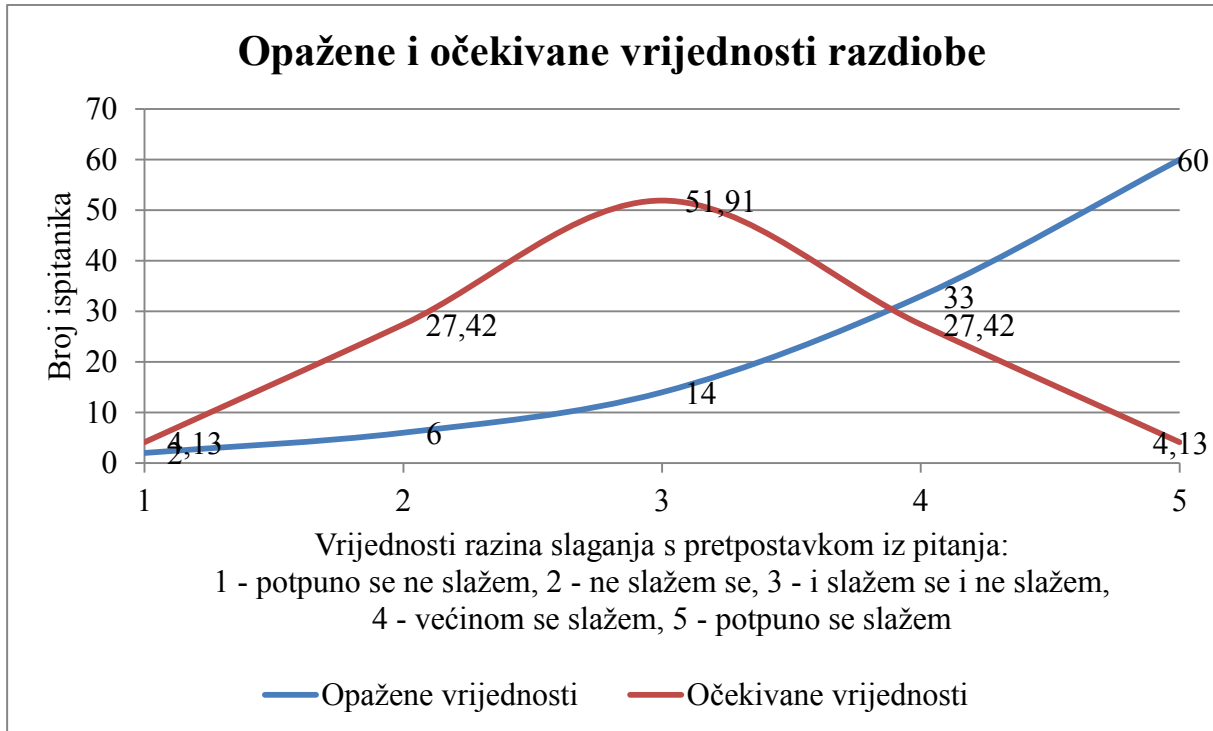
| Razina slaganja varijable | potpuno se ne slažem | većinom se ne slažem | i slažem se i ne | većinom se slažem | potpuno se slažem | ukupno |
|--|----------------------------|---|------------------------|----------------------|--|----------------|
| opažena (empirijska) vrijednost (f_e) | 2 | 6 | 14 | 33 | 60 | 115 |
| formula za izračun očekivane vrijednosti (f_t) | ukupno x 0,0359 | ukupno x 0,2384 | ukupno x 0,4514 | ukupno x 0,2384 | ukupno x 0,0359 | |
| očekivana (teorijska) vrijednost (f_i) | 4,13 | 27,42 | 51,91 | 27,42 | 4,13 | 115 |
| razlika (devijacija) (f_e-f_t) | -2,13 | -21,42 | -37,91 | 5,58 | 55,87 | |
| kvadrat devijacije (f_e-f_t) ² | 4,53 | 458,65 | 1437,24 | 31,18 | 3121,62 | |
| HI kvadrat (f_e-f_t) ² / f_t | 1,10 | 16,73 | 27,69 | 1,14 | 756,12 | 802,766 |
| značajnost | 1% | aritmetička sredina | 4,243 | p vrijednost | 1,9325E-172 vrijednost p < od značajnosti | |
| stupanj slobode | 4 | HI kvadrat > od granične vrijednosti → opažene i očekivane vrijednosti se statistički | | | RAZLIKUJU | |
| granična vrijednost | 13,277 | aritmetička sredina > 3 → alternativna hipoteza je | | | POTVRĐENA | |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Apsolutne teoretske frekvencije računaju se formulom $I=p*s/100$, a formulom u MS Excelu za χ^2 test pod nazivom CHITEST dobiva se p vrijednost po kojoj se donosi zaključak o tome odstupaju li podatci značajno ili ne. U Tablici 16. vidljivo je kako je dobivena *p vrijednost* znatno manja od postavljenog kriterija značajnosti koji je 1 %, a iznosi 1,9325E-172 te se donosi zaključak kako se opažene i očekivane vrijednosti znatno *razlikuju*, odnosno nisu normalno distribuirane što se može vidjeti usporedbom redaka naziva *Opažena (empirijska) vrijednost (f_e)* i *Očekivana (teorijska) vrijednost (f_i)*. Prema Likertovoj skali vrijednosti od 1 do 5, aritmetička sredina je 3, a u Tablici 16. aritmetička sredina iznosi 4,243, što znači kako

je unatoč razlikovanju očekivanih i opaženih vrijednosti hipoteza *Ispitanici su zainteresirani probati zdravu varijantu brze hrane* nedvojbeno *potvrđena*.

Grafikon 1. Testiranje hipoteze s pretpostavkom očekivanih vrijednosti distribuiranih prema normalnoj (Gauss-ovoj) razdiobi



Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Grafikon 1. prikazuje kretanje opaženih i očekivanih varijabli (vrijednosti). Očekivane vrijednosti kreću se uz pretpostavku da su podatci normalno distribuirani, a opažene vrijednosti su stvarno stanje, tj. kako su se zaista kretali odgovori iz provedene ankete. U Tablici 16. nalazi se podatak kako je χ^2 manji od granične vrijednosti te se izvodi zaključak kako se opažene i očekivane vrijednosti statistički razlikuju, što je, također, uočljivo na Grafikonu 1.

4.5. Određivanje optimalne tržišne skupine

Kako bi se mogao donijeti zaključak o tome je li pojedina tržišna ideja isplativa, provodi se obrada podataka korištenjem statističke metoda Težina dokaza, također pomoću Microsoft Office Excel sustava.

Tablica 17. prikazuje vrijednosti varijable *Težina dokaza* za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijantu brze hrane prema spolu. Iz nje se iščitava kako su upravo ispitanici ženskog spola najzainteresiraniji što se tumači na način da ženski spol uobičajeno vodi brigu o gotovo svemu, pa tako i o svojem zdravlju.

Tablica 17. Vrijednosti varijable "Težina dokaza" za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijante brze hrane prema spolu

| Vrijednost | Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane. |
|------------|--|
| 0,3163 | Žensko |
| 0,1000 | Ne želim se izjasniti |
| -0,4607 | Muško |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Tablica 18. prikazuje vrijednosti varijable *Težina dokaza* za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijantu brze hrane prema dobi. Najzainteresiranija grupa ljudi je ona u dobi manjoj od 13 godina. Ovaj zaključak upućuje na to kako su upravo mlade osobe željne isprobavanja puno novih stvari i spremni su za nešto drugačije.

Tablica 18. Vrijednosti varijable "Težina dokaza" za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijante brze hrane prema dobi

| Vrijednost | Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane. |
|------------|--|
| 0,8610 | Manje od 13 godina |
| 0,1000 | 30-37 godina |
| 0,1000 | 38-45 godina |
| 0,1000 | 46-53 godine |
| -0,0553 | 22-29 godina |
| -0,1519 | 14-21 godine |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Tablica 19. prikazuje vrijednosti varijable *Težina dokaza* za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijantu brze hrane prema radnom statusu. Može se donijeti zaključak kako su zaposlene osobe najviše zainteresirane za probavanjem zdrave varijante brze hrane, što bi se moglo povezati s time da su pod stresom, a jedan od načina smanjivanja stresa upravo je promjena prehrane.

Tablica 19. Vrijednosti varijable "Težina dokaza" za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijante brze hrane prema radnom statusu

| Vrijednost | Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane. |
|------------|--|
| 0,5044 | Zaposlen/a |
| 0,0748 | Učenik/ca |
| -0,0245 | Student/ica |
| -0,9307 | Nezaposlen/a |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Tablica 20. Vrijednosti varijable "Težina dokaza" za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijante brze hrane prema radnom statusu

| Vrijednost | Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane. |
|------------|--|
| 0,1000 | Garešnica i okolica |
| 0,1000 | Novska i okolica |
| 0,1000 | Popovača i okolica |
| -0,0553 | Sisak i okolica |
| -0,2666 | Kutina i okolica |

Izvor: Istraživanje i obrada autorice

Tablica 20. prikazuje vrijednosti varijable *Težina dokaza* za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijantu brze hrane prema mjestu prebivališta. Prema podacima koji se nalaze u tablici može se zaključiti kako su najzainteresiranije osobe koje žive na području Garešnice i okolice, Novske i okolice te Popovače i okolice.

5. ZAKLJUČAK

Uz činjenicu kako se svijet brzo mijenja, poduzetnici danas moraju biti vrlo fleksibilni na promjene koje moraju poduzeti kako bi se uklopili. Nova ekonomija donosi mnogo benefita, stoga je važno prepoznati i poduzeti te mjere kako bi opstali na tržištu. Kako je današnji trend sjedilačkog načina potaknut pandemijom COVID-19, tako se i zdravlje stanovništva znatno pogoršalo. Ljudi se polako prebacuju na zdravu prehranu iz prirodnog uzgoja te traže razne supstitute za određenu hranu, pa se stoga mnogo ljudi odlučilo za vegetarijansku i vegansku prehranu. Iz toga je razloga autorica odlučila provesti istraživanje o tržišnoj analizi poduzetničke ideje za ponudu zdravih krafni u Kutini i okolici.

Istraživanju je pristupilo 115 ispitanika od čega su najzastupljeniji muškarci u dobnom intervalu od 14 do 21 godine, njih 28,70 % te žena u istom dobnom intervalu, a iznose 46,09 %. Najviše ispitanika dolazi iz Kutine i okolice a radnog statusa „učenik“, „student“, „zaposlen“ i „nezaposlen“ redom u postotku iznose 36,52 %, 26,96 %, 7,83 % te 6,09 %. Treća tablica donosi rezultate o razdiobi ispitanika prema učestalosti konzumacije brze hrane, a najzastupljeniji su oni ispitanici koji brzu hranu konzumiraju 2-3 puta mjesečno. Ispitanici u dobnom intervalu od 14 do 21 godine najbolje su razumjeli definiciju churrosa, što je upravo pokazatelj prehrambenih trendova koji najviše prate mlađi dio stanovništva, a u postotku iznose 36,70 %. Najvažnije pitanje na kojem su se provodila testiranja glasi „Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane.“, pri čemu se najveći broj ispitanika potpuno složio s iznesenom tvrdnjom, u postotku 61,48 %. Testiranje hipoteze donosi rezultat kako je Hipoteza H1 nedvojbeno potvrđena, što znači kako je tržišna ideja za ponudu zdravih krafni u Kutini i okolici tržišno opravdana. Za uspješno donošenje konkretnijeg zaključka, nakon testiranja hipoteze koristila se metoda Težine dokaza koja je dokazala kako je najzainteresiraniji ženski spol za probavljanjem zdrave varijante brze hrane. Također, dobna skupina koja je najzainteresiranija je ona manja od 13 godina. Istraživanje pokazuje kako su prema radnom statusu najzastupljenije zaposlene osobe. Prema mjestu prebivališta, prevladava stanovništvo iz Kutine i okolice, Garešnice i okolice te Popovače i okolice kao najzastupljenija grupa ispitanika koji su zainteresirani probati zdravu varijantu brze hrane.

LITERATURA

Knjige

1. Bagul, K., Koeren, J., Rees, T.: Evolving Trends in Food and Nutrition, Euromonitor Internacional, 2018.
2. Bauer, J.: Nutricionizam, Hena Com., Zagreb, 2005.
3. Drucker, P.: Innovation and entrepreneurship-practice and principles, New York Haper & Row, 1985.
4. R. D. Hisrich, M. P. Peters, D. A. Shepherd: Entrepreneurship, 9. izdanje, McGraw – Hill Irwin, New York, 2011.
5. Horvat J., Mijoč J.: Istraživački SpaSS. Zagreb: Naklada Ljevak, 2019.
6. Kolaković, M.: Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija, Zagreb, 2006.
7. Krešić, G.: Trendovi u prehrani, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012.
8. Ožanić, M.: Mali brod na olujnom moru, Profil knjiga d.o.o., Zagreb, 2014.
9. Papić, M.: Primijenjena statistika u MS Excelu, 5. izdanje, Zoro d.o.o., Zagreb, veljača 2014.
10. Škrtić, M.: Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb, 2006.
11. Wickham, Philip A.: Strategic entrepreneurship, Financial Times Prentice Hall, Harlow, 2006.

Znanstveni radovi i časopisi

1. Kutnjak, G.: Europska unija u funkciji poticanja i razvoja malog i srednjeg poduzetništva, Poslovna izvrsnost, 2010.
2. Svirčić Gotovac, A.: Kvaliteta stanovanja u mreži naselja Hrvatske, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Zagreb, 2006.
3. Šimundić, B: Zdrava prehrana – značajna resursna osnovica zdravstvenog turizma, Hotelijerski fakultet Opatija, Sveučilište u Rijeci, Opatija, 1996.

Internetski izvori

1. <https://www.who.int/data/gho/publications/world-health-statistics> (Pristupljeno 7.5.2023.)

POPIS TABLICA

| | |
|--|----|
| Tablica 1. Razdioba ispitanika prema dobi i spolu | 14 |
| Tablica 2. Razdioba ispitanika po prebivalištu i radnom statusu | 15 |
| Tablica 3. Razdioba ispitanika prema učestalosti konzumacije brze hrane | 16 |
| Tablica 4. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: Razumijem definiciju churrosa: „Španjolsko i meksičko pecivo nalik na krafnu ili valjak, izrađeno od prženog nezaslađenog tijesta i posuto šećerom.“ | 17 |
| Tablica 5. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: U Kutini i okolici nedostaje ponuda zdrave varijante brze hrane. | 18 |
| Tablica 6. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: Zainteresiran/a sam probati zdravu varijantu brze hrane. | 19 |
| Tablica 7. Vrijednosti pokazatelja deskriptivne statistike za razdiobu odgovora ispitanika o zainteresiranosti u probavanje zdrave varijante brze hrane | 20 |
| Tablica 8. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: Sviđa mi se ideja dobivanja kolačića sreće uz krafne. | 21 |
| Tablica 9. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: Bitna mi je velika mogućnost odabira okusa krafni. | 22 |
| Tablica 10. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: Uvelike mi znači tijesto bez glutena pri izradi krafni. | 23 |
| Tablica 11. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: Zadovoljan/a sam veganskim proizvodima. | 24 |
| Tablica 12. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: Sviđa mi se mogućnost kupnje rođendanskih kupona s posebnim menijem. | 25 |
| Tablica 13. Razdioba ispitanika prema razini slaganja: Ideja o održavanju malih turnira prilikom kojih se osvaja besplatna ponuda krafni mi se doima zanimljivom. | 26 |
| Tablica 14. Razdioba ispitanika prema spremnosti financijskog izdvajanja za ponudu krafni | 27 |
| Tablica 15. Razdioba ispitanika prema želji broja komada krafni u jednoj porciji i dobi | 28 |
| Tablica 16. Testiranje hipoteze s pretpostavkom očekivanih vrijednosti distribuiranih prema normalnoj (Gauss-ovoj) razdiobi | 30 |
| Tablica 17. Vrijednosti varijable "Težina dokaza" za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijante brze hrane prema spolu. | 32 |
| Tablica 18. Vrijednosti varijable "Težina dokaza" za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijante brze hrane prema dobi | 32 |

| | |
|--|----|
| Tablica 19. Vrijednosti varijable "Težina dokaza" za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijante brze hrane prema radnom statusu..... | 32 |
| Tablica 20. Vrijednosti varijable "Težina dokaza" za konstataciju da su zainteresirani probati zdravu varijante brze hrane prema radnom statusu..... | 33 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|---|----|
| Grafikon 1. Testiranje hipoteze s pretpostavkom očekivanih vrijednosti distribuiranih prema normalnoj (Gauss-ovoj) razdiobi | 31 |
|---|----|